

หัวข้อวิทยานิพนธ์	แรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร
ชื่อผู้เขียน	นรพล เกตุทัต
อาจารย์ที่ปรึกษา	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิณ แสงพิกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2557

### บทคัดย่อ

การศึกษาแรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาแรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป 2) เพื่อศึกษาแรงจูงใจดึงดูด (Pull Factor) ในการเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป 3) เพื่อแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร (Segmentation) โดยใช้แรงจูงใจผลักดัน (Push Factor) เป็นฐานในการแบ่งกลุ่มตลาด กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลด้วยวิธีแบบตามสะดวก ผลการศึกษาที่สำคัญสรุปได้ดังนี้

การศึกษาแรงจูงใจผลักดัน จำนวน 14 ด้าน พบว่าภาพรวมของทั้ง 14 ด้าน(ปัจจัย) มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่งทั้ง 14 ปัจจัยนี้พบว่า 3 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดคือ แรงจูงใจเพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง รองลงมาคือแรงจูงใจเพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป และแรงจูงใจเพื่อพบเห็นสิ่งใหม่ ส่วนการศึกษาแรงจูงใจดึงดูดจำนวน 12 ด้าน พบว่าภาพรวมของทั้ง 12 ปัจจัย มีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก ซึ่ง 3 ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปให้ความสำคัญมากที่สุดคือแรงดึงดูดด้านอาหารไทย รองลงมาคือ วัฒนธรรมไทย และความเป็นมิตรของคนไทย

สำหรับการแบ่งส่วนตลาดพบว่า สามารถแบ่งนักท่องเที่ยวชาวยุโรปได้เป็น 2 กลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในกลุ่มที่ 1 สนใจในปัจจัย เพื่อไปสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อพักผ่อนและผ่อนคลาย และอยากพบเจอคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มที่ 2 สนใจในปัจจัย

เพื่อไปในที่ที่ฉันไม่เคยไป เพื่อหลบหนีความซ้ำซากจำเจในชีวิตประจำวัน และอยากพบเจอคนที่  
ต้องถื่น

งานวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการนำผลงานวิจัยไป  
ใช้ประโยชน์ โดยเกี่ยวข้องกับแรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรป  
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร

Thesis Title	Travel Motivations and Market Segmentation of European Travelers Visiting Bangkok
Author	Norapol Ketudat
Thesis Advisor	Asst Prof.Dr Aswin Sangpikul
Department	Tourism Management Program
Academic Year	2014

### **ABSTRACT**

This study has objectives to 1) examine push factors of European tourists visiting Bangkok 2) examine pull factors of European tourists visiting Bangkok and 3) segment European tourists by employing the push factors as segmentation base. This study used a sample of 400 European tourists who visited Bangkok through convenient sampling.

According to the finding, the 14 push factors were rated at high levels. The top three push factors were 1) to experience different cultures 2) to visit new places and 3) to explore new things. For pull factors, it's found that the 12 pull factors were rated on high levels. The top three pull factors were 1) Thai food 2) Thai cultures and 3) friendliness of Thai people.

For market segmentation, it was found that the European tourists were divided into 2 groups. The first group had major purposes to experience different cultures, to relax and to meet local people. The second group had major purposes to go to the places I had never been to, to escape from the busy daily life and to meet local people.

This study has given useful recommendations to related organizations to make use of the findings by focusing on travel motivations and market segmentation.

## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง “แรงจูงใจการท่องเที่ยวและการแบ่งกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปที่เดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร” สำเร็จลุล่วงด้วยดี เนื่องด้วยความช่วยเหลือจากผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อศวิน แสงพิกุล อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ ทั้งยังตรวจแก้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงขอขอบพระคุณท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยคณะกรรมการวิทยานิพนธ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด

ขอกราบขอบพระคุณ และมอบความสำเร็จของการศึกษานี้ให้กับทุกคนในครอบครัว “เกตุทัต” ที่คอยเป็นกำลังใจอันยิ่งใหญ่ ให้ความสนับสนุน และให้ความช่วยเหลือในทุกๆ เรื่อง ตั้งแต่แรกทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนเสร็จสมบูรณ์

สุดท้ายนี้ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อเลิศสิน และ คุณแม่มณฑา เกตุทัต บุพการีผู้ให้ทุกสิ่งทุกอย่างกับผู้วิจัย

นรพล เกตุทัต

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	๗
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	๘
กิตติกรรมประกาศ.....	๙
สารบัญ .....	๗
สารบัญตาราง.....	๑๑
สารบัญภาพ.....	๑๒
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	3
1.3 สมมติฐานของการวิจัย .....	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
1.5 ขอบเขตการวิจัย .....	4
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ .....	4
2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยและในกรุงเทพมหานคร .....	5
2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป .....	8
2.3 ข้อมูลกรุงเทพมหานครและสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ.....	10
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว .....	16
2.5 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว .....	25
2.6 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการตลาดและการแบ่งกลุ่มตลาดของนักท่องเที่ยว .....	38
2.7 งานวิจัยในอดีตที่เกี่ยวข้อง .....	70
2.8 กรอบแนวคิดในการวิจัย .....	81

## สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3. วิธีการดำเนินงานวิจัย .....	82
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง .....	82
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	83
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	84
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย.....	85
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	87
4.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง .....	87
4.2 ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจและวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	94
4.3 การทดสอบสมมติฐาน .....	105
5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ .....	125
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	125
5.2 อภิปรายผล .....	129
5.3 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย .....	130
5.4 ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยครั้งต่อไป .....	131
บรรณานุกรม.....	133
ภาคผนวก.....	139
ประวัติผู้เขียน.....	152

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ พ.ศ. 2552 – 2555.....	7
2.2 เปรียบเทียบจำนวนวันท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ.....	8
2.3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย.....	9
2.4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พ.ศ. 2552 – 2555.....	10
4.1 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน .....	88
4.2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามลักษณะ การท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร.....	90
4.3 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามประเทศ ที่อยู่อาศัยของกลุ่มตัวอย่าง .....	93
4.4 ค่าเฉลี่ยแรงงูใจและวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis).....	94
4.5 ปัจจัยแรงงูใจในการท่องเที่ยว: ปัจจัยผลักดัน.....	96
4.6 ระดับความสำคัญของแรงงูใจในการท่องเที่ยว: ปัจจัยดึงดูด.....	98
4.7 ปัจจัยแรงงูใจในการท่องเที่ยว: ปัจจัยดึงดูด.....	99
4.8 การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งกลุ่มตามการวิเคราะห์องค์ประกอบ.....	101
4.9 การวิเคราะห์กลุ่มตัวอย่างโดยการแบ่งกลุ่มตามข้อมูลส่วนบุคคล ของกลุ่มตัวอย่าง.....	102
4.10 ค่าเฉลี่ยแรงงูใจผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ.....	105
4.11 ค่าเฉลี่ยและระดับแรงงูใจผลักดันในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ .....	106

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า	
4.12	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจผลักดันในด้านการหา ประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ จำแนกตามอายุ โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	107
4.13	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจผลักดัน โดยจำแนกตามระดับการศึกษา...	108
4.14	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจผลักดันในด้านการหา ประสบการณ์สิ่งแปลกใหม่ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบ เป็นรายคู่.....	109
4.15	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจผลักดันในด้านการได้ใช้เวลา กับเพื่อน/ญาติ จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	110
4.16	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจผลักดัน โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน....	111
4.17	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจผลักดันในด้านการพักผ่อนจาก การทำงาน จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	112
4.18	ค่าเฉลี่ยแรงจูงใจดึงดูดในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ.....	114
4.19	ค่าเฉลี่ย และระดับแรงจูงใจดึงดูดในการเดินทางท่องเที่ยว โดยจำแนกตามอายุ	116
4.20	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจดึงดูด โดยจำแนกตามระดับการศึกษา.....	118
4.21	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจดึงดูด ในด้านความสะดวก สบายในการท่องเที่ยว จำแนกตามระดับการศึกษา โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่	119
4.22	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับแรงจูงใจดึงดูด โดยจำแนกตามรายได้ต่อเดือน.....	120
4.23	เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยนักท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจดึงดูด ในด้านความสะดวกสบาย ในการท่องเที่ยว จำแนกตามรายได้ต่อเดือน โดยเปรียบเทียบเป็นรายคู่.....	121
4.24	ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน.....	123

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและร้อยละของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อ GDP พ.ศ. 2545 – 2553.....	6
2.2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตั้งแต่ พ.ศ. 2552 – 2555.....	9
2.3 แสดงการแบ่งส่วนตลาดตามลักษณะการบริโภคและการตอบสนองของผู้บริโภค	57
2.4 แสดงกลุ่มที่มีทรัพยากรของผู้บริโภคต่ำ 4 กลุ่ม.....	62
2.5 แสดงการแบ่งส่วนตลาด.....	65
2.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	81