

## แรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร Tourists' Motivation for Traveling Secret Jazz Bars in Bangkok

อังสุมาลิน จำนงชอบ\*, บุญยธิดา พงษ์สว่าง และคงชลัช คำเจริญยิ่ง

Angsumalin Jamnongchob\*, Boonyatida Pongsawang and Kongchalat Khajaroenyong

คณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

angsumalin@g.swu.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร (2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณที่มีกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 140 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 70 คน และชาวต่างชาติ 70 คน ใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามฉบับภาษาไทยเพื่อเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทย และแบบสอบถามฉบับภาษาอังกฤษเพื่อเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สในกรุงเทพมหานครเป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี เป็นนิสิต/นักศึกษา มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท โดยมีแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดันอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ ) มีความต้องการความบันเทิงและความสนุกสนานมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.32$ ) และมีแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ ) โดยดนตรีแจ๊สมีส่วนช่วยในการจรรโลงจิตใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ ) เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านแรงจูงใจ พบว่า ปัจจัยดึงดูดมีค่าเฉลี่ยมากกว่าปัจจัยผลักดัน

คำสำคัญ: บาร์ลับ, แรงจูงใจ, ดนตรีแจ๊ส

### Abstract

This research aimed to study the behavior of both Thai and foreign tourists traveling to the secret jazz bars in Bangkok and the motivations for traveling to the secret jazz bars of both local and foreign tourists in Bangkok. From the calculation of the sample size, it was found that the data should be collected from 139 tourists, thus adjusting the number to 140, divided equally into 70 Thais and 70 foreigners. The study was quantitative research that used a convenient sample group and the questionnaire as a tool for collecting data. The questionnaire was made in Thai for collecting Thai tourists and English for collecting foreigners and analyzing the data obtained from the questionnaire responses. The results showed that the majority of Thai and foreign tourists who visit Secret Jazz Bars in Bangkok are male. Most of the age range was 20–29 years old; they were college students, and they had an income of less than 15,000 baht per month, which has a high level of push factor motivation ( $\bar{X} = 3.96$ ). Most fun ( $\bar{X} = 4.32$ ) and pull factor motivation were at a high level ( $\bar{X} = 4.08$ ), with jazz music having the most edifying effect ( $\bar{X} = 4.28$ ).

Keywords: Secret bar, Motivation, Jazz music

## บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยว เนื่องด้วยความพร้อมและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวทั้งในด้านประเพณีวัฒนธรรมและด้านทรัพยากรธรรมชาติ นักท่องเที่ยวส่วนมากเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทย โดยมีจุดประสงค์หลักคือเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ หนึ่งในประเภทของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีชื่อเสียงและได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว คือ สถานบันเทิงยามราตรี (Leheny, 1995) โดยแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ จัดเป็นสถานบริการรูปแบบหนึ่ง ซึ่งสอดคล้องตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509 ที่ได้ให้ความหมายของสถานบริการไว้ว่า สถานที่ประกอบการที่ตั้งขึ้นเพื่อผลประโยชน์ทางการค้า เป็นสถานที่ที่มีอาหาร สุรา หรือเครื่องดื่มอื่น ๆ จำหน่ายให้บริการ มีการแสดงดนตรี ร้องเพลง เต้น อาจมีการจัดอุปกรณ์แสงและเสียงเพื่อความบันเทิง (สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา, 2560) สถานบันเทิงยามราตรีเหล่านี้ประกอบด้วย คาบาเรต์ บาร์ ผับ ไนต์คลับ รวมถึงสถานบริการอาบอบนวด ทั้งนี้ได้กลายเป็นสัญลักษณ์ที่อยู่คู่กับการท่องเที่ยวไทยตลอดมา โดยหนึ่งในประเภทของสถานบันเทิงที่ได้รับความนิยมค่อนข้างแพร่หลายคือ บาร์ (Bar) จากพระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560 ได้ให้ความหมายของบาร์ไว้ว่า สถานที่ที่จำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ โดยมีการจัดแสดงดนตรีหรือการแสดงอื่น ๆ เพื่อความบันเทิง (กรมสรรพสามิต, 2560) บาร์นั้นยังมีแยกย่อยอีกหลายรูปแบบตามลักษณะเฉพาะของแต่ละร้าน หนึ่งในรูปแบบที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจอย่างมากคือรูปแบบที่เรียกว่า บาร์ลับ หรือ Speakeasy Bar เกิดขึ้นครั้งแรกในยุคของ Prohibition Era ช่วงปี ค.ศ.1920-1933 เป็นยุคที่เครื่องดื่มแอลกอฮอล์กลายเป็นสินค้าต้องห้ามไม่สามารถจำหน่ายได้อย่างเปิดเผย ทำให้บาร์ต่าง ๆ ต้องย้ายลงมาเป็นธุรกิจใต้ดิน อาศัยการเชื่อมต่อแบบปากต่อปากเพื่อหลบเลี่ยงเจ้าหน้าที่รัฐและลักลอบจำหน่ายเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (EATTAKU, 2019) แต่ในปัจจุบัน บาร์ลับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีทางเข้าที่น่าสนใจโดยแต่ละร้านจะมีทางเข้าเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างกัน เช่น ประตูทางเข้าเป็นเครื่องซักผ้า ตู้โทรศัพท์ หรือบางครั้งอาจไม่มีป้ายร้านบอกเลย บาร์ลับเหล่านี้จะซ่อนอยู่ในสถานที่ที่ผู้คนคาดไม่ถึงหรือไม่คิดว่าจะมี จึงสรุปได้ว่า คำว่าลับในอดีตและปัจจุบันมีค่านิยมที่แตกต่างกัน โดยลับในอดีตหมายถึงการเปิดบาร์แบบหลบ ๆ ซ่อน ๆ เพราะเป็นสถานที่ที่ผิดกฎหมาย แต่ในปัจจุบัน หมายถึงบาร์ที่มีทางเข้าที่ลับซับซ้อนหนึ่งรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของบาร์หรือบาร์ลับที่น่าสนใจโดยจำแนกประเภทตามรูปแบบการแสดงดนตรีคือ บาร์แจ๊สหรือ แจ๊สคลับ เป็นสถานที่ที่มีการแสดงดนตรีแจ๊สโดยเฉพาะ อาจมีการจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มร่วมด้วย ลักษณะของบาร์แจ๊ส เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาและยุคสมัยต่าง ๆ ในอดีตบาร์แจ๊ส ตั้งอยู่ชั้นใต้ดิน ชั้นบนของห้องเช่า หรือห้องแถวเล็กๆ (The Sukhumvit, 2564) ซึ่งแจ๊สคลับแห่งแรกของโลกเกิดขึ้นในศตวรรษที่ 19 ยุคที่ดนตรีแจ๊สเฟื่องฟูจากนักดนตรีผิวดำชนชั้นกรรมาชีพที่มีรายได้น้อยและไม่สามารถซื้อเครื่องดนตรีคลาสสิกแบบที่ใช้ในวงออร์เคสตราได้ จึงเลือกใช้แค่เครื่องดนตรีประเภทเครื่องเป่า เช่น แซกโซโฟน ทรัมเป็ต และกลอง รวมไปถึงเครื่องดนตรีประจำบ้าน เช่น เปียโนและกีตาร์ เกิดการผสมผสานเป็นดนตรีชนิดใหม่ที่สนุกสนานตามสไตล์คนผิวดำ ซึ่งเคยถูกเรียกว่า Devil's music จากการเหยียดสีผิวของคนในยุคนั้น ด้วยเหตุนี้แจ๊สคลับในยุคนั้นจึงถูกจำกัดไว้ในพื้นที่เฉพาะในชั้นใต้ดิน และโรงละครบางแห่งเท่านั้น (themomentum, 2562)

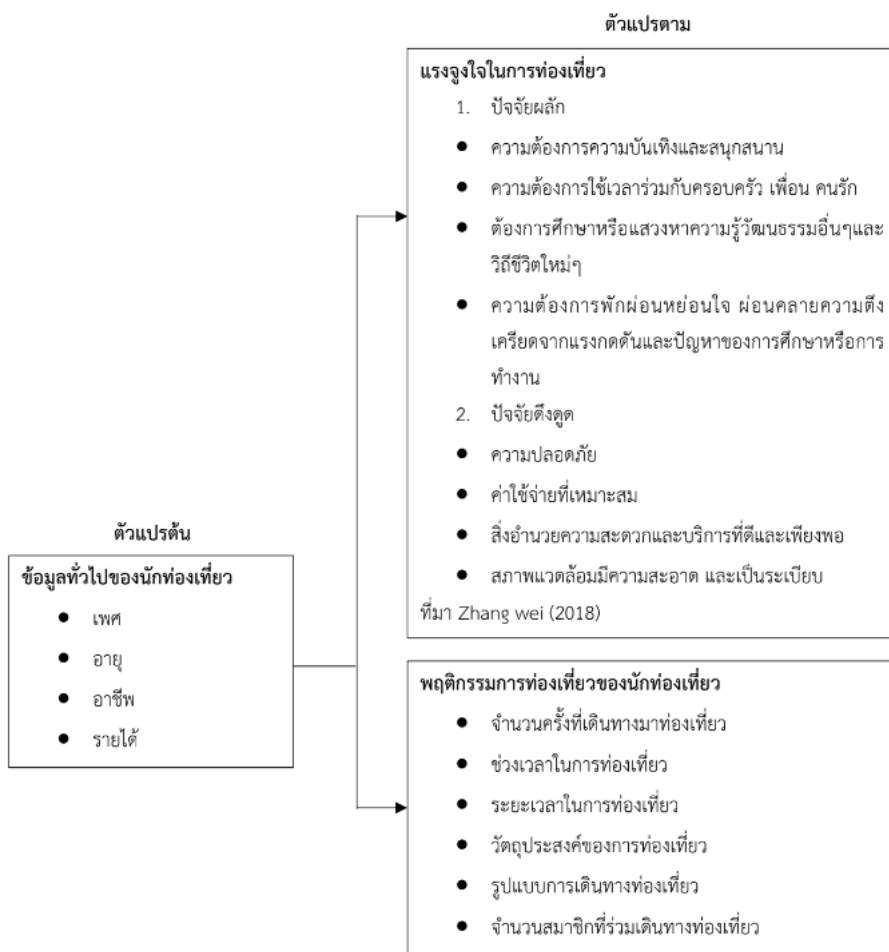
จากข้อมูลดังกล่าวในข้างต้น จะเห็นได้ว่าบาร์เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทย และยังมีแยกย่อยอีกมากมายตามรูปแบบเฉพาะตัวของบาร์แต่ละร้าน โดยในปัจจุบันยอดการค้นหาของคนไทยในปี 2565 ผ่านเครื่องมือ Google Trends พบว่า ยอดการค้นหาในคีย์เวิร์ดบาร์ลับนั้นเพิ่มขึ้นจากปี 2564 อย่างเห็นได้ชัดและยังคงสูงขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงตอนนี้ แสดงให้เห็นว่าในปัจจุบันนักท่องเที่ยวในประเทศไทยให้ความสนใจและนิยมไปเที่ยวบาร์ลับ โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นเมืองหลวงศูนย์กลางความเจริญของประเทศไทยจึงมีแหล่งสถานบันเทิงยามราตรีอย่างบาร์ลับกระจายอยู่หลายแห่งทั่วพื้นที่ จัดเป็นการท่องเที่ยวรูปแบบหนึ่งที่สามารถสร้างเม็ดเงินและกระจายรายได้สู่คนในประเทศเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ ผู้วิจัยจึงมีความต้องการศึกษาพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ทราบถึงพฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส โดยงานวิจัยนี้สามารถนำมาสร้างประโยชน์และเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวยามราตรี ซึ่งถือเป็นการท่องเที่ยวประเภทหนึ่งที่สามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศจำนวนมาก

อีกทั้งยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการทำการตลาดเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในอนาคต

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

### กรอบแนวคิดในการวิจัย



### การทบทวนวรรณกรรม

#### แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

แรงจูงใจ คือ สิ่งเร้าจากภายในตัวบุคคล ที่เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลและกระตุ้นเกิดพฤติกรรม ความคิด การกระทำ เพื่อจะบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ใดวัตถุประสงค์หนึ่งตามที่ตัวบุคคลหรือองค์กรตั้งไว้ (Dann, 1997; 1981, อ้างถึงใน เลิศพร ภาระสกุล, 2558)

ปัจจัยผลักดัน (Push Factor) หมายถึง แรงที่ผลักดันให้บุคคลแสดงพฤติกรรมการเดินทาง แรงจูงใจทางสังคมจิตวิทยาต่าง ๆ ที่สามารถอธิบายแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของบุคคลได้

ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) หมายถึง แรงที่ผลักดันให้บุคคลเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เกิดจากการชักนำหรือกระตุ้นจากตัวแหล่งท่องเที่ยว

#### **แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว**

คือ การแสดงออกหรือการกระทำที่ออกมาจากพฤติกรรมภายใน ความรู้สึกนึกคิด อารมณ์ ทัศนคติ และประสบการณ์ โดยมีปัจจัยภายนอกหรือสภาพการณ์ต่าง ๆ เป็นตัวกระตุ้นทำให้เกิดการกระทำที่นักท่องเที่ยวแสดงออกมาโดยรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว ผู้อื่นอาจสังเกตได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

หนึ่งในแนวคิดจากวิจัย เป็นแนวคิดของ คลอว์สัน และคเนซ (Clawson and Knetsch, 1966) กล่าวว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 5 ช่วงที่สำคัญ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ช่วงของการสร้างความคาดหวังเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นช่วงเวลาก่อนการเดินทางท่องเที่ยว
- 2) ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว
- 3) ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว
- 4) ช่วงเวลาการเดินทางกลับ
- 5) ช่วงเวลาภายหลังจากการเดินทางท่องเที่ยวซึ่งนักท่องเที่ยวจะระลึกถึงประสบการณ์ของการท่องเที่ยว

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวยามราตรี**

จากแนวคิดภาณุวัฒน์ ภัคต้ออักษร และจักรพันธ์ ชัดชุมแสง (2557) ทฤษฎีแลกเปลี่ยนทางสังคมอธิบายการรับรู้ของคนในท้องถิ่นต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสถานบันเทิง ประเทศไทยนอกจากจะมีชื่อเสียงในการท่องเที่ยวเชิงพระพุทธศาสนา มรดกทางวัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รวมถึงความบันเทิงยามราตรี ที่ได้รับความนิยมโดยเฉพาะในหมู่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทัศนคติและการรับรู้ของคนในท้องถิ่นจะเป็นเชิงบวกก็ต่อเมื่อผลประโยชน์ที่คนในท้องถิ่นได้รับ ซึ่งทฤษฎีการแลกเปลี่ยนทางสังคมสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการท่องเที่ยวได้จริง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสถานบันเทิงยังเป็นประโยชน์ต่อคนในชุมชนทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับดนตรีแจ๊ส**

จากแนวคิด อนันต์ ลือประดิษฐ์ (2545) มีต้นกำเนิดมาจากคนผิวดำและชนชั้นแรงงานที่มักหาความรื่นรมย์หลังเลิกงานตามไนท์คลับ ดนตรีแจ๊สมีการพัฒนาออกมาในหลายรูปแบบของการเล่น เพื่อเป็นการดึงดูดผู้ฟัง และเพื่อความอยู่รอดของนักดนตรีชาวผิวดำ การกำเนิดของดนตรีแจ๊สอย่างป็นรูปธรรมนั้นเกิดขึ้นที่เมืองนิวส์ออร์ลีอันส์ ซึ่งเกิดจากนักดนตรีชาวผิวดำที่มีบรรเลงดนตรีด้วยการด้นสดตามความรู้ความสามารถที่มีในการใช้เครื่องดนตรี และมักมีการแสดงตามสถานรื่นเริง แม้จะไม่ได้รับความนิยมในชาวผิวขาว แต่ด้วยบริบทของดนตรีที่แทรกซึมไปกับการใช้ชีวิตประจำวันทำให้ได้รับความนิยมอย่างไม่รู้ตัว

#### **แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์**

คอตเลอร์ (Kotler, 2013) อธิบายว่า เป็นลักษณะส่วนเฉพาะบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของแต่ละบุคคล เพื่อใช้ประโยชน์ในด้านการตลาด โดยแบ่งเกณฑ์ตามตัวแปรที่สำคัญทางประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ขนาดของครอบครัวหรือจำนวนสมาชิกภายในครอบครัว รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนาและเชื้อชาติ เป็นต้น

ปราโมทย์ ประสาทกุล (2556) ลักษณะพื้นฐานส่วนบุคคล ซึ่งประกอบไปด้วย

- 1) เพศ การเก็บข้อมูลประชากรในเพศสภาพเพียง 2 เพศ คือ ชายและหญิง โดยสามารถใช้วิเคราะห์การประเมินคุณภาพของข้อมูลประชากร ซึ่งมีความแตกต่างทางความคิด ค่านิยม และทัศนคติ
- 2) อายุ คนที่อายุน้อยกว่ามักมีความคิดที่เป็นอิสระ ใจร้อน และมองโลกในแง่ดี มากกว่าคนอายุมากกว่า ขณะที่คนที่มีอายุมากกว่ามักยึดติดกับการปฏิบัติมากกว่า ระมัดระวังในการใช้ชีวิตและมองโลกในแง่ร้ายมากกว่า
- 3) สถานภาพครอบครัว ประเภทของสถานภาพสมรส ประกอบด้วย โสด สมรส หม้าย หย่าร้าง แยกกันอยู่ พบว่าคนโสดจะมีความคิดที่อิสระมากกว่าคนที่แต่งงานแล้ว ใช้เวลาตัดสินใจน้อยกว่าเพราะไม่มีภาระต้องผูกพัน
- 4) ระดับการศึกษา คือ ระดับชั้นสูงสุดที่เรียนจบจากสถาบันการศึกษา ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่แตกต่างกันไปตามระดับของความรู้ และประสบการณ์

- 5) อาชีพ คนที่มีอาชีพแตกต่างกันย่อมมองโลกที่มีแนวคิดอุดมการณ์และค่านิยมสิ่งต่าง ๆ แตกต่างกันไป ซึ่งรวมไปถึงทัศนคติและความคิดเห็นในการใช้สินค้าและบริการต่าง ๆ
- 6) รายได้ เกณฑ์ที่นิยมที่นักการตลาดและนักโฆษณาตระหนักถึงเสมอ รายได้จะสามารถเปลี่ยนแปลงไปตามระดับการศึกษาและอาชีพ และมักจะนำรายได้มาพิจารณาปัจจัยสัมพันธ์กับการบริโภค รวมถึงเครื่องมือกำหนดความต้องการของคน

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สในกรุงเทพมหานคร

### กลุ่มตัวอย่าง

คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการคำนวณสูตรการหากลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด แต่ทราบว่า มีจำนวนประชากรน้อย จึงกำหนดสัดส่วนประชากรที่ผู้วิจัยสนใจเท่ากับ 0.1 กำหนดระดับความเชื่อมั่นไว้ที่ร้อยละ 95 และกำหนดความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 โดยใช้การคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของคอแครน (Cochran, 1977) และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

$$\text{จากสูตร } n = \frac{p(1-p)z^2}{e^2}$$

โดย

$n$  คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

$p$  คือ สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร กำหนดให้เท่ากับ 0.1 ( $p$  มีค่า = 0.1)

$z$  คือ ระดับความน่าเชื่อถือหรือระดับนัยสำคัญ กำหนดไว้ร้อยละ 95 หรือระดับนัยสำคัญ ( $z$  มีค่า = 1.96)

$e$  คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่สามารถยอมรับได้ คือ ร้อยละ 5 ( $e$  มีค่าเท่ากับ 0.05)

$$\text{แทนค่าในสูตร } n = \frac{0.1(1-0.1)(1.96)^2}{0.05^2}$$

$n = 138.3 \approx 139$  คน

ผลการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เท่ากับ 139 คน และปรับขึ้นเป็นจำนวน 140 คน เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร โดยแบ่งออกเป็น ชาวไทย 70 คน และ ชาวต่างชาติ 70 คน อย่างละครึ่ง โดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling)

### ขั้นตอนการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การบันทึกข้อมูลจากการทำแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและทฤษฎีต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับงานวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการทำแบบสอบถามแบบสะดวก โดยเป็นการตั้งคำถามไว้ล่วงหน้า หลังจากนั้นนำแบบสอบถามไปใช้สัมภาษณ์กับนักท่องเที่ยว ใช้ระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือน มีนาคม ถึง เมษายน พ.ศ. 2566 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้มาตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม ลงรหัสข้อมูล และนำข้อมูลที่ไปวิเคราะห์ผล

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถาม (Questionnaire) 2 ฉบับ (1) ฉบับภาษาไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย (2) ฉบับภาษาอังกฤษสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นแบบสอบถามในประเด็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร โดยผู้วิจัยตรวจสอบหาคุณภาพของเครื่องมือด้านเนื้อหา หาค่าความตรงตามเนื้อหา (Content Validity) ซึ่งได้ค่า IOC เท่ากับ 0.88 นำเครื่องมือที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มประชากรจำนวน 30 คน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว Bar & Bistro ในเขตกรุงเทพมหานคร แบ่งเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ อาชีพ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple choice)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบ (Multiple Choice)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ปัจจัยผลัก (Push factors) และ ปัจจัยดึง (Pull factors) ลักษณะแบบสอบถามเป็นประเภทมาตรวัดลิเคิร์ต (Likert's Scale)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามข้อเสนอแนะและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด (Open - ended questions)

#### การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสังคมศาสตร์ แล้วนำผลที่ได้จากการประมวลผลวิเคราะห์และนำเสนอผลการวิจัย โดยมีการวิเคราะห์ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลลักษณะประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยวิธีการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อหาความนิยมโดยวิธีการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยวิธีการหาค่าเฉลี่ยเลขคณิตและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำมาแปรผลและนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียงโดยข้อความที่คำนวณค่าเฉลี่ย ซึ่งกำหนดให้ตอบตามมาตรวัดแบบ Likert - Type - Scale ได้กำหนดระดับคะแนน ดังนี้

มากที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 5
มาก	มีค่าคะแนนเท่ากับ 4
ปานกลาง	มีค่าคะแนนเท่ากับ 3
น้อย	มีค่าคะแนนเท่ากับ 2
น้อยที่สุด	มีค่าคะแนนเท่ากับ 1

ค่าเฉลี่ยที่คำนวณได้ นำมาแปรผลได้ ดังนี้

4.50 – 5.00	หมายความว่า	มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด
3.50 – 4.49	หมายความว่า	มีความพึงพอใจในระดับมาก
2.50 – 3.49	หมายความว่า	มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
1.50 – 2.49	หมายความว่า	มีความพึงพอใจในระดับน้อย
1.00 – 1.49	หมายความว่า	มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

(ชูศรี วงศ์รัตน์, 2550)

ตอนที่ 4 ข้อมูลข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส ลักษณะแบบสอบถามเป็นปลายเปิดและนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

#### ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง "แรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร" ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยการใช้แบบสอบถามจำนวน 140 ตัวอย่าง และนำข้อมูลที่ได้มาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 4 ส่วน ตามลำดับดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลัก (Push Factors)



4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึง (Pull Factors)

**สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล**

ในการวิเคราะห์และแปลผลความหมายผลการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลความหมายและเพื่อความสะดวกต่อการนำเสนอ ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังต่อไปนี้

**$\bar{X}$**  หมายถึง ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean)

**S.D.** หมายถึง ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

**ตาราง 1** ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	77	55.00
หญิง	52	37.10
LGBTQ+	11	7.90
<b>รวม</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 รองลงมาเป็นเพศหญิงจำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 37.10 และ LGBTQ+ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 7.90 ตามลำดับ

**ตาราง 2** ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-29 ปี	81	57.90
30-39 ปี	19	13.60
40-49 ปี	31	22.10
50-59 ปี	6	4.30
60 ปีขึ้นไป	3	2.10
<b>รวม</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 57.90 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุ 40-49 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 22.10 ช่วงอายุ 30-39 ปี จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 13.60 ช่วงอายุ 50-59 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.30 และช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไปจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

**ตาราง 3** ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
นิสิต/นักศึกษา	55	39.30
ข้าราชการบำนาญ	3	2.10
พนักงานบริษัท/ลูกจ้างชั่วคราว	44	31.40
ธุรกิจส่วนตัว	38	27.10
<b>รวม</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นนิสิต/นักศึกษาจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 39.30 รองลงมาเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้างชั่วคราวจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 27.10 และข้าราชการบำนาญจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.10 ตามลำดับ

**ตาราง 4** ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	43	30.70
15,000-30,000 บาท	35	25.00
30,000-50,000 บาท	23	16.40
50,000-80,000 บาท	14	10.00
80,000-100,000 บาท	7	5.00
100,000 บาทขึ้นไป	18	12.90
<b>รวม</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>

จากตารางที่ 4 แสดงให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 30.70 รองลงมามีช่วงรายได้ 15,000-30,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 ช่วงรายได้ 30,000-50,000 บาท จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 ช่วงรายได้ 100,000 บาทขึ้นไปจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 12.90 ช่วงรายได้ 50,000-80,000 จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และช่วงรายได้ 80,000-100,000 จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 ตามลำดับ

**ตาราง 5** ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>1. ความถี่จำนวนครั้งที่เดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส</b>		
- เพิ่งเคยมาเที่ยวครั้งแรก	70	50.00
- 2-3 ครั้ง	38	27.10
- 4-5 ครั้ง	13	9.30
- 6 ครั้งขึ้นไป	19	13.60
<b>รวม</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>
<b>2. วิธีการหรือยานพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส</b>		
- รถสาธารณะ	56	40.00
- รถส่วนตัว	53	37.90
- รถเช่า	7	5.00
- เดินเท้า	11	7.90
- มอเตอร์ไซด์	13	9.30
<b>รวม</b>	<b>140</b>	<b>100.00</b>
<b>3. สมาชิกผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส</b>		
- คนเดียว	18	12.90
- เพื่อน	95	67.90
	2	1.40



พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
- เพื่อนร่วมงาน	7	5.00
- ครอบครัว/ญาติ/พี่น้อง	18	12.90
- สามเณร/ภรรยา/คนรัก	140	100.00
<b>รวม</b>		
4. ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สต่อครั้ง		
- ต่ำกว่า 1 ชั่วโมง	6	4.30
- 1-2 ชั่วโมง	63	45.00
- 2-3 ชั่วโมง	45	32.10
- 3 ชั่วโมงขึ้นไป	26	18.60
<b>รวม</b>	140	100.00
5. ช่วงเวลาที่เดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส		
- วันธรรมดา (จันทร์-ศุกร์)	47	33.60
- วันหยุดสุดสัปดาห์ (เสาร์-อาทิตย์)	69	49.30
- วันหยุดนักขัตฤกษ์	7	5.00
- วันหยุดเทศกาล	13	9.30
- วันครบรอบ/วันพิเศษของครอบครัว	4	2.90
<b>รวม</b>	140	100.00
6. ค่าใช้จ่ายส่วนตัวที่ใช้การเที่ยวบาร์ลับแจ๊สต่อครั้ง		
- ต่ำกว่า 1,000 บาท	39	27.90
- 1,000-5,000 บาท	92	65.70
- 5,000-10,000 บาท	8	5.70
- 10,000 บาทขึ้นไป	1	0.70
<b>รวม</b>	140	100.00
7. ท่านเดินทางท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สโดยประมาณกี่ครั้งต่อเดือน		
- ต่ำกว่า 3 ครั้ง	126	90.00
- 3-5 ครั้ง	13	9.30
- มากกว่า 5 ครั้ง	1	0.70
<b>รวม</b>	140	100.00
8. รู้จักหรือทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สจากที่ใด		
- เว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram, Tiktok, LINE, Youtube, Twitter)	75	53.60
- นิตยสาร/ป้ายประกาศต่างๆ	4	2.90
- TV	1	0.70
- บุคคลรอบข้าง (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/คนรู้จัก)	26	18.60
- คนในครอบครัว (ญาติ/พี่น้อง)	34	24.30
<b>รวม</b>	140	100.00

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
<b>รวม</b>		

จากตารางที่ 5 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวบาร์ลับแจ๊สครั้งแรกเป็นจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 นิยมเดินทางมาด้วยรถสาธารณะเป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 นิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อนเป็นจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 67.90 มักใช้ระยะเวลาอยู่ในบาร์ 1-2 ชั่วโมง เป็นจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์เป็นจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สต่อครั้งอยู่ที่ 1,000-5,000 บาท เป็นจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวบาร์ลับ แจ๊สต่ำกว่า 3 ครั้งต่อเดือนเป็นจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สจากเว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram, Tiktok, LINE, Youtube, Twitter) เป็นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60

**ตาราง 6** ข้อมูลแรงจูงใจด้านปัจจัยผลัก (Push factors) ของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยผลัก (Push Factors)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน	4.32	0.842	มาก
2. ต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก	4.21	0.877	มาก
3. มีความสนใจและชื่นชอบในบาร์ลับแจ๊ส	4.07	0.934	มาก
4. ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก	3.79	1.096	มาก
5. ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ	4.09	1.014	มาก
6. ต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากความเครียดในชีวิตประจำวัน	4.21	0.896	มาก
7. ต้องการพบปะเพื่อน ผู้คนต่างถิ่น	3.86	1.008	มาก
8. มีคนรู้จักแนะนำให้รู้จักบาร์ลับแจ๊ส	3.61	1.123	มาก
9. ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนบาร์ลับแจ๊สที่เปิดใหม่	3.86	1.083	มาก
10. ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ	3.96	1.003	มาก
11. ต้องการท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลแก่ตนเอง	3.94	1.094	มาก
12. ต้องการเฉลิมฉลองให้แก่โอกาสสำคัญ เช่น ครบรอบแต่งงาน วันเกิด เลี้ยงส่ง	3.63	1.231	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.938</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 0.938) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ( $\bar{X} = 4.32$ , S.D. = 0.842) รองลงมา คือ ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรัก ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.877) ความต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากความเครียดในชีวิตประจำวัน ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.896) ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ ๆ ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 1.014) ความสนใจและชื่นชอบในบาร์ลับแจ๊ส ( $\bar{X} = 4.07$ , S.D. = 0.934) ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อสร้างแรงบันดาลใจ ( $\bar{X} = 3.96$ , S.D. = 1.003) ต้องการท่องเที่ยวเพื่อให้รางวัลแก่ตนเอง ( $\bar{X} = 3.94$ , S.D. = 1.094) ต้องการพบปะเพื่อน ผู้คนต่างถิ่น ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 1.008) ต้องการท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมเยือนบาร์ลับแจ๊สที่เปิดใหม่ ( $\bar{X} = 3.86$ , S.D. = 1.083) ต้องการท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก ( $\bar{X} = 3.79$ , S.D. = 1.096) ต้องการเฉลิมฉลองให้แก่โอกาสสำคัญ ( $\bar{X} = 3.63$ , S.D. = 1.231) และมีคนแนะนำให้รู้จักบาร์ลับแจ๊ส ( $\bar{X} = 3.61$ , S.D. = 1.123) ตามลำดับ

**ตาราง 7** ข้อมูลแรงจูงใจด้านปัจจัยดึง (Pull factors) ของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยดึง (Pull Factors)	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
1. ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว	3.99	1.028	มาก
2. ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการมาเที่ยว	3.99	0.902	มาก
3. สถานที่ท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงง่าย สะดวก	4.09	0.839	มาก
4. สถานที่ท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ	3.93	0.879	มาก
5. มีสิ่งอำนวยความสะดวกในบริการที่ดีและเพียงพอ	4.11	0.793	มาก
6. สภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ	4.19	0.934	มาก
7. ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว	4.23	0.860	มาก
8. ชื่อเสียงและความมีเอกลักษณ์ของบาร์ลับแจ๊ส	4.21	0.869	มาก
9. โปรโมชันของบาร์ลับแจ๊ส	3.75	1.026	มาก
10. รสชาติเครื่องดื่มของบาร์ลับแจ๊ส	4.12	0.917	มาก
11. ดนตรีแจ๊สมีส่วนช่วยในการจรรโลงจิตใจ	4.28	0.849	มาก
12. ต้องการรับชมการแสดงจากวงดนตรีโปรด	4.03	0.974	มาก
13. การบริการและดูแลลูกค้าของพนักงานอย่างดีเยี่ยม	4.21	0.896	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.905</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแสดงให้เห็นว่าแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.08$ , S.D. = 0.905) พิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ดนตรีแจ๊สมีส่วนช่วยในการจรรโลงจิตใจมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.28$ , S.D. = 0.849) รองลงมา คือ ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 4.23$ , S.D. = 0.860) ชื่อเสียงและความมีเอกลักษณ์ของบาร์ลับแจ๊ส ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.869) การบริการและดูแลลูกค้าของพนักงานอย่างดีเยี่ยม ( $\bar{X} = 4.21$ , S.D. = 0.896) สภาพแวดล้อมมีความสะอาดเป็นระเบียบ ( $\bar{X} = 4.19$ , S.D. = 0.934) รสชาติเครื่องดื่มของบาร์ลับแจ๊ส ( $\bar{X} = 4.12$ , S.D. = 0.917) สิ่งอำนวยความสะดวกในบริการที่ดีและเพียงพอ ( $\bar{X} = 4.11$ , S.D. = 0.793) สถานที่ท่องเที่ยวเดินทางเข้าถึงง่ายสะดวก ( $\bar{X} = 4.09$ , S.D. = 0.839) ต้องการรับชมการแสดงจากวงดนตรีโปรด ( $\bar{X} = 4.03$ , S.D. = 0.974) ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมในการมาเที่ยว ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 0.902) ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว ( $\bar{X} = 3.99$ , S.D. = 1.028) สถานที่ท่องเที่ยวมีการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ ( $\bar{X} = 3.93$ , S.D. = 0.879) และโปรโมชันของบาร์ลับแจ๊ส ( $\bar{X} = 3.75$ , S.D. = 1.026) ตามลำดับ

### อภิปรายผลการวิจัย

#### 1. ผลการวิเคราะห์จากข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 140 คน นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชายอยู่ในช่วงอายุ 20-29 ปี เป็นนิสิตหรือนักศึกษา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันท์วัน เลิศจรรย์รัตน์ (2546) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวยามราตรี ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมากกว่าหญิง มีอายุ 18-24 ปี เป็นนิสิตหรือนักศึกษา และงานวิจัยของ Zhang Wei (2561) ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เนื่องจากประชากรอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป จำนวน 59.80 ล้านคน โดยผู้ชายมีอัตราการดื่มสุราสูงกว่าหญิงประมาณ 4 เท่า เพศชายเริ่มทดลองดื่มสุราครั้งแรกตั้งแต่ยังไม่บรรลุนิติภาวะ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2558)

#### 2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

ในส่วนของพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร ในจำนวน 140 คน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวบาร์ลับแจ๊สเป็นครั้งแรกจำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 นิยมเดินทางมาด้วยรถสาธารณะเป็นจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 นิยมเดินทางท่องเที่ยวพร้อมกับเพื่อนเป็นจำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 67.90 มักใช้ระยะเวลาอยู่ในบาร์ 1-2 ชั่วโมง เป็นจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 45.00 นิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์เป็นจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 49.30 ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สต่อครั้งอยู่ที่ 1,000-5,000 บาท เป็นจำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 65.70 ส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวบาร์ลับแจ๊สต่ำกว่า 3 ครั้งต่อเดือนเป็นจำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 90.00 และรับรู้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สจากเว็บไซต์/โซเชียลมีเดีย (Facebook, Instagram, Tiktok, LINE, Youtube, Twitter) เป็นจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 53.60 ซึ่งสอดคล้องกับ วิจัยของ นันทวัน เลิศจรรย์รัตน์ (2546) กล่าวว่า กลุ่มอ้างอิงด้านเพื่อนสนิทและเพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมเรียน มีความสำคัญต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีของแหล่งท่องเที่ยวไทยในกรุงเทพมหานครระดับมาก จากรายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2565 จากผลสำรวจ ความถี่ในการใช้งานต่อสัปดาห์พบว่า ผู้ใช้อินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่ ใช้อินเทอร์เน็ตทุกวัน ผู้ใช้เน็ตส่วนใหญ่ยอมรับว่ามีการใช้อินเทอร์เน็ตจนเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันแล้ว (ศูนย์วิเคราะห์ข้อมูลสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2565)

### 3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในเขตกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยผลักดัน (Push factors) ที่มีความสำคัญทั้งหมด 5 อันดับ จากทั้งหมด 12 อันดับในระดับสูงสุด ด้วยค่าเฉลี่ย 4.32 คือ ต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน แรงจูงใจที่มีความสำคัญในลำดับรองลงมาด้วยค่าเฉลี่ย 4.21 คือ ความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อนคนรัก และต้องการพักผ่อนหย่อนใจจากความเครียดในชีวิตประจำวัน แรงจูงใจที่มีความสำคัญในลำดับถัดมาด้วยค่าเฉลี่ย 4.09 คือ ต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ จากการท่องเที่ยวในสถานที่ใหม่ๆ และแรงจูงใจที่มีความสำคัญในลำดับสุดท้ายด้วยค่าเฉลี่ย 4.07 คือ มีความสนใจและชื่นชอบในบาร์ลับแจ๊ส ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang Wei (2561) ที่นักท่องเที่ยวมีความต้องการความบันเทิงและสนุกสนาน ด้านความต้องการใช้เวลาร่วมกับครอบครัว เพื่อน คนรักและความต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ผ่อนคลายความตึงเครียดจากแรงกดดันและปัญหาของการศึกษาหรือการทำงาน ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดันให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส ในกรุงเทพมหานคร

แรงจูงใจที่เป็นปัจจัยดึง (Pull Factors) ที่มีความสำคัญทั้งหมด 5 อันดับจากทั้งหมด 13 อันดับในระดับสูงสุดด้วยค่าเฉลี่ย 4.28 คือดนตรีแจ๊สมีส่วนช่วยในการจรรโลงจิตใจ อันดับรองลงมาด้วยค่าเฉลี่ย 4.23 ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว ลำดับถัดมาด้วยค่าเฉลี่ย 4.21 คือ ชื่อเสียงและชื่อเสียงของบาร์ลับแจ๊ส และการบริการและดูแลลูกค้าของพนักงานอย่างดีเยี่ยม และในลำดับสุดท้ายด้วยค่าเฉลี่ย 4.19 คือสภาพแวดล้อมมีความสะอาด และเป็นระเบียบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang Wei (2561) ปัจจัยด้านการแสดงที่มีชื่อเสียงโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และปัจจัยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ดีและเพียงพอ ปัจจัยสภาพแวดล้อมมีความสะอาดและเป็นระเบียบ ส่งผลให้เกิดแรงจูงใจด้านปัจจัยดึงให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊ส ในกรุงเทพมหานคร ซึ่งจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังจากสถานการณ์โควิด ทำให้นักท่องเที่ยวอยากไปเที่ยวในสถานที่ที่ unseen หรือสถานที่ที่ไม่เป็นที่รู้จัก และจากผลการศึกษาของแหล่งของข้อมูลดังกล่าว กล่าวว่า ร้อยละ 84 คนเลือกสถานที่ท่องเที่ยวผ่านการดูคอนเทนต์แนะนำของอินฟลูเอนเซอร์ สอดคล้องกับเทรนการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สของนิสิตที่มีที่ความสนใจที่จะศึกษาวิจัยจากการความชอบเทรนบาร์ลับแจ๊สในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา (ศูนย์วิเคราะห์เศรษฐกิจ ทีทีบี 2566)

## ข้อเสนอแนะ

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ ดังนั้นในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในเชิงคุณภาพและศึกษาทั้งนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการเนื่องจากข้อมูลเชิงคุณภาพจะมีรายละเอียดที่มากกว่า และสามารถมองได้หลายมิติมากกว่า และควรมีการเปรียบเทียบแรงจูงใจในการท่องเที่ยวบาร์ลับแจ๊สระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อนำเอาข้อมูลที่ได้ไปพัฒนาการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ต่อไป
2. การศึกษาวิจัยนี้ได้เลือกกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการอนุญาตจากผู้ประกอบการเท่านั้น แต่บาร์ที่ไม่อนุญาตให้เข้าไปเก็บข้อมูลเป็นกลุ่มตัวอย่างที่น่าเชื่อถือ ดังนั้นการศึกษาวิจัยครั้งหน้าในเชิงคุณภาพควรเสนอวิธีที่สามารถเข้าไปดำเนินการเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่น่าเชื่อถือด้วยวิธีการใดวิธีการหนึ่ง

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากคณะวัฒนธรรมสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

## เอกสารอ้างอิง

- กรมสรรพสามิต. (2560). พระราชบัญญัติภาษีสรรพสามิต พ.ศ. 2560. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.excise.go.th/cs/groups/public/documents/document/dwnt/mzy0/edisp/uatucm364712.pdf>
- ชลิตา เฉลิมรักชาติ. (2560). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุน จังหวัด เชียงราย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ. ปทุมธานี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ. สืบค้นเมื่อ 19 กุมภาพันธ์ 2566, จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3062/3/chalita\\_chal.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3062/3/chalita_chal.pdf)
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2550). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. นนทบุรี: ไทยเนรมิตกิจ อินเตอร์ โพรเกรสซิฟ จำกัด.
- นันทวัน เลิศจรัญรัตน์. (2546). พฤติกรรมการท่องเที่ยวยามราตรีของนักท่องเที่ยวไทยบริเวณถนนข้าวสาร กรุงเทพมหานคร. สารนิพนธ์. กรุงเทพฯ: มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นเมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2566, จาก [http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Nuntawan\\_L.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Mark/Nuntawan_L.pdf)
- นิคม จารุมณี. (2544). การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: โอเอส พรินติ้งเฮ้าส์.
- บริสุทธิ์ แสนคำ. (2564). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังสถานการณ์โควิด 19, 4 (1), 164-165. จาก <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/article/view/246378/168218>
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว. นนทบุรี: เพิร์นข้าหลวง พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ปราโมทย์ ประสาทกุล. (2548). ประชากรศาสตร์ : สารัตถศึกษาเรื่องประชากรมนุษย์. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ อมรินทร์พรินติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ภาณุวัฒน์ รักดีอักษร และ ดร.จักรพันธ์ ชัดชุ่มแสง. (2557). ปฏิกริยาของชุมชนเมืองเก่าภูเก็ตต่อธุรกิจสถานบันเทิงยามราตรีในฐานะสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยว. สืบค้นเมื่อ 8 กุมภาพันธ์, จาก <http://www.jba.tbs.tu.ac.th/files/Jba141/Article/JBA141PanwJak.pdf>
- รวีวรรณ โปรรุ่งโรจน์ (2558). พฤติกรรมนักท่องเที่ยว Tourist Behaviour. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรินติ้งเฮ้าส์.
- เลิศพร ภาரசกุล. (2558). แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://www.dpu.ac.th/dpurdi/upload/public/bosn62ukr74skks0sk.pdf>
- ศิวพร มีนาภา. (2561). ปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์, จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4012/3/sivaporn\\_meena.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4012/3/sivaporn_meena.pdf)

- ศูนย์วิเคราะห์ข้อมูลสำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2565). รายงานผลการสำรวจพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทยปี 2565. สืบค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.etda.or.th/getattachment/78750426-4a58-4c36-85d3-d1c11c3db1f3/IUB-65-Final.pdf.aspx>
- สมเกียรติ สายวงศ์. (พ.ศ. 2540 กรกฎาคม-ธันวาคม). ดนตรีแจ๊ส. วารสารศิลปกรรมศาสตร์, คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. 5(2): 30-34. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566, จาก [http://search.swu.ac.th/primo-explore/fulldisplay?docid=ALEPH\\_JI000031870&context=L&vid=SWU&lang=en\\_US&search\\_scope=library\\_catalog&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=default\\_tab&query=any,contains,สมเกียรติ%20สายวงศ์&offset=0](http://search.swu.ac.th/primo-explore/fulldisplay?docid=ALEPH_JI000031870&context=L&vid=SWU&lang=en_US&search_scope=library_catalog&adaptor=Local%20Search%20Engine&tab=default_tab&query=any,contains,สมเกียรติ%20สายวงศ์&offset=0)
- สมภพ จันทร์เงิน. (2558). พฤติกรรมการเที่ยวสถานบันเทิงกลางคืนของนักศึกษาปริญญาตรีในจังหวัดชลบุรี. สืบค้นเมื่อ 20 กุมภาพันธ์ 2566, จาก [http://digital\\_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/51960580.pdf](http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/51960580.pdf)
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2560). พระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ. 2509. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://web.krisdika.go.th/data/law/law2/%CA10/%CA10-20-9999-update.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2558). การสำรวจพฤติกรรมการสูบบุหรี่และการดื่มสุรา ปี 2557. สืบค้นเมื่อวันที่ 11 พฤษภาคม 2566, จาก [https://www.m-society.go.th/news\\_view.php?nid=13207](https://www.m-society.go.th/news_view.php?nid=13207)
- สุกัญญา จันทร์มณี. (2557). แรงจูงใจและสภาพแวดล้อมในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ฮานา เชมิคอนดักเตอร์ (อยุธยา) จำกัด. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์, จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1907/1/Sukanya\\_Jant.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/1907/1/Sukanya_Jant.pdf)
- อนันต์ ลือประดิษฐ์. (2548). แจ๊ส อีสรภาพทางดนตรีของมนุษยชาติ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ เนชั่น.
- Clawson, M; & Knetsch, J.L. (1966). *Economics of outdoor recreation*. Baltimore, MD: Johns Hopkins Press.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques*. New York: John Wiley and Sons
- EATTAKU. (2019). Honest Mistake บาร์ลับหลังโรงรับจำนำที่สร้างผิดแบบตั้งใจ. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://themomentum.co/honest-mistake-bar/>
- Gilbert, D.C. (1991). An examination of the consumer behavior process related to tourism. In C.P. Cooper (Ed.), *Progress in tourism, recreation and hospitality management* (pp. 78-105). London, England: Belhaven.
- Google Trends. (2561-2565). คำว่า “บาร์ลับ”. สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2566, จาก <https://trends.google.com/trends/explore?date=today%205-y&geo=TH&q=%E0%B8%9A%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%8C%E0%B8%A5%E0%B8%B1%E0%B8%9A&hl=th>
- Kotler, Philip; & Kevin, Keller. (2009). *Marketing Management*. 13th ed. New Jersey: Prentice Hall.
- Leheny, David. (1995). *A Political Economy of Asian Sex Tourism*. USA: Cornell University. Retrieved Feb 8, 2023, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0160738394000824>
- Lukovic, S. and Stojkovic, D. (2020), “Covid-19 pandemic and global tourism”, *Menadzment u Hotelijerstvu i Turizmu*, Vol. 8 No. 2, pp. 79-87.
- Luo, J. (2020). *The Development of Measurement Scale for Entertainment Tourism Experience: A Case Study in Macau*. Bournemouth University. Received from <https://eprints.bournemouth.ac.uk/31491/3/MeasurementEntertainmentTourismExperienceinMacau-acceptedversion.pdf>



- Marijana Seocanac and Darko Dimitrovski (2022). **Factors influencing tourists’ nightlife experience in Belgrade**. Retrieved. June 19, 2022, from [https://www.researchgate.net/publication/363173215\\_Factors\\_influencing\\_tourists%27\\_nightlife\\_experience\\_in\\_Belgrade](https://www.researchgate.net/publication/363173215_Factors_influencing_tourists%27_nightlife_experience_in_Belgrade)
- Martinette, Kruger ; & Melville, Saayman. (2017). **The relationship between music festival visitors’ motives and behavioural intentions**. North-west University, Potchefstroom
- Mathieson, A; & Wall, G. (1982). **Tourism: Economic, physical and social impacts**. New York: Longman. South Africa. Retrieved Mar 15, 2018, from <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2018.1451496>
- PPTV online. (2566). **ที่ทีบี คาดปี66 นทท.ในไทย เพิ่ม 25.4% เผยคนเลือกไปเที่ยวผ่านการดูอินฟลูเอนเซอร์**. สืบค้นเมื่อ 11 พฤษภาคม 2566, จาก <https://www.pptvhd36.com/news/%E0%B9%80%E0%B8%A8%E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0%B8%90%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88/193993>
- Themomentum. (2562). **To More Bar โรงละครलयุคที่สร้างมาเพื่อคนรักดนตรีแจ๊ซ**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2566, จาก <https://themomentum.co/to-more-bar-jazz-club/>
- Thesukhumvit. (2564). **บาร์แจ๊สคืออะไรและทำไมบาร์แจ๊สต้องเล่นในห้องเล็กๆ ด้วย**. สืบค้นเมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2566, จาก [https://web.facebook.com/Sukhumvitbar/photos/a.114493073758560/193615735846293/?type=3&\\_rdc=1&\\_rdr](https://web.facebook.com/Sukhumvitbar/photos/a.114493073758560/193615735846293/?type=3&_rdc=1&_rdr)
- Zhang Wei. 2561. **การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาชมการแสดงสาวประเภทสองที่เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี**. สืบค้นเมื่อ 24 กุมภาพันธ์, จาก [http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4016/1/zhang\\_wei.pdf](http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/4016/1/zhang_wei.pdf)