

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

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

การวิจัยนี้ต้องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อวางแผนปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและการให้บริการต่างๆ รวมทั้งปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างความประทับใจให้นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่จะบอกปากต่อปากและกลับมาเยือนประเทศไทยอีกต่อไปในอนาคต

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

## 1.3 สมมติฐานของการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุแตกต่างกันมีแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่มีอายุแตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครแตกต่างกัน

## 1.4 ขอบเขตของการวิจัย

### 1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

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

### 1.4.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่กำลังเดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

## 1.5 ประโยชน์ของการวิจัย

1. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการสร้างแรงจูงใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวอินเดีย
2. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการสร้างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวอินเดีย
3. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผนส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร
4. เพื่อให้หน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการปรับปรุงและรักษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครให้เป็นที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยวต่อไป

## 1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

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

นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย (Indian Tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวอินเดียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจ (Motivation) หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางมาท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง

ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

จากการศึกษาเรื่องแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียต่อการท่องเที่ยวในเขตเมืองในกรุงเทพมหานครเกี่ยวกับ วัตถุประสงค์ ขอบเขต และประโยชน์ของการวิจัย ทำให้ผู้วิจัยสามารถกำหนดแนวทาง และวิธีการในการทำการวิจัยได้ตรงตามเป้าหมายที่วางไว้ได้อย่างถูกต้อง และเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในบทถัดไป