

การศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร



การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เสนอเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยนเรศวร

อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร ได้พิจารณาการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง เรื่อง “พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร” เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ ของมหาวิทยาลัยนเรศวร

(ดร. ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว)

อาจารย์ที่ปรึกษา

(ดร. ศรีสุดา จงสิทธิผล)

ผู้อำนวยการศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยนเรศวร กรุงเทพมหานคร

พฤษภาคม 2553



## ประกาศคุณูปการ

การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว ที่ปรึกษาและคณะกรรมการทุกท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำปรึกษา ตลอดจนตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่ง จนการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง สำเร็จสมบูรณ์ได้ คณะผู้ศึกษาค้นคว้าขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบพระคุณ ดร.ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว ที่ได้ให้ความกรุณาและอนุเคราะห์ในการตรวจสอบ รวมทั้งข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ในการทำการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองฉบับนี้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร. สุทธินันท์ พรหมสุวรรณ คณบดีวิทยาลัย นานาชาติมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ดร. ภัณฑิรา เลิศเดชเดชา มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการ กรุงเทพมหานคร ดร. ประภาศรี พรหมประกาย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ แก้ไข และตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้า จนทำให้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้สมบูรณ์และมี คุณค่า

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ผู้ซึ่งให้ความรัก ความห่วงใย อบรมสั่งสอนให้ กำลังใจอย่างสม่ำเสมอ ให้การสนับสนุนด้านการศึกษาโดยตลอด เป็นผู้มีส่วนสำคัญใน ความสำเร็จครั้งนี้

ขอขอบคุณพี่ ๆ เพื่อน ๆ น้อง ๆ คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวรปี 2551 ในความช่วยเหลือ ความมีน้ำใจ ความเอื้ออาทร ความจริงใจ ความเป็นกันเอง จนสามารถ พ้นฝ่าอุปสรรคต่าง ๆ ได้ ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้ และขอขอบคุณในความ ช่วยเหลือ ความมีน้ำใจ ความเป็นกันเองของเจ้าหน้าที่ประจำมหาวิทยาลัยนเรศวรศูนย์วิทยบริการ กรุงเทพมหานครทุกคนตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้

ขอขอบพระคุณนักท่องเที่ยวนในบริเวณถนนข้าวสาร และผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ได้ ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวกและให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง ในการเก็บข้อมูลและ ตอบแบบสอบถาม คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากการศึกษาค้นคว้าฉบับนี้ ผู้ศึกษาค้นคว้าขอ อุดทิศแต่ผู้มีพระคุณทุกท่าน

ณัทญา เรือนเพ็ง

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร
ผู้ศึกษาค้นคว้า	ณัทญา เรือนเพ็ง
ที่ปรึกษา	ดร. ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว
ประเภทสารนิพนธ์	การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง บธ.ม. สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยย่นเรศวร, 2552
คำสำคัญ	.....

### บทคัดย่อ

#### จุดมุ่งหมายของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

#### วิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้า

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จำนวน 400 คน ซึ่งได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติโดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) และใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ เพียร์สันไคสแควร์ (Chi-Square) สำหรับการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและแรงจูงใจในการเที่ยวกลางคืนกับกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยว

### ผลการศึกษาค้นคว้า

จากผลการวิจัย พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า การดื่มเครื่องดื่มจะเป็นเหล้า ผสมโค้ก เหล้าผสมไซดาและเหล้าผสมน้ำ ซึ่งค่าใช้จ่ายในการเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ที่ 201 – 400 บาท ช่วงเวลาที่ไปเที่ยวจะเป็น 21.01 – 23.00 น. และกิจกรรมที่ทำคือการไปเที่ยวสถานบันเทิง และเมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า แรงจูงใจทางวัฒนธรรม เป็นแรงจูงใจในการมาเที่ยวในถนนข้าวสารมากที่สุดตามด้วย แรงจูงใจระหว่างบุคคล และ แรงจูงใจทางกายภาพ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนโดยเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่ม กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05 ในขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยว กลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการ เที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทาง วัฒนธรรม และแรงจูงใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการ เลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ แรงจูงใจทางวัฒนธรรมและแรงจูงใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ในเรื่อง การดื่มเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายในการเที่ยวในถนนข้าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.05

## สารบัญ

บทที่	หน้า
<b>1 บทนำ</b>	1
ความเป็นมาของปัญหา.....	1
จุดมุ่งหมายของการศึกษา.....	2
ขอบเขตของงานวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	4
สมมติฐานของการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
<b>2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	8
ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับถนนข้าวสาร.....	8
ลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล.....	11
ทฤษฎีแรงจูงใจ.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
<b>3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	32
ประชากรกลุ่มตัวอย่าง.....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	33
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
กรรมวิธีทางข้อมูล.....	35
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	36

## สารบัญ(ต่อ)

บทที่	หน้า
4 ผลการวิจัย	37
ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	38
ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	41
ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร..	45
5 บทสรุป	98
สรุปผลการวิจัย.....	99
อภิปรายผลการวิจัย.....	102
ข้อเสนอแนะ.....	103
บรรณานุกรม.....	104
ภาคผนวก.....	107
ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า.....	112

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	38
2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำแนกตามแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และ แรงจูงใจ ทางจิตระหว่างบุคคล.....	41
3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำแนกตามแรงจูงใจทางกายภาพ.....	42
4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำแนกตามแรงจูงใจทางวัฒนธรรม.....	43
5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำแนกตามแรงจูงใจระหว่างบุคคล.....	44
6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามพฤติกรรม การเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	45
7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามกลุ่ม อายุ.....	48
8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามระดับการ ศึกษา.....	49
9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามการดื่ม เครื่องดื่ม.....	50
10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามค่าใช้จ่าย..	51
11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามช่วงเวลา...	52
12 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร.....	53
13 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยว กับพฤติกรรมการเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร.....	54



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
14 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร.....	55
15 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร.....	56
16 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	57
17 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร.....	58
18 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร.....	59
19 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร.....	60
20 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร.....	61
21 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	62
22 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร.....	63
23 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร.....	64
24 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร.....	65
25 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร.....	66

## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
26 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	67
27 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร.....	68
28 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร.....	69
29 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร.....	70
30 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร.....	71
31 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	72
32 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร.....	73
33 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร.....	74
34 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร.....	75
35 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร.....	76
36 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	77
37 แสดงค่าร้อยละและค่าโคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร.....	78



## สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
50 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร.....	91
51 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	92
52 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคล กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร...	93
53 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคล กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร.....	94
54 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคล นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร.....	95
55 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคล ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร.....	96
56 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคล กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร.....	97

# สารบัญภาพ

ภาพ

หน้า

1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	3
-----------------------------------	---



## บทที่ 1

### บทนำ

#### ความเป็นมาของปัญหา

เนื่องจากธุรกิจกลางคืนส่งผลกระทบต่อประชาชนและมีการแข่งขันเกิดขึ้นอย่างมาก เช่น การขายสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งที่เป็นของกิน ของใช้ เครื่องประดับ เครื่องแต่งกาย รวมไปถึงร้านอาหาร ผับ และบาร์ด้วยเหตุนี้เองทำให้สีสันของการแข่งขันทางธุรกิจยามค่ำคืนจึงเป็นไปด้วยความคึกคักอยู่ตลอดเวลา ณ ในขณะที่ถนนข้าวสารมีนักท่องเที่ยวเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก ส่วนหนึ่งคิดว่าการเที่ยวกลางคืน คือการผ่อนคลาย คลายเครียด และเป็นการกระจายรายได้ไปสู่เจ้าของกิจการร้านอาหาร หรือ ผับ บาร์

ถนนข้าวสาร (อังกฤษ: Thanon Khao San หรือ Khao San Road) เป็นถนนในท้องที่แขวงตลาดยอด เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร มีระยะทางเริ่มตั้งแต่ถนนจักรพงษ์หน้าวัดชนะสงคราม ไปทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ จนถึงถนนตะนาวใกล้สี่แยกคอกวัว และเป็นถนนที่สร้างขึ้นใน พ.ศ.2435 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยกรมโยธาธิการได้กราบบังคมทูลให้ตัดถนนข้าวสาร เริ่มตั้งแต่ถนนหน้าวัดชนะสงคราม (ซึ่งได้นามว่าถนนชนะสงคราม) ตัดมาทางตะวันออกตามตรอกข้าวสารแล้วสร้างสะพานข้ามคลองมาบรรจบกับถนนเฟื่องนครตอนหน้าสวนหลวงตึกดิน พระราชทานนามถนนตามเดิมว่า “ถนนข้าวสาร” ปัจจุบันที่ถนนข้าวสารมีเกสเฮาส์ให้บริการอยู่มากกว่า 100 แห่ง ซึ่งนับเป็นประมาณ 4,000 ห้อง และมีโรงแรมให้บริการอยู่ 20 แห่ง ภัตตาคารและร้านอาหาร มีอยู่ 125 แห่ง ธุรกิจอื่นๆอีก 144 แห่ง เช่น ร้านจำหน่ายอัญมณีหรือร้านนวด มีร้านรับแลกเปลี่ยนเงินตราอยู่ 8 แห่ง อินเทอร์เน็ตคาเฟ่ 20 แห่ง บริษัททัวร์ 20 แห่ง และ ร้านริมถนนอีกมาก หนึ่งในนั้นมี เวสเทิร์น ยูเนียน ซึ่งเปิดให้บริการโดย ธนาคารเอเชีย และนักเที่ยวแต่ละคืนที่มาเที่ยวในถนนข้าวสารอยู่ที่ 7,000 – 8,000 คนต่อคืน (นายณภดล ชีวรโนนัยกุล ประธานกลุ่มธุรกิจบนถนนข้าวสาร) เห็นว่าการใช้ชีวิตของประชาชนบนถนนข้าวสารได้มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมที่เป็นเพียงแหล่งขายข้าวสาร เมื่อมีชาวต่างชาติเข้ามาพักอาศัย วัฒนธรรมตะวันตกเริ่มเข้า ทำให้ค่านิยมของคนไทยมีการเปลี่ยนแปลง ไม่เพียงแต่การออกมาทำงานนอกบ้าน การใช้ชีวิตในประจำวันของผู้คนได้เปลี่ยนตามไปด้วย การออกเดท นัดทานข้าว เดินเล่นตามสถานที่ต่างๆในยามค่ำคืนเปิดกว้างอย่างไม่จำกัดเพศ การแต่งกาย การติดต่อสื่อสาร มารยาททางสังคมได้เปลี่ยนจากวัฒนธรรมไทยกลายเป็นวัฒนธรรมตะวันตกมากขึ้น โดยเฉพาะการแต่งกายของผู้หญิงและผู้ชาย ผู้หญิงมีการแต่งตัวที่มีสไตล์ มีความเป็นแฟชั่นมากขึ้น เผยให้เห็นส่วนว่า

ส่วนโค้งตามร่างกาย มีอุปกรณ์การแต่งตัวที่มากขึ้น กระเป๋า รองเท้า สร้อยคอ ต่างหู ซึ่งหาซื้อได้ง่ายบนถนนข้าวสาร จนมีธุรกิจผุดขึ้นมารองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสร้างงานให้กับผู้คนในสังคมเป็นจำนวนมาก มีเม็ดเงินหมุนเวียนไม่แพ้ธุรกิจกลางวันเช่นกัน

ดังที่ได้กล่าวมานี้ถนนข้าวสารจึงเป็นสถานที่ที่ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในถนนข้าวสารไม่ว่าจะเป็นการรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะเที่ยว หรือช่วงเวลาในการเที่ยว ทั้งนี้ ข้อมูลที่ได้รับจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจทั้งรายเก่า รายใหม่ และผู้ที่มีความประสงค์จะประกอบธุรกิจ เพื่อเป็นการพัฒนาและปรับปรุงในธุรกิจเที่ยวกลางคืนต่อไป

### **จุดมุ่งหมายของการศึกษา**

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร
3. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

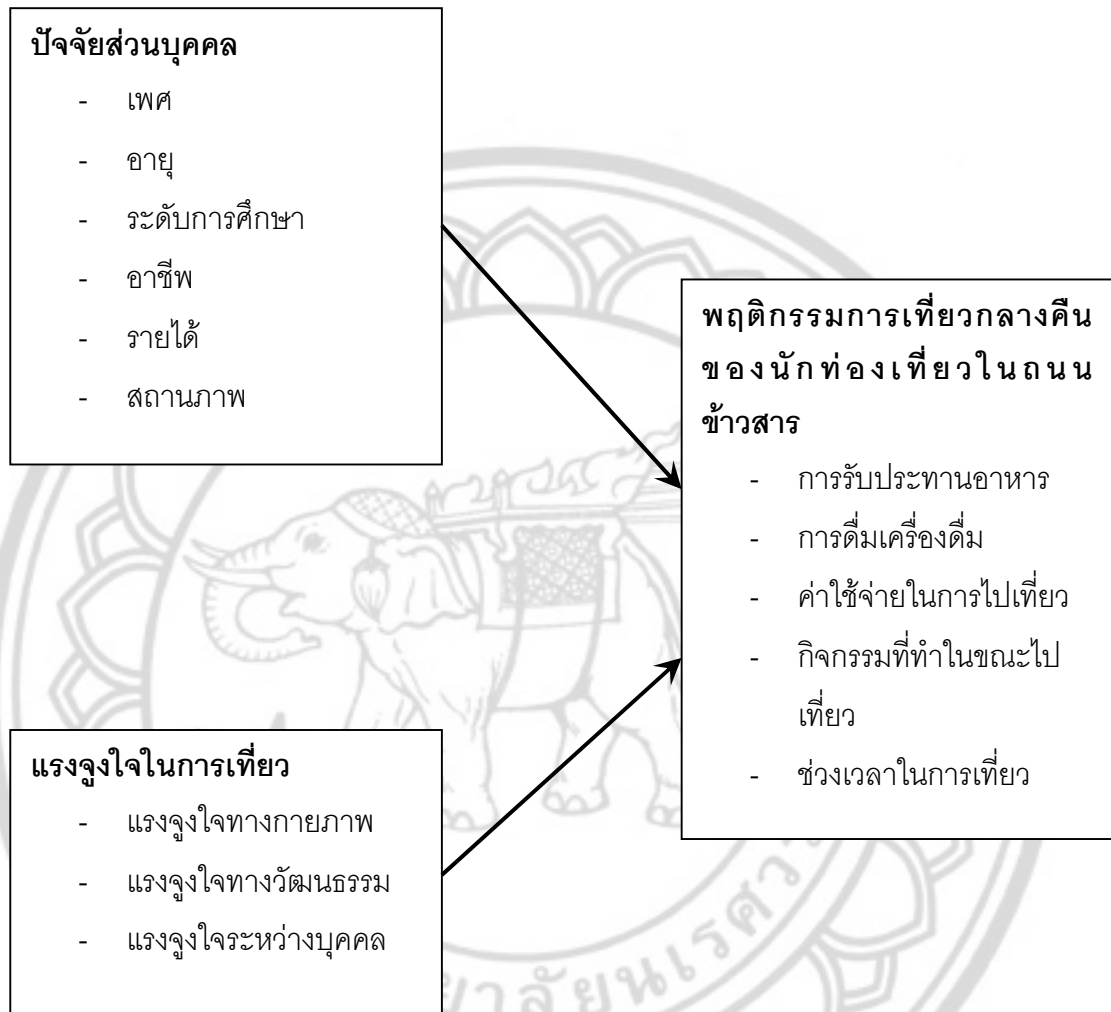
### **ขอบเขตของงานวิจัย**

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวและแรงจูงใจในการเที่ยว รวมถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว ประชากรในการวิจัยนี้ คือ นักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร ระยะเวลาในการวิจัยตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2552 ถึง มีนาคม พ.ศ. 2553

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ตัวแปรต้น

## ตัวแปรตาม



ภาพ 1 แสดงกรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



จากภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวใน ถนนข้าวสาร ได้ศึกษาตัวแปรโดยมีรายละเอียดดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย
  - 1.1 เพศ
  - 1.2 อายุ
  - 1.3 ระดับการศึกษา
  - 1.4 อาชีพ
  - 1.5 รายได้
  - 1.6 สถานภาพ
2. แรงจูงใจในการเที่ยว ประกอบด้วย
  - 2.1 แรงจูงใจทางกายภาพ
  - 2.2 แรงจูงใจทางวัฒนธรรม
  - 2.3 แรงจูงใจระหว่างบุคคล
3. พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนประกอบด้วย
  - 3.1 การรับประทานอาหาร
  - 3.2 การดื่มเครื่องดื่ม
  - 3.3 ค่าใช้จ่ายในการไปเที่ยว
  - 3.4 กิจกรรมที่ทำในขณะที่ไปเที่ยว
  - 3.5 ช่วงเวลาในการเที่ยว

#### นิยามศัพท์เฉพาะ

**ปัจจัยส่วนบุคคล** หมายถึง คุณลักษณะส่วนตัวของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส

**แรงจูงใจ** หมายถึง สภาวะที่บุคคลถูกกระตุ้นให้แสดงพฤติกรรม อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือ หลายพฤติกรรมเพื่อให้บรรลุถึงจุดหมายในสิ่งที่ต้องการ

**แรงจูงใจในการท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่งที่ถูกกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจ เช่น การไปชมการแข่งขันกีฬาในต่างประเทศ และก็จะพิจารณาการท่องเที่ยวอย่างอื่น ประกอบด้วย เช่น การชมโบราณสถานโบราณวัตถุ ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และภาษาของคนใน

ท้องถิ่นนั้น ๆ ฯลฯ ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับแรงจูงใจที่สำคัญ 4 ประการคือ

**แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation)** ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน สนุกสนานรื่นเริง เปลี่ยนบรรยากาศ เล่นกีฬา สันทนาการ หรือเพื่อรักษาสุขภาพ พักผ่อน ฯลฯ

**แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation)** ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น

**แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation)** ได้แก่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการชักจูง ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ๆ

**พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน** หมายถึง พฤติกรรมของบุคคลในการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการดำเนินการ เกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ โดยคาดหวังว่าสิ่งเหล่านั้นจะตอบสนองความต้องการของตนได้

**นักท่องเที่ยว (Tourists)** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป (มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน) แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้

### สมมติฐานของการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว โดยประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังนี้

1.1 เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

1.2 อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว



### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ข้อมูลจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวที่ถนนข้าวสาร ประโยชน์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจทั้งรายเก่า รายใหม่และผู้ที่มีความประสงค์จะประกอบธุรกิจ ทั้งธุรกิจการท่องเที่ยว ธุรกิจสถานบริการ อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการค้า ในการนำข้อมูลการศึกษาวิจัยนี้ไปเป็นความรู้ ความเข้าใจ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจของตนให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด เพราะผู้บริโภคคือกุญแจสำคัญต่อธุรกิจทุกประเภท



## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร เป็น การศึกษาถึงลักษณะที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการในถนนข้าวสารของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับถนนข้าวสาร
2. ลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
3. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล
4. ทฤษฎีแรงจูงใจ
5. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับถนนข้าวสาร

ถนนข้าวสารสร้างขึ้นใน พ.ศ. 2435 รัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว โดยกรมโยธาธิการได้กราบบังคมทูลให้ตัดถนนตรอกข้าวสาร เริ่มตั้งแต่ถนนหน้าวัดชนะสงคราม ซึ่งได้นำมาว่าถนนชนะสงคราม ตัดมาทางตะวันออกตามตรอกข้าวสารแล้วสร้างสะพานข้ามคลอง มาบรรจบกับถนนเพื่อนครตอนหน้าสวนหลวงตึกดิน พระราชทานนามถนนตามเดิมว่า "ถนน ข้าวสาร" ถนนข้าวสาร เดิมเป็นย่านเก่าตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 6 เป็นตรอกที่ขายข้าวสาร เป็นแหล่ง ค้าขายข้าวสารที่ใหญ่ที่สุดของเขตพระนคร ซึ่งข้าวสารจำนวนมากจะถูกขนส่งมาจากฉางข้าวหลวง สะพานข้างโรงสี ริมคลองคูเมืองเดิม หรือ ปัจจุบันก็คือ คลองหลอด เลียบมาตามแม่น้ำเจ้าพระยา ชั้นที่ท่าเรือบางลำพู เพื่อนำข้าวมาขายให้แก่ชาวบ้านในชุมชนต่างๆ ที่อาศัยอยู่ในบริเวณนี้ นอกจากนี้ก็ยังขายถ่านหุงข้าว ของชำ โดยถัดออกไป 1 ถนน จะเป็นคลองที่เชื่อมต่อมาจากแม่น้ำ เจ้าพระยา มีการค้าขายข้าวสารมากมายจึงเรียกว่าตรอกข้าวสาร เนื่องจากมีขนาดเล็ก ต่อมาจึง เปลี่ยนเป็นถนนข้าวสาร หลังจากนั้นก็เริ่มเกิดชุมชนขึ้น และขยายขยายต่อไป ต่อความเป็นอยู่ของ ชุมชนแห่งนี้เริ่มเปลี่ยนไป เมื่อมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาในช่วงปี พ.ศ. 2525 ซึ่งเป็นปีแห่ง การเฉลิมฉลองกรุงเทพมหานครครบรอบ 200 ปี ได้เข้ามาเช่าห้องพักรักษาตัวเพื่อเที่ยวชมเมืองหลวง ของไทยในช่วงเทศกาลสำคัญนี้ และเริ่มมีชาวต่างชาติเข้ามาถ่ายภาพยนตร์ฮอลลีวู้ด โดยมีทีมงาน กองถ่ายมาอยู่เป็นจำนวนมาก ที่มาเช่าที่ เช่าเกสเฮาส์ ซึ่งตอนนั้นยังไม่มี ก็ต้องเช่า จากบ้านที่อยู่

แถวนั้นซึ่งแบ่งให้เช่า จึงเป็นที่มาของเกสเฮาส์ เกสเฮาส์ของชาวต่างชาติเริ่มมีมาตั้งแต่ พ.ศ. 2528 – 2529 ระยะเวลาหลังเริ่มมีคนเข้ามาเรื่อยๆจนกลายเป็นศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวแบ็กแพ็กเกอร์ที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย จนเป็นที่โด่งดังในที่สุด ก่อนที่จะมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา กลายเป็นย่านบันเทิงยามราตรีที่สำคัญของกรุงเทพมหานคร

ถนนข้าวสารถือเป็นถนนที่ได้รับความนิยมในการเล่นน้ำในวันสงกรานต์ที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติจากทั่วทุกมุมโลก การเล่นสงกรานต์บนถนนข้าวสารเริ่มเมื่อประมาณ พ.ศ. 2533 เนื่องจากที่ถนนข้าวสารนี้เป็นแหล่งที่พักผ่อนชิวๆ หรือที่เรียกว่าเกสเฮาส์ ดังนั้นประเพณีการเล่นน้ำสงกรานต์ของชาวไทยจึงประทับใจนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาพักในถนนข้าวสารเป็นอย่างมาก

### ลักษณะทั่วไปของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

**การท่องเที่ยว (Tourism)** หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พักอาศัยประจำของบุคคลนั้นและเป็นการเยือนชั่วคราว โดยไม่ใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ องค์การสหประชาชาติในคราวประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ว่า กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ คือ

1. ต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือนและด้วยความสมัครใจ
3. ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทาง โดยเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งแต่ต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ

นอกจากนี้ยังให้คำจำกัดความของคำว่านักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยวถ้าไม่มีนักท่องเที่ยวการท่องเที่ยวก็เกิดขึ้นไม่ได้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้แบ่ง เป็นนักท่องเที่ยวและนักทัศนาจร ดังนี้

**นักท่องเที่ยว (Tourists)** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป ( มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน ) แต่ไม่เกิน 90 วันเป็นการเดินทางโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช่การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว

**นักท่องเที่ยวจำแนกเป็น 2 ประเภท คือ**

**นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศหรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Foreign Tourist or International Tourist)** หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

**นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourists)** หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักอันถาวรนั้น

**นักทัศนาจร(Excursionists)** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการเดินทางไปอยู่ชั่วคราวในระยะเวลาสั้นๆไม่ถึง 24 ชั่วโมง (ไม่ได้ค้างคืน) และเดินทางไปโดยสมัครใจด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ตามที่มีใช้การไปประกอบอาชีพหรือหารายได้ ทั้งนี้ผู้ที่โดยสารเรือสำราญทางทะเลที่ค้างพักแรมในเรือสำราญจะถูกนับว่าเป็นนักทัศนาจร จำแนกเป็น

**นักทัศนาจรชาวต่างประเทศ (Foreign Excursionists)** หมายถึง นักทัศนาจรชาวต่างประเทศที่เดินทางมาจากต่างประเทศมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

**นักทัศนาจรภายในประเทศ (Domestic Excursionists)** หมายถึง นักทัศนาจรที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรอยู่ในประเทศไทย หรือในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่งก็ได้ เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่เขามีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักถาวร

นอกจากนั้นยังพบคำว่า “ผู้มาเยือน” (Visitors) ซึ่งหมายรวมถึง ผู้ที่เดินทางเข้ามาในประเทศ โดยจะจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวหรือนักทัศนาจรก็ได้ตามแต่จะตรงกับคุณสมบัติหรือนิยามในข้อใด

จุดมุ่งหมายของการเดินทาง เพื่อการท่องเที่ยวต้องมิใช่เพื่อประกอบอาชีพและไปอยู่ประจำ แต่เป็นไปเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง หรือหลายๆอย่างต่อไปนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Leisure Tour หรือ Recreation Tour หรือ Holiday Tour มีจุดมุ่งหมายเพื่อการพักผ่อนในวันหยุด การแสวงหาความสนุกสนาน บันเทิง รวมถึงการไปเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ ชมการแสดง การเล่นกีฬา และนันทนาการ

2. การท่องเที่ยวเพื่อทำธุรกิจเป็นการท่องเที่ยวที่เรียกว่า Business Tour หรือ Business Travel หรือ Professional Travel ซึ่งเป็นการเดินทางของนักธุรกิจ โดยมีกิจกรรมด้านธุรกิจเป็นจุดมุ่งหมายหลัก เช่น การเดินทางไปร่วมประชุม สัมมนา เจรจาธุรกิจ ในขณะที่เดียวกันก็อาจมีการพักผ่อนหย่อนใจเป็นส่วนประกอบด้วยก็ได้ ในประเทศอุตสาหกรรม รายได้จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มีอยู่สูงมาก เพราะนักท่องเที่ยวประเภทนี้เดินทางตลอดทั้งปี ไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาล ทั้งเป็นผู้ที่สามารถเสียค่าใช้จ่ายได้สูง

3. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลจูงใจเป็นการท่องเที่ยวที่ เรียกว่า Incentive Tour ซึ่งมักจัดให้แก่พนักงานและลูกค้าของบริษัท และหน่วยงานต่างๆ หรือผู้ที่ทำประโยชน์ให้แก่บริษัท และหน่วยงานนั้นๆ การเดินทางอาจมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเพื่อธุรกิจรวมอยู่ด้วยก็ได้ เช่น จัดให้ไปชมโรงงานผลิตสินค้า หรือไปประชุมสัมมนา มีการสังสรรค์เพื่อเชื่อมความสัมพันธ์ เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นการประชุมสัมมนาเป็นการท่องเที่ยวที่ เรียกว่า Meeting Convention & Exhibition Tour โดยนักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์เพื่อไปเข้าร่วมประชุมสัมมนา หรือไปชมการแสดงสินค้า การจัดนิทรรศการในโอกาสต่างๆ

5. การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษเฉพาะกลุ่มเป็นการท่องเที่ยวที่ เรียกว่า Special – Interest Group Tour คือจัดขึ้นเป็นพิเศษสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจในเรื่องใด โดยเฉพาะ เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาบางชนิด การเที่ยวชมธรรมชาติและดูสัตว์ป่า การเที่ยวถ้ำ การดำน้ำดูปะการังและสัตว์น้ำ การชมโบราณสถาน

#### **ความสำคัญของการท่องเที่ยว**

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้อันดับหนึ่ง เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

เป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ.2525 เป็นต้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวได้กลายเป็น รายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากสินค้าส่งออกอื่นๆ

ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ เช่น ในปี พ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ 27,317 ล้านบาทนั้น รายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย เป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

#### **แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล**

**ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors)** ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ๆ ได้แก่ อายุ วัจนจักร ชีวิตครอบครัว อาชีพ รายได้ รูปแบบการดำเนินชีวิต บุคลิกภาพและทัศนคติที่มีต่อตนเอง

**อายุ (Age)** พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจบริโภคของบุคคลย่อมแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ขณะอยู่ในวัยทารกหรือวัยเด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาให้บริโภคเกือบทั้งหมด เมื่ออยู่ในวัยรุ่นบุคคลจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองในบางอย่าง



โดยเฉพาะเมื่ออยู่ลับหลังพ่อแม่เข้าสู่วัยผู้ใหญ่มีรายได้เป็นของตนเอง อำนาจในการตัดสินใจซื้อจะมีมากที่สุด ต่อเมื่อเข้าสู่วัยชรา ความคิดเห็นจากบุคคลอื่น ๆ เช่น ญาติพี่น้อง บุตรหลาน จะหวนกลับมาอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออีก

**วัฏจักรชีวิตครอบครัว (Family life cycle)** หมายถึง รอบแห่งชีวิตครอบครัว นับตั้งแต่การเริ่มต้นชีวิตครอบครัวไปจบลงที่การสิ้นสุดชีวิตครอบครัว แต่ละช่วงของวัฏจักรชีวิตครอบครัว ผู้บริโภคจะมีรูปแบบและพฤติกรรมที่ซื้อที่แตกต่างกันออกไป วัฏจักรชีวิตครอบครัวของบุคคลแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนใหญ่ ๆ คือ

- ขั้นตอนที่ 1 ระยะเวลาที่ยังเป็นหนุ่มสาวและโสดแยกตัวจากบิดามารดาอยู่อย่างอิสระ
- ขั้นตอนที่ 2 ระยะเวลาที่ก้าวเข้าสู่ชีวิตครอบครัว
- ขั้นตอนที่ 3 ระยะเวลาที่ก่อกำเนิดและเลี้ยงดูบุตร
- ขั้นตอนที่ 4 ระยะเวลาที่บุตรแยกออกไปตั้งครอบครัวใหม่
- ขั้นตอนที่ 5 ระยะเวลาสิ้นสุดชีวิตครอบครัว

**อาชีพ (Occupation)** อาชีพของบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะบางประการที่ทำให้ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์แตกต่างไปจากผู้ประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น นักธุรกิจที่ต้องใช้ความคิดอยู่ตลอดเวลา หากขับรถด้วยตนเองอาจเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ทำให้ต้องบริโภคบริการของพนักงานขับรถ พนักงานส่งเอกสารต้องการความคล่องตัวในการปฏิบัติงานหากใช้รถยนต์ย่อมบังเกิดความล่าช้า เพราะการจราจรติดขัด จึงต้องบริโภครถจักรยานยนต์ เป็นต้น

**รายได้ส่วนบุคคล (Personal income)** รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อ ได้แก่ รายได้ส่วนบุคคลที่ถูกหักภาษีแล้ว (Disposable income) หลังจากถูกหักภาษี ผู้บริโภคนำเอารายได้ส่วนหนึ่งไปเก็บออมไว้และอีกส่วนหนึ่งไปซื้อผลิตภัณฑ์อันจำเป็นแก่การครองชีพเรียกว่า Disposable income และรายได้ส่วนนี้เองที่ผู้บริโภคจะนำไปซื้อสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย

**รูปแบบการดำเนินชีวิต (Life styles)** รูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลใด หมายถึง พฤติกรรมการใช้ชีวิต ใช้เงิน และใช้เวลา ของบุคคลคนนั้น ซึ่งแสดงออกมาให้ปรากฏซ้ำ ๆ กัน ในมิติต่อไปนี้ คือ มิติทางด้านลักษณะประชากรที่ประกอบกันเข้าเป็นตัวคนคนนั้น (demographics) กิจกรรมที่เขาเข้าไปมีส่วนร่วม (activities) ความสนใจที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (interest) และความคิดเห็นที่เขามีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง (opinion) มิติทั้ง 3 อย่างหลังนี้ มักนิยมเรียกว่า AIO Demographics

## ทฤษฎีแรงจูงใจ

แรงจูงใจเป็นคำที่ได้ความหมายมาจากคำภาษาละตินที่ว่า Mover ซึ่งหมายถึง เคลื่อนไหว (MOVE)

1. แรงจูงใจ หมายถึง บางสิ่งบางอย่างที่อยู่ภายในตัวของบุคคลที่มีผลทำให้บุคคล ต้องกระทำ หรือ เคลื่อนไหว หรือพฤติกรรม ในลักษณะที่มีเป้าหมาย (Walters, 1978, p.218) กล่าวคือ แรงจูงใจเป็นเหตุผลของการกระทำนั่นเอง

2. แรงจูงใจ หมายถึง สภาวะที่อยู่ภายในตัวที่เป็นพลัง ทำให้ร่างกายมีการเคลื่อนไหว ไปในทิศทางที่มีเป้าหมายที่มีอยู่สภาวะสิ่งแวดล้อม (Loundon and Bitta, 1988, p.368)

### แรงจูงใจจะเกี่ยวข้องกับองค์ประกอบที่สำคัญ 2 ประการคือ

1. เป็นกลไกที่ไปกระตุ้นพลังของร่างกายให้เกิดการกระทำ
2. เป็นแรงบังคับให้กับพลังของร่างกายที่จะกระทำอย่างมีทิศทาง

**ส่วนการจูงใจ (Motivation)** เป็นเงื่อนไขของการได้รับการกระตุ้น โดยมีการให้ความไว้ ดังนี้

1. การจูงใจ หมายถึง แรงขับเคลื่อนที่อยู่ภายในของบุคคลที่กระตุ้นให้บุคคลมีการกระทำ (Schiff man and Kanuk, 1991, p.69)
2. การจูงใจ เป็นภาวะภายใน ของบุคคลที่ถูกกระตุ้นให้กระทำพฤติกรรมอย่างมีทิศทางและต่อเนื่อง (Anita E. Wool folk, 1995)
3. การจูงใจเป็นภาวะในการเพิ่มพฤติกรรม การกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจกระทำหรือกิจกรรมของบุคคล โดยบุคคลจงใจ กระทำพฤติกรรมนั้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ ( Michael Domjan, 1996)

สรุปได้ว่า การจูงใจเป็นกระบวนการที่บุคคลถูก กระตุ้นจากสิ่งเร้าโดยจงใจ ให้กระทำ หรือดิ้นรนเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์บางอย่าง ซึ่งจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมที่เกิดจาก การจูงใจ เป็น พฤติกรรมที่มีใช่เป็นเพียงการตอบสนองของสิ่งเร้าปกติธรรมดา แต่ต้องเป็นพฤติกรรมที่มีความเข้มข้น มีทิศทาง มีเป้าหมายชัดเจนว่าต้องการไปสู่จุดใด และพฤติกรรมที่เกิดขึ้น เป็นผลสืบเนื่องมาจาก แรงผลักดันหรือแรงกระตุ้น ที่เรียกว่า แรงจูงใจด้วย

**แรงจูงใจ (Motivation)** คือ สิ่งซึ่งควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ อันเกิดจากความต้องการ (Needs) พลังกดดัน (Drives) หรือ ความปรารถนา (Desires) ที่จะพยายามเพื่อให้บรรลุผล สำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจจะเกิดมาตามธรรมชาติหรือจากการเรียนรู้ก็ได้ แรงจูงใจเกิดจากสิ่ง เร้าทั้งภายในและภายนอกตัวบุคคลนั้นๆ เองภายใน ได้แก่ ความรู้สึกต้องการ หรือขาดอะไร บางอย่าง จึงเป็นพลังชักจูง หรือกระตุ้นให้มนุษย์ประกอบกิจกรรมเพื่อทดแทนสิ่งที่ขาดหรือต้องการ

นั้น ส่วนภายนอกได้แก่ สิ่งใดก็ตามที่มาเร่งเร้า นำช่องทาง และมาเสริมสร้างความปรารถนาในการประกอบกิจกรรมในตัวมนุษย์ ซึ่งแรงจูงใจนี้อาจเกิดจากสิ่งเร้าภายในหรือภายนอก แต่เพียงอย่างเดียว หรือทั้งสองอย่างพร้อมกันได้ อาจกล่าวได้ว่า แรงจูงใจทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งเกิดจากความต้องการของมนุษย์ ซึ่งความต้องการเป็นสิ่งเร้าภายในที่สำคัญกับการเกิดพฤติกรรม นอกจากนี้ยังมีสิ่งเร้าอื่น ๆ เช่น การยอมรับของสังคม สภาพบรรยากาศที่เป็นมิตร การบังคับขู่เข็ญ การให้รางวัลหรือกำลังใจหรือการทำให้เกิดความพอใจ ล้วนเป็นเหตุจูงใจให้เกิดแรงจูงใจได้

**แรงจูงใจในการท่องเที่ยว** หมายถึง สิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งบันดาลใจ เช่น การไปชมการแข่งขันกีฬาในต่างประเทศ และก็จะพิจารณาการท่องเที่ยวอย่างอื่นประกอบด้วย เช่น การชมโบราณสถานโบราณวัตถุ ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่และภาษาของคนในท้องถิ่นนั้นๆ ฯลฯ ตามปกตินักท่องเที่ยวจะเดินทางหรือไม่ยอมขึ้นอยู่กับการจูงใจที่สำคัญ 4 ประการ (ศูนย์เครือข่ายความรู้วัฒนธรรม BUU Knowledge Center of Culture: 2547) คือ

1. **แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation)** ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริง เปลี่ยนบรรยากาศ เล่นกีฬา สันทนาการ หรือเพื่อรักษาสุขภาพ พักผ่อน ฯลฯ
2. **แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation)** ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา เป็นต้น
3. **แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation)** ได้แก่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการชักจูง ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ๆ
4. **แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง (Status and Prestige Motivation)** ได้แก่ เพื่อการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มความรู้ ประสบการณ์และสถานภาพของตนเอง ตลอดจนทำให้ตนเองได้รับชื่อเสียง เช่น การประชุม การอบรม การศึกษาดูงาน อาสาสมัคร ฯลฯ

**ทฤษฎีพฤติกรรมนิยม (Behavioral View of Motivation)** ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ในอดีต (Past Experience) ว่ามีผลต่อแรงจูงใจของบุคคลเป็นอย่างมาก ดังนั้นทุกพฤติกรรมของมนุษย์ถ้าวิเคราะห์จะเห็นว่าได้รับอิทธิพลที่เป็นแรงจูงใจมาจากประสบการณ์ในอดีตเป็นส่วนมาก โดยประสบการณ์ในด้านดีและกลายเป็นแรงจูงใจทางบวกที่ส่งผลเร้าให้มนุษย์มีความต้องการแสดงพฤติกรรมในทิศทางนั้นมากยิ่งขึ้น ทฤษฎี เน้นความสำคัญของสิ่งเร้าภายนอก (Extrinsic Motivation)

**ทฤษฎีการเรียนรู้ทางสังคม** (Social Learning View of Motivation) ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจเกิดจากการเรียนรู้ทางสังคม โดยเฉพาะการสร้างเอกลักษณ์และการเลียนแบบ (Identification and Imitation) จากบุคคลที่ตนเองชื่นชมหรือคนที่มีชื่อเสียงในสังคมจะเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการแสดงพฤติกรรมของบุคคล

**ทฤษฎีพุทธินิยม** (Cognitive View of Motivation) ทฤษฎีนี้เห็นว่าแรงจูงใจในการกระทำพฤติกรรมของมนุษย์นั้นขึ้นอยู่กับรับรู้ (Perceive) สิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว โดยอาศัยความสามารถทางปัญญาเป็นสำคัญ มนุษย์จะได้รับแรงผลักดันจากหลาย ๆ ทางในการแสดงพฤติกรรม ซึ่งในสภาพเช่นนี้ มนุษย์จะเกิดสภาพความไม่สมดุล (Disequilibrium) ขึ้น เมื่อเกิดสภาพเช่นว่านี้มนุษย์จะต้อง อาศัยขบวนการดูดซึม (Assimilation) และการปรับ (Accommodation) ความแตกต่างของประสบการณ์ที่ได้รับใหม่ให้เข้ากับประสบการณ์เดิมของตน ซึ่งการจะทำได้จะต้องอาศัยสติปัญญาเป็นพื้นฐานที่สำคัญทฤษฎีนี้เน้นเรื่องแรงจูงใจภายใน (intrinsic Motivation) นอกจากนั้นทฤษฎีนี้ยังให้ความสำคัญกับเป้าหมาย วัตถุประสงค์ และการวางแผน ทฤษฎีนี้ให้ความสำคัญกับระดับของความคาดหวัง (Level of Aspiration) โดยที่เขากล่าวว่าคนเรามีแนวโน้มที่จะตั้งความคาดหวังของตนเองให้สูงขึ้น เมื่อเขาทำงานหนึ่งสำเร็จ และตรงกันข้ามคือจะตั้งความคาดหวังของตนเองต่ำลง เมื่อเขาทำงานหนึ่งแล้วล้มเหลว

**ทฤษฎีมานุษยนิยม** (Humanistic View of Motivation) แนวความคิดนี้เป็นของมาสโลว์ (Maslow) ที่ได้อธิบายถึงลำดับความต้องการของมนุษย์ โดยที่ความต้องการจะเป็น ตัวกระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรมเพื่อไปสู่ความต้องการนั้น ดังนั้นถ้าเข้าใจความต้องการของมนุษย์ก็สามารถ อธิบายถึงเรื่องแรงจูงใจของมนุษย์ได้เช่นเดียวกัน

### องค์ประกอบของแรงจูงใจ มี 3 ด้านคือ

1. **องค์ประกอบทางด้านกายภาพ** (Biological Factor) ในองค์ประกอบด้านนี้จะพิจารณาถึงความต้องการทางกายภาพของมนุษย์เช่นความต้องการปัจจัย 4 เพื่อจะดำรงชีวิตอยู่ได้
2. **องค์ประกอบทางการเรียนรู้** (Learned Factor) องค์ประกอบด้านนี้เป็นผลสืบเนื่องต่อจากองค์ประกอบข้อ 1 ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนไม่สามารถได้รับการตอบสนองของความ ต้องการในปริมาณ ชนิด และคุณภาพตามที่ตนเองต้องการ และในหลาย ๆ ครั้ง สิ่งแวดล้อมเป็นตัววางเงื่อนไขในการสร้างแรงจูงใจของมนุษย์
3. **องค์ประกอบทางด้านความคิด** (Cognitive Factor)

**ประเภทของแรงจูงใจ** นักจิตวิทยาได้แบ่งลักษณะของแรงจูงใจออกเป็นประเภทใหญ่ๆ ได้ดังนี้

**กลุ่มที่ 1 แรงจูงใจจับพลัน (Aroused Motive)** คือแรงจูงใจที่กระตุ้นให้มนุษย์แสดงพฤติกรรม ออกมาทันทีทันใด แรงจูงใจสะสม (Motivational Disposition หรือ Latent Motive) คือแรงจูงใจที่มีอยู่แต่ไม่ได้แสดงออกทันทีจะค่อยๆเก็บสะสมไว้รอการแสดงออกในเวลาใดเวลาหนึ่ง

**กลุ่มที่ 2 แรงจูงใจภายใน (Intrinsic Motive)** คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายในตัวของบุคคลผู้นั้น

**กลุ่มที่ 3 แรงจูงใจปฐมภูมิ (Primary Motive)** คือแรงจูงใจอันเนื่องมาจากความต้องการที่เห็นพื้นฐานทางร่างกาย เช่น ความหิว, กระจาย แรงจูงใจทุติยภูมิ (Secondary Motive) คือแรงจูงใจที่เป็นผลต่อเนื่องมาจากแรงจูงใจขั้นปฐมภูมิ

**แรงจูงใจภายในและภายนอก (Intrinsic and Extrinsic Motivation)** นักจิตวิทยาหลายท่านไม่เห็นด้วยกับทฤษฎีพฤติกรรมนิยมที่อธิบายพฤติกรรมด้วยแรงจูงใจทางสรีระและแรงจูงใจ ทางจิตวิทยาโดยใช้ทฤษฎีการลดแรงขับ เพราะมีความเชื่อว่า พฤติกรรมบางอย่างของมนุษย์เกิดจากแรงจูงใจภายใน

**แรงจูงใจภายใน** หมายถึง แรงจูงใจที่มาจากภายในตัวบุคคล และเป็นแรงขับที่ทำให้บุคคลนั้นแสดงพฤติกรรม โดยไม่หวังรางวัลหรือแรงเสริมภายนอก

**แรงจูงใจภายนอก** คือแรงจูงใจที่ได้รับอิทธิพลมาจากสิ่งเร้าภายนอก

**ความมีสมรรถภาพ (Competence)** ไวท์ ได้อธิบายว่าความมีสมรรถภาพเป็นแรงจูงใจภายใน ซึ่งหมายถึงความต้องการที่จะมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไวท์ถือว่า มนุษย์เราต้องการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมมาตั้งแต่วัยทารกและพยายามที่จะปรับปรุงตัวอยู่เสมอความต้องการมีสมรรถภาพจึงเป็นแรงจูงใจภายใน

**ความอยากรู้อยากเห็น (Curiosity)** ความอยากรู้อยากเห็นเป็นแรงจูงใจภายในที่ทำให้เกิดพฤติกรรมที่อยากค้นคว้าสำรวจสิ่งแวดล้อม ดังจะเห็นได้จากเด็กวัย 2-3 ขวบจะมีพฤติกรรมที่ต้องการจะสำรวจสิ่งแวดล้อมรอบ ๆ ตัว โดยไม่รู้จักเหน็ดเหนื่อย

**มอว์และมอว์ (MAW&MAW, 1964)** ได้เสนอแนะเครื่องชี้ (Indicators) ของความกระตือรือร้นของเด็กจากพฤติกรรมต่อไปนี้

เด็กจะมีปฏิริยาบวกรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะสิ่งใหม่ แปลกและตลกคือมีการเคลื่อนไหว หาสิ่งเหล่านั้น

เด็กแสดงความอยากรู้เกี่ยวกับตนเองและสิ่งแวดล้อม

เด็กจะเสาะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ โดยสำรวจสิ่งแวดล้อมรอบตัว

เด็ก จะแสดงความเพียรพยายามอย่างไม่ท้อถอยในการสำรวจค้นพบสิ่งแวดล้อม

**มอว์และมอว์** (Maw and Maw, 1964 - 1965) ได้เน้นความสำคัญของความกระตือรือร้นว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเรียนรู้ ความคิดสร้างสรรค์ และสุขภาพจิต ความต้องการพัฒนาตน (Growth Needs) ก็เป็นความต้องการที่ทำให้เกิดแรงจูงใจภายใน ในการเรียนการสอน ครูมีหน้าที่ที่จะสนับสนุนให้นักเรียนได้มีโอกาสค้นคว้าสำรวจและทดลองความสามารถของตน โดยจัดสิ่งแวดล้อมของห้องเรียนหรือจัดประสบการณ์ที่ทำให้หายความอยากรู้อยากเห็นของนักเรียน

**รูปแบบของแรงจูงใจ** บุคคลแต่ละคนมีรูปแบบแรงจูงใจที่แตกต่างกัน ซึ่งนักจิตวิทยาได้แบ่งรูปแบบแรงจูงใจของมนุษย์ออกเป็นหลายรูปแบบที่สำคัญ มีดังนี้

**แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motive)** หมายถึง แรงจูงใจที่เป็นแรงขับให้บุคคลพยายามที่จะประกอบพฤติกรรมที่จะประสบสัมฤทธิ์ผลตามมาตรฐานความเป็นเลิศ (Standard of Excellence) ที่ตนตั้งไว้ บุคคลที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะไม่ทำงานเพราะหวังรางวัล แต่ทำเพื่อจะประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. มุ่งหาความสำเร็จ (Hope of Success) และกลัวความล้มเหลว (Fear of Failure)
2. มีความทะเยอทะยานสูง
3. ตั้งเป้าหมายสูง
4. มีความรับผิดชอบในการงานดี
5. มีความอดทนในการทำงาน
6. รู้ความสามารถที่แท้จริงของตนเอง
7. ชอบเป็นผู้ที่ทำงานอย่างมีการวางแผน
8. ชอบเป็นผู้ที่ตั้งระดับความคาดหวังไว้สูง

**แรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ (Affiliative Motive)** ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์ มักจะเป็นผู้ที่โอบอ้อมอารี เป็นที่รักของเพื่อน มีลักษณะเห็นใจผู้อื่น ซึ่งเมื่อศึกษาจากสภาพครอบครัวแล้วผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์มักจะเป็นครอบครัวที่อบอุ่น บรรยากาศในบ้านปราศจาก การแข่งขัน พ่อแม่ไม่มีลักษณะข่มขู่ พี่น้องมีความรักสามัคคีกันดี ผู้มีแรงจูงใจใฝ่สัมพันธ์จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. เมื่อทำสิ่งใด เป้าหมายก็เพื่อได้รับการยอมรับจากกลุ่ม
2. ไม่มีความทะเยอทะยาน มีความเกรงใจสูง ไม่กล้าแสดงออก
3. ตั้งเป้าหมายต่ำ
4. หลีกเลี่ยงการโต้แย้งมักจะคล้อยตามผู้อื่น

**แรงจูงใจใฝ่อำนาจ (Power Motive)** สำหรับผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจนั้น พบว่า ผู้ที่มีแรงจูงใจแบบนี้ส่วนมากมักจะพัฒนามาจากความรู้สึกว่า ตนเอง "ขาด" ในบางสิ่งบางอย่างที่ต้องการ อาจจะเป็นเรื่องใดเรื่องหนึ่งก็ได้ทำให้เกิดมีความรู้สึกเป็น "ปมด้อย" เมื่อมีปมด้วยจึงพยายามสร้าง "ปมเด่น" ขึ้นมาเพื่อชดเชยกับสิ่งที่ตนเองขาด ผู้มีแรงจูงใจใฝ่อำนาจจะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ชอบมีอำนาจเหนือผู้อื่น ซึ่งบางครั้งอาจจะออกมาในลักษณะการก้าวร้าว
2. มักจะต่อต้านสังคม
3. มักแสวงหาชื่อเสียง
4. ชอบเสียง ทั้งในด้านของการทำงาน ร่างกาย และอุปสรรคต่าง ๆ
5. ชอบเป็นผู้นำ

**แรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว (Aggression Motive)** ผู้ที่มีลักษณะแรงจูงใจแบบนี้มักเป็นผู้ที่ได้รับการเลี้ยงดูแบบเข้มงวดมากเกินไป บางครั้งพ่อแม่อาจจะใช้วิธีการลงโทษที่รุนแรงเกินไป ดังนั้นเด็กจึงหาทางระบายออกกับผู้อื่น หรืออาจจะเนื่องมาจากการเลียนแบบ บุคคลหรือจากสื่อต่าง ๆ ผู้มีแรงจูงใจใฝ่ก้าวร้าว จะมีลักษณะที่สำคัญดังนี้

1. ถือความคิดเห็นหรือความสำคัญของตนเป็นใหญ่
2. ชอบทำร้ายผู้อื่น ทั้งการทำร้ายด้วยกายหรือวาจา

**แรงจูงใจใฝ่พึ่งพา (Dependency Motive)** สาเหตุของการมีแรงจูงใจแบบนี้ก็ เพราะการเลี้ยงดูที่พ่อแม่ทะนุถนอมมากเกินไป ไม่เปิดโอกาสให้เด็กได้ช่วยเหลือตนเอง ผู้ที่มีแรงจูงใจใฝ่พึ่งพา จะมีลักษณะสำคัญ ดังนี้

1. ไม่มั่นใจในตนเอง
2. ไม่กล้าตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ด้วยตนเอง มักจะลังเล
3. ไม่กล้าเสี่ยง
4. ต้องการความช่วยเหลือและกำลังใจจากผู้อื่น

### แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรม

ความหมายของพฤติกรรม มีผู้ให้ความหมายคำว่า "พฤติกรรม" (behavior) ที่น่าสนใจ เช่น เวดและทาวริส (Wade and Tavris, 1999, p. 245) อธิบายว่า พฤติกรรมคือการกระทำของคนเราที่สังเกตได้ ซีมบาร์ โดและเกอร์ริก (Zimbardo and Gerrig, 1999, p. 3) อธิบายว่า พฤติกรรมเป็นการกระทำของบุคคลเพื่อปรับตัวต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่สังเกตได้ และลาเฮย์ (Lahey, 2001, p.5) กล่าวว่า พฤติกรรมเป็นการประพฤติปฏิบัติของบุคคลที่สามารถสังเกต



ได้ จากความหมายและคำอธิบายที่อ้างถึงไว้ อาจกล่าวได้ว่าพฤติกรรมคือการกระทำ ของบุคคล ในทุกลักษณะ ทั้งที่เป็นโดยธรรมชาติทางสรีระและที่จงใจกระทำ ซึ่งอาจจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และ เป็นการกระทำที่สังเกตได้โดยอาจใช้ประสาทสัมผัสธรรมดาหรือใช้เครื่องมือช่วยการสังเกต

**พฤติกรรม (Behavior)** คือ กิริยาอาการที่แสดงออกหรือปฏิกิริยาโต้ตอบเมื่อเผชิญกับ สิ่งเร้า (Stimulus) หรือสถานการณ์ อาการแสดงออกต่างๆเหล่านั้น อาจเป็นการเคลื่อนไหวที่สังเกต ได้หรือวัดได้ เช่น การเดิน การพูด การเขียน การคิด การเต้นของหัวใจ เป็นต้น ส่วนสิ่งเร้าที่มา กระทบแล้วก่อให้เกิดพฤติกรรม อาจเป็นสิ่งเร้าภายใน และสิ่งเร้าภายนอก

**สิ่งเร้าภายใน** ได้แก่ สิ่งเร้าที่เกิดจากความต้องการทางกายภาพ เช่น ความหิว ความ กระหาย สิ่งเร้าภายในนี้จะมีอิทธิพลสูงสุดในการกระตุ้น เด็กให้แสดงพฤติกรรม และเด็กเหล่านี้ โต ขึ้นในสังคม สิ่งเร้าใจภายในจะลดความสำคัญลง สิ่งเร้าภายนอกทางสังคมที่เด็กได้รับรู้ในสังคมจะ มีอิทธิพลมากกว่าในการกำหนดว่าบุคคลควรจะแสดงพฤติกรรมอย่างไรต่อผู้อื่นสิ่งเร้าภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นต่างๆสิ่งแวดล้อมทางสังคมที่สามารถสัมผัสได้ด้วยประสาททั้ง 5 คือ หู ตา คอ จมูก การสัมผัส สิ่งเร้าที่มีอิทธิพลที่จะจูงใจให้บุคคลแสดงพฤติกรรม ได้แก่ สิ่งเร้าที่ทำให้บุคคล เกิด ความพึงพอใจที่เรียกว่า การเสริมแรง (Reinforcement) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด คือ การ เสริมแรงทางบวก (Positive Reinforcement) คือ สิ่งเร้าที่พอใจทำให้บุคคลมีการแสดงพฤติกรรม เพิ่มขึ้น เช่น คำชมเชยการยอมรับของเพื่อน ส่วนการเสริมแรงทางลบ (Negative Reinforcement) คือ สิ่งเร้าที่ไม่พอใจหรือไม่พึงปรารถนานำมาใช้เพื่อลดพฤติกรรมที่ไม่พึงปรารถนาให้น้อยลง เช่น การลงโทษเด็กเมื่อลักขโมย การปรับเงินเมื่อผู้ขับขี่ยานพาหนะไม่ปฏิบัติตามกฎจราจร เป็นต้น

มนุษย์โดยทั่วไปจะพึงพอใจกับการได้รับการเสริมแรงทางบวกมากกว่าการเสริมแรงทางลบ วิธีการเสริมแรงทางบวกกระทำได้ดังนี้

1. การให้อาหาร น้ำ เครื่องยังชีพ เป็นต้น
2. การให้แรงเสริมทางสังคม เช่น การยอมรับ การยกย่อง การชมเชย ฯลฯ
3. การให้รางวัล คะแนน แต้ม ดาว เป็นต้น
4. การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Information Feedback) เช่น การรับแจ้งว่าพฤติกรรมที่กระทำนั้น ๆ เหมาะสม
5. การใช้พฤติกรรมที่ชอบกระทำมากที่สุดมาเสริมแรงพฤติกรรมที่ชอบกระทำน้อยที่สุดเป็นการวางเงื่อนไข เช่น เมื่อทำการบ้านเสร็จแล้วจึงอนุญาตให้ดูทีวี เป็นต้น

**พฤติกรรมมนุษย์ (HUMAN BEHAVIOUR)** พฤติกรรมต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้ว อาจจะ จำแนกออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ



1. พฤติกรรมที่ไม่สามารถควบคุมได้เรียกว่า เป็นปฏิกริยาสะท้อน เช่น การสะดุ้งเมื่อถูกเข็มแทง การกระพริบตา เมื่อมีสิ่งมากระทบกับสายตา ฯลฯ

2. พฤติกรรมที่สามารถควบคุมและจัดระเบียบได้เนื่องจากมนุษย์มีสติ

**ปัญญาและอารมณ์ (EMOTION)** เมื่อมีสิ่งเร้ามากระทบ สติปัญญาหรืออารมณ์ จะเป็นตัวตัดสินว่า ควรจะปล่อยกริยาใดออกไป ถ้าสติปัญญาควบคุมการปล่อยกริยา เราเรียกว่าเป็นการกระทำตามความคิดหรือ ทำด้วยสมอง แต่ถ้าอารมณ์ควบคุมเรียกว่า เป็นการกระทำตามอารมณ์หรือปล่อยตามใจ นักจิตวิทยาส่วนใหญ่เชื่อว่า อารมณ์อิทธิพลหรือพลังมากกว่าสติปัญญา ทั้งนี้เพราะมนุษย์ทุกคนยังมีความโลภ ความโกรธ ความหลง ทำให้พฤติกรรมส่วนใหญ่เป็นไปตามความรู้สึกและอารมณ์เป็นพื้นฐาน

**ประเภทของพฤติกรรมมนุษย์** นักจิตวิทยาแบ่งพฤติกรรมมนุษย์ออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. พฤติกรรมที่มีมาแต่กำเนิด ซึ่งเกิดขึ้นโดยไม่มีการเรียนรู้มาก่อน ได้แก่ ปฏิกริยาสะท้อนกลับ (REFLECT ACTION) เช่นการกระพริบตา และสัญชาตญาณ (INSTINCT) เช่น ความกลัว การเอาตัวรอด เป็นต้น

2. พฤติกรรมที่เกิดจากอิทธิพลของกลุ่ม ได้แก่ พฤติกรรมที่เกิดจากการที่บุคคลติดต่อสังสรรค์และมีความสัมพันธ์กับบุคคลอื่นในสังคม

ดังนั้น การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมของมนุษย์ให้เหมาะสมกับสิ่งแวดล้อมแบ่งออกได้เป็น 4 ลักษณะคือ

ลักษณะที่ 1 การปรับเปลี่ยนทางด้านของสรีระร่างกาย เช่น การปรับปรุง บุคลิกภาพ การแต่งกาย การพูด

ลักษณะที่ 2 การปรับเปลี่ยนทางด้านอารมณ์และความรู้สึกนึกคิด ให้มีความสัมพันธ์ภาพที่ดีกับบุคคลอื่น ปรับอารมณ์ ความรู้สึกให้สอดคล้องกับบุคคลอื่น รู้จักการยอมรับผิด

ลักษณะที่ 3 การปรับเปลี่ยนทางด้านสติปัญญา เช่น การศึกษาค้นคว้าเพื่อให้มีความรู้ที่ทันสมัย ทันเหตุการณ์ การมีความคิดเห็นคล้อยตามความคิดเห็นของคนส่วนใหญ่

ลักษณะที่ 4 การปรับเปลี่ยนอุดมคติ หมายถึง การสามารถปรับเปลี่ยนหลักการแนวทางบางส่วนบางตอนเพื่อให้เข้ากับสังคมส่วนใหญ่ได้ โดยพิจารณาจากความจำเป็น และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย เป็นประโยชน์แก่ตนเอง เพื่อสวัสดิภาพของตนเองและของกลุ่ม

**พฤติกรรมมนุษย์ตามแนวคิดจิตวิทยา** นักจิตวิทยาเชื่อว่าพฤติกรรมมนุษย์ส่วนใหญ่จะประพฤติปฏิบัติตามแบบแผนของกฎระเบียบหรือวิธีการ ที่มีอยู่ในสังคม รวมทั้งวัฒนธรรมที่มีอยู่ในสังคมนั้น ๆ ซึ่งมนุษย์ย่อมเข้าใจในสถานภาพ และบทบาทตามที่กลุ่มสังคมคาดหวังตั้งนั้น พฤติกรรมมนุษย์ อาจเกิดขึ้นได้ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. การติดต่อสื่อสาร (COMMUNICATION)
2. การขัดแย้ง (CONFLICT)
3. การแข่งขัน (COMPETITION)
4. การประนีประนอมผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกัน (ACCOMODATION)
5. การผสมผสานกลมกลืนเข้าหากัน (ASSIMILATION)
6. การร่วมมือสนับสนุนซึ่งกันและกัน (COOPERATION)

**พฤติกรรมมนุษย์ตามแนวคิดจิตวิทยา** นักสังคมวิทยา เชื่อว่าพฤติกรรมมนุษย์ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของสิ่งแวดล้อมหรือสภาวะภายนอกทั้งปวง (ETERNAL CONDITIONS) ที่อยู่รอบตัวของมนุษย์ ทั้งสิ่งที่มีรูปร่างและไม่มีรูปร่างตลอดจนพลังงานต่าง ๆ ที่จับต้อง รวมทั้งสิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ และสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น ได้แก่ อากาศ แสงแดด ความร้อน ความเย็น แร่ธาตุ กระแสไฟฟ้า เครื่องมือสื่อสาร เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ถือว่าเป็นสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลเหนือมนุษย์ทั้งในแง่ที่อำนวยความสะดวก และผลร้าย โดยที่มนุษย์ไม่มีทางเลือกหนี เราอาจจะแบ่งประเภทของสิ่งแวดล้อม ออกเป็น 3 ประการใหญ่ ๆ คือ

1. สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ
2. สิ่งแวดล้อมทางสังคม
3. สิ่งแวดล้อมทางครอบครัว

อิทธิพลของสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้มนุษย์มีพฤติกรรมที่จะหาทางต่อสู้และเอาชนะทำให้เกิดวัฒนธรรม รูปแบบต่าง ๆ ขึ้น เช่น การคิดประดิษฐ์สิ่งต่าง ๆ การเพาะปลูก การสร้างถนนหนทาง การสร้างเครื่องมือสื่อสาร เป็นต้น

**พฤติกรรมมนุษย์ทางวิทยาศาสตร์** การใช้หลักวิทยาศาสตร์ในการวิเคราะห์พฤติกรรมมนุษย์ จำแนกได้ดังนี้

ความสมบูรณ์ หรือความปกติของสมอง จะมีส่วนสำคัญต่อพฤติกรรมมนุษย์ในด้านความรู้สึกนึกคิด ตลอดจนถึงด้านจิตใจ หากสมองผิดปกติย่อมมีผลให้พฤติกรรมของบุคคลเปลี่ยนแปลงไปด้วยการผิดปกติของสมอง อาจเนื่องมาจากโรคหลายอย่าง เช่น ไข้มาเลเรีย ขึ้นสมอง สมองได้รับความกระทบกระเทือนหรือเนื้องอกในสมอง เป็นต้น

ความพิการทางร่างกาย หรือเจ็บป่วยเรื้อรัง โรคจิตและ โรคประสาท นอกจากนี้ยังมีส่วนของสมองที่เรียกว่า ต่อมไร้ท่อ (DUCTLESS GLAND) ต่อมเหล่านี้มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของมนุษย์มาก อาจกล่าวโดยย่อ ๆ ถึงความสำคัญได้ดังนี้

ต่อมไทรอยด์ (THYROID GLAND) ต่อมนี้มี 2 ต่อม ติดอยู่ข้างหลอดลมข้างละต่อม ถ้าเข้าชุดสติปัญญาของคนจะเสื่อมถอย มีอาการซึมเซาเหงาหงอย ฯลฯ

ต่อมพาราไทรอยด์ (PARATYROID GLAND) ต่อมนี้อยู่เหนือต่อมไทรอยด์ ถ้าต่อมนี้มีฮอร์โมนน้อยเกินไป คนจะเป็นโรคตื่นตัวง่าย โกรธง่าย มีจิตใจหดหู่อยู่เสมอ

ต่อมพิทูอิทารี (PITUITARY GLAND) ต่อมนี้ฝังอยู่กลาง ศีรษะ ถ้าต่อมทำงานไม่ปกติจะเป็นคนแคะแกร็น จะขาดความเจริญทางเพศ

ต่อมแอดรีนาล (ADRENAL GLAND) อยู่บนไตทั้งสองข้าง ถ้าต่อมนี้มีฮอร์โมนมากเกินไปความเจริญทางเพศจะรวดเร็วผิดปกติ

ต่อมทางเพศ (SEX GLAND) ต่อมนี้มีหน้าที่เกี่ยวกับการสืบพันธุ์หากต่อมนี้ผิดปกติก็จะทำให้อาการทางเพศผิดปกติด้วย

**ลักษณะความแตกต่างของพฤติกรรมมนุษย์** ความแตกต่างดังกล่าวอาจแบ่งเป็นหัวข้อใหญ่ ๆ ได้ดังนี้

1. ความแตกต่างทางอารมณ์ (EMOTION)
2. ความแตกต่างทางความถนัด (APTITUDE)
3. ความแตกต่างของความประพฤติ (BEHAVIOUR)
4. ความแตกต่างของความสามารถ (ABILITY)
5. ความแตกต่างของทัศนคติ (ATTITUDE)
6. ความแตกต่างของความต้องการ (NEEDS)
7. ความแตกต่างของรสนิยม (TESTS)
8. ความแตกต่างทางสังคม (SOCIAL)
9. ความแตกต่างของลักษณะนิสัย (HABIT)

ความแตกต่างเหล่านี้ทำให้นักบุคคลมีลักษณะเฉพาะของตนเองซึ่งเรียกว่า เป็นความแตกต่างระหว่างบุคคล (INDIVIDUAL DIFFERENCES) นักจิตวิทยายอมรับว่า ทุกคนย่อมมีความแตกต่างกันแม้แต่ฝาแฝดก็ไม่เหมือนกัน สิ่งสำคัญที่ทำให้บุคคลแตกต่างกัน คือ พันธุกรรม และสิ่งแวดล้อม

**การพัฒนาพฤติกรรมของมนุษย์** การพัฒนาพฤติกรรมมนุษย์ขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญ  
ด้านต่าง ๆ 6 ประการ คือ

1. การเรียนรู้ (LEARNING)
2. ค่านิยม (VALUE)
3. บรรทัดฐานของสังคม (NORMS)
4. ทศนคติ (ATTITUDE)
5. ความเชื่อ (BELIEF)
6. การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (SOCIAL INTERACTION)

#### **การศึกษาพฤติกรรมทางสังคมของมนุษย์**

พฤติกรรม (BEHAVIOUR) ในความหมายทางจิตวิทยาสังคม ย่อมหมายรวมทั้ง  
พฤติกรรมภายใน (COVERT BEHAVIOUR) และพฤติกรรมภายนอก (OVERT BEHAVIOUR)  
ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว สิ่งที่เป็นตัวกระตุ้นให้มนุษย์กระทำพฤติกรรมต่าง ๆ หรือแม้แต่ตัวมนุษย์เอง ก็  
เป็นตัวกระตุ้นทางสังคมได้ทั้งสิ้น

การศึกษาพฤติกรรมของมนุษย์ นักจิตวิทยาสังคม มองสังคมมนุษย์ทั่วไปประกอบขึ้น  
ด้วยตัวบุคคลจึงใช้ตัวบุคคลเป็นหน่วยวิเคราะห์หลักในการศึกษาถึงลักษณะพฤติกรรมของบุคคล  
ในรูปของกลุ่ม ฉะนั้นจึงสรุปได้ว่า หัวใจสำคัญของการศึกษาทางจิตวิทยาสังคมมี 2 ประการคือ

1. บุคคลและภาวะจิตของเขาที่นำเข้ามาในสถานการณ์ที่จะเกิดจึงมีพฤติกรรมขึ้น
2. "กระบวนการอิทธิพลทางสังคม" ซึ่งมาจากสิ่งแวดล้อมที่จะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

สังคมของบุคคล

**พฤติกรรมของบุคคล** พฤติกรรมของคนเราแสดงออกมามากมายหลายลักษณะ ใน  
การศึกษาพฤติกรรมของบุคคลจะต้องนำพฤติกรรมมาจัดหมวดหมู่ เพื่อให้เป็นการง่ายต่อการ  
แยกแยะ และสะดวกต่อการศึกษาค้นคว้าของพฤติกรรม เช่น พฤติกรรมก้าวร้าว พฤติกรรมการ  
เรียนรู้ พฤติกรรมแรงจูงใจ ฯลฯ ในการศึกษา พฤติกรรมกลุ่มคน ก็จำเป็นต้องจัดหมวดหมู่ของ  
พฤติกรรมกลุ่มคนเช่นเดียวกัน

พฤติกรรมของบุคคลอยู่ภายใต้อิทธิพลของสังคม อิทธิพลของสังคมอาจจัดอยู่ในรูป  
ต่อไปนี้

SANTION หรือการบังคับเพื่อให้คนทำหน้าที่ หรือแสดงพฤติกรรม ตามที่สังคม  
กำหนดการ SANTION มีทั้งการลงโทษ การให้รางวัล

NORMS หรือบรรทัดฐาน เช่น ขนบธรรมเนียม จารีตประเพณี และ กฎหมาย

VALUE ORIENTATION แนวอบรมทางคุณค่า ซึ่งจะกำหนดมาจากฐานของการแสดงออกได้แก่สาระข้อเท็จจริง ความพอใจต่าง ๆ พฤติกรรมของบุคคลเป็นระบบการกระทำของมนุษย์ (ACTION SYSTEM) ถ้าจะวิเคราะห์ ACTION SYSTEM อาจจะทำจำแนกตัวแปร ออกเป็น 5 ระดับ คือ

1. วัฒนธรรม
2. สังคม
3. บุคลิกภาพ
4. ชีวภาพ
5. กายภาพ

ทฤษฎีพัฒนาการทางจริยธรรมของโคลเบอร์กโคลเบอร์ก เจ้าของทฤษฎีได้สนใจในการพัฒนาการทางจริยธรรมของเพียเจท์ โดยทำการศึกษาวิจัย ทั้งวัยเด็ก และผู้ใหญ่ และได้ขยายขั้นตอนการพัฒนาออกเป็น 6 ขั้นตอนด้วยกันคือ

เริ่มตั้งแต่เด็กแรกเกิดจนถึง 7 ขวบ ขั้นนี้จัดอยู่ในขั้นที่เชื่อฟัง หรือยอมรับปฏิบัติตามคำสั่งของผู้ที่มีอิทธิพลเหนือกว่า การเลือกปฏิบัติจะเลือกในสิ่งที่เกิดประโยชน์แก่ตน หลีกเลี่ยงการถูกลงโทษ เพราะคิดว่าการลงโทษเป็นสิ่งที่ใช้ตัดสินว่าสิ่งใดดีสิ่งใดไม่ดี

ขั้นหลักการแสวงหารางวัล เริ่มตั้งแต่อายุ 7 - 10 ปีขั้นนี้เด็กจะให้ความสำคัญกับการได้รับรางวัล และคำชมเชยมากกว่าการถูกลงโทษ

ขั้นหลักกระทำตามเพื่อน เริ่มตั้งแต่อายุ 10 - 13 ปีขั้นนี้เป็นขั้นย่างเข้าสู่วัยรุ่น ดังนั้นกลุ่มเพื่อนเริ่มอิทธิพล เด็กจะกระทำตามการยอมรับของกลุ่มเพื่อนมากกว่าจะกระทำตามความคิดของตนเอง

ขั้นหลักกระทำตามหน้าที่เริ่มตั้งแต่อายุ 13 - 16 ปี ขั้นนี้เป็นขั้นที่ปฏิบัติ โดยมุ่งหมายที่จะกระทำตามหน้าที่ ตามระเบียบที่กำหนดเอาไว้ ไม่ใช่เพราะต้องการรางวัล หรือกลัวถูกลงโทษ

ขั้นนี้เป็นขั้นบุคคลอื่น ไม่ก้าวท้าวในเรื่องของคนอื่น ยึดมั่นในสัญญา จะกระทำโดยเห็นประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าส่วนตน

คนไทยไว้วางใจครูมาก เมื่อเขาส่งลูกหลานเขามาโรงเรียนเขารู้ว่าลูกหลานของเขาปลอดภัย เขามอบความไว้วางใจให้ครูเต็มที่ โดยที่เขาไม่ระแวงสงสัยว่าครูนั้นแหละ จะเป็นผู้ลอบทำร้ายลูกหลานของเขาเสียเองเพราะเหตุอะไร เพราะไม่ว่าจะเป็นเด็กเล็กเด็กโต เขาต่างมี ชีวิตจิตใจ เต็มโต เคลื่อนไหวแสดงออกอย่างแจ่มใส ช่างคิด บางครั้งจะเจ็บป่วย ขมขื่น อดอยาก หิวโหย แต่เขาก็ไม่ใช่หุ่นยนต์ที่ครูจะป้อนข้อมูลลงไปวันแล้ววันเล่าโดยลึบนิ่งถึงจิตใจของเด็ก

### ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจทางการท่องเที่ยว

แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่างที่จะมีผลทำให้การแสดงออกของพฤติกรรมการบริโภค และพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกันไปด้วย ความแตกต่างนี้เกิดจากอิทธิพลของปัจจัยต่อไปนี้

1. **ปัจจัยภายในตัวบุคคล** หมายถึง ปัจจัยทางด้านจิตวิทยาสังคม ที่เป็นสาเหตุและเป็นแรงผลักดันให้เกิดการเดินทาง และบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางด้านความต้องการพักผ่อนของบุคคล การรับรู้ทางด้านสถานที่ท่องเที่ยวการเรียนรู้จากประสบการณ์การท่องเที่ยว ความเชื่อในสถานการณ์ข้อมูลที่ได้เคยพบเห็น ทศนคติต่อจุดหมายปลายทางท่องเที่ยว บุคลิกภาพภายในของแต่ละบุคคล ปัจจัยเหล่านี้เป็นแรงจูงใจที่สำคัญ และมีอิทธิพลเชิงลึกต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

2. **ปัจจัยอิทธิพลจากภายนอก** หมายถึง ปัจจัยแวดล้อมที่เกี่ยวข้อง และมีผลกระทบโดยตรงต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของบุคคล จนเป็นสาเหตุหลักในการตัดสินใจเดินทาง หรือไม่เดินทางท่องเที่ยวได้ ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย อายุ เพศ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สภาวะการทำงาน สถานภาพและ วัฏจักรครอบครัว ลักษณะการบริโภคของครอบครัว ฯลฯ ปัจจัยทางเศรษฐกิจในครัวเรือนและเศรษฐกิจของประเทศ ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม ประกอบด้วย ภาษา ศาสนา วัฒนธรรม วิถีชีวิตระดับชั้นทางสังคม ค่านิยม ปัจจัยทางกฎหมายระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง และปัจจัยทางเทคโนโลยีที่เป็นประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสารและเป็นสารสนเทศ ปัจจัยเหล่านี้เข้ามามีอิทธิพลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิตของบุคคลในยุคโลกาภิวัตน์ จึงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และเลือกซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

3. **ปัจจัยที่มีรากฐานมาจากความต้องการจำเป็นของบุคคล** หมายถึง ปัจจัยที่เป็น ความต้องการจำเป็น (needs) ทางด้านร่างกาย และจิตใจของมนุษย์ทุกคน ตามทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) ที่กล่าวว่า มนุษย์มีลำดับขั้นของความ ต้องการ จำเป็น อย่างต่อเนื่อง หากความต้องการขั้นต้นได้รับการตอบสนองแล้ว มนุษย์ก็จะต้องการในขั้นต่อไป ลำดับขั้นความต้องการจำเป็นเหล่านี้ ได้แก่

3.1 ความต้องการจำเป็นเพื่อการดำรงชีวิต ได้แก่ อาหาร น้ำ อากาศ เสื้อผ้า ที่อยู่ อาศัย และสุขอนามัย

3.2 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความปลอดภัย การคุ้มครองให้พ้นจากอันตราย ได้รับการบริการที่ซื่อสัตย์

3.3 ความต้องการจำเป็นในเรื่องความสัมพันธ์ และได้รับการยอมรับในสังคม  
ได้รับความรัก ความเข้าใจ ให้ความสำคัญ ยกย่อง เอาใจใส่จากกลุ่มเพื่อน

3.4 ความต้องการจำเป็นในเรื่องเกียรติภูมิ ศักดิ์ศรี ความมีหน้าตา และสถานะ  
ทางสังคม เป็นแรงจูงใจระดับสูงที่ต้องการได้รับการอำนวยความสะดวกเป็นอย่างดี หรือได้พบ  
เห็นทดลองสิ่งแปลกใหม่ที่เป็นเกียรติมากกว่าคนอื่น

3.5 ความต้องการจำเป็นในเรื่องการได้รับความสำเร็จสูงสุดในชีวิตที่พึงกระทำได้  
ตามศักยภาพ และแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ของตน ถือได้ว่าเป็นแรงจูงใจที่มีเป้าหมายสูงสุด และ  
แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

### **พฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภค**

พฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมกรซื้อของผู้บริโภคขั้นสุดท้ายที่ซื้อ  
สินค้าและบริการไปเพื่อกินเองใช้เอง หรือเพื่อกินหรือใช้ภายในครัวเรือน ผู้บริโภคทุกคนที่ซื้อสินค้า  
และบริการไปเพื่อวัตถุประสงค์เช่นนี้รวมกันเรียกว่าตลาดผู้บริโภค ผู้บริโภคทั่วโลกนั้น มีความ  
แตกต่างกันในลักษณะประชากรอยู่หลายประเด็น เช่น ในเรื่องของอายุ รายได้ ระดับการศึกษา  
ศาสนา วัฒนธรรม ประเพณี ค่านิยม และรสนิยม เป็นต้น ทำให้พฤติกรรมกรกินกรใช้ การซื้อ  
และความรู้สึกนึกคิดของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกันออกไป ทำให้มีการซื้อกรบริโภคสินค้า  
และบริการหลาย ๆ ชนิดที่แตกต่างกันออกไป นอกจากลักษณะประชากรดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัย  
อื่น ๆ อีกที่ทำให้มีการบริโภคแตกต่างกัน

### **ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค**

**ปัจจัยทางวัฒนธรรม (cultural factors)** เป็นปัจจัยที่อิทธิพลออกที่กระทบต่อ  
พฤติกรรมของผู้บริโภคได้กว้างขวางที่สุด ลึกลึกลงที่สุด ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็นวัฒนธรรมหลัก  
(core culture) แล้วก็มีอนุวัฒนธรรม (subculture) และชั้นทางสังคม (social class)

**วัฒนธรรมหลัก** เป็นสิ่งที่มีอยู่ในทุกกลุ่มหรือในทุกสังคมของมนุษย์ และเป็นตัว  
ก่อให้เกิดค่านิยม การรับรู้ ความอยากได้ ไปจนถึงพฤติกรรมของมนุษย์ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วก็  
ถ่ายทอดให้แก่กันและกันมา และด้วยเหตุที่แต่ละสังคมก็มีวัฒนธรรมหลักเป็นของตนเอง ผลก็คือ  
พฤติกรรมกรซื้อของมนุษย์ในแต่ละสังคมก็จะผิดแผกแตกต่างกันไป

**อนุวัฒนธรรม** หมายถึง วัฒนธรรมของคนกลุ่มย่อยที่รวมกันเข้าเป็นสังคมกลุ่มใหญ่  
จำแนกอนุวัฒนธรรมออกเป็น 4 ลักษณะ คือ

1. อนุวัฒนธรรมทางเชื้อชาติ (ethnic subculture)
2. อนุวัฒนธรรมตามท้องถิ่น (regional subculture)
3. อนุวัฒนธรรมทางอายุ (age subculture)

#### 4. อนุวัฒนธรรมทางอาชีพ (occupational subculture)

**ชั้นทางสังคม** หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีรายได้ อาชีพ การศึกษา หรือชาติตระกูล อย่างไม่ค่อยอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเหมือนกัน

**ชั้นทางสังคมของผู้บริโภคที่อยู่ในสังคมเมื่อแบ่งออกแล้วจะมีลักษณะ ดังนี้**

ผู้บริโภคที่อยู่ในชั้นเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเหมือนกัน

สถานภาพของผู้บริโภคจะสูงหรือต่ำ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับว่าจะถูกจัดกลุ่มอยู่ในชั้นทางสังคมระดับใด

ชั้นทางสังคมของผู้บริโภคถูกจัดกลุ่มและลำดับความสูงต่ำโดยตัวแปรหลายตัว เช่น อาชีพ รายได้ ความมั่งคั่ง ร่ำรวย การศึกษา และค่านิยม เป็นต้น

บุคคลอาจมีการเคลื่อนไหวจากชั้นทางสังคมชั้นหนึ่งหนึ่งไปยังชั้นอื่น ๆ ได้ ทั้งเลื่อนขึ้นและเลื่อนลง

**ปัจจัยทางสังคม (Social factors)** ปัจจัยทางสังคมที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีมากมาย เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาทและสถานภาพในสังคม เป็นต้น

**กลุ่มอ้างอิง (Reference group)** กลุ่มอ้างอิงของผู้บริโภคคนใด หมายถึง กลุ่มบุคคลซึ่งผู้บริโภคคนนั้น ยึดถือหรือไม่ยึดถือเอาเป็นแบบอย่างในการบริโภคหรือไม่บริโภคตาม โดยที่ผู้บริโภคคนนั้นจะเป็นสมาชิกของกลุ่มหรือไม่ก็ได้

**ครอบครัว (Family)** สมาชิกในครอบครัวหนึ่ง ๆ ประกอบด้วยพ่อแม่ และลูก สมาชิกแต่ละคนในครอบครัวมีอิทธิพลอย่างสำคัญในพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค และยังมีผลการวิจัยที่ยืนยันว่าครอบครัวเป็นองค์กรซื้อที่สำคัญที่สุดในสังคม

**บทบาทและสถานภาพของบุคคล (Role and status)** สถานภาพ หมายถึง ฐานะ ตำแหน่งหรือเกียรติยศของบุคคลที่ปรากฏในสังคม ส่วน บทบาท หมายถึง การทำตามหน้าที่ที่สังคมกำหนดไว้ ในฐานะที่เป็นสมาชิกของสังคมหลายหน่วย บุคคลทุกคนย่อมมีสถานภาพได้หลายอย่าง มากบ้างน้อยบ้าง เช่น เป็นพ่อ เป็นแม่ เป็นลูก เป็นรัฐมนตรี เป็นนักการเมือง เป็นปลัดกระทรวง เป็นนายตำรวจ เป็นนายธนาคาร เป็นนักศึกษา ฯลฯ สถานภาพเป็นสิ่งที่สมาชิกในสังคมหนึ่ง ๆ กำหนดขึ้นเป็นบรรทัดฐานสำหรับกระจายอำนาจ หน้าที่ ความรับผิดชอบ และสิทธิต่าง ๆ ให้แก่สมาชิก

**ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา (Psychological factors)** ที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้แก่ การจูงใจ (motivation) การรับรู้ (perception) การเรียนรู้ (learning) ความเชื่อและทัศนคติ (beliefs and attitudes)



**การจูงใจ** โดยทั่วไป หมายถึง การชักนำหรือการเกลี้ยกล่อมเพื่อให้บุคคลเห็นค้อยตามสิ่งที่ใช้ชักนำหรือเกลี้ยกล่อมเรียกว่าแรงจูงใจ (Motive) ซึ่งหมายถึงพลังที่มีอยู่ในตัวบุคคลแล้ว และพร้อมที่จะกระตุ้นหรือชี้ทางให้บุคคลกระทำการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้บรรลุเป้าหมายของบุคคลนั้น

**การรับรู้** หมายถึง กระบวนการที่บุคคลเลือกรับเอาสารสนเทศหรือสิ่งเร้าเข้ามาจัดระเบียบและทำความเข้าใจ โดยอาศัยประสบการณ์เป็นเครื่องมือ จากนั้นจึงมีปฏิกิริยาตอบสนอง การที่ผู้บริโภคสองคนได้รับสิ่งเร้าอย่างเดียวกัน และตกอยู่ภายใต้สถานการณ์เดียวกัน แต่มีปฏิกิริยาตอบสนองแตกต่างกัน เป็นเพราะการรับรู้ที่ต่างกัน นักการตลาดพึงเข้าใจว่าในชีวิตประจำวันของผู้บริโภคจะตกอยู่ท่ามกลางสิ่งเร้ามากมาย และผู้บริโภคสามารถจะเลือกรับได้ สามารถจะบิดเบือนได้ และสามารถที่จะเลือกจดจำเอาไว้ได้ การส่งสิ่งเร้า (เช่น การโฆษณา) ออกไป จึงต้องโดดเด่น ชัดเจน และจำง่าย จึงจะทำให้ผู้บริโภคมีปฏิกิริยาตอบสนองไปในทางที่ประสงค์

**การเรียนรู้** หมายถึง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอันเป็นผลมาจากการได้มีประสบการณ์ ไม่ว่าจะโดยทางตรงหรือทางอ้อมผู้บริโภคหากมีประสบการณ์มาแล้วว่าผลิตภัณฑ์ใดสามารถตอบสนองความต้องการหรือสร้างความพอใจให้แก่ความอยากได้ของเขาได้ดี เมื่อตกอยู่ในภาวะที่ความต้องการหรือความอยากได้อย่างเดิมแสดงอิทธิพลออกมาอีก ผู้บริโภคจะซื้อผลิตภัณฑ์เดิมไปบริโภคอีก

**ความเชื่อและทัศนคติ** ความเชื่อเป็นลักษณะที่แสดงถึงความรู้สึกนึกคิดที่จะเป็นไปได้ อันเป็นจุดมุ่งหมายที่มีลักษณะเฉพาะ ซึ่งจะเป็นความจริงหรือไม่จริงก็ได้ ความเชื่อนี้อาจเกิดจากความรู้ ความคิดเห็น หรือศรัทธา ก็ได้ และอาจมีอารมณ์ความรู้สึกหรือความสะเทือนใจ เข้ามาเกี่ยวข้องหรือไม่ก็ได้

**ความเชื่อ** เป็นตัวก่อให้เกิดจินตภาพของผลิตภัณฑ์ขึ้นในหมู่ผู้บริโภค ถ้าหากปรากฏว่าผู้บริโภคมีความเชื่อผิด ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ย่อมเป็นหน้าที่ของนักการตลาดที่จะต้องทำการรณรงค์เพื่อแก้ไขความเชื่อให้ถูกต้องด้วยกลวิธีต่างๆ

**ทัศนคติ** หมายถึง ความคิด ความเข้าใจ ความคิดเห็นความรู้สึกและท่าทีของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของบุคคลนั้น โดยอาจแสดงออกในทางเห็นด้วยหรือไม่เห็นด้วยก็ได้ ทัศนคติที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งนั้น มีธรรมชาติที่ค่อนข้างเปลี่ยนแปลงยาก แทนที่จะเปลี่ยนทัศนคติ นักการตลาดจึงควรใช้วิธีปรับข้อเสนอมให้สอดคล้องกับทัศนคติแทน

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

(คันธรส พลเยี่ยม, 2545) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมและสาเหตุในการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า วัยรุ่นมีสาเหตุในการเที่ยวสถานเริงรมย์ด้านตัวบุคคลในระดับมาก มีสาเหตุในการเที่ยวสถานเริงรมย์ที่มาจากครอบครัวระดับน้อยและสิ่งแวดล้อมในระดับปานกลาง เมื่อเปรียบเทียบกับสาเหตุในการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่นส่วนใหญ่มาจากด้านตัวบุคคล ซึ่งสาเหตุด้านตัวบุคคลนั้น พบว่า นักเรียนต้องการความสนุกสนานเพลิดเพลิน ต้องการหาประสบการณ์แปลกใหม่ และเที่ยวเพื่อพักผ่อนและผ่อนคลายความตึงเครียดอยู่ในระดับมาก ส่วนการอยากใกล้ชิดกับเพื่อนหรือเพื่อนต่างเพศอยู่ในระดับน้อย ส่วนสาเหตุในการเที่ยวสถานเริงรมย์ด้านครอบครัว พบว่า การที่บิดามารดาหรือผู้ปกครองทำงานมากไม่มีเวลาเอาใจใส่ดูแล บิดามารดา หรือผู้ปกครองมีความขัดแย้งกันทำให้นักเรียนเบื่อหน่ายการอยู่บ้าน และบิดามารดาหรือผู้ปกครองไม่เข้าใจและไม่ยอมรับฟังความคิดเห็นของนักเรียนอยู่ในระดับน้อย ส่วนบิดามารดาหรือผู้ปกครองไม่รัก หรือมีความลำเอียงรักลูกไม่เท่ากันอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้สาเหตุด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า ที่เป็นสาเหตุในระดับมากคือสถานเริงรมย์มีระบบแสง สี เสียงที่เร้าใจและดึงดูดใจทำให้มีความสุข รวมทั้งบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมของสถานเริงรมย์น่าสนใจดึงดูดใจทำให้อยากไปเที่ยว ส่วนการที่รับการชักชวนจากเพื่อน และกิจกรรมของสถานเริงรมย์ที่น่าสนใจ เช่นการสมนาคุณ การได้รับสิทธิพิเศษและการแจกรางวัลเป็นสาเหตุในระดับน้อย

(จีรารวรรณ แก้วใจ, 2550) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง กรณีศึกษาสถานบันเทิงย่านรัชดา กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาค้นคว้าลักษณะส่วนบุคคลเป็นเหตุผลสำคัญที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนมากที่สุด รองลงมาคือ ลักษณะด้านสิ่งแวดล้อม และ ลักษณะด้านครอบครัว พฤติกรรมที่นิยมทำก่อนออกไปเที่ยวสถานบันเทิงมากที่สุด คือ การโทรศัพท์ชวนเพื่อนไปเที่ยวด้วยกัน ส่วนพฤติกรรมที่นิยมทำขณะเที่ยวสถานบันเทิง คือ การเต้นรำ และพฤติกรรมที่นิยมทำหลังจากสถานบันเทิงปิดบริการ คือ การรับประทานอาหาร ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย บิดามารดาควรปรับเปลี่ยนพฤติกรรม เพื่อไม่ให้เกิดการลอกเลียนแบบ ส่วนผู้ประกอบการสถานบันเทิง ควรมีจริยธรรมในการประกอบกิจการ และนักเรียนนักศึกษาควรหลีกเลี่ยงพฤติกรรมที่จะก่อให้เกิดอันตรายจากการไปเที่ยวสถานบันเทิงด้วย

(ธนูศิลป์ ดวงแก้วงาม, 2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ ผลการศึกษาค้นคว้าพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติกับพฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของวัยรุ่น สรุปได้ว่า ปัจจัยทางด้านทัศนคติของวัยรุ่นมีทัศนคติว่าเป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียดของคนในสังคม และคิดว่าคนที่ไปใช้สถานบริการเป็นคน

ทันสมัย จึงมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกรเที่ยวสถานบริการของวัยรุ่นที่เข้าใจว่า สถานบริการ เป็นสถานที่ผ่อนคลายความเครียด การเข้าไปในสถานบริการจึงเป็นเรื่องที่ปกติ

(**นันทวัน เลิศจรรย์รัตน์, 2546**) ได้ทำการศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวยามราตรีของ นักท่องเที่ยวไทยบริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวไทยที่ เดินทางมาท่องเที่ยวยามราตรีบริเวณถนนข้าวสาร พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศ ชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุ 18 – 24 ปี มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี เป็นนิสิต/นักศึกษา มีระดับรายได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 6,500 บาท มีสถานภาพโสด โดยทำการท่องเที่ยวยามราตรี บริเวณถนนข้าวสารประมาณ 3 ครั้งต่อเดือน มีผู้ร่วมท่องเที่ยวประมาณ 5 คน ใช้ระยะเวลาในการ ท่องเที่ยวยามราตรีประมาณ 3 ชั่วโมง ใช้ค่าใช้จ่ายประมาณ 480 บาท โดยเริ่มต้นท่องเที่ยวเวลา 21 นาฬิกาและออกจากบริเวณถนนข้าวสารเวลา 24 นาฬิกา โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมา กับเพื่อน ขับรถมาเอง และนิยมท่องเที่ยวในคืนวันศุกร์เป็นส่วนใหญ่

(**พิมพ์อุมา ตูจินดา, 2543**) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ทักษะการติดต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์ ประเภทผับของวัยรุ่น ศึกษากรณีเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาระบุว่า ความสัมพันธ์ ระหว่างเพื่อนมีอิทธิพลต่อทัศนคติต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์ประเภทผับของวัยรุ่น เนื่องจากวัยรุ่น เป็นวัยที่เพื่อนมีอิทธิพลต่อตนเองสูง เพราะวัยรุ่นยึดเอาเพื่อนเป็นคนสำคัญ เป็นที่ปรึกษา เป็น กำลังใจ เป็นคนที่เข้าใจตน และมีความสุขเมื่อได้อยู่เพื่อน และอาจเป็นผู้ตัดสินใจแทนตนใน บางครั้ง เพื่อนจึงมีอิทธิพลต่อทัศนคติในเรื่องต่างๆของวัยรุ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งทัศนคติต่อการ เที่ยวสถานเริงรมย์ประเภทผับ ซึ่งเป็นสถานพักผ่อนหย่อนใจของวัยรุ่นที่นิยมไปกับเพื่อนเป็นหลัก

(**รจนา เพ็ชรดี, 2545**) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกรนิยมเที่ยวกลางคืน ณ สถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ.ของวัยรุ่น กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่วัยรุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 15-25 ปี ที่มาใช้ บริการสถานบันเทิงประเภทผับและดิสโก้เทค ที่ตั้งอยู่บนถนนรอยัลชิตี้โอเวนิว พระรามเก้าตั้งแต่ ช่วงเวลา 20.00– 02.00 น. ระหว่างเดือนเมษายน-พฤษภาคม 2545 จำนวน 200 คน ใช้การสุ่ม ตัวอย่างแบบ บังเอิญ (Accidental Sampling) พบว่า กลุ่มตัวอย่างนิยมแต่งกายมาเที่ยวตามสไตล์ ของตนเอง ไม่ตามแฟชั่น เดินทางมาเที่ยวโดยรถแท็กซี่ ช่วงวันเวลาที่มาเที่ยวจะเป็นวันศุกร์-วัน เสาร์ เวลา 22.01-24.00 ความถี่ของการมาเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง 5-15 ครั้งต่อเดือน กิจกรรม ที่นิยมทำ ด้านบวก ได้แก่ การพูดคุยกับเพื่อน การเดินร่ำ การทำ อาหารและนั่งเฉยๆ ส่วนกิจกรรม ด้านลบที่ นิยมทำ มากที่สุด คือ การดื่มแอลกอฮอล์ รองลงมา คือ การเข้าไปหาและทำ ความรู้จัก กับเพื่อนต่าง เพศและการเสพยา โดยจะเสียค่าใช้จ่ายต่อ ครั้งประมาณ 301-1,000 บาท ผลการ ทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมกรเที่ยวมากกว่าปัจจัยภายใน

โดยที่ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความต้องการต่างๆ ของวัยรุ่น และปัจจัยภายนอกคือปัจจัยสถานบันเทิง และปัจจัยสื่อมวลชน การที่วัยรุ่นนิยมเที่ยวกลางคืน ณ สถานบันเทิง อาร์.ซี.เอ.เกิดจาก 3 ปัจจัยหลัก คือ ความต้องการต่างๆ ภายในของวัยรุ่น ซึ่งได้แก่ ความต้องการสนุกสนานเพลิดเพลิน ความต้องการพบปะสังสรรค์กับ เพื่อนฝูง ความต้องการผ่อนคลายความเครียด

(สิริมา เกตุพงศ์สุตา, 2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของ ประชาชนในสังคมเมือง กรณีศึกษา: เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร พบว่า ลักษณะการแต่งกาย จะแต่งตามแฟชั่น พฤติกรรมการดื่มแอลกอฮอล์มักดื่มในจำนวนนับไม่ถ้วนล้วนสะทอนถึงสื่อ วัฒนธรรมทางตะวันตก ที่แพร่เข้ามาอย่างเห็นได้ชัด การแต่งกายที่เป็นไปตามแฟชั่น และแต่งกาย ตามกันไม่ว่าจะเป็นสายเดี่ยวเกาะอก การนุ่งน้อยห่มน้อยที่กล้าเปิดเผยมากขึ้นของวัยรุ่น



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยว : กรณีศึกษา ถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร ผู้ศึกษาได้กำหนดวิธีการศึกษาโดยการใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive research) เพื่อศึกษาการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร โดยผู้ศึกษาได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. กรรมวิธีทางข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### ประชากร

ประชากรที่ใช้ศึกษาในครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เที่ยวในถนนข้าวสารอายุ 18 ปีขึ้นไป จำนวน 2,920,000 คน (นายเนกตล ชีวโรจน์กุล ประธานกลุ่มธุรกิจไนถนนข้าวสาร)

##### กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยว จำนวนประชากรทั้งหมด 2,920, 000 คน ผู้วิจัยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นตัวแทนของประชากรโดยใช้สูตร Taro Yamane เป็นเกณฑ์ โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนในการเลือกตัวอย่างร้อยละ 5 สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่าง

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

เมื่อ	n	=	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง
	N	=	จำนวนประชากร
	e	=	ค่าความคลาดเคลื่อน ซึ่งกำหนดเท่ากับ .05

แทนค่าในสูตร

$$n = \frac{2,920,000}{1 + 2,920,000 (.05)^2} = 399.94$$

จะได้ขนาดประชากรกลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 399 คน จากจำนวนกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวอย่างเพื่อความสมบูรณ์มากขึ้นเป็น 400 คน

### วิธีการสุ่มตัวอย่าง

วิธีการสุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเข้าไปเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวในถนนข้าวสารเท่านั้น และให้กลุ่มตัวอย่างนั้น ๆ กรอกแบบสอบถามเอง โดยเน้นกลุ่มตัวอย่างที่มีความเต็มใจที่จะตอบแบบสอบถาม เพื่อที่จะทำให้ผลการวิจัยมีความเชื่อถือได้มากที่สุด

### เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยคำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) และคำถามปลายปิด (Close-Ended Questions) โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administration) ในแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

#### ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์

เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 6 ข้อ

#### ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยว

เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยวประกอบด้วย แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจระหว่างบุคคล เป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับ จำนวน 11 ข้อ



โดยมีเกณฑ์การให้คะแนนข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยว ซึ่งแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งกำหนดตามความมากน้อย ดังต่อไปนี้

มากที่สุด	ให้	5	คะแนน
มาก	ให้	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้	3	คะแนน
น้อย	ให้	2	คะแนน
น้อยที่สุด	ให้	1	คะแนน

นอกจากนี้ ยังกำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยโดยเฉลี่ยของมาตรส่วนประเมินค่าทางสถิติคะแนนเฉลี่ย (Arithmetic Mean) โดยกำหนดช่วงการวัด คือ

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}} = \frac{5-1}{5} = 0.8$$

ผู้ศึกษาได้นำค่าเฉลี่ย เพื่อใช้บรรยายค่าเฉลี่ยแรงจูงใจในการเที่ยว ได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 - 5.00	คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 - 4.20	คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจมาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 - 3.40	คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 - 2.60	คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.80	คะแนน หมายถึง มีแรงจูงใจน้อยที่สุด

### ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวใน ถนนข้าวสาร

เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนประกอบด้วย การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว เป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 5 ข้อ

#### การทดสอบเครื่องมือ

เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบหาความเที่ยงตรง (Validity) และหาความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถามดังต่อไปนี้

1. การทดสอบการเที่ยงตรง (Validity) ของแบบสอบถาม ผู้ศึกษาได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นหาความเที่ยงตรง โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์โครงการเฉพาะบุคคล และเจ้าของกิจการในถนนข้าวสาร พิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content

Validity) โครงสร้างของแบบสอบถาม และความเหมาะสมของถ้อยคำที่ใช้ เพื่อขอคำแนะนำและนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ถูกต้องและเหมาะสม และจึงนำแบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงที่เรียบร้อยแล้วไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

2. **การหาความน่าเชื่อถือ (Reliability)** ผู้วิจัยหาความเชื่อมั่น โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบ (Pre-test) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาซึ่งก็คือนักท่องเที่ยวนับจำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย หลังจากนั้นได้นำมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นเป็นรายข้อ (Item Analysis) โดยหาความเชื่อมั่นของผลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามในตอนต้นที่ 2 ด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยถ้าค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในสองส่วนดังกล่าวมากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือซึ่งจะใช้ในการเก็บข้อมูลจริงต่อไป

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาพฤติกรรมและการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร โดยแบ่งลักษณะการเก็บข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็น 2 ลักษณะ

1. **ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)** ด้วยการสำรวจภาคสนามหรือการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร ทั้งนี้ในการสอบถามจะมอบแบบสอบถามให้ผู้ได้รับการคัดเลือกเป็นตัวอย่างกรอกเอง และผู้วิจัยจะเป็นพนักงานเก็บข้อมูลให้ความกระจ่างเพิ่มเติมในกรณีที่ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เข้าใจวิธีการตอบแบบสอบถาม

2. **สำหรับข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)** นั้น เป็นการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ ได้แก่ บทความทางวิชาการ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพฤติกรรมการเที่ยว และเอกสารเผยแพร่กิจกรรมการเที่ยวต่าง ๆ

### กรรมวิธีทางข้อมูล

หลังจากที่ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมด และได้ตรวจสอบความถูกต้องแล้วผู้ศึกษาจึงได้นำข้อมูลที่ได้ไปดำเนินการ ดังต่อไปนี้

1. ตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลจริง
2. นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องแล้วนำมาลงรหัส (Coding) ทุกฉบับ
3. ประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล และนำผลที่ได้จากการวิเคราะห์ (Print – out) มาแปลความหมายแล้วบันทึกข้อมูล



## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ศึกษาในการวิจัยครั้งนี้

1. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่ออธิบายถึงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มประชากร คือ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ สถานภาพ ทำให้ทราบถึงลักษณะพื้นฐานของข้อมูล สถิติที่ใช้ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 2 เกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยว ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนที่ 3 เกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ใช้วิธีการแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน (Hypothesis Testing Statistics) ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยใช้สถิติทดสอบค่าเพียร์สันไคสแควร์ (Chi-Square) ในสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ สถานภาพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหารเช้า การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวและในสมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหารเช้า การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว กำหนดความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

## บทที่ 4

### ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร ใน การศึกษาคั้งนี้เป็นการศึกษาคั้งครั้งเดียวอิสระ ดังนั้นจึงขอปรับขนาดกลุ่มตัวอย่างให้เหมาะสม จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วยแบบสอบถามที่สอบถามข้อมูลทั่วไป แรงจูงใจในการเที่ยว และพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 3 ส่วน ตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

X = ค่าร้อยละ (Percentage)

$\bar{x}$  = คะแนนเฉลี่ย (Mean)

$\chi^2$  = ค่าแจกแจงความสัมพันธ์ (Chi-Square)

S.D. = ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

df = ชั้นของความเป็นอิสระ

\* = มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

P = ค่าความน่าจะเป็นของความคาดเคลื่อนแบบที่ 1

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานสภาพ ดังแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

ลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	192	48.0
หญิง	208	52.0
รวม	400	100
อายุ		
18 - 24 ปี	317	79.2
25 - 31 ปี	62	15.5
32 - 38 ปี	20	5.0
39 ปีขึ้นไป	1	0.2
รวม	400	100
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	41	10.2
อนุปริญญา/ปวส.	48	12.0
ปริญญาตรี	303	75.8
สูงกว่าปริญญาตรี	8	2.0
รวม	400	100

ตาราง 1 (ต่อ)

ลักษณะประชากรศาสตร์	จำนวนคน	ร้อยละ
อาชีพ		
นักเรียน	25	6.2
นักศึกษา	179	44.8
รับราชการ	26	6.5
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39	9.8
พนักงานบริษัทเอกชน	120	30.0
เจ้าของกิจการ	11	2.8
รวม	400	100
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 5000 บาท	23	5.8
5000-10000 บาท	181	45.2
10001-15000 บาท	138	34.5
15,001 – 25,000 บาท	39	9.8
มากกว่า 25,000 บาท	19	4.8
รวม	400	100
สถานภาพ		
โสด	388	97.0
สมรส	12	3.0
รวม	400	100

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร มีรายละเอียดดังนี้

เพศ พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพศหญิง มีจำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 เพศชาย มีจำนวน 192 คน คิดเป็นร้อยละ 48.0

อายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วง 18 – 24 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2 รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 25 - 31 ปี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 กลุ่มที่มีอายุ 32 - 38 ปี มีจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 39 ปีขึ้นไป มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.2

ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 303 คน คิดเป็นร้อยละ 75.8 รองลงมาได้แก่ อนุปริญญา/ปวส มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2 และน้อยที่สุด คือ ผู้ที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0

อาชีพ ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักศึกษามีจำนวนมากที่สุด จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 44.8 รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชน มีจำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 รับราชการ มีจำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 นักเรียน มีจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และสุดท้าย คือ อาชีพเจ้าของกิจการ มีจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่มีรายได้ 5,000 – 10,000 บาท จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 45.2 รองลงมา ได้แก่ ผู้ที่มีรายได้ 10,001 – 15,000 บาท มีจำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.5 ผู้ที่มีรายได้ 15,000 – 25,000 บาท มีจำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.8 ผู้ที่มีรายได้ต่ำกว่า 5,000 บาท มีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 และผู้ที่มีรายได้ มากกว่า 25,000 บาท จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.8

สถานภาพ พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 รองลงมาได้แก่ สถานภาพสมรส มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำแนกตามแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจระหว่างบุคคล โดยใช้เกณฑ์ในการวิเคราะห์ และแปรข้อมูล ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ที่มีแรงจูงใจในการเที่ยวมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ที่มีแรงจูงใจในการเที่ยวมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ที่มีแรงจูงใจในการเที่ยวปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ที่มีแรงจูงใจในการเที่ยวน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 กำหนดให้อยู่ในเกณฑ์ที่มีแรงจูงใจในการเที่ยวน้อยที่สุด

### ตาราง 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

จำแนกตามแรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจระหว่างบุคคล

แรงจูงใจในการเที่ยว	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
แรงจูงใจในทางกายภาพ	4.2	0.77	มากที่สุด
แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	4.31	0.78	มากที่สุด
แรงจูงใจระหว่างบุคคล	4.28	0.89	มากที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางกายภาพ

ตาราง 3 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร  
จำแนกตามแรงจูงใจทางกายภาพ

แรงจูงใจทางกายภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
การรับประทานอาหาร	3.68	0.99	ปานกลาง
ความน่าสนใจของสินค้าที่ขายในถนนข้าวสาร	3.92	0.79	มาก
สนุกสนานรื่นเริง, เปลี่ยนบรรยากาศ	4.23	0.73	มาก
พักผ่อนหย่อนใจ	4.07	0.85	มาก
รวมแรงจูงใจทางกายภาพ	4.20	0.77	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการเที่ยวในถนนข้าวสารทางด้านแรงจูงใจทางกายภาพ อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉลี่ย 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.77 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในเรื่องสนุกสนานรื่นเริง, เปลี่ยนบรรยากาศเป็นอันดับแรก โดยเฉลี่ย 4.23 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.73 รองลงมา ได้แก่ พักผ่อนหย่อนใจ โดยเฉลี่ย 4.07 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 ความน่าสนใจของสินค้าที่ขายในถนนข้าวสาร โดยเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 และมีการรับประทานอาหาร โดยเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.99

ตาราง 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร  
จำแนกตามแรงจูงใจทางวัฒนธรรม

แรงจูงใจทางวัฒนธรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
ลักษณะการใช้ชีวิตของคนในชุมชนบริเวณถนน ข้าวสาร	3.82	0.87	ปานกลาง
การจัดกิจกรรมงานเทศกาลและประเพณีต่างๆ เช่น วันสงกรานต์ วันวานเลนไทย วันคริสต์มาส วันขึ้นปีใหม่ ฯลฯ	4.31	0.72	มากที่สุด
การจัดบรรยากาศของร้านบริเวณถนนข้าวสาร เช่น การเปิดเพลง และระบบแสง สี เสียงที่ น่าสนใจ	4.27	0.82	มากที่สุด
รวมแรงจูงใจทางวัฒนธรรม	4.31	0.78	มากที่สุด

จากตาราง 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการเที่ยวในถนนข้าวสารทางด้านแรงจูงใจทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉลี่ย 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.78 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการจัดกิจกรรมงานเทศกาลและประเพณีต่างๆ เช่น วันสงกรานต์ วันวานเลนไทย วันคริสต์มาส วันขึ้นปีใหม่ ฯลฯ เป็นอันดับแรกโดยเฉลี่ย 4.31 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.72 รองลงมา ได้แก่ การจัดบรรยากาศของร้านบริเวณถนนข้าวสาร เช่น การเปิดเพลง และระบบแสง สี เสียงที่น่าสนใจ โดยเฉลี่ย 4.27 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.82 และลักษณะการใช้ชีวิตของคนในชุมชนบริเวณถนนข้าวสาร โดยเฉลี่ย 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.87



ตาราง 5 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร  
จำแนกตามแรงจูงใจระหว่างบุคคล

แรงจูงใจระหว่างบุคคล	$\bar{X}$	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
การพบปะเพื่อนเก่า	4.24	0.84	มากที่สุด
การหาเพื่อนใหม่	4.11	1.04	มากที่สุด
การสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว	3.64	1.24	มากที่สุด
การพบปะสังสรรค์ คลายเครียด	4.45	0.79	มากที่สุด
รวมแรงจูงใจระหว่างบุคคล	4.28	0.89	มากที่สุด

จากตาราง 5 พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการเที่ยวในถนนข้าวสารทางด้านแรงจูงใจระหว่างบุคคล อยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 เมื่อพิจารณาในแต่ละข้อ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจในการพบปะสังสรรค์ คลายเครียดเป็นอันดับแรกโดยเฉลี่ย 4.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.79 รองลงมา ได้แก่ การพบปะเพื่อนเก่า โดยเฉลี่ย 4.24 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.84 การหาเพื่อนใหม่ โดยเฉลี่ย 4.11 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.04 และการสร้างความสนิทสนมในครอบครัว โดยเฉลี่ย 3.64 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.24

### ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำแนกตาม การรับประทานอาหารเช้า การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว ดังแสดงในตาราง 6

ตาราง 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
การรับประทานอาหารเช้าไปเที่ยวถนนข้าวสาร		
รับประทานอาหารเช้าในร้านอาหาร	71	17.8
รับประทานอาหารเช้าร้านบริเวณทางเท้า	146	36.5
รับประทานอาหารเช้าในร้านและผับ	135	33.8
ไม่รับประทานอาหารเช้า	48	12.0
รวม	400	100
การดื่มเครื่องดื่มเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร		
น้ำดื่ม	31	7.8
น้ำอัดลม	96	24
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	31	7.8
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย	32	8.0
เหล้าผสมค็อก	50	12.5
เหล้าผสมโซดา	33	8.2
เหล้าผสมน้ำ	51	12.8
เบียร์	65	16.2
สปาย	11	2.8
รวม	400	100

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร		
ต่ำกว่า 100 บาท	22	5.5
100 - 200 บาท	56	14.0
201 - 300 บาท	94	23.5
301 - 400 บาท	78	19.5
401 - 500 บาท	83	20.8
มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	67	16.8
รวม	400	100
กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวถนนข้าวสาร		
รับประทานอาหาร	53	13.2
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า	70	17.5
เดินเล่น	103	25.8
เที่ยวสถานบันเทิง	174	43.5
รวม	400	100
ช่วงเวลาการเที่ยวในถนนข้าวสาร		
19.00 - 21.00 น.	83	20.75
21.01 - 23.00 น.	172	43.0
23.01 - 01.00 น.	136	34.0
01.01 - 02.00 น.	9	2.25
รวม	400	100

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร มีรายละเอียดดังนี้

พฤติกรรมกลางคืนของนักท่องเที่ยวในการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้าเป็นจำนวนมาก

ที่สุด จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.5 รองลงมา ได้แก่ รับประทานอาหารในร้านและผับ จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8 รับประทานอาหารในร้านอาหาร จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.8 และไม่รับประทานอาหาร จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0

พฤติกรรมกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในการดื่มเครื่องดื่มเมื่อไปเที่ยวในบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการดื่มน้ำอัดลมเป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24.0 รองลงมา ได้แก่ เบียร์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เหล้าผสมน้ำ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 เหล้าผสมโค้ก จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 เหล้าผสมโซดา จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 8.2 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.0 น้ำดื่มและน้ำผลไม้ไม่มีปริมาณการดื่มที่เท่ากันคือ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.8 และสพายมีการดื่มน้อยที่สุด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8

พฤติกรรมกรรมการเสียค่าใช้จ่ายในการไปเที่ยวบริเวณถนนข้าวสารพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเที่ยว 201 – 300 บาทมากที่สุด เป็นจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.5 รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว 401 – 500 บาท เป็นจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว 301 – 400 บาท เป็นจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวมากกว่า 500 บาทขึ้นไป เป็นจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว 100 – 200 บาท เป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 และค่าใช้จ่ายในการเที่ยวต่ำกว่า 100 บาท เป็นจำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5

พฤติกรรมกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในบริเวณถนนข้าวสารทำกิจกรรมเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เที่ยวสถานบันเทิงมากที่สุดเป็น จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.5 รองลงมา ได้แก่ เดินเล่น เป็น จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.8 ซ้อมปิ้งเลือกซื้อสินค้า เป็น จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 17.5 และรับประทานอาหาร เป็น จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 43.2

พฤติกรรมกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น. เป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวในบริเวณถนนข้าวสารมากที่สุด เป็นจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 23.01 – 01.00 น. เป็นจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.0 ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น. เป็นจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 01.00 – 02.00 น. เป็นจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2

**ตาราง 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามกลุ่ม  
ช่วงอายุ**

จากแบบสอบถามเรื่อง อายุ เนื่องจากมีผู้ที่ตอบแบบสอบถามอายุ 39 ปีขึ้นไปเพียง 1 คน  
ต่อไปนี้จะได้นำมาจัดเป็นกลุ่มช่วงอายุ ออกเป็น 3 ช่วง เพื่อสะดวกต่อการที่จะนำไปวิเคราะห์โดย  
กำหนดกลุ่มช่วงอายุที่ 1 คือ 18 - 24 ปี ช่วงอายุที่ 2 คือ 25 - 31 ปี และช่วงอายุที่ 3 คือ 32 ปีขึ้นไป

กลุ่มช่วงอายุ	จำนวน	ร้อยละ
18 - 24 ปี	317	79.2
25 - 31 ปี	62	15.5
32 ปีขึ้นไป	21	5.2
รวม	400	100

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์กลุ่มช่วงอายุ พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วน  
ใหญ่เป็นกลุ่มที่มีอายุในช่วง 18 - 24 ปี มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 317 คน คิดเป็นร้อยละ 79.2  
รองลงมาได้แก่ กลุ่มที่มีอายุ 25 - 31 ปี มีจำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และกลุ่มที่มีอายุ  
ตั้งแต่ 32 ปีขึ้นไป มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.2

## ตาราง 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามระดับการศึกษา

จากแบบสอบถามเรื่อง ระดับการศึกษา เนื่องจากมีผู้ที่ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษา สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไปเพียง 8 คน ต่อไปนี้จะได้นำมาจัดเป็นกลุ่มช่วงระดับการศึกษา ออกเป็น 3 ช่วง เพื่อสะดวกต่อการที่จะนำไปวิเคราะห์โดยกำหนดกลุ่มช่วงระดับการศึกษาที่ 1 คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. ช่วงระดับการศึกษาที่ 2 คือ อนุปริญญา/ปวส. และช่วงระดับการศึกษาที่ 3 คือ ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี

ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.	41	10.2
อนุปริญญา/ปวส.	48	12.0
ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี	311	77.8
รวม	400	100

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษา พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 311 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาได้แก่ อนุปริญญา/ปวส. มีจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 และน้อยที่สุด คือ มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช. มีจำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.2

## ตาราง 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตามการดื่มเครื่องดื่ม

จากแบบสอบถามเรื่อง การดื่มเครื่องดื่ม คือ น้ำดื่ม น้ำอัดลม น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย เหล้าผสมโค้ก เหล้าผสมโซดา เหล้าผสมน้ำ เปียร์ และสพาย ต่อไปนี้จะได้นำมาจัดเป็นกลุ่มช่วงการดื่ม ออกเป็น 6 ช่วง เพื่อสะดวกต่อการที่จะนำไปวิเคราะห์ โดยกำหนดกลุ่มการดื่มเครื่องดื่มช่วงที่ 1 คือ น้ำดื่ม ช่วงการดื่มเครื่องดื่มที่ 2 คือ น้ำอัดลม ช่วงการดื่มเครื่องดื่มที่ 3 คือ น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม ช่วงการดื่มเครื่องดื่มที่ 4 คือ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย/สพาย ช่วงการดื่มเครื่องดื่มที่ 5 คือ เหล้าผสมโค้ก/เหล้าผสมโซดา/เหล้าผสมน้ำ และ ช่วงการดื่มเครื่องดื่มที่ 6 คือ เปียร์

การดื่มเครื่องดื่มเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
น้ำดื่ม	31	7.7
น้ำอัดลม	96	24.0
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	31	7.7
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย/สพาย	43	10.7
เหล้าผสมโค้ก/เหล้าผสมโซดา/เหล้าผสมน้ำ	134	33.5
เปียร์	65	16.2
รวม	400	100

จากตาราง 9 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในการดื่มเครื่องดื่มเมื่อไปเที่ยวในบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการดื่มเหล้าผสมโค้ก/เหล้าผสมโซดา/เหล้าผสมน้ำเป็นจำนวนมากที่สุด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.5 รองลงมา ได้แก่ น้ำอัดลม จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 24 เปียร์ จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 16.2 เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อยและสพาย จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 น้ำดื่มและน้ำผลไม้มีปริมาณการดื่มที่เท่ากัน คือ จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7

## ตาราง 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตาม ค่าใช้จ่าย

จากแบบสอบถามเรื่อง ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร คือ ต่ำกว่า 100 บาท 100 – 200 บาท 201 – 300 บาท 301 – 400 บาท 401 – 500 บาทและมากกว่า 500 บาทขึ้นไป ต่อไปนี้จะได้นำมาจัดเป็นกลุ่มช่วงการตีพิมพ์ ออกเป็น 3 ช่วง เพื่อสะดวกต่อการที่จะนำไปวิเคราะห์โดยกำหนดกลุ่มค่าใช้จ่ายช่วงที่ 1 คือ ต่ำกว่า 100 บาท – 200 บาท กลุ่มค่าใช้จ่ายช่วงที่ 2 คือ 201 - 400 บาท และกลุ่มค่าใช้จ่ายช่วงที่ 3 คือ 401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 100 บาท – 200 บาท	78	19.5
201 - 400 บาท	172	43.0
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	150	37.5
รวม	400	100

จากตาราง 10 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการเสียค่าใช้จ่ายในการไปเที่ยวบริเวณถนนข้าวสารพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเที่ยว 201 – 400 บาทมากที่สุด เป็นจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว 401 – มากกว่า 500 บาทขึ้นไป เป็นจำนวน 150 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 และค่าใช้จ่ายในการเที่ยวต่ำกว่า 100 – 200 บาท เป็นจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5



**ตาราง 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสารจำแนกตาม  
ช่วงเวลา**

จากแบบสอบถามเรื่อง ช่วงเวลาการเที่ยวในถนนข้าวสาร คือ ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น. ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น. ช่วงเวลา 23.01 – 01.00 น. และช่วงเวลา 01.00 – 02.00 น. ต่อไปนี้จะได้นำมาจัดเป็นกลุ่มช่วงเวลาการเที่ยวในถนนข้าวสาร ออกเป็น 3 ช่วง เพื่อสะดวกต่อการที่จะนำไปวิเคราะห์โดยกำหนดกลุ่มช่วงเวลาการเที่ยวในถนนข้าวสารช่วงที่ 1 คือ 19.00 – 21.00 น. กลุ่มช่วงเวลาการเที่ยวในถนนข้าวสารช่วงที่ 2 คือ ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น. และกลุ่มช่วงเวลาการเที่ยวในถนนข้าวสารช่วงที่ 3 คือ ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.

ช่วงเวลาการเที่ยวในถนนข้าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
19.00 - 21-00 น.	83	20.7
21.01 - 23.00 น.	172	43.0
23.01 - 02.00 น.	145	36.2
รวม	400	100

จากตาราง 11 ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น. เป็นช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยวในบริเวณถนนข้าวสารมากที่สุดเป็นจำนวน 172 คน คิดเป็นร้อยละ 43.0 รองลงมาเป็นช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น. เป็นจำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.2 และช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวน้อยที่สุด คือ ช่วงเวลา 19.00 - 21-00 น.เป็นจำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7

### การทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และ สถานภาพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวโดยประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 1.1. เพศของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

### ตาราง 12 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศขอ

นักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกรับประทาน อาหารในบริเวณถนน ข้าวสาร	เพศ		รวม	$\chi$	df	p
	ชาย	หญิง				
รับประทานอาหารใน ร้านอาหาร	38 19.79%	33 15.87%	71 17.75%	7.269	3	.064
รับประทานอาหารร้าน บริเวณทางเท้า	61 31.77%	85 40.87%	146 36.50%			
รับประทานอาหารใน ร้านอาหารและผับ	63 32.81%	72 34.62%	135 33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	30 15.62%	18 8.65%	48 12.00%	48		
รวม	192 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 12 พบว่า เพศหญิงรับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้ามากที่สุด ในขณะที่เพศชายรับประทานอาหารในร้านอาหารและผับมากที่สุด

เมื่อทดสอบระดับนัยสำคัญด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารเช้า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตาราง 13 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร	เพศ		รวม	$\chi^2$	df	p
	ชาย	หญิง				
น้ำดื่ม	15 7.81%	16 7.69%	31 7.75%	30.093	5	.000*
น้ำอัดลม	48 25.00%	48 23.08%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	4 2.08%	27 12.98%	31 7.75%			
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เล็กน้อย/สปาย	12 6.25%	31 14.90%	43 10.75%			
เหล้าผสมได้ก/เหล้าผสมโซดา/ เหล้าผสมน้ำ	72 37.50%	62 29.81%	134 33.50%			
เบียร์	41 21.35%	24 11.54%	65 16.25%			
รวม	192 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 13 พบว่า เพศชายและเพศหญิงดื่มเหล้าผสมได้ก เหล้าผสมโซดาและเหล้าผสมน้ำมากที่สุด

เมื่อทดสอบระดับนัยสำคัญด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ตาราง 14 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว บริเวณถนนข้าวสาร	เพศ		รวม	$\chi^2$	df	p
	ชาย	หญิง				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	38 19.79%	40 19.23%	78 19.50%	0.719	2	.698
201 - 400 บาท	86 44.79%	86 41.35%	172 43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาท ขึ้นไป	68 35.42%	82 39.42%	150 37.50%			
รวม	192 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 14 พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเพศชายและเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการเที่ยว 201 – 400 บาทมากที่สุด

เมื่อทดสอบระดับนัยสำคัญด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า เพศไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 15 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของ  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำในขณะที่ เที่ยวในถนนข้าวสาร	เพศ		รวม	$\chi$	df	p
	ชาย	หญิง				
รับประทานอาหาร	12 6.25%	41 19.71%	53 13.25%	29.266	3	.000*
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า	32 16.67%	38 18.27%	70 17.50%			
เดินเล่น	41 21.35%	62 29.81%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	107 55.73%	67 32.21%	174 43.50%			
รวม	192 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 15 พบว่า เพศชายและเพศหญิงทำกิจกรรมเที่ยวสถานบันเทิงมากที่สุด

เมื่อทดสอบระดับนัยสำคัญด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 16 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร	เพศ		รวม	$\chi$	df	p
	ชาย	หญิง				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	33 17.19%	50 24.04%	83 20.75%	14.726	2	.001*
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	71 36.98%	101 48.56%	172 43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	88 45.83%	57 27.40%	145 36.25%			
รวม	192 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างเพศของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 16 พบว่า เพศหญิงเที่ยวในช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น. มากที่สุดในขณะที่เพศชายเที่ยวในช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น. มากที่สุด

เมื่อทดสอบระดับนัยสำคัญด้วยสถิติไคสแควร์ พบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.2. อายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว ปรากฏผลดังตาราง 17

ตาราง 17 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกรับประทาน อาหารในบริเวณถนน ข้าวสาร	อายุ			รวม	$\chi^2$	df	p
	18 - 24ปี	25 - 31ปี	32ปีขึ้นไป				
รับประทานอาหารใน ร้านอาหาร	47 14.83%	15 24.19%	9 42.86%	71 17.75%	29.391	6	.000*
รับประทานอาหารร้าน บริเวณทางเท้า	130 41.01%	15 24.19%	1 4.76%	146 36.50%			
รับประทานอาหารใน ร้านอาหารและผับ	97 30.60%	27 43.55%	11 52.38%	135 33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	43 13.56%	5 8.06%	0 0.00%	48 12.00%	400		
รวม	317 100.00%	62 100.00%	21 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน จากตาราง 17 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยว

กลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตาราง 18 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือกดื่มเครื่องดื่ม ในบริเวณถนนข้าวสาร	อายุ			รวม	$\chi^2$	df	p
	18 - 24ปี	25 - 31ปี	32ปีขึ้นไป				
น้ำดื่ม	26 8.20%	5 8.06%	0 0.00%	31 7.75%	22.650	10	.012*
น้ำอัดลม	81 25.55%	11 17.74%	4 19.05%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	23 7.26%	2 3.23%	6 28.57%	31 7.75%			
เครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์เล็กน้อย/ สปาย	29 9.15%	11 17.74%	3 14.29%	43 10.75%			
เหล้าผสมค็อก/เหล้า ผสมโซดา/เหล้าผสมน้ำ	106 33.44%	21 33.87%	7 33.33%	134 33.50%			
เบียร์	52 16.40%	12 19.35%	1 4.76%	65 16.25%			
รวม	317 100.00%	62 100.00%	21 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 18 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับ



พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตาราง 19 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร**

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว บริเวณถนนข้าวสาร	อายุ			รวม	$\chi$	df	p
	18 - 24ปี	25 - 31ปี	32ปีขึ้นไป				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	71 22.40%	7 11.29%	0 0.00%	78 19.50%	19.178	4	.001*
201 - 400 บาท	136 42.90%	31 50.00%	5 23.81%	172 43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	110 34.70%	24 38.71%	16 76.19%	150 37.50%			
รวม	317 100.00%	62 100.00%	21 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 19 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 20 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว ในถนนข้าวสาร	อายุ			รวม	$\chi^2$	df	p
	18 - 24ปี	25 - 31ปี	32ปีขึ้นไป				
รับประทานอาหาร	28 8.83%	16 25.81%	9 42.86%	53 13.25%	37.118	6	.000*
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า	58 18.30%	8 12.90%	4 19.05%	70 17.50%			
เดินเล่น	94 29.65%	8 12.90%	1 4.76%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	137 43.22%	30 48.39%	7 33.33%	174 43.50%			
รวม	317 100.00%	62 100.00%	21 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 20 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 21 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร	อายุ			รวม	$\chi^2$	df	p
	18 - 24ปี	25 - 31ปี	32ปีขึ้นไป				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	69	10	4	83	18.526	4	.001*
	21.77%	16.13%	19.05%	20.75%			
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	140	31	1	172			
	44.16%	50.00%	4.76%	43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	108	21	16	145			
	34.07%	33.87%	76.19%	36.25%			
รวม	317	62	21	400			
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 21 พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.3. ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

**ตาราง 22 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร	ระดับการศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	p
	มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช	อนุปริญญา/ปวส	ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี				
รับประทานอาหารในร้านอาหาร	11 26.83%	3 6.25%	57 18.33%	71 17.75%	21.948	6	.001*
รับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า	19 46.34%	25 52.08%	102 32.80%	146 36.50%			
รับประทานอาหารในร้านอาหารและผับ	7 17.07%	10 20.83%	118 37.94%	135 33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	4 9.76%	10 20.83%	34 10.93%	48 12.00%			
รวม	41 100.00%	48 100.00%	311 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 22 พบว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 23 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา  
ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกดื่มเครื่องดื่มใน บริเวณถนนข้าวสาร	ระดับการศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	p
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ปวช	อนุปริญญา/ ปวส	ปริญญาตรี/สูง กว่าปริญญาตรี				
น้ำดื่ม	5 12.20%	4 8.33%	22 7.07%	31 7.75%	53.73	10	.000*
น้ำอัดลม	24 58.54%	4 8.33%	68 21.86%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	0 0.00%	7 14.58%	24 7.72%	31 7.75%	53.73	10	.000*
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เล็กน้อย/สพาย	5 12.20%	0 0.00%	38 12.22%	43 10.75%			
เหล้าผสมค็อก/เหล้าผสม โซดา/เหล้าผสมน้ำ	2 4.88%	24 50.00%	108 34.73%	134 33.50%	53.73	10	.000*
เบียร์	5 12.20%	9 18.75%	51 16.40%	65 16.25%			
รวม	41 100.00%	48 100.00%	311 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของ  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 23 พบว่า ระดับ  
การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนน  
ข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 24 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา  
ของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว บริเวณถนนข้าวสาร	ระดับการศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	p
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช	อนุปริญญา/ ปวส	ปริญญาตรี/ สูงกว่า ปริญญาตรี				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	21 51.22%	9 18.75%	48 15.43%	78 19.50%	52.753	4	.000*
201 - 400 บาท	19 46.37%	9 18.75%	144 46.30%	172 43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	1 2.44%	30 62.50%	119 38.26%	150 37.50%			
รวม	41 100.00%	48 100.00%	311 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของ  
นักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 24 พบว่า ระดับ  
การศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยว  
ถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 25 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา  
ของนักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะเที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำในขณะ เที่ยวในถนนข้าวสาร	ระดับการศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	p
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช	อนุปริญญา/ ปวส	ปริญญาตรี/ สูงกว่า ปริญญาตรี				
รับประทานอาหาร	7 17.07%	5 10.42%	41 13.18%	53 13.25%	28.4	6	.000*
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า	15 36.59%	9 18.75%	46 14.79%	70 17.50%			
เดินเล่น	16 39.02%	9 18.75%	78 25.08%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	3 7.32%	25 52.08%	146 46.95%	174 43.50%			
รวม	41 100.00%	48 100.00%	311 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของ  
นักท่องเที่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 25 พบว่า ระดับการศึกษามี  
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะเที่ยวในถนนข้าวสาร  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 26 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษา  
ของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการเที่ยว ในถนนข้าวสาร	ระดับการศึกษา			รวม	$\chi^2$	df	p
	มัธยมศึกษา ตอนปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา/ ปวส.	ปริญญาตรี/ สูงกว่า ปริญญาตรี				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	25 60.98%	12 25.00%	46 14.79%	83 20.75%	48.933	4	.000*
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	11 26.83%	17 35.42%	144 46.30%	172 43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	5 12.20%	19 39.58%	121 38.91%	145 36.25%			
รวม	41 100.00%	48 100.00%	311 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของ  
นักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 26 พบว่า ระดับการศึกษามี  
ความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมี  
นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



สมมติฐานที่ 1.4. อาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

**ตาราง 27 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือก รับประทานอาหาร ในบริเวณถนน ข้าวสาร	อาชีพ						รวม	$\chi^2$	df	p
	นักเรียน	นักศึกษา	รับราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัท เอกชน	เจ้าของ กิจการ				
รับประทานอาหาร ในร้านอาหาร	2 8.00%	35 19.55%	3 11.54%	0 0.00%	27 22.50%	4 36.36%	71 17.75%	62.82	15	.000*
รับประทานอาหาร ร้านบริเวณทางเท้า	19 76.00%	64 35.75%	8 30.77%	17 43.59%	37 30.83%	1 9.09%	146 36.50%			
รับประทานอาหาร ในร้านอาหารและ คัฟ	2 8.00%	69 38.55%	6 23.08%	11 28.21%	41 34.17%	6 54.55%	135 33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	2 8.00%	11 6.15%	9 34.62%	11 28.21%	15 12.50%	0 0.00%	48 12.00%			
รวม	25 100.00%	179 100.00%	26 100.00%	39 100.00%	120 100.00%	11 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 27 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 28 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร	อาชีพ						รวม	$\chi^2$	df	p
	นักเรียน	นักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ				
น้ำดื่ม	3 12.00%	16 8.94%	0 0.00%	0 0.00%	11 9.17%	1 9.09%	31 7.75%	85.303	25	.000*
น้ำอัดลม	14 56.00%	55 30.73%	5 19.23%	2 5.13%	17 14.17%	3 27.27%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	3 12.00%	6 3.35%	0 0.00%	7 17.95%	15 12.50%	0 0.00%	31 7.75%			
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย/สไปย	2 8.00%	9 5.03%	4 15.38%	6 15.38%	22 18.33%	0 0.00%	43 10.75%			
เหล้าผสมไอศ/เหล้าผสมโซดา/เหล้าผสมน้ำ	2 8.00%	56 31.28%	9 34.62%	16 41.03%	44 36.67%	7 63.64%	134 33.50%			
เบียร์	1 4.00%	37 20.67%	8 30.77%	8 20.51%	11 9.17%	0 0.00%	65 16.25%			
รวม	25 100.00%	179 100.00%	26 100.00%	39 100.00%	120 100.00%	11 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 28 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 29 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวบริเวณถนนข้าวสาร	อาชีพ						รวม	$\chi^2$	df	p
	นักเรียน	นักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ				
ต่ำกว่า 100 – 200 บาท	19 76.00%	50 27.93%	0 0.00%	0 0.00%	9 7.50%	0 0.00%	78 19.50%	1.208	10	.000*
201 - 400 บาท	6 24.00%	88 49.16%	7 26.92%	12 30.77%	53 44.17%	6 54.55%	172 43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	0 0.00%	41 22.91%	19 73.08%	27 69.23%	58 48.33%	5 45.45%	150 37.50%			
รวม	25 100.00%	179 100.00%	26 100.00%	39 100.00%	120 100.00%	11 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 29 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 30 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของ  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยวใน ถนนข้าวสาร	อาชีพ						รวม	$\chi^2$	df	p
	นักเรียน	นักศึกษา	รับ ราชการ	พนักงาน รัฐวิสาหกิจ	พนักงาน บริษัทเอกชน	เจ้าของ กิจการ				
รับประทานอาหาร	3 12.00%	26 14.53%	2 7.69%	4 10.26%	15 12.50%	3 27.27%	53 13.25%	31.058	15	.009*
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อ สินค้า	9 36.00%	30 16.76%	7 26.92%	1 2.56%	23 19.17%	0 0.00%	70 17.50%			
เดินเล่น	10 40.00%	39 21.79%	8 30.77%	15 38.46%	30 25.00%	1 9.09%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	3 12.00%	84 46.93%	9 34.62%	19 48.72%	52 43.33%	7 63.64%	174 43.50%			
รวม	25 100.00%	179 100.00%	26 100.00%	39 100.00%	120 100.00%	11 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 30 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 31 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร	อาชีพ						รวม	$\chi^2$	df	p
	นักเรียน	นักศึกษา	รับราชการ	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	พนักงานบริษัทเอกชน	เจ้าของกิจการ				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	18 72.00%	39 21.79%	2 7.69%	0 0.00%	23 19.17%	1 9.09%	83 20.75%	76.524	10	.000*
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	7 28.00%	90 50.28%	8 30.77%	24 61.54%	39 32.50%	4 36.36%	172 43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	0 0.00%	50 27.93%	16 61.54%	15 38.46%	58 48.33%	6 54.55%	145 36.25%			
รวม	25 100.00%	179 100.00%	26 100.00%	39 100.00%	120 100.00%	11 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 31 พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.5. รายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

**ตาราง 32 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	p
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000-10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท				
รับประทานอาหารในร้านอาหาร	3	32	22	7	7	71	46.61%	12	.000*
	13.04%	17.68%	15.94%	17.95%	36.84%	17.75%			
รับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า	16	76	47	7	0	146	69.57%	41.99%	34.06%
	69.57%	41.99%	34.06%	17.95%	0.00%	36.50%			
รับประทานอาหารในร้านอาหารและนับ	3	60	41	21	10	135	13.04%	33.15%	29.71%
	13.04%	33.15%	29.71%	53.85%	52.63%	33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	1	13	28	4	2	48	4.35%	7.18%	20.29%
	4.35%	7.18%	20.29%	10.26%	10.53%	12.00%			
รวม	23	181	138	39	19	400	100.00%	100.00%	100.00%
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 32 พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 33 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกดื่ม เครื่องดื่มในบริเวณ ถนนข้าวสาร	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	p
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท				
น้ำดื่ม	4 17.39%	15 8.29%	10 7.25%	1 2.56%	1 5.26%	31 7.75%	76.333	20	.000*
น้ำอัดลม	13 56.52%	60 33.15%	16 11.59%	5 12.82%	2 10.53%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	0 0.00%	12 6.63%	9 6.52%	4 10.26%	6 31.58%	31 7.75%			
เครื่องดื่มที่มี แอลกอฮอล์ เล็กน้อย/สปาย	2 8.70%	15 8.29%	16 11.59%	8 20.51%	2 10.53%	43 10.75%			
เหล้าผสมได้ก/เหล้า ผสมโซดา/เหล้า ผสมน้ำ	2 8.70%	44 24.31%	63 45.65%	18 46.15%	7 36.84%	134 33.50%			
เบียร์	2 8.70%	35 19.34%	24 17.39%	3 7.69%	1 5.26%	65 16.25%			
รวม	23 100.00%	181 100.00%	138 100.00%	39 100.00%	19 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 33 พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 34 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

ค่าใช้จ่ายในการ เที่ยวบริเวณถนน ข้าวสาร	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	p
	ต่ำกว่า	5,000 -	10,001 -	15,001 -	มากกว่า				
	5,000 บาท	10,000 บาท	15,000 บาท	25,000 บาท	25,000 บาท				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	15 65.22%	57 31.49%	5 3.62%	0 0.00%	1 5.26%	78 19.50%	1.468	8	.000*
201 - 400 บาท	3 13.04%	99 54.70%	56 40.58%	13 33.33%	1 5.26%	172 43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	5 21.74%	25 13.81%	77 55.80%	26 66.67%	17 89.47%	150 37.50%			
รวม	23 100.00%	181 100.00%	138 100.00%	39 100.00%	19 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 34 พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 35 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยวใน ถนนข้าวสาร	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi^2$	df	p
	ต่ำกว่า	5,000-	10,001 -	15,001 -	มากกว่า				
	5,000 บาท	10,000 บาท	15,000 บาท	25,000 บาท	25,000 บาท				
รับประทานอาหาร	2 8.70%	29 16.02%	6 4.35%	10 25.64%	6 31.58%	53 13.25%	46.040	12	.000*
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อ สินค้า	7 30.43%	37 20.44%	19 13.77%	5 12.82%	2 10.53%	70 17.50%			
เดินเล่น	12 52.17%	47 25.97%	34 26.64%	7 17.95%	3 15.79%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	2 8.70%	68 37.57%	79 57.25%	17 43.59%	8 42.11%	174 43.50%			
รวม	23 100.00%	181 100.00%	138 100.00%	39 100.00%	19 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 35 พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05

ตาราง 36 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการเที่ยว ในถนนข้าวสาร	รายได้ต่อเดือน					รวม	$\chi$	df	p
	ต่ำกว่า 5,000 บาท	5,000- 10,000 บาท	10,001 - 15,000 บาท	15,001 - 25,000 บาท	มากกว่า 25,000 บาท				
	ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	14 60.87%	49 27.07%	13 9.42%	4 10.26%				
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	8 34.78%	94 51.93%	53 38.41%	17 43.59%	0 0.00%	172 43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	1 4.35%	38 20.99%	72 52.17%	18 46.15%	16 84.21%	145 36.25%			
รวม	23 100.00%	181 100.00%	138 100.00%	39 100.00%	19 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 36 พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 1.6. สถานภาพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

**ตาราง 37 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือกรับประทานอาหารในบริเวณ ถนนข้าวสาร	สถานภาพ		รวม	$\chi^2$	df	p
	โสด	สมรส				
รับประทานอาหารในร้านอาหาร	63 16.24%	8 66.67%	71 17.75%	21.61%	3	.000*
รับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า	146 37.63%	0 0.00%	146 36.50%			
รับประทานอาหารในร้านอาหารและผับ	132 34.02%	3 25.00%	135 33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	47 12.11%	1 8.33%	48 12.00%			
รวม	388 100.00%	12 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 37 พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 38 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของ  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกดื่มเครื่องดื่มใน บริเวณถนนข้าวสาร	สถานภาพ		รวม	$\chi$	df	p
	โสด	สมรส				
น้ำดื่ม	29 7.47%	2 16.67%	31 7.75%	7.00%	5	.221
น้ำอัดลม	91 23.45%	5 41.67%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	29 7.47%	2 16.67%	31 7.75%			
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เล็กน้อย/สปาย	43 11.08%	0 0.00%	43 10.75%			
เหล้าผสมได้ก/เหล้าผสมโชดา/ เหล้าผสมน้ำ	132 34.02%	2 16.67%	134 33.50%			
เบียร์	64 16.49%	1 8.33%	65 16.25%			
รวม	388 100.00%	12 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 38 พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 39 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวบริเวณถนนข้าวสาร	สถานภาพ		รวม	$\chi^2$	df	p
	โสด	สมรส				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	77	1	78	1.525	2	.467
	19.85%	8.33%	19.50%			
201 - 400 บาท	165	7	172			
	42.53%	58.33%	43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	146	4	150			
	37.63%	33.33%	37.50%			
รวม	388	12	400			
	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 39 พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 40 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของ  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวใน ถนนข้าวสาร	สถานภาพ		รวม	$\chi^2$	df	p
	โสด	สมรส				
รับประทานอาหาร	50 12.89%	3 25.00%	53 13.25%	4.43%	3	.219
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า	66 17.01%	4 33.33%	70 17.50%			
เดินเล่น	101 26.03%	2 16.67%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	171 44.07%	3 25.00%	174 43.50%			
รวม	388 100.00%	12 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 40 พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 41 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร	สถานภาพ		รวม	$\chi^2$	df	p
	โสด	สมรส				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	79 20.36%	4 33.33%	83 20.75%	1.381	2	.501
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	167 43.04%	5 41.67%	172 43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	142 36.60%	3 25.00%	145 36.25%			
รวม	388 100.00%	12 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 41 พบว่า สถานภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องสถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2 แรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยว ได้แก่ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจระหว่างบุคคล มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว โดยประกอบด้วยสมมติฐานย่อยดังนี้

สมมติฐานที่ 2.1. แรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

#### ตาราง 42 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทาง

กายภาพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางกายภาพ				รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
รับประทานอาหารในร้านอาหาร	0	5	41	25	71	36.781	9	.000*
	0.00%	6.67%	25.95%	15.34%	17.75%			
รับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า	1	21	62	62	146			
	25.00%	28.00%	39.24%	38.04%	36.50%			
รับประทานอาหารในร้านอาหารและผับ	1	42	41	51	135			
	25.00%	56.00%	25.95%	31.29%	33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	2	7	14	25	48			
	50.00%	9.33%	8.86%	15.34%	12.00%			
รวม	4	75	158	163	400			
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 42 พบว่า



แรงจูงใจทางภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกกลางคืนในเรื่องการเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตาราง 43 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางกายภาพ				รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
น้ำดื่ม	0 0.00%	6 8.00%	10 6.33%	15 9.20%	31 7.75%	15.764	15	.398
น้ำอัดลม	0 0.00%	20 26.67%	36 22.78%	40 24.54%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	2 50.00%	5 6.67%	11 6.69%	13 7.98%	31 7.75%			
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เล็กน้อย/สปาย	1 25.00%	10 13.33%	16 10.13%	16 9.82%	43 10.75%			
เหล้าผสมค็อก/เหล้าผสมไซดา/ เหล้าผสมน้ำ	0 0.00%	9 12.00%	28 17.72%	28 17.18%	65 16.25%			
เบียร์	0 0.00%	9 12.00%	28 17.72%	28 17.18%	65 16.25%			
รวม	4 100.00%	75 100.00%	158 100.00%	163 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 43 พบว่า

แรงจูงใจทางภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตาราง 44 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร**

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว บริเวณถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางกายภาพ				รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	0	16	33	29	78	12.369	6	.054
	0.00%	21.33%	20.89%	17.79%	19.50%			
201 - 400 บาท	3	42	64	63	172			
	75.00%	56.00%	40.51%	38.65%	43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	1	17	61	71	150			
	25.00%	22.67%	38.61%	43.56%	37.50%			
รวม	4	75	158	163	400			
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 44 พบว่า แรงจูงใจทางภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 45 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำ ในขณะที่เที่ยวใน ถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางกายภาพ				รวม	$\chi$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
รับประทานอาหาร	0 0.00%	8 10.67%	24 15.19%	21 12.88%	53 13.25%	8.504	9	.484
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อ สินค้า	0 0.00%	18 24.00%	22 13.92%	30 18.40%	70 17.50%			
เดินเล่น	2 50.00%	14 18.67%	41 25.95%	46 28.22%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	2 50.00%	35 46.67%	71 44.94%	66 40.49%	174 43.50%			
รวม	4 100.00%	75 100.00%	158 100.00%	163 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 45 พบว่า แรงจูงใจทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 46 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการ เที่ยวในถนน ข้าวสาร	แรงจูงใจทางกายภาพ				รวม	$\chi$	df	p
	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	0	10	38	35	83	9.792	6	.134
	0.00%	13.33%	24.05%	21.47%	20.75%			
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	4	38	62	68	172			
	100.00%	50.67%	39.24%	41.72%	43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	0	27	58	60	145			
	0.00%	36.00%	36.71%	36.81%	36.25%			
รวม	4	75	158	163	400			
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางกายภาพของนักท่องเที่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 46 พบว่า แรงจูงใจทางกายภาพไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.2. แรงจูงใจทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะเที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

**ตาราง 47 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร**

การเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางวัฒนธรรม				รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
รับประทานอาหารในร้านอาหาร	0 0.00%	14 21.21%	25 19.38%	32 16.00%	71 17.75%	24.37	9	.004*
รับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า	0 0.00%	17 25.76%	46 35.66%	83 41.50%	146 36.50%			
รับประทานอาหารในร้านอาหารและดับ	4 80.00%	27 40.91%	33 25.58%	71 35.50%	135 33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	1 20.00%	8 12.12%	25 19.38%	14 7.00%	48 12.00%			
รวม	5 100.00%	66 100.00%	129 100.00%	200 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 47 พบว่าแรงจูงใจทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 48 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทาง  
วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนน  
ข้าวสาร

การเลือกดื่มเครื่องดื่มใน บริเวณถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางวัฒนธรรม				รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด				
น้ำดื่ม	0 0.00%	4 6.06%	13 10.08%	14 7.00%	31 7.75%	41.037	15	.000*
น้ำอัดลม	0 0.00%	14 21.21%	25 19.38%	57 28.50%	96 24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	1 20.00%	0 0.00%	16 12.40%	14 7.00%	31 7.75%			
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เล็กน้อย/สปาย	0 0.00%	16 24.24%	16 12.40%	11 5.50%	43 10.75%			
เหล้าผสมค็อก/เหล้าผสม โซดา/เหล้าผสมน้ำ	4 80.00%	25 37.88%	41 31.78%	64 32.00%	134 33.50%			
เบียร์	0 0.00%	7 10.61%	18 13.95%	40 20.00%	65 16.25%			
รวม	5 100.00%	66 100.00%	129 100.00%	200 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรมของ  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 48 พบว่าแรงจูงใจ  
ทางวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการที่วกลงคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณ  
ถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 49 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทาง  
 วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว บริเวณถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางวัฒนธรรม				รวม	$\chi$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	0	7	25	46	78			
	0.00%	10.61%	19.38%	23.00%	19.50%			
201 - 400 บาท	3	26	47	96	172	16.051	6	.013*
	60.00%	39.39%	36.43%	48.00%	43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาท ขึ้นไป	2	33	57	58	150			
	40.00%	50.00%	44.19%	29.00%	37.50%			
รวม	5	66	129	200	400			
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรมของ  
 นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 49 พบว่า แรงจูงใจทาง  
 วัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยว  
 ถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 50 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทาง  
 วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำในขณะที่ เที่ยวในถนนข้าวสาร	แรงจูงใจทางวัฒนธรรม				รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
รับประทานอาหาร	0 0.00%	10 15.15%	14 10.85%	29 14.50%	53 13.25%	11.164	9	.265
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อ สินค้า	1 20.00%	11 16.67%	23 17.83%	35 17.50%	70 17.50%			
เดินเล่น	0 0.00%	10 15.15%	41 31.78%	52 26.00%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	4 80.00%	35 53.03%	51 39.53%	84 42.00%	174 43.50%			
รวม	5 100.00%	66 100.00%	129 100.00%	200 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรมของ  
 นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 50 พบว่า แรงจูงใจทาง  
 วัฒนธรรมไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวใน  
 ถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05



ตาราง 51 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทาง  
วัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการ เที่ยวในถนน ข้าวสาร	แรงจูงใจทางวัฒนธรรม				รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	0 0.00%	10 15.15%	24 18.60%	49 24.50%	83 20.75%	5.478	6	.484
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	3 60.00%	32 48.48%	59 45.74%	78 39.00%	172 43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	2 40.00%	24 36.36%	46 35.66%	73 36.50%	145 36.25%			
รวม	5 100.00%	66 100.00%	129 100.00%	200 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจทางวัฒนธรรมของ  
นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 51 พบว่า แรงจูงใจทางวัฒนธรรม  
ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร  
อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมติฐานที่ 2.3. แรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะเที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

ตาราง 52 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกรับประทาน อาหารในบริเวณถนน ข้าวสาร	แรงจูงใจระหว่างบุคคล					รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
รับประทานอาหารใน ร้านอาหาร	0 0.00%	2 11.76%	22 39.29%	12 10.26%	35 16.83%	71 17.75%	32.165	12	.001*
รับประทานอาหารร้าน บริเวณทางเท้า	0 0.00%	4 23.53%	18 32.14%	49 41.88%	75 36.06%	146 36.50%			
รับประทานอาหารใน ร้านอาหารและดื่บ	1 50.00%	9 52.94%	14 25.00%	38 32.48%	73 35.10%	135 33.75%			
ไม่รับประทานอาหาร	1 50.00%	2 11.76%	2 3.57%	18 15.38%	25 12.02%	48 12.00%			
รวม	2 100.00%	17 100.00%	56 100.00%	117 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 52 พบว่าแรงจูงใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 53 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร

การเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร	แรงจูงใจระหว่างบุคคล					รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
น้ำดื่ม	1	2	4	8	16	31	58.904	20	.000*
	50.00%	11.76%	7.14%	6.84%	7.69%	7.75%			
น้ำอัดลม	0	2	7	31	56	96			
	0.00%	11.76%	12.50%	26.50%	26.92%	24.00%			
น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม	0	6	6	6	13	31			
	0.00%	35.29%	10.71%	5.13%	6.25%	7.75%			
เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย/สพาย	1	1	15	14	12	43			
	50.00%	5.88%	26.97%	11.97%	5.77%	10.75%			
เหล้าผสมได้ก/เหล้าผสมโซดา/เหล้าผสมน้ำ	0	6	14	43	71	134			
	0.00%	35.29%	25.00%	36.75%	34.13%	33.50%			
เบียร์	0	0	10	15	40	65			
	0.00%	0.00%	17.86%	12.82%	19.23%	16.25%			
รวม	2	17	56	117	208	400			
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการเลือกดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร จากตาราง 53 พบว่าแรงจูงใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเลือกกลางคืนในเรื่องการดื่มเครื่องดื่มในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 54 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

ค่าใช้จ่ายในการ เที่ยวบริเวณถนน ข้าวสาร	แรงจูงใจระหว่างบุคคล					รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อยที่สุด	น้อย	ปาน กลาง	มาก	มากที่สุด				
ต่ำกว่า 100 - 200 บาท	1 50.00%	2 11.76%	4 7.14%	33 28.21%	38 18.27%	78 19.50%	26.043	8	.001*
201 - 400 บาท	0 0.00%	3 17.65%	33 58.93%	39 33.33%	97 46.63%	172 43.00%			
401 - มากกว่า 500 บาทขึ้นไป	1 50.00%	12 70.59%	19 33.93%	45 38.46%	73 35.10%	150 37.50%			
รวม	2 100.00%	17 100.00%	56 100.00%	117 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกับค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร จากตาราง 54 พบว่า แรงจูงใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องค่าใช้จ่ายในการเที่ยวเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 55 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร

กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร	แรงจูงใจระหว่างบุคคล					รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
รับประทานอาหาร	0 0.00%	6 35.29%	8 14.29%	16 13.68%	23 11.06%	53 13.25%	15.995	12	.191
ช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า	0 0.00%	2 11.76%	7 12.50%	20 17.09%	41 19.71%	70 17.50%			
เดินเล่น	1 50.00%	5 29.41%	10 17.86%	35 29.91%	52 25.00%	103 25.75%			
เที่ยวสถานบันเทิง	1 50.00%	4 23.53%	31 55.36%	46 39.32%	92 44.23%	174 43.50%			
รวม	2 100.00%	17 100.00%	56 100.00%	117 100.00%	208 100.00%	400 100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 55 พบว่า แรงจูงใจระหว่างบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องกิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยวในถนนข้าวสารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 56 แสดงค่าร้อยละและค่าไคสแควร์ของความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร

ช่วงเวลาในการเที่ยว ในถนนข้าวสาร	แรงงูใจระหว่างบุคคล					รวม	$\chi^2$	df	p
	น้อยที่สุด	น้อย	ปานกลาง	มาก	มากที่สุด				
ช่วงเวลา 19.00 – 21.00 น.	1	4	12	30	36	83	11.624	8	0.169
	50.00%	23.53%	21.43%	25.64%	17.31%	20.75%			
ช่วงเวลา 21.01 – 23.00 น.	1	3	21	47	100	172			
	50.00%	17.65%	37.50%	40.17%	48.08%	43.00%			
ช่วงเวลา 23.01 – 02.00 น.	0	10	23	40	72	145			
	0.00%	58.82%	41.07%	34.19%	34.62%	36.25%			
รวม	2	17	56	117	208	400			
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%			

\* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างแรงงูใจระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยวกวกับช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร จากตาราง 56 พบว่า แรงงูใจระหว่างบุคคลไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องแรงงูใจระหว่างบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนในเรื่องช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

## บทที่ 5

### บทสรุป

บทสรุปการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร เป็น การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Method) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวใน ถนนข้าวสาร โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวใน ถนนข้าวสาร เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของ นักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการ เที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร มีบทสรุปที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. สรุปผลการวิจัย
2. การอภิปรายผล
3. ข้อเสนอแนะ

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ นักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร จำนวน 400 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยการเข้าไปเก็บข้อมูลเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวในถนนข้าวสารเท่านั้น

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบไปด้วย คำถามปลายเปิด (Open-Ended Questions) และคำถามปลายปิด (Close-Ended Questions) โดยให้กลุ่มตัวอย่างกรอกแบบสอบถามเอง (Self-Administration) ในแบบสอบถาม โดยแบ่ง เนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

**ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์** เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานสภาพ

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยว** เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการ เที่ยว ประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้ แรงจูงใจทางกายภาพ แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจ ระหว่างบุคคล

**ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวใน ถนน ข้าวสาร** เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนประกอบด้วยคำถามดังต่อไปนี้ การ รับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลา ในการเที่ยว

## สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยจะนำเสนอใน 2 ส่วนดังนี้

1. การสรุปผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: S.D.)

จากการศึกษาวิจัย พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้ดังนี้

ผลการศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า ผู้ที่เข้ามาเที่ยวในถนนข้าวสารส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุระหว่าง 18 - 24 ปี สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเป็นนักศึกษา รายได้ต่อเดือน 5,000 -10,000 บาท

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางกายภาพ

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจทางกายภาพในแต่ละข้อ พบว่าแรงจูงใจทางกายภาพที่มีผลต่อการมาเที่ยวถนนข้าวสาร พบว่าความสนุกสนานรื่นเริง, เปลี่ยนบรรยากาศ มีผลต่อการจูงใจในการมาเที่ยวถนนข้าวสาร รองลงมา ได้แก่ พักผ่อนหย่อนใจ ความน่าสนใจของสินค้าที่ขายในถนนข้าวสาร และมีการรับประทานอาหาร

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจทางวัฒนธรรมในแต่ละข้อ พบว่าแรงจูงใจทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการมาเที่ยวถนนข้าวสาร พบว่า การจัดกิจกรรมงานเทศกาลและประเพณีต่างๆมีผลต่อการจูงใจในการมาเที่ยวถนนข้าวสาร รองลงมาได้แก่การจัดบรรยากาศของร้านและลักษณะการใช้ชีวิตของคนในชุมชนบริเวณถนนข้าวสาร

เมื่อพิจารณาแรงจูงใจระหว่างบุคคลในแต่ละข้อ พบว่าแรงจูงใจระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการมาเที่ยวถนนข้าวสาร พบว่าการพบปะสังสรรค์ คลายเครียดมีผลต่อการจูงใจในการมาเที่ยวถนนข้าวสาร รองลงมา ได้แก่ การพบปะเพื่อนเก่า การหาเพื่อนใหม่ และการสร้างความสนิทสนมในครอบครัว

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า เครื่องดื่มจะเป็นเหล้าผสมได้ก เหล้าผสม



โซดาและเหล้าผสมน้ำ ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวแต่ละครั้ง 201 – 400 บาท ช่วงเวลาที่ไปเที่ยวจะเป็น 21.01 – 23.00 น. กิจกรรมที่ทำคือการไปเที่ยวสถานบันเทิง

2. สถิติที่ใช้ในการทดสอบคือสถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบเพียร์สันไคสแควร์(Chi-Square) ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และสถานภาพ ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืน ได้แก่ การรับประทาน อาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างเพศกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนพบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนในเรื่องการดื่ม กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืน พบว่า อายุมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหาร ในบริเวณถนนข้าวสาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การเลือกรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า ระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหาร การดื่มเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในการเที่ยว กิจกรรมที่ ทำในขณะที่เที่ยว และช่วงเวลาในการเที่ยวในถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสถานภาพของนักท่องเที่ยวกับพฤติกรรม การรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร พบว่า สถานภาพมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรม การเที่ยวกลางคืนในเรื่องการรับประทานอาหารในบริเวณถนนข้าวสาร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05



## การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

### การวิเคราะห์แรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร

แรงจูงใจในการเที่ยวของนักท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีแรงจูงใจทางวัฒนธรรม อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ แรงจูงใจระหว่างบุคคล และแรงจูงใจทางกายภาพ

แรงจูงใจทางกายภาพที่มีผลต่อการมาเที่ยวถนนข้าวสาร พบว่าการรับประทานอาหารอยู่ในระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทัท วรณถนอม (2544,บทคัดย่อ) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญในด้านการรับประทานอาหารระดับปานกลาง ตามแนวความคิดการสร้าง แรงจูงใจทางกายภาพ (Physical Motivation) เพื่อเป็นการพักผ่อน สนุกสนานรื่นเริง เปลี่ยนบรรยากาศ เล่นกีฬา สันทนาการ หรือเพื่อรักษาสุขภาพ พักผ่อน ฯลฯ (ศูนย์เครือข่ายความรู้วัฒนธรรม BUU Knowledge Center of Culture, 2547)

แรงจูงใจทางวัฒนธรรมที่มีผลต่อการมาเที่ยวถนนข้าวสาร พบว่า ลักษณะการใช้ชีวิตของคนในชุมชนบริเวณถนนข้าวสารระดับปานกลางซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทวัน เลิศจรัญรัตน์(2546,บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีของนักท่องเที่ยวไทย บริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสภาพสังคม(ผู้คน)และสภาพอาคารในระดับปานกลาง ตามแนวความคิดการสร้าง แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (Cultural Motivation) เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ชนบทธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ และศาสนา (ศูนย์เครือข่ายความรู้วัฒนธรรม BUU Knowledge Center of Culture, 2547)

แรงจูงใจระหว่างบุคคลที่มีผลต่อการมาเที่ยวถนนข้าวสาร พบว่า การพบปะเพื่อนเก่าอยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทวัน เลิศจรัญรัตน์(2546,บทคัดย่อ) เรื่องพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีของนักท่องเที่ยวไทย บริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการพบปะเพื่อนเก่าและพักผ่อนหย่อนใจในระดับมาก ตามแนวความคิดการสร้าง แรงจูงใจระหว่างบุคคล (Interpersonal Motivation) เพื่อเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อทำกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการชักจูง ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ ความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ๆ (ศูนย์เครือข่ายความรู้วัฒนธรรม BUU Knowledge Center of Culture, 2547)

### ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ในเรื่องแรงจูงใจควรมีการส่งเสริมทางด้านกิจกรรมและเทศกาลต่างๆตามประเพณีในทุกๆปี เช่น ประเพณีสงกรานต์ที่จะถึงนี้ สมาคมผู้ประกอบการค้าถนนข้าวสาร ชวนเที่ยวงานมหาสงกรานต์ ย้อนยุค ในวันที่ 12-15 เมษายน 2553 บริเวณถนนข้าวสาร ภายในงานมีกิจกรรมที่น่าสนใจ อาทิ การก่อพระเจดีย์ทรายนานาชาติ พิธีดำหัวผู้ใหญ่ สาวรำวง การประกวดเทพีสงกรานต์นานาชาติ และกิจกรรมอื่นๆอีกมากมาย

2. กิจกรรมร้านค้าบริเวณถนนข้าวสารควรมีการส่งเสริมทางการตลาดเพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ลูกค้า เช่น การจัดโปรโมชั่นต้อนรับแทนลูกค้า ในเทศกาลวาเลนไทน์ สำหรับคู่รักที่มาที่ร้านทุกคู่ สามารถร่วมรายการส่งเสริมการขายส่งอาหารหรือเครื่องดื่มภายในร้าน 1 รายการแถม 1 รายการ หรือ ร่วมรับดอกไม้จากทางร้าน 1 ช่อ เพื่อมอบแก่คู่รักของท่าน

3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวโดยได้รับอิทธิพลมาจากเพื่อน ถ้าจะมาเที่ยวก็ต่อเมื่อเพื่อนมาเที่ยวด้วย ดังนั้น กลุ่มผู้ประกอบการบริเวณตรอกข้าวสารควรจัดให้มีงานหรือเทศกาลในวาระต่างๆ และควรทำให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวบริเวณถนนข้าวสาร โดยให้มีนักแสดงหรือนักร้องมาแสดงเพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวบริเวณถนนข้าวสารให้มากขึ้น

### การเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยสำรวจหาข้อมูลซึ่งเป็นพฤติกรรมเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้นเพื่อให้ได้ประสิทธิผลที่ดีควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยนอกจากนี้วิจัยครั้งต่อไปควรการศึกษาในเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวทุกปี เพื่อเปรียบเทียบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันอย่างไรในแต่ละปี และควรมีการทำวิจัยเชิงคุณภาพในเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในถนนข้าวสาร



บรรณานุกรม

## บรรณานุกรม

- คันทรส พลเยี่ยม. (2545). **พฤติกรรมและสาเหตุในการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม.
- จาริณี นันทวัฒน์. (2546). **พฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงของวัยรุ่นในเขตกรุงเทพมหานคร กรณีศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพ**. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม.,สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- จีรารวรรณ แก้วใจ. (2550). **พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของกลุ่มวัยรุ่นในเมือง: กรณีศึกษาสถาบันเทัญานรัชดา กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ฉันทัท วรณณนอม. (2544). **ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ**. สารนิพนธ์ ศศ.ม.,มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- เฉลียว ฤกษ์รุจิพิมล. (2547). **มนุษย์กับสังคม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เดช วัฒนาวิทยานุกูล. (2546). **พฤติกรรมการเที่ยวสถานเริงรมย์ของวัยรุ่น: กรณีศึกษานักศึกษาสถาบันราชภัฏเลย**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,สถาบันราชภัฏเลย. เลย.
- ทัศนีย์ ลิ้มมั่นจริง. (2535). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนูศิลป์ ดวงแก้วงาม. (2547). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์**. วิทยานิพนธ์.ศศ.ม.,มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. บุรีรัมย์.
- นันทวัน เลิศจรัญรัตน์. (2546). **พฤติกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีของนักท่องเที่ยวไทยบริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์ บธ.ม.,มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. กรุงเทพฯ.
- บริเมธ เพราแก้ว. (2547). **พฤติกรรมการเลือกเที่ยวสถานบันเทิงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์ บธ.ม.,มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต. กรุงเทพฯ.
- มลวิภา ทองวุฒิสีล. (2533). **จิตวิทยาเด็กและวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- รจนา เพ็ชรดี. (2545). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมนิยมเที่ยวกลางคืน ณ สถานบันเทิงอาร์.ซี.เอ. ของวัยรุ่น**. วิทยานิพนธ์.,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.

- พิมพ์อุมา ตู๋จินดา. (2543). **ทัศนคติต่อการเที่ยวสถานเริงรมย์ประเภทผ้าของวัยรุ่น ศึกษากรณี เขตกรุงเทพมหานคร**. ภาคนิพนธ์ ศศ.ม.,สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ยุบลวรรณ ประมวญรัฐการ. (2543). **มนุษย์กับสังคม**. กรุงเทพฯ: แผนกตำราและคำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สิริมา เกตุพงศ์สุดา. (2547). **พฤติกรรมการเที่ยวสถานบริการของประชาชนในสังคมเมือง กรณีศึกษา: เขตห้วยขวาง กรุงเทพมหานคร**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม.,มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม. กรุงเทพฯ.
- สุชา จันทน์เอม. (2536). **จิตวิทยาพัฒนาการ**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- สุพัตรา สุภาพ. (2541). **สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี**. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- โสภณัท นุชนาถ. (2542). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. กรุงเทพฯ: สถาบันราชภัฏธนบุรี.
- อศัลยา คุ่มรักษ์. (2548). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนิสิตปริญญาตรี**. วิทยานิพนธ์ ศศ.ม., มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- อุษณา เจริญไวย. (2536). **จิตวิทยาวัยรุ่น**. เลย: ฝ่ายเอกสารตำรา สำนักส่งเสริมวิชาการ สถาบันราชภัฏเลย.
- อุษณีย์ จิตตะปาโล และ นุตประวีณ์ เลิศกาญจนวัตติ. 2546. **จิตวิทยาทั่วไป**. กรุงเทพฯ: จิตร์วัฒน์.



ภาคผนวก

มหาวิทยาลัยนครพนม





## มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร

### แบบสอบถามเพื่อการวิจัย

### เรื่อง พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักเที่ยววัยรุ่นในถนนข้าวสาร

แบบสอบถามชุดนี้ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยนเรศวร ศูนย์วิทยบริการกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมต่าง ๆ ของนักเที่ยววัยรุ่นในการมาเที่ยวที่ถนนข้าวสาร ข้อมูลที่ได้รับจากท่านจะถูกนำไปใช้ในการวิจัย และสรุปผลในภาพรวม สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจทั้งรายเก่า รายใหม่ ในการนำข้อมูลการศึกษาวิจัยนี้ไปเป็นความรู้ ความเข้าใจ เพื่อพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจของตนให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายยิ่งขึ้น แบบสอบถามฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลพฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนของนักเที่ยววัยรุ่นในถนนข้าวสาร โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการเที่ยวกลางคืนของนักเที่ยววัยรุ่นในถนนข้าวสาร

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนนักเที่ยววัยรุ่นในถนนข้าวสาร

นางสาว ภัทญา เรือนเพ็ง

นิสิตปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขา บริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยนเรศวร

### ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บ ( ) หน้าข้อที่ท่านคิดว่าตรงกับตัวท่านมากที่สุด  
เพียงข้อเดียว

#### 1. เพศ

( ) ชาย ( ) หญิง

#### 2. อายุ

( ) 18 – 24 ปี ( ) 25 – 31 ปี  
( ) 32 – 38 ปี ( ) 39 ปีขึ้นไป

#### 3. ระดับการศึกษา

( ) มัธยมศึกษาตอนต้น ( ) มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช.  
( ) อนุปริญญา / ปวส. ( ) ปริญญาตรี  
( ) สูงกว่าปริญญาตรี

#### 4. อาชีพ

( ) นักเรียน ( ) นักศึกษา  
( ) รับราชการ ( ) พนักงานรัฐวิสาหกิจ  
( ) พนักงานบริษัทเอกชน ( ) เจ้าของกิจการทั่วไป  
( ) อื่นๆโปรดระบุ.....

#### 5. รายได้ต่อเดือน

( ) ต่ำกว่า 5,000 บาท ( ) 5,000 – 10,000 บาท  
( ) 10,001 – 15,000 บาท ( ) 15,001 -25,000 บาท  
( ) มากกว่า 25,000 บาท

#### 6. สถานภาพ

( ) โสด ( ) สมรส ( ) หม้าย/ หย่าร้าง / แยกกันอยู่

## ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการเชิญนักเที่ยววัยรุ่นในถนนข้าวสาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บ ( ) หน้าข้อที่ท่านคิดว่าตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว

แรงจูงใจในการเชิญของนักเที่ยววัยรุ่น ในถนนข้าวสาร	ระดับแรงจูงใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
<b>แรงจูงใจทางกายภาพ</b>					
1. รับประทานอาหาร					
2. ความน่าสนใจของสินค้าที่ขายในถนนข้าวสาร					
3. สนุกสนานรื่นเริง, เปลี่ยนบรรยากาศ					
4. พักผ่อนหย่อนใจ					
<b>แรงจูงใจในทางด้านวัฒนธรรม</b>					
5. รูปแบบและวิถีชีวิตของชุมชนบริเวณถนนข้าวสาร					
6. รูปแบบการจัดกิจกรรม งานเทศกาลและประเพณีต่างๆ เช่น วันสงกรานต์ วันวาเลนไทน์ วันคริสต์มาส วันขึ้นปีใหม่ ฯลฯ					
7. รูปแบบการจัดบรรยากาศของร้านบริเวณถนนข้าวสาร เช่น การเปิดเพลงและ ระบบแสง สี เสียงที่น่าสนใจ					
<b>แรงจูงใจระหว่างบุคคล</b>					
8. การพบปะเพื่อนเก่า					
9. การหาเพื่อนใหม่					
10. การเสริมสร้างความสัมพันธ์ในครอบครัว					
11. การพบปะสังสรรค์ คลายเครียด					

### ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการเที่ยวกลางคืนนักเที่ยววัยรุ่นในถนนข้าวสาร

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในวงเล็บ ( ) หน้าข้อที่ท่านคิดว่าตรงกับตัวท่านมากที่สุด เพียงข้อเดียว

1. ท่านเลือกรับประทานอาหารที่ได้เมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

- ( ) รับประทานอาหารในร้านอาหาร ( ) รับประทานอาหารร้านบริเวณทางเท้า  
( ) รับประทานอาหารในร้านอาหารและแผง ( ) ไม่รับประทานอาหาร

2. ท่านเลือกสิ่งเครื่องดื่มอะไรเมื่อไปเที่ยวถนนข้าวสาร

- ( ) น้ำดื่ม ( ) น้ำอัดลม  
( ) น้ำผลไม้ เช่น น้ำส้ม ( ) เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์เล็กน้อย  
( ) เหล้าผสมโค้ก ( ) เหล้าผสมโซดา  
( ) เหล้าผสมน้ำ ( ) เบียร์  
( ) สปาย ( ) อื่นๆ.....

3. ค่าใช้จ่ายในการไปเที่ยวในถนนข้าวสารโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

- ( ) ต่ำกว่า 100 บาท ( ) 100 – 200 บาท  
( ) 201 – 300 บาท ( ) 301 – 400 บาท  
( ) 401 – 500 บาท ( ) มากกว่า 500 บาทขึ้นไป

4. กิจกรรมใดที่ท่านทำในขณะที่ท่านไปเที่ยวถนนข้าวสาร

- ( ) รับประทานอาหาร ( ) ช้อปปิ้ง เลือกซื้อสินค้า ( ) เดินเล่น  
( ) เที่ยวสถานบันเทิง ( ) แฟนทီး สักลายร่างกาย ( ) ถักผม  
( ) นวดแผนโบราณ ( ) อื่นๆ.....

5. ช่วงเวลาใดที่ท่านไปเที่ยวถนนข้าวสาร

- ( ) 19.00 – 21.00 น. ( ) 21.01 – 23.00 น. ( ) 23.01 - 01.00 น.  
( ) 01.01 – 02.00 น. ( ) อื่นๆ.....

ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความอนุเคราะห์ในการตอบคำถามและความคิดเห็นมา ณ โอกาสนี้ด้วย



ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

## ประวัติผู้ศึกษาค้นคว้า

ชื่อ – ชื่อสกุล	ณัทญา เรือนเพ็ง
วัน เดือน ปี เกิด	13 เมษายน 2524
ที่อยู่ปัจจุบัน	106 หมู่ 7 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลกระทุ่มล้ม อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม
ที่ทำงานปัจจุบัน	บริษัท ธานีสยาม เอ็นจิเนียริง จำกัด 106 หมู่ 7 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลกระทุ่มล้ม อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม
ตำแหน่งหน้าที่ปัจจุบัน	พนักงานฝ่ายบัญชี
ประสบการณ์การทำงาน	พ.ศ. 2549 บริษัท ธานีสยาม เอ็นจิเนียริง จำกัด 106 หมู่ 7 ถนนพุทธมณฑลสาย 4 ตำบลกระทุ่มล้ม อำเภอสสามพราน จังหวัดนครปฐม
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2546 ศศ.บ. (การโรงแรมและการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยสยาม