

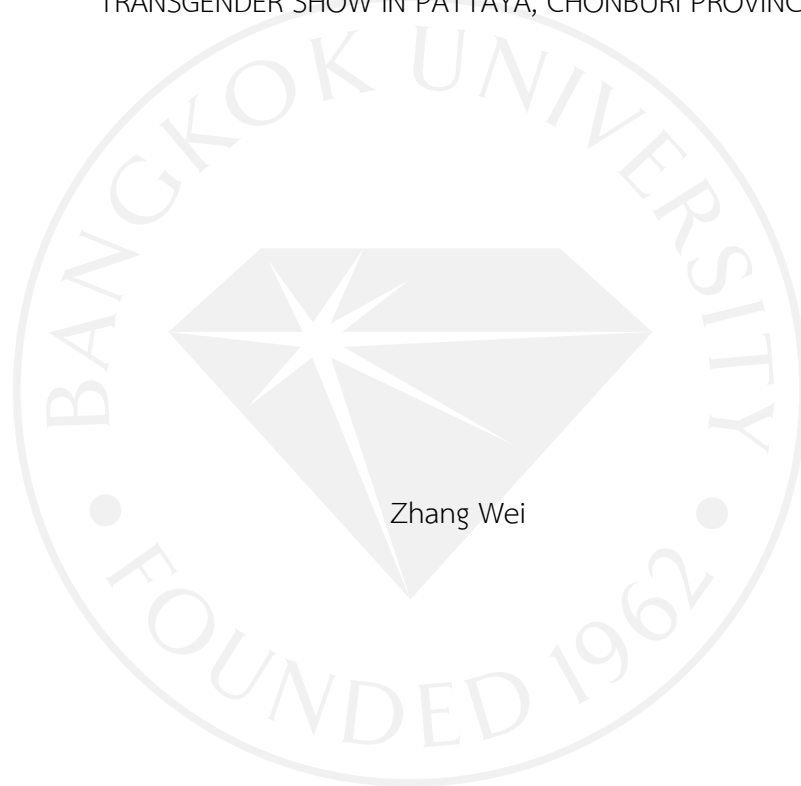
การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชม
การแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

A STUDY OF MOTIVATION AND SATISFACTION OF CHINESE TOURISTS'
WATCHING TRANSGENDER SHOW IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE



การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดง
สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

A STUDY OF MOTIVATION AND SATISFACTION OF CHINESE TOURISTS' WATCHING
TRANSGENDER SHOW IN PATTAYA, CHONBURI PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ปีการศึกษา 2561



© 2562

Zhang Wei

สงวนลิขสิทธิ์

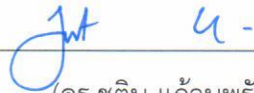
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
อนุมัติให้วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดง
สาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัย ZHANG WEI

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษา


(ดร.ชุติน แก้วพรรัตน์)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม


(ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์)

ผู้แทนบัณฑิตวิทยาลัย


(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก


(ดร.สิปปนันท์ นवलละออง)


(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

6 กรกฎาคม 2562

Zhang Wei. ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและ
การท่องเที่ยว, กรกฎาคม 2562, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภท
สองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (130 หน้า)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์: ดร.ชุติน แก้วนพรัตน์

บทคัดย่อ

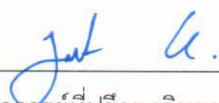
การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบ
ความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง
มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อ
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา
จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีแบบผสมผสาน ซึ่งการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก ส่วนการวิจัย
เชิงปริมาณใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่
เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 400 คน ระหว่างเดือนตุลาคม
ถึงเดือนธันวาคม 2561

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี
มีการศึกษาอนุปริญญา/ ปวส. มีสถานภาพสมรส มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้
30,001-40,000 บาท แรงจูงใจด้านแรงผลักดัน แรงจูงใจด้านแรงดึงดูด และความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวม
อยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน
จะมีแรงจูงใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดง
สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูดในการเดินทาง
มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชม
การแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อมูลการวิจัย
นี้เป็นประโยชน์แก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อนำไป
ปรับปรุงการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวชาวจีน ทำให้การบริการทั่วถึง พัฒนาการแสดงอย่างต่อเนื่อง

เพื่อเพิ่มความสุขสนานและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น จัดช่องทางที่ซื้อตั๋วมากขึ้นช่วงฤดูท่องเที่ยว
และให้บริการจัดส่งตั๋ว ให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวที่ต้องการให้ได้มากที่สุด

อนุมัติ:



อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

Zhang, W. M.A. (Hospitality and Tourism Industry Management), July 2019,
Graduate School, Bangkok University.

A Study of Motivation and Satisfaction of Chinese Tourists' Watching Transgender
Show in Pattaya, Chonburi Province (130 pp.)

Thesis Advisor: Justin Kaewnopparat, Ph.D.

ABSTRACT

The objectives of this study were 1) to study motivation and satisfaction level of Chinese tourists' watching transgender show in Pattaya Chonburi province 2) to compare the differences of personal data related to motivation and satisfaction of Chinese tourists' watching transgender show in Pattaya Chonburi province and 3) to study whether the motivation of Chinese tourists affect the satisfaction of Chinese tourists' watching transgender show in Pattaya Chonburi province or not. Mixed methods were used in this research, the qualitative research was used by in-depth interviews , and the quantitative part used questionnaires to collect data among Chinese tourists watching transgender show in Pattaya Chonburi province from October to December, 2018.

The results found that most of the respondents were male with the following characteristics : age : 31–40 years old; education : vocational education; marital status : married; occupation : students; monthly income : 30,001–40,000 baht. As a result, push factors, pull factors, and satisfaction of Chinese tourists were rated average level in overall picture.

The hypothesis results revealed that there were statistically significant motivation differences in personal data at the level of .05. Push factors and pull factors significantly affect satisfaction of Chinese tourists at the level of .05. This result can support information to improve the management of Chinese tourists and make the service thoroughly, continuous develop the performances to increase fun and attract more tourists, arrange more channels to buy tickets during the

high season and provide ticket delivery services, and provide the information that tourists want as much as possible in Pattaya Chonburi province.

Approved:  _____
Thesis Advisor

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความเมตตากรุณาและความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร.ชูดิน แก้วนพรัตน์ อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก และ ดร.มณีเนตร วรชนะนันท์ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ที่เสียสละเวลาอันมีค่าของท่านในการให้คำปรึกษาและแนะนำแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ที่เป็น ประโยชน์ด้วยความเอาใจใส่อย่างสม่ำเสมอจนเกิดเป็นผลสำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยรู้สึกได้ถึงความรัก ความปรารถนาดี และซาบซึ้งในความเมตตากรุณาอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล และ ดร.สิปปนันท์ นวลละออง ที่กรุณาให้ คำชี้แนะในการทำวิทยานิพนธ์ในครั้งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยาวจินที่น่ารักทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบ แบบสอบถามที่เป็นประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้

และสุดท้ายนี้ ขอขอบพระคุณครอบครัว คุณพ่อ คุณแม่ และน้องสาว รวมทั้งเพื่อน ๆ พี่ ๆ น้อง ๆ ที่คอยถาม ให้คำแนะนำ ให้คำปรึกษา และเป็นกำลังใจเสมอมา ตลอดงานงานศึกษาครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

Zhang Wei

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญตาราง	ฎ
สารบัญภาพ	ฏ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 คำถามของงานวิจัย	8
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	8
1.4 ขอบเขตการศึกษา	8
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย	12
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	12
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	14
2.1 ประวัติและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	14
2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	26
2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	31
2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ	32
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ	42
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	49
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย	55
2.8 สมมติฐานการศึกษา	55
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	56
3.1 ประเภทของงานวิจัย	56
3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	57
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	58
3.4 การทดสอบเครื่องมือ	62
3.5 วิธีการเก็บข้อมูล	62

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 (ต่อ) วิธีการดำเนินงานวิจัย	
3.6 วิธีการทางสถิติ	63
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	66
4.1 การสรุปผลการสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดง สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	66
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน	72
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงผลัก (Push Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	75
4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด (Pull Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	77
4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน	79
4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	79
4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย	93
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	98
5.1 สรุปผลการวิจัย	98
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	102
5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้	107
5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป	108
บรรณานุกรม	109
ภาคผนวก แบบสอบถาม	117
ประวัติเจ้าของผลงาน	130
เอกสารข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิ์ในวิทยานิพนธ์	

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ ปี 2551–2560	2
ตารางที่ 1.2: จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 10 ประเทศแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย ปี 2554–2559	4
ตารางที่ 1.3: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในปี 2555–2561 (ช่วงเดือนกันยายน 2561)	5
ตารางที่ 2.1: จำนวนนักท่องเที่ยวของ 6 สัญชาติหลักที่เดินทางไปเที่ยวที่พัทยา ปี 2556–2559	18
ตารางที่ 2.2: ตารางการแสดงสาวประเภทสองอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา	23
ตารางที่ 2.3: องค์ประกอบสิบอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจมากที่สุดของประเทศไทย	26
ตารางที่ 2.4: สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมในอดีตเกี่ยวกับปัจจัยแรงผลักดันในการท่องเที่ยว	40
ตารางที่ 2.5: รายชื่อผู้วิจัยที่ใช้ในการทบทวนวรรณกรรม	42
ตารางที่ 3.1: เกณฑ์คะแนนระดับแรงจูงใจ	60
ตารางที่ 3.2: เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน	60
ตารางที่ 3.3: เกณฑ์คะแนนระดับความพึงพอใจ	61
ตารางที่ 3.4: เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน	61
ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้ในการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	66
ตารางที่ 4.2: สรุปผลการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	67
ตารางที่ 4.3: จำนวนและคำร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน	73
ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจด้านแรงผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	76
ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	77
ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	79
ตารางที่ 4.7: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของเพศกับความพึงพอใจ	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.8: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทาง มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ	80
ตารางที่ 4.9: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของอายุกับความพึงพอใจ	81
ตารางที่ 4.10: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทาง มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามอายุ	81
ตารางที่ 4.11: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน	82
ตารางที่ 4.12: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของการศึกษากับความพึงพอใจ	83
ตารางที่ 4.13: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทาง มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามการศึกษา	83
ตารางที่ 4.14: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการศึกษาแตกต่างกัน	84
ตารางที่ 4.15: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของสถานภาพกับความพึงพอใจ	85
ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทาง มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ	85
ตารางที่ 4.17: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของอาชีพกับความพึงพอใจ	86
ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทาง มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ	86
ตารางที่ 4.19: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน	87
ตารางที่ 4.20: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจ	88
ตารางที่ 4.21: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทาง มาชมการแสดงสาวประเภทสอง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน	88

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน	89
ตารางที่ 4.23: ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงผลัก (Push Factors) ส่งผลต่อการเดินทางมาชม การแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	90
ตารางที่ 4.24: ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด (Pull Factors) ส่งผลต่อการเดินทางมาชม การแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	92
ตารางที่ 4.25: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน	94



สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1: รูปภาพการแสดงสาวประเภทสองของอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา	6
ภาพที่ 1.2: รูปภาพการแสดงสาวประเภทสองของอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา	7
ภาพที่ 1.3: แผนที่โรงละครทิฟฟานี่ โซว์ พัทยา	9
ภาพที่ 1.4: แผนที่โรงละครอัลคาซาร์ คาบาเร่ต์ โซว์ พัทยา	10
ภาพที่ 2.1: แผนที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	17
ภาพที่ 2.2: รูปภาพของโรงละครทิฟฟานี่ โซว์ พัทยา	20
ภาพที่ 2.3: รูปภาพของแผนผังที่นั่ง ทิฟฟานี่ โซว์ พัทยา	21
ภาพที่ 2.4: รูปภาพของโรงละครอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา	22
ภาพที่ 2.5: รูปภาพของแผนผังที่นั่ง อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา	24
ภาพที่ 2.6: จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวต่างประเทศยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี พ.ศ. 2560	25
ภาพที่ 2.7: ระดับของความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์	35
ภาพที่ 2.8: ERG Needs Model	37
ภาพที่ 2.9: เปรียบเทียบความคล้ายคลึงกันของ ERG Needs Model และ Maslow's Hierarchy of Needs	38
ภาพที่ 2.10: แสดงการเกิดความพึงพอใจของบุคคล	44
ภาพที่ 2.11: กรอบแนวคิดการวิจัย	55

บทที่ 1

บทนำ

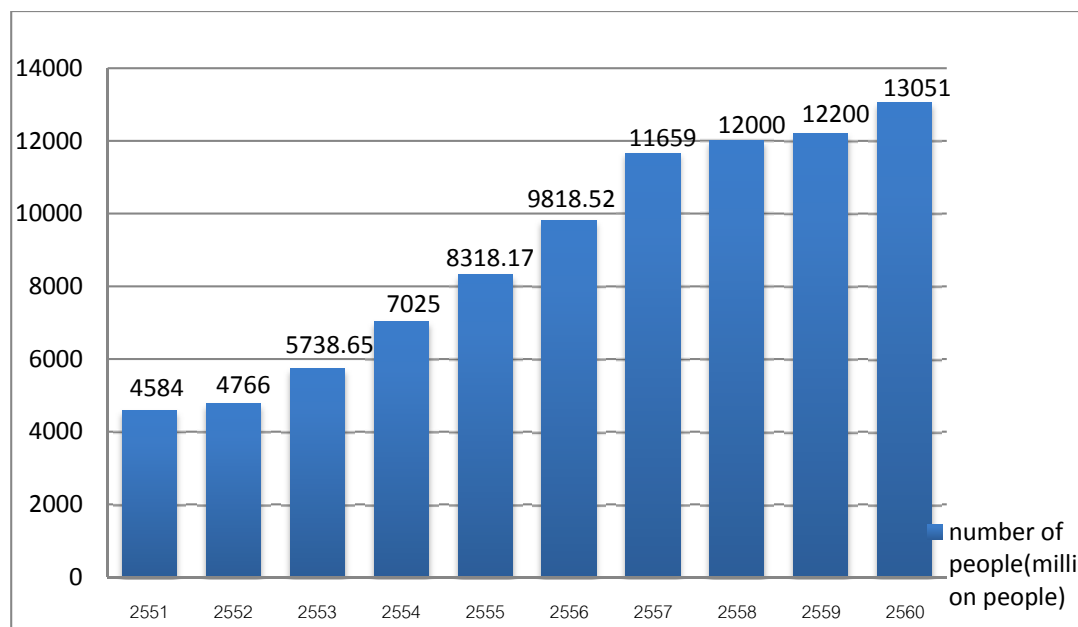
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันเศรษฐกิจของประเทศจีนมีการพัฒนาเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและขยายตัวต่อเนื่องในทุก ๆ ด้าน ทำให้ประชาชนมีรายได้สูงขึ้น ส่งผลให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ด้วยเหตุนี้ชาวจีนจึงเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวออกของจีนในทศวรรษที่ผ่านมาตั้งแต่ปี 2556 ประเทศจีนยังคงรักษาสถานะประเทศต้นทางที่มีนักท่องเที่ยวออกที่ใหญ่ที่สุดในโลกเป็นเวลาหลายปี (China Outbound Tourism Data Report, 2017) ภายในสิ้นปี 2560 นักท่องเที่ยวออกมีจำนวนทั้งหมด 13,051 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 7.0 มีค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยว 115,290 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2559 ร้อยละ 5.0 ค่าใช้จ่ายในการบริโภคต่อคนประมาณ 880 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 5,632 หยวน) (China Tourism Academy, 2561ข) จากการสำรวจและสรุปของศูนย์ข้อมูลการบริหารการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2561 พบว่า เมื่อเดินทางไปเที่ยวที่ต่างประเทศนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เลือกไปเที่ยวที่ประเทศอยู่ในเอเชีย รองลงมาคือ ประเทศอยู่ในยุโรป โดยเกือบครึ่งของนักท่องเที่ยวชาวจีนมาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวอีกครั้งและเพิ่มจำนวนวันเพราะความชอบของพวกเขา นักท่องเที่ยวออกมีจำนวนทั้งหมด 13,051 ล้านคน ในปี 2560 เป็นเพศหญิง ร้อยละ 59 เพศชาย ร้อยละ 41 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นหลัก ร้อยละ 31 รองลงมาคือ อายุมากกว่า 50 ปี ร้อยละ 24 อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 17 อายุ 21-30 ปี ร้อยละ 16 และอายุต่ำกว่า 20 ปี อยู่ที่ร้อยละ 12 โดยจะทำการท่องเที่ยวประมาณ 6-8 วัน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 43.6 รองลงมาคือ 3-5 วัน ร้อยละ 37 มากกว่า 8 วัน ร้อยละ 18 และ 1-2 วัน เพียงร้อยละ 1 เท่านั้น ขณะที่การเดินทางของนักท่องเที่ยวจะชอบเดินทางพร้อมกับครอบครัวที่มีเด็กหรือลูกไปด้วยร้อยละ 30 เดินทางพร้อมเพื่อน ร้อยละ 23 เดินทางมากับคู่รัก (ไม่มีลูกหรือเด็ก) ร้อยละ 21 จะพบว่าคนจีนเดินทางกับคนในครอบครัวสูงมาก และรองลงมาคือกลุ่มที่มากับเพื่อน แสดงให้เห็นถึงการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางพร้อมเพื่อนหรือสมาชิกในครอบครัวมีความสัมพันธ์ต่อการเลือกกิจกรรมต่าง ๆ ในการเดินทางไปเที่ยวอย่างมาก

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวออกของจีนขยายตัวอย่างรวดเร็วตามภาวะเศรษฐกิจที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนขาออกได้กลายเป็นกำลังหลักในตลาดการท่องเที่ยวของโลก ยอดใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศของนักท่องเที่ยวจีนกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญสำหรับแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมทั้งหมดและมีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกด้วย (China Outbound Tourism Data Report, 2017) ซึ่งผู้จัดการการท่องเที่ยวให้ความสนใจกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีน สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว

ชาวจีนเข้ามาเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้อำนาจซื้อของผู้บริโภคชาวจีนสูงขึ้นและนำเงินเข้าประเทศต่าง ๆ ได้เป็นอย่างมาก

ตารางที่ 1.1: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ต่างประเทศ ปี 2551–2560



ที่มา: China Tourism Academy. (2561ข). สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวที่ต่างประเทศ ปี 2551–2560. สืบค้นจาก <http://www.ctaweb.org/html/lysyzx/index.html>.

ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และเป็นประเทศเพื่อนบ้านของประเทศจีน ประเทศไทยและประเทศจีนมีความสัมพันธ์ที่ดีในระบบเศรษฐกิจและการเมือง (สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐประชาชนจีนในราชอาณาจักรไทย, 2561) การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตั้งแต่ปี 2543 เป็นต้นมารัฐบาลไทยได้เริ่มต้นแนวคิดในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย หลังจากนั้นการท่องเที่ยวของประเทศไทยประสบความสำเร็จอย่างเป็นรูปธรรม เศรษฐกิจของประเทศไทยปรับตัวดีขึ้น ทำให้รัฐบาลสามารถกำหนดและดำเนินการตัดสินใจเกี่ยวกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนและส่งเสริมเสถียรภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558) ในปี 2541 ประเทศไทยได้กลายเป็นประเทศปลายทางแห่งแรกสำหรับการเดินทางไปต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวจีน และจากสถิติการเดินทางขาออก

ของนักท่องเที่ยวชาวจีน พบว่า ในปี 2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาประเทศไทยทั้งสิ้น 2,700,000 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559ข) ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นประเทศปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าการเดินทางไปยังประเทศมาเลเซียเป็นครั้งแรก ซึ่งปัจจุบันประเทศไทยกลายเป็นประเทศปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด นอกเหนือจากความสะดวกและง่ายในการยื่นขอวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนแล้วในส่วนของภาพยนตร์และละครไทยก็เริ่มมีกระแสเข้าสู่ประเทศจีน ส่งผลให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์และละครจีนบางเรื่องเริ่มมีเนื้อหาบางส่วนเกี่ยวข้องกับประเทศไทย เช่น สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาหารไทย ภาษาและวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ก็กลายเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปในตัว ทั้งนี้ยังได้รับความร่วมมือและส่งเสริมด้านการท่องเที่ยวจากภาคส่วนต่าง ๆ ในการนำนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาเที่ยวที่ประเทศไทยมากขึ้น

จากการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดจีนที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยใน ปี 2561 พบว่า ในช่วงระหว่างเดือนมกราคมจนถึงเดือนมิถุนายน ปี 2561 การซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีมูลค่าจำนวนทั้งสิ้น 80,271 ล้านบาท การทำกิจกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีมูลค่าจำนวนทั้งสิ้น 71,364 ล้านบาท และสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่ต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยอีกเป็นจำนวนร้อยละ 62% โดยตามสถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนร้อยละ 93.79 นั้นต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนร้อยละ 33.96 เลือกจะไปเที่ยวกับเพื่อน นักท่องเที่ยวชาวจีนด้วยกัน และจำนวนร้อยละ 65.02 เลือกใช้ช่องทางออนไลน์สำหรับสำรองตั๋ว ที่พัก หรือกิจกรรมระหว่างการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ในขณะเดียวกันตามสถิติของสำนักงานสถิติแห่งชาติของประเทศจีนในปี 2561 ประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจไปเที่ยว ได้แก่ ประเทศไทย ญี่ปุ่น เวียดนาม เกาหลี และสิงคโปร์ ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปต่างประเทศนั้นเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ แล้วการเลือกมายังประเทศไทยนั้นมีค่าใช้จ่ายไม่สูงมากเมื่อเทียบกับญี่ปุ่น เวียดนาม เกาหลี และสิงคโปร์ และอีกหลายปัจจัยที่ไม่ยุ่งยากและซับซ้อน เช่น การขอวีซ่าหรือข้อจำกัดของเงินฝากในธนาคาร เป็นต้น ส่งผลให้ประเทศไทยกลายเป็นตัวเลือกที่มีศักยภาพสูงสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

จากตารางที่ 1.2 จะเห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในปี 2559 มีจำนวนทั้งสิ้น 8,821,148 คน เพิ่มขึ้นจากปี 2558 จำนวนทั้งสิ้น 886,357 คน จากสถิติข้างต้นนี้สามารถยืนยันได้ว่า ประเทศจีนกลายเป็นประเทศสำคัญที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก

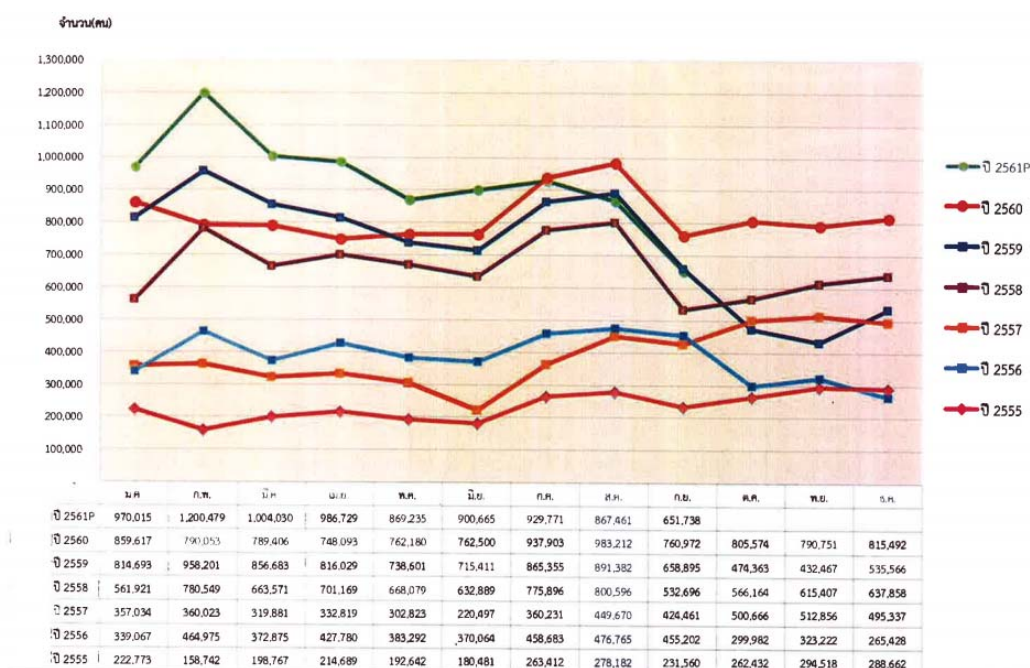
ตารางที่ 1.2: จำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด 10 ประเทศแรกที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย
ปี 2554-2559

อันดับ ที่	ประเทศ	2554	2555	2556	2557	2558	2559
1	 จีน	1,721,247	2,786,860	4,637,335	4,636,298	7,934,791	8,821,148
2	 มาเลเซีย	2,500,280	2,554,397	3,041,097	2,613,418	3,423,397	3,506,199
3	 เกาหลีใต้	1,156,283	1,263,619	1,295,342	1,122,566	1,372,995	1,449,617
4	 ญี่ปุ่น	1,227,893	1,373,716	1,586,425	1,267,886	1,381,690	1,416,903
5	 ลาว	891,950	975,999	976,639	1,053,983	1,233,138	1,414,916
6	 สิงคโปร์	682,364	831,215	955,468	844,133	937,311	1,163,309
7	 รัสเซีย	1,054,187	1,316,564	1,746,565	1,606,430	884,085	1,085,890
8	 อินเดีย	914,971	1,013,308	1,050,889	932,603	1,069,149	1,076,970
9	 อังกฤษ	844,972	873,053	905,024	907,877	946,919	961,471
10	 อเมริกา	681,748	768,638	823,486	763,520	867,520	938,862

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559ข). สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย ปี 2554-2559. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411.

จากตารางที่ 1.3 จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในปี 2555-2561 เติบโตเพิ่มขึ้นแบบมั่นคง ทั้ง 2 ตารางสามารถพิสูจน์ได้ว่าตลาดการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงมีการแข่งขันสูงและยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทยในอนาคต

ตารางที่ 1.3: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยในปี 2555–2561 (ช่วงเดือนกันยายน 2561)



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาประเทศไทย ปี 2555–2561. สืบค้นจาก <http://www.mots.go.th/download/Download/TheSituationAndBehaviorOfChineseTouristsByMinsterOfMots.pdf>.

ประเทศไทยมีคณาจารย์เกิดขึ้นมากมายตามเมืองท่องเที่ยว จากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี 2558 ที่ผ่านมา กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวจีนให้ความนิยมเป็นอย่างมาก นั่นคือ การชมการแสดงสาวประเภทสอง จึงก่อให้เกิดสถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างเพียงพอ และสถานที่ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคือ การแสดงคาบารีเร่ต์ของสาวประเภทสองที่มีรูปแบบการแสดงที่หลากหลาย ตามสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งบันเทิงต่าง ๆ มากมายหลายคณะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต ถึงแม้ว่าในปัจจุบันธุรกิจด้านการแสดงสาวประเภทสองในประเทศไทยนั้นเป็นธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางก็ถือได้ว่ามีบทบาทอันโดดเด่นในการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ เป็นตัวสร้างรายได้หลักให้กับประเทศ และยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกให้เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2558)

ภาพที่ 1.1: รูปภาพการแสดงสาวประเภทสองของอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา (1)



ที่มา: อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/en/site/index>.

การแสดงสาวประเภทสองกำลังได้รับความนิยมที่สามารถดึงดูดชาวต่างชาติและสร้างรายได้จากชาวต่างชาติเข้าประเทศไทยได้มากที่สุดคือ การแสดงที่เรียกว่า คาบาเร่ต์ (Cabaret) ซึ่งเป็นการแสดงประเภทหนึ่งที่มีรูปแบบการแสดงหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การร้องเพลง การเต้น การเล่นเกม การแสดงตลก เป็นต้น ซึ่งนักแสดงมีทุกเพศทุกวัย ทั้งผู้ชาย ผู้หญิง รวมไปถึงสาวประเภทสอง แต่ความเป็นเอกลักษณ์ของคาบาเร่ต์ไทยนั้นใช้นักแสดงที่เป็นสาวประเภทสองและผู้ชายแสดงโดยไม่ใช่ผู้หญิงแสดง

สำหรับในประเทศไทยมีคณะคาบาเร่ต์ตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ได้แก่ เมืองพัทยา กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น เมืองที่มีคณะคาบาเร่ต์มากที่สุดและใหญ่ที่สุดคือ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีคณะคาบาเร่ต์ที่มีชื่อเสียงโด่งดังมากมาย ได้แก่ ทิฟฟานี่ อัลคาซ่า มิโมซ่า โคลอสเซียม เป็นต้น คาบาเร่ต์คณะเก่าแก่ที่สุดคือ คาบาเร่ต์ คณะทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา รองลงมาคือ อัลคาซาร์ คาบาเร่ต์โชว์ พัทยา

ภาพที่ 1.2: รูปภาพการแสดงสาวประเภทสองของอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา (2)



ที่มา: อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/en/site/index>.

จากข้อมูลทีกล่าวมาในเบื้องต้นผู้วิจัยสามารถเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ประเทศจีนกลายเป็นประเทศสำคัญที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ปัจจุบันการแสดงสาวประเภทสองได้รับความนิยมจากคนในสังคมทั่วไปมากขึ้น (Zhangdeqiang, 2000) ตลาดธุรกิจการแสดงสาวประเภทสองของประเทศไทยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จึงสามารถสร้างชื่อเสียงให้กับการท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างมาก ในขณะเดียวกันการพัฒนาของการแสดงสาวประเภทสองมีปัญหาเกิดขึ้นด้วย เช่น มีการศึกษาสำหรับการแสดงสาวประเภทสองค่อนข้างน้อย วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องของการแสดงสาวประเภทสองค่อนข้างหายาก เหตุผลเหล่านี้ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจในการทำการศึกษารื่องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้เพื่อเข้าใจถึงพฤติกรรมความรู้สึกนึกคิดและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่จะนำไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจบริการการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการส่งเสริมของ

โรงละครในการวางแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวที่สามารถเสริมประสิทธิภาพในการเข้าถึงและดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างดียิ่งขึ้น ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างเต็มที่ เพื่อพัฒนาศักยภาพเกี่ยวกับรูปแบบการแสดงสาวประเภทสอง และเพื่อสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนต่อไป สามารถช่วยผลักดันการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความทันสมัยและเร่งการเติบโตทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น

1.2 คำถามของงานวิจัย

1.2.1 แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อยู่ในระดับมากน้อยเพียงใด

1.2.2 ลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคลเมื่อเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นอย่างไร

1.2.3 ปัจจัยหลักส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างไร

1.2.4 ปัจจัยดึงดูดส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างไร

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์ดังนี้

1.3.1 เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.3.2 เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.3.3 เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.4 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษานี้มีขอบเขตของการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยกำหนดขอบเขตในด้านต่าง ๆ ไว้ดังนี้

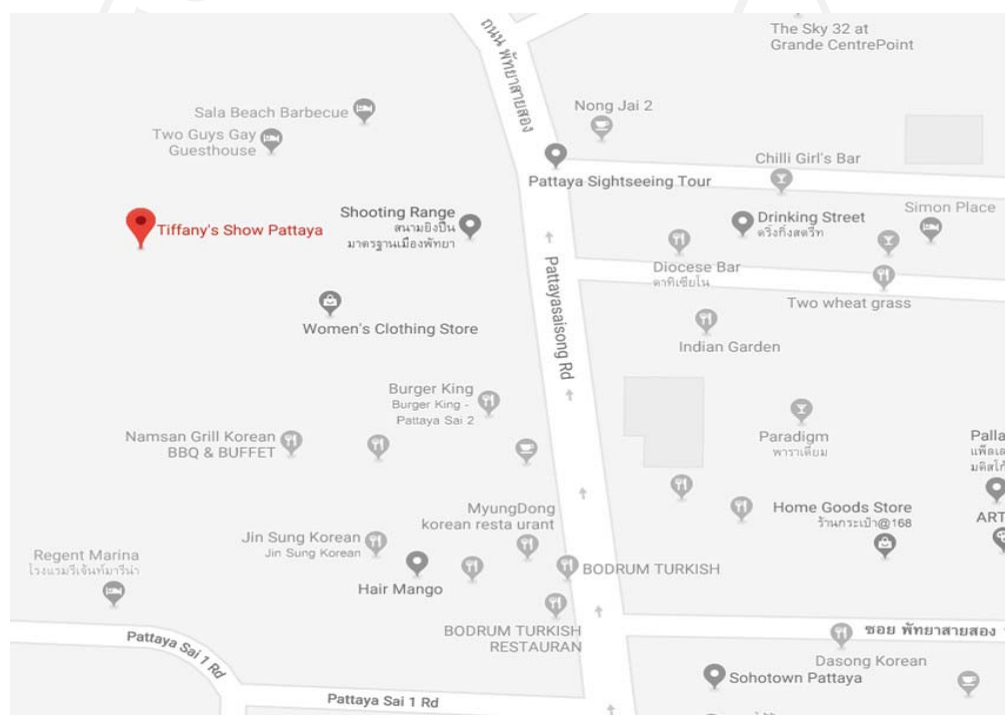
1.4.1 ขอบเขตระยะเวลาที่ศึกษา

เริ่มต้นดำเนินการในช่วงวันที่ 20 ตุลาคม ถึงวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2561 เป็นระยะเวลา 2 เดือน

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

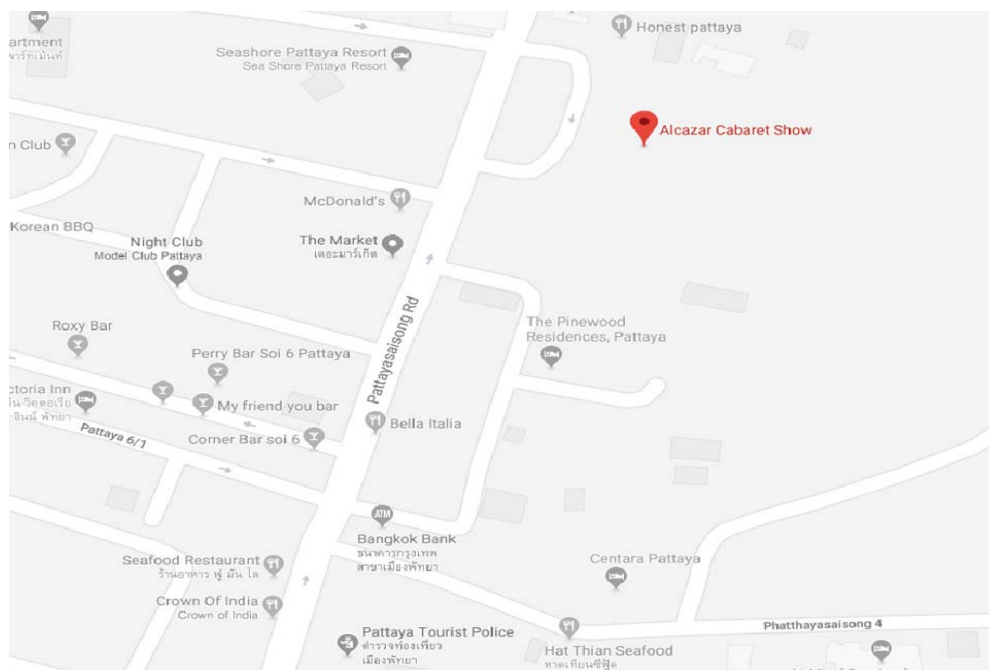
ทำการวิจัยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวจีนในทิวฟานี่โชว์ และอัลคาซาร์ คาบาเร่ต์โชว์ พัทยา เนื่องจากทิวฟานี่โชว์ และอัลคาซาร์ คาบาเร่ต์ โชว์ พัทยา มีประวัติอันยาวนาน ได้รับความนิยมนักด้วยคุณภาพการแสดงระดับสูงและมีการนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาปรับใช้ให้เข้ากับเรื่องราวและเหตุการณ์อยู่เสมอ โดยแผนที่โรงละครทั้งสองแห่งได้แสดงไว้ในภาพที่ 1.3 และภาพที่ 1.4

ภาพที่ 1.3: แผนที่โรงละครทิวฟานี่ โชว์ พัทยา



ที่มา: ทิวฟานี่ โชว์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.tiffany-show.co.th/contact.html>.

ภาพที่ 1.4: แผนที่โรงละครอัลคาซาร์ คาบาเร่ต์ โชว์ พัทยา



ที่มา: อัลคาซาร์ คาบาเร่ต์ โชว์ พัทยา. (2561). *ประวัติอัลคาซาร์ คาบาเร่ต์ โชว์ พัทยา*. สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/th/site/index>.

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ศึกษาถึงปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยผลัก (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) และศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผู้วิจัยได้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ในการศึกษาครั้งนี้

1.4.4 ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรในการศึกษา ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยผลัก (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) และความพึงพอใจ

1.4.4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.4.4.2 ปัจจัยผลัก (Push Factors) ได้แก่

- 1) ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน
- 2) ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก

- 3) ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม ไปหาประสบการณ์ใหม่
- 4) ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ
- 5) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดัน

และปัญหาจากการศึกษาหรือการทำงาน

1.4.4.3 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ได้แก่

- 1) ความปลอดภัย
- 2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
- 3) เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก
- 4) มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี
- 5) ช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว
- 6) สิ่งอำนวยความสะดวก บริการที่ดีและเพียงพอ
- 7) นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม
- 8) สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ
- 9) เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติ

1.4.4.4 ความพึงพอใจ ได้แก่

- 1) การแสดง
 - 1.1) เนื้อหาของการแสดง
 - 1.2) ระยะเวลาของการแสดง
- 2) การบริการ
 - 2.1) ก่อนการแสดง
 - 2.2) ระหว่างการแสดง
 - 2.3) หลังจกการแสดง

1.4.5 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.5.1 ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.4.5.2 กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ตัวอย่าง เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากการวิจัย

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ ดังนี้

1.5.1 ทำให้ทราบถึงลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.5.2 ทำให้ทราบถึงระดับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.5.3 ทำให้ทราบถึงระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

1.5.4 ทำให้ภาคเอกชนด้านธุรกิจการท่องเที่ยวทราบถึงฐานข้อมูลที่สำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีน สามารถนำผลการศึกษาไปวางแผน จัดการสื่อโฆษณาเพื่อทำการประชาสัมพันธ์การแสดงสาวประเพณีสองให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.5.5 ฝ่ายการท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถนำงานวิจัยนี้ไปปรับใช้เป็นแนวทางในการจัดการท่องเที่ยว เช่น ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว หน่วยงานด้านการท่องเที่ยว และโรงละครไทย ที่มีการแสดงสาวประเพณีสองเป็นแนวทางในการวางแผนเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีได้ พัฒนากิจกรรมการตลาดที่มีประสิทธิภาพเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อความหมายและขอบเขตของคำอย่างชัดเจนและตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดนิยามศัพท์ไว้ดังนี้

1.6.1 การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อความสนุกสนาน บันเทิงเรีงรมย์ หรือการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการกีฬาเพื่อการติดต่อธุรกิจตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติมิตร

1.6.2 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ทัศนศึกษาเพื่อความสนุกสนาน บันเทิงเรีงรมย์ หรือการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติมิตร

1.6.3 ปัจจัยส่วนบุคคล หมายถึง ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

1.6.4 นักท่องเที่ยวชาวจีน (Chinese Tourists) หมายถึง บุคคลที่มีสัญชาติจีนและไม่ได้มีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม ที่มีค่าใช้จ่ายหรือหารายได้ เป็นการเดินทางแบบไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป

(มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน)

1.6.5 สาวประเภทสอง หมายถึง บุคคลที่เป็นเพศชายตั้งแต่กำเนิดแต่มีเพศสภาพเป็นหญิง มีการแสดงออกทางเพศเหมือนผู้หญิงโดยการแปลงเพศหรือไม่แปลงเพศก็ตาม คนไทยเรียกว่า กะเทย ส่วนในประเทศจีนเรียกว่า Taijian หรือ Renyao

1.6.6 นักแสดงสาวประเภทสอง หมายถึง อาชีพการแสดงที่มีนักแสดงเป็นชายแต่มีสภาพจิตใจเป็นหญิง รูปแบบการแสดงเป็นผู้หญิง รวมทั้งการทำหน้าที่เป็นพนักงานต้อนรับเพื่อสร้างความประทับใจให้กับผู้มาชม

1.6.7 แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งทีกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง ประกอบด้วย ปัจจัยผลัก (Push Factors) และ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)

1.6.8 ปัจจัยผลัก (Push Factors) หมายถึง สิ่งทีผลักดันหรือสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย

1.6.9 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจต่าง ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย

1.6.10 ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

1.6.11 การแสดงสาวประเภทสอง หมายถึง เป็นการแสดงอีกรูปแบบหนึ่ง คือ การร้องเลียนแบบตามบทเพลงพร้อมลีลาท่าเต้น ให้ทั้งความสวยงาม ความหรูหรา และความขบขัน เป็นความสามารถของสาวประเภทสองโดยเฉพาะ

1.6.12 เนื้อหาการแสดงสาวประเภทสอง หมายถึง รูปแบบหลากหลายของการแสดง ได้แก่ การร้องเพลง การเต้น การเล่นละคร การแสดงตลก และการแสดงนานาชาติเสนอถึงวัฒนธรรมชาติต่าง ๆ จึงทำให้มีผู้ที่สนใจรับชมการแสดงหลากหลายเชื้อชาติ

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิดต่าง ๆ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย

- 2.1 ประวัติและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
- 2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
- 2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
- 2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ
- 2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย
- 2.8 สมมติฐานการศึกษา

2.1 ประวัติและข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ในประเทศไทยให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณค่าของการแสดงสาวประเภทสองที่ประเทศไทย โดยมีคำโฆษณาว่า "ถ้าคุณไม่ได้มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่ประเทศไทยก็หมายความว่า คุณไม่เคยมาประเทศไทยจริง ๆ" ซึ่งประโยคนี้ได้ทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาประเทศไทยเพื่อชมการแสดงสาวประเภทสอง จึงทำให้เกิดธุรกิจที่สำคัญคือ ปรากฏการณ์ของการท่องเที่ยวแบบชมการแสดงสาวประเภทสองในประเทศไทย

แม้ว่าจำนวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการแสดงสาวประเภทสองในประเทศไทยนั้นจะมีจำนวนค่อนข้างน้อยแต่เพื่อศึกษาความรู้เกี่ยวกับการแสดงสาวประเภทสองของประเทศไทยเพิ่มเติม เข้าใจถึงประสิทธิภาพมากขึ้น ผู้วิจัยจึงรวบรวมข้อมูลโดยการค้นหาเอกสาร ข่าว ฐานข้อมูล สุดท้ายนำเสนอองค์ประกอบของการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ 4 ด้าน ดังนี้

2.1.1 ประวัติของสาวประเภทสองที่ประเทศไทย

สาวประเภทสอง หรือภาษาไทยเรียกว่า กะเทย และภาษาอังกฤษคือ Ladyboy พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานปี พ.ศ. 2554 ให้ความหมายว่า คนที่มีอวัยวะเพศทั้งชายและหญิง แจ็คสัน และซัลลิแวน (Jackson & Sullivan, 1999) กล่าวว่า สาวประเภทสอง หมายถึง ชายที่แต่งตัวเป็นผู้หญิง หรือว่าผู้ชายที่ทำการต่าง ๆ ด้วยความเป็นผู้หญิง ในความคิดเห็นของผู้วิจัย สาวประเภทสองเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของการแสดงสาวประเภทสองที่ประเทศไทย นอกจากนี้

สาวประเภทสองยังเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในอุตสาหกรรมนี้ เพราะว่าคุณภาพของนักแสดงที่เน้นความบันเทิงเป็นหลักโดยไม่คำนึงถึงภาพลักษณ์ทางสังคม

มีหลักฐานการบันทึกเกี่ยวกับสาวประเภทสองในประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยอาณาจักรล้านนา ซึ่งมีการบันทึกโดย นักสำรวจหลายคนจากตะวันตกที่มีการบันทึกไว้อย่างสอดคล้องกันเกี่ยวกับสาวประเภทสอง (Peltier, 1991) เช่น นักสำรวจชาวนอร์เวย์ บ็อค (Bock, 1890) และนักเผยแพร่ศาสนาชาวอังกฤษ แฮลเลตต์ (Hallett, 1890) ได้กล่าวถึง ละครในบันทึกของพวกเขา รวมทั้ง วูด (Wood, 1965) ที่เป็นกงสุลอังกฤษประจำประเทศไทยในช่วงต้นศตวรรษที่ 20 ที่ได้อาศัยอยู่ในประเทศไทยนาน (พ.ศ. 2439–2513) โดยพักอาศัยอยู่ในกรุงเทพฯ จังหวัดเชียงราย จังหวัดน่าน จังหวัดสงขลา และจังหวัดเชียงใหม่ ได้บันทึกในหนังสือ *Consul in Paradise: Sixty-Nine Years in Siam* โดยบันทึกประสบการณ์ชีวิตในประเทศไทยและปรากฏการณ์ Pumia คำว่า Pumia หมายถึง ผู้ชายที่แต่งกายเหมือนผู้หญิงในภาคเหนือของประเทศไทย นอกจากนี้ วูด (Wood, 1965) ยังกล่าวถึงความอดทนของสังคมสยามกับพวกเขา ผู้ชายแต่งตัวเป็นผู้หญิงในเวลานั้นเป็นเรื่องปกติ Pumia ไม่ขัดขวางคนอื่น ดังนั้นคนไทยในเวลานั้นไม่เกลียดพวกเขา ซึ่งเราจะเห็นได้ว่าต้นกำเนิดทางประวัติศาสตร์ของสาวประเภทสองมีมานานแล้ว แต่ในเวลานั้นคนไทยไม่ได้เรียกคนดังกล่าวเป็นสาวประเภทสอง

เปรมปรีดา ปราโมช ณ อยุธยา (2546) ได้แบ่งสาวประเภทสองเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1) สาวประเภทสองที่เคยทำการผ่าตัดเปลี่ยนเพศ เปลี่ยนอวัยวะสืบพันธุ์เพศชายเป็นอวัยวะสืบพันธุ์เพศหญิง พวกเขาไม่จำเป็นต้องมีเพศสังคมของผู้หญิง เพียงแค่มีความหลงใหลกับความงามทางกายภาพของผู้หญิง

2) สาวประเภทสองที่ไม่เคยทำการผ่าตัดเปลี่ยนเพศ อย่างไรก็ตามความรู้สึกของการเป็นผู้หญิงก็คือพวกเขาจะใช้วิธีการต่าง ๆ ในการแสดงเอกลักษณ์หญิง เช่น การแต่งตัวเป็นผู้หญิง การแต่งหน้า ฯลฯ เมื่อมีโอกาสจะทำการผ่าตัดเปลี่ยนเพศ

3) สาวประเภทสองที่ไม่เคยทำการผ่าตัดเปลี่ยนเพศ พวกเขาปฏิเสธร่างกายของผู้หญิงแต่ใช้วิธีอื่น ๆ ในการแสดงสถานะทางสังคมของสตรี และพฤติกรรมของพวกเขาคล้ายผู้หญิง

4) สาวประเภทสองที่มีจิตสำนึกของผู้ชายหรือจิตสำนึกของการไม่ได้เป็นชายหรือหญิง เพียงเพื่อดึงดูดผู้ชาย พวกเขาชั่วคราวใส่เสื้อผ้าของผู้หญิงและส่วนมากอยู่ในตำแหน่งของชายในความสัมพันธ์ทางเพศ

5) สาวประเภทสองที่มีพฤติกรรมเป็นลำเอียงต่อผู้หญิง แต่พวกเขายังมีลักษณะของผู้ชาย ชีวิตของสาวประเภทสองปัจจุบันนี้ต้องกินหรือฉีดยาคุมและยาเสริมฮอร์โมนเพศหญิง (เทสโทสเตอโรน) และยาต้านฮอร์โมนเพศชาย เพื่อให้ผิวพรรณดูสดใสชุ่มชื้นขึ้น เรียบเนียน ยืดหยุ่น ไม่หยาบกร้าน และลดความเป็นผู้ชายให้น้อยลง และทำให้ร่างกายของพวกเขากลายเป็นผู้หญิง

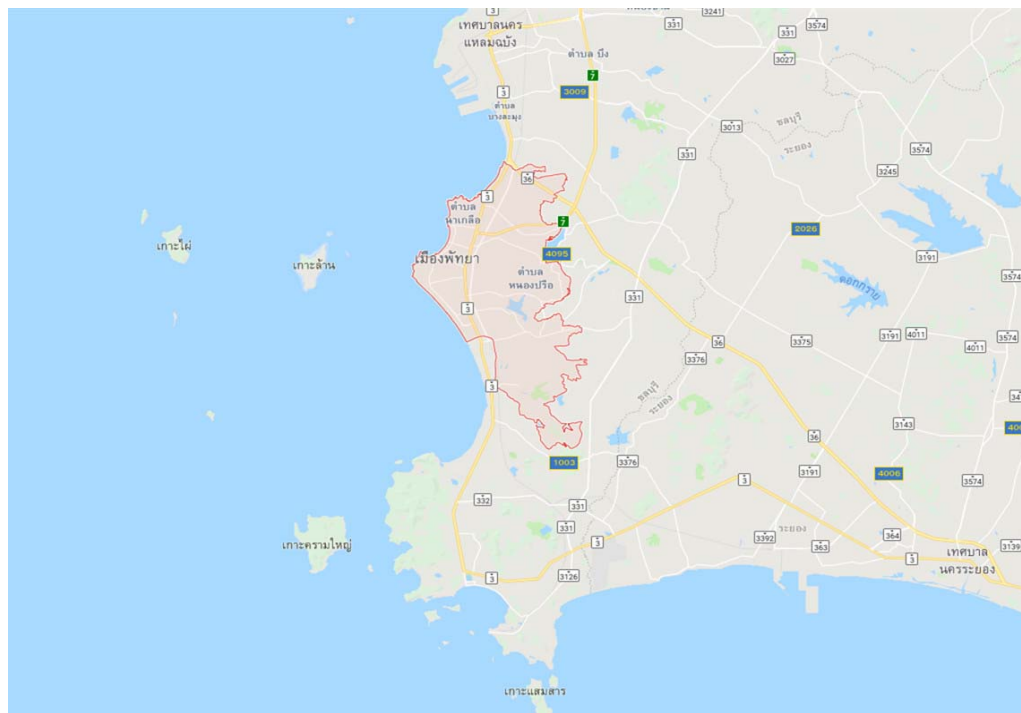
ความเชื่อที่สำคัญก็คือยี่งินฮอโรมนเพศหญิงมากเท่าใดจะช่วยให้ตนเองมีร่างกายที่เหมือนหญิงมากเท่านั้น (ธนวัฒน์ จัตตวิวัฒนา และสืบสกุล ปลอดโปร่ง, 2549) นอกจากการกินยาฮอโรมนสาวประเภทสองต้องทำศัลยกรรมบนร่างกายของตนหลายอย่าง เช่น เสริมเต้านม เหลา ลูกกระเดือก แก้ไขเสียงแหบแบบชาย เปลี่ยนเสียงให้คล้ายหญิง ทำหน้าเรียว ผ่าตัดเสริมสะโพกหรือเสริมก้น และบันไดขั้นสุดท้ายของความสวยคือ การแปลงเพศ ราคาสำหรับการผ่าตัดแปลงเพศเริ่มตั้งแต่ระดับหลายหมื่นบาทจนถึงหลักแสนขึ้นอยู่กับเทคนิคและรายละเอียดของการผ่าตัด และหลังจากผ่าตัดสาวประเภทสองก็ต้องมีค่าใช้จ่ายตลอดชีวิตเพื่อดูแลรักษาอวัยวะเพศที่ถูกสร้างใหม่อยู่เสมอ (นฤพนธ์ ด้วงวิเศษ, 2558)

ประเทศไทยดูเหมือนว่าจะมีจำนวนสาวประเภทสองเป็นจำนวนมาก มีสัดส่วนประมาณ 1 : 3,000 (Ehrlich, 1996) ถึง 1 : 180 (Winter, 2002) ปัจจุบันประชากรไทยมีจำนวนอยู่ประมาณ 68 ล้านคน ถ้าตามสัดส่วนของปี 2002 จะมีจำนวนสาวประเภทสองประมาณ 377,777 คน

ในสมัยโบราณของจีนก็มีสาวประเภทสองอยู่แล้ว อย่างน้อยก็ในสมัยราชวงศ์ถัง มีคำว่า Taijian หมายถึง ผู้ชายที่ไม่มีอวัยวะเพศ เสียงคล้ายกับผู้หญิง แต่งตัวทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลรักษาความปลอดภัยต่อจักรพรรดิ สิ่งที่น่าสนใจคือ แม้ว่า Taijian จะได้ทำหน้าที่สำคัญและใกล้ชิดกับราชสำนักแต่ในทัศนะของชาวจีนแล้ว Taijian ก็ยังคงถูกมองว่าต่ำกว่าคนปกติทั่วไป ทั้งนี้อาจเป็นด้วยว่าในทัศนะทางสังคมของชาวจีนแล้วจะให้ความสำคัญต่อเพศชายมากกว่าเพศหญิง เห็นได้จากภชาิตจีนที่ว่า ทุกคนมีเรื่องเศร้า 3 เรื่อง แต่เรื่องใหญ่ที่สุดก็คือไม่มีลูกชาย ต่อมาในช่วงการก่อตั้งประเทศจีนใหม่ Taijian ก็ลดจำนวนลงและหมดในที่สุด (Zhangdeqiang, 2000) ในเวลานี้คนจีนยอมรับสาวประเภทสองยังไม่มากนัก กฎหมายของจีนก็ยังไม่เปิดพื้นที่ให้กับสาวประเภทสอง จึงเป็นเหตุผลที่การแสดงสาวประเภทสองในเมืองไทยได้รับความนิยมอย่างมากจากนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งทั้งรูปร่างลักษณะที่สวยงาม ความชำนาญในการแสดง รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ของการแสดงเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เป็นจำนวนมาก ให้มีความต้องการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่ประเทศไทยในแต่ละปีรายได้ที่เกิดจากการแสดงเหล่านี้เข้าประเทศจำนวนมหาศาล

2.1.2 ประวัติของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ภาพที่ 2.1: แผนที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี



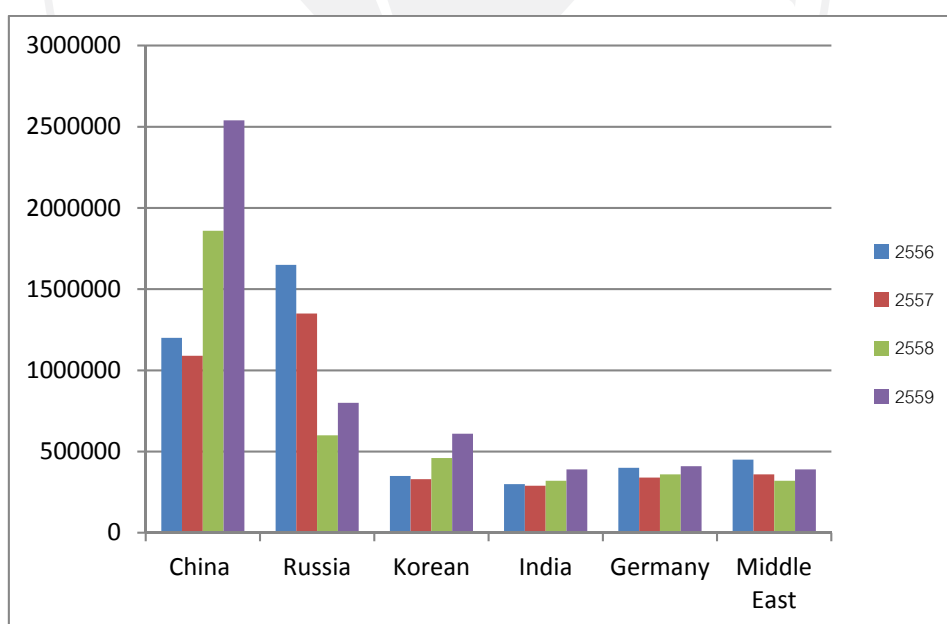
ที่มา: เมืองพัทยา. (2561). *ประวัติเมืองพัทยา*. สืบค้นจาก <http://www.pattaya.go.th/>.

จากการบันทึกในพระราชพงศาวดารพระราชหัตถเลขา เล่ม 2 ในปี 2310 เพื่อเลียงการติดตามของทหารพม่าและมาพักทัพที่ตำบลแห่งหนึ่งในแขวงเมืองชลบุรี พระยาตากสินมาแวะพักทัพอยู่ตรงบริเวณที่มีท่าเลดีและมีสมททะเลชนิดหนึ่งชื่อว่า ลมพัทธยา เป็นลมที่พัดจากทิศตะวันตกเฉียงใต้ไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ได้พัดผ่านเข้ามาที่นี่เป็นประจำทุกปีในตอนต้นฤดูฝน ชาวบ้านจึงได้เรียกสถานที่บริเวณนี้ว่า ทัพพระยา และต่อมาได้เรียกใหม่เป็น พัทยา ในที่สุด ในปี 2498 เริ่มมีทัวร์พาคนกรุงเทพฯ ไปเที่ยวที่พัทยากรวละ 30 ถึง 40 คนบ้าง จนถึงปี 2515 ความสะดวกสบายของถนนหนทางทำให้คนสามารถเดินทางไปเที่ยวโดยทางรถยนต์และการเดินทางด้วยรถโดยสารที่สถานีขนส่งสายใต้ ใช้เวลาเดินทางไปถึงพัทยาในเวลาไม่นาน ส่วนจุดเปลี่ยนอันเกิดขึ้นในช่วงสงครามเวียดนามปี 2502 กองทัพสหรัฐอเมริกาหลายพันนายได้บรรจุทหารมุ่งสู่พัทยาและขอใช้สนามบินอู่ตะเภาเป็นฐานที่มั่นประจำการเพื่อส่งกองกำลังทหารอเมริกันเข้าร่วมรบในสงครามเวียดนามผลัดกันมาพักผ่อนที่บริเวณตอนใต้ของหาดเป็นรอบรอบละ 1 สัปดาห์เป็นประจำ ต่อมา

ก็ได้เปลี่ยนสภาพจากหมู่บ้านชาวทะเลที่เจียบสงบมาเป็นสถานที่ท่องเที่ยวตากอากาศและพัฒนา
มาเป็นเมืองท่องเที่ยวขึ้นชื่อในระดับนานาชาติ เป็นที่รู้จักไปทั่วทุกมุมโลกอย่างเช่นปัจจุบัน
(เมืองพัทยา, 2561)

เมืองพัทยาคือเมืองท่องเที่ยวที่มีหาดทรายและชายทะเลชื่อเสียงทั่วโลก อยู่ห่างจาก
กรุงเทพมหานครไปทางตะวันออกเฉียงใต้ประมาณ 140 กิโลเมตร ตั้งอยู่บนฝั่งทะเลทางทิศตะวันออก
ของอ่าวไทย เมืองพัทยามีชายหาดเป็นรูปโค้งตั้งแต่หาดพัทยาเหนือจรดหาดพัทยาใต้ความยาว
ประมาณ 3 กิโลเมตร พื้นที่เมืองพัทยายังครอบคลุมไปถึงเกาะล้าน เกาะครก และเกาะสาก
ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้หลากหลายรูปแบบ และลักษณะภูมิอากาศ
ที่เหมาะสมสำหรับการพักผ่อนตากอากาศ มีแสงแดดอบอุ่นเกือบตลอดทั้งปี รวมทั้งมีสิ่งอำนวยความสะดวก
ความสะอาดครบครัน ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวและมีรูปแบบลักษณะการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป
หลายรูปแบบ ธุรกิจท่องเที่ยวของเมืองพัทยาก็ได้พัฒนาเจริญเติบโตขึ้นมาโดยตลอดจนถึงปัจจุบัน
ถือได้ว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับชาติและเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติเช่นกัน
(วนิดา วิชยประเสริฐกุล, 2541, หน้า 2)

ตารางที่ 2.1: จำนวนนักท่องเที่ยวของ 6 สัญชาติหลักที่เดินทางไปเที่ยวที่พัทยา ปี 2556–2559



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559ก). สถิตินักท่องเที่ยวของ 6 สัญชาติหลักที่เดินทางไปเที่ยวที่พัทยา ปี 2556–2559. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=232&filename=index.

จังหวัดชลบุรีเป็นเมืองที่มีชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุดเป็นอันดับสามในประเทศไทย รองจากกรุงเทพฯ และภูเก็ต ซึ่งมีอัตราการเพิ่มขึ้นสูงทุกปี โดยมีเมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูงสุด ปี 2559 เมืองพัทยามีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาถึง 16.2 ล้านคน โดยเป็นชาวไทย 35% และชาวต่างชาติ 65% มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 2.06 แสนล้านบาท โดยแบ่งเป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณ 1.25 ล้านบาท สิ่งที่น่าสนใจคือเมืองพัทยาคือแหล่งท่องเที่ยวอันดับหนึ่งที่ทำรายได้ถึง 1.98 แสนล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามากว่า 13.6 ล้านคน หรือสัดส่วนประมาณ 84% ของนักท่องเที่ยวทั้งจังหวัด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

เมืองพัทยาได้ถูกจัดอันดับอยู่ในตำแหน่ง 20 อันดับแรกของโลกที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมาเยือนมากที่สุดในช่วงระหว่างปี 2553-2555 ตามข้อมูลจัดอันดับการท่องเที่ยวโลกของ Euromonitor International ซึ่งผลจากการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเมืองพัทยาที่เพิ่มขึ้นจาก 4.43 ล้านคน ในปี 2553 เป็น 6.56 ล้านคน ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นสูงถึงร้อยละ 48.08 ทั้งนี้เมื่อพิจารณาจากข้อมูลกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเมืองพัทยามีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 74.71 โดยเฉพาะชาวรัสเซียและจีนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวรวมกันเกือบร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทั้งหมดในเมืองพัทยา ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 25.29 (รุ่งระวี วีระเวสส์, 2559)

ดังนั้น โดยสืบเนื่องมาจากนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เมืองพัทยาจึงถือได้ว่าเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีการให้บริการแบบครบวงจรสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในทุกรูปแบบพฤติกรรมกรรมการบริโภค การท่องเที่ยว และทุกระดับฐานะทางเศรษฐกิจสังคม

2.1.3 ประวัติของการแสดงสาวประเภทสองและโรงละครที่อยู่ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ศิลปะการแสดงเป็นส่วนหนึ่งของคนในสังคมต่าง ๆ ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกันออกไปตามสังคม สามารถบ่งบอกรสนิยมของคนกลุ่มนั้น ซึ่งการแสดงในปัจจุบันเห็นได้ว่ามีทั้งแบบรักษาความเป็นแบบแผนตามขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมในพื้นที่ที่ได้มีการสืบทอดกันมานาน และแบบประยุกต์การแสดงให้มีความหลากหลายในแบบสมัยใหม่ หรือร่วมสมัย ที่มีหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การเล่นละคร การร้องเพลง และการเต้น ซึ่งมีรายละเอียดการแสดงแตกต่างกันออกไป ปัจจุบันการแสดงได้รับความนิยมของคนในสังคมทั่วไป เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนคลายและสร้างความสนุกสนานบันเทิงแก่ผู้ชมที่สามารถเข้าชมได้ง่าย มีทั้งการแสดงสด และการแสดงโดยผ่านสื่อต่าง ๆ ซึ่งผู้ชมมีสิทธิเลือกชมสื่อในรูปแบบต่าง ๆ ได้

สำหรับในประเทศไทยมีคณะบาร์เร่ต์ตามเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นจำนวนมาก ได้แก่ เมืองพัทยา กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น เมืองที่มีคณะบาร์เร่ต์มากที่สุดและใหญ่ที่สุด คือ

เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีคณะบาร์เรตต์ที่มีชื่อเสียงโด่งดังมากมาย ได้แก่ ทิฟฟานี่ อัลคาซ่า มิโมซ่า โคลอสเซียม เป็นต้น คาบาร์เรตต์คณะเก่าแก่ที่สุดคือ คาบาร์เรตต์ คณะทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา ถัดไปคือ อัลคาซาร์ คาบาร์เรตต์ โชว์ พัทยา

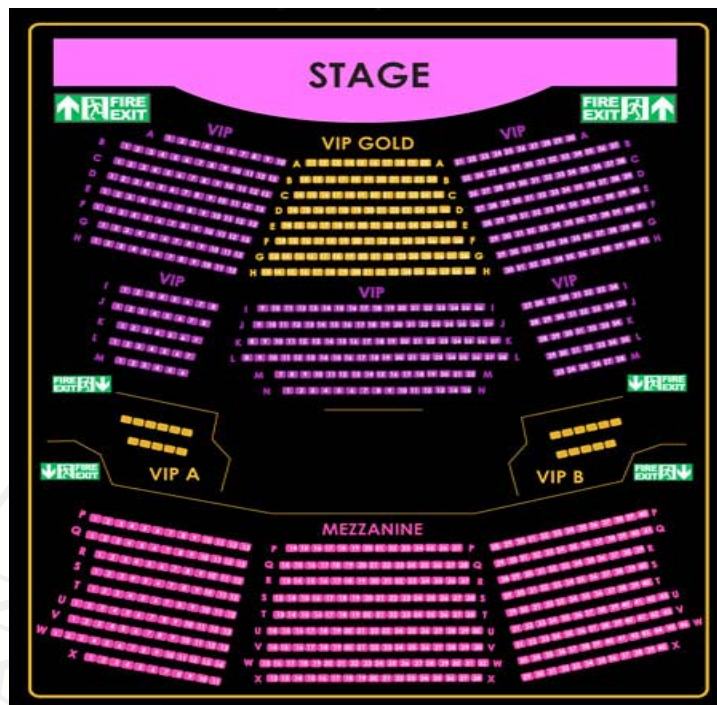
ภาพที่ 2.2: รูปภาพของโรงละครทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา



ที่มา: ทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.tiffany-show.co.th/>.

คาบาร์เรตต์ คณะทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา เกิดขึ้นในปี 2517 จากบาร์เล็ก ๆ ทั่วไปในพื้นที่พัทยาใต้ มีนักแสดงสาวประเภทสองเพียง 3 คน แสดงเลียนแบบผู้ที่มีชื่อเสียงในการร้องเพลง ทำให้เป็นที่ชื่นชอบแก่นักท่องเที่ยวยามค่ำคืนเป็นอย่างมาก และได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น ต่อมาคณะนักแสดงจึงได้ย้ายมาอยู่ที่พัทยาเหนือ และได้ก่อตั้งโรงละครที่มีฉาก แสง เสียง เครื่องแต่งกายที่สวยงาม หลังจากนั้นทำให้มีคาบาร์เรตต์คณะต่าง ๆ เกิดขึ้นอีกมากมาย และแพร่หลายไปยังเมืองต่าง ๆ การแสดงของคาบาร์เรตต์คณะทิฟฟานี่ โชว์ พัทยา เป็นการแสดงหลากหลายรูปแบบ ได้แก่ การร้องเพลง การเต้น การเล่นละคร การแสดงตลก และการแสดงนานาชาติเสนอถึงวัฒนธรรมชาติต่าง ๆ จึงทำให้มีผู้ที่สนใจเข้าชมการแสดงหลากหลายเชื้อชาติ

ภาพที่ 2.3: รูปภาพของแผนผังที่นั่ง ทิฟฟานี โชว์ พัทยา



ที่มา: ทิฟฟานี โชว์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.tiffany-show.co.th/>.

โรงละครทิฟฟานี โชว์ พัทยา จัดการประกวดมิสทิฟฟานียูนิเวิร์ส (อังกฤษ: Miss Tiffany's Universe) การประกวดมิสทิฟฟานียูนิเวิร์สเป็นการประกวดสาวประเภทสองโดย บริษัท ทิฟฟานีโชว์ พัทยา จำกัด ร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อเป็นตัวแทนประเทศไทยเข้าร่วมการประกวดสาวประเภทสองระดับโลก Miss International Queen การประกวดครั้งแรกจัดเมื่อปี 2541 การประกวดมิสทิฟฟานียูนิเวิร์สเป็นจุดเริ่มต้นของการส่งตัวแทนประเทศไทยไปประกวดเวทีต่างประเทศ อย่างมิสควีนออฟเดอะยูนิเวิร์ส จนกระทั่งปี 2547 ประเทศไทยได้จัดการประกวดสาวประเภทสองระดับโลกอย่างมิสอินเตอร์เนชั่นแนลควีนจวบจนปัจจุบัน (ทิฟฟานี โชว์ พัทยา, 2561)

ภาพที่ 2.4: รูปภาพของโรงละครอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา



ที่มา: อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/en/site/index>.

นับตั้งแต่อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา เปิดดำเนินการตั้งแต่ปี 2524 จนกระทั่งวันนี้ชื่ออัลคาซ่า ได้ยืนหยัดคู่พัทยานานานถึง 37 ปีแล้ว ทั้งนี้ อัลคาซ่าเกิดมาจากแนวความคิดของครอบครัวเพชรตระกูล ซึ่งแต่เดิมประกอบธุรกิจหลักทางด้านรับเหมาก่อสร้างในนามห้างหุ้นส่วนจำกัด สามประสิทธิ์ เริ่มแรกอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ เป็นเพียงการแสดงคาบาเร่ต์โดยทีมงานสาวประเภทสอง ายในโรงละครขนาดเล็ก มีที่นั่งชมเพียง 350 ที่นั่ง ด้วยจำนวนนักแสดงและพนักงานเพียง 100 คน

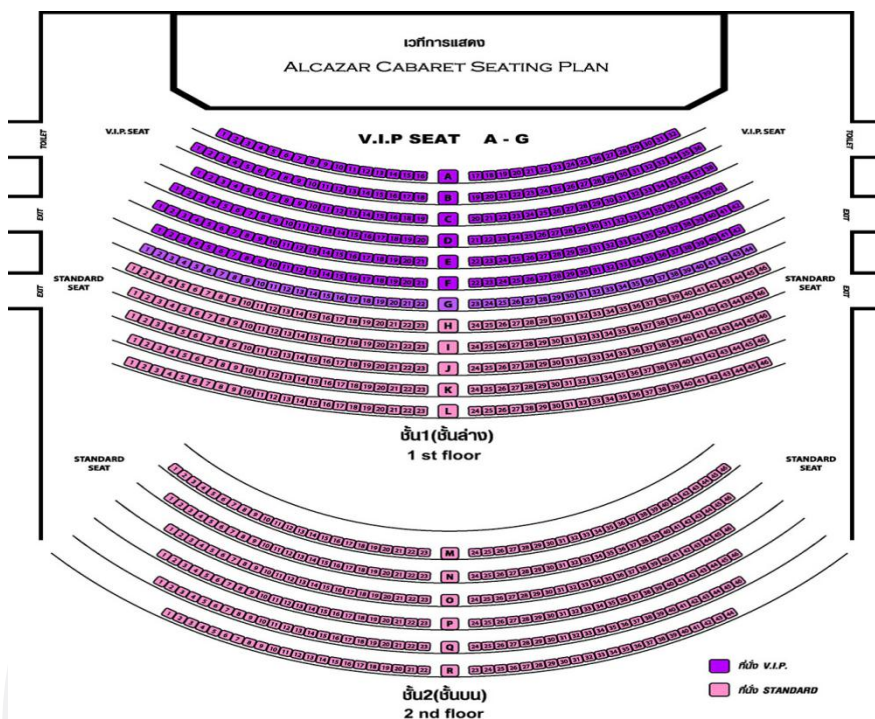
ตารางที่ 2.2: ตารางการแสดงสาวประเภสองอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา

1. The Wondrous World	10. Lola Want Love
2. Aqua Playa	11. Dance With Me
3. Ba Jang	12. Arirang Drums & Fans Dance
4. Four Legendary Regions of Siam Kingdom	13. Oppa It Just My Style (Korean Pop Dance)
5. Le Jazz Hot	14. Boogie Wonderland
6. Flowers of China	15. One Man Woman
7. Melayu Dance	16. The World Is Not Enough
8. Hello Vietnam	17. Fabulous Russia
9. Persian Dance	

ที่มา: อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/en/site/index>.

ด้วยวิสัยทัศน์อันกว้างไกลของคณะผู้บริหารที่จะรองรับความต้องการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากทุกมุมโลก และจากชื่อเสียงของอัลคาซ่าที่เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นจึงทำให้คณะผู้บริหารตัดสินใจสร้างโรงละครขนาดใหญ่หลังใหม่ขึ้นภายใต้รูปลักษณะของสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ ซึ่งจากนั้นมีผู้ชมได้กว่า 1200 คนต่อรอบการแสดง อัลคาซ่าเรียเตอร์ตกแต่งแล้วเสร็จและเปิดแสดงรอบปฐมฤกษ์เมื่อปี 2533 ด้วยระบบแสง สี เสียง ฉาก และเวทีที่สมบูรณ์แบบ ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ ได้พัฒนาทางด้านคุณภาพการแสดงอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการลงทุนด้านฉาก แสง สี เสียง เครื่องแต่งกาย ฯลฯ จนกระทั่งอัลคาซ่าเป็นที่รู้จักโดดเด่นด้วยเอกลักษณ์เฉพาะตัวของการแสดงโดยสาวประเภสองจนได้รับความนิยมอย่างกว้างขวางในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ภาพที่ 2.5: รูปภาพของแผนผังที่นั่ง อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา

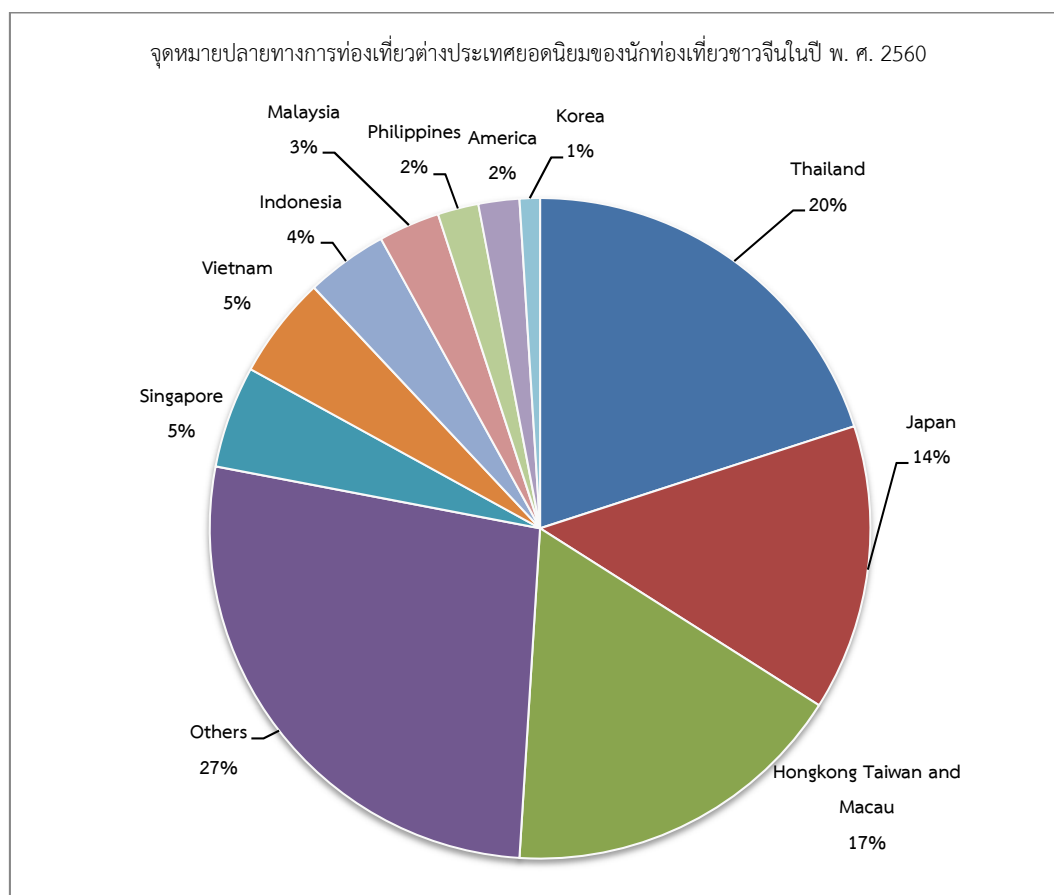


ที่มา: อัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/en/site/index>.

2.1.4 สถานการณ์ปัจจุบันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

ตามข้อมูลที่จัดพิมพ์โดยสถาบันการท่องเที่ยวประเทศจีนการจัดอันดับ “รายงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยประจำปี 2017” รายงานว่าประเทศที่เป็นนิยมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางไปต่างประเทศ ได้แก่ “ประเทศไทย” ตามมาด้วยญี่ปุ่นและเวียดนาม ดั้งจุดหมายปลายทางในเอเชียยังคงเป็นทางเลือกของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 90 สัดส่วนประเทศไทยคือ ประมาณร้อยละ 25 (China Tourism Academy, 2561)

ภาพที่ 2.6: จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวต่างประเทศยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี พ.ศ. 2560



ที่มา: China Tourism Academy. (2561). จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวต่างประเทศยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี 2017. สืบค้นจาก <http://www.ctaweb.org/html/2018-2/2018-2-26-11-57-78366.html>.

จากรายงานผลการวิจัยของสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2558 โดยการชมการแสดงโชว์สาวประเภทสองที่ประเทศไทยเป็นหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นิยมที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะในกรุงเทพฯ พัทยา และภูเก็ต ในเวลาเดียวกัน เว็บไซต์ Sohu News (2558) ของประเทศจีนได้เผยแพร่องค์ประกอบสิบอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจมากที่สุดของประเทศไทย ดังแสดงในตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3: องค์ประกอบสิบอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจมากที่สุดของประเทศไทย

องค์ประกอบสิบอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจมากที่สุดของประเทศไทย
1. อาหารไทย
2. การแสดงโชว์สาวประเภทสอง
3. ช้าง
4. วัด
5. มวยไทย
6. ละครโทรทัศน์/ ดารา
7. การท่องเที่ยวไทย
8. คนไทย
9. สินค้าไทย
10. ภาษาไทย

ที่มา: Sohu News. (2558). องค์ประกอบสิบอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจมากที่สุดของประเทศไทย. สืบค้นจาก http://www.sohu.com/a/15344564_176241.

ในงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจะใช้โรงละคร 2 ที่ที่อยู่ในเมืองพัทยาเป็นแหล่งในเก็บสถิติข้อมูล ได้แก่ ทิฟฟานี โชว์ พัทยา และอัลคาซาร์ คาบาเร่ต์ โชว์ พัทยา ใช้สถิติข้อมูลนี้วัดแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่ประเทศไทย จึงทำให้การแสดงสาวประเภทสองสามารถสร้างรายได้ให้ประเทศเป็นจำนวนมาก

2.2 แนวความคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

เพื่อให้เกิดความเข้าใจต่อความหมายของการท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้กำหนดความหมายไว้ดังนี้ คอลทแมน (Coltman, 1989) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นเหตุฉุกเฉินที่ส่งผลต่อผลตอบแทนของนักท่องเที่ยวต่อหน่วยงานของรัฐในชุมชนท่องเที่ยวและผู้คนในพื้นที่ท่องเที่ยว มิล (Mill, 1990) ให้ความหมายการท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวและเป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแง่ของการบริการการท่องเที่ยวความพึงพอใจ ฯลฯ

สวอร์บรูค และฮอร์เนอร์ (Swarbrooke & Horner, 1999) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนไหวยาระยะสั้นของผู้คนไปยังสถานที่ห่างไกลจากสถานที่ปกติของพวกเขาของกิจกรรมที่นันทนาการ มันท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการเดินทางเพื่อธุรกิจ การเดินทางเพื่อการศึกษา หรือ ศาสนา ฯลฯ

เดวิดสัน (Davidson, 1993) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางชั่วคราวหรือระยะสั้นจากที่บ้านไปเยี่ยมเยียนญาติ เพื่อน หรือเดินทางเพื่อจุดประสงค์อื่น ๆ เช่น การเข้าร่วมการประชุม หรือการสัมมนา ฯลฯ

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งในกิจกรรมสันทนาการ มันทูกสร้างขึ้นในช่วงเวลาว่างกระบวนกรการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเดินทางจากที่หนึ่ง (ที่อยู่อาศัย) ไปสถานที่ที่อื่น (สถานที่ท่องเที่ยว) เพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสภาพแวดล้อมสำหรับความต้องการตัวเอง

รัชพร จันทร์สว่าง (2546) ให้ความหมายของการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหว การโยกย้ายของการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราวเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่ไม่ใช่เพื่อการหารายได้

นอกจากนี้ สมชาติ อุอ้าน (2552) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีวิวัฒนาการมาจากการเดินทางของมนุษย์ หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลินพักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ

- 1) ต้องเดินทางจากที่อยู่อาศัยไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่จะไปเยี่ยมเยียน
- 3) ต้องมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทางไม่ใช่การหางานหรือการใช้ชีวิตอย่างถาวร แต่เพื่อการพักผ่อนการเยี่ยมชมสถานที่ที่มีวัฒนธรรม ความรู้ ทางประวัติศาสตร์ หรือศาสนาเพื่อการวิจัยที่น่าสนใจ

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปอีกที่หนึ่งเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมเพื่อความบันเทิง พักผ่อนหย่อนใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง สัมผัสกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมแปลกใหม่ ขยายขอบเขตอันไกลโพ้นของพวกเขา ปลดปล่อยความรู้สึกของตนเอง ตอบสนองความต้องการของตนเองและสร้างความสุขให้กับตัวเอง เป็นการเดินทางที่ไม่มีรายได้ระหว่างการเดินทางเข้ามาเกี่ยวข้อง อาจไปประชุมหรือไปติดต่อทางธุรกิจ ไปดูการแข่งขันกีฬาต่าง ๆ ไปเพื่อด้านศาสนา ไปเยี่ยมญาติ ก็นับได้ว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

2.2.2 องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการทางสังคมและเศรษฐกิจที่มีองค์ประกอบดังนี้ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2540)

1) แหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่สำคัญจัดเป็นอุปทานการท่องเที่ยว ซึ่ง ปีเตอร์ (Peter, 1969 อ้างใน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545) ได้จัดหมวดหมู่ของแหล่งท่องเที่ยวเป็น 4 ประเภท ดังนี้คือ

1.1) แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Culture Attractions) เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งแสดงออกถึงประเพณีต่าง ๆ (Traditional Attractions)

1.2) แหล่งท่องเที่ยวตามสภาพธรรมชาติ (Scenic Attractions) ซึ่งแสดงถึงความงดงามในรูปแบบต่าง ๆ ของภูมิประเทศ

1.3) แหล่งท่องเที่ยวประเภทที่ให้ความบันเทิง (Entertainment Attractions)

1.4) แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่มีลักษณะเฉพาะตัว (Specific Attractions)

ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2545) ได้จำแนกแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท คือ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ โบราณคดี และแหล่งท่องเที่ยวศิลปวัฒนธรรม ส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่ให้ความบันเทิงนั้นจัดเป็นส่วนหนึ่งในสถานบริการนักท่องเที่ยว

ส่วนรูปแบบโรงละคร มีที่นั่งผู้ชมคล้ายกับโรงภาพยนตร์ มีเวทีขนาดใหญ่ เครื่องแต่งกาย ฉาก แสง สี เสียง เต็มรูปแบบ ฉากสามารถเปลี่ยนได้ ใช้นักแสดงเป็นจำนวนมาก ทำเดินมีทั้งรวดเร็ว แข็งแรง และสวยงาม อ่อนช้อยตามรูปแบบของการแสดง

2) บริการการท่องเที่ยว บริการที่รับรองการท่องเที่ยวเป็นอุปทานประเภทหนึ่ง ซึ่งไม่ได้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวแต่เป็นบริการที่รองรับความสะดวกสบายและความบันเทิงแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งในบางโอกาสอาจเป็นตัวดึงดูดใจได้เช่นกัน การบริการการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ที่พัก อาหาร แหล่งจำหน่ายสินค้า แหล่งบันเทิง แหล่งกิจกรรมและบริการอื่น ๆ ทั้งนี้ รวมถึงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นอื่น ๆ ด้วย

3) ตลาดการท่องเที่ยว ตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของอุปสงค์ (Tourism Demand) ซึ่งมีความปรารถนาในการท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง เพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมการพักผ่อนหย่อนใจ และเพื่อกิจกรรมอื่น ๆ (ปกติตลาดการท่องเที่ยวจะเน้นที่นักท่องเที่ยว) ซึ่งในกระบวนการจัดการได้รวมถึงการส่งเสริมและพัฒนากิจการขายและการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย

วรรณ วรชวานิช (2546) ได้เสนอองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ 7 องค์ประกอบ ได้แก่ นักท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจด้านสินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ข้อมูลข่าวสารและบริการ ความปลอดภัยและการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวและการต้อนรับนักท่องเที่ยว

แมคอินทอช และโกลด์เนอร์ (McIntosh & Goeldner, 1986) กล่าวถึงองค์ประกอบ การท่องเที่ยวมี 4 ประการ ได้แก่ นักท่องเที่ยว ธุรกิจที่จำหน่ายสินค้าและให้บริการต่าง ๆ สำหรับ นักท่องเที่ยว หน่วยงานราชการในประเทศหรือท้องถิ่น ตัวชุมชน หรือประชาชนในประเทศนั้น ๆ

วินิจ วีรยางกูร (2532) ได้เสนอองค์ประกอบการท่องเที่ยวไว้ว่ามีองค์ประกอบ 3 ประการ ได้แก่ สามารถสร้างความดึงดูดใจนักท่องเที่ยวจากทรัพยากรการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงจุดท่องเที่ยว

ไพค์ (Pike, 2008) ได้กล่าวไว้ว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) ความสามารถในการเข้าถึง (Accessibility) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) กิจกรรม (Activities) การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว (Ancillary Service)

สุรีย์ บุญญานุพงศ์ (2539) กล่าวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยว หมายถึง ธุรกิจ และการบริการสิ่งอำนวยความสะดวกทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ได้แก่ องค์ประกอบ 8 ประการ คือ

- 1) ที่พัก
- 2) ร้านอาหารและภัตตาคาร
- 3) บริการนำเที่ยว
- 4) ร้านขายของที่ระลึก
- 5) ความปลอดภัย
- 6) การเผยแพร่และการโฆษณา
- 7) การคมนาคมขนส่ง
- 8) สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการท่องเที่ยว

จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเป็นที่สำคัญในประเทศไทย ระบบการจัดการ การท่องเที่ยวที่จะทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จอันเนื่องมาจากระบบการจัดการที่ดีสำคัญมาก องค์ประกอบทางการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ได้แก่ ที่พัก ร้านอาหาร การอำนวยความสะดวก ร้านขายของที่ระลึก การดูแลรักษาความปลอดภัย การเข้าถึง ไปยังสถานที่นั้น ๆ รวมไปถึงบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ เป็นต้น การแสดงสาวประเภทสองเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มีความนิยมมากใน การท่องเที่ยว ซึ่งทำการวิจัยครั้งนี้สามารถพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์มากที่สุด ให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ และทำให้การท่องเที่ยวเกิดการเจริญเติบโต

2.2.3 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่หารายได้อันดับหนึ่งเมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่น ๆ การท่องเที่ยวช่วยย้อมมีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ส่งผลกระทบต่อสังคม เกิดรายได้ในชุมชน เกิดอาชีพในท้องถิ่น

สมบัติ กาญจนกิจ (2544) กล่าวถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1) การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจดังต่อไปนี้

- 1.1) ก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต
- 1.2) ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น
- 1.3) การจ้างงานและการสร้างอาชีพ กระจายโอกาสการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นมากยิ่งขึ้นทั้งทางตรง
- 1.4) ช่วยเกิดการกระจายรายได้มากยิ่งขึ้น
- 1.5) ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ ให้การชำระเงินสะดวกอย่างรวดเร็ว
- 1.6) เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศช่วยลดการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ

2) ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศ

- 2.1) ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา
- 2.2) สร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น
- 2.3) ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น
- 2.4) สร้างสันติภาพและความสามัคคีแห่งมวลมนุษย
- 2.5) ปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพของคนไทยในท้องถิ่น
- 2.6) กระตุ้นให้มีการคิดค้นนาทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ระลึก และจำหน่าย
- 2.7) ความสะดวกสบายจากกิจการสาธารณูปโภค สาธารณูปการที่รัฐจัดทำขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวคนในท้องถิ่นย่อมได้รับประโยชน์จากกิจการน้ำประปา ไฟฟ้า โทรศัพท์ และอื่น ๆ
- 2.8) ทำให้เกิดความต้องการที่จะค้นคว้าอนุรักษ์และฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติเหล่านี้ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสมย้อมส่งผลดีแก่สภาพความเป็นอยู่ที่สะดวกสบายในท้องถิ่นได้ทั้งสิ้น รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของชาติเอาไว้ได้

จากความสำคัญของการท่องเที่ยวอื่น ๆ โดยภาพรวมผู้วิจัยสรุปได้ว่า ตลาดการท่องเที่ยวจะมีความต้องการของนักท่องเที่ยว สามารถสร้างอาชีพให้กับคนในท้องถิ่น สร้างรายได้ให้แก่ตนเอง

ครอบครัว และมีส่วนช่วยในการปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพของคนไทยในท้องถิ่น การพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าไปพร้อมกัน

2.3 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

สันทัด เสริมศรี (2539) ได้กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง การศึกษาถึงขนาดหรือจำนวนของคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคม ภูมิภาค และระดับโลก รวมทั้งศึกษาถึงโครงสร้าง การกระจายตัว และการเปลี่ยนแปลงโดยทั่วไปของประชากร

พรทิพย์ วรภิกโกคาทร (2529) กล่าวว่า ประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะของแต่ละบุคคลจะแตกต่างกันไปโดยความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์มีผลให้มีอิทธิพลต่อการสื่อสาร

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2550) ได้เสนอว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ รายได้

วชิรวัชร งามละม่อม (2558) ได้กล่าวว่า ลักษณะทางด้านประชากรศาสตร์ถือเป็นความหลากหลายและแตกต่างเกี่ยวกับบุคคล เช่น เพศ อายุ สถานภาพ ลักษณะโครงสร้างของร่างกาย ความอาวุโสในการทำงาน เป็นต้น โดยจะแสดงถึงความเป็นมาของแต่ละบุคคลจากอดีตถึงปัจจุบัน ซึ่งความแตกต่างและหลากหลายของบุคคลนี้สามารถบ่งชี้ลักษณะพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน การตัดสินใจที่แตกต่างกันที่มีสาเหตุมาจากความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์หรือความเป็นมาของบุคคลนั่นเอง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (Demographic) ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพ รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา องค์ประกอบเหล่านี้เป็นเกณฑ์ที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นสิ่งที่สำคัญและสถิติที่วัดได้ของประชากรที่จะสามารถช่วยกำหนดตลาดของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ง่ายต่อการวัดมากกว่าตัวแปรทางด้านอื่น ๆ ดังนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญญา ลักษิตานนท์, อองอาจ ปทะวานิช และจิระวัฒน์ อนุชานนท์, 2552)

1) อายุ (Age) เป็นคุณลักษณะทางประชากรอีกลักษณะหนึ่งที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตามระยะเวลาของการมีชีวิตอยู่หรือตามวัยของบุคคล เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความแตกต่างกันในเรื่องของความคิดและพฤติกรรมคนที่อายุน้อยมักจะมีความคิดเสรีนิยมยึดถืออุดมการณ์และมองโลกในแง่ดีมากกว่าคนที่อายุมาก ในขณะที่คนที่อายุมากมักจะมีความคิดที่อนุรักษ์นิยมยึดถือการปฏิบัติระมัดระวัง มองโลกในแง่ร้ายกว่าคนที่อายุน้อย เนื่องจากผ่านประสบการณ์ชีวิตที่แตกต่างกัน ลักษณะการใช้สื่อมวลชนก็ต่างกัน คนที่มีอายุมากมักจะใช้สื่อเพื่อแสวงหาข่าวสารหนัก ๆ มากกว่าความบันเทิง

2) เพศ (Sex) เป็นคุณลักษณะทางประชากรที่บุคคลได้รับมาแต่กำเนิดในประชากรกลุ่มใด ๆ ก็ตามความแตกต่างทางเพศทำให้บุคคลมีพฤติกรรมของการติดต่อสื่อสารต่างกันคือ เพศหญิงมีแนวโน้มมีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารมากกว่าเพศชาย ในขณะที่เพศชายไม่ได้มีความต้องการที่จะส่งและรับข่าวสารเพียงอย่างเดียวเท่านั้นแต่มีความต้องการที่จะสร้างความสัมพันธ์อันดีให้เกิดขึ้นจากการรับและส่งข่าวสารนั้นด้วย (Will, Goldwater & Yates, 1980, p. 87 อ้างใน ประมว สตะเวทิน, 2533, หน้า 112) นอกจากนี้ เพศหญิงและเพศชายมีความแตกต่างกันอย่างมากในเรื่องความคิด ค่านิยม และทัศนคติ ทั้งนี้เพราะวัฒนธรรมและสังคมกำหนดบทบาทและกิจกรรมของคนสองเพศไว้ต่างกัน

3) สถานภาพการสมรส (Marital Status) หมายถึง ลักษณะของครอบครัวนับว่าเป็นเป้าหมายที่สำคัญของการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดมาโดยตลอด และมีความสำคัญอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวข้องกับหน่วยของผู้บริโภค นักการตลาดจะสนใจจำนวนและลักษณะของบุคคลในครัวเรือนที่ใช้สินค้าใดสินค้าหนึ่งรวมถึงยังใส่ใจในการพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์และโครงสร้างด้านสื่อที่เกี่ยวข้องกับผู้ที่เป็นคนตัดสินใจในครอบครัวเพื่อที่จะช่วยทำให้พัฒนากลยุทธ์การตลาดได้อย่างเหมาะสม

4) รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นปัจจัยที่ทำให้คนมีความคิด ค่านิยม ทัศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน ปัญหาสำคัญของการแบ่งส่วนการตลาดโดยยึดถือเกณฑ์รายได้เพียงอย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็นตัวชี้วัดความสามารถของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าหรือไม่มีความสามารถในการซื้อสินค้า ในขณะเดียวกันการเลือกซื้อสินค้าแท้ที่จริงแล้วอาจใช้เกณฑ์ รูปแบบการดำรงชีวิต รสนิยม อาชีพ การศึกษา ฯลฯ เป็นตัวกำหนดเป้าหมายได้เช่นกัน ซึ่งในความเป็นจริงแล้วการเดินทางมาเที่ยวอาจจะมาจากรูปแบบของการดำรงชีวิต อาชีพ การศึกษา รสนิยมส่วนตัว เป็นต้น ผู้วิจัยส่วนใหญ่จึงมักใช้ตัวแปรด้านรายได้ร่วมกับตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ตัวอื่น ๆ เพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น กลุ่มรายได้ อาจเกี่ยวข้องกับเกณฑ์อายุและอาชีพพร้อมกัน เป็นต้น

ดังนั้น ลักษณะของประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันจะมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของแต่ละคน ซึ่งงานวิจัยครั้งนี้ได้ทำการวิจัยค้นคว้าในครั้งนี้โดยนำแนวคิดเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มาใช้ในการวิเคราะห์หาความแตกต่างของลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ทำให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเพื่อตอบสนองได้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง

2.4 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

2.4.1 ความหมายของแรงจูงใจ

ลาวดอน และบิททา (Loundon & Bitta, 1993) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นแรงผลักดันที่แท้จริง ไม่สามารถสังเกตได้ มีผลต่อทิศทางของพฤติกรรมของมนุษย์ และสามารถควบคุมพฤติกรรม การตอบสนองของมนุษย์

ชิฟแมน และคานัค (Schiffman & Kanuk, 1994) ชี้ให้เห็นว่า แรงจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนที่มีมากและรุนแรง สามารถจะกระตุ้นพฤติกรรมแต่ละอย่างออกมาได้ และยังลดสภาวะความเครียดที่มีอยู่ภายในร่างกายมนุษย์ได้

โมเวนส์ และไมเนอร์ (Mowen & Minor, 1998) ได้กำหนดว่า แรงจูงใจเป็นสิ่งภายในของมนุษย์ชาติเมื่อมีแรงกระตุ้นด้วยสิ่งเร้าต่าง ๆ มันจะผลักดันพฤติกรรมของมนุษย์ไปสู่เป้าหมาย แรงจูงใจส่วนใหญ่ประกอบด้วย แรงขับ (Drives) แรงกระตุ้น (Urges) ความปรารถนา (Wishes) และความอยาก (Desires)

โซดโรว และริคเบาท์ (Sdorow & Rickabaugh, 2006) กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นกระบวนการเมื่อบุคคลอยู่ภายใต้การกระตุ้นต่าง ๆ แรงจูงใจและการกระทำจะถูกสร้างขึ้นเพื่อให้บรรลุเป้าหมายของเขา

วอลเตอร์ (Walters, 1978) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคลต้องกระทำหรือเคลื่อนไหวหรือมีพฤติกรรมในลักษณะที่มีเป้าหมาย กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ แรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง

เสรี วงษ์มณฑา (2542, หน้า 58) ให้ความหมายแรงจูงใจ หมายถึง พลังกระตุ้นภายในของแต่ละบุคคลซึ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการปฏิบัติ

กล่าวโดยสรุป แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะบางอย่างภายในตัวบุคคลที่ได้รับการกระตุ้นจากภายในและภายนอกเพื่อให้เกิดการกระทำหรือพฤติกรรมบางอย่างในลักษณะที่มีเป้าหมาย หรือแรงจูงใจเป็นสิ่งหนึ่งที่จะช่วยให้บุคคลแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ตามที่ตนต้องการ คนที่มีแรงจูงใจสูงจะใช้ความพยายามในการกระทำไปสู่เป้าหมายโดยไม่ลดละ แต่คนที่มีแรงจูงใจต่ำจะไม่แสดงพฤติกรรมหรืออาจจะล้มเลิกการกระทำก่อนบรรลุเป้าหมาย

2.4.2 ลักษณะของแรงจูงใจ

แรงจูงใจของมนุษย์มีมากมายหลายอย่าง ไวท์ (White, 1959) กล่าวว่า แรงจูงใจประกอบด้วยลักษณะ 2 ด้าน คือ แรงจูงใจภายในและแรงจูงใจภายนอก โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motives) หมายถึง สิ่งผลักดันจากภายในตัวและเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรมโดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมจากภายนอกบุคคลซึ่งอาจจะเป็น เจตคติ ความคิด ความสนใจ ความตั้งใจ การมองเห็นคุณค่า ความพอใจ ความต้องการ ฯลฯ

สิ่งต่าง ๆ

2) แรงจูงใจภายนอก (Extrinsic Motives) หมายถึง สิ่งผลักดันภายนอกตัวบุคคลที่มากระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม อาจจะเป็นการได้รับรางวัล เกียรติยศชื่อเสียง คำชม หรือยกย่อง แรงจูงใจนี้ไม่คงทนถาวร บุคคลแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองสิ่งจูงใจดังกล่าวเฉพาะกรณีที่ต้องการสิ่งตอบแทนเท่านั้น

2.4.3 ทฤษฎีแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

มาร์เทสัน และวอลล์ (Mathieson & Wall, 1982) กล่าวว่า แรงจูงใจทางการท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ห่างจากชีวิตประจำวัน รวมไปถึง การเยี่ยมญาติหรือเพื่อน ๆ

ซูสิทธ์ ชูชาติ (2538) ได้กล่าวถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวไว้ว่า เป็นสิ่งดึงดูดใจที่เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวมีประสาทสัมผัสที่ดีเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้ในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบกับในปัจจุบันมีความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี ได้พัฒนาให้เกิดความก้าวหน้าทางการขนส่ง การสื่อสาร สื่อมวลชน และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง สิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยให้นักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้และต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น

ทฤษฎีความต้องการของ มาสโลว์ (Maslow, 1943) เป็นหนึ่งในทฤษฎีแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดในโลก มาสโลว์ (Maslow, 1943) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจเป็นพลังที่แท้จริงของการเจริญเติบโตและการพัฒนาของมนุษย์ สัจชาตญาณของแรงจูงใจนั้นประกอบด้วยความต้องการหลากหลายประเภท ดังนั้นความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้น ซึ่งจะสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการของ มาสโลว์ (Maslow, 1943) มีลักษณะเป็นลำดับขั้นตามสมมติฐาน 3 ด้าน และความต้องการของมนุษย์ 5 ด้าน ดังต่อไปนี้

1) มนุษย์เป็นสิ่งมีชีวิตที่มีความต้องการอยู่เสมอและไม่มีวันสิ้นสุดและมากขึ้นเรื่อย ๆ สิ่งที่มนุษย์ต้องการขึ้นอยู่กับสิ่งที่เขาได้รับหรือมีอยู่แล้ว เมื่อความต้องการอย่างใดอย่างหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วก็ยังมีความต้องการนั้นต่อไป เช่น ความต้องการในปัจจุบันที่จำเป็นในการดำรงชีวิต เป็นต้น

ภาพที่ 2.7: ระดับของความต้องการตามทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์



ที่มา: ชิวานันท์ วุฒิพันธ์. (2550). ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการโรงแรมประเภทเต็นท์ กรณีศึกษาเขาเขี้ยว เอส ตา เต้ รีสอร์ท จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยดุสิตธานี.

2) สามารถจัดลำดับความต้องการเหล่านั้นตามความสำคัญได้เป็นขั้นๆ (Hierarchy of Needs) จากความต้องการขั้นพื้นฐาน (เช่น อาหารและที่อยู่อาศัย) ไปจนถึงความต้องการที่มีระดับซับซ้อน นั่นก็คือการสำนึกในตนเอง

3) ความต้องการของมนุษย์มีลักษณะเป็นลำดับขั้นจากระดับต่ำสุดไปยังระดับสูงสุด เมื่อความต้องการในระดับหนึ่งได้รับการตอบสนองแล้วมนุษย์ก็จะมีความต้องการอื่นในระดับที่สูงขึ้นต่อไป นี่เป็นแรงผลักดันให้มนุษย์ดำเนินการต่อไป

ทฤษฎีความต้องการของ มาสโลว์ (Maslow, 1943) กล่าวว่า ระดับขั้นของความต้องการได้แบ่งและอธิบายตามระดับความสำคัญ ได้แก่ ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการทางสังคม (Belonging/ Social

Needs) ความต้องการการยกย่องและนับถือ (Esteem Needs) ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดของชีวิต (Self-Actualization Needs) จากระดับต่ำหรือระดับล่างไปถึงระดับสูง (ดูภาพที่ 2.7) ความหมายของข้อกำหนดในแต่ละระดับจะเป็นดังนี้

1) ความต้องการทางร่างกาย (Physiological Needs) เป็นความต้องการในสิ่งจำเป็นต่อร่างกาย เพื่อความอยู่รอด เช่น ต้องการน้ำดื่ม อาหารให้อิ่มท้อง เครื่องนุ่งห่มเพื่อป้องกันความอบอุ่นหนาวและอุจาดตา ที่อยู่อาศัยเพื่อป้องกันแดด ฝน ลม อากาศร้อน หนาว และสัตว์ร้าย ยารักษาโรคภัยไข้เจ็บ การพักผ่อน หรือความต้องการทางเพศ เหล่านี้เป็นความต้องการขั้นพื้นฐานของบุคคล และเป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุดของการดำรงชีวิต เมื่อไม่ได้รับการตอบสนองความต้องการ ชีวิตก็จะดำรงอยู่ไม่ได้

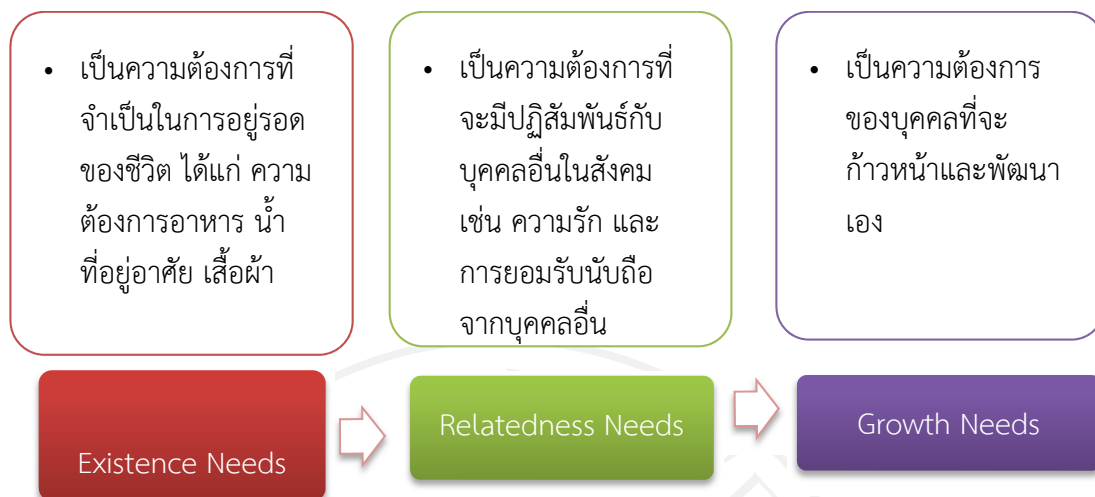
2) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) หลังจากที่มีมนุษย์บรรลุความต้องการทางร่างกาย ทำให้ชีวิตสามารถดำรงอยู่ในขั้นแรกแล้ว เมื่อมนุษย์สามารถตอบสนองความต้องการทางร่างกายได้แล้ว มนุษย์ก็จะเพิ่มความต้องการในระดับที่สูงขึ้นไป ได้แก่ ความต้องการความปลอดภัยด้านชีวิตและทรัพย์สิน ความต้องการความมั่นคงในชีวิตและหน้าที่การงาน เช่น ได้รับความปลอดภัยจากอุบัติเหตุ อาชญากรรม รวมถึงอันตรายต่าง ๆ จากการบริโภคและการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นคงต่อการทำงาน และสังคมเป็นระเบียบ

3) ความต้องการทางสังคม (Belonging/ Social Needs) เป็นความต้องการที่เกิดขึ้นหลังจากการที่มีชีวิตอยู่รอดแล้ว มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแล้ว มนุษย์จะเริ่มมองหาความต้องการทางสังคม ความต้องการทางสังคมเป็นความต้องการส่วนหนึ่งของสังคม ซึ่งเป็นธรรมชาติอย่างหนึ่งของมนุษย์ เช่น ความต้องการให้และได้รับซึ่งความรัก ความเป็นมิตร ความชื่นชมจากเพื่อนร่วมงานและ ความต้องการเป็นส่วนหนึ่งของหมู่คณะ เป็นต้น

4) ความต้องการการยกย่องและนับถือ (Esteem Needs) หรือ ความภาคภูมิใจในตนเอง เป็นความต้องการอีกขั้นหนึ่งหลังจากได้รับความต้องการทางร่างกาย ความปลอดภัย ทางสังคม แล้วจะต้องการได้รับการยกย่อง นับถือ และสถานะจากสังคม เช่น ความต้องการได้มีชื่อเสียง ความเคารพนับถือ ความรู้ ความสำเร็จ ความสามารถ มีฐานะ อยู่กับความหรูหรา มีความอิสระ และเสรีภาพ รวมถึงการยอมรับนับถือจากผู้คนในสังคม เป็นต้น

5) ความต้องการได้รับความสำเร็จสูงสุดของชีวิต (Self-Actualization Needs) เป็นความต้องการขั้นสุดท้ายและความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ได้รับการปฏิบัติตามตนเองและตระหนักถึงศักยภาพที่แท้จริงของแต่ละบุคคล เช่น ความต้องการที่จะทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ ความต้องการทำทุกอย่างเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เป็นต้น

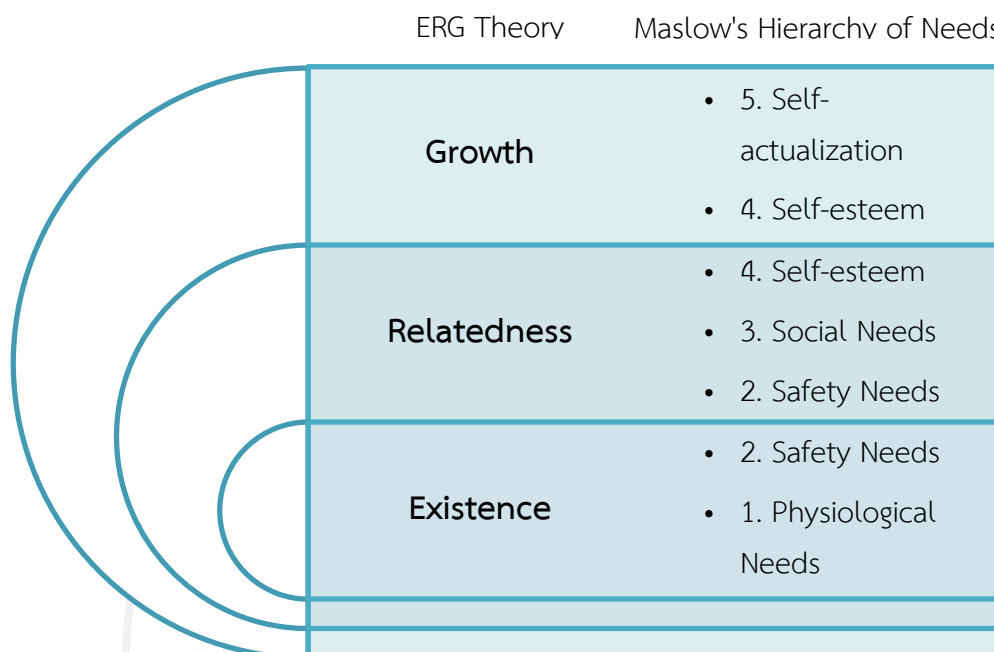
ภาพที่ 2.8: ERG Needs Model



ที่มา: Alderfer, C. (1969). *ERG needs model*. Retrieved from http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1179&pageid=4&read=true&count=true.

แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer, 1969) ได้ศึกษาการวิจัยภาคปฏิบัติตามทฤษฎีความต้องการของ มาสโลว์ (Maslow, 1943) และได้เสนอโมเดลที่เรียกว่า ERG Needs Model ประกอบด้วย ความต้องการในการที่จะดำรงอยู่ (Existence Needs) ความต้องการในการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น (Relatedness Needs) ความต้องการที่จะเจริญเติบโตก้าวหน้า (Growth Needs) ดังภาพที่ 2.9

ภาพที่ 2.9: เปรียบเทียบความคล้ายคลึงกันของ ERG Needs Model และ Maslow's Hierarchy of Needs



โดย แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer, 1969) ยังคงมองว่าเมื่อแต่ละลำดับชั้นได้รับการเติมเต็มจนพอใจแล้วก็จะมีการพัฒนาไปยังลำดับชั้นต่อไป นั่นก็คือ พัฒนาจาก Existence -> Relatedness -> Growth นั่นเอง แต่ความแตกต่างของแนวคิดของแอลเดอร์เฟอร์กับมาสโลว์ที่สำคัญคือ

1) มาสโลว์ (Maslow, 1943) เชื่อว่าระดับชั้นของความต้องการเป็นเหมือนโครงสร้างของขั้นบันได หากความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองอย่างเต็มที่ก็จะเพิ่มความต้องการระดับสูงต่อไปจนกว่าจะได้รับการตอบสนอง เมื่อระดับความต้องการของมนุษย์บางอย่างยังไม่เพียงพอ มนุษย์ก็จะอยู่ในระดับความต้องการขั้นนั้นจนกว่าจะรับการตอบสนองครบ แต่ แอลเดอร์เฟอร์ (Alderfer, 1969) กล่าวว่า ความต้องการในแต่ละลำดับชั้นตาม ERG Theory นั้นสามารถเกิดขึ้นได้โดยไม่ต้องเรียงลำดับและสามารถเกิดขึ้นพร้อม ๆ กันได้มากกว่าหนึ่งชั้น เช่น บางคนแม้จะยังมีความต้องการในเรื่องของปัจจัย 4 ยังไม่ครบแต่กลับมีความต้องการด้านการเติบโตอยู่มากได้

2) หากความต้องการไม่มีการตอบสนองอย่างเต็มที่ บางคนจะเกิดความสับสน (Frustration) แล้วก็จะหันกลับไปมีความต้องการที่มีลำดับชั้นต่ำกว่าแทน เช่น หากไม่ได้รับการตอบสนองในส่วนของการเจริญเติบโต (Growth) อย่างเพียงพอ ก็จะหันไปมีความต้องการในการได้รับการยอมรับนับถือจากคนอื่น การได้มีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น (Relatedness) แทน

“ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางเพื่ออธิบายพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการท่องเที่ยว” (Crompton, 1979 และ Uysal & Hagen, 1993 อ้างใน Chan & Baum, 2007)

ทฤษฎีปัจจัยผลักดัน (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) เป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพในการศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยว ดังนั้นทฤษฎีปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดเป็นหนึ่งในทฤษฎีแรงจูงใจการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในโลก แदनน์ (Dann, 1981) เสนอทฤษฎีปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดของแรงจูงใจด้านการท่องเที่ยว กล่าวว่า เหตุผลหลักสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะออกไปเที่ยวเป็นผลรวมของปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด แदनน์ (Dann, 1981) นำแนวคิดเรื่องแรงผลักดันและแรงดึงดูด แรงผลักดันที่เกิดจากปัจจัยทางจิตวิทยาในร่างกายทำให้เกิดความปรารถนาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว แต่แรงดึงดูดจะเกิดขึ้นจากคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว

ทฤษฎีแรงผลักดันของ แदनน์ (Dann, 1981) คือ การรวมแรงจูงใจในการเดินทางเข้ากับลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยว สร้างสะพานเชื่อมระหว่างความต้องการสินค้าการท่องเที่ยวและการจัดหาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถมุ่งเน้นความต้องการของนักท่องเที่ยวเมื่อจัดกิจกรรมทั้งหมด

ปัจจัยผลักดันเพื่อส่งเสริมให้บุคคลเดินทางไปเที่ยวเป็นความต้องการด้านจิตวิทยาและจิตใจของบุคคล (Yoon & Uysal, 2005)

คอมป์ตัน (Crompton, 1979) เสนอในการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ในการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคมมี 7 ด้าน ประกอบด้วย

- 1) การพักผ่อนหย่อนใจ (Relaxation)
- 2) ความต้องการเกียรติภูมิ (Prestige)
- 3) ความต้องการที่จะถอยกลับไปสู่สภาพดั้งเดิม (Regression)
- 4) การสำรวจและการประเมินผลตัวเอง (Exploration and Evaluation of Self)
- 5) กระชับความสัมพันธ์ในเครือญาติ (Enhancement of Kinship Relationships)
- 6) การเสริมสร้างการปะทะสังสรรค์ทางสังคม (Facilitation of Social Interaction)
- 7) การหลีกเลี่ยงจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ (Escape from Mundane Environment)

ส่วนปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) หรือปัจจัยทางวัฒนธรรม ได้แก่

- 1) พบกับสิ่งแปลกใหม่ (Novelty)
- 2) การศึกษาความรู้ (Education)

เคนนอสกี (Klenosky, 2002) ได้กล่าวว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยผลักดัน (Push Factors) คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวทางด้านสภาวะภายในเพื่อกระตุ้นให้เกิด

การท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะฉะนั้น ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อการเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางควรเป็นการตัดสินใจที่มีความเกี่ยวเนื่องกันและไม่ควรมองว่าเป็นการตัดสินใจที่ต้องแยกออกจากกัน

จากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถสรุปผลวรรณกรรมในอดีตที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวได้ตามนักวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 2.4: สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมในอดีตเกี่ยวกับปัจจัยแรงผลักดันในการท่องเที่ยว

ปัจจัยแรงผลักดันในการท่องเที่ยว	ลำดับนักวิจัย									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ความต้องการมีส่วนร่วมทางสังคม	×			×	×		×	×	×	
ความต้องการออกไปสัมผัสธรรมชาติ								×	×	
ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ใหม่ ๆ							×		×	×
ต้องการตามหาบางอย่างที่หายไปในชีวิต		×								×
ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน							×	×		×
ความต้องการแสวงหาความทรงจำในอดีต	×									
ความต้องการออกไปเรียนรู้วัฒนธรรมอื่น ๆ						×				
ความต้องการประสบการณ์ที่ตื่นเต้นท้าทาย							×	×	×	×
ความต้องการแสวงหาสิ่งที่มีอยู่ในจินตนาการ					×		×	×		
ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวเพื่อน คนรัก					×	×		×	×	×
ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง	×			×				×		×

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 2.4 (ต่อ): สรุปผลการทบทวนวรรณกรรมในอดีตเกี่ยวกับปัจจัยแรงผลักดันในการท่องเที่ยว

ปัจจัยแรงดึงดูดในการท่องเที่ยว	ลำดับนักวิจัย									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไป หาประสบการณ์ใหม่	×	×	×		×	×	×	×	×	×
แหล่งความรู้	×			×						
ข้อมูลข่าวสาร									×	
ความปลอดภัย							×			×
ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม					×	×	×			×
สภาพภูมิอากาศอบอุ่น								×		×
ร้านอาหารรสชาติอร่อย										×
สถานที่ตามจินตนาการ	×			×						
ความแปลกและแตกต่าง					×					
สภาพแวดล้อมที่เป็นสากล					×				×	
ความสะดวกในการเดินทาง					×				×	
ความน่าสนใจของวัฒนธรรม					×	×	×	×		×
สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ						×	×	×	×	×
ประวัติศาสตร์ของแหล่งท่องเที่ยว					×		×	×		
สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ					×				×	
แหล่งบันเทิง กีฬา และกิจกรรม สนุกสนาน			×		×	×	×	×		×
ชื่อเสียง ความสวยงาม สะดวกสบาย ของที่พักร						×				

ตารางที่ 2.5: รายชื่อผู้วิจัยที่ใช้ในการทบทวนวรรณกรรม

ลำดับ	นักวิจัย	ปี	ชื่อเรื่องงานวิจัย
1	John L. Crompton	1979	Motivations of Pleasure Vacations
2	Graham M. S. Dann	1981	Tourist Motivation—An Appraisal
3	Seppo E. Iso-Ahola	1982	Toward a Social Psychological Theory of Tourism Motivation: A Rejoinder
4	Philip L. Pearce & Caltabiano, M. L.	1983	Inferring Travel Motivation from Traveler's Experiences
5	Yuan, S., & McDonald, C.	1990	Motivational Determinants of International Pleasure Time
6	Muzzo Uysal & Claudia Jurowski	1994	Testing the Push and Pull Factors
7	Heung Chul Oh, Muzaffer Uysal, & Pamela A. Weaver	1995	Product Bundles and Market Segments Based on Travel Motivations: A Canonical
8	David B. Klenosky	2002	The Pull of Tourism Destinations: A Means-end Investigation
9	Kim, S. S., Klenosky, D. B., & Lee, C. K.	2003	The Influence of Push and Pull Factors at Korean National Parks
10	Yooshik Yoona, & Muzaffer Uysalb	2005	An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination

เพื่อให้ทราบแรงจูงใจเกี่ยวกับการมาชมการแสดงสาวประเภทสอง ผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งได้อธิบายรายละเอียดไว้ในบทที่ 3 และแสดงผลการสัมภาษณ์ในบทที่ 4

2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

2.5.1 ความหมายของความพึงพอใจ

มีนักวิชาการหลายคนได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ ไว้ดังนี้

ฮันท์ (Hunt, 1977) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การประเมินของอารมณ์ที่มีประสบการณ์

สุวัฒน์ ไบเจริญ (2540) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง สภาพของความต้องการในเรื่องต่าง ๆ ที่ได้รับการตอบสนอง

ศรัทธา วุฒิพงษ์ (2542) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การทำงานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการทำงานด้านการให้บริการ

เบเกอร์ และครอมตัน (Baker & Crompton, 2000) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกทางอารมณ์ของนักท่องเที่ยวหลังจากผ่านประสบการณ์การเดินทาง

ทิฟฟิน และแมคคอร์มิก (Tiffing & McCormic, 1965) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นแรงจูงใจของมนุษย์ที่ตั้งอยู่บนความต้องการขั้นพื้นฐาน (Basic Needs) มีความเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิดกับผลสัมฤทธิ์และสิ่งจูงใจ (Incentive) และพยายามหลีกเลี่ยงในสิ่งที่ตนไม่ต้องการ

มอส (Morse, 1958) ได้ให้ความหมายแนวคิดของความพึงพอใจ หมายถึง สภาพที่จิตปราศจากความเครียดทั้งนี้เพราะธรรมชาติของมนุษย์มีความต้องการ ถ้าความต้องการนั้นได้รับการตอบสนองทั้งหมดหรือบางส่วนความเครียดก็จะน้อยลง ความพึงพอใจก็จะเกิดขึ้น และในทางกลับกันถ้าความต้องการนั้นไม่ได้รับการตอบสนองความเครียดและความไม่พึงพอใจก็จะเกิดขึ้น

วีรูม (Vroom, 1964) ให้นิยามว่า ทศนคติและความพึงพอใจในสิ่งหนึ่งสิ่งใดนั้นสามารถใช้แทนกันได้เพราะทั้งสองคำนี้ล้วนหมายถึงผลที่ได้รับจากการที่บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น ทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นสภาพของความพึงพอใจ และทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพของความไม่พึงพอใจ

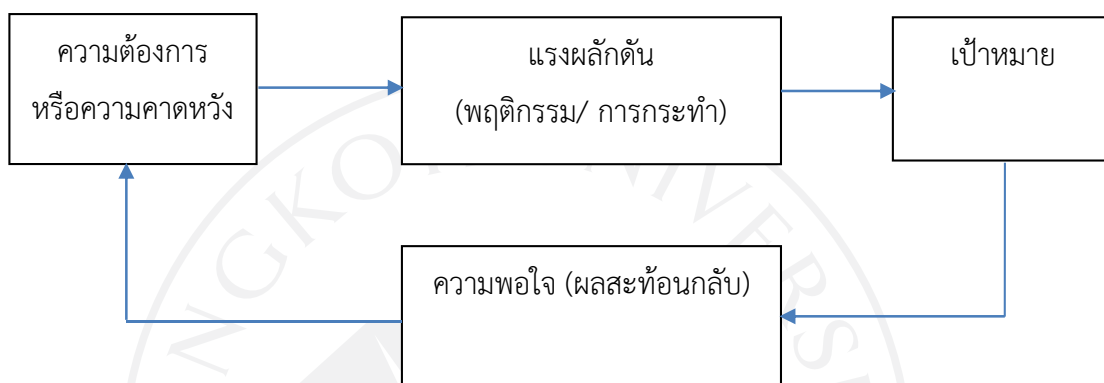
โวลแมน (Wolman, 1973) ให้ความหมายความพึงพอใจไว้ว่า คือ ความรู้สึกที่มีความสุขเมื่อมีความสำเร็จตามความคาดหวังและความต้องการจากแรงบันดาลใจ เป็นอารมณ์ความรู้สึกหรือปฏิกิริยาตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของผู้บริโภคในระหว่างประสบการณ์ การบริการได้รับความพึงพอใจหรือไม่ ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่าความพึงพอใจเกิดขึ้นเมื่อความต้องการส่วนบุคคลได้รับการตอบสนองตามความมุ่งหมาย โดยสามารถเป็นเครื่องกำหนดและตัดสินว่าผลิตภัณฑ์หรือบริการใด ๆ มีความพึงพอใจในการบริโภคในระดับใด (Meng, Liang & Yang, 2011)

ความพึงพอใจ คือ การประเมินว่าลูกคามีคุณสมบัติตรงตามหรือเกินกว่าความคาดหวังของผลิตภัณฑ์ (Engel, Blackwell & Miniard, 1990) ในด้านการท่องเที่ยวลูกคาก็คือ นักท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวสิ้นสุดกระบวนการทัวร์จะมีการสร้างความพึงพอใจ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับเปรียบเทียบผลการดำเนินงานที่คาดว่าจะได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวกับผล การปฏิบัติงานจริง ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะเป็นตัวกำหนดว่านักท่องเที่ยวจะกลับมาเยือนอีกครั้งหรือไม่ และจะส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ หรือไม่

มัลลินส์ (Mullins, 1985) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นทศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งต่าง ๆ หลาย ๆ ด้าน เป็นสภาพภายในที่มีความสัมพันธ์กับความรู้สึกของบุคคลที่ประสบความสำเร็จในงาน

ทั้งด้านปริมาณและคุณภาพ เกิดจากมนุษย์จะมีแรงผลักดันบางประการในตัวบุคคล ซึ่งเกิดจากการที่ตนเองพยายามจะบรรลุเป้าหมายนั้นและจะเกิดความพอใจ เป็นผลสะท้อนกลับไปยังจุดเริ่มต้น เป็นกระบวนการหมุนเวียนต่อไปอีกแสดงดังภาพที่ 2.10

ภาพที่ 2.10: แสดงการเกิดความพึงพอใจของบุคคล



ที่มา: Mullins, L. J. (1985). *Management and organization behavior*. London: Pitman.

จากความหมายของความพึงพอใจต่าง ๆ สรุปได้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ปฏิกริยา ด้านความรู้สึกต่อสิ่งเร้า เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่เป็นนามธรรมไม่สามารถมองเห็นรูปร่างได้ เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่ขึ้นอยู่กับความสมดุลระหว่างความต้องการของมนุษย์กับการที่ได้รับการตอบสนอง เมื่อได้รับการตอบสนองเป็นการแสดงออกบุคคลที่มีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติ ในกิจกรรมนั้น ๆ

2.5.2 ความสำคัญของความพึงพอใจ

ความพึงพอใจมีบทบาทสำคัญมาอย่างยาวนานในการกำหนดกลยุทธ์ของสินค้าและบริการ ด้านการท่องเที่ยวทางการตลาด ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอันดับสุดท้ายของการตลาดที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากมีอิทธิพลต่อการบริโภคผลิตภัณฑ์และบริการและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำอีก (Kozak & Rimmington, 2000)

สวอร์บรูค และฮอร์เนอร์ (Swarbrooke & Horner, 1999) กล่าวว่า ความพึงพอใจในการท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญเนื่องจากเหตุผลหลัก 3 ประการ คือ

1) นำไปสู่การแนะนำผลิตภัณฑ์กับเพื่อน ๆ และญาติ ซึ่งจะนำลูกค้าใหม่/ นักท่องเที่ยวเข้ามาด้วย

2) การสร้างนักท่องเที่ยวที่กลับมาเพราะว่าพอใจกับการใช้ผลิตภัณฑ์ครั้งแรก ทำให้เป็นแหล่งรายได้ที่มั่นคง โดยไม่จำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายด้านการตลาดเพิ่ม

3) การจัดการกับการร้องเรียนมีราคาแพง เสียเวลานาน และไม่ติดต่อเสียงขององค์กร นอกจากนี้ยังสามารถนำค่าใช้จ่ายโดยตรงผ่านการจ่ายค่าชดเชย

2.5.3 ประโยชน์ของความพึงพอใจ

การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดมุ่งหมายและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจากมุมมองของนักท่องเที่ยว จะทำให้เข้าใจทัศนคติและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเชิงลึกหลังจากเดินทางมาถึงจุดหมายปลายทาง (Fornell, 1992) หากนักท่องเที่ยวพอใจกับผลิตภัณฑ์หรือบริการแล้วก็จะมีแรงจูงใจในการกลับมาท่องเที่ยวสถานที่ดังกล่าวซ้ำอีกรวมถึงมีแรงจูงใจในการแนะนำหรือบอกต่อกับบุคคลอื่นให้เดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่นั้น ๆ อีกด้วย

2.5.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ เช่น สถานที่ท่องเที่ยว การวางตำแหน่งทางการตลาด คุณภาพการบริการ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว และประสบการณ์การท่องเที่ยว (Thonnarn, 2006) ความพึงพอใจด้านการท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญยิ่งต่อนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะกลับมาใช้บริการซ้ำอีกครั้ง และการมีผลต่อการแนะนำและไม่แนะนำในการท่องเที่ยวนั้น ๆ ด้วย

ในบริบทของการท่องเที่ยวและความพึงพอใจในการต้อนรับ นักวิจัยได้ระบุชุดขององค์ประกอบต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจ เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านสนันทนาการ จุดมุ่งหมายของการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและอื่น ๆ ยุคเซล (Yuksel, 2001) แย้งว่า ปัจจัยที่ควบคุมได้และไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติทัศนียภาพวัฒนธรรมสภาพภูมิอากาศและคุณสมบัติทั่วไปอื่น ๆ (เช่น ความสะอาดของชายหาดและทะเล ความพร้อมของกิจกรรม สิ่งอำนวยความสะดวก และความบันเทิง) อาจเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ

ปัจจัยที่สำคัญในการทำนายความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คือ ความงามเกี่ยวกับทัศนียภาพ คุณลักษณะที่น่ารื่นรมย์ ที่พักที่เหมาะสม และการพักผ่อนและการผ่อนคลาย (Goodrich, 1997) และเมอร์ฟี, ปริตชาร์ด และสมิธ (Murphy, Pritchard & Smith, 2000) กล่าวว่า คุณภาพและคุณค่าตามด้วยโครงสร้างพื้นฐานและปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมสำคัญมาก ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นตัวแปรที่มีความสำคัญต่อการพักผ่อนอย่างมาก (Thomas & Butts, 1998) ปัจจัยด้านสุขภาพมีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ (Baker, 1995)

ทฤษฎีความพึงพอใจของ เชลลีย์ (Shelley, 1975) คือ ทฤษฎีที่ว่าด้วยความรู้สึก 2 แบบของมนุษย์ ได้แก่ ความรู้สึกทางบวกและความรู้สึกทางลบ เชลลีย์ (Shelley, 1975) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือ ความรู้สึก

ทางบวกและความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึก ทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบ ย้อนกลับ สามารถทำให้เกิดความสุขหรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มได้อีก ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ความสุข เป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความรู้สึกทางบวก ความรู้สึกทางลบ และความสุข มีความสัมพันธ์กันอย่างสลับซับซ้อน และระบบความสัมพันธ์ของความรู้สึกทั้งสามนี้เรียกว่า ระบบความพึงพอใจ โดยความพึงพอใจจะ เกิดขึ้นเมื่อระบบความพึงพอใจมีความรู้สึกทางบวกมากกว่าความรู้สึกทางลบ

สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจคือ การศึกษาว่าทรัพยากร (Resource) หรือสิ่งเร้า (Stimulus) การวิเคราะห์ระบบความพึงพอใจ คือ การศึกษาว่าทรัพยากรหรือสิ่งเร้าแบบใดเป็น สิ่งที่ต้องการที่จะทำให้เกิดความพอใจและความสุขแก่นมนุษย์ความพึงพอใจจะเกิดได้มากที่สุด เมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่เป็นที่ต้องการครบถ้วน

2.5.5 การวัดความพึงพอใจ

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้นสามารถทำได้หลายวิธี ดังต่อไปนี้

1) การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถามต้องการทราบความคิดเห็นซึ่งสามารถ กระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าวอาจถาม ความพอใจในด้านต่าง ๆ ที่ผู้สอบถามต้องการทราบเพื่อให้ผู้ตอบทุกคนมาเป็นแบบแผนเดียวกัน มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ วิธีนี้นับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัด ทศนคติ รูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยมใช้มากในปัจจุบันวิธีหนึ่งคือ มาตราส่วนแบบลิเคิร์ต ประกอบด้วย ข้อความคำถามที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้า อย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

2) การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการวัดความพึงพอใจทางตรง ซึ่งต้องอาศัยเทคนิคและวิธีการที่ดี จะได้ข้อมูลที่แท้จริง

3) การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคลเป้าหมาย ไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูด กริยาท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจังและสังเกตอย่างมี ระเบียบแบบแผน

เรซิงเจอร์ และเทอร์เนอร์ (Reisinger & Turner, 2002) กล่าวว่า ไม่มีเทคนิคที่มี เสถียรภาพในการวัดความพึงพอใจ หลายเทคนิคได้รับการเน้นในการทบทวนวรรณกรรม มีสองวิธี ในการวัดความพึงพอใจ วิธีแรกคือ การวัดความพึงพอใจโดยรวมกับวัตถุ/ ผลิตภัณฑ์หรือบุคคล

วิธีที่สองคือ การวัดความพอใจกับมิติต่าง ๆ ที่มีผลต่อความพึงพอใจโดยรวม (Maddox & Douglass, 1973)

อัลมากอร์ (Almagor, 1985) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจสามารถประเมินโดยการวัดองค์ประกอบของการบริการระหว่างบุคคล เช่น ปฏิสัมพันธ์ทางสังคมระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ให้บริการ ปฏิสัมพันธ์นี้สามารถวิเคราะห์โดยการวัดระดับความพึงพอใจที่มาจากผู้ให้บริการ เช่น มัคคุเทศก์หรือผู้ช่วยร้านค้า เป็นต้น

2.5.6 มิติของความพึงพอใจ

เลิศพร ภาระสกุล (2555) การที่เราจะวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเราจำเป็นต้องวิเคราะห์มิติด้านต่าง ๆ ของความพึงพอใจ ซึ่งมี 2 ด้าน คือ

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

2.5.7 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

ศรัญญา วรากุลวิทย์ (2546) กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่

- 1) การคมนาคมขนส่ง การท่องเที่ยวเกิดจากการที่คนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านภูมิอากาศและภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งแปลกและแตกต่างจากประสบการณ์เดิม ดังนั้น การคมนาคมขนส่งจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบาย และปลอดภัย
- 2) การพักผ่อน สถานที่พักผ่อน หรือที่พักแรม หมายถึง โรงแรมหรือสถานประกอบการที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้เป็นที่พักชั่วคราวอย่างสะดวกสบาย หลังจากเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว
- 3) ร้านอาหาร อาหารเป็นสิ่งดึงดูดให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว
- 4) ผู้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและมััคคุเทศก์ คือ บุคคลหรือบริษัทที่ซื้อบริการต่าง ๆ เพื่อนำไปจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว
- 5) แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงลักษณะเด่นในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ
- 6) สินค้าของที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อระลึกถึงประสบการณ์ที่ดื่ม
- 7) ความปลอดภัย เป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่ไม่มีความปลอดภัย

8) การอำนวยความสะดวก เป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกว่าได้รับการต้อนรับอย่างอบอุ่น

9) การจัดการบริการสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดการบริการข่าวสาร กิจกรรมบันเทิง เช่น เดินป่า อาบน้ำแร่

จากแนวคิดทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว สรุปได้ว่าการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ มีผลอย่างมากต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว นั่นคือ ถ้าสามารถบริหารจัดการให้แหล่งท่องเที่ยวสามารถตอบสนองกับแรงจูงใจภายในของนักท่องเที่ยวก็จะเป็นการสร้าง ความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกหรือบอกต่อถึงความพึงพอใจที่ได้รับ ส่งผลต่อชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวอื่น ๆ ซึ่งผู้วิจัยสามารถวัดความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่

1) การแสดง

1.1) เนื้อหาของการแสดง

1.2) ระยะเวลาของการแสดง

2) การบริการ

2.1) ก่อนการแสดง

2.2) ระหว่างการแสดง

2.3) หลังจกการแสดง

จากข้อมูลข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันจะเกิดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันและความต้องการที่แตกต่างกัน ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเสนอ ประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน แรงจูงใจเป็นพลังที่แท้จริงที่กระตุ้นนักท่องเที่ยวเลือกกิจกรรมต่าง ๆ แรงจูงใจได้แก่ปัจจัยแรงผลัก (Push Factors) และปัจจัยแรงดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยแรงผลัก (Push Factors) เป็นความต้องการจากภายในของนักท่องเที่ยวที่เป็นตัวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการตัดสินใจออกเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยขึ้นอยู่กับจุดประสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เป็นเหตุผลที่ทำให้ นักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ท่องเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ ปัจจัยแรงดึงดูด (Pull Factors) เป็นสิ่งดึงดูด นักท่องเที่ยว ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้สามารถตัดสินใจออกเดินทางไปที่ท่องเที่ยว โดยขึ้นอยู่กับสถานที่ท่องเที่ยวดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปยังสถานที่นั้น ๆ ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยจะทำการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงผลัก (Push Factors) และแรงดึงดูด (Pull Factors) ในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี หรือไม่

เป็นอย่างไร ซึ่งได้เสนอสมมุติฐานดังนี้

สมมุติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีปัจจัยแรงจูงใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมุติฐานที่ 3 ปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมุติฐานที่ 4 ปัจจัยผลักดันในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชัชวิชัย ใจหาญ และณัฐนิช นักปี (2559) ศึกษาเรื่อง คาบาร์เรต์ไทย: คณะทิฟฟานี โชว์ พัทยา การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา รูปแบบการแสดง และบทบาทหน้าที่ของคาบาร์เรต์ไทย คณะทิฟฟานี โชว์ พัทยา ที่มีต่อประเทศไทย โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ รวมถึงการศึกษาข้อมูลเอกสารต่าง ๆ

ผลการวิจัยพบว่า คาบาร์เรต์ คณะทิฟฟานี โชว์ พัทยา ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2517 โดย นายวิชัย เลิศฤทธิ์เรืองศิลป์ ที่แหลมบาลีฮาย พัทยาใต้ ซึ่งมีการแสดงของสาวประเภทสอง ต่อมา พ.ศ. 2523 ได้ย้ายมาเปิดเป็นโรงละครที่พัทยาเหนือ และได้มีการพัฒนารูปแบบการแสดงให้มีความหลากหลายมากขึ้น พ.ศ. 2541 ได้มีการจัดประกวดสาวประเภทสองขึ้นที่โรงละครแห่งนี้ ทำให้คาบาร์เรต์เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น และเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเมืองพัทยาอีกด้วย สำหรับรูปแบบการแสดงผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ เครื่องแต่งกาย ฉากกับแสงไฟ เทคนิคพิเศษเพลง นักแสดงและการออกแบบท่าเต้นและรูปแบบแถว ส่วนบทบาทหน้าที่นั้นมีทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณค่า ด้านการท่องเที่ยว และ ด้านเศรษฐกิจ

กวีเสียง รื่น (2558) ศึกษาเรื่อง ทรรศนะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการแสดงโชว์สาวประเภทสองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทรรศนะของชาวจีนที่มีต่อสาวประเภทสองในอดีตจนถึงปัจจุบัน จากการเข้าชมการแสดงของการแสดงโชว์สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา ซึ่งศึกษาผ่านระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลจำนวน 19 คน ผลการวิจัยพบว่า ชาวจีนยังมีความคิดเชื่อมโยงกับชั้นที่ที่เป็นความผิดแปลกของสังคม ไม่สามารถยอมรับได้และมองว่าหากลูกชายเป็นชั้นที่ไม่สามารถมีลูกได้ก็เป็นเรื่องที่น่าอับอาย ดังนั้นในอดีตชั้นที่จึงไม่ได้รับการยอมรับและเป็นที่น่ารังเกียจของวงศ์ตระกูล ปัจจุบันมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อสาวประเภทสองมีแนวโน้มไปในทิศทาง

การยอมรับมากขึ้นเนื่องจากได้รับอิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ การซื้อโปรแกรมทัวร์ ความสวยงาม เป็นต้น ก็มีอิทธิพลต่อทัศนคติของชาวจีน นอกจากนี้ ปัจจัยด้านภูมิหลังก็มีผลต่อผู้ให้ข้อมูลในการยอมรับหรือไม่ยอมรับสาวประเภทสอง คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รวมถึงภูมิลำเนา ก็มีผลเป็นอย่างมากต่อการแสดงทัศนคติ

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนยังแสดงทัศนคติและการยอมรับที่แตกต่างกันซึ่งแบ่งออกได้ 3 กลุ่มใหญ่ คือ

- 1) ให้การยอมรับและแสดงทัศนคติเชิงบวก
- 2) ให้ความสนใจเรื่องเพศน้อยกว่าความสามารถในการแสดงที่มีความสวยงามน่าประทับใจ
- 3) มองว่า ไม่เหมาะสมและไม่ถูกต้อง จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขหรือรักษา

ชมชื้อ นพรัค (2556) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร โดยเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA) และการวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีสถานภาพสมรส มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเจ้าของกิจการและผู้บริหาร มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 50,000 บาท นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ลักษณะการเดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์ โดยเดินทางมากับเพื่อน และพบว่ามีแรงจูงใจด้านการสร้างความสัมพันธ์และความบันเทิงมากที่สุด รองลงมาคือ การพักผ่อน รองลงมาคือ ความปลอดภัยและความสะดวก โดยมีแรงจูงใจด้านความมีหน้ามีตานั้นน้อยที่สุด และมีความพึงพอใจต่อความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อความปลอดภัยและความสะดวก รองลงมาคือ ความพึงพอใจต่อกิจกรรมการท่องเที่ยวและบันเทิง โดยมีความพึงพอใจต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวน้อยที่สุด

เจนจิรา บรรจงนิก (2554) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน การศึกษานี้เลือกนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดน่าน จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล ค่าสถิติที่ใช้วิเคราะห์คือ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ความแตกต่าง (t-test) และการวิเคราะห์ความแปรปรวน (ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงอายุ 25-34 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพของกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ใช้ทักษะแรงงาน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท

และมีภูมิลาเนาทางภาคเหนือ กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน ด้านปัจจัยหลักเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมาคือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ ๆ และน้อยที่สุดคือ เพื่อเข้าร่วมประชุมหรือสัมมนา และให้ความสำคัญกับปัจจัยดังในประเด็นความสวยงามทางธรรมชาติ รองลงมาคือ ความเงียบและสงบของเมืองน่าน น้อยที่สุดคือ ความเป็นเอกลักษณ์ของสิ่งปลูกสร้างทรงล้านนาโบราณ ด้านความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดน่านพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจด้านสิ่งดึงดูดใจ (แหล่งท่องเที่ยว) มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านที่พัก ร้านอาหารและร้านขายของที่ระลึก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านคมนาคม

วิภาดา เกษธรรมพิทักษ์ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง กลุ่มประชากรของงานวิจัยนี้คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง กลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบความสะดวก

ผลจากการศึกษาพบว่า การได้ลิ้มลองอาหารแปลกใหม่คือปัจจัยที่สำคัญที่สุดของปัจจัยผลักดัน รองลงมาคือ การรู้สึกประทับใจที่ประทับใจ การได้พบเห็นสิ่งต่าง ๆ เท่าที่จะมากได้ ความรู้สึกปลอดภัยในการท่องเที่ยว และการมีประสบการณ์แปลกใหม่และได้ใช้ชีวิตที่แตกต่างจากเดิม ในขณะที่สภาพอากาศที่น่าเชื่อถือได้คือปัจจัยที่สำคัญที่สุดของปัจจัยดึงดูด รองลงมาคือ ทัศนียภาพที่สวยงามและโดดเด่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ การได้เห็นกิจกรรมที่หลากหลาย และร้านอาหารราคาพอเหมาะ นอกจากนี้ ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวตามทางธรรมชาติคือปัจจัยที่น่าพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ บรรยากาศที่สงบและสบาย ความปลอดภัย มิตรภาพของคนท้องถิ่น และคุณภาพของอาหารและเครื่องดื่มมีความแตกต่างอย่างสำคัญระหว่างปัจจัยผลักดันกับอายุ สถานภาพสมรส การศึกษา เชื้อชาติ และอาชีพของนักท่องเที่ยว ในขณะที่มีความแตกต่างอย่างสำคัญระหว่างปัจจัยดึงดูดกับอายุ การศึกษา เชื้อชาติ และอาชีพของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าคุณลักษณะที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจ มีความแตกต่างตามเชื้อชาติและการศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถาม นอกจากนี้ ทัศนียภาพที่สวยงามและโดดเด่น การเยี่ยมชมเพื่อนหรือญาติพี่น้อง การเยี่ยมชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์ การเที่ยวช้อปปิ้ง และการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวผู้เดินทางมาจังหวัดตรัง นอกจากนั้นความง่ายในการสื่อสารในภาษาเดียวกัน ความเป็นมิตรของผู้คน ความคุ้มค่าของเงินในภาพรวมและบรรยากาศที่สงบและสบาย เป็นตัวชี้วัดที่สำคัญของการที่นักท่องเที่ยวตั้งใจจะมาเที่ยวจังหวัดตรังอีกครั้ง

ลลิตา สุขมาก (2554) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อ

การท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาและเปรียบเทียบแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในบริเวณเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง จำนวน 400 คน โดยคำนวณจากสูตรของ ยามานะ (Yamane, 1973) ในระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance) และทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ โดยใช้วิธี LSD (Least Significant Difference) ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุระหว่าง 20–25 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001–30,000 บาท และภูมิลำเนาอยู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือมากที่สุด

ข้อมูลการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดมาก่อน ระยะเวลาเฉลี่ยการเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง แต่ละครั้ง 1–3 วัน เดินทางมาที่ทำเรือบ้านเพโดยรถยนต์ส่วนตัว เดินทางมาที่เกาะเสม็ดโดยเรือโดยสาร เลือกร้านอาหาร/ รีสอร์ท กิจกรรมที่ทำบนเกาะเสม็ดส่วนมาก ได้แก่ กิจกรรมทางน้ำ เช่น เล่นน้ำ ดำน้ำ ตกปลา พายเรือ เป็นต้น เหตุผลที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเกาะเสม็ดส่วนมากเพื่อการพักผ่อน ไม่ใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวบนเกาะเสม็ด ค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวเกาะเสม็ดต่อวันอยู่ระหว่าง 501–1,000 บาท แหล่งข้อมูลในการวางแผนการท่องเที่ยวครั้งนี้ ได้แก่ เพื่อน/ญาติ และมีแนวโน้มว่าจะกลับมาเที่ยวเกาะเสม็ดอีก แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน อันดับทีหนึ่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก รองลงมาคือ ด้านสิ่งดึงดูดใจ และด้านการประชาสัมพันธ์ ตามลำดับ โดยด้านจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับสุดท้าย

อิทธิพล นาควิว (2559) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานตากอากาศบางปู จังหวัดสมุทรปราการ การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้มาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู จังหวัดสมุทรปราการ ศึกษาแรงจูงใจของผู้มาใช้บริการสถานตากอากาศบางปู จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อนำไปเป็นแนวทางพัฒนาและปรับปรุงประสิทธิภาพในการให้บริการสถานตากอากาศบางปู จังหวัดสมุทรปราการ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา กลุ่มผู้ที่มารับประทานอาหาร ใช้บริการที่พัก กลุ่มผู้มาออกกำลังกาย แอโรบิก กลุ่มลีลาศ และประชาชนทั่วไป โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการสำรวจ มีจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง สถิติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย กลุ่มที่เป็นอิสระ t-test

ผลวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีแรงจูงใจโดยรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านสถานที่ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร จากการเปรียบเทียบแรงจูงใจของประชากรทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามเพศพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทั้ง 5 ด้าน จำแนกตามอายุ พบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ โดยแรงจูงใจของประชากรด้านระดับการศึกษา ด้านสถานภาพ และด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และจำแนกตามอาชีพพบว่า มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

เมลดา ธนินนท์ (2560) ศึกษาเรื่อง แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และเปรียบเทียบปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและความพึงพอใจในการมาเที่ยว โดยด้านแรงจูงใจนั้นแบ่งเป็นด้านปัจจัยหลัก (เหตุผล) และด้านปัจจัยดึงดูด และในด้านความพึงพอใจแบ่งตามองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการจัดการด้านคมนาคม และด้านการต้อนรับ งานวิจัยนี้เก็บข้อมูลโดยแจกแบบสอบถาม (Questionnaire) ให้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ส่วนมากเป็นนักเรียน-นิสิต-นักศึกษา และมีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท และพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจและความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจตามลักษณะทางประชากรศาสตร์พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านเพศ อายุ และอาชีพ ให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญของแรงจูงใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 สำหรับด้านความพึงพอใจพบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันด้านอายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ให้ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในการมาเที่ยวบ้านบางเขนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

จากตารางที่ 2.4 ผู้วิจัยสรุปได้ว่า แรงจูงใจเป็นพลังที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเกิดกิจกรรมไปเที่ยวที่สถานที่ต่าง ๆ ส่งผลต่อการพัฒนาของกลยุทธ์การตลาด และเป็นพื้นฐานที่ทำให้การท่องเที่ยวเติบโตมากขึ้น จากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พิทยา จังหวัดชลบุรี สามารถเสนอได้ว่า การศึกษาครั้งนี้มีตัวแปรจำนวน 4 ตัว ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยผลัก (Push Factors) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) และความพึงพอใจ

- 1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน
- 2) ปัจจัยผลัก (Push Factors) ได้แก่

- 2.1) ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน
- 2.2) ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก
- 2.3) ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม ไปหาประสบการณ์ใหม่
- 2.4) ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ
- 2.5) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน

3) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ได้แก่

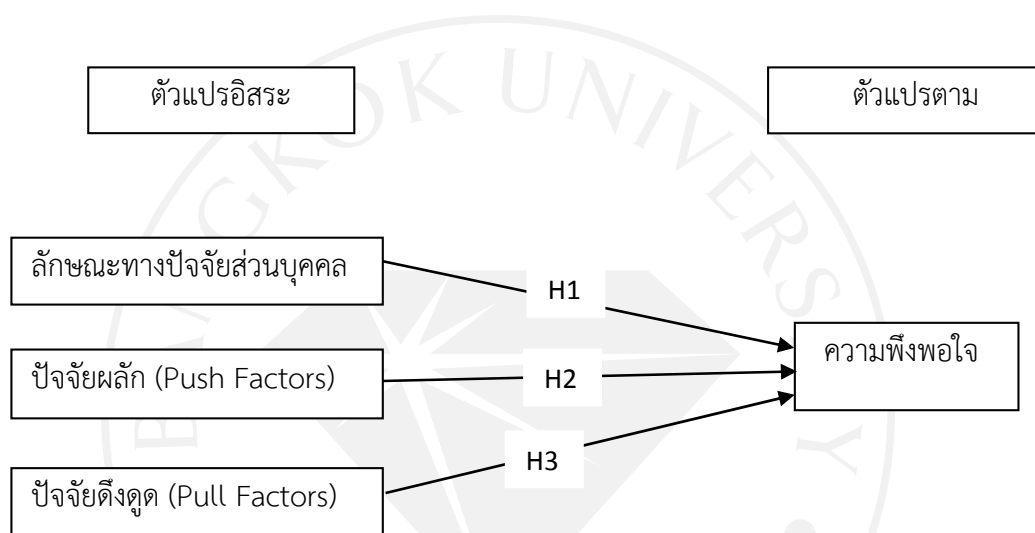
- 3.1) ความปลอดภัย
- 3.2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
- 3.3) เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก
- 3.4) มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี
- 3.5) ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว
- 3.6) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ
- 3.7) นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม
- 3.8) สภาพแวดล้อมมีความสะอาดและเป็นระเบียบ
- 3.9) เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ

4) ความพึงพอใจ ได้แก่

- 4.1) การแสดง
 - 4.1.1) เนื้อหาของการแสดง
 - 4.1.2) ระยะเวลาของการแสดง
- 4.2) การบริการ
 - 4.2.1) ก่อนการแสดง
 - 4.2.2) ระหว่างการแสดง
 - 4.2.3) หลังจกการแสดง

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพที่ 2.11: กรอบแนวคิดการวิจัย



2.8 สมมติฐานการศึกษา

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยผลักในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” โดยได้แบ่งวิธีการและดำเนินการวิจัยออกมาเป็นขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 3.1 ประเภทของงานวิจัย
- 3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง
- 3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- 3.4 การทดสอบเครื่องมือ
- 3.5 วิธีการเก็บข้อมูล
- 3.6 วิธีการทางสถิติ

3.1 ประเภทของงานวิจัย

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยที่ได้มาซึ่งข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 ชุด แล้วนำข้อมูลมาป้อนเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลทำได้โดยการใช้การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 12 คน ใช้วิธีการสัมภาษณ์ตัวต่อตัว (Face-to-Face Interview) และมีการนำเสนอข้อมูล เมื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนคนที่ 9, 10, 11, 12 คน เรียบร้อยแล้วได้พบว่ามีคำตอบที่ซ้ำกันและไม่เกิดข้อมูลใหม่ เพราะฉะนั้นผู้วิจัยจึงหยุดสัมภาษณ์และใช้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 12 คน ที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมและตัวแปรมาใช้ในแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลภาคสนามดำเนินการเก็บโดยการสุ่มตัวอย่าง และใช้แบบสอบถามที่เป็น 2 ภาษา ได้แก่ ภาษาจีนและภาษาไทย

3.2 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3.2.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากรโดยใช้สูตรของ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ดังนี้

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{E^2}$$

กำหนดให้

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

P = ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากจำนวนประชากรทั้งหมด 50%

e = ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่เกิดขึ้นจากการสุ่มตัวอย่าง 50%

Z = ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ Z มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่น

ร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)

โดยแทนที่ระดับความน่าจะเป็นของประชากรเท่ากับ 0.5 ค่า Z ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีค่าความคลาดเคลื่อนที่ 0.05 จะได้จำนวนตัวอย่างที่ควรจะใช้ในการศึกษาวิจัยดังนี้

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

$$n = 384.16 \approx 400$$

ดังนั้น จากค่าที่คำนวณได้พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ต้องการใช้ไม่ควรต่ำกว่า 384.16 แต่เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความน่าเชื่อถือและเพื่อลดความคลาดเคลื่อนต่าง ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงได้สำรองจำนวนประชากรประมาณ 16 คน สำหรับการทำวิจัยด้วยการวิจัยในครั้งนี้จึงกำหนดขนาดตัวอย่างไว้จำนวน 400 ชุด และสำหรับวิธีการการสุ่มตัวอย่างผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2561

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3.1 การวิจัยจากเอกสาร

เป็นการรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่าง ๆ ซึ่งแนวคิดและทฤษฎีที่ได้จากการค้นคว้าคือแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจและความพึงพอใจ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อการเรียนรู้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับงานแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และการศึกษากาหรณี ศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ เหล่านี้ได้มาจากการค้นคว้าจากเอกสารการวิจัย วิทยานิพนธ์ หนังสือ เอกสารประชาสัมพันธ์ของโรงละคร และสื่อทางอินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ต่าง ๆ โดยมีห้องสมุดของสถาบันต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าดังนี้

- 1) สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยกรุงเทพ วิทยาเขตกล้วยน้ำไท
- 2) สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตวังท่าพระ
- 3) สำนักหอสมุดแห่งชาติ กรมศิลปากร

3.3.2 การเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์

เครื่องมือที่ใช้ในการสัมภาษณ์คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview)

ประกอบด้วยข้อคำถาม 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้รับสัมภาษณ์ ได้แก่ อายุ เพศ และที่อยู่

ตอนที่ 2 เหตุผลและแรงจูงใจที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาว

ประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีจำนวน 3 ข้อ โดยแต่ละข้อสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีพฤติกรรมเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่ได้ทบทวนในบทที่ 2 ได้แก่

- 1) ช่องทางที่รู้จักการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
- 2) อะไรเป็นแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

3) อะไรเป็นแรงจูงใจดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ก่อนไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยต้องได้รับการอนุญาตจากผู้ถูกสัมภาษณ์ โดยตลอดการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียง (Voice Record) ของผู้สัมภาษณ์และผู้ถูกสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะกำหนดคำถามไว้ก่อนล่วงหน้าเพื่อเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ (Interview Guide)

3.3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยสร้างเองจากกลุ่มตัวอย่าง มีจำนวน 400 ชุด จำนวนข้อคำถามมีทั้งหมด 3 ส่วนที่ผู้ศึกษาได้ทำการค้นคว้ามาแล้วนั้นโดยประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน โดยลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกคำตอบและผู้ตอบต้องเลือกคำตอบเพียงข้อเดียวเท่านั้น โดยคำถามด้านเพศนั้นเป็นลักษณะคำถามมีคำตอบให้เลือก 2 ระดับ เป็นการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ ส่วนคำถามด้านอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือนนั้น เป็นลักษณะคำถามที่มีคำตอบให้เลือกหลายข้อ เป็นการวัดข้อมูลประเภทเรียงลำดับ

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จากแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (แสดงในบทที่ 2) และผลการสัมภาษณ์ (แสดงในบทที่ 4) ผู้วิจัยสามารถสรุปและแบ่งแรงจูงใจเป็นปัจจัยผลัก (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factor)

ปัจจัยผลัก (Push Factor) จำนวน 5 ข้อ ได้แก่

- 1) ต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน
- 2) ต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก
- 3) ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่
- 4) ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ
- 5) ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของ

การศึกษาหรือการทำงาน

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) จำนวน 9 ข้อ ได้แก่

- 1) ความปลอดภัย
- 2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
- 3) เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก
- 4) มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี
- 5) ช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว
- 6) สิ่งอำนวยความสะดวก บริการที่ดี และเพียงพอ
- 7) นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม
- 8) สภาพแวดล้อมมีความสะอาดและเป็นระเบียบ
- 9) เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่น และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ

กำหนดการตอบเป็น 5 ตัวเลือก คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด โดยใช้หลักเกณฑ์การตอบตามมาตราวัดของลิเคิร์ต (Likert's Scale) ดังนี้

ตารางที่ 3.1: เกณฑ์คะแนนระดับแรงงใจ

คะแนน	ความหมาย
5	มีระดับแรงงใจมากที่สุด
4	มีระดับแรงงใจมาก
3	มีระดับแรงงใจปานกลาง
2	มีระดับแรงงใจน้อย
1	มีระดับแรงงใจน้อยที่สุด

การแปลผลใช้ค่าพิสัย โดยค่าสูงสุดลบค่าต่ำสุดหารจำนวนชั้น จะได้เกณฑ์การแปลดังนี้

$$(5 - 1) / 5 = 0.8$$

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์แปลความหมายสำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 3.2: เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนน	ความหมาย
4.21–5.00	แรงงใจมากที่สุด
3.41–4.20	แรงงใจมาก
2.61–3.40	แรงงใจปานกลาง
1.81–2.60	แรงงใจน้อย
1.00–1.80	แรงงใจน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ในด้านต่าง ๆ ได้แก่

- 1) การแสดง
 - 1.1) เนื้อหาของการแสดง
 - 1.2) ระยะเวลาของการแสดง
- 2) การบริการ

- 2.1) ก่อนการแสดง
- 2.2) ระหว่างการแสดง
- 2.3) หลังจกการแสดง

โดยได้แบ่งระดับของความพึงพอใจเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ
คือ

ตารางที่ 3.3: เกณฑ์คะแนนระดับความพึงพอใจ

คะแนน	ความหมาย
5	มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4	มีระดับความพึงพอใจมาก
3	มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
2	มีระดับความพึงพอใจน้อย
1	มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

การแปลงผลใช้ค่าพิสัย โดยค่าสูงสุดลบค่าต่ำสุดหารจำนวนชั้น จะได้เกณฑ์การแปลงดังนี้

$$(5 - 1) / 5 = 0.8$$

ผู้วิจัยใช้เกณฑ์แปลความหมายสำหรับการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

ตารางที่ 3.4: เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนน

คะแนน	ความหมาย
4.21–5.00	ความพึงพอใจมากที่สุด
3.41–4.20	ความพึงพอใจมาก
2.61–3.40	ความพึงพอใจปานกลาง
1.81–2.60	ความพึงพอใจน้อย
1.00–1.80	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.4 การทดสอบเครื่องมือ

3.4.1 การทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity)

ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้ว เลือกใช้เครื่องมือในการทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษาวิจัย

ตรวจสอบความครอบคลุมเนื้อหาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงโชว์สาวประเภทสองที่ประเทศไทยว่าแต่ละข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ด้านแรงจูงใจและความพึงพอใจหรือไม่อย่างไร ซึ่งใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่า	ความหมาย
+1	สอดคล้อง
0	ไม่แน่ใจ
-1	ไม่สอดคล้อง

ผู้วิจัยจะปรับแก้เนื้อหาตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิก่อนที่จะนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มประชากรแต่ไม่ใช่ตัวอย่าง (Try Out)

3.4.2 การทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability Test)

ก่อนที่จะนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นนี้ไปใช้จริงผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดสอบเพื่อให้แน่ใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจตรงกัน และตอบคำถามได้ตามความเป็นจริงทุกข้อ รวมทั้งข้อคำถามมีความน่าเชื่อถือทางสถิติ วิธีการทดสอบกระทำโดยการทดลองนำแบบสอบถามไปใช้ทดสอบกับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากร จำนวน 30 ชุด หลังจากนั้นจึงนำแบบสอบถามที่ทดลองทำแล้วไปตรวจสอบคำตอบในแบบสอบถาม วิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยใช้สถิติ ค่าสัมประสิทธิ์ แอลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ของคำถามในแต่ละด้าน ซึ่งจะต้องได้ค่าความเชื่อมั่นมากกว่า 0.7 จึงจะนำแบบสอบถามไปใช้เพื่อเก็บข้อมูลได้

3.5 วิธีการเก็บข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญ 2 แหล่ง ดังต่อไปนี้

3.5.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

เป็นข้อมูลที่ได้จากหนังสือเอกสารทางวิชาการ วารสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เว็บไซต์ของหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอสมุดวารสาร กรมส่งเสริม

การท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และงานวิจัยจากต่างประเทศ

3.5.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data)

เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลอยู่หน้าโรงละคร ทิฟฟานี โชว์ และอัลคาซ่า คาบาเรต์ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2561 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว จำนวน 12 คน และแจกแบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ก่อนแจกแบบสอบถามและก่อนทำแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะถามว่า ท่านเคยชมการแสดงสาวประเภทสองที่นี่หรือไม่ ถ้าเคยชมผู้วิจัยจึงแจกแบบสอบถามหรือทำการสัมภาษณ์ต่อไป จากนั้นนำไปวิเคราะห์และแปรผลข้อมูลทางสถิติ โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไป

3.6 วิธีการทางสถิติ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการถอดเทปสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อพิจารณาประเด็นที่เหมือนกันหรือแตกต่างกันแล้วจึงดำเนินการวิเคราะห์สังเคราะห์เชื่อมโยงข้อมูลให้มีลักษณะเป็นแนวคิดสรุปเชิงนามธรรม โดยนำเสนอผลการศึกษาแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) เรียงตามข้อคำถาม (สิรินภา กิจเกื้อกูล, 2561) ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยสามารถนำผลการสัมภาษณ์ไปพัฒนาเครื่องมือวิจัยและหาตัวแปรมาใช้ในแบบสอบถามจึงทำให้ผลงานวิจัยชิ้นนี้น่าเชื่อถือและสมบูรณ์มากขึ้น

3.6.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ ตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

เมื่อเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วก่อนจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ ทำการคัดกรองข้อมูล (Data Screening) โดยดูว่ามีข้อมูลไม่สมบูรณ์และข้อมูลที่แสดงว่าไม่มีความสนใจในการตอบแบบสอบถามหรือไม่

นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนที่จะแปลงข้อมูลและมาลงรหัส (Coding) และจะวิเคราะห์ผลตามลำดับดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ ข้อมูลลักษณะทั่วไปจำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน วิเคราะห์โดยใช้แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ แรงจูงใจด้านปัจจัยหลักและปัจจัยดึงดูด นำมาวิเคราะห์โดยใช้แจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และวัดระดับแรงจูงใจโดยเทียบเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แล้วนำมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และวัดระดับความพึงพอใจโดยเทียบเกณฑ์ที่กำหนดไว้

ส่วนที่ 4 เป็นการทดสอบสมมติฐาน นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน เช่น เพศ โดยใช้วิธีการทดสอบค่า t (Independent Sample t-test) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 กรณีที่ตัวแปรที่มีระดับของตัวแปรมากกว่า 2 กลุ่ม ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) หากผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทำการทดสอบ Post Hoc Test เป็นรายคู่ต่อไป โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) เพื่อดูว่าคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ส่วนที่ 5 เป็นการทดสอบสมมติฐาน ปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และปัจจัยหลักในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการทดสอบวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อน (Multiple Regression)

บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ตัวอย่าง และนำผลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 7 ส่วน ตามลำดับดังนี้

4.1 การสรุปผลการสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงผลัก (Push Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด (Pull Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์และแปลผลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายและเพื่อความสะดวกต่อการนำเสนอ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

\bar{x} หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

S.D. หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

*

Sig หมายถึง มินัยสำคัญทางสถิติ

F หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบเอฟ (F-test)

T หมายถึง ค่าสถิติที่ใช้ในการพิจารณาการแจกแจงแบบที (t-test)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลทางสถิติเพื่อการวิเคราะห์และประเมินผลที่ได้จากแจกแบบสอบถาม จำนวน 410 ชุด (ทิฟฟานี่โชว์ 205 ชุด

อัลคาซาร์ คาบาเรต์ โชว์ 205 ชุด) ให้กับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อเก็บแบบสอบถามเรียบร้อยแล้วผู้วิจัยได้ดึงออกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จำนวน 10 ชุด เลือกลงมาแบบสอบถามที่มีคำตอบอย่างครบถ้วนจำนวน 400 ชุด และตรวจสอบแบบสอบถามที่จะใช้ให้ถูกต้องทั้งหมด ก่อนจะนำมาวิเคราะห์ทางสถิติต่อไป

4.1 การสรุปผลการสัมภาษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาถึงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างและทำการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อให้ได้ข้อมูลเพิ่มเติมและหาตัวแปรมาใช้ในแบบสอบถาม ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 12 ท่าน ข้อมูลทั่วไปของผู้รับสัมภาษณ์ดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1: ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้ในการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

ท่านที่	นามสมมุติ	อายุ	เพศ	ที่อยู่	ช่องทางที่รู้จักการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
1	A	27	ผู้หญิง	มณฑลกว่างซี	เพื่อนแนะนำมา
2	B	36	ผู้ชาย	มณฑลไหหลำ	การแสดงมีชื่อเสียง
3	C	43	ผู้ชาย	มณฑลยูนนาน	มากับทัวร์
4	D	50	ผู้ชาย	มณฑลเสฉวน	มากับทัวร์
5	E	29	ผู้หญิง	เมืองเซี่ยงไฮ้	ความอยากรู้ของสาวประเภทสอง
6	F	33	ผู้หญิง	มณฑลกว่างตุ้ง	มากับทัวร์
7	G	42	ผู้หญิง	มณฑลเหอหนาน	ความน่าสนใจของการแสดง
8	H	26	ผู้ชาย	มณฑลเหอเป่ย์	มากับทัวร์
9	I	24	ผู้หญิง	มณฑลยูนนาน	มากับทัวร์

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.1 (ต่อ): ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ใช้ในการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ท่านที่	นามสมมุติ	อายุ	เพศ	ที่อยู่	ช่องทางที่รู้จักการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
10	J	30	ผู้ชาย	มณฑลเจ้อเจียง	การโฆษณาของโรงละคร
11	K	52	ผู้หญิง	มณฑลยูนนาน	พนักงานโรงแรมแนะนำมา
12	L	30	ผู้ชาย	มณฑลเสฉวน	มากับทัวร์

ตารางที่ 4.2: สรุปผลการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยแรงผลักดันในการท่องเที่ยว	นามสมมุติ											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน	×		×			×			×			×
ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก		×		×			×			×	×	
ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่			×		×	×		×			×	
ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรม อื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ	×			×		×				×	×	×
ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลาย ความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน	×	×		×		×		×	×	×		×
ความปลอดภัย	×				×		×			×		×
ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม			×		×	×		×	×		×	

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.2 (ต่อ): สรุปผลการสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชม
การแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพญา จังหวัดชลบุรี

ปัจจัยแรงผลักดันในการท่องเที่ยว	นามสมมุติ											
	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L
เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก		x		x			x		x			x
มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี	x		x	x		x			x	x		
ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว			x	x				x			x	x
สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดี และเพียงพอ	x	x			x		x		x	x		
นักแสดงสาวประเพณีสองมีชื่อเสียงและ ความสวยงาม	x	x	x	x	x	x	x			x		
สภาพแวดล้อมที่เป็นสากล มีความสะอาด และเป็นระเบียบ	x			x				x			x	x
เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ	x	x	x			x		x		x		

หลังจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยถอดเทปออกมาแบบคำต่อคำ แปลเป็นภาษาไทย จัดทำเป็น
บทสัมภาษณ์ (Transcript) โดยมีหัวข้อในการสัมภาษณ์ดังต่อไปนี้

1) อะไรเป็นแรงจูงใจหลักของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสอง
ที่เมืองพญา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ C (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวว่า “ผมรู้สึกสนุก
ดีกับการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสอง” คำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ F
(การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ดิฉันรู้สึกว่ามี ความสนุกสนานอย่าง
เต็มที่เมื่อชมการแสดงสาวประเพณีสอง” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลหาความบันเทิงและ
สนุกสนานด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน เป็นปัจจัยหนึ่ง
ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพญา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ D (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มา
เที่ยวว่า “ผมรู้สึกดีที่ได้พาครอบครัวมาเที่ยวร่วมกัน” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์
K (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ที่ได้ให้สัมภาษณ์ว่า “ที่บ้านจัดทริปมาเที่ยวด้วยกันเป็น

ครอบครัวบ่อย ๆ ซึ่งครั้งนี่ก็จะมาเที่ยวที่ประเทศไทยกับครอบครัว” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลต่อการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรักด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ E (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มาเที่ยวว่า “ชีวิตประจำของดิฉันน่าเบื่อ ซึ่งอยากลงไปชมการแสดงสาวประเภทสอง” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ H (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “การชมการแสดงสาวประเภทสองเป็นประสบการณ์ที่เราไม่เคยมี” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่ด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ L (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวว่า “ผมจะได้เจอคนที่หลากหลายมากมายระหว่างทาง คุยกับพวกเขาและบันทึกเรื่องราววิถีชีวิตใหม่ ๆ ของพวกเขา” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ A (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “วัฒนธรรมอื่น ๆ เป็นสิ่งที่น่าสนใจ ซึ่งมาเที่ยวที่เมืองไทยก็มีเพื่อนแนะนำมาชมการแสดงสาวประเภทสอง” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ I (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มาเที่ยวว่า “การเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองมันเป็นการสร้างโอกาสพักผ่อนร่างกายและจิตใจในวันหยุด ช่วยกำจัดความเหนื่อยล้าจากการศึกษา” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ J (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “ผมรู้สึกเหนื่อยจากการทำงานประจำ ผมต้องการใช้โอกาสนี้เพื่อผ่อนคลายและเพิ่มพลังชีวิตได้อย่างดีเยี่ยม” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงานด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

2) อะไรเป็นแรงจูงใจดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ E (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มา
 เทียบว่า “กระบวนการชมการแสดงมีความปลอดภัย” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์
 G (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “เนื้อหาการแสดงเหมาะสมกับผู้ชมที่มีอายุแตกต่างกันไป” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลความปลอดภัยด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า
 ความปลอดภัยเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสอง
 ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ K (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวว่า “ค่าตัว
 การแสดงมีความชัดเจนและเหมาะสม” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ C (การสื่อสาร
 ส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “ค่าของที่ระลึกและค่าตัวมีราคาที่เหมาะสม” ผู้รับการสัมภาษณ์
 หลายคนให้เหตุผลค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมเป็น
 ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา
 จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ L (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มา
 เทียบว่า “โรงละครอยู่ริมถนนใหญ่ เดินทางเข้าถึงง่าย” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์
 B (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “มีป้ายบอกทางในเมืองพัทยา ซึ่งเราเข้าถึงโรงละคร
 ง่าย สะดวก ” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลเดินทางเข้าถึงง่าย สะดวกด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้
 สรุปว่า เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดง
 สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ F (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวว่า “ก่อนมาเที่ยว
 ที่เมืองไทยดิฉันเห็นการโฆษณาของการแสดงสาวประเภทสองอยู่บนอินเทอร์เน็ต ดังนั้นฉันจึงสนใจใน
 การแสดงนี้” คำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ J “ผมเห็นว่ามีป้ายโฆษณาแนะนำการแสดง
 สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา ซึ่งผมก็ตามมาชมการแสดงที่โรงละครนี้” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคน
 ให้เหตุผลโรงละครมีการประชาสัมพันธ์ที่ดีด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า มีการประชาสัมพันธ์
 โรงละครที่ดีเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสอง
 ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ H (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่มา
 เทียบว่า “แต่ละโรงละครมี 2-3 ช่องทางที่ซื้อตั๋ว เราซื้อตั๋วง่ายและใช้เวลาไม่นาน” ซึ่งคำตอบนี้ได้
 สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ D (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “ผมซื้อตั๋วผ่านทาง
 อินเทอร์เน็ตไม่ถึงครึ่งชั่วโมงก็รับอีเมล ใช้อีเมลนี้สามารถแลกเปลี่ยนตั๋วที่โรงละครได้ ประหยัดเวลา
 มาก” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็วด้วย ดังนั้น ผู้วิจัย
 จึงได้สรุปว่า ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทาง

มาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ A (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวว่า “โรงละคร มีพนักงานรักษาความสงบเรียบร้อย นักท่องเที่ยวชมการแสดงมีน้ำดื่มฟรี บริการโรงละครดี” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ G (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “โรงละคร มีลานจอดรถและร้านขายของที่ระลึก ขับรถมาเองก็สะดวก” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผล สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ E (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวว่า “เพื่อน ๆ ที่เคยมาเมืองไทยได้ถ่ายรูปกับนักแสดงสาวประเภทสอง สวยมาก ๆ เมื่อได้มีโอกาสเราก็มารชมการแสดงเหมือนกัน” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ D (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “นักแสดงสาวประเภทสองที่เมืองไทยมีชื่อเสียงมาก ผมมาเที่ยวก็อยากชมความสวยงามของนักแสดงสาวประเภทสอง” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลนักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงามด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ A (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ มาเที่ยวว่า “สภาพแวดล้อมของโรงละครสะอาดและไร้มลพิษ” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ L (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “การจอดรถภายในโรงละครและการรับส่งนักท่องเที่ยวมีความเป็นระเบียบ” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลสภาพแวดล้อมที่เป็นสากล มีความสะอาด และเป็นระเบียบด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า สภาพแวดล้อมที่เป็นสากล มีความสะอาด และเป็นระเบียบ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้รับการสัมภาษณ์ F (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) ได้กล่าวว่า “การแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยามีชื่อเสียงมากถ้าไม่ชมกลับเมืองจีนจะเสียใจแน่นอน” ซึ่งคำตอบนี้ได้สอดคล้องกับผู้รับการสัมภาษณ์ B (การสื่อสารส่วนบุคคล, 13 สิงหาคม 2561) “ใคร ๆ ที่มาเมืองไทยครั้งแรกจะได้รับคำแนะนำว่ามาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา ซึ่งเราก็สงสัยว่าการแสดงนี้เป็นอย่างไร” ผู้รับการสัมภาษณ์หลายคนให้เหตุผลเป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ ด้วย ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้สรุปว่า เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการสัมภาษณ์ แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มเป็นปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูด โดยสรุปปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปใช้ในเชิงปริมาณต่อไปนี้

1) ปัจจัยผลัก (Push Factors) ได้แก่

- 1.1) ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน
- 1.2) ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก
- 1.3) ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม ไปหาประสบการณ์ใหม่
- 1.4) ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ
- 1.5) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและ

ปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน

2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ได้แก่

- 2.1) ความปลอดภัย
- 2.2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม
- 2.3) เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก
- 2.4) มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี
- 2.5) ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว
- 2.6) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ
- 2.7) นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม
- 2.8) สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ
- 2.9) เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทางปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพและรายได้ต่อเดือน โดยมีผลวิเคราะห์ตามตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3: จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวยุโรป

ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	212	53.0
หญิง	188	47.0
รวม	400	100
2. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	41	10.3
21-30 ปี	126	31.5
31-40 ปี	148	37.0
41-50 ปี	44	11.0
มากกว่า 51 ปี	41	10.2
รวม	400	100
3. เพศ		
ชาย	212	53.0
หญิง	188	47.0
รวม	400	100
4. อายุ		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี	41	10.3
21-30 ปี	126	31.5
31-40 ปี	148	37.0
41-50 ปี	44	11.0

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
มากกว่า 51 ปี	41	10.2
รวม	400	100
5. ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษา/ ปวช.	50	12.5
อนุปริญญา/ ปวส.	162	40.5
ปริญญาตรี	120	30.0
สูงกว่าปริญญาตรี	68	17.0
รวม	400	100
6. สถานภาพ		
โสด	70	17.5
สมรส	241	60.2
หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่	89	22.3
รวม	400	100
7. อาชีพ		
นักเรียน/ นักศึกษา	95	23.7
พนักงานบริษัท	61	15.3
ข้าราชการ	62	15.5
ธุรกิจส่วนตัว	74	18.5
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	55	13.7
อื่น ๆ	53	13.3
รวม	400	100

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.3 (ต่อ): จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ข้อมูลลักษณะทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท	95	23.7
20,001–30,000 บาท	95	23.7
30,001–40,000 บาท	103	25.8
40,001–50,000 บาท	60	15.0
มากกว่า 50,000 บาท	47	11.8
รวม	400	100

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวน 400 คน จำแนกตามตัวแปรได้ผลดังนี้

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และเป็นเพศหญิง จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31–40 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 รองลงมามีอายุ 21–30 ปี จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 มีอายุ 41–50 ปี จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.0 มีอายุ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.3 มีอายุมากกว่า 51 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีการศึกษาอนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 รองลงมามีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 สูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0 และมีการศึกษามัธยมศึกษา/ ปวช. จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 รองลงมาหม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 โสด จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีอาชีพนักศึกษา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 รองลงมามีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 18.5 มีข้าราชการ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 มีอาชีพ พนักงานบริษัท จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 15.3 มีอาชีพแม่บ้าน/ พ่อบ้าน จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.7 และมีอาชีพอื่น ๆ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001–40,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 รองลงมา มีรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท และ 20,001–30,000 บาท จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 มีรายได้ 40,001–50,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงผลักดัน (Push Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจด้านแรงผลักดัน (Push Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยการหาค่าคะแนนเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ซึ่งปรากฏผลดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจด้านแรงผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจด้านแรงผลักดัน	ระดับความคิดเห็น			
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับ
1. ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน	3.11	1.169	ปานกลาง	5
2. ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อนคนรัก	3.15	1.141	ปานกลาง	4
3. ความต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่	3.40	1.026	ปานกลาง	1
4. ความต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ	3.31	.766	ปานกลาง	3
5. ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลาย ความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาจากการศึกษาหรือการทำงาน	3.31	.797	ปานกลาง	2
เฉลี่ย	3.27	.567	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง

($\bar{x} = 3.27$, $SD = 0.567$) เมื่อพิจารณาทางด้าน อันดับที่หนึ่ง ด้านความต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{x} = 3.40$, $SD = 1.026$) อันดับที่สอง ด้านความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาจากการศึกษา หรือการทำงาน ($\bar{x} = 3.31$, $SD = 0.797$) และความต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ($\bar{x} = 3.31$, $SD = 0.766$) รองลงมา ด้านความต้องการใช้เวลาพร้อมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก ($\bar{x} = 3.15$, $SD = 1.141$) และด้านความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ($\bar{x} = 3.11$, $SD = 1.169$) ตามลำดับ

4.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด (Pull Factor) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4.5: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจด้านแรงดึงดูด	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	
1. ความปลอดภัย	3.10	1.096	ปานกลาง	7
2. ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม	3.07	1.100	ปานกลาง	9
3. เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก	3.28	.995	ปานกลาง	4
4. มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี	3.08	.937	ปานกลาง	8
5. ช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว	3.38	.815	ปานกลาง	2
6. สิ่งอำนวยความสะดวก บริการที่ดี และเพียงพอ	3.27	.695	ปานกลาง	5
7. นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม	3.54	.757	มาก	1

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.5 (ต่อ): ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยว
ชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

แรงจูงใจด้านแรงดึงดูด	ระดับความคิดเห็น			ลำดับ
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	
8. สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ	3.35	.648	ปานกลาง	3
9. เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียงโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติ	3.16	.767	ปานกลาง	6
เฉลี่ย	3.28	.475	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.5 พบว่า แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, $SD = 0.475$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม ($\bar{x} = 3.54$, $SD = 0.757$) แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{x} = 3.38$, $SD = 0.815$) รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.35$, $SD = 0.648$) รองลงมาคือ เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก ($\bar{x} = 3.28$, $SD = 0.995$) รองลงมาคือ สิ่งอำนวยความสะดวก บริการที่ดี และเพียงพอ ($\bar{x} = 3.27$, $SD = 0.695$) รองลงมาคือ เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียงโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติ ($\bar{x} = 3.16$, $SD = 0.767$) รองลงมาคือ ความปลอดภัย ($\bar{x} = 3.10$, $SD = 1.096$) รองลงมาคือ มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี ($\bar{x} = 3.08$, $SD = 0.937$) และรองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ($\bar{x} = 3.07$, $SD = 1.100$) ตามลำดับ

4.5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตารางที่ 4.6: ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

ความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ			ลำดับ
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	
1. การแสดง	3.25	.832	ปานกลาง	1
2. การบริการ	3.25	.723	ปานกลาง	2
เฉลี่ย	3.25	.600	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4.6 แสดงว่า ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$, $SD = 0.600$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจด้านการแสดงของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ($\bar{x} = 3.25$, $SD = 0.832$) รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านการบริการของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ($\bar{x} = 3.25$, $SD = 0.723$) ตามลำดับ

4.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีแตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.7: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของเพศกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	.880	1	398	.349

จากตารางที่ 4.7 ผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) โดยการวิเคราะห์ที่ปัจจัยมีความแปรปรวนปกติหรือไม่ พบว่า ความพึงพอใจมีค่า Levene Statistic เท่ากับ .880 ($P = .349 > .05$) ดังนั้น ความพึงพอใจมีมีความแปรปรวนเป็นปกติ สามารถวิเคราะห์ t-test ได้ ผลการทดสอบ t-test แสดงดังตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พญา จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามเพศ

ความพึงพอใจ	เพศ				.t	Sig.
	ชาย		หญิง			
	\bar{x}	.D.S	\bar{x}	.D.S		
	3.19	.571	3.3055	.62338	-1.881	.061

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันนั้น มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พญา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ($P = .061$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพญา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.9: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของอายุกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	1.112	4	395	.350

จากตารางที่ 4.9 ผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยมีความแปรปรวนปกติหรือไม่ พบว่า ความพึงพอใจมีค่า Levene Statistic เท่ากับ 1.112 ($P = .350 > .05$) ดังนั้น ความพึงพอใจมีความแปรปรวนเป็นปกติ สามารถวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวกัน (One-Way ANOVA) ได้ ผลการเปรียบเทียบแสดงดังตารางที่ 4.10–4.11

ตารางที่ 4.10: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามอายุ

ความพึงพอใจ	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
	ระหว่างกลุ่ม	2.551	4	.638	2.787	.019*
	ภายในกลุ่ม	140.968	395	.357		
	รวม	143.520	399			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันนั้นมีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ($P = .019$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.11

ตารางที่ 4.11: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
ชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน

อายุ		ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20 ปี	21-30 ปี	31-40 ปี	41-50 ปี	มากกว่า 51 ปี
	\bar{x}	3.34	3.12	3.23	3.34	3.44
ต่ำกว่า หรือ เท่ากับ 20 ปี	3.34	-	-.024	-.014	.326	-.021
21-30 ปี	3.12	-	-	.009	.350*	.002
31-40 ปี	3.23	-	-	-	.341	-.007
41-50 ปี	3.34	-	-	-	-	-.347*
มากกว่า 51 ปี	3.44	-	-	-	-	-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.11 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกันพบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่

- 1) อายุ 21-30 ปี กับอายุ 41-50 ปี
- 2) อายุ 41-50 ปี กับอายุมากกว่า 51 ปี

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยว
ชาวจีนที่มีอายุ 31-40 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ 41-50 ปี มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำกว่านักท่องเที่ยว
ชาวจีนที่มีอายุมากกว่า 51 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน
มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี
ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.12: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของการศึกษากับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	1.702	3	396	.063

จากตารางที่ 4.12 ผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยมีความแปรปรวนปกติหรือไม่พบว่า ความพึงพอใจมีค่า Levene Statistic เท่ากับ 1.702 ($P = .063 > .05$) ดังนั้น ความพึงพอใจ มีตัวความแปรปรวนเป็นปกติ สามารถวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวกัน (One-Way ANOVA) ได้ ผลการเปรียบเทียบแสดงดังตารางที่ 4.13–4.14

ตารางที่ 4.13: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พิทยา จังหวัดชลบุรี เมื่อจำแนกตามการศึกษา

	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.066	3	1.022	2.881	.036*
	ภายในกลุ่ม	140.454	396	.355		
	รวม	143.520	399			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาแตกต่างกันนั้นมีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พิทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ($P = .036$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.14

ตารางที่ 4.14: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการศึกษาแตกต่างกัน

การศึกษา		มัธยมศึกษา/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี	สูงกว่าปริญญาตรี
	\bar{x}	3.468	3.311	3.187	3.190
มัธยมศึกษา/ ปวช.	3.468	-	.163	.241*	.306**
อนุปริญญา/ ปวส.	3.311	-	-	.078	.144
ปริญญาตรี	3.187	-	-	-	.066
สูงกว่าปริญญาตรี	3.190	-	-	-	-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.14 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม
ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการศึกษาแตกต่างกันพบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 2 คู่ ได้แก่

- 1) กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ ปวช. กับกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี
- 2) กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ ปวช. กับกลุ่มที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่า
ปริญญาตรี

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ ปวช. มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
มากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา/ ปวช. มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ
มากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ
0.05

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจใน
การเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.15: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของสถานภาพกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	1.927	2	397	.120

จากตารางที่ 4.15 ผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยมีความแปรปรวนปกติหรือไม่ พบว่าความพึงพอใจมีค่า Levene Statistic เท่ากับ 1.927 ($P = .120 > .05$) ดังนั้น ความพึงพอใจมีตัวความแปรปรวนเป็นปกติ สามารถวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวกัน (One-Way ANOVA) ได้ ผลการเปรียบเทียบแสดงดังตารางที่ 4.16

ตารางที่ 4.16: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พิทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามสถานภาพ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	.002	2	.001	.002	.998
	ภายในกลุ่ม	143.518	397	.362		
	รวม	143.520	399			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันนั้น มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พิทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน ($P = .998$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพิทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.17: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของอาชีพกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	1.321	5	394	.254

จากตารางที่ 4.17 ผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยมีความแปรปรวนปกติหรือไม่ พบว่าความพึงพอใจมีค่า Levene Statistic เท่ากับ 1.321 ($P = .254 > .05$) ดังนั้น ความพึงพอใจมีตัวความแปรปรวนเป็นปกติ สามารถวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวกัน (One-Way ANOVA) ได้ ผลการเปรียบเทียบแสดงดังตารางที่ 4.18–4.19

ตารางที่ 4.18: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พิทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามอาชีพ

	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	.Sig
ความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	1.294	5	.259	2.837	.024*
	ภายในกลุ่ม	142.226	394	.361		
	รวม	143.520	399			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันนั้นมีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พิทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ($P = .024$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.19

ตารางที่ 4.19: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมของ
นักท่องเที่ยวยาวจันที่มีอาชีพแตกต่างกัน

อาชีพ		นักเรียน/ นักศึกษา	พนักงาน บริษัท	ข้าราชการ	ธุรกิจ ส่วนตัว	แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	อื่น ๆ
	\bar{x}	3.22	3.28	3.23	3.33	3.38	3.21
นักเรียน/ นักศึกษา	3.22	-	-.048	-.114*	-.031	-.141*	.037
พนักงาน บริษัท	3.28	-	-	-.066	.018	-.093	.085
ข้าราชการ	3.23	-	-	-	.084	-.027	.151
ธุรกิจ ส่วนตัว	3.33	-	-	-	-	-.111	.067
แม่บ้าน/ พ่อบ้าน	3.38	-	-	-	-	-	.178*
อื่น ๆ	3.21	-	-	-	-	-	-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.19 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจของ
นักท่องเที่ยวยาวจันที่มีอาชีพแตกต่างกันพบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 3 คู่ ได้แก่

- 1) กลุ่มที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา กับกลุ่มที่เป็นข้าราชการ
- 2) กลุ่มที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา กับกลุ่มที่เป็นแม่บ้าน/ พ่อบ้าน
- 3) กลุ่มที่เป็นแม่บ้าน/ พ่อบ้าน กับกลุ่มที่เป็นอื่น ๆ

นักท่องเที่ยวยาวจันกลุ่มที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำกว่า
นักท่องเที่ยวยาวจันกลุ่มที่เป็นแม่บ้าน/ พ่อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวยาวจันกลุ่มที่เป็นนักเรียน/ นักศึกษา มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำกว่า
นักท่องเที่ยวยาวจันกลุ่มที่เป็นแม่บ้าน/ พ่อบ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มที่เป็นแม่บ้าน/ พ่อบ้าน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มที่เป็นอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4.20: ทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) ของรายได้ต่อเดือนกับความพึงพอใจ

ความพึงพอใจ	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
	.204	4	395	.231

จากตารางที่ 4.20 ผลการทดสอบความเท่ากันของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) โดยการวิเคราะห์ปัจจัยมีความแปรปรวนปกติหรือไม่ พบว่าความพึงพอใจมีค่า Levene Statistic เท่ากับ .204 ($P = .231 > .05$) ดังนั้น ความพึงพอใจมีตัวความแปรปรวนเป็นปกติ สามารถวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียวกัน (One-Way ANOVA) ได้ ผลการเปรียบเทียบแสดงดังตารางที่ 4.21–4.22

ตารางที่ 4.21: การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสอง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

	แหล่งความแปรปรวน	SS	DF	MS	F	Sig.
ความพึงพอใจ	ระหว่างกลุ่ม	3.199	4	.800	2.251	.043*
	ภายในกลุ่ม	140.320	395	.355		
	รวม	143.520	399			

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันนั้น มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน ($P = .043$) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทำการทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตารางที่ 4.22

ตารางที่ 4.22: ผลการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวมของ
นักท่องเที่ยวยาวจันทันที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน

รายได้ ต่อเดือน		ต่ำกว่า หรือเท่ากับ 20,000 บาท	20,001– 30,000 บาท	30,001– 40,000 บาท	40,001– 50,000 บาท	มากกว่า 50,000 บาท
		\bar{x}	3.41	3.34	3.21	3.12
ต่ำกว่าหรือ เท่ากับ 20,000 บาท	3.41	-	.046	.080	-.078	-.092
20,001– 30,000 บาท	3.34	-	-	.038	-.124	-.138*
30,001– 40,000 บาท	3.21	-	-	-	-.157*	-.172*
40,001– 50,000 บาท	3.12	-	-	-	-	-.014
มากกว่า 50,000 บาท	3.19	-	-	-	-	-

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.22 เมื่อทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยรายคู่ของความพึงพอใจโดยรวม
ของนักท่องเที่ยวยาวจันทันที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกันพบว่า มีคู่ที่แตกต่างกัน 3 คู่ ได้แก่

- 1) 20,001–30,000 บาท กับมากกว่า 50,000 บาท
- 2) 30,001–40,000 บาท กับ 40,001–50,000 บาท
- 3) 30,001–40,000 บาท กับมากกว่า 50,000 บาท

นักท่องเที่ยวยาวจันทันที่มีรายได้ 20,001–30,000 บาทต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยระดับ
ความพึงพอใจต่ำกว่านักท่องเที่ยวยาวจันทันที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญ
ทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวยาวจันทันที่มีรายได้ 30,001–40,000 บาทต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยระดับ
ความพึงพอใจต่ำกว่านักท่องเที่ยวยาวจันทันที่มีรายได้ 40,001–50,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญ

ทางสถิติที่ระดับ 0.05

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ 30,001–40,000 บาทต่อเดือน มีค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่ำกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยผลักดันในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน โดยใช้วิธีการทดสอบวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อน (Multiple Regression) ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 4.23

ตารางที่ 4.23: ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงผลัก (Push Factors) ส่งผลต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.460	.112		12.993	.000
1. ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน	.054	.018	.105	2.976	.003*
2. ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัวเพื่อน คนรัก	-.055	.025	-.089	-2.180	.030*
3. ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่	.020	.021	.037	.913	.362
4. ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ	.280	.028	.446	10.023	.000*
5. ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน	.257	.026	.423	9.769	.000*

Adjusted R2 = .524, F = 88.672, p = .000

*p < .05

จากตารางที่ 4.23 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงผลัก (Push Factors) ส่งผลต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวชาวจีน อย่างมีนัยสำคัญ ($F = 88.672, p = .000 < 0.05$) สัมประสิทธิ์การพยากรณ์ที่ปรับแก้แล้ว (adj. r^2) มีค่าเท่ากับ .524 คิดเป็นร้อยละ 52.4

ปัจจัยความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 2.976, P = .003$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .105

ปัจจัยความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = -2.180, P = .030$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ -0.89

ปัจจัยต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 10.023, P = .000$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .446

ปัจจัยความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 9.769, P = .000$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .423

ปัจจัยต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่ มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ไม่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = .913, P = .362$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .037

ดังนั้น ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงผลัก (Push Factors) ด้านต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่ ไม่ส่งผลต่อชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนด้านความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ด้านความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก ด้านต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ด้านความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงานส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์สมมติฐาน โดยใช้วิธีการทดสอบวิเคราะห์ค่าความคลาดเคลื่อน (Multiple Regression) ผลการทดสอบแสดงดังตารางที่ 4.24

ตารางที่ 4.24: ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด (Pull Factors) ส่งผลต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

ตัวแปรอิสระ	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ค่าคงที่	1.005	.168		5.997	.000
1. ความปลอดภัย	.084	.025	.154	3.313	.001*
2. ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม	-.005	.022	-.009	-.241	.810
3. เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก	.069	.026	.115	2.638	.009*
4. มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี	.152	.032	.237	4.722	.000*
5. ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว	.119	.030	.191	3.976	.000*
6. สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ	.078	.030	.122	2.627	.009*
7. นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม	.044	.022	.080	2.039	.042*
8. สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ	.049	.024	.083	2.057	.040*
9. เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่น เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ	.110	.023	.208	4.863	.000*

Adjusted R2 = .445, F = 36.545, p = .000

*p < .05

จากตารางที่ 4.24 ผลการทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด (Pull Factors) ส่งผลต่อการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญ (F = 36.545, p = .000 < 0.05) สัมประสิทธิ์การพยากรณ์

ที่ปรับแก้แล้ว (adj. r2) มีค่าเท่ากับ .445 คิดเป็นร้อยละ 44.5

ปัจจัยความปลอดภัย มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 3.313, P = .001$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .154

ปัจจัยเดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 2.638, P = .009$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .115

ปัจจัยมีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 4.722, P = .000$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .237

ปัจจัยช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 3.976, P = .000$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .191

ปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 2.627, P = .009$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .122

ปัจจัยนักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 2.039, P = .042$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .080

ปัจจัยสภาพแวดล้อมมีความสะอาดและเป็นระเบียบ มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 2.057, P = .040$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .083

ปัจจัยเป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($t = 4.863, P = .000$) โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ .208

ปัจจัยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม มีค่ามากกว่าระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ทำให้ปัจจัยนี้ไม่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีขนาดอิทธิพล (Beta) เท่ากับ -.009

ดังนั้น ปัจจัยแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด (Pull Factors) ด้านค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ไม่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนด้านความปลอดภัย ด้านเดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก ด้านมีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี ด้านช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ ด้านนักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม ด้านสภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ และด้านเป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

4.7 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

จากผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าว ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานที่ได้ทำการศึกษาได้ดังตารางที่ 4.25

เครื่องหมาย ✓ หมายถึง เป็นไปตามสมมติฐาน

เครื่องหมาย × หมายถึง ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน

ตารางที่ 4.25: สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยหลักในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.1 ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.2 ความต้องการใช้เวลาพร้อมกับครอบครัว เพื่อน คนรักส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.3 ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม ไปหาประสบการณ์ใหม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ปฏิเสธ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 2.4 ต้องการศึกษารหัสหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2.5 ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลาย ความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.1 ความปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.2 ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ปฏิเสธ
สมมติฐานที่ 3.3 เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.4 มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.5 ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.6 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ

(ตารางมีต่อ)

ตารางที่ 4.25 (ต่อ): สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สมมติฐานที่ 3.7 นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.8 สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3.9 เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี	ยอมรับ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี” มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี และ 3) เพื่อศึกษาแรงจูงใจที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยมีรายละเอียดการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้
- 5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ผลการสัมภาษณ์

จากผลการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยสามารถจัดกลุ่มเป็นปัจจัยผลักและปัจจัยดึงดูด โดยสรุปปัจจัยต่าง ๆ ที่นำไปใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ต่อไป ดังนี้

5.1.1.1 ปัจจัยผลัก (Push Factors) ได้แก่

- 1) ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน
- 2) ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก
- 3) ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่
- 4) ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ
- 5) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดัน

และปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน

5.1.1.2 ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ได้แก่

- 1) ความปลอดภัย
- 2) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

- 3) เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก
- 4) มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี
- 5) ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว
- 6) สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ
- 7) นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม
- 8) สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ
- 9) เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ

5.1.2 สรุปข้อมูลลักษณะทางปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 มีอายุระหว่าง 31–40 ปี จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0 มีการศึกษาอนุปริญญา/ ปวส. จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 40.5 มีสถานภาพสมรส จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 60.2 มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 มีรายได้ 30,001–40,000 บาท จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8

5.1.3 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า แรงจูงใจด้านแรงผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.27$, $SD = 0.567$) เมื่อพิจารณารายด้าน อันดับที่หนึ่งคือ ด้านความต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่ ($\bar{x} = 3.40$, $SD = 1.026$) อันดับที่สองคือ ด้านความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาจากการศึกษาหรือการทำงาน ($\bar{x} = 3.31$, $SD = 0.797$) และความต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ($\bar{x} = 3.31$, $SD = 0.766$) รองลงมาคือ ด้านความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อนคนรัก ($\bar{x} = 3.15$, $SD = 1.141$) และด้านความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ($\bar{x} = 3.11$, $SD = 1.169$) ตามลำดับ

5.1.4 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.28$, $SD = 0.475$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ นักแสดง

สาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม ($\bar{x} = 3.54$, $SD = 0.757$) แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{x} = 3.38$, $SD = 0.815$) สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.35$, $SD = 0.648$) เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก ($\bar{x} = 3.28$, $SD = 0.995$) สิ่งอำนวยความสะดวก บริการที่ดี และเพียงพอ ($\bar{x} = 3.27$, $SD = 0.695$) เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติ ($\bar{x} = 3.16$, $SD = 0.767$) ความปลอดภัย ($\bar{x} = 3.10$, $SD = 1.096$) มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี ($\bar{x} = 3.08$, $SD = 0.937$) และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ($\bar{x} = 3.07$, $SD = 1.100$) ตามลำดับ

5.1.5 สรุปข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.25$, $SD = 0.600$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 2 ด้าน ได้แก่ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อเนื้อหาและระยะเวลาของการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ($\bar{x} = 3.25$, $SD = 0.832$) รองลงมาคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการบริการของโรงละคร การแสดงสาวประเภทสอง (โรงละครทิฟฟานี โชว์ พัทยา และโรงละครอัลคาซ่า คาบาเร่ต์ พัทยา) ที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ($\bar{x} = 3.25$, $SD = 0.723$) ตามลำดับ

5.1.6 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แตกต่างกัน จากผลการทดสอบจึงยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถสรุปสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ปฏิเสธกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.2 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.3 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.4 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ปฏิเสธกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.5 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 1.6 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยหลักในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี จากผลการทดสอบจึงยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถสรุปสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1 ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนานส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.2 ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรักส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.3 ต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม ไปหาประสบการณ์ใหม่ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ปฏิเสธกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.4 ต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 2.5 ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี จากผลการทดสอบจึงยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถสรุปสมมติฐานย่อยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 3.1 ความปลอดภัย ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.2 ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ปฏิเสธกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.3 เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.4 มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.5 ช่องทางที่ซื้อตั๋วง่าย สะดวก รวดเร็ว ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.6 สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.7 นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.8 สภาพแวดล้อมมีความสะอาดและเป็นระเบียบ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐานที่ 3.9 เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิจัยด้านปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งสอดคล้องกับปัจจุบันประชากรจีนที่เป็นเพศชายมีมากกว่าเพศหญิง โดยข้อมูลประชากรจีน 2560 มีประชากร

ที่เป็นเพศชาย 711,370,000 คน และมีประชากรจีนเพศหญิง 678,710,000 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติของสาธารณรัฐประชาชนจีน, 2560) อาจเป็นเพราะว่า ศรีบัสดี (Sribusdi, 2015) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีเพศชายเดินทางไปชมการแสดงมากกว่าเพศหญิง จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเพศชายเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทยมีมากกว่าเพศหญิง

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 31–40 ปี ซึ่งสอดคล้องกับ เทิดชาย ช่วยบำรุง (2551) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 21–40 ปี ทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มนี้เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดีจากการที่ได้ทำงานมาระยะเวลาหนึ่งจึงมีความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน อีกทั้งการเป็นกลุ่มวัยทำงาน การเลือกช่วงเวลาการท่องเที่ยวในต่างประเทศจึงต้องเป็นช่วงเวลาที่มิวันหยุดยาวพอสมควร

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีการศึกษาอนุปริญญา/ ปวส. ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจนจิรา บรรจงนิ๊ก (2554) ทั้งนี้อาจเป็นเหตุผลเดียวกับเจนจิรา กล่าวคือ เป็นผู้ที่ไปท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ที่จบปริญญาตรีและอยู่ในวัยทำงานซึ่งมีความมั่นคงในอาชีพการงานแล้ว นอกจากนี้อีกเหตุผลหนึ่งอาจเป็นเพราะว่าผู้ที่ชื่นชอบการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศอาจต้องมีความรู้ในขั้นปริญญา เพราะอาจต้องการความมั่นใจในการติดต่อสื่อสารในการใช้ภาษาต่างประเทศหรือภาษาอังกฤษในระดับที่สามารถสื่อสารได้อย่างเข้าใจ เพราะว่าการเดินทางไปยังต่างประเทศไม่ว่าประเทศใดก็ตามต้องมีขั้นตอนที่ต้องสื่อสารภาษาอังกฤษตลอดเวลา ตั้งแต่เริ่มต้นการเดินทางไปสนามบิน การจัดเตรียมเอกสารสำคัญที่เป็นภาษาอังกฤษ การเช็คอินสายการบิน การสื่อสารบนเครื่องบิน และเมื่อถึงจุดหมายปลายทางแล้ว การติดต่อเช่าห้องพัก การสั่งอาหาร การสื่อสารกับผู้คนเพื่อเรียนรู้แลกเปลี่ยนความรู้ การอ่านข้อมูลที่ระบุไว้ตามสถานที่ต่าง ๆ เพื่อสามารถเข้าใจถึงเรื่องราวสถานที่ท่องเที่ยววันนั้น ๆ ได้ รวมถึงสามารถปฏิบัติตามข้อกำหนดต่าง ๆ ได้อย่างถูกต้อง ดังจะเห็นได้จากมีการผลิตสื่อหลากหลายประเภทในรูปแบบต่าง ๆ มากมายเพื่อสอนศัพท์ภาษาอังกฤษเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้ผู้ที่ต้องการเดินทางไปยังต่างประเทศสามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ในสิ่งที่จำเป็นก็เป็นได้

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส ซึ่งสอดคล้องกับ คอลลินส์ และทิสเดลล์ (Collins & Tisdell, 2002) ที่ระบุว่า สถานะของครอบครัว (Marital Status) เป็นตัวแปรที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีนมีครอบครัวที่มั่นคงแล้วอาจเกิดความต้องการการเดินทางไปท่องเที่ยวหรือพักผ่อนยังต่างประเทศด้วยจึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพสมรสเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพอื่น ๆ

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา (ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา) แต่จำนวนคนที่มีอาชีพแตกต่างกัน ไม่ต่างกันมาก ซึ่งสอดคล้องกับ วชิรวรรณ งามละม่อม (2558) ที่ระบุว่า ความแตกต่างทางด้านอาชีพ ของบุคคลนั้นเองเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการแสดงออกที่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจ เพราะว่าช่วงเดือนตุลาคมถึงธันวาคม พ.ศ. 2561 นักท่องเที่ยวชาวจีนไม่มีวันหยุดยาวที่สามารถ ออกไปเดินทางได้ นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา อยู่ในช่วงเปิดภาคเรียน นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะมาเที่ยวช่วงเสาร์อาทิตย์ ซึ่งนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา อาจมีโอกาที่จะ หาเวลาว่างได้มากกว่าผู้ที่ต้องทำงานประจำ จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพ นักเรียน/ นักศึกษา เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอาชีพอื่นๆ

นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,001–40,000 บาทต่อเดือน ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักษิตานนท์, ศุภกร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทพานิช (2538) ที่ระบุว่า รายได้เป็นปัจจัยที่ทำให้ คนมีความคิด ค่านิยม ทศนคติ และพฤติกรรมแตกต่างกัน เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด นั้น อาจเป็นเหตุผลที่สืบเนื่องมาจากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีครอบครัว การเงิน การศึกษา และ การงานที่มั่นคงแล้ว รายได้ในช่วงดังกล่าวนี้ จึงอาจมีเงินส่วนหนึ่งที่กันไว้สำหรับให้รางวัลกับชีวิต เช่น การซื้อของที่อยากได้ อื่น ๆ รวมถึงการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเฉพาะการเดินทาง ไปเที่ยวประเทศไทยไม่ต้องใช้เงินจำนวนมากเมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางไปเที่ยวประเทศในยุโรป และประเทศอเมริกา (China Outbound Tourism Data Report, 2017) จึงอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้ระหว่าง 30,001–40,000 บาทต่อเดือน เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีรายได้อื่น ๆ

5.2.2 จากข้อค้นพบในสมมติฐานที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัด ชลบุรีแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เตอชิง (Desheng, 2015) ที่ศึกษาเรื่อง ความพึงพอใจของ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาเที่ยวที่ประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ แตกต่างกัน ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน มีความพึงพอใจในการเดินทาง ที่เที่ยวที่ประเทศไทยแตกต่างกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีเพศ สถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ที่ไม่แตกต่างกัน สรุปได้ว่า ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้ มีเพศชายจำนวน 212 คน คิดเป็นร้อยละ 53.0 และมีเพศหญิงจำนวน 188 คน

คิดเป็นร้อยละ 47.0 จำนวนเพศชายและเพศหญิงใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีไม่แตกต่างกัน อาจจะเป็นเพราะไม่ว่าจะมีสถานภาพเป็นโสด สมรส หรือหม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่ นักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีความรู้สึกของพวกเขาเอง ดังนั้นนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสถานภาพที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน นอกจากนี้ สิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ และเนื้อหาปรับปรุงอยู่เสมอ เหตุผลนี้อาจทำให้ปัจจัยเพศและปัจจัยสถานภาพแตกต่างกัน มีความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่แตกต่างกัน

5.2.3 จากข้อค้นพบในสมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยหลักในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี และจากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมมีแรงจูงใจด้านปัจจัยหลักอยู่ในระดับปานกลาง แต่เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่สองได้แก่ ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาจากการศึกษาหรือการทำงาน ($\bar{x} = 3.31$) และปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับที่สาม ได้แก่ ความต้องการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ($\bar{x} = 3.31$) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี เหล่านี้จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ซึ่งสอดคล้องกับที่ คอมป์ตัน (Crompton, 1979) ได้กล่าวถึง ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ในการท่องเที่ยวประกอบด้วย การพักผ่อนหย่อนใจ การหนีหนีจากสภาพแวดล้อมที่จำเจ กระชับความสัมพันธ์ในเครือญาติ การเสริมสร้างการปะทะสังสรรค์ทางสังคม ความต้องการความภาคภูมิใจและการพัฒนาตนเอง และสอดคล้องกับ คลีโนสกี (Klenosky, 2002) ที่ได้กล่าวถึง แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกิดจากปัจจัยผลักดัน (Push Factors) คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวทางด้านสภาวะภายใน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ แหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว เพราะฉะนั้นปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดมีผลต่อการเลือกเดินทางไปยังจุดหมายปลายทาง แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวประกอบความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก เป็นต้น

โดยปัจจัยความต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิมไปหาประสบการณ์ใหม่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.40$) ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี สรุปได้ว่า ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้ตอบ

แบบสอบถามในการวิจัยครั้งนี้ มีอายุต่ำกว่า 40 ปี จำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.75 มีอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 23.7 (ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001–40,000 บาท) และธุรกิจส่วนตัว 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.25 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่เป็นวัยหนุ่มและมีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีอาชีพเป็นนักเรียน/ นักศึกษา แสดงว่า กลุ่มตัวอย่างนี้ส่วนใหญ่มีแรงกดดันไม่มาก อาจจะไม่ค่อยมีความจำใจในชีวิตประจำวัน (เจีย ฮู, 2559) ทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.2.4 จากข้อค้นพบในสมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยดึงดูดในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี และจากผลการวิจัยที่พบว่า แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่หนึ่งคือ นักแสดงสาวประเภทสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม ($\bar{x} = 3.54$) และปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับที่สองคือ ช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว ($\bar{x} = 3.38$) ปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับสามคือ สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ ($\bar{x} = 3.35$) ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ทั้งนี้เนื่องจากการแสดงสาวประเภทสองที่ประเทศไทยมีชื่อเสียงโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติ อีกประเด็นคือ รัฐบาลไทยออกนโยบายยกเลิกการเก็บค่าธรรมเนียมการตรวจลงตราของคนต่างชาติ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เลิศพร ภาระสกุล (2555) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกมีปัจจัยแห่งความพึงพอใจ ได้แก่ ปัจจัยการท่องเที่ยวชมเมืองและวัดวาอาราม ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวและคนไทย ปัจจัยด้านสินค้าที่หลากหลายและความสะดวกในการเดินทางเข้ามา ปัจจัยด้านความรู้สึกอบอุ่นปลอดภัยและบันเทิง ปัจจัยด้านการคมนาคมและการเข้าถึง และ ศรีญญา วรกุลวิทย์ (2546) ที่กล่าวว่า ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง แหล่งท่องเที่ยวหรือทรัพยากรการท่องเที่ยว สินค้าของที่ระลึก ความปลอดภัย การอำนวยความสะดวก การจัดการบริการ

ปัจจัยค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x} = 3.07$) ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนอยากได้โอกาสชมการแสดงสาวประเภทสอง ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่สนใจมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมหรือไม่ เหตุผลนี้อาจทำให้ผลการวิเคราะห์ไม่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลไปใช้

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยสรุปข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลไปใช้ดังนี้

5.3.1 จากผลการวิจัยที่พบว่า ด้านข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลทั่วไป จากผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีการศึกษาอนุปริญญา/ปวส. มีสถานภาพสมรส มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา ส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ส่วนใหญ่มีอาชีพนักเรียน/ นักศึกษา (ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา) ซึ่งอายุจะอายุระหว่าง 31-40 ปี และส่วนใหญ่มีรายได้ 30,001-40,000 บาท ดังนั้นควรต้องปรับปรุงในเรื่องของการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากในแต่ละวันมีกลุ่มทัวร์นักท่องเที่ยวชาวจีนมาค่อนข้างเยอะ ทำให้การบริการไม่ทั่วถึง

5.3.2 จากผลการวิจัยที่พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลกอยู่ในระดับปานกลาง โดย ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาจากการศึกษาหรือการทำงาน ต้องการการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ ต้องการใช้เวลาพร้อมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก ต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ส่วนใหญ่เพราะต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาจากการศึกษาหรือการทำงาน และ ต้องการการศึกษาหรือแสวงหาความรู้ วัฒนธรรมอื่น ๆ และวิถีชีวิตใหม่ ๆ โดยเฉพาะการแสดงสาวประเพณีสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติ ซึ่งผู้ประกอบการควรพัฒนาการแสดงอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความสนุกสนานและดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น นักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับการแสดงสาวประเพณีสองจากสื่อโฆษณาต่าง ๆ ค่อนข้างน้อยเพราะฉะนั้นควรจัดสื่อโฆษณาให้ดึงดูดใจ และเผยแพร่ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

5.3.3 จากผลการวิจัยที่พบว่า แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดย แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ นักแสดงสาวประเพณีสองมีชื่อเสียงและความสวยงาม แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่าย สะดวก รวดเร็ว สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ เดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก สิ่งอำนวยความสะดวก บริการที่ดีและเพียงพอ เป็นการแสดงที่มีชื่อเสียง โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะชาติ ความปลอดภัย มีการประชาสัมพันธ์โรงละครที่ดี ส่งผลต่อความพึงพอใจในการเดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสนใจในนักแสดงสาวประเพณีสอง

มาก ซึ่งผู้ประกอบการโรงละครควรรับสมัครนักแสดงที่มีชื่อเสียงและความสวยงามมากขึ้น จัดช่องทางที่ซื้อตั๋วมากขึ้นช่วงฤดูท่องเที่ยวและให้บริการจัดส่งตั๋ว ให้ข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการให้ได้มากที่สุด สามารถแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ และสามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้ เป็นต้น

5.4 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

5.4.1 การวิจัยในครั้งนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเพณีสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน หากมีการพัฒนางานวิจัยนี้ควรใช้กลุ่มตัวอย่างที่มีจำนวนมากขึ้นและสำรวจกลุ่มตัวอย่างจากหลาย ๆ แหล่ง มีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับนักท่องเที่ยวชาวจีนรวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย เพื่อความหลากหลาย และความชัดเจนของผลการวิจัย และสามารถเป็นแนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการแสดงสาวประเพณีสอง เนื่องจากนักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจที่เดินทางมาเพื่อศึกษาการแสดงสาวประเพณีสองมากขึ้น สามารถนำข้อมูลนี้ไปต่อยอดธุรกิจทางด้านการแสดงสาวประเพณีสอง และเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการแสดงสาวประเพณีสอง

5.4.2 โรงละครที่มีการแสดงของสาวประเพณีสองควรทำการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนทุกเดือน ๆ เพื่อนำมาพัฒนาการในการให้บริการลูกค้า นำผลการดำเนินงานด้านการให้คุณภาพการบริการในการแสดงสาวประเพณีสองที่พัทยา จังหวัดชลบุรี

5.4.3 ควรขยายกลุ่มตัวอย่าง โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติอื่น ๆ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำแบบสำรวจให้ครอบคลุมมากขึ้น วิเคราะห์รายละเอียดเพิ่มเติมของนักท่องเที่ยวเพื่อสรุปเป็นแนวทางในการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559ก). สถิตินักท่องเที่ยวของ 6 สัญชาติหลักที่เดินทางไปเที่ยวที่พัทยา ปี 2556–2559. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=232&filename=index.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2559ข). สถิตินักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย ปี 2554–2559. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=411.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาประเทศไทยปี 2555–2561. สืบค้นจาก <http://www.mots.go.th/download/Download/TheSituationAndBehaviorOfChineseTouristsByMinsterOfMots.pdf>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). การจัดการการท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://thai.tourismthailand.org/home>.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2558). TAT News. สืบค้นจาก <https://web.archive.org/web/2015041>.
- แก้วเสียง รื่น. (2558). ทรรศนะนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อการแสดงโชว์สาวประเภทสองในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เจนจิรา บรรจงนิก. (2554). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวจังหวัดน่าน. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- เจ็ย ฮู. (2559). ความคาดหวัง ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนคุนหมิง (Kunming) ที่ขับรถมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยใช้เส้นทาง R3A. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ชมชื้อ นพรัก. (2556). แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ชีวานันท์ วุฒิพันธุ์. (2550). ความพึงพอใจด้านส่วนประสมการตลาดบริการของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการโรงแรมประเภทเต็นท์ กรณีศึกษาเขาเขี้ยว เอส ตา เต้ รีสอร์ทจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, วิทยาลัยดุสิตธานี.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2538). องค์ประกอบพื้นฐานด้านอุตสาหกรรม. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 14(4), 39–44.
- ชัพวิชัย ใจหาญ และณัฐนิช นกปี. (2559). *คาบารเร่ต์ไทย: คณะทิฟฟานี โชว์ พัทยา*. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

- ทิฟฟานี โชว์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.tiffany-show.co.th/>.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2551). *การท่องเที่ยวไทยนานาชาติปี พ.ศ. 2551*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย.
- ธนวัฒน์ จัตตวัฒน์ และสืบสกุล ปลอดภัย. (2549). *การศึกษาระบาดวิทยาของการใช้ฮอร์โมนเพศในเพศชาย*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- นฤพนธ์ ค้วงวิเศษ. (2558). วิพากษ์ “ความเป็นหญิง” ของหญิงในร่างชาย. สืบค้นจาก <https://www.sac.or.th/databases/anthropology-concepts/articles/9>.
- ประมะ สตะเวทิน. (2533). *การสื่อสารมวลชน: กระบวนการและทฤษฎี*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เปรมปรีดา ปราโมช ณ อุษยา. (2546). *การช่วงชิงอัตลักษณ์ “กระเทย” ในงานคาบาเรต์โชว์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรทิพย์ วรกิจโกศาทร. (2529). *การเลือกสื่อเพื่อการประชาสัมพันธ์*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภนิดา ชัยปัญญา. (2541). *การวัดความพึงพอใจ*. กรุงเทพฯ: แสงอักษร.
- เมตตา ธนิตนนท์. (2560). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวบ้านบางเขน*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เมืองพัทยา. (2561). *ประวัติเมืองพัทยา*. สืบค้นจาก <http://www.pattaya.go.th/>.
- รุ่งระวี วีระเวสส์. (2559). ศักยภาพการแข่งขันการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในตลาดโลก: วิเคราะห์ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 10(1), 260-268.
- รัชพร จันทร์สว่าง. (2546). *ความหมายของนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ลลิตา สุขมาก. (2554). *แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เลิศพร ภาระสกุล. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรรณมา วงษ์วานิช. (2546). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วชิรวัชร งามละม่อม. (2558). *การบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM)*. กรุงเทพฯ: สถาบัน TDRM.
- วนิดา วิชยประเสริฐกุล. (2541). *ผลกระทบจากการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีต่อสภาพแวดล้อมเมืองพัทยา*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาดา เถาธรรมพิทักษ์. (2551). *แรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

- วินิจ วีรยางกูร. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศรัญญา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สามลดา.
- ศรัทธา วุฒิพงษ์. (2542). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน) สาขาจันทิ อำเภอนวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ปริญ ลักชิตานนท์, ศุภร เสรีรัตน์ และองอาจ ปทะวานิช. (2538). *กลยุทธ์ การตลาด การบริหารการตลาด และกรณีตัวอย่าง*. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ศุภร เสรีรัตน์, ปณิศา มีจินดา, อรทัย เลิศวรรณวิทย์, ปริญ ลักชิตานนท์, องอาจ ปทะวานิช และจิระวัฒน์ อนุชานนท์. (2552). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2550). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สถานเอกอัครราชทูตสาธารณรัฐประชาชนจีนในราชอาณาจักรไทย. (2561). *ภาพรวมความสัมพันธ์ จีน-ไทย*. สืบค้นจาก <http://www.chinaembassy.or.th/th/ztgx/>.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). *การดำเนินการเพื่อกำหนด นโยบายการท่องเที่ยวเพื่อรักษาระบบเชิงนิเวศ*. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สมชาติ อุ๋อัน. (2552). *การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการวางแผน*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สมบัติ กาญจนกิจ. (2544). *นันทนาการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ มหาวิทยาลัย.
- สิรินภา กิจเกื้อกุล. (2561). งานวิจัยเชิงคุณภาพ: กระบวนทัศน์ที่แตกต่างและมโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 20(1), 272–283.
- สุรีย์ บุญญาอนุพงศ์. (2539). *ผลกระทบจากการส่งเสริมการท่องเที่ยว: ศึกษากรณีจังหวัดแม่ฮ่องสอน*. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุวัฒนา ไบเจริญ. (2540). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการธนาคารออมสิน สาขาขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์.
- สันทัต เสริมศรี. (2539). *ประชากรศาสตร์ทางสังคม*. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติของสาธารณรัฐประชาชนจีน. (2560). *จำนวนประชาชนของประเทศจีน*. สืบค้นจาก wap.stats.gov.cn.
- อัลคาซาร์ คาบาเรต์ โชว์ พัทยา. (2561). *ประวัติอัลคาซาร์ คาบาเรต์ โชว์ พัทยา*. สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/th/site/index>.

- อัลคาซ่า คาบาเรต์ พัทยา. (2561). สืบค้นจาก <http://www.alcazarthailand.com/en/site/index>.
- อิทธิพล นาควิเวก. (2559). *ศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานตากอากาศบางปู จังหวัดสมุทรปราการ*. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ.
- Alderfer, C. (1969). *ERG needs model*. Retrieved from http://www.tpa.or.th/writer/read_this_book_topic.php?bookID=1179&pageid=4&read=true&count=true.
- Almagor, U. (1985). A tourist's vision quest in an African game reserve. *Annals of Tourism Research*, 12, 31–47.
- Baker, D. (1995). Understanding how perceptions of service quality and satisfaction influence festival visitors behavioral intention. In *Proceedings of the 1995 Leisure Research Symposium* (pp. 5–8). San Antonio, Texas.
- Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785–804.
- Bock, C. (1890). *Temples and elephants*. Singapore: Oxford University Press.
- Chan, J. K. L., & Baum, T. (2007). Motivation factors of ecotourists in ecolodge accommodation: The push and pull factors. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 12(4), 349–364.
- China Outbound Tourism Data Report. (2017). *中国旅游研究院、携程发布《2017 出境旅游大数据报告》*. Retrieved from <http://www.ctaweb.org/html/2018-2/2018-2-26-11-57-78366.html>.
- China Tourism Academy. (2561ก). *จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวต่างประเทศยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี 2017*. สืบค้นจาก <http://www.ctaweb.org/html/2018-2/2018-2-26-11-57-78366.html>.
- China Tourism Academy. (2561ข). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางไปเที่ยวที่ต่างประเทศปี 2551–2560*. สืบค้นจาก <http://www.ctaweb.org/html/lysyzx/index.html>.
- Collins, D., & Tisdell, C. (2002). Gender and differences in travel life cycles. *Journal of Travel Research*, 41(2), 133–143.
- Coltman, M. M. (1989). *Tourism marketing*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424.

- Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187–219.
- Davidson, R. (1993). *Tourism* (2nd ed.). Singapore: Longman Group.
- Desheng, Q. (2015). *Satisfaction of Chinese tourists' traveling to Thailand*. Shanghai: East China University of Science and Technology.
- Ehrlich, R. (1996). Thailand's secret sex. *Elle Magazine UK*, 6, 42–48.
- Engel, J. F., Blackwell, R. W., & Miniard, P. W. (1993). *Understanding the consumer* (7th ed.). Forth Worth, Texas: Dryden.
- Fornell, C. (1992). A national customer satisfaction barometer: The Swedish experience. *Journal of Marketing*, 56, 6–21.
- Goodrich. (1997). *Cultural and cultural heritage management*. Binghamton, New York: Haworth Hospitality.
- Hallett, H. S. (1890). *A thousand miles on an elephant in the Shan States*. Edinburgh: W. Blackwood and Sons.
- Hunt, H. K. (1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and dissatisfaction*. Cambridge, Mass.: Marketing Science Institute.
- Iso-Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoinder. *Annals of Tourism*, 9(2), 256–262.
- Jackson, P. A., & Sullivan, G. (1999). *Lady boys, tom boys, rent boys: Male and female homosexualities in contemporary Thailand*. Binghamton, New York: Haworth.
- Kim, S. S., Klenosky, D. B., & Lee, C. K. (2003). The influence of push and pull factors at Korean National Parks. *Tourism Management*, 24(2), 169–180.
- Klenosky, D. B. (2002). The pull of tourism destinations: A means–end investigation. *Journal of Travel Research*, 40, 385–395.
- Kozak, M., & Rimmington, M. (2000). Touris satisfaction with Spain as an off–season holiday destination. *Journal of Travel Research*, 38(3), 260–269.
- Loundon, D. L., & Bitta A. D. J. (1993). *Consumer behavior*. New York: McGraw–Hill.
- Maddox, G. L., & Douglass, E. B. (1973). Self–assessment of health: A longitudinal study of elderly subjects. *Journal of Health and Social Behavior*, 14(1), 87–93.

- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Journal Psychology Review*, 50, 370–396.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, physical, and social impacts*. Harlow: Longman House.
- McIntosh R. W., & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism principles, practices, philosophies*. New York: John Wiley & Son.
- Meng, S. M., Liang, G. S., & Yang, S. H. (2011). The relationships of cruise image, perceived value, satisfaction, and post-purchase behavioral intention on Taiwanese tourists. *African Journal of Business Management*, 5(1), 19–29.
- Mill, R. C. (1990). *Tourism the international business*. New Jersey: Prentice Hall.
- Morse, N. C. (1958). *Satisfaction in the white collar job*. Michigan: University of Michigan.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (1998). *Consumer behavior*. New Jersey: Prentice–Hall.
- Mullins, L. J. (1985). *Management and organization behavior*. London: Pitman.
- Murphy, P., Pritchard, M. P., & Smith, B. (2000). The destination product and its impact on traveler perceptions. *Tourism Management*, 21(1), 43–52.
- Oh, H. C., Uysal, M., & Weaver, P. A. (1995). Product bundles and market segments based on travel motivations: A canonical correlation approach. *Journal of Hospitality Management*, 14(2), 123–137.
- Pearce, P. L., & Caltabiano, M. L. (1983). Inferring travel motivation from travellers' experiences. *Journal of Travel Research*, 22(2), 16–20.
- Peltier, A. R. (1991). *Pathamamamuli*. Retrieved from <https://max.book118.com/html/2014/1114/10266288.shtm>.
- Pike, S. D. (2008). *Destination marketing: An integrated marketing communication approach*. Burlington, Massachusetts: Butterworth–Heinmann.
- Reisinger, Y., & Turner, L. (2002). The determination of shopping satisfaction of Japanese Tourists visiting Hawaii and the gold coast compared. *Journal of Travel Research*, 41(2), 167–176.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1994). *Consumer behavior* (5th ed.). New Jersey: Prentice–Hall.

- Sdorow, L. M., & Rickabaugh, C. A. (2006). *Psychology* (6th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Shelly, M. W. (1975). *Responding to social change*. Pennsylvania: Dowden Hutchison.
- Sohu News. (2558). *องค์ประกอบสิบอันดับแรกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจมากที่สุดของประเทศไทย*. สืบค้นจาก http://www.sohu.com/a/15344564_176241.
- Sribusdi, P. (2015). *The study of Chinese tourists went to Thailand to watched the ladyboys show tourism motivation research*. Guangxi: Guangxi University.
- Swarbrooke, J., & Horner, S. H. (1999). *Consumer behavior in tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Thonnam, N. (2006). *Local and tourist satisfaction with sustainable tourism development: A case study of Yao Noi Island, Phang Nga province*. Songkla: Prince of Songkla University.
- Thomas, D., & Butts, F. (1998). Assessing leisure motivators and satisfaction of International elderhostel participants. *Journal Travel and Tourism Marketing*, 7(1), 31–38.
- Tiffing, J., & McCormic, E. J. (1965). *Industrial psychology* (5th ed.). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Uysal, M., & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844–846.
- Vroom, W. H. (1964). *Work and motivation*. New York : John Wiley & Sons.
- Walters, C. G. (1978). *Consumer behavior: Theory and practice* (3rd ed.). Homewood: Irwin.
- White, R. W. (1959). Motivation reconsidered: The concept of competence. *Psychological Review*, 66, 297–333.
- Winter, S. (2002). *Counting Kathoey*. Retrieved from http://web.hku.hk/~sjwinter/TransgenderASIA/paper_counting_kathoey.htm.
- Wolman, B. B. (1973). *Dictionary of behavior science*. New York: Van Norstand Reinhold.
- Wood, W. A. R. (1965). *Consul in paradise: Sixty-nine years in Siam*. London: Souvenir.

- Yamane, T. (1973). *Statistic an introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management, 26*(1), 45–56.
- Yuan, S., & McDonald, C. (1990). Motivational determinants of international pleasure time. *Journal of Travel Research, 29*(1), 42–48.
- Yuksel, A. (2001). Management customer satisfaction and retention. *Journal of Vocation Marketing, 7*(2), 153–168.
- Zhangdeqiang. (2000). *The General Taijian in Qing Dynasty* (张德强: 李莲英 晚清头号大太监). Beijing: China Social.





แบบสอบถาม

การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดง

สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

A Study of Motivation and Satisfaction of Chinese Tourists' Watching

Transgender Show in Pattaya Chonburi Province

คำชี้แจงการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้ใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นส่วนหนึ่งของการทำวิทยานิพนธ์หลักสูตรการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยกรุงเทพ โดยแบบสอบถามประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจด้านแรงผลักดันของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ผู้วิจัยจึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้อย่างจริงจัง ข้อมูลที่ได้จากท่านทั้งหมดจะเป็นความลับ ซึ่งผู้วิจัยจะนำเสนอผลการศึกษาโดยภาพรวมเท่านั้น

ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

Zhang Wei

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดง
สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวจีน

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลส่วนตัวของท่านมากที่สุด

1. เพศ

- 1) ชาย 2) หญิง

2. อายุ

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี 2) 21-30 ปี
 3) 31-40 ปี 4) 41-50 ปี
 5) มากกว่า 51 ปี

3. สถานภาพ

- 1) โสด 2) สมรส
 3) หม้าย/ หย่าร้าง/ แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- 1) มัธยมศึกษา/ ปวช. 2) อนุปริญญา/ ปวส.
 3) ปริญญาตรี 4) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

- 1) นักเรียน/ นักศึกษา 2) พนักงานบริษัท
 3) ข้าราชการ 4) ธุรกิจส่วนตัว
 5) แม่บ้าน/ พ่อบ้าน 6) อื่น ๆ (โปรดระบุ) _____

6. รายได้ส่วนบุคคล

- 1) ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 20,000 บาท
 2) 20,001-30,000 บาท
 3) 30,001-40,000 บาท
 4) 40,001-50,000 บาท
 5) มากกว่า 50,000 บาท

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจด้านแรงผลึกของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสอง
ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับ ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เกณฑ์คะแนนระดับแรงจูงใจด้านแรงผลึก

ระดับ	คะแนน
แรงผลึกมากที่สุด/ เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเท่ากับ 5
แรงผลึกมาก/ เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 4
แรงผลึกปานกลาง/ เห็นด้วยปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3
แรงผลึกน้อย/ เห็นด้วยน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2
แรงผลึกน้อยที่สุด/ ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 1

ปัจจัยใดที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวชาวจีน เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสอง ที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	ระดับความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	ไม่เห็น ด้วย (1)
1. ฉันต้องการความบันเทิงและ สนุกสนาน					
2. ฉันต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว/ เพื่อน หรือคนรัก					
3. ฉันต้องการหนีจากสภาพแวดล้อมเดิม ไปหาประสบการณ์ใหม่					
4. ฉันต้องการแสวงหาความรู้					
5. ฉันต้องการศึกษาวัฒนธรรมอื่น ๆ					
6. ฉันต้องแสวงหาวิถีชีวิตใหม่ ๆ					
7. ฉันต้องการพักผ่อนหย่อนใจ					
8. ฉันต้องการผ่อนคลายความตึงเครียด จากแรงกดดันจากการศึกษาหรือ การทำงาน					

ส่วนที่ 3 แรงจูงใจด้านแรงดึงดูดของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับ ความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

เกณฑ์คะแนนระดับแรงจูงใจด้านแรงดึงดูด

ระดับ	คะแนน
แรงดึงดูดมากที่สุด / เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ให้คะแนนเท่ากับ 5
แรงดึงดูดมาก / เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 4
แรงดึงดูดปานกลาง / เห็นด้วยปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3
แรงดึงดูดน้อย / เห็นด้วยน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2
ดึงดูดน้อยที่สุด / ไม่เห็นด้วย	ให้คะแนนเท่ากับ 1

ปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	ระดับความความคิดเห็น				
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วยปานกลาง (3)	เห็นด้วยน้อย (2)	ไม่เห็นด้วย (1)
1. การแสดงมีความปลอดภัย					
2. การแสดงมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม					
3. สถานที่การแสดงเดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก					
4. โรงละครที่จัดการแสดงมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี					
5. โรงละครที่จัดการแสดงมีช่องทางที่ซื้อตั๋วได้ง่ายและสะดวก					
6. โรงละครที่จัดการแสดงมีช่องทางที่ซื้อตั๋วรวดเร็ว					
7. โรงละครที่จัดการแสดงมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดี					
8. โรงละครที่จัดการแสดงมีบริการที่ดี					

ปัจจัยใดที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวจีน เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภท สองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	ระดับความความคิดเห็น				
	เห็นด้วย อย่างยิ่ง (5)	เห็นด้วย (4)	เห็นด้วย ปานกลาง (3)	เห็นด้วย น้อย (2)	ไม่เห็น ด้วย (1)
9. โรงละครที่จัดการแสดงมีบริการ (เช่น การบริการด้านการให้ เครื่องดื่ม, การบริการของสถานที่ จอดรถ, การบริการของพนักงาน ต้อนรับ) ที่เพียงพอ					
10. โรงละครที่จัดการแสดงมีนักแสดง สาวประเภทสองที่ชื่อเสียง					
11. โรงละครที่จัดการแสดงมีนักแสดง สาวประเภทสองที่สวยงาม					
12. โรงละครที่จัดการแสดงมี สภาพแวดล้อมที่สะอาด					
13. โรงละครที่จัดการแสดงมี สภาพแวดล้อมที่เป็นระเบียบ					
14. การแสดงมีชื่อเสียง					
15. การแสดงโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะชาติ					

ส่วนที่ 4 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่
เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

คำชี้แจง: กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในข้อที่ตรงกับระดับความพึงพอใจของท่านมากที่สุด

เกณฑ์คะแนนระดับความพึงพอใจ

ระดับ	คะแนน
ความพึงพอใจมากที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 5
ความพึงพอใจมาก	ให้คะแนนเท่ากับ 4
ความพึงพอใจปานกลาง	ให้คะแนนเท่ากับ 3
ความพึงพอใจน้อย	ให้คะแนนเท่ากับ 2
ความพึงพอใจน้อยที่สุด	ให้คะแนนเท่ากับ 1

ความพึงพอใจที่มีต่อการเดินทาง มาชมการแสดง สาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	ระดับความพึงพอใจ				
	ความพึง พอใจ มากที่สุด (5)	ความ พึงพอใจ มาก (4)	ความ พึงพอใจ ปาน กลาง (3)	ความ พึงพอใจ น้อย (2)	ความ พึงพอใจ น้อยที่สุด (1)
1. ท่านมีความพึงพอใจในการแสดงของการแสดงสาวประเภทสองอยู่ในระดับใด					
1.1) เนื้อหาของการแสดง					
1.2) ระยะเวลาของการแสดง					
2. ท่านมีความพึงพอใจในการบริการของโรงละครสาวประเภทสองอยู่ในระดับใด					
2.1) ก่อนการแสดง (การบริการ ของสถานที่จอดรถ, การบริการของ พนักงานต้อนรับ)					
2.2) ระหว่างการแสดง (การบริการ ด้านการให้เครื่องดื่ม)					
2.3) หลังจกการแสดง (การให้ บริการด้านถ่ายรูปกับนักแสดง, การบริการการนำทางออก)					

编号 [] [] []

问卷调查

中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的动机和满意度研究

说明

本调查问卷用于撰写论文"中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的动机和满意度研究",作为曼谷大学旅游和酒店管理专业研究生论文的一部分,此调查问卷由以下四部分组成:

第一部分 对于前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的中国游客基本情况的调查

第二部分 对于中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的推力因子的调查

第三部分 对于中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的拉力因子的调查

第四部分 中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的满意度的调查

希望您认真如实填写信息。此份调查问卷仅限于学习研究使用,将为您填写的信息完全保密。

感谢您的配合
张韦
文学硕士
旅游与酒店管理

曼谷大学

中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的动机和满意度研究

第一部分 中国游客基本情况

说明：请在符合您的个人信息选项的空格□内勾划符号√

1. 性别

 1) 男

 2) 女

2. 年龄

 1) 20及20岁以下

 2) 21-30岁

 3) 31-40岁

 4) 41-50岁

 5) 51岁及以上

3. 婚姻状况

 1) 未婚

 2) 已婚

 3) 离异/丧偶/分居

4. 受教育程度

 1) 高中/中专学历

 2) 大专/高职学历

 3) 本科

 4) 本科以上

5. 职业

 1) 在校学生

 2) 公司员工

 3) 政府机构

 4) 个体私营

 5) 家庭主妇/主夫

 6) 其他(请说明) _____

6. 月收入

 1) 4000元及4000元以下

 2) 4001-6000元

 3) 6001-8000元

 4) 8001-10000元

 5) 10000元以上

第二部分 对于中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的推力因子的调查

说明：请对以下项目在您认为最符合的选项处勾划符号√
推力的评级标准

等级	分数
推力最大/非常认同	5
推力大/很认同	4
推力中等/一般认同	3
推力小/不太认同	2
推力最小/非常不认同	1

	您的看法				
	非常认同 (5)	很认同 (4)	一般认同 (3)	不太认同 (2)	非常不认同 (1)
影响中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的推力因子					
1.我需要通过好玩的事情来愉悦自己					
2.我喜欢和我的家人/朋友/爱人一起度过美好时光					
3.我想要逃离现在的生活环境，去寻找新的体验					
4.我需要充实知识					
5.我喜欢探索不同的文化					
6.我有兴趣体验不同的生活方式					
7.我需要松弛身心					

8.我需要摆脱学习或工作带来的压力					
-------------------	--	--	--	--	--

第三部分 对于中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的拉力因子的调查

说明：请对以下项目在您认为最符合的选项处勾划符号√

拉力的评级标准

等级	分数
拉力最大/非常认同	5
拉力大/很认同	4
拉力中等/一般认同	3
拉力小/不太认同	2
拉力最小/非常不认同	1

	您的看法				
	非常认同	很认同	一般认同	不太认同	非常不认同
影响中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的拉力因子	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
1.表演内容非常安全					
2.表演票价适中					
3.剧院容易到达					
4.剧院的宣传工作做得好					
5.购票简便					
6.购票快捷					
7.剧院设备设施好					
8.剧院服务好					

9.剧院服务充足(例如:提供免费的饮料,提供停车服务,提供热情的欢迎服务)					
10.表演的演员有名					
11.表演的演员美丽					
12.剧院环境干净卫生					
13.剧院环境整洁有序					
14.表演非常著名					
15.表演非常有特色					

第四部分 中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的满意度的调查

说明：请对以下项目注明您的满意程度，在您认为最符合的选项处勾划符号√

等级	分数
非常满意	5
满意	4
一般满意	3
不太满意	2
非常不满意	1

中国游客前往春武里府芭堤雅市观看人妖表演的满意度	满意度				
	非常满意 (5)	满意 (4)	一般满意 (3)	不太满意 (2)	非常不满意 (1)
1.您对表演的满意度					
1.1)表演内容					
1.2)表演时长					
2.您对服务的满意度					
2.1)表演前(提供停车服务,提供热情的欢迎服务)					
2.2)表演过程中(提供免费的饮料)					
2.3)表演结束后(提供和演员合影的服务,提供指引方向、分散客流的服务)					

ประวัติเจ้าของผลงาน#

ชื่อ-นามสกุล	Zhang Wei
อีเมล	1426785742@qq.com
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2555-2557 ปริญญาตรี สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยครุศาสตร์ยูนนาน พ.ศ. 2557-2559 ปริญญาตรี สาขาวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา



มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ข้อตกลงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้สิทธิในวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ 2 เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2562

ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) นาง เกษย์ อยู่บ้านเลขที่ 1460

ซอย คล้ายบัว ถนน - ตำบล/แขวง ห้วยขวาง

อำเภอ/เขต ห้วยขวาง จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10310

เป็นนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ รหัสประจำตัว 7590500331

ระดับปริญญา ตรี โท เอก

หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา การจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว

คณะ มนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ” ฝ่ายหนึ่ง และ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ตั้งอยู่เลขที่ 119 ถนนพระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย

กรุงเทพมหานคร 10110 ซึ่งต่อไปนี้จะเรียกว่า “ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ” อีกฝ่ายหนึ่ง

ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ และ ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ ตกลงทำสัญญากันโดยมีข้อความดังต่อไปนี้

ข้อ 1. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิขอรับรองว่าเป็นผู้สร้างสรรค์และเป็นผู้มีสิทธิแต่เพียงผู้เดียวในงานสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์หัวข้อ การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาววันที่เดินทางมาชมการแสดงละครเพลงสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพ (ต่อไปนี้จะเรียกว่า “สารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์”)

ข้อ 2. ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิตกลงยินยอมให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิโดยปราศจากค่าตอบแทนและไม่มีกำหนดระยะเวลาในการนำสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ ซึ่งรวมถึงแต่ไม่จำกัดเพียงการทำซ้ำ ดัดแปลง เผยแพร่ ต่อสาธารณชน ให้เช่าต้นฉบับหรือสำเนา งาน ให้ประโยชน์อันเกิดจากลิขสิทธิ์แก่ผู้อื่น อนุญาตให้ผู้อื่นใช้สิทธิโดยจะกำหนดเงื่อนไขอย่างหนึ่งอย่างใดด้วยหรือไม่ก็ได้ ไม่ว่าทั้งหมดหรือเพียงบางส่วน หรือการกระทำอื่นใดในลักษณะทำนองเดียวกัน

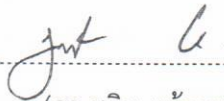
ข้อ 3. หากกรณีมีข้อขัดแย้งในปัญหาลิขสิทธิ์ในสารนิพนธ์/วิทยานิพนธ์ระหว่างผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือระหว่างผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิกับบุคคลภายนอกก็ดี หรือมีเหตุขัดข้องอื่น ๆ เกี่ยวกับลิขสิทธิ์ อันเป็นเหตุให้ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิไม่สามารถนำงานนั้นออกทำซ้ำ เผยแพร่ หรือโฆษณาได้ ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิยินยอมรับผิดชอบและชดเชยค่าเสียหายแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิในความเสียหายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นแก่ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิทั้งสิ้น

สัญญานี้ทำขึ้นสองฉบับ มีข้อความเป็นอย่างเดียวกัน คู่สัญญาได้อ่านและเข้าใจข้อความในสัญญาโดยละเอียดแล้ว จึงได้ลงลายมือชื่อให้ไว้เป็นสำคัญต่อหน้าพยาน และเก็บรักษาไว้ฝ่ายละฉบับ

ลงชื่อ.....นาง หน่อย.....ผู้อนุญาตให้ใช้สิทธิ
(นางสาวอาจ หน่อย)

ลงชื่อ.....อ.วิมล.....ผู้ได้รับอนุญาตให้ใช้สิทธิ
(อาจารย์อภิญญา จุลพิสิฐ)
ผู้อำนวยการสำนักหอสมุดและพื้นที่การเรียนรู้

ลงชื่อ..........พยาน
(ดร.สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล)
คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

ลงชื่อ..........พยาน
(ดร.ชุติน แก้วพรรัตน์)
ผู้อำนวยการหลักสูตร/ ผู้รับผิดชอบหลักสูตร