สารนิพนธ์

เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ในประเทศเวียดนาม

โดย
นางสาวนิชานันท์ ภุมมา
รหัสนักศึกษา 05590755

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
ปีการศึกษา 2562
ลิขสิทธิ์ของอักษรศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ เรื่อง การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ในประเทศเวียดนาม

ผู้เขียน นางสาวนิชานันท์ ภุมมา
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ
สาขาวิชา เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์
ปีการศึกษา 2562

บทคัดย่อ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจองนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ในประเทศเวียดนาม มีวัตถุประสงค์คือ เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม อีกทั้งความพึงพอใจนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม โดยมีวิธีการศึกษาจากการเก็บข้อมูลจากเว็บไซต์ เพื่อนำมาเปรียบเทียบจำนวนการเปลี่ยนแปลงในแต่ละปี นอกจากนี้ยังทำการเก็บข้อมูลด้วยการเก็บข้อมูลด้วยการทำแบบสอบถามออนไลน์จากนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวเกาหลีใต้จำนวน 70 ชุด ในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 จากนั้นทำการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณา

ผลจากการศึกษาพบว่า รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปบานาฮิลล์มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากครั้งแรกที่เปิดให้บริการนักท่องเที่ยว ในส่วนของแรงจูงใจและความพึงพอใจ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวเกาหลีใต้ต่างมีความสนใจต่อชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน และเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี ซึ่งในช่วงเดือนเมษายนถึงเดือนสิงหาคมจะเป็นช่วงที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการเดินทางไปท่องเที่ยว เพราะเป็นช่วงยอดนิยมจะมีนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกมุมโลกเข้ามาเที่ยวในที่แห่งนี้ แต่หากนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ต้องการเข้ามาท่องเที่ยวในบรรยากาศที่เป็นส่วนตัว และพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลักสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้ในช่วงเดือนกันยายนถึงเดือนมีนาคม

คำสำคัญ : บานาฮิลล์, แรงจูงใจ, ความพึงพอใจ, นักท่องเที่ยวชาวไทย, นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์เรื่องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ต่อบานาฮิลล์ในประเทศเวียดนาม เป็นส่วยหนึ่งของรายวิชา 450112 การศึกษาเอกเทศ (INDEPENDENT STUDY)

สารนิพนธ์เล่มนี้สามารถทำสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจากอาจารย์ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้ และขอขอบคุณครอบครัว และเพื่อน ๆ ที่คอยให้ความช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้กำลังใจ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้การศึกษาวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ผู้วิจัยหวังว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าก็ขออภัยไว้ ณ ที่นี้

นางสาวนิชานันท์ ภุมมา

สารบัญ

บทที่	**หน้า**
บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญภาพประกอบ	ฉ
สารบัญตาราง	ฌ
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 ขอบเขตการศึกษา	3
1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	3
บทที่ 2 การทบทวนแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 แนวความคิดและทฤษฎี	4
2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	4
2.1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว	7
2.1.3 นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศเวียดนาม	11
2.1.4 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์	13

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2.1.5 กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ ในรูปแบบสวนสนุกครบวงจร	20
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	33
บทที่ 3 วิธีการศึกษา	36
3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล	36
3.2 วิธีการศึกษา	36
3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา	37
3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
4.1 รายได้บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม (ในช่วงปี 2013-2019)	39
4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม (ในช่วงปี 2012-2018)	42
4.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวเกาหลีใต้ ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	45
4.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย และเกาหลีใต้ที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	49
4.5 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเกาหลีใต้ ที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	53
4.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวและเกาหลีใต้	58

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเกาหลีใต้ที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	67
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	84
5.1 สรุปผลการศึกษา	84
5.2 อภิปรายผลการศึกษา	84
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	86
5.4 ข้อจำกัดทางการศึกษา	86
บรรณานุกรม	87
ภาคผนวก	93
ประวัติย่อผู้วิจัย	109
แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์	110

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 1 คำขวัญ Vietnam-Timeless Charm	11
ภาพที่ 2 แผนที่นครดานัง	14
ภาพที่ 3 ชายหาด Non Nuoc	15
ภาพที่ 4 นครดานัง	15
ภาพที่ 5 บานาฮิลล์ แห่งเมืองดานัง	16
ภาพที่ 6 สะพานลอยฟ้า (Golden Bridge)	17
ภาพที่ 7 พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งที่ใหญ่ที่สุดในเวียดนาม	17
ภาพที่ 8 หมู่บ้านฝรั่งเศส	18
ภาพที่ 9 Fantasy Park	18
ภาพที่ 10 Le Jardin d'Amour	19
ภาพที่ 11 Linh Ung Pagoda	19
ภาพที่ 12 สวนสนุกฮ่องกงดิสนีย์แลนด์	20
ภาพที่ 13 โซน Main Street, U.S.A	21
ภาพที่ 14 ร้าน 'Corner Café by coca-cola'	22
ภาพที่ 15 เมนู 'Corner Café Magical Afternoon High Tea Set'	22
ภาพที่ 16 โซน Adventureland	23
ภาพที่ 17 การแสดง Festival Of The Lion King	23
ภาพที่ 18 โซน Grizzly Gulch	24
ภาพที่ 19 โซน Mystic point	25
ภาพที่ 20 Garden of Wonders	25
ภาพที่ 21 Toy Story Land	26
ภาพที่ 22 Fantasyland	26
ภาพที่ 23 โซน Tomorrowland	27
ภาพที่ 24 Disneyland Hotel	28
ภาพที่ 25 Disney's Hollywood Hotel	28
ภาพที่ 26 Disney Explorers Lodge	29
ภาพที่ 27 ยูนิเวอร์แซล สตูดิโอ	29
ภาพที่ 28 โซนฮอลลีวูด	30
ภาพที่ 29 โซนนิวยอร์ค	30

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 30 โซนแห่งอนาคต Sci-Fi City	31
ภาพที่ 31 โซนเมืองอียิปต์โบราณ	31
ภาพที่ 32 The Lost World	32
ภาพที่ 33 โซน Far Far Away	32
ภาพที่ 34 โซน Madagascar	33
ภาพที่ 35 รถกระเช้าขนส่งที่บานาฮิลล์	40
ภาพที่ 36 แผนภาพรายได้บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2013 – 2019	41
ภาพที่ 37 แผนภาพอัตราการเติบโตของรายได้บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2013 – 2019	41
ภาพที่ 38 การแสดงนิทรรศการในฤดูร้อน	42
ภาพที่ 39 นักท่องเที่ยวที่บานาฮิลล์	43
ภาพที่ 40 แผนภาพจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2012 – 2018 (ไตรมาสที่ 2)	44
ภาพที่ 41 แผนภาพอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ในช่วงปี 2012 – 2018 (ไตรมาสที่ 2)	44
ภาพที่ 42 แผนภูมิแหล่งที่มาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูล บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	50
ภาพที่ 43 แผนภูมิแหล่งที่มาที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้รับข้อมูล บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	50
ภาพที่ 44 แผนภูมิวัตถุประสงค์ประสงค์ในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามของชาวไทย	51
ภาพที่ 45 แผนภาพวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามของชาวเกาหลีใต้	52
ภาพที่ 46 บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	55
ภาพที่ 47 แผนภูมิจำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	59
ภาพที่ 48 แผนภูมิเหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	60
ภาพที่ 49 Hotel room at Bana Hills	60

สารบัญภาพประกอบ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 50 แผนภูมิจำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	61
ภาพที่ 51 แผนภูมิเหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ไม่เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	62
ภาพที่ 52 ย่านสะพานมังกร (Dragon Bridge)	63
ภาพที่ 53 อพาร์ทเมนต์หรูย่านโวเงียนเกี๊ยบ	64
ภาพที่ 54 ห้องนอนหรูย่านโวเงียนเกี๊ยบ	65
ภาพที่ 55 ห้องรับแขกหรูย่านโวเงียนเกี๊ยบ	65
ภาพที่ 56 ทิวทัศน์โดยรอบบานาฮิลล์	79
ภาพที่ 57 สิ่งก่อสร้างในบานาฮิลล์	79
ภาพที่ 58 รถบริการของโรงแรม Mercure Banahills French Village	80
ภาพที่ 59 การบริการของพนักงานบานาฮิลล์	81
ภาพที่ 60 ป้ายบอกทางไปบานาฮิลล์	81
ภาพที่ 61 ร้าน Tru Vu Tea Shop	82
ภาพที่ 62 แผนที่แสดงจุดท่องเที่ยวบานาฮิลล์	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 1 รายได้ และ อัตราการเติบโตของบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ตั้งแต่ปี 2013 – 2019	40
ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2012 – 2018 (ไตรมาสที่ 2)	43
ตารางที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามเพศ	45
ตารางที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามเพศ	45
ตารางที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอายุ	46
ตารางที่ 6 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอายุ	46
ตารางที่ 7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอาชีพ	47
ตารางที่ 8 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอาชีพ	48
ตารางที่ 9 แสดงรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทาง ไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามรายได้	48
ตารางที่ 10 แสดงรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคย เดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามรายได้	49
ตารางที่ 11 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ (เฉลี่ย) ของชาวไทย	52
ตารางที่ 12 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ (เฉลี่ย) ของชาวเกาหลีใต้	53
ตารางที่ 13 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	54
ตารางที่ 14 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว	55
ตารางที่ 15 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านที่พัก	56
ตารางที่ 16 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ด้านที่พัก	57
ตารางที่ 17 แสดงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านคมนาคม	57
ตารางที่ 18 แสดงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ด้านคมนาคม	58

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 19 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักและไม่เข้าพัก บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	59
ตารางที่ 20 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เข้าพักและไม่เข้าพัก บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	61
ตารางที่ 21 ย่านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่เข้าพักบานาฮิลล์	63
ตารางที่ 22 ย่านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ได้เข้าพักบานาฮิลล์	64
ตารางที่ 23 สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังว่าจะได้รับการท่องเที่ยว	66
ตารางที่ 24 สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้คาดหวังว่าจะได้รับการท่องเที่ยว	67
ตารางที่ 25 ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย	68
ตารางที่ 26 ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้	69
ตารางที่ 27 ระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากรที่ให้บริการ สำหรับชาวไทย	70
ตารางที่ 28 ระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากร สำหรับชาวเกาหลีใต้	71
ตารางที่ 29 ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการสำหรับชาวไทย	72
ตารางที่ 30 ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ สำหรับชาวเกาหลีใต้	73
ตารางที่ 31 ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวไทย	74
ตารางที่ 32 ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สำหรับชาวเกาหลีใต้	76
ตารางที่ 33 ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย	77
ตารางที่ 34 ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้	78

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกระบวนการของมนุษย์ที่ได้ใช้เวลาออกจากที่พักอาศัยของตนในการแสวงหาการพักผ่อนหย่อนใจ ความผ่อนคลาย และการหาความสุข ซึ่งการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการบริการเชิงพาณิชย์ อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นหนึ่งสำหรับยุคสังคมสมัยใหม่ (Walton, 2018) แรกเริ่มการท่องเที่ยวจำกัดเฉพาะในหมู่ราชวงศ์ ชนชั้นสูง หรือผู้มีฐานะทางสังคม ต่อมาเกิดพัฒนาการสู่ประชาชน เริ่มขึ้นในปีปลายคริสต์ศตวรรษที่18 ถือว่าเป็นยุคปฏิวัตอุตสาหกรรมประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น สังคมในยุคนี้เปลี่ยนจากสังคมเกษตรเป็นสังคมอุตสาหกรรม จึงมีการกำหนดวัน เวลาทำงาน และวันหยุดที่แน่นอน ชนชั้นกลางสามารถเดิน ทางท่องเที่ยวกันมากขึ้น นอกจากนี้การเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ สามารถทำให้นักท่องเที่ยว (Tourist) ได้ความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณี ได้เห็นภูมิประเทศใหม่ๆของพื้นที่แห่งนั้น อีกทั้งได้สร้างสัมพันธไมตรีที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่นอีกด้วย (Tourismatbuu, 2018) เนื่องจากจำนวน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Tourism Industry) ซึ่งเป็นที่มาของธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรง และทางอ้อม ในการให้บริการ หรือ รองรับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น ธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจ อาหาร และที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น อีกทั้งเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบ เงินตราต่างประเทศ ก่อให้เกิด อาชีพใหม่ที่สามารถสร้างรายได้แก่ประชาชน เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ภายในประเทศ เกิดการพัฒนา สาธารณูปโภค และ สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Praveet Elearning, 2018)

ปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามต่างได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นมรดกโลกในหลายแห่ง ซึ่งหลายปีที่ผ่านมาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของเวียดนามได้มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว และคุณภาพการบริการ (Linh, 2560) ซึ่งรัฐบาลเวียดนามเล็งเห็นโอกาสในการพัฒนาอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวเวียดนามเป็นภาคเศรษฐกิจหลัก ด้วยเหตุนี้รัฐบาลเวียดนามได้วางวิสัยทัศน์ 2020 โดยตั้งเป้าไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างประเทศไม่น้อยกว่าปีละ 17-20 ล้านคน และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 82 ล้านคน หรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของจีดีพี (Posttoday, 2561) ทั้งนี้ทำให้ “นครดานัง” (Da nang) เมืองท่าที่สำคัญของเวียดนามตอนใต้ยังคง เป็นสัญลักษณ์ของ เมืองอุตสาหกรรม และบริการ โดยในปี 2559 มีรายได้

ประมาณราว 84,852 ล้านบาท นอกจากนี้ ห้างร้านขนาดใหญ่ โรงแรมที่พัก ประเภทต่าง ๆ สถานบันเทิง ร้านอาหาร มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว (Thansettakij, 2017) ทั้งนี้จังหวัดดานังยังเป็นจุดหมายปลายทางแห่งการท่องเที่ยว ที่เป็นเป้าหมายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวเวียดนาม และชาวต่างชาติ เพราะมีชายทะเล แม่น้ำ ภูเขาที่ล้อมรอบเมือง (Thaiembassy, 2560) นอกจากนี้เมืองดานังยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เช่น ภูเขาหินอ่อน (Marble Mountain) แหลมซอนทร้า (Son Tra Peninsula) พิพิธภัณฑ์ ประติมากรรมจาม (Museum of Cham Sculpture) และบานาฮิลล์ (Bana Hills) (Jetstar, 2561)

บานาฮิลล์ (Bana Hills) เป็นแหล่งท่องเที่ยว และเป็นเมืองตากอากาศที่สำคัญในประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นสถานที่ที่ซ่อนความบันเทิงหลายรูปแบบ เช่น โรงแรมที่พัก วัดวาอาราม หมู่บ้านฝรั่งเศส สวนสนุก สวนดอกไม้ และสะพานลอยฟ้าโกลเด้น (Golden Bridge) ซึ่งทางเดินยาว 150 เมตร ที่ล้อมรอบไปด้วยดอกไม้ ตลอดทาง และมีฐานเป็นรูปปั้นมือขนาดใหญ่ อีกทั้งเป็นเมืองแห่งสวรรค์สำหรับท่องเที่ยว มีภูมิอากาศที่ดีทัศนียภาพทางธรรมชาติที่สวยงาม สามารถมาสัมผัสกับฤดูกาลทั้งสี่ เพลิดเพลินกับความบันเทิง มีอาหารที่หลากหลาย (Banahills, 2018) นอกจากนี้ บานาฮิลล์ถูกก่อตั้งขึ้นโดยบริษัท Sun Group ที่ประสบความสำเร็จอย่างมากในด้านการบริการเพื่อความบันเทิงจากจำนวนที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในระยะสิบปีหลังเปิดให้บริการตั้งแต่ปี 2009 - ปัจจุบัน บานาฮิลล์ได้วางรากฐานที่มั่นคงสำหรับการท่องเที่ยว เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจของประเทศเวียดนาม และมีส่วนร่วมอย่างมากในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเวียดนาม ในอดีตนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวไปที่กิจกรรมการท่องเที่ยว สำรวจภูมิทัศน์ และวัฒนธรรมใหม่ อย่างไรก็ตามความต้องการของนักเที่ยวเกิดการเปลี่ยนแปลง ไปพร้อมกับเศรษฐกิจโลก ดังนั้นสถานที่ท่องเที่ยวในปัจจุบันนี้สถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จึงได้ออกแบบพร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกด้านนันทนาการที่ดึงดูดต่อนักท่องเที่ยวมากมาย เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว อีกทั้งการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญให้แก่ประเทศ และผู้นักลงทุน (Van, 2019)

จากความน่าสนใจดังกล่าว ผู้วิจัยใคร่ศึกษา “การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ในประเทศเวียดนาม” เพื่อให้ทราบถึงการเปิดให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ตั้งแต่สถานที่แห่งนี้เปิดให้บริการจนถึงปัจจุบันว่าสามารถสร้างแรงจูงใจอย่างไรบ้างต่อนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.2.1 เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1.2.2 เพื่อศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1.2.3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1.3 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษารายได้ของบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในช่วงปี 2013 – 2019 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในช่วงปี 2012 - 2018

1.4 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.3.1 ทำให้ทราบถึงแรงจูงใจในการไปท่องเที่ยวบนาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1.3.2 ทำให้ทราบถึงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1.3.3 ทำให้ทราบถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1.3.4 องค์กรที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตลอดจนผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ และพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการในประเทศไทยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติ

บทที่ 2

การทบทวนแนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดและทฤษฎี

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2.1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

2.1.3 นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม

2.1.4 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

2.1.5 กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนันทนาการในรูปแบบสวนสนุกครบวงจร

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ชวัลนุช อุทยาน (2551) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง เป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตการกระทำนั้นได้หรือ ไม่เพื่อมุ่งตอบสนองสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourust's Overt Behaviour) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Convert Behaviour) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ภายในร่างกายรวมทั้งความรู้สึกนึกคิด และอารมณ์ที่ถูกควบคุมภายในจิตใจมีความสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง ทุก ๆ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว จะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์เดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมปีนเขา ปีนหน้าผาจะต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกาย และจิตใจที่จะสามารถทำกิจกรรมที่ชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะ ควรกระทำในยามคลื่นสงบ ไม่ควรทำในขณะมีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในสถานการณ์หนึ่ง เช่น เวลา 12.00 นาฬิกา ควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวหยุดพักเพื่อรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง หมายถึง การตัดสินใจการกระทำกิจกรรมต่าง ๆ ที่ตนสนใจ หรือ เลือกสรรแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้า สำหรับดำเนินกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง และกิจกรรมการจองที่พักเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา หมายถึง ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรือ อาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทยแต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง หมายถึง ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ เช่น การก่อวินาศกรรมในเมืองมุมไบ ประเทศอินเดียในเดือนพฤศจิกายน ปี 2008 นักท่องเที่ยวที่ตั้งใจจะเดินทางไปเมืองดังกล่าวจะต้องเกิดความผิดหวัง เพราะเกิดความกังวลด้านความปลอดภัย และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรือ อาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองที่ปลอดภัยกว่า

Scott et al. (2014) ได้ศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่งได้แบ่งประเภทออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) การศึกษาที่ใช้แนวคิดอย่างน้อยหนึ่งแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น การตลาดหรือการจัดการ เพื่อการท่องเที่ยว 2) การศึกษาเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลของความพึงพอใจต่อความภักดี 3) การวิจัยเชิงปริมาณ 4) ศึกษาพัฒนาการบุคคลกลุ่มเล็ก วัตถุประสงค์เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการทั้งหมดของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ในการศึกษานักท่องเที่ยวเหล่านี้ ได้ระบุทั้ง 9 แนวคิดหลักที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

1. การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีความซับซ้อน ทั้งนักท่องเที่ยวที่ได้ทำการวางแผนล่วงหน้า หรือไม่ได้วางแผนล่วงหน้า และแรงกระตุ้นสำหรับการซื้อสินค้า

2. ค่านิยม ซึ่งในด้านการตลาดคุณค่าส่วนใหญ่ที่มีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเมื่อเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ซึ่งจะขึ้นอยู่กับ หมวดหมู่ของแบรนด์ คุณสมบัติ และค่านิยม ที่เป็นสิ่งชี้นำไป สู้กระบวนการตัดสินใจของผู้ บริโภค ซึ่งเกี่ยวข้องใน สำหรับการชี้นำต่อการกระทำ พฤติกรรม อารณ์ และการตัดสินใจ (Crick-Furman and Prentice, 2000 in Scott et al., 2014)

3. แรงจูงใจ ซึ่งได้รับความสนใจอย่างมากจากนักวิชาการด้าการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญในการตัดสินใจทางการตลาด เช่น การแบ่งส่วน การพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ การโฆษณา รวมถึงการวางตำแหน่ง (Bieger and Laesser, 2002 in Scott et al., 2014)

4. แนวคิดที่ของตนเอง โดยนักวิจัยหลายคนได้ตรวจสอบอิทธิพลที่มีต่อภาพลักษณ์ และการคัดเลือกของ

5. ความคาดหวัง เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย ซึ่งประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่ได้พบ มีความคาดหวังที่ว่าจะมีความทรงจำสำหรับการท่องเที่ยวในเชิงบวก บนพื้นฐานความคาดหวังจากการเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยว ทั้งแหล่งข้อมูลส่วนตัว (ที่เป็นคำกล่าว) และไม่มีตัวตน (โฆษณา) ลักษณะส่วนบุคคล (เพศ เชื้อชาติ) และแรงจูงใจ (Sheng and Chen, 2012, and Zeithaml et al. 1993, in Scott et al., 2014)

6. ทัศนคติ ซึ่งบางครั้งทัศคติถูกกำหนดไว้ในการวิจัยว่ามีความสัมพันธ์กับคุณลักษณะที่สำคัญกับทางวัตถุ เช่น คุณสมบัติของสถานที่ท่องเที่ยวสามารถสร้างภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทางได้ และ Gnoth (1997, in Scott et al., 2014) ได้ทำความเข้าใจด้านทัศนคติในแง่ของอารมณ์และค่านิยม รวมถึงการวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยว ต่อการบริการตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ

7. ด้านการรับรู้ หรือ ความเข้าใจ ซึ่งเป็นหนึ่งแนวคิดที่น่าสนใจในด้านการตลาด การศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยว คือ เน้นไปที่การรับรู้ด้านความเสี่ยง และความปลอดภัย รวมถึงอาชญากรรม (George, 2010 in Scott et al., 2014) และการรับรู้การก่อการร้าย และโรคระบาดบางชนิด (Rittichainuwat and Chakraborty, 2009 in Scott et al., 2014).

8. ความพึงพอใจ จากข้อมูลผู้บริโภค นักวิจัยยอมรับว่าความพึงพอใจนั้นเกี่ยวข้องกับการประเมินการซื้อ การใช้จ่าย หรือ การประเมินองประกอบส่วนบุคคลสำหรับการใช้จ่าย

9. ความน่าเชื่อถือและความภักดี เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภค (Sirdeshmukh, Singh and Sabol, 2002 in Scott et al., 2014) อีกทั้ง McKercher et al. (2012 in Scott et al., 2014) เชื่อว่าการศึกษาความภักดีของนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้เพื่อพิจารณาอุตสหกรรมการท่องเที่ยวหาก กล่าวในทางตรงคือ นักท่องเที่ยวสามารถจงรักภักดีต่อผู้ให้บริการการท่องเที่ยวจากภาคการท่องเที่ยวต่าง ๆ ใน เวลาเดียวกัน อีกทางหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวอาจภักดีต่อผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวเดียวกันต่อหลายคน

ดังนั้นพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวจากข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พฤติกกรมการท่องเที่ยวนั้นเกี่ยวข้องกับลักษณะบุคลิกส่วนบุคคลที่ได้ทำการตัดสินใจโดยตรงกับการซื้อ หรือใช้จ่าย สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งองค์ประกอบด้านแนวความคิด มุมมอง ค่านิยม และวัตถุ ที่นำไปสู่กระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อ การแสดงออก ที่ส่งผลให้นักการตลาดสามารถเข้าใจและรับรู้ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

2.1.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

สำหรับทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ (Motivation) ผู้ศึกษาได้รวบรวมแนวคิดแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในหลายแนวความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาข้อมูลทั่วไปสำหรับการศึกษาแรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1) ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) คือ มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอ และไม่มีที่สิ้นสุด เมื่อมนุษย์ ได้รับการตอบสนองความต้องการแล้ว จะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมนั้น ตามหลักทฤษฎีของ Abraham H. Masslow (1954) ได้แบ่งความต้องการของมนุษย์ดังนี้

1.1 ความต้องการทางร่างกาย (Physiological needs) เป็นความทางชีวภาพเพื่อความอยู่รอดของ มนุษย์ เช่น อาหาร เครื่องดื่ม ที่พักอาศัย อากาศ เสื้อผ้า เครื่องนุ่มห่ม การพักผ่อน

1.2 เพื่อป้องกันความต้องความปลอดภัย (Safety needs) ความต้องการในขั้นนี้เป็นความต้องการป้องกันความล้มเหลว นอกจากนี้เพื่อความมั่นคง ความปลอดภัย การมีอิสระโดยปราศจากความกลัว

1.3 ความต้องการความรัก และความเป็นเจ้าของ (Love and belonging needs) เป็นขั้นที่มนุษย์ ต้องกระตุ้นเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

1.4 การได้รับความยกย่องจากผู้อื่น (Respect from others) เช่น สถานะทางสังคม เกียรติยศ

1.5 ความต้องการสำหรับการบรรลุเป้าหมายของตัวเอง (Self-actualization needs) คือ การตระหนักถึงศักยภาพของตัวบุคคล การบรรลุเป้าหมายของตัวเอง แสวงหาประสบการณ์ (Maslow, 1987: 64)

วัชราภรณ์ ระยับศรี (2551) กล่าวถึงแรงจูงใจหรือการกระตุ้นให้คนเดินทางในปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ว่าเป็นความต้องการที่เกิดจากภายในตัวบุคคล สำหรับการกระตุ้นเพื่อการเดินทางของคน ซึ่งต้อง การคลายเครียด ความต้องการเดินทางไปเปิดประสบการณ์ สำรวจสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อเรียนรู้ถึงวัฒนธรรม และชีวิตความเป็นอยู่ของคนในท้องถิ่น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวได้คาดหวังถึงการบริการ หรือความสำคัญในการปรากฏตัวของตนอยู่เสมอ อีกทั้งต้องการยานพาหนะเดินทางไปยังที่พัก หรือ สถานที่ท่องเที่ยว และการรับประทานอาหารที่สะอาด ปลอดภัย

2) ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ตัวบุคคลในการตัดสินใจการเลือกปลายทางมากกว่าหนึ่งครั้งในการตัดสินใจสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (Dann, 1997) อีกทั้งเป็นปัจจัยภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริม หรือ ดึงดูดให้คนเดินทาง ไปยังสถานที่ต่าง ๆ (วัชราภรณ์ ระยับศรี, 2551) ได้แก่

2.1 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (Economic Factor) คือ ประเทศที่มีเศรษฐกิจที่ดีสามารถเอื้ออำนวยต่อประชาชน ในประเทศนั้นมีอำนาจการซื้อ และมีโอกาสเดินทางไปประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้น

2.2 ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic Factor) คือ นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังสถานที่ที่มี ลักษณะภูมิประเทศ และภูมิอากาศ สภาพแวดล้อมแตกต่างจากที่ของตน เพื่อเรียนรู้เพิ่มประสบการณ์ หรือชดเชยในสิ่งที่สถานที่ของตนไม่มี

2.3 ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Social Cultural Factor) คือ ซึ่งความสนใจด้านวัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณี เป็นปัจจัยที่สามารถดึงดูดสำหรับนักท่องเที่ยว

2.4 ปัจจัยด้านการเมือง (Political Factor) คือ หากสถานการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวย ให้นักท่องเที่ยวประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศของตนได้ นอกจากนี้นโยบายของรัฐยังเป็นส่วนช่วยในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

2.5 ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technology Factor) คือ การพัฒนาทางเทคโนโลยี ด้านการสื่อสาร การคมนาคม สิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งบันเทิง และโครงสร้างพื้นฐานเพื่ออำนวยต่อความสะดวกสบาย ความรวดเร็วยิ่งขึ้น

2.6 สื่อ (Media) คือ สิ่งที่มีอิทธิพลต่อความคิดค่านิยมการมีส่วนช่วยในการตัดสินใจ เนื่องจากเป็นตัวกลางในการสร้างภาพลักษณ์ของสถานที่แต่ละแห่ง

3) แนวโน้มแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว

Pearce, Morrison และ Rutledge (1998) ได้นำเสนอแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว 10 ประการดังนี้

1. แรงจูงใจที่จะได้สัมผัสสิ่งแวดล้อม เช่น สิ่งแวดล้อมที่เป็นมรดกโลก (World Heritage) สิ่งแวดล้อมสีน้ำเงิน หรือ สิ่งแวดล้อมทางทะเล และสิ่งแวดล้อมสีเขียวหรือสิ่งแวดล้อมประเภทป่าเขา น้ำตก

2. แรงจูงใจที่จะได้พบปะกับคนในท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้มักนิยมเดินทางแบบสะพายเป้ (backpacker)

3. แรงจูงใจที่จะเข้าใจวัฒนธรรมท้องถิ่นและประเทศเจ้าบ้าน การได้ร่วมชมหรือเรียนรู้วัฒนธรรมอื่น ๆ เป็นสิ่งที่น่าสนใจ สำหรับนักเดินทางชาวเอเชียโดยเฉพาะชาวจีนและชาวเกาหลี ซึ่งเมื่อก่อนไม่มีโอกาสได้สัมผัสกับวัฒนธรรมของชาวต่างชาติ

4. แรงจูงใจที่จะเสริมสร้างสัมพันธภาพภายในครอบครัว เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์ภายในครอบครัว

5. แรงจูงใจที่จะได้พักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่ดี เน้นความสะดวกสบาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ก็เป็นแรงขจูงใจที่ทำให้นักเดินทางได้พักผ่อนในสิ่งแวดล้อมที่เน้นความสะดวก เช่น การชมปะการัง หรือการเดินป่าชมนก ชมธรรมชาติรอบ ๆ

6. แรงจูงใจที่จะได้ทำกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสนใจและฝึกทักษะ เช่น เดินทางไปเรียนภาษา ดำน้ำ ตกปลา ตีกอล์ฟ เป็นการท่องเที่ยวสำหรับการเพิ่มพูนทักษะทางความคิด และทักษะการใช้อารมณ์

7. แรงจูงใจที่จะมีสุขภาพดี เป็นการเดินทางเพื่อเข้ารับการบำบัดในศูนย์สปาต่าง ๆ การเข้าคอร์สลดน้ำหนัก หรือการท่องเที่ยวเพื่อบำบัดการรักษา เช่น ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพร

8. แรงจูงใจที่จะได้รับการคุ้มกันและความปลอดภัย นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศ ที่มีความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินของตัวนักท่องเที่ยวเอง หากมีความไม่สงบทางการเมือง การก่อการร้าย หรือโรคละบาด นักท่องเที่ยวจะเลี่ยงไปสถานที่เหล่านั้น

9. แรงจูงใจที่จะได้รับการยอมรับนับถือและได้รับสถานภาพทางสังคม ความสนใจในสภาพสังคม เป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของแรงจูงใจของมนุษย์ ประสบการณ์ทางการท่องเที่ยว สามารถสร้างภาพพจน์ให้กับบุคคลได้

10. แรงจูงใจที่จะให้รางวัลแก่ตัวเอง การให้รางวัลตนเองในรูปของการแสวงหาความสุข ความสนุก เช่น การกิน การดื่ม ซื้อของ เพื่อฉลองความสำเร็จ หรือ เพื่อชดเชยต่อสิ่งที่ขาดหายไป

ดังนั้นผู้ศึกษาต้องการยกตัวอย่างการศึกษาพฤติกรรม เและมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ว่ามีภูมิหลังของพฤติกรรมอย่างไร ในแง่ของลักษณะนิสัย ลักษณะการใช้จ่าย กิจกรรม การท่องเที่ยว การเช่าที่พัก ยกตัวอย่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ซึ่งลักษณะทั่วไปของชาวเกาหลี มักจะพูดเสียงดัง เพราะเป็นค่านิยมที่เชื่อกันว่าการพูดเสียงดังคือการแสดงอำนาจ ทำให้ชาวเกาหลีเวลาเดินไปท่องเที่ยวที่ใด มักแสดงกิริยาเช่นนี้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชนชาติอื่น ๆ มองว่าเป็นการตะโกนหรือตะคอกได้ ลักษณะอีกประการหนึ่ง คือ ชาวเกาหลีมีนิสัยที่คิดเร็ว กระทำการสิ่งต่าง ๆ ด้วยความรวดเร็ว เพราะชาวเกาหลีเป็นสังคมที่มีการแข่งขันสูง ทั้งในเรื่องของเวลา และกิจวัตรประจำวัน ดังนั้นการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งอย่างรวดเร็วส่งผลให้มีเวลาพักผ่อนมากขึ้นเมื่อมาท่องเที่ยว อีกทั้งชาวเกาหลีส่วนใหญ่เป็นสังคมแบบคติรวมหมู่ ที่มีความผูกพันอย่างเหนียวแน่นซึ่งให้ความสำคัญกับกลุ่มมากกว่าบุคคล และจากลักษณะนิสัยดังกล่าวทำให้นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีส่วนใหญ่ที่เดินทางท่องเที่ยว มักจะตัดสินใจใช้บริการของบริษัททัวร์ เพราะไม่ต้องการเสียเวลาการวางแผนมากนัก (Swongram, 2014) ยกตัวอย่างพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี และปัจจัยอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในเสียมเรียบของกัมพูชา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีส่วนใหญ่ที่เดินท่องเที่ยวเสียบเรียบ ประเทศกัมพูชามากันเป็นหมู่ และได้ซื้อแพ็คเกจท่องเที่ยวจากบริษัทตัวแทนนำเที่ยวในเกาหลี ส่วนใหญ่จะมาในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว และเลือกแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบสำหรับ 2-3 วัน อีกทั้งปกติจะพักที่โรงแรม 3-5 ดาว ที่มีอากาศ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีซึ่งถูกจัดแจงโดยบริษัทนำเที่ยวเกาหลี แม้ว่าชาวเกาหลีรุ่นใหม่บางคนลองทานอาหารท้องถิ่นกัมพูชาแต่ก็ไม่สามารถทานได้ทุกชนิด โดยเฉพาะที่ทำมาจากสมุนไพร

ดังนั้น พวกเขาจึงเลือกทานเพียงอาหารแห้งเท่านั้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีส่วนใหญ่นิยมดื่มเบียร์ ไวน์ และ สูบบุหรี่ และกาแฟเป็นเครื่องดื่มที่ชื่นชอบมากที่สุด (Sok, 2013)

2.1.3 นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม

คำขวัญ“Vietnam Timeless Charm” เป็นหนึ่งในนโยบายภาครัฐที่มุ่งส่งเสริมอุตสหากรรมท่อง เที่ยวในประเทศเวียดนาม ในช่วงปลายปี 2554 การท่องเที่ยวแห่งชาติเวียดนาม (Vietnam National of Tourism : VNAT) ได้ประกาศใช้คำขวัญ สัญลักษณ์การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริม และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในเวียดนาม ในช่วงปี 2555-2558 ซึ่งมีสัญลักษณ์การท่องเที่ยวเป็นรูปดอกบัว 5 กลีบ แต่ละกลับมีความหมายที่แตกต่างกัน เพื่อสื่อให้เห็นถึงรูปแบบการท่องเที่ยวที่สำคัญของเวียดนามใน 5 ด้าน คือ การท่องเที่ยวหมู่เกาะ และทะเล การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย ทั้งนี้ VNAT คาดว่าจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เดินทางมายังประเทศเวียดนามเพิ่มขึ้นเป็น 6.6 ล้านคนในปี 2555 และ 7-7.5 ล้านคนในปี 2558 พร้อมทั้งกระตุ้นนักท่องเที่ยวในประเทศให้เพิ่มขึ้นเป็น 32 ล้านคนในปี 2556 และ 34-35 ล้านคนในปี 2558 ซึ่งคาดว่าจะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของเวียดนามเพิ่มขึ้น เป็น 7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2554 และ 10-11 พันล้านดอลลาห์สหรัฐในปี 2558 (ธนาคารเพื่อการส่งออก และนำเข้าแห่งประเทศไทย, 2555)

ภาพที่ 1 คำขวัญ Vietnam-Timeless Charm

ที่มา : http://thevietnamtraveler.com (2012)

2) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเวียดนามไปจนถึงปี 2563 และวิสัยทัศน์ถึงปี 2573

เนื่องจากวันที่ 30 ธันวาคม พ.ศ. 2554 นายกรัฐมนตรี Nguyen Tan Dung (Nguyễn Tấn Dũng) ได้อนุมัติยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม โดยขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เป็นภาคเศรษฐกิจหลักด้วยความเป็นมืออาชีพ มีความทันสมัย และอย่างเป็นธรรม ซึ่งจะได้รับการพัฒนาพร้อมกันใน

ทุก ๆ ด้าน จนมีศักยภาพสูงทัดเทียมนานาประเทศ อีกทั้งมีระบบ โครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยรองรับรวมทั้งมีผลิตภัณฑ์การบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายมีคุณภาพ และมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมสามารถ แข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค และระดับโลกได้ (ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย , 2555) โดยในช่วงพ.ศ. 2563 ได้ตั้งเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวขาเข้าระหว่างประเทศ 10-10.5 ล้านคน อีกทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 47- 48 ล้านคน รวมเป็นรายได้ทั้งหมด 18-19 พันล้านดอลลาห์สหรัฐ ซึ่งในปี 2573 รายได้จากนักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจากปีพ.ศ. 2563 (Vietnam National Administration of Tourism, 2012)

3) กลยุทธ์การโปรโมทด้านการท่องเที่ยว เป็นการงัดวิธีการอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว

3.1 การมุ่งเน้นไปที่การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ (Focusing on electronic marketing)

การตลาดอิเล็กทรอนิกส์สำหรับการเผยแพร่การท่องเที่ยว ได้รับความสนใจมาก ทั้งการเผยแพร่โฆษณากิจกรรม เพื่อให้ผู้คนทั่วมุมโลกได้เห็นสเน่ห์การท่องเที่ยวของเวียดนาม ซึ่งช่องทางการรับชม และติดตาม ข่าวสารสามารถเข้าชมได้ที่ vietnamtourism.gov.vn, vietnamtourism.com, vietnamtourism.vn, หรือใน Facebook fanpage VietNam Timeless Charm และ Youtube channels เป็นต้น (VIR, 2017)

3.2 การระดมทรัพยากรเพื่อสร้างนวัตกรรม (Moblising many resources to create breakthroughs) ผู้เชี่ยวชาญได้กล่าวไว้ว่า การสร้างนวัตกรรมเป็นหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และการใช้จ่ายงบประมาณการท่องเที่ยวควรยกให้อยู่ในระดับที่ขนาดใหญ่ และมีเสถียรภาพ เมื่อไม่นานมานี้คณะกรรมการที่ปรึกษาการท่องเที่ยว (TAB) ได้ก่อตั้งสโมสรลงทุนการท่องเที่ยว ซึ่งได้ดึงดูดนักธุรกิจจากบริษัทขนาดใหญ่ เช่น สายการบินเวียดนาม (Vietnam Airlines), Vingroup, Thien Minh Group, HG Group ซึ่งทางสโมสรได้มอบงบประมาณ 1 ล้านดอลลาห์สหรัฐเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยทางสโมสรจะมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยว ในส่วนของงานแสดงการท่องเที่ยวระดับนานาชาติ (VIR, 2017)

3.3 เพิ่มความเป็นมืออาชีพ (Increasing professionalism)

ประเทศเวียดนามอยู่ในกระบวนบูรณาการที่แข็งแกร่ง ด้วยเหตุนี้ความร่วมมือระดับประเทศในภูมิภาคหรือ ระดับโลกเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับพัฒนาเศรษฐกิจ และการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งที่ผ่านมากิจกรรมการประสานงานระหว่างภูมิภาค เช่น การเชื่อมต่อแปดจังหวัดทางภาคตะวันตกเฉียงเหนือ และสามจังหวัดทางภาคกลาง (Thua Thien-Hue, Da Nang and Quang Nam)ได้บรรลุผลในเชิงบวกในการสร้างแบรนด์การท่องเที่ยวในภูมิภาค ประเทศเวียดนามมีข้อตกร่วมกันของกลุ่มทวิภาคี และพหุภาคีใน

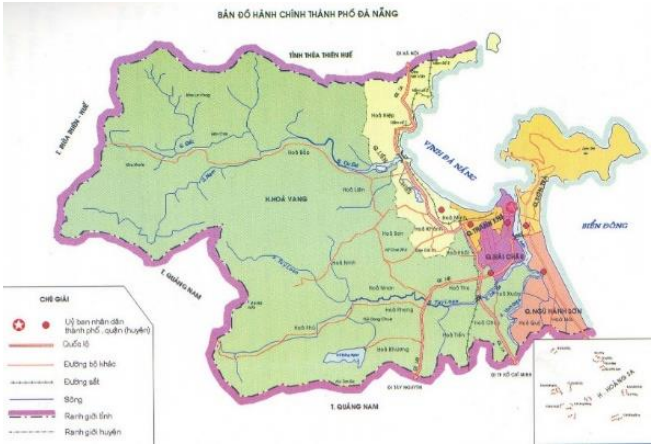
การพัฒนาความร่วมมือการท่องเที่ยวกับหลายประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศในกลุ่มอาเซียน (VIR, 2017) โดยในปีพ.ศ. 2563 ได้ตั้งเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวขาเข้าระหว่างประเทศ 10-10.5 ล้านคน และนักท่องเที่ยวภายในประเทศ 47-48 ล้านคน รวมเป็นรายได้ทั้งหมด 18-19 พันล้านดอลลาห์สหรัฐ ซึ่งในปี 2573 รายได้จากนักท่องเที่ยวคาดว่าจะได้เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าจากปีพ.ศ. 2563 (Vietnam National Administration of Tourism, 2012)

2.1.4 ข้อมูลทางภูมิศาสตร์

1) ข้อมูลทางกายภาพ

นครดานังตั้งอยู่ภาคกลางของเวียดนาม เป็นหนึ่งในเมืองท่าที่สำคัญ นอกจากนครโฮจิมินห์ (Ho Chi Minh) และนครฮายฟอง (Hai Phong) อีกทั้งเป็นเมืองที่ใหญ่ที่สุดบนชายฝั่งภาคกลางตอนใต้ของเวียดนามถูกล้อมรอบด้วยภูเขาสูง ที่กระจุกตัวอยู่ทางทิศตะวันตกเฉียงเหนือ และตะวันตก ซึ่งมีภูเขาสูง จำนวนมาก โดยยาวลงมาถึงทะเล สลับกันระหว่างที่ราบชายฝั่งแคบ และ เนินเขาเตี้ย ภูมิประเทศที่ล้อมรอบ ด้วยภูเขามีความสูง 700 1,500 เมตร เป็นทางลาดขนาดใหญ่ (>400) ที่มีการกระจายตัวของป่าไม้ ต้นน้ำ ลำธาร แม่น้ำสายสั้น ต้นกำเนิดมาจากทางตะวันตก และตะวันเฉียงเหนือของจังหวัดกวางนาม (Quang Nam)

นครดานังอยู่ในเขตมรสุมเขตร้อน มีพายุใต้ฝุ่นและฝนตกยาวนานตั้งแต่เดือนกันยายนถึงเดือนมีนาคม และ เข้าสู่ฤดูแล้งที่ยาวนานตั้งแต่เดือนมิถุนายนถึงเดือนสิงหาคม อุณหภูมิทั่วไปจะมีค่าเฉลี่ยประมาณ 25.9 $^{\circ}$c อุณหภูมิระหว่างเดือนเมษายนถึงกันยายน มีอุณหภูมิเฉลี่ยประมาณ 33-34 $^{\circ}$c และอุณหภูมิจะต่ำลงระหว่างเดือนธันวาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์เฉลี่ยประมาณ 18 -19 $^{\circ}$c ซึ่งมีลมแรงในฤดูหนาว ส่งผลให้อุณหภูมิต่ำลงในเดือนธันวาคมและมกราคม ค่าเฉลี่ยความชื้นสัมพัทธ์ร้อยละ80.6 สูงสุดระหว่างเดือนตุลาคมและธันวาคมถึงร้อยละ 84 และต่ำสุดระหว่างเดือนมิถุนายนและกรกฎาคมถึงร้อยละ 74-75 ในฤดูฝนนครดานัง มีปริมาณน้ำฝน มากสุดในเดือนตุลาคมและพฤศจิกายน ตั้งแต่ 550-1,000 มิลลิเมตร (Danang Portal, 2018)



ภาพที่ 2 แผนที่นครดานัง

ที่มา : http://www.phusontravel.com (2008)

2) ข้อมูลทั่วไป

นครดานังมีระยะห่างจากกรุงฮานอย 764 กิโลเมตร และห่างจากนครโฮจิมินห์ 964 กิโลเมตร นครดานังถือเป็นประตูสู่ทะเลจีนใต้ตามระเบียงเศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก ที่พาดผ่าน 13 จังหวัดใน 4 ประเทศ (เมียนมา ไทย ลาว เวียดนาม) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเชื่อมโยงเศรษฐกิจภายในอนุภูมิภาค ของประเทศเวียดนาม และเป็นจังหวัดลำดับที่ 1 ในดัชนีการแข่งขันของจังหวัด (Provincial Competitive Index: PCI) เป็นปีที่สี่ติดต่อกัน นอกจากนั้น นครดานังยังคงเป็นกลุ่มจังหวัดที่รัฐบาล ส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว และบริการ เนื่องจากมีข้อได้เปรียบเรื่องการเชื่อมโยงทางบกด้านปลายสุดของเส้นทาง EWEC และทางอากาศตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อม โดยในเดือนกรกฎาคม 2560 สนามบินนานาชาตินครดานังได้เปิดอาคารผู้โดยสารนานาชาติอาคารใหม่เพื่อรองรับการเป็นเจ้าภาพการประชุม APEC ในปี 2560

- เนื้อที่ทั้งหมด – 1,283 ตารางกิโลเมตร
- จำนวนประชากรในปี 2559 – 1,048,860 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.95 เมื่อเทียบกับปี 2558
- อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจในปี 2559 – เพิ่มขึ้นร้อยละ 9.04 เมื่อเทียบกับปี 2558
- รายได้เฉลี่ยต่อคนในปี 2559 – 3,059 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี เพิ่มขึ้นร้อยละ 13.43 เมื่อเทียบกับปี 2558
- GDRP ในปี 2559 – 3,504 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.23 เมื่อเทียบกับปี 2558
- อัตราการเติบโต GDP ในช่วง 6 เดือนแรกของปี 2560 คิดเป็นร้อยละ 8.1

2.1) ทรัพยากรภายในนครดานัง

- ทรัพยากรพื้นดิน : พื้นที่ทำเกษตรกรรม 117.22 ตารางกิโลเมตร
- ทรัพยากรน้ำ : พื้นที่ทำประมง 15,000 ตารางกิโลเมตร มีปลาหลากหลายสายพันธุ์ ทีมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจ นอกจากนี้ยังมีชายหาดที่สวยงาม เช่น ชายหาดนอนเนือก (Non Nuoc Beach), ชายหาดแทงแค (Thanh Khe Beach) และชายหาดนามโอ (Nam O Beach) นอกจากนี้ นครดานังมีแม่น้ำสายหลักสองสาย คือ แม่น้ำหาน (Han) และ แม่น้ำซูเด (Cu De river)
- ทรัพยากรอื่นๆ เช่น หินแกรนิตและหินสำหรับก่อสร้าง สามารถพบได้ทางตอนเหนือ ตะวันตก และ ตะวันตกเฉียงใต้ของจังหวัด อีกทั้งยังมีแหล่งน้ำมัน และแก๊สธรรมชาติที่ยังไม่ได้สำรวจ (Thaiembassy, 2560)

ภาพที่ 3 ชายหาด Non Nuoc แห่งนครดานัง

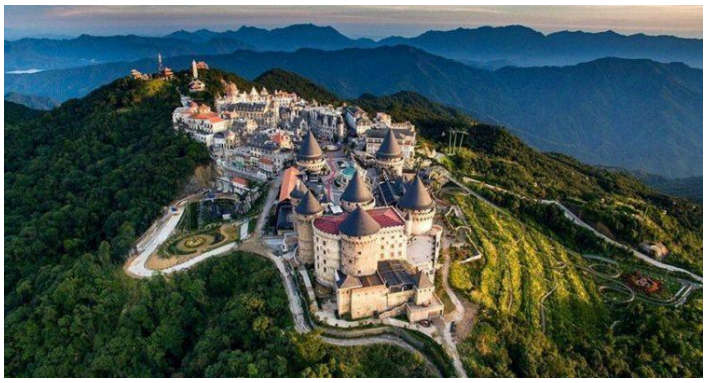
ที่มา : http://cacbaibiendep.com (2016)

ภาพที่ 4 นครดานัง

ที่มา : https://mgronline.com (2561)

3) สถานที่ท่องเที่ยวบานาฮิลล์ (Banahills)

บานาฮิลล์ เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งจังหวัดดานัง ประเทศเวียดนาม ซึ่งเป็นเมืองตากอากาศของประเทศเวียดนามตอนกลางมากกว่าร้อยปี ตั้งแต่ที่เวียดนามเป็นอาณานิคมของประเทศฝรั่งเศส ในตอนแรกบานาฮิลล์เป็นสถานที่พักตากอากาศของชาวฝรั่งเศส สาเหตุที่ตั้งสถานที่นี้บนภูเขาบานาเพราะมีบรรยากาศที่ดี และทัศนียภาพรอบ ๆที่สวยงามชาวฝรั่งเศสเริ่มจากตัดถนนขึ้นสู่ยอดเขาต่อมาเริ่มสร้างบ้าน โรงแรม รีสอร์ต และสาธารณูปโภคที่ทันสมัย โดยจ้างแรงงานชาวเวียดนามเข้ามาทำงานรับใช้ทหารชาวฝรั่งเศสจนเสร็จสมบูรณ์ในปีค.ศ. 1919 ซึ่งเป็นช่วงเกิดสงครามโลกครั้งที่ 1 ทำให้บานาฮิลล์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากในสมัยนั้น จนกระทั่งปีค.ศ. 1954 ทหารชาวฝรั่งเศสพ่ายแพ้ต่อสงครามในสมรภูมิเดียนเบียนฟู และฝรั่งเศสถอนตัวจากอินโดจีน ทำให้บานาฮิลล์ถูกทิ้งรกให้รกร้าง หลังจากผ่านช่วงสงครามเวียดนามไปไม่กี่สิบปีประเทศเวียดนาม เริ่มมีพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้ามากขึ้น หนึ่งในนั้นคือ พัฒนาด้านการท่องเที่ยว บานาฮิลล์จึงสามารถฟื้นกลับมาอีกครั้ง และเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมจนถึงปัจจุบัน (Culturedcreatures, 2558)



ภาพที่ 5 บานาฮิลล์ แห่งเมืองดานัง

ที่มา : www.cheezebite.com (2018)

3.1 กิจกรรมต่างๆในบานาฮิลล์ (Banahills)

- **สะพานลอยฟ้าโกลเด้น (Golden Bridge)** เป็นสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ของบานาฮิลล์มีสถาปัตยกรรมที่โดดเด่น เป็นสะพานลอยฟ้าริมหน้าผาที่สวยงามมากที่สุดในโลก ถูกเนรมิตให้ตั้งอยู่ริมหน้าผาบนยอดเขาสูงจากระดับน้ำทะเลราว ๆ 1,400 เมตร รวมระยะทางทั้งหมดประมาณ 150 เมตร ตัวสะพานมีสีเหลืองทองสวยงาม พร้อมกับมีรูปปั้นมือยักษ์คล้ายกับยกชูสะพานไว้

ภาพที่ 6 สะพานลอยฟ้าโกลเด้น (Golden Bridge)

ที่มา : www.nylon.com.sg (2018)

- **พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งที่ใหญ่ที่สุดในเวียดนาม (Ba Na Wax Statue Museum)**
  ซึ่งได้รวบรวมหุ่นขี้ผึ้งของเหล่าคนมีชื่อเสียงไว้มากมาย ทั้งนักแสดงระดับโลก นักร้อง ศิลปิน นักกีฬา นักการเมือง ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวจะได้เข้าชมอย่างใกล้ชิด

ภาพที่ 7 พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งที่ใหญ่ที่สุดในเวียดนาม

ที่มา : https://banahills.sunworld.vn (2019)

- **หมู่บ้านฝรั่งเศส (Frence Village)** เป็นหมู่บ้านสไตล์ฝรั่งเศสสมัยยุคกลางบนยอดเขา ซึ่งมีทั้งร้านค้า ร้านอาหาร โรงแรม ที่พัก โบสถ์ ร้านขายของที่ระลึก โดยที่พักที่อยู่ในหมู่บ้านฝรั่งเศสนี้มีชื่อว่า ‘Mercure

Banahills French Village’ ให้บริการห้องพักมากกว่า 160 ห้อง ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบให้นักท่องเที่ยวได้เลือกพักผ่อน

ภาพที่ 8 หมู่บ้านฝรั่งเศส

ที่มา : https://www.tripadvisor.com (2019)

- **Fantasy Park** เป็นสวนสนุกที่เต็มไปด้วยความสนุกมากมาย โดยได้รับแรงบันดาลใจมาจากนวนิยายที่มีชื่อเสียงของนักเขียนชาวฝรั่งเศส นามว่า ‘Jules Verne’ ในเรื่อง ‘Journey To The Center of the Earth และ 20,000 Leagues Under The Sea’ โดยนักท่องเที่ยวจะได้เดินเข้าสู่ป่าในเทพนิยายผ่านสวนไดโนเสาร์ ได้พิชิตหอคอยสูงกว่า 29 เมตร พร้อมด้วยภาพยนตร์ระบบ 3D, 4D และ 5D สุดทันสมัย

ภาพที่ 9 Fantasy Park

ที่มา : https://medium.com (2018)

- **Le Jardin d'Amour** สวนดอกไม้หลากหลายสไตล์กลางหุบเขา แบ่งออกเป็นทั้งหมด 9 สวน ได้แก่ Legend Garden, Mo Spring Garden, Memory Garden, Thought Garden, Love Garden, Heaven Garden, Holy Garden, Secret Garden และ Grape Garden ซึ่งแต่ละสวนก็จะมีคอนเซ็ปต์แตกต่างกันออกไป เต็มไปด้วยดอกไม้หลากหลายชนิดและสีสัน

ภาพที่ 10 Le Jardin d'Amour

ที่มา : https://www.vietvisiontravel.com (2019)

- **Linh Ung Pagoda** มีลักษณะเป็นศาลเจ้าศักดิ์สิทธิ์ ตั้งอยู่บนความสูงจากระดับน้ำทะเล 1,500 เมตร และยังมีสถาปัตยกรรมสไตล์จีนที่สวยงาม โดดเด่นด้วยซุ้มประตูสวย คล้ายกับประตูสู่สวรรค์เมื่อมองออกไปจะเห็นท้องฟ้าและวิวโดยรอบสวยงามมากๆ และที่สำคัญที่นี่ยังมีพระพุทธรูปสีขาวขนาดใหญ่ สูงกว่า 6 เมตร เพื่อไหว้ขอพร

ภาพที่ 11 Linh Ung Pagoda

ที่มา : https://www.tnktravel.com (2016)

- **Tru Vu Tea Shop** ร้านชาที่วิวดีที่สุดแห่งหนึ่งของโลก ให้บริการเสิร์ฟชาคุณภาพดีของเวียดนาม และจากหลากหลายแห่งทั่วโลก ตั้งอยู่บนยอดเขาสูงในเขตโรงแรม Mercure Banahills French Village ซึ่งสามารถมองเห็นวิวโดยรอบได้อย่างสวยงาม

- **Tombstone Temples** เป็นวัดแบบนิกายเซน เต็มไปด้วยสิ่งก่อสร้างที่มีสถาปัตยกรรมสวยงามโดดเด่น ได้ทั้งเที่ยวถ่ายภาพสวย ๆ และเรียนรู้เรื่องราวเกี่ยวกับวัดนิกายเซนไปในตัว

นอกจากนี้บานาฮิลล์ยังมีสิ่งที่น่าสนใจอีกมากมาย เช่น Linh Chua linh Tu Temple, BA Shrine, หอระฆัง (Campanile), Funicular, Debay Wine Cellar, Alpine Coaster

2.1.5 กรณีศึกษาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนันทนาการในรูปแบบสวนสนุกครบวงจร

1) ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ (Hong Kong Disneyland)

ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ ตั้งอยู่บนเกาะลันตา ในเขตบริหารพิเศษฮ่องกง แห่งสาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นสวนสนุกดิสนีย์แลนด์แห่งที่ 5 ของโลก และเป็นแห่งที่ 2 ของเอเชียถัดจากประเทศญี่ปุ่นเปิดตัวในปี 2005 โดยภายในสวนสนุกแบ่งออกเป็นทั้งหมด 7 โซน ได้แก่

ภาพที่ 12 สวนสนุกฮ่องกงดิสนีย์แลนด์

ที่มา : https://www.lovelysmiletour.com (2019)

1.1 โซน Main Street, U.S.A

โซนนี้ตั้งอยู่ทางด้านหน้าของสวนสนุก เมื่อเดินเข้ามาจะเห็นอาคารที่จำลองบรรยากาศในอดีตของสหรัฐอเมริกาไว้ โดยในโซนนี้จะมีร้านค้า และร้านอาหารมากมาย ตั้งแต่อาหารจีน อาหารฝรั่ง รวมไปถึงร้านอาหารของผู้นับถือศาสนาอิสลาม (Changtrixget, 2018) ยกตัวอย่าง ร้าน Corner Café by coca-cola, Plaza Inn

ภาพที่ 13 โซน Main Street, U.S.A

ที่มา : https://www.wonderfulpackage.com (2016)

- **ร้าน ‘Corner Café by coca-cola’**

  ในช่วงเทศกาลพิเศษในแต่ละช่วงเวลาของปี ทางร้านจะมีเมนูพิเศษสำหรับลูกค้า เช่น เทศกาลคริสมาสต์ ทางร้านได้จัดเมนูพิเศษมีชื่อว่า ‘Magical Afternoon High Tea Set’ ซึ่งการดื่มชาในตอนบ่ายถือเป็นธรรมเนียมของชาวอังกฤษ จะทานในช่วงเวลาประมาณ 15.00 นาฬิกา และ High Tea ในช่วงเวลาประมาณ 17.00-18.00 อาหารที่ทานระหว่างจิบชา ประกอบไปด้วยขนมเค้กชิ้นเล็กๆ (Tea cake), สคอน หรือ สโคน (Scones), บิสกิตหรือ แซนวิชชิ้นเล็กๆ สำหรับเมนู ‘Corner Cafe Magical Afternoon High Tea Set’ จะเริ่มเสิร์ฟให้ลูกค้าช่วงเวลา 15.00-17.30 นาฬิกา (Hongkongfanclub, 2012)

ภาพที่ 14 ร้าน ‘Corner Café by coca-cola’

ที่มา : https://www.hongkongdisneyland.com (2018)

ภาพที่ 15 เมนู ‘Corner Café Magical Afternoon High Tea Set’

ที่มา : https://www.disneytouristblog.com (2016)

1.2 โซน Adventureland

เมื่อเดินตรงมาสุด Main Street แล้วเลี้ยวซ้ายจะเห็นป้าย Adventureland อย่างชัดเจน ซึ่งโซนนี้มีเครื่องเล่นให้เลือกมากมาย เช่น ล่องแพไปสู่บ้านต้นไม้ของทาร์ซาน, ชมบ้านต้นไม้ของทาร์ซาน, ล่องเรือจังเกิลริเวอร์ครูซไปกับกัปตันเรือผู้กล้าหาญ และลิกี้ ทิคกี้ส์ เต้นไปตามจังหวะของผืนป่าที่ออกมาจากเสาติกี้ “ลิกี้” นอกจากนี้โซนนี้ยังมีการแสดงทั้งแสง สี เสียงและเอฟเฟคที่พลาดไม่ได้ คือ Festival Of The Lion King ซึ่งการแสดงมีทั้งหมด 4 รอบ ได้แก่ช่วง 12.00, 14.00, 16.30 และ 18.30 นาฬิกา (Changtrixget, 2018)

ภาพที่ 16 โซน Adventureland

ที่มา : https://www.wonderfulpackage.com (2016)

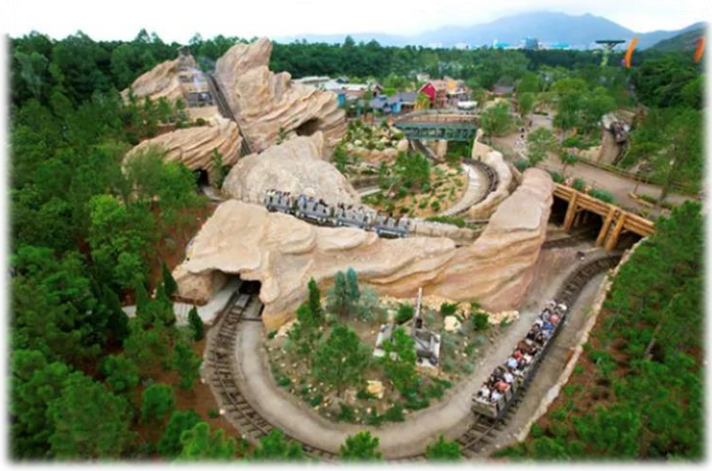
ภาพที่ 17 การแสดง Festival Of The Lion King

ที่มา : https://www.hongkongdisneyland.com (2019)

1.3 โซน Grizzly Gulch

เป็นโซนที่มีแค่แห่งเดียวในโลก สร้างขึ้นในปี 2012 เป็นเครื่องเล่นที่ห้ามพลาดเมื่อใครได้เดินทางมาที่ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ คือ บิ๊ก กริซลีย์ เมาท์เทน รันอะเวย์ ไมน์ คาร์ส (Big Grizzly Mountain Runaway Mine Cars) เครื่องเล่นที่หวาดเสียวที่สุดในแดนตะวันตก โดยผู้เล่นจะได้นั่งรถเหมืองพุ่งตัวไปตามความมืดของอุโมงค์

เพื่อตามหาทองคำ สำหรับเครื่องเล่นนี้ผู้เล่นต้องมีความสูง 112 เซนติเมตรขึ้นไป นอกจากนี้ยังมี ไกเซอร์ กัลซ์ โซนน้ำพุร้อนจำลองที่ให้บรรยากาศเหมือนเดินอยู่ท่ามกลางธรรมชาติ และมุมจำลองร้านตีเหล็ก และร้านขายของแห้งที่มีเครื่องปั๊มน้ำ ซึ่งเป็นโซนที่ยอดฮิตสำหรับเด็ก ๆ (Changtrixget, 2018)



ภาพที่ 18 โซน Grizzly Gulch

ที่มา : https://archinect.com (2019)

1.4 โซน Mystic point

เมื่อเดินเข้ามาจะพบคฤหาสน์ Mystic Manor เป็นพิพิธภัณฑ์สำหรับชุดของสะสมงานศิลปะ วัตถุโบราณที่รวบรวมมาได้โดยสมาชิกทีมของลอร์ดเอนรี่สมาคมนักสำรวจและนักผจญภัย (S.E.A) และเจ้าลิงน้อยที่ถูกตั้งโชว์เป็นจุดเด่นท้าทายให้ผู้คนเข้ามาเยี่ยมชม ถือเป็นโซนไฮไลท์โซนหนึ่ง เพราะมีแค่ที่เดียวในโลกเท่านั้น เปิดตั้งแต่ปี 2013 ซึ่งทางเข้าคฤหาสน์เขียนว่า Mystric Manor และจะได้นั่งรถ The Mystic Magneto-Electric Carriage เพื่อชมของสะสมของลอร์ดเฮนรี่ มิสทิค โดยมีเจ้าลิงน้อย Albert เป็นคนพาเข้าสู่โลกการผจญภัย เพราะ Albert ดันไปเปิด Music Box ลึกลับที่ท่านลอร์ดกำชับว่าห้ามยุ่ง ซึ่งงานนี้มีทั้งแสง สี เสียงและเอฟเฟค ที่ทำให้นักท่องเที่ยวตื่นตาตื่นใจ ถัดมาระหว่างทางเดิน ผู้คนจะสังเกตเห็นแผ่นป้ายมากมาย ซึ่งมีกงล้อสีทองตั้งอยู่ตรงกลาง มุมนี้ เรียกว่า การ์เด้น ออฟ วันเดอร์ (Garden of Wonder) เป็นสวนหย่อมที่เต็มไปด้วยวัตถุโบราณที่สร้างจากภาพลวงตา 3 มิติ และวิธีการดูแต่ละแผ่นป้ายจะมีวิธีการสอนอยู่ข้างทาง

ภาพที่ 19 โซน Mystic point

ที่มา : https://sistacafe.com (2018)

ภาพที่ 20 Garden of Wonders

ที่มา : https://www.hongkongdisneyland.com (2019)

1.5 โซน Toy Story Land

โซนนี้จะโซนจำลองสวนหลังบ้านของ Andy เมื่อเดินเข้ามาจะรู้สึกว่าโดนย่อส่วน เนื่องจากสิ่งรอบๆถูกสร้างให้ใหญ่ ทั้งปากกา ดินสอ และของเล่นต่างๆ โซนนี้ถูกสร้างขึ้นปี 2011 ถือว่าเป็น Toy Story Land ที่แรกของดิสนีย์แลนด์ในเอเชีย ของเล่นๆต่างเป็นที่คุ้นเคยจากในการ์ตูน เช่น ทอย โซลเจอร์ พาราชู้ต ดรอป (Toy Soldier Parachute Drop) เป็นเครื่องเล่นที่ทิ้งตัวจากท้องฟ้าในการฝึกกระโดดร่มผู้เล่นต้องสูง 81 เซนติเมตร ขึ้นไป ถัดมาเป็น สลิงกี้ ด็อก สปิน (SLINKY DOG SPIN) และอีกเครื่องที่ไม่ควรพลาด คือ อาร์ซี เรสเซอร์ (RC Racer) เป็นรถคันโปรดของ Andy ทุกคนจะได้นั่งอาร์ซีเพื่อจำลองการแข่งรถที่มีความสูงถึง 27 เมตร ผู้เล่นต้องสูง120 เซนติเมตรขึ้นไป (Changtrixget, 2018)

ภาพที่ 21 Toy Story Land

ที่มา : https://disneyparks.disney.go.com (2011)

1.6 โซน Fantasyland

โซนนี้เรียกได้ว่าเป็นโซนขวัญใจเด็กๆ เพราะเครื่องเล่นต่างๆได้ถูกสร้างมาให้มีรูปลักษณ์น่ารัก สดใสเด็กเข้าถึงง่าย เช่น Winnie the Pooh, Mickey Mouse, Minnie Mouse, Dumbo และอีกมากมาย โซนนี้จะมีเครื่องเล่นและกิจกรรมให้ทำเยอะที่สุดใน 7 โซนของฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ ได้แก่ มิกกี้ ฟิลาร์เมจิก, ป่าเทพนิยายสวนที่สร้างขึ้นจากหนังสือนิทาน, ช้างบินดัมโบ้ตัวน้อย, นั่งช้างดัมโบ้โบยบินทะยานขึ้นฟ้า, ม้าหมุนซินเดอ เรลล่า, ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ เรลโร้ด-สถานีแฟนตาซีแลนด์, แฟนตาซีการ์เด้นส์ สวนที่ได้รับแรงบันดาลใจมาจาก Fantasia (1940), แมด แฮตเทอร์ ที คัพส์ นั่งในถ้วยชาหมุนเหวี่ยงตามจังหวะเสียงดนตรี, มิกกี้กับหนังสือนิทานวิเศษ (Mickey and the Wondrous Book) , การผจญภัยของวินนี่ เดอะ พูห์ เดินทางไปในหนังสือนิทานท่องผ่านป่าร้อยเอเคอร์ในโถน้ำผึ้งขนาดยักษ์ และ อิทส์ อะ สมอล เวิลด์ นั่งเรือท่องไปทั่วโลก ชมความสวยงาม วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศ (Changtrixget, 2018)

ภาพที่ 22 Fantasyland

ที่มา : https://www.hongkongdisneyland.com (2019)

1.7 โซน tomorrowland

เป็นโซนสุดซ้ายแห่งสวนสนุกฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ เป็นเมืองแห่งอนาคตที่รวบรวมเหล่าวิทยาการ และเทคโนโลยีล้ำหน้าเอาไว้มากมาย ในโซนนี้ก็มีเครื่องเล่นน่าสนใจที่เป็นไฮไลท์หลายเครื่องไม่ว่าจะเป็น ไฮเปอร์สเปซเมาท์เทน (Hyperspace Mountain), กองบัญชาการ สตาร์ วอร์ส (STAR WARS™ Command Post) พบกับฮีโร่สุดยิ่งใหญ่แห่งตำนานการผจญภัยสตาร์ วอร์ส, ออร์บิทรอน (Orbitron) บังคับจานบินเหนือน่านฟ้า Tomorrow land, การฝึกของเจได : ไทรอัล ออฟ เดอะ เทมเปิล (Jedi Training) ชมการฝึกของมือใหม่ในวิถีของ The Force เพื่อปราบ The Dark Side, Iron Man Experience ทะยานขึ้นเหนือเมืองฮ่องกงกับไอรอนแมนเพื่อต่อสู้กับไฮดร้า และ Iron Man Tech Showcase กระทบไหล่และถ่ายภาพกับไอรอนแมนตัวเป็นๆ สำหรับเครื่องเล่นที่ถือว่าห้ามพลาด คือ Iron Man Experience เครื่องเล่นที่มาในธีมมาร์เวลเครื่องแรกของฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ ที่จำลองศูนย์บัญชาการของ Stark industries เอาไว้ ระหว่างทางที่เดินเข้าไป ก็จะได้ชมภาพเทคโนโลยีสุดไฮเทคมากมาย เมื่อเดินสุดทางเราก็จะได้เข้าไปนั่งในยานเพื่อสู้รบแบบ 3 มิติกลางเกาะฮ่องกงไปกับไอรอนแมน (Changtrixget, 2018)

ภาพที่ 23 โซน tomorrowland

ที่มา : https://disneyparks.disney.go.com (2015)

นอกจากนี้ฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ยังมีโรงแรมหลายระดับสำหรับนักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้ตามงบประมาณและความพึงพอใจของตน เช่น **“Disneyland Hotel”** เป็นโรงแรมหรูระดับ 5 ดาว โรงแรมในฝันของเด็กๆ และผู้ใหญ่ที่อยากจะสัมผัสโลกแห่งจินตนาการ และยังได้พบปะกับเหล่าการ์ตูน โรงแรมนี้ตั้งอยู่ริมชายหาดทะเลจีนใต้ท่ามกลางสวนขนาดใหญ่ มีทั้งหมด 400 ห้องอยู่ในอาคาร 6 ชั้น พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวก และบริการมากมาย อาทิเช่น ห้องอาหาร, สปา, สนามเทนนิส, สระว่ายน้ำ 2 สระ และสวนวงกตมิกกี้เมซ ต่อมาโรงแรม **“Disney’s Hollywood Hotel”** เป็นรีสอร์ทสไตล์ Art Deco ที่เพิ่มความโดดเด่นด้วยดมนต์วิเศษของมิกกี้เมาส์ในทุกมุมที่

ชวนให้เคลิบเคลิ้มไปกับบรรยากาศความหรูหราในช่วงยุคทองของฮอลลีวู้ดอันน่าหลงใหลตั้งแต่ก้าวแรกที่เข้าสู่โรงแรมแห่งนี้ ห้องพักที่ Disney’s Hollywood นี้จะมีห้องพักทั้งหมด 3 ประเภท คือ Park View, Sea View และ Garden View แต่ละห้องสามารถพักได้สูงสุดถึง 4 ท่าน ห้องพักมีทั้งหมดประมาณ 600 ห้อง อยู่ในอาคารสูง 8 ชั้นรูปตัว U นอกจากบริการอาหารเช้าแล้ว ยังมีบุฟเฟต์อาหารกลางวัน และอาหารเย็น โดยแต่ละช่วงเวลา ก็จะมีรายการอาหารพิเศษแตกต่างกันไป (Hongkongfanclub, 2011) และโรงแรม **“Disney Explorers Lodge”** เป็นโรงแรมใหม่ล่าสุดของฮ่องกงดิสนีย์แลนด์ เปิดตัวในปี 2017 ตั้งอยู่ระหว่าง Hong Kong Disneyland Hotel และ Disney’s Hollywood Hotel ที่มาของ Disney Explorers Lodge ก็คือเกิดจากนักเดินทาง กลุ่มหนึ่งได้ออกเดินทางผจญภัยไปในดินแดนต่าง ๆ และได้สะสมของที่ระลึกต่างๆ และนำมาไว้ในโรงแรมแห่งนี้ ทั้ง 3 โรงแรมมีรถรับส่งเชื่อมถึงกันทุกโรงแรม ซึ่งป้ายสุดท้ายจะไปจอดที่หน้าทางเข้า สวนสนุก Hong Kong Disneyland และรถไฟใต้ดินสถานี Sunny Bay สามารถเดินทางเข้าเมืองได้ที่สถานีนี้ ราคาของโรงแรม Hong Kong Disneyland Hotel ราคาประมาณ 9,000 บาท, Disney Explorers Lodge ราคาเริ่มต้นที่ 7,000 บาท และ Disney’s Hollywood Hotel ราคาเริ่มต้นที่ 5,000 บาท (Hongkongfanclub, 2017)

ภาพที่ 24 Disneyland Hotel

ที่มา : https://www.hotelscombined.com.au (2019)

ภาพที่ 25 Disney's Hollywood Hotel

ที่มา : https://www.hotelscombined.com (2019)

ภาพที่ 26 Disney Explorers Lodge

ที่มา : https://www.hongkongdisneyland.com (2019)

2) ยูนิเวอร์แซล สตูดิโอ (Universal Studio)

สวนสนุกยูนิเวอร์แซล สตูดิโอตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ เป็นสวนสนุกระดับโลกที่สร้างขึ้นโดยบริษัทเอ็นบีซียูนิเวอร์แซล และยูนิเวอร์แซลพิกเจอส์ หนึ่งในหกสตูดิโอผู้ผลิตภาพยนตร์รายใหญ่ของสหรัฐอเมริกา ซึ่งภายในสวนสนุกนั้นได้มีการนำภาพยนตร์ชื่อดังมากมายของสตูดิโอมาดัดแปลงเป็นธีมต่าง ๆ ตามเนื้อเรื่องเพื่อมอบความสนุกและความบันเทิงให้กับผู้เข้าชม ปัจจุบันสวนสนุกของยูนิเวอร์แซล สตูดิโอ มีทั้งหมด 4 แห่งทั่วโลก คือที่รัฐแคลิฟอร์เนียและรัฐฟลอริด้า ประเทศสหรัฐอเมริกา ที่เมืองโอซาก้า ประเทศญี่ปุ่น และประเทศสิงคโปร์ โดยตั้งอยู่บนเกาะเซนโตซ่า เกาะแห่งความบันเทิงที่มีชื่อเสียงในบริเวณตอนใต้ของประเทศ ซึ่งเปิดให้เข้าชม อย่างเป็นทางการในปี 2010 ภายในสวนสนุกแห่งนี้ประกอบไปด้วยเครื่องเล่นหลัก 24 ชิ้น และพื้นที่หลัก 7 โซน คือโซน Hollywood, New York, Sci fi City, Ancient Egypt, The Lost World, Far Far Away, Madagascar โดยแต่ละโซนจะมีเครื่องเล่นและบรรยากาศที่เข้ากับธีมของโซนนั้น ๆ โดยอ้างอิงจากภาพยนตร์ชื่อดังเรื่องต่าง ๆ ในเครือยูนิเวอร์แซลพิกเจอร์ เช่น Shrek, Madagascar, Jurassic Park และ Transformer โดยอาจมีการจัด ธีมพิเศษแตกต่างออกไปตามช่วงเวลาหรือเทศกาลต่าง ๆ ในขณะนั้น

ภาพที่ 27 ยูนิเวอร์แซล สตูดิโอ

ที่มา : https://www.overseasattractions.com (2019)

2.1) โซนฮอลลีวูด (Hollywood)

เป็นโซนแรกที่ต้องเดินผ่านเข้าไปในสวนสนุกยูนิเวอร์เซล สตูดิโอโดยสองข้าง ทางนั้น จะมีทั้งร้านขายของที่ระลึกของฝากและสินค้าต่างๆของสวนสนุก อีกทั้งร้านกาแฟที่มีการตกแต่งร้านอย่างสวยงาม

ภาพที่ 28 โซนฮอลลีวูด

ที่มา : https://www.overseasattractions.com (2019)

2.2) โซนนิวยอร์ค (New York)

เป็นโซนการตกแต่งให้เหมือนว่ากำลังอยู่ในเมืองนิวยอร์ค ให้ความรู้สึกว่ากำลังอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งร้านค้าต่างๆประกอบไปด้วยป้ายไฟนีออน เพื่อสื่อถึงชีวิตยามครึกครื้นในช่วงกลางคืน

ภาพที่ 29 โซนนิวยอร์ค

ที่มา : https://www.overseasattractions.com (2019)

2.3) โซนแห่งอนาคต Sci-Fi City

โซนนี้ถูกสร้างให้ดูทันสมัย ให้ราวกับว่ากำลังอยู่ในเมืองแห่งอนาคต รวมถึงเครื่องเล่นต่างๆจะเป็นแนวเครื่องเล่นผจญภัย หรือ เป็นเครื่องเล่นหวาดเสียว เครื่องเล่นยอดฮิตของโซนนี้ คือ “ Tranformers The Ride” เป็นเครื่องเล่น 3D โดยจะมีแว่นให้ใส่ก่อนเริ่มเล่น โดยตัวผู้เล่นจะสวมบทบาทเป็นออฟติมัส ทำให้ผู้เล่นรู้สึกเหมือนกำลังต่อสู้กับหุ่นยนต์ในหนัง นอกจากนี้ยังมีเครื่องเบ่นที่ชื่อว่า **“Accelerator”** ยานหมุน

อวกาศที่จะหมุนด้วยความเร็วสูงทั้งหมุนรอบตัว และหมุนไปในวงกว้าง อีกทั้งเครื่องเล่นรถไฟเหาะสุดหวาดเสียวมีชื่อว่า **“Battlestar. Galactica”** ซึ่งมีขนาดความสูงเท่าตึก 14 ชั้น

ภาพที่ 30 โซนแห่งอนาคต Sci-Fi City

ที่มา : https://www.producers-group.com (2019)

2.4) โซนเมืองอียิปต์โบราณ (Ancient Egypt)

เป็นโซนที่ทำให้ผู้เข้าชมเหมือนได้ร่วมผจญภัยค้นหาสมบัติในดินแดนอียิปต์โบราณ ซึ่งจะได้พบกับสุสานฟาโรห์ต้องคำสาป เครื่องเล่นที่ต้องลองคือ **Revenge of the Mummy** รถไฟเหาะที่จะพาผู้เล่นท่องเข้าไปในดินแดนนักรบมัมมี่ต้องหลบหลีกลูกบอลไฟที่จะลอยเข้ามา และยังมีฝูงแมลงปีกเข็งที่ไล่ล่าเราเหมือนในเรื่องมัมมี่อีกด้วย อีกเครื่องเล่นนึงที่น่าสนใจ คือ ตามล่าหาสมบัติ หรือ **Treasure Hunters** เป็นการขับรถจีปเข้าไปในเมืองโบราณเพื่อค้นหาสมบัตรที่ซ่อนอยู่

ภาพที่ 31 โซนเมืองอียิปต์โบราณ

ที่มา : https://www.overseasattractions.com (2019)

2.5) The Lost World

หรือเรียกอีกชื่อว่า โลกที่หายสาบสูญ เป็นโซนแห่งการผจญภัยไปในยุคไดโนเสาร์ (Jurassic Park) และวอเตอร์เวิลด์ (WaterWorld) โดยมีเครื่องเล่นทั้งหมด 4 อย่างได้แก่ ปีนหน้าผาหิน **Amber Rock Climb** ซึ่งที่หน้าผานั้นจะเป็นโครงกระดูกไดโนเสาร์ให้ผู้เล่นเกาะ และไต่ขึ้นเรื่อยๆ ต่อมาคือเครื่องเล่น **Canopy Flyer** หรือ เครื่องร่อนไดโนเสาร์นกยักษ์ เมื่อมองลงมจากด้านบนจะรู้สึกเหมือนกำลังบินอยู่ ต่อมาคือเครื่องเล่น **Dino-**

Soarin เป็นเครื่องเล่นสำหรับเด็กที่จะได้ขึ้นไปขี่นกยักษ์ และบินไปรอบๆ เครื่องเล่นถัดมาคือ **Jurassic Park Rapids Adventure** หรือ ล่องแก่งไปในพื้นที่เพาะพันธุ์ไดโนเสาร์ ข้อแนะนำคือควรพกเสื้อกันฝนคลุมก่อนเล่น เพราะมีสิทธิ์เปียกน้ำสูง และเครื่องเล่นสุดท้ายคือ **WaterWorld** เป็นการแสดงของสตั๊นแมน มีทั้งกระโดดหลบระเบิด ขี่เจ็ทสกีในน้ำ หรือฉากต่างๆที่มีการใช้เอฟเฟคพิเศษเหมือนในหนัง

ภาพที่ 32 The Lost World

ที่มา : https://www.themeparkinsider.com (2011)

2.6) โซน Far Far Away

คือโซนดินแดนแห่งเชร็ค เป็นดินแดนที่จะได้พบกับเหล่าตัวการ์ตูนในภาพยนตร์อนิเมชั่นเรื่อง ‘เชร็ค’ โดยมีเจ้ายักษ์เขียวเชร็ค, เจ้าหญิงฟิโอน่า และเจ้าลาดองกี้เพื่อนซี้ ซึ่งมีทั้งการ์ตูน 4 มิติ เช่น **Shrek 4-D Adventure**, **Donkey Live** หรือ คอนเสิร์ตเล็กเจ้าลาดองกี้, **Magic Potion Spin** คือ ชิงช้า ซึ่งเป็น ที่ชื่นชอบของเหล่าเด็กๆ และไฮไลท์โซนนี้ก็คือ **Puss In Boots’ Giant Journey** เป็น เครื่องเล่นใหม่ล่าสุด ที่จะพาไปผจญต้านแรงโน้มถ่วงกลางอากาศบนยอดต้นถั่วยักษ์เพื่อตามหาห่านที่ออกไข่เป็นทองคำอันล้ำค่ากับเจ้าแมวเหมียว Puss และ Kitty

ภาพที่ 33 โซน Far Far Away

ที่มา : https://www.flickr.com (2010)

2.7) โซน Madagascar

เป็นโซนที่ผู้เข้าชมจะได้พบกับเหล่าตัวการ์ตูนสัตว์ป่าน้อยใหญ่แห่งมาดาสาร์ การ์ตูนยอดฮิตที่ของใครหลายๆคน โดยมีตัวการ์ตูนหลักทั้ง 4 มาคอยต้อนรับ เช่น Join Alex, Marty, Melman และ Gloria เครื่องเล่นที่พลาดไม่ได้ของโซนนี้คือ **Madagascar: A Crate Adventure** ล่องเรือเดินไปในเกาะมาดากัสการ์ ซึ่งจะได้พบสัตว์ต่าง ๆ ที่จะสร้างรอยยิ้ม และเสียงหัวเราะให้กับเด็ก ๆ

ภาพที่ 34 โซน Madagascar

ที่มา : http://cavinteo.blogspot.com (2011)

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ในประเทศเวียดนาม

ปริยนันท์ ศิลาศิริโชติ และ จุรีพร จันทร์พาณิชย์ (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาประเทศลาว และ เวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศลาว และ เวียดนาม ของนักท่องเที่ยวไทย 2) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยแรงจูงใจนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวประเทศลาว และเวียดนาม ตามลักษณะทางประชากร 3) เพื่อศึกษาปัญหา และ อุปสรรคในการท่องเที่ยวประเทศลาว และเวียดนามของนักท่องเที่ยว ชาวไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ 3-7 วัน รองลงมาได้แก่ จำนวนวันเฉลี่ย น้อยกว่า 3 วัน มีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 5,000-10,000 บาท นิยมเดินทางไปกับคณะศึกษาดูงานมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์ในการไปพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด 2) ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวประเทศลาว และ เวียดนามของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า

ด้านประชาสัมพันธ์มีระดับความสำคัญในการจูงใจมากที่สุดซึ่งการศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการท่องเที่ยวพบว่า แหล่งท่องเที่ยวในบางพื้นที่เดินทางลำบาก และใช้เวลานาน เนื่องจากถนนที่ยังไม่เอื้อต่อการเดินทางส่งผลให้การเข้าถึงถึงแหล่งท่องเที่ยวไม่สะดวก อีกทั้งขาดสิ่งอำนวยความสะดวก และ ราคาสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งมีราคาสูง

สุวพล พลอยศรีธรรมชาติ (2561) ได้ทำการศึกษาเรื่อง “ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองดานัง” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของเวียดนามที่มีส่วนในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเมืองดานัง และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษานโยบายการท่องเที่ยวของประเทศเวียดนามมีส่วนในการสนับสนุนการท่องเที่ยวในเมืองดานัง โดยนโยบายที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เน้นให้ความสำคัญด้านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีความทันสมัย และพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว โดยใช้นโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นหลักเพื่อกระตุ้นให้นักลงทุนเข้ามาลงทุนธุรกิจในเมืองดานัง โดยเฉพาะภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ส่งผลให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นภาคเศรษฐกิจหลักที่ขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยรวมอย่างยั่งยืน ส่งผลให้เมืองดานังมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยว และ มีตัวเลือกในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเลือกเป็นจำนวนมาก มีการบูรณาการ การทำงานร่วมกันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ โดยนโยบายต่าง ๆ จะให้ความสำคัญในการเร่งพัฒนาเชิงพื้นที่การพัฒนาสินค้า และบริการใหม่ๆ ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ เพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาปัจจัยด้านอื่น ๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน เส้นทางคมนาคม และการประชาสัมพันธ์ เพื่อทำให้เกิดการขยายตัวของการท่องเที่ยวในดานัง

Aliman et al. (2016) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทาง : ศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังเกาะลังกาวี (Langkawi Island) ประเทศมาเลเซีย เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังเกาะลังกาวี จากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 500 คนในลังกาวี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการเยี่ยมชมเกาะ เนื่องมีธรรมชาติที่สวยงาม มีการขนส่งสาธารณะที่ดี มีความ น่าเชื่อถือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและบริการด้านการท่องเที่ยว จากการที่ผู้ประกอบการหลาย ๆ รายได้ปรับปรุงที่พักและสภาพแวดล้อมโดยรอบอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งสามารถทำให้นักท่องเที่ยวจำนวนมากมีความ ตั้งใจที่จะกลับมาเยือนเกาะลังกาวีอีกครั้ง ดังนั้นกล่าวได้ว่าเกาะลังกาวีจัดอยู่ในตำแหน่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ทางด้านธรรมชาติที่ดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง มีการควบคุมราคาด้านสินค้าและบริการให้เหมาะสม กิจกรรมบริการเสริมจากแหล่งท่องเที่ยว แพคเกจทัวร์ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย

Bagri (2015) ได้ทำการศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อจิยูจินารายา น (TRIJUGINA RAYAN) ประเทศอินเดีย ศึกษาจากเครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญและผลการดำเนินงาน (Importance performance analysis : IPA) วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาวัดความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อคุณลักษณะจุดหมายปลายทาง ณ จิยูนารายาน (TRIJUGINARAYAN) ซึ่งเป็น ที่รู้จักว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยว ทางศาสนา หรือความเชื่อต่างๆ และ แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการผจญภัย โดยที่ตั้งอยู่ใน รัฐอุตตราขัณฑ์ (Uttarakhand) ประเทศอินเดีย ตรวจสอบความสำคัญ และ ประสิทธิภาพของคุณลักษณะจุดหมายปลายทาง โดยรวมผลความพึงพอใจนักท่องเที่ยวนำมา วิเคราะห์ผลดังกล่าว จากเครื่องมือการวิเคราะห์ความสำคัญ และ ผลการ ดำเนินงาน (Importance-performance analysis : IPA) ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อสภาพภูมิอากาศ และสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย และการต้อนรับที่ดีจากคนในท้องถิ่นหรือการรักษาความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนพื้นฐาน ในคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว สำหรับกำหนดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

Le and Vo (2017) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในนครดานัง ประเทศเวียดนามโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และเพื่อศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเมืองดานัง โดยผลการศึกษา สามารถสรุปได้ว่า จัดตั้งคณะกรรมการประสานงานเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ชายฝั่ง ทะเลในเขตศูนย์กลางภาคใต้ และรวบรวมทรัพยากร (งบประมาณ หรือ กลไกการลงทุน) เพื่อที่จะให้ การท่องเที่ยวนครดานังเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค ซึ่งจุดสำคัญคือการลงทุนในพื้นที่ การท่องเที่ยวเที่ยว 2 แห่ง อาทิเช่น บานาฮิลล์ และ Son Tra Peninsula นอกจากนี้ได้ออกกฎหมาย การท่องเที่ยวเพื่อปฏิรูประบบการท่องเที่ยว เพื่อลดความซับซ้อนในกระบวนการดูแลและการยกเลิก วีซ่าทั้งในสนามบิน และท่าเรือ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมากขึ้น อีกทั้งปรับปรุงความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม

บทที่ 3
วิธีการศึกษา

3.1 แหล่งที่มาของข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative) โดยการจัดเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินไปท่องเที่ยวที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามจำนวน 70 คน ด้วยการเก็บแบบสอบถามออนไลน์ใช้ Google Form และนำแบบฟอร์มโพสต์ในสื่อโซเชี่ยลมีเดียต่าง ๆ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามาตอบ

3.1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ใช้การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งภายนอก (External Source) คือ ข้อมูลจากอินเตอร์เน็ต ได้แก่ เว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยว และกิจกรรมให้กับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม https://th.readme.me https://travel.mthai.com https://www.tripadvisor.com https://banahills.sunworld.vn/en/ https://www.expatolife.com และ https://www.klook.com

3.2 วิธีการศึกษา

3.2.1 การศึกษาการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม เก็บข้อมูลเบื้องต้นที่เกี่ยวข้องกับรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวว่ามีแนวโน้มสำหรับการเปลี่ยนแปลงอย่างไร โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา อีกทั้งศึกษารายได้ของบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในช่วงปี 2013 – 2019 และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในช่วงปี 2012 – 2018

3.2.2 การศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม โดยเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และการตอบแบบสอบถามออนไลน์ทั้งหมด 70 คน แบ่งเป็นคนไทย 35 คน คนเกาหลีใต้ 35 คน นำมาศึกษาข้อมูลพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการมาท่องเที่ยว แบ่งได้ 2 ส่วน ได้แก่

1) ส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อายุ อาชีพ รายได้

2) ส่วนพฤติกรรม ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนันทนาการในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม วิธีการเดินทาง จำนวนครั้งที่เดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ช่องทางการหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจก่อนการ

เดินทาง ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ เพื่อนำมาวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และแสดงผลในรูปแบบของตารางเปรียบเทียบค่าความถี่ (Frequency) เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage)

3.2.3 การศึกษาข้อมูลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในด้านที่พัก ด้านการ คมนาคมขนส่ง ด้านอาหาร ด้านการให้บริการและประชาสัมพันธ์ ซึ่งเก็บข้อมูล ด้วยการทำแบบสอบถามออนไลน์ และ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยเชิงสถิติพรรณนา แสดงผลในรูปแบบของตารางเปรียบเทียบค่าความถี่ (Frequency) เพื่อหาค่าร้อยละ (Percentage)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

3.3.1 โปรแกรม Microsoft Excel

3.3.2 โปรแกรม Microsoft Word

3.3.3 แบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choices)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ทำให้เลือกเดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวเกาหลี เป็นคำถามแบบมีคำตอบให้เลือก (Multiple Choices)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยวบานาฮิลล์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี เป็นคำถามแบบมาตราส่วน (Rating Scale) โดยการให้คะแนนดังนี้

คะแนน 5 หมายถึง มากที่สุด

คะแนน 4 หมายถึง มาก

คะแนน 3 หมายถึง ปานกลาง

คะแนน 2 หมายถึง น้อย

คะแนน 1 หมายถึง น้อยที่สุด

จากนั้นนำมาวิเคราะห์โดยใช้เกณฑ์

คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 หมายถึง มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

3.4 เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูล

3.4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descript statistic)

1) แบบหาค่าร้อยละ (Percentage)

2) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงและแนวโน้ม (Growth rate)

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ในประเทศเวียดนาม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปี อีกทั้งเพื่อศึกษาแรงจูงใจ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาพบว่า

4.1 รายได้บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม (ในช่วงปี 2013-2019)

ในปี 2014 มีรายได้จากนักท่องเที่ยว 609 พันล้านด่อง (VND) มีอัตราการเติบโตร้อยละ 18.25 จากรายได้จากนักท่องเที่ยวของปีที่แล้ว 515 พันล้านด่อง (VND) เนื่องจากจำนวนผู้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่งผลให้รายได้เพิ่มขึ้นตามลำดับ ในปี 2015 รายได้ของบานาฮิลล์เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 1014 พันล้านด่อง (VND) และ ในปี 2016 มีรายได้จากนักท่องเที่ยว 1,491 พันล้านด่อง (VND) ซึ่งมีอัตราการเติบโตเทียบเท่าร้อยละ 66.50 และ ร้อยละ 47.04 ซึ่งเป็นผลมาจากรายได้จากการขนส่งกระเช้า บริการอื่น ๆ สำหรับเที่ยวชมสถานที่ ต่อมาบริษัทได้วางแผนเพื่อที่จะเปลี่ยนจากแบรนด์ ‘Ba Na Hills Moutain Resort’ มาเป็นชื่อแบรนด์ ‘Sun World Ba Na Hills’ อีกทั้งโครงการสร้างเคเบิลคาร์เพิ่มขึ้น 4 - 5 คัน โรงแรม ‘French Village’ และงานเสริมอื่น ๆ ได้สำเร็จลุล่วงในปี 2017 ส่งผลให้บานาฮิลล์มีรายได้จากนักท่องเที่ยว 1,930 พันล้านด่อง (VND) และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 29.44 เมื่อเทียบกับปี 2016 นอกจากนี้ทางบริษัท Sun World ได้มีโครงการสร้างสะพานลอยฟ้าโกลเด้น (Golden Bridge) เริ่มดำเนินในเดือนมิถุนายน ในปี 2018 ซึ่งส่งผลให้บานาฮิลล์กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งใน และต่างประเทศ ทำให้รายได้ไตรมาสที่ 2 ในปี 2018 และ 2019 มีรายได้จากนักท่องเที่ยวจำนวน 1,371 พันล้านด่อง (VND) และ 3,485 พันล้านด่อง (VND) เมื่อคิดเป็นอัตราการเติบโตของปี 2019 เพิ่มขึ้นร้อยละ 154.22

อย่างไรก็ตาม Sun World Ba Na Hills เป็นสถานที่ท่องเที่ยว และรีสอร์ทที่ครบวงจร มีความบันเทิง ตั้งอยู่ที่ระดับความสูง 1,487 เมตรเหนือระดับน้ำทะเล โดยรับการขนานนามว่า ‘สถานที่แห่งเทพนิยาย’ ทางตะวันตกของเมืองดานัง ปัจจุบันเนินเขามีรถกระเช้าทั้งหมด 5 คัน ซึ่งมีความจุรวมเกือบ 7,000 คนต่อชั่วโมง ปัจจุบันบานาเคเบิลคาร์มีโครงการสำคัญสองโครงการ ที่ดำเนินการคือโครงการปราสาทบานา โดยมีการลงทุนจำนวนทั้งหมด 3,737 พันล้านด่อง (VND) จากปี 2010 และคาดว่าจะเสร็จในปี 2020

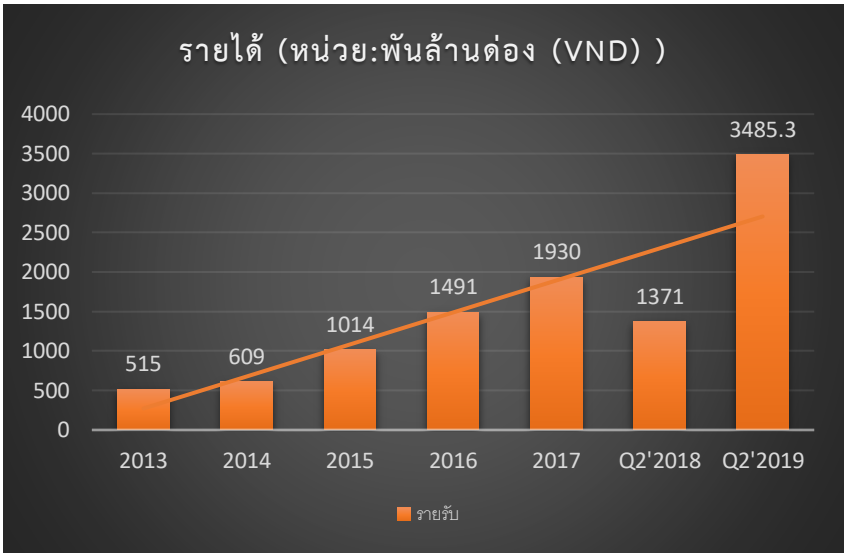
ภาพที่ 35 รถกระเช้าขนส่งที่บานาฮิลล์

ที่มา : https://nhandan.com.vn (2018)

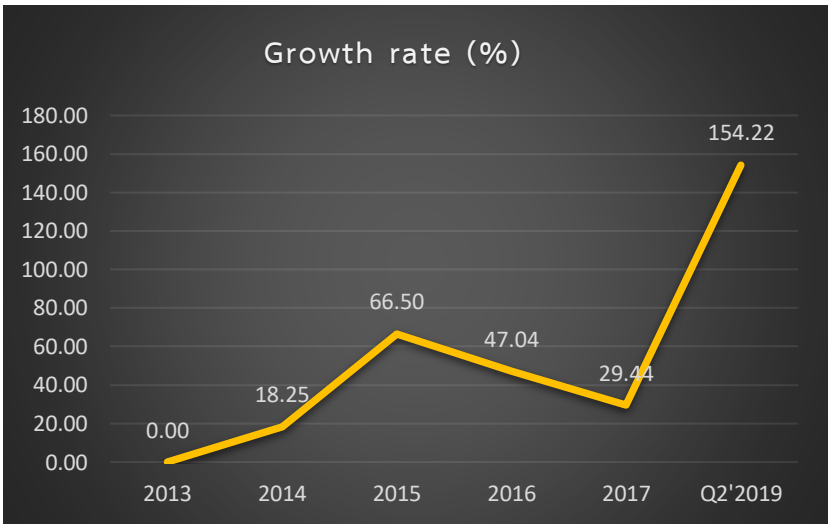
ปี	รายรับ (VND)	Growth rate (%)
2013	515 พันล้าน	
2014	609 พันล้าน	18.25
2015	1,014 พันล้าน	66.50
2016	1,491 พันล้าน	47.04
2017	1,930 พันล้าน	29.44
(ไตรมาสที่ 2) 2018	1,371 พันล้าน	
(ไตรมาสที่ 2) 2019	3,485.3 พันล้าน	154.22

ตารางที่ 1 รายได้ และ อัตราการเติบโตของบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ตั้งแต่ปี 2013 – 2019

ที่มา ผู้วิจัย (ดัดแปลงมาจาก) http://cafef.vn (2017), https://vietstock.vn (2017), https://bizlive.vn (2017), https://vnexpress.net (2018), https://vietnambiz.vn (2019)



ภาพที่ 36 แผนภาพรายได้บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2013 - 2019



ภาพที่ 37 แผนภาพอัตราการเติบของรายได้บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2013 – 2019

4.2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม (ในช่วง 2012-2018)

สำหรับการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมากขึ้นพื้นที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวบานาฮิลล์จะนำรถกระเช้าสายที่ 3 มาใช้เพื่อลดการใช้ไฟฟ้าเกินพิกัดปัจจุบัน โดยในปี 2013 บานาฮิลล์มีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 906,460 คน ซึ่งก่อนหน้านี้ในปี 2012 บานาฮิลล์มีจำนวนนักท่องเที่ยว 761,576 คน และมีอัตราการเติบโตร้อยละ 19.02 ต่อมาในปี 2014 บานาฮิลล์เข้าสู่จุดสูงสุดเมื่อมีนักท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ถึง 1,050,000 คน แสดงให้เห็นถึงการเติบโตของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ และมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 15.84 โดยในปี 2015 มีนักท่องเที่ยวมาเยือนบานาฮิลล์ถึง 1,500,000 เมื่อเทียบจากปี 2014 อัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.84 จากข้อมูลของบริษัท มีผู้เข้าเยี่ยมชมบานาฮิลล์เฉลี่ย 5,000 คนต่อวัน และในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวไปเยือนบานาฮิลล์เฉลี่ย 18,000 – 20,000 คนต่อวัน อีกทั้งในปี 2016 มีนักท่องเที่ยว 2,000,000 คน มีอัตราการเติบโตร้อยละ 33.33 เนื่องด้วยมีท่องเที่ยวที่มาเยือนบานาฮิลล์ถึง 2 ล้านคน ทางบริษัทจึงได้มอบของขวัญแด่ผู้มาเยี่ยมชมจำนวน 2,500 คน ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสพิเศษสำหรับผู้ที่มาเยี่ยมเยือนยังสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ นอกจากนี้บานาฮิลล์ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาได้กลายเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่น่าประทับใจส่งผลให้เมืองดานังในปี 2016 เป็นจุดเปลี่ยนสำหรับเมืองแห่งการท่องเที่ยวชั้นนำจาก ‘World Travel Awards’ ด้วยการดำเนินงาน 10 ปี และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้บานาฮิลล์ได้กลายเป็นหมายปลายทางที่คุ้นเคยสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นอย่างดี ด้วยคุณภาพของการบริการที่ได้ทั้งรับการตอบรับที่ดี และข้อเสนอต่าง ๆ ที่พร้อมนำไปปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เพื่อเพิ่มประสบการณ์แก่ผู้ที่มาเยี่ยมเยือน ซึ่งทางบานาฮิลล์ได้ต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมเยือนในปี 2017 ถึง 2,700,000 คน และมีอัตราการเติบโตจากปี 2016 คิดเป็นร้อยละ 35.00

ภาพที่ 38 การแสดงนิทรรศการในฤดูร้อน

ที่มา : https://nhandan.com.vn/ (2018)

อีกทั้งในช่วงหกเดือนแรกของปี 2018 มีผู้เยี่ยมเยือนที่บานาฮิลล์ประมาณ 1,700,000 คน ซึ่งจุดที่น่าสนใจในปีนี้คือสะพานลอยฟ้าโกลเด้น (Golden Bridge) สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เป็นการออกแบบที่ได้รับการประเมิณจากผู้เชี่ยวชาญที่โดดเด่นที่สุดในเวียดนาม ในอนาคตสะพานลอยฟ้าโกลเด้นจะเป็นเวทีแสดงแฟชั่นโชว์ศิลปะ ของศิลปินมีชื่อเสียงทั้งในประเทศ และต่างประเทศ

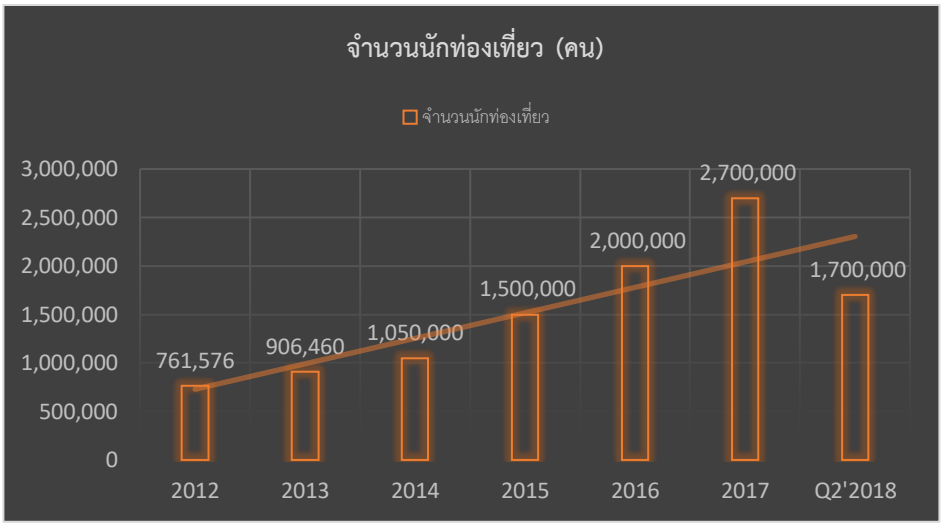
ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ในช่วงปี 2012 – 2018 (ไตรมาสที่ 2)

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	Growth rate (%)
2012	761,576	
2013	906,460	19.02
2014	1,050,000	15.84
2015	1,500,00	42.86
2016	2,000,000	33.33
2017	2,700,000	35.00
(ไตรมาสที่ 2) 2018	1,700,000	
ค่าเฉลี่ย (Average)	1,633,544	

ที่มา ผู้วิจัย (ดัดแปลงมาจาก) https://cafebiz.vn (2015), https://news.zing.vn (2016), https://nhandan.com.vn (2018), http://kinhtedothi.vn (2018)

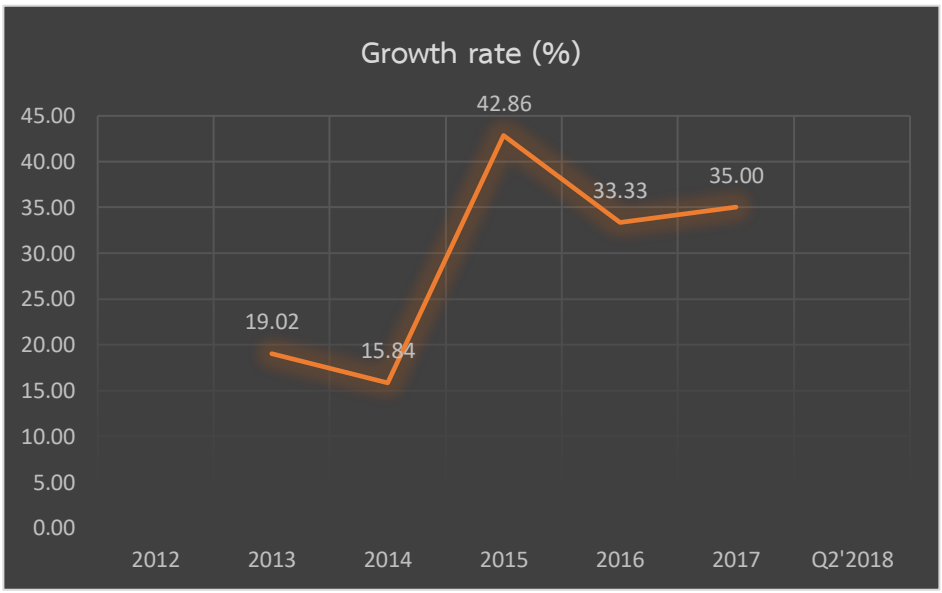
ภาพที่ 39 นักท่องเที่ยวที่บานาฮิลล์

ที่มา : https://www.vir.com.vn (2019)



ภาพที่ 40 แผนภาพจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

ในช่วงปี 2012 – 2018 (ไตรมาสที่ 2)



ภาพที่ 41 แผนภาพอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปี 2012 – 2018 (ไตรมาสที่ 2)

4.3 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

ภาพรวมข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีช่วงอายุระหว่าง 20 – 37 ปี และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา ทำธุรกิจส่วนตัว และพนักงานบริษัท ตามลำดับ โดยรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท และรายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท อีกทั้งในส่วนข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม โดยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20 – 37 ปี และประกอบอาชีพนักเรียนนักศึกษา พนักงานบริษัท ซึ่งมีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 1,700,000 วอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.3.1 เพศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์จำนวน 35 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 31 คน คิดเป็นร้อยละ 88.6 และเพศชาย 4 คน คิดเป็นร้อยละ 11.4 รายละเอียดดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	4	11.4
หญิง	31	88.6
รวม	35	100

4.3.2 เพศของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์จำนวน 35 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 65.7 เพศชายมีจำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รายละเอียดดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	12	34.3
หญิง	23	65.7
รวม	35	100

4.3.3 อายุของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 35 คน ส่วนใหญ่มีอายุ 20 – 37 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมามีอายุ 38 – 52 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และอายุต่ำกว่า 20 ปี 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 รายละเอียดดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	1	2.9
20 – 37 ปี	28	80
38 – 52 ปี	6	17.1
รวม	35	100

4.3.4 อายุของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จำนวน 35 คน ส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 – 37 ปี จำนวน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมามีอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 และอายุระหว่าง 38 – 52 ปี มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 รายละเอียดดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	8	22.9
20 – 37 ปี	25	71.43
38 – 52 ปี	2	5.7
รวม	35	100

4.3.5 อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 35 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 54.3 รองลงมาคือ ทำธุรกิจส่วนตัวจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ต่อมาคือ พนักงานบริษัทจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.6 รับจ้างทั่วไป 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.85 และนักศึกษาจบใหม่ 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.85 รายละเอียดดังตารางที่ 7

ตารางที่ 7 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	19	54.3
ทำธุรกิจส่วนตัว	6	17.1
พนักงานบริษัท	5	14.3
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	8.6
รับจ้างทั่วไป	1	2.85
นักศึกษาจบใหม่	1	2.85
รวม	35	100

4.3.6 อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จำนวน 35 คน ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพนักเรียน/นักศึกษา และพนักงานบริษัท มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 รองลงมาประกอบอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 22.86 และรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 รายละเอียดดังตารางที่ 8

ตารางที่ 8 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	12	34.3
ทำธุรกิจส่วนตัว	8	22.86
พนักงานบริษัท	12	34.3
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	3	8.57
รับจ้างทั่วไป	0	0
รวม	35	100

4.3.7 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 35 คน ส่วนใหญ่มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 45.7 รองลงมารายได้ระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 28.6 มีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 ต่อมามีรายได้ระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และมีรายได้ระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 รายละเอียดดังตารางที่ 9

ตารางที่ 9 แสดงรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	16	45.7
10,000 – 20,000 บาท	10	28.6
มากกว่า 40,000 บาท	6	17.1
20,000 – 30,000 บาท	2	5.7
30,000 – 40,000 บาท	1	2.9
รวม	35	100

4.3.8 รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามจำนวน 35 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 1.7 ล้านวอน มีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 34.3 ถัดมามีรายได้น้อยกว่า 380,000 วอน และมีรายได้อยู่ระหว่าง 380,000 – 760,000 วอน มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และลำดับสุดท้ายคือ มีรายได้อยู่ระหว่าง 760,000 – 1,140,000 วอน คิดเป็นร้อยละ 14.3 รายละเอียดดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 1.7 ล้านวอน	12	34.3
1.8 ล้าน – 1.9 ล้านวอน	9	25.7
2 ล้าน – 3 ล้านวอน	5	14.3
3 ล้าน – 4 ล้านวอน	4	11.43
มากกว่า 5 ล้านวอน	5	14.3
รวม	35	100

4.4 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเกาหลีใต้ที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

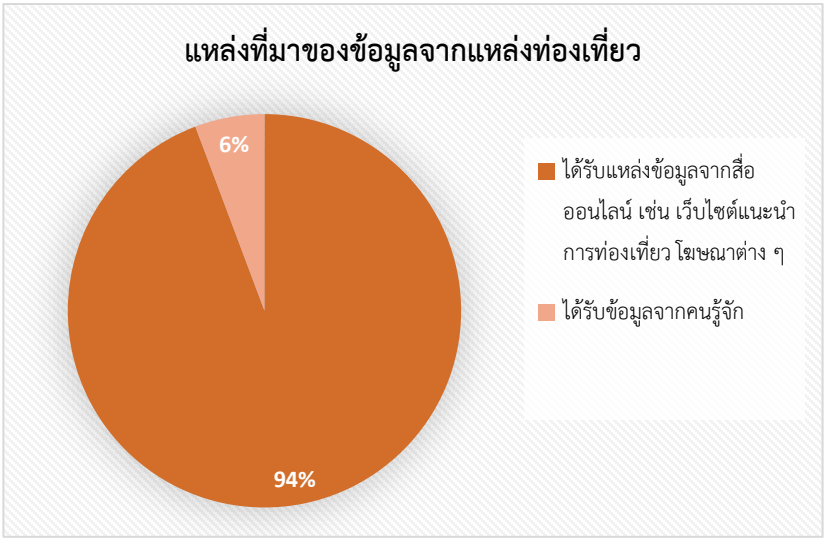
4.4.1 แหล่งที่มาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์จำนวน 35 คน มีผู้ตอบว่าเดินทางไปท่องเที่ยวซึ่งได้รับแหล่งข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยว โฆษณาต่าง ๆ มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 80 อันดับสอง คือ ได้รับข้อมูลจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 14 อันดับสาม คือ ได้ทราบจากหัวข้อ หรือ เรื่องที่เกี่ยวกับการเรียน และ ไกด์นำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 3 รายละเอียดดังภาพที่ 42

ภาพที่ 42 แผนภูมิแหล่งที่มาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

4.4.2 แหล่งที่มาที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ได้รับข้อมูลบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

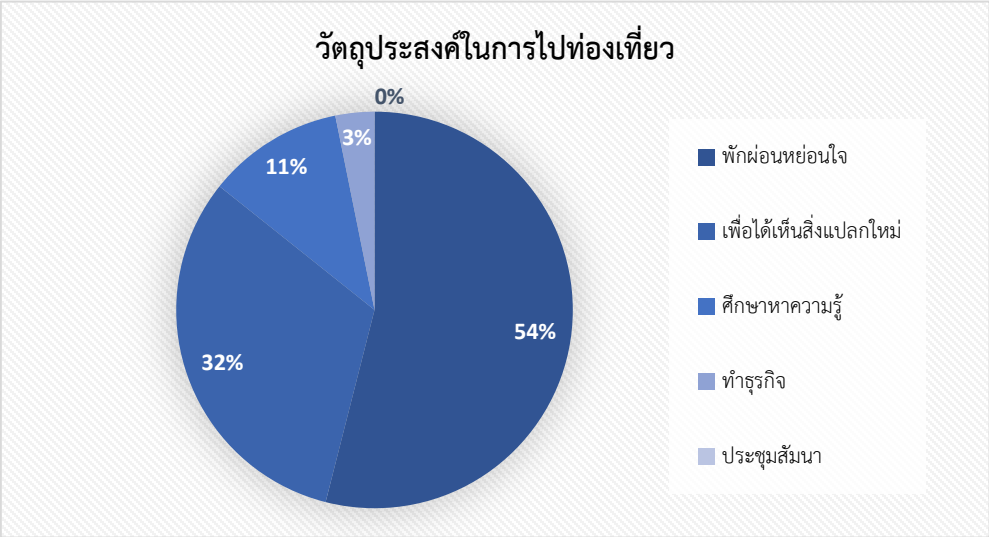
จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามจำนวน 35 คน มีผู้ตอบว่าเดินทางไปท่องเที่ยวซึ่งได้รับแหล่งข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยว โฆษณาต่าง ๆ มากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 94 และอันดับถัดมาคือ ได้รับข้อมูลจากคนรู้จัก คิดเป็นร้อยละ 6 รายละเอียดดังภาพที่ 43



ภาพที่ 43 แผนภูมิแหล่งที่มาที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ได้รับข้อมูลบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

4.4.3 วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

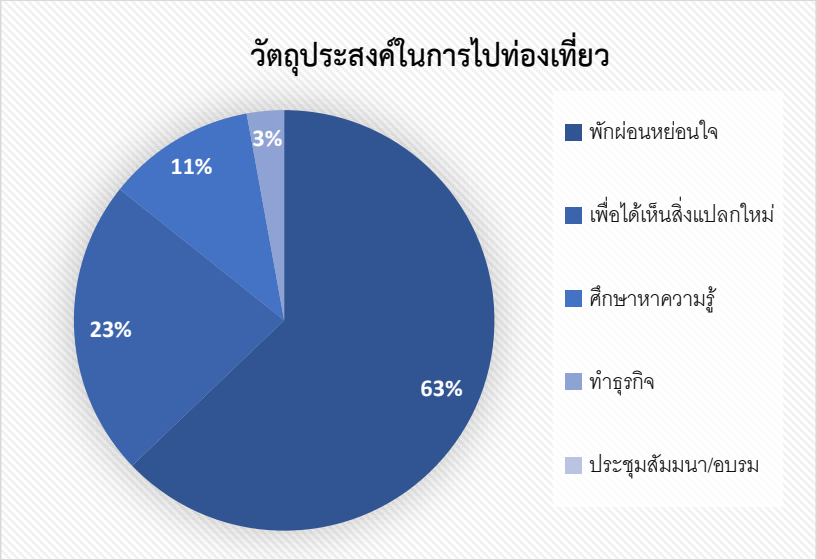
จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 35 คน มีผู้ตอบว่าเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 54 อันดับสองคือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 32 วัตถุประสงค์ถัดมาคือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่เป็นอันดับสาม คิดเป็นร้อยละ 11 อันดับที่สี่ คือ เพื่อทำธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3 รายละเอียดดังแผนภาพที่ 44



ภาพที่ 44 แผนภูมิวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามของชาวไทย

4.4.4 วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จำนวน 35 คน มีผู้เดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามเพื่อพักผ่อนหย่อนใจมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 63 อันดับสองคือ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่ คิดเป็นร้อยละ 23 อันดับถัดมาคือ เพื่อศึกษาหาความรู้ คิดเป็นร้อยละ 11 และวัตถุประสงค์อันดับสุดท้ายคือ เพื่อทำธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 3 รายละเอียดดังแผนภาพที่ 45



ภาพที่ 45 แผนภูมิวัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามของชาวเกาหลีใต้

4.4.5 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ (เฉลี่ยต่อคน) ของชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 35 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม น้อยกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 51.4 รองลงมาคือ ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 ต่อมามีค่าใช้จ่ายระหว่าง 20,000 – 30,000 บาท มีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และมีค่าใช้จ่ายอยู่ในระหว่าง 30,000 – 40,000 บาท มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 รายละเอียดดังตารางที่ 11

ตารางที่ 11 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ (เฉลี่ยต่อคน) ของชาวไทย

ค่าใช้จ่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 10,000 บาท	18	51.4
10,000 – 20,000 บาท	9	25.7
20,000 – 30,000 บาท	6	17.1
30,000 – 40,000 บาท	2	5.7
รวม	35	100

4.4.6 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ (เฉลี่ยต่อคน) ของชาวเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จำนวน 35 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม น้อยกว่า 380,000 วอน ค่าใช้จ่ายระหว่าง 380,000 – 760,000 วอน และ 760,000 – 1,140,000 วอน จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 อันดับถัดมามีค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,520,000 วอน คิดเป็นร้อยละ 22.9 รายละเอียดดังตารางที่ 12

ตารางที่ 12 ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ (เฉลี่ยต่อคน) ของชาวเกาหลีใต้

ค่าใช้จ่าย	จำนวน (คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 380,000 วอน	9	25.7
380,000 – 760,000 วอน	9	25.7
760,000 – 1,140,000 วอน	9	25.7
1,140,000 – 1,520,000 วอน	0	0
มากกว่า 1,520,000 วอน	8	22.9
รวม	35	100

4.5 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเกาหลีใต้ที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

4.5.1 ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่จำนวน 35 คน ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอันดับมากที่สุดคือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.6 ต่อมาอันดับสอง คือ มีความสนใจในเรื่องชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และ ความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์ คิดเป็นร้อยละ 65.7 อันดับสาม คือ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และความงดงามของเอกลักษณ์สิ่งปลูกสร้าง หรือ สถาปัตยกรรม คิดเป็นร้อยละ 62.9 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 13

ตารางที่ 13 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยว	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	31	88.6
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	23	65.7
ความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์	23	65.7
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	22	62.9
ความงดงามของเอกลักษณ์สิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม	22	62.9
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	12	34.3
สื่อและโฆษณาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	6	17.1

4.5.2 ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จำนวน 35 คน ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอันดับมากที่สุด คือ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามทางกายภาพและความงดงามของเอกลักษณ์สิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม คิดเป็นร้อยละ 88.57 อันดับสอง คือ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 68.57 อันดับสาม คือ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 65.7 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 14

ตารางที่ 14 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ด้านการท่องเที่ยว	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว	31	88.57
ความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์	31	88.57
ความงดงามของเอกลักษณ์สิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม	31	88.57
ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว	24	68.57
ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	23	65.7
สื่อและโฆษณาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	14	40
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	8	22.86

ภาพที่ 46 บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

ที่มา : https://travel.mthai.com/world-travel/207785.html (2019)

4.5.3 ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาด้านที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 35 คน ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม เนื่องจากราคาที่พักไม่สูงมาก ความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของโรงแรมแรม และ ความสวยงามของทัศนียภาพรอบ ๆ โรงแรมมีอันดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.3 ต่อมาอันดับที่สองคือ มีความสะดวกในการจองที่พัก คิดเป็นร้อยละ 44.8 และอันดับสุดท้ายคือ มีความหลากหลายของที่พักให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 17.2 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 15

ตารางที่ 15 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านที่พัก

ด้านที่พัก	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ราคาที่พักไม่สูงมาก	14	48.3
ความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของโรงแรม	14	48.3
ความสวยงามของทัศนียภาพรอบๆโรงแรม	14	48.3
มีความสะดวกในการจองที่พัก	13	44.8
มีความหลากหลายของที่พักให้เลือก	5	17.2

4.5.4 ด้านที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้พักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาด้านที่พักพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จำนวน 35 คน ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม โดยอันดับที่มากที่สุดคือ ความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 60 อันดับที่สอง คือ ราคาที่พักไม่สูงมาก คิดเป็นร้อยละ 51.43 และอันดับสุดท้าย คือ มีความหลากหลายของที่พักให้เลือก คิดเป็นร้อยละ 48.7 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 16

ตารางที่ 16 แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ด้านที่พัก

ด้านที่พัก	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของโรงแรม	21	60
ราคาที่พักไม่สูงมาก	18	51.43
มีความหลากหลายของที่พักให้เลือก	17	48.57
ความสวยงามของทัศนียภาพรอบ ๆ โรงแรม	15	42.86
มีความหลากหลายของที่พักให้เลือก	15	42.86
มีความสะดวกในการจองที่พัก	6	17.14

4.5.5 ด้านการคมนาคมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาด้านการคมนาคม นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำนวน 35 คน พบว่าอันดับมากที่สุด คือ ความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 71.4 อันดับถัดมาคือ ราคาตั๋วเครื่องบินถูกและมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ คิดเป็นร้อยละ 65.7 อันดับที่สามคือ ระยะทางและระยะการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 42.9 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 17

ตารางที่ 17 แสดงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยด้านการคมนาคม

ด้านการคมนาคม	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ความสะดวกในการเดินทาง	25	71.4
ราคาตั๋วเครื่องบินถูกและมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ	23	65.7
ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทาง	15	42.9
มีสนามบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ	14	40
ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	11	31.4

4.5.6 ด้านการคมนาคมสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาด้านคมนาคม นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้จำนวน 35 คน ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม พบว่าอันดับมากที่สุด คือ ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 88.57 อันดับที่สอง คือ มีสนามบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 80 และอันดับที่สาม คือ ความสะดวกในการเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 54.3 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 18

ตารางที่ 18 แสดงแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ด้านการคมนาคม

ด้านการคมนาคม	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว	31	88.57
มีสนามบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ	28	80
ความสะดวกในการเดินทาง	19	54.3
ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทาง	15	42.86
ราคาตั๋วเครื่องบินถูกและมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ	14	40

4.6 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเกาหลีใต้

4.6.1 นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

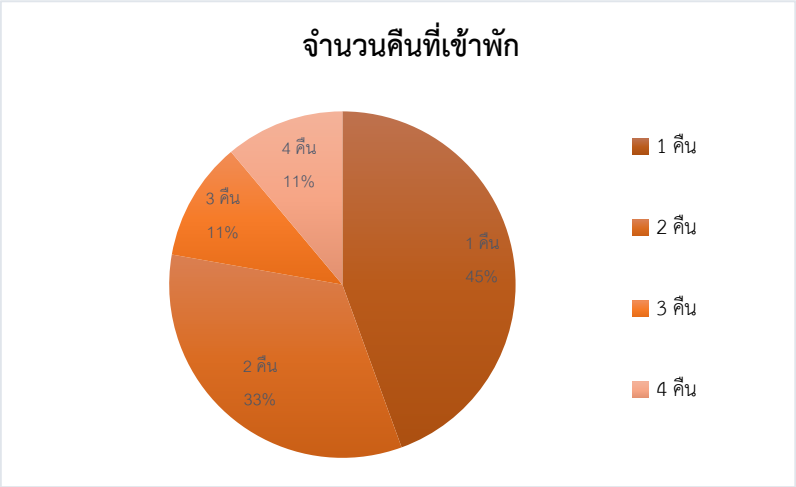
จากการศึกษาพบว่า โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามเคยเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้ง จำนวน 35 คน โดยในการเดินทางไปครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักในโรงแรมในส่วนของบานาฮิลล์จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 25.7 และ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่เข้าพักมีจำนวน 26 คิดเป็นร้อยละ 74.3 รายละเอียดดังตารางที่ 19

ตารางที่ 19 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้าพักและไม่เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

ที่พักในบานาฮิลล์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เข้าพัก	9	25.7
ไม่เข้าพัก	26	74.3
รวม	35	100

1) จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

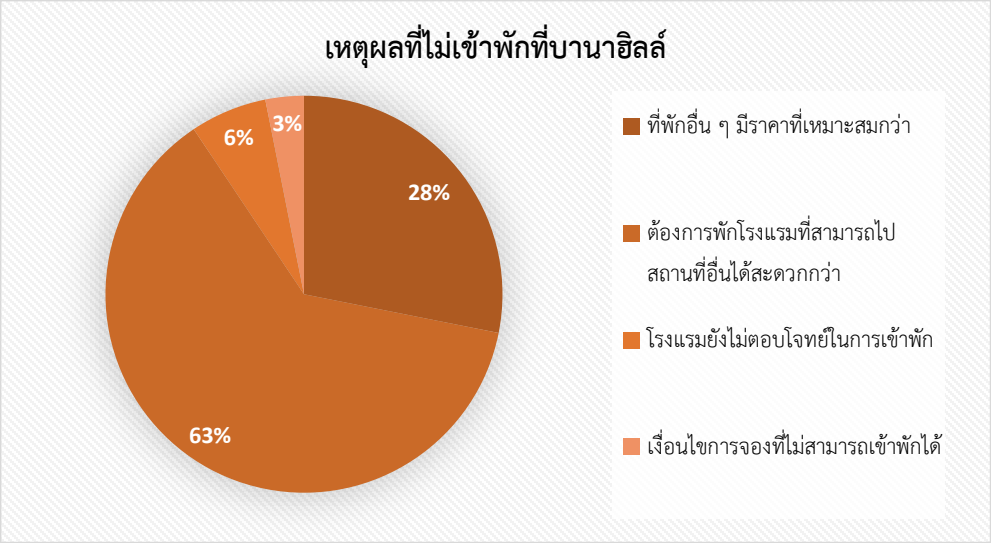
จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ได้เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามจำนวน 9 คน โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเข้าพักเพียง 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 45 และนักท่องเที่ยวเข้าพักจำนวน 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 33 และเข้าพัก 3 – 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 11 รายละเอียดดังแผนภาพที่ 47



ภาพที่ 47 แผนภูมิจำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

2) เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่เข้าพักโรงแรมในบานาฮิลล์ อันดับแรก เนื่องจากที่พักอื่น ๆ มีราคาที่เหมาะสมกว่า คิดเป็นร้อยละ 63 อันดับที่สองคือ ต้องการพักโรงแรมที่สามารถไปสถานที่อื่นได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 28 อันดับที่สามคือ โรงแรมยังไม่ตอบโจทย์ในการเข้าพัก คิดเป็นร้อยละ 6 และอันดับสุดท้ายคือ เงื่อนไขการจองที่ไม่สามารถเข้าพักได้ คิดเป็นร้อยละ 3 รายละเอียดดังแผนภาพที่ 48



ภาพที่ 48 แผนภูมิเหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวไทยไม่เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

ภาพที่ 49 Hotel room at Bana hills

ที่มา : https://www.agoda.com (2020)

4.6.2 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

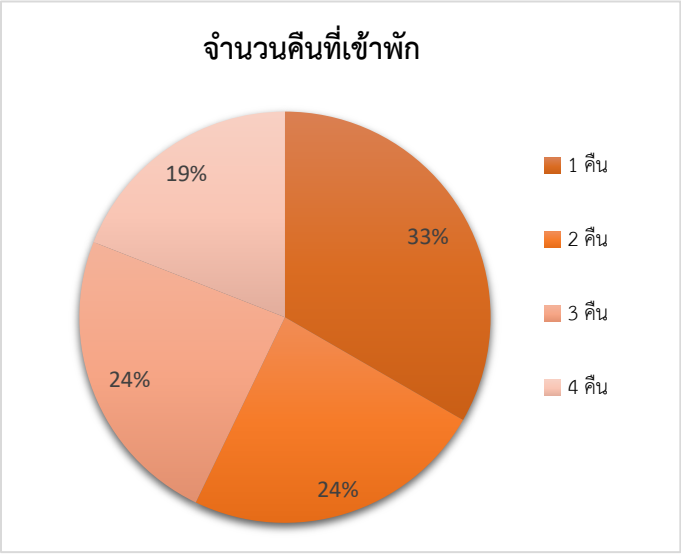
จากการศึกษาพบว่า โดยส่วนมากนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม เคยเดินทางไปท่องเที่ยวจำนวน 1 ครั้ง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 85.7 จำนวน 2 ครั้ง มี 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.7 และจำนวน 5 ครั้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 2.9 ซึ่งในการเดินทางไปครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เข้าพักในโรงแรมในส่วนของบานาฮิลล์มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 60 และไม่เข้าพักจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รายละเอียดดังตารางที่ 20

ตารางที่ 20 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เข้าพักและไม่เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

ที่พักในบานาฮิลล์	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เข้าพัก	21	60
ไม่เข้าพัก	14	40
รวม	35	100

1) จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

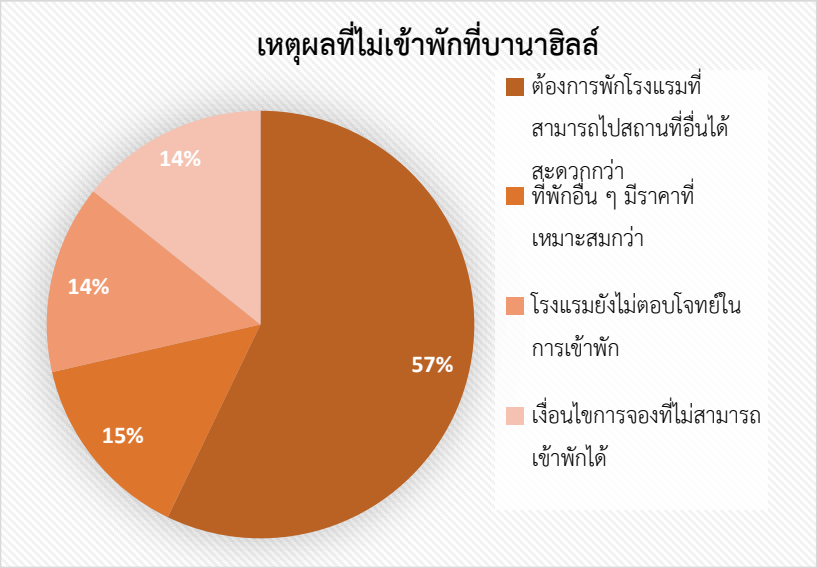
จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่ได้เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามจำนวน 21 คน ส่วนใหญ่เข้าพักพียง 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 33 ถัดมาเข้าพักจำนวน 2 – 3 คืน คิดเป็นร้อยละ 24 และเข้าพัก 4 คืน คิดเป็นร้อยละ 19 รายละเอียดดังแผนภาพที่ 50



ภาพที่ 50 แผนภูมิจำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

2) เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ไม่เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า เหตุผลของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่ไม่เข้าพักโรงแรมในบานาฮิลล์ อันดับแรกเนื่องจากต้องการพักโรงแรมที่สามารถไปสถานที่อื่นได้สะดวกกว่า คิดเป็นร้อยละ 57 อันดับที่สองคือที่พักอื่น ๆ มีราคาที่เหมาะสมกว่า คิดเป็นร้อยละ 15 อันดันสามคือ โรงแรมยังไม่ตอบโจทย์ในการเข้าพัก อันดับสุดท้ายคือ เงื่อนไขการจองที่ไม่สามารถเข้าพักได้ รายละเอียดดังแผนภาพที่ 51



ภาพที่ 51 แผนภูมิเหตุผลชองนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ไม่เข้าพักที่บานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

4.6.3 ย่านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ได้เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ได้เข้าพักบานาฮิลล์จำนวน 26 คน โดยส่วนใหญ่เข้าพักที่ย่านสะพานมังกร (Dragon Bridge) มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8 อันดับสอง คือ ย่านฮว่างวันไทยสตรีท (Hoang Van Thai street) มีจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 และอันดับที่สาม คือ ย่านเหงียนวันลิง (Nguyen Van Linh) จำนวน 1 คน และ ย่านหาด My Khe จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.9 รายละเอียดดังตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ย่านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ได้เข้าพักบานาฮิลล์

ย่านที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แถบย่านสะพานมังกร (Dragon Bridge)	21	80.8
แถบย่านฮว่างวันไทยสตรีท (Hoang Van Thai street)	3	11.5
แถบย่านเหงียนวันลิง (Nguyen Van Linh)	1	3.9
แถบย่านหาด My Khe	1	3.9
แถบย่านโวเงียนเกี๊ยบ (Vo Nguyen Giap)	0	0
รวม	26	100

ภาพที่ 52 ย่านสะพานมังกร (Dragon Bridge)

ที่มา : https://www.govivigo.com (2018)

4.6.4 ย่านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่ไม่ได้เข้าพักบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่ไม่ได้เข้าพักบานาฮิลล์จำนวน 14 คน โดยส่วนใหญ่เข้าพักที่ย่านโวเงียนเกี๊ยบ (Vo Nguyen Giap) มีจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 50 อันดับสองคือ ฮว่างวันไทยสตรีท (Hoang Van Thai street) ย่านเหงียนวันลิง (Nguyen Van Linh) และย่านหาด My Khe มีจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 อันดับที่สามคือ ย่านสะพานมังกร (Dragon Bridge) มีจำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 7.14 รายละเอียดดังตารางที่ 22

ตารางที่ 22 ย่านที่พักของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่ได้เข้าพักบานาฮิลล์

ย่านที่พัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ
แถบย่านโวเงียนเกี๊ยบ (Vo Nguyen Giap)	7	50
แถบย่านฮว่างวันไทยสตรีท (Hoang Van Thai street)	2	14.3
แถบย่านเหงียนวันลิง (Nguyen Van Linh)	2	14.3
แถบย่านหาด My Khe	2	14.3
แถบย่านสะพานมังกร (Dragon Bridge)	1	7.14
รวม	14	100

ภาพที่ 53 อพาร์ทเมนต์หรูย่านโวเงียนเกี๊ยบ

ที่มา : https://www.hotelplanner.com/ (2020)

ภาพที่ 54 ห้องนอนหรูย่านโวเงียนเกี๊ยบ

ที่มา : https://www.hotelplanner.com/ (2020)

ภาพที่ 55 ห้องรับแขกหรูย่านโวเงียนเกี๊ยบ

ที่มา : https://www.hotelplanner.com/ (2020)

4.6.5 สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย 35 คน คาดหวังว่าจะได้รับในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในครั้งนี้ คือ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่นมากเป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 85.7 ต่อมาคาดหวังในเรื่อง ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 68.6 อันดับที่สามคือ ความสะดวก / สะอาด / ปลอดภัยของสถานที่ คิดเป็นร้อยละ 57.1 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 23

ตารางที่ 23 สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวไทยคาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว

สิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น	30	85.7
ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	24	68.6
ความสะดวก / สะอาด / ปลอดภัยของสถานที่	20	57.1
มีกิจกรรมที่หลากหลาย และ มีเทคโนโลยีสำหรับกิจกรรมนันทนาการที่ทันสมัย	15	42.9
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	14	40
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง	10	28.6

4.6.6 สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้คาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ 35 คน คาดหวังว่าจะได้รับในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในครั้งนี้ คือ ความสะอาด / สะอาด / ปลอดภัยของสถานที่ เป็นอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 97.14 อันดับต่อมาคือ ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 85.71 อันดับสามคือ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 82.86 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 24

ตารางที่ 24 สิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้คาดหวังว่าจะได้รับจากการท่องเที่ยว

สิ่งที่คาดหวังว่าจะได้รับ	จำนวนคำตอบ	ร้อยละ
ความสะดวก / สะอาด / ปลอดภัยของสถานที่	34	97.14
ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	30	85.71
ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม	29	82.86
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง	14	40
ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น	13	37.14
มีกิจกรรมที่หลากหลาย และ มีเทคโนโลยีสำหรับกิจกรรมนันทนาการที่ทันสมัย	8	22.86

4.7 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและเกาหลีใต้ที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

ภาพรวมสำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำนวน 35 คน พบว่านักท่องเที่ยวไทยมีความพึงพอใจในด้านทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ และด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกชัดเจน อีกทั้งภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ จำนวน 35 คน พบว่ามีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน

4.7.1 ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็น ทิวทัศน์สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.6ถัดมาในส่วนของสถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 54.3 มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.7 และ เทคโนโลยี หรือ เครื่องเล่นในบานาฮิลล์มีความสร้างสรรค์ แปลกใหม่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 51.4 รายละเอียดดังตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ			แปลความ
เทคโนโลยี หรือเครื่องเล่นในบานาฮิลล์มีความสร้างสรรค์ แปลกใหม่	10	18	7	0	0	35	28.6	51.4	20	มาก
สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์	19	12	4	0	0	35	54.3	34.3	11.4	มากที่สุด
ทิวทัศน์สวยงาม เหมาะแก่การพักผ่อน	24	8	3	0	0	35	68.6	22.9	8.6	มากที่สุด
มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	14	16	5	0	0	35	40	45.7	14.3	มาก
รวม	67	54	19	0	0	140				มากที่สุด

4.7.2 ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก แบ่งออกเป็นเป็น มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.6 ถัดมาในส่วนของทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.6 ในด้านเทคโนโลยี หรือ เครื่องเล่นในบานาฮิลล์มีความสร้างสรรค์ แปลกใหม่

มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60 และมีสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 54.3 รายละเอียดดังตารางที่ 26

ตารางที่ 26 ระดับความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

ความพึงพอใจด้านสถานที่ท่องเที่ยว	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ			แปลความ
เทคโนโลยี หรือเครื่องเล่นในบานาฮิลล์มีความสร้างสรรค์ แปลกใหม่	7	21	7	0	0	35	20	60	20	มาก
สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์	5	19	11	0	0	35	14.3	54.3	31.4	มาก
ทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน	10	24	1	0	0	35	28.6	68.6	2.9	มาก
มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม	17	16	2	0	0	35	48.6	45.7	5.7	มากที่สุด
รวม	39	80	21	0	0	140				มาก

4.7.3 ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากรที่ให้บริการสำหรับชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากร อยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็น เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อสักถามเป็นอย่างดี ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60 เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ อยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 57.1 รายละเอียดดังตารางที่ 27

ตารางที่ 27 ระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากรที่ให้บริการสำหรับชาวไทย

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากร	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ			แปลความ
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	9	21	5	0	0	35	25.7	60	14.3	มาก
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	8	21	6	0	0	35	22.9	60	17.1	มาก
เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	8	20	7	0	0	35	22.9	57.1	20	มาก
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	9	21	5	0	0	35	25.7	60	14.3	มาก
รวม	34	83	23	0	0	140				มาก

4.7.4 ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากรที่ให้บริการสำหรับชาวเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็น เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร และเจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60 ถัดมาคือ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 42.9 อีกทั้งเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 34.3 รายละเอียดดังตารางที่ 28

ตารางที่ 28 ระดับความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากรที่ให้บริการสำหรับชาวเกาหลีใต้

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ หรือ บุคลากร	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ			แปลความ
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร	7	21	7	0	0	35	20	60	20	มาก
เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	6	21	8	0	0	35	17.1	60	22.9	มาก
เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ	12	15	8	0	0	35	34.3	42.9	22.9	มาก
เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี	18	12	5	0	0	35	51.4	34.3	14.3	มาก
รวม	43	69	28	0	0	140				มาก

4.7.5 ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการสำหรับชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจทางด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็น มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 65.7 การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 62.9 มีคำแนะนำ (เอกสาร บุคลากร ป้ายประกาศ อื่น ๆ) อย่างชัดเจน ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 60 และ มีตู้รับความคิดเห็น หรือ แบบประเมิณการบริการ ความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45. 7 รายละเอียดดังตารางที่ 29

ตารางที่ 29 ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการสำหรับชาวไทย

ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ				แปลความ
การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน	10	22	3	0	0	35	28.6	62.9	8.6	0	มาก
มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	6	23	4	2	0	35	17.1	65.7	11.4	5.7	มาก
มีคำแนะนำ (เอกสาร บุคลากร ป้ายประกาศ อื่น ๆ) อย่างชัดเจน	8	21	6	0	0	35	22.9	60	17.1	0	มาก
มีตู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ	5	16	11	3	0	35	14.3	45.7	31.4	8.6	มาก
รวม	29	82	24	5	0	140					มาก

4.7.6 ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการสำหรับชาวเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงใจด้านกระบวน ขั้นตอนการให้บริการอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็น การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน และมีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม ซึ่งมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 68.6 มีตู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 45.7 มีคำแนะนำ (เอกสารบุคลากร ป้ายประกาศ อื่น ๆ) อย่างชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางถึงมาก คิดเป็นร้อยละ 37.1 รายละเอียดดังตารางที่ 30

ตารางที่ 30 ระดับความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการสำหรับชาวเกาหลีใต้

ความพึงพอใจด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ			แปลความ
การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน	9	24	2	0	0	35	25.7	68.6	5.7	มาก
มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม	6	24	5	0	0	35	17.1	68.6	14.3	มาก
มีคำแนะนำ (เอกสารบุคลากร ป้ายประกาศ อื่น ๆ) อย่างชัดเจน	9	13	13	0	0	35	25.7	37.1	37.1	ปานกลางถึงมาก
มีตู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ	11	16	8	0	0	35	31.43	45.7	22.86	มาก
รวม	35	77	28	0	0	140				มาก

4.7.7 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวไทย

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจทางด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็น การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด/ความสวยงาม/การตกแต่งด้านสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ/การดูและความปลอดภัย/การให้ข้อมูลความรู้/สิ่ง

อำนวยความสะดวกพื้นฐาน ซึ่งความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 51.4 ถัดมาคือ ด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.7 และอันดับสุดท้ายคือ สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า,น้ำดื่ม,โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี มีระดับความพึงพอใจมากถึงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 42.9 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 31

ตารางที่ 31 ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวไทย

ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ			แปลความ
ด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	16	16	3	0	0	35	45.7	45.7	8.6	มาก ถึง มากที่สุด
มีสถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สะดวกปลอดภัย	14	17	4	0	0	35	40	48.6	11.4	มาก
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก	13	18	4	0	0	35	37.1	51.4	11.4	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/ความสะอาด/คุณภาพอาหาร	11	19	5	0	0	35	31.4	54.3	14.3	มาก
การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้ายสัญลักษณ์	11	18	6	0	0	35	31.4	51.4	17.1	มาก
สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า,น้ำดื่ม,โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	15	15	5	0	0	35	42.9	42.9	14.3	มากถึงมากที่สุด

ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ			แปลความ
การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด/ความสวยงาม/การตกแต่งด้านสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ/การดูและความปลอดภัย/การให้ข้อมูลความรู้/สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)	15	18	2	0	0	35	42.9	51.4	5.7	มาก
รวม	95	121	29	0	0	245				มาก

4.7.8 ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวเกาหลีใต้

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก อยู่ในระดับมาก โดยแบ่งออกเป็น ความพึงพอใจในระดับมากที่สุด คือ ด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน คิดเป็นร้อยละ 51.43 มีสถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สะดวกปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 45.7 และร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/ความสะอาด/คุณภาพอาหาร คิดเป็นร้อยละ 42.9 ตามลำดับ รายละเอียดดังตารางที่ 32

ตารางที่ 32 ระดับความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับชาวเกาหลีใต้

ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ				แปลความ
ด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน	18	14	3	0	0	35	51.43	40	8.57	0	มากที่สุด
มีสถานที่จอดรถเพียงพอเหมาะสม สะดวกปลอดภัย	16	13	6	0	0	35	45.7	37.14	17.14	0	มากที่สุด
มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก	12	21	2	0	0	35	34.3	60	5.7	0	มาก
ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ/ราคาเหมาะสม/ความสะอาด/คุณภาพอาหาร	15	13	5	2	0	35	42.9	37.1	14.3	5.7	มากที่สุด
การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้ายสัญลักษณ์	13	18	4	0	0	35	31.4	51.4	17.1	0	มาก
สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า,น้ำดื่ม,โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี	10	15	10	0	0	35	28.57	42.9	28.57	0	มาก

ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	จำนวน (ร้อยละ)					N	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)		ร้อยละ				แปลความ
การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด/ความสวยงาม/การตกแต่งด้านสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ/การดูและความปลอดภัย/การให้ข้อมูลความรู้/สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน)	8	19	8	0	0	35	22.9	54.3	22.9	0	มาก
รวม	92	113	38	2	0	245					มาก

4.7.9 ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

จากการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้อยู่ในระดับมาก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.9 รายละเอียดดังตารางที่ 33

ตารางที่ 33 ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาพรวม	จำนวน (ร้อยละ)			N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)		ร้อยละ			แปลความ
ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้	10	22	3	35	28.6	62.9	8.6	มาก

4.7.10 ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

จากการศึกษา นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจโดยรวมต่อการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้อยู่ในระดับมาก ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 62.9 รายละเอียดดังตารางที่ 34

ตารางที่ 34 ภาพรวมของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

ภาพรวม	จำนวน (ร้อยละ)			N	ระดับความพึงพอใจ			
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)		ร้อยละ			แปลความ
ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้	10	22	3	35	28.6	62.9	8.6	มาก

จากผลการศึกษาความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำนวน 35 คน มีความพึงพอใจในด้านทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ และด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกชัดเจน เป็นอันดับมากที่สุด เนื่องจากบานาฮิลล์ตั้งอยู่บนยอดเขาสูง ทำให้อากาศของสถานที่แห่งนี้มีความหนาวเย็นและหมอกปกคลุมอยู่ตลอดทั้งปีซึ่งต่างกับภูมิอากาศในประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ มีค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก ราวกับได้เที่ยวในทวีปยุโรปแต่จ่ายในราคาที่ถูกกว่า บานาฮิลล์แห่งนี้จึงเป็นตัวเลือกหนึ่งของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาพที่ 56 ทิวทัศน์โดยรอบบานาฮิลล์

ที่มา : https://www.vir.com.vn/ (2019)

ด้านสถาปัตยกรรม หรือ สิ่งก่อสร้างในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม เช่น สะพานลอยฟ้าโกลเด้น หมู่บ้านฝรั่งเศส และวัดต่าง ๆ สามารถทำให้กลมกลืนกับธรรมชาติโดยไม่บดบังทัศนียภาพรอบ ๆ มีความเป็นเอกลักษณ์เหมือนหลุดมาจากรูปภาพ ซึ่งเป็นการผสมผสานกันอย่างลงตัวในสถานที่เดียวกันระหว่างศาสนาดั้งเดิมของประเทศเวียดนามที่ได้รับอิทธิพลจากประเทศจีน สถาปัตยกรรมตะวันตกเพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้สัมผัสกลิ่นอายความเป็นเมืองยุโรปที่อากาศหนาว ดังนั้นจึงเป็นแรงดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปสถานที่แห่งนี้

ภาพที่ 57 สิ่งก่อสร้างในบานาฮิลล์

ที่มา : https://pueanry.co/ (2019)

ด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกชัดเจน เพราะสามารถโดยสารได้ทั้งการซื้อทัวร์ ซึ่งเป็นวิธีที่สะดวกสบายที่สุด หรือ โดยสารด้วยแกร็บ (Grab car) และการเช่ารถยนต์ หากนักท่องเที่ยวได้จองโรงแรม Mercure Banahills French Village เป็นโรงแรมในส่วนบานาฮิลล์ จะมีบริการรถรับส่งสนามบินซึ่งเป็นบริการจากทางโรงแรม

ภาพที่ 58 รถบริการของโรงแรม Mercure Banahills French Village

ที่มา : https://blog.traveloka.com (2019)

ถัดมาคือผลการศึกษาจากนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำนวน 35 คน มีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน เป็นอันดับมากที่สุด เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของ Sun World Ba Na Hills ได้รับการเทรนด์สำหรับการบริการต่อลูกค้าทุกท่านอย่างอย่างเท่าเทียมกัน อย่างเป็นมิตร และเต็มใจให้บริการ เมื่อปี 2017 บานาฮิลล์ได้ผลการตอบรับเป็นอย่างดีสำหรับการบริการลูกค้าผู้ที่ไม่สามารถเดินได้ ซึ่งสร้างความประทับต่อนักท่องเที่ยวที่ได้เห็นการปฏิบัติตัวของพนักงานต่อลูกค้าเป็นอย่างมาก อีกทั้งเป็นการสร้างความเชื่อมั่นต่อนักท่องเที่ยวสำหรับการมาเที่ยวในครั้งถัดไป

ภาพที่ 58 การบริการของพนักงานบานาฮิลล์

ที่มา : https://www.baogiaothong.vn/ (2017)

ในด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน เพราะสามารถโดยสารด้วยรถเช่าส่วนตัว หรือ เรียกแกร็บ (Grab taxi) และการซื้อทัวร์ หากมาจากตัวเมืองดานังก็จะใช้เวลาเดินทางเพียง 45 นาที ถึง 1 ชั่วโมงเท่านั้น และเมื่อใกล้ถึงบานาฮิลล์จะสามารถเห็นป้ายของบานาฮิลล์ตลอดทาง เพื่อสามารถเดินทางไปยังสถานที่ปลายทางได้ง่ายขึ้น

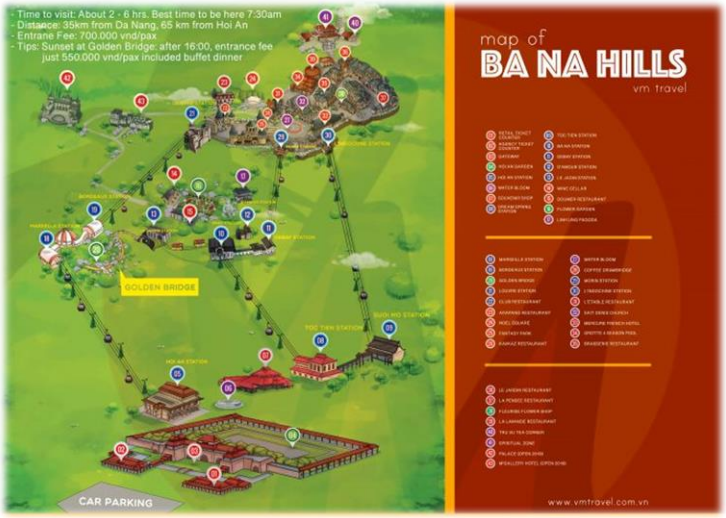
ภาพที่ 60 ป้ายบอกทางไปบานาฮิลล์

ที่มา : https://th.readme.me (2019)

ในด้านมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากบานาฮิลล์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวครบวงจร จึงมีเนื้อที่กว้างขวางสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว อาทิเช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ จุดนั่งพัก และจุดเช็คอินต่าง ๆ ที่หลากหลาย เพื่อให้นักท่องเที่ยวทุกคนที่มาได้รับการพักผ่อน และการบริการอย่างทั่วถึง

ภาพที่ 61 ร้าน Tru Vu Tea Shop

ที่มา : https://travel.kapook.com/ (2019)



ภาพที่ 62 แผนที่แสดงจุดท่องเที่ยวบานาฮิลล์

ที่มา : https://hiddenhoian.com/ (2019)

แต่อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำนวน 35 คน มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านเทคโนโลยี หรือ เครื่องเล่นในบานาฮิลล์มีสร้างสรรค์ แปลกใหม่ เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ นอกจากนี้ผลการศึกษาความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม จำนวน 35 คน มีความพึงพอใจน้อยที่สุดในด้านมีคำแนะนำ (เอกสารบุคลากร ป้ายประกาศ) อย่างชัดเจน หรือ สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า, น้ำดื่ม, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพใช้การได้ดี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

ในการศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ในประเทศเวียดนาม สรุปผลตามวัตถุประสงค์ นำเนอผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ ในหัวข้อดังนี้

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม พบว่ารายได้ในปี 2019 (ไตรมาสที่ 2) เพิ่มขึ้นจากปี 2013 เป็นจำนวน 2,970 พันล้านด่อง (VND) ในส่วนของการเปลี่ยนจำนวนนักท่องเที่ยว พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2018 (ไตรมาสที่ 2) เพิ่มขึ้นจากปี 2012 เฉลี่ยเป็นจำนวน 1,633,544 คน นอกจากนี้ผลการศึกษาแรงจูงของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ต่างมีความสนใจต่อชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามทางกายภาพ และภูมิทัศน์ สำหรับด้านที่พักนักท่องเที่ยวทั้งสองชาติที่เลือกเข้าพักที่บานาฮิลล์เนื่องจากราคาที่พักไม่สูงมาก ต่อมาด้านคมนาคมที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกที่จะมาบานาฮิลล์เนื่องจากมีความสะดวกในการเดินทาง แต่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้เลือกความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวมาอันดับแรก อีกทั้งผลการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่าทั้งสองชาติต่างมีความพึงพอใจด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน ในด้านอื่น ๆ คนไทยมีพึงพอใจทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ แต่ชาวเกาหลีใต้พึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาการเปลี่ยนแปลงรายได้ในช่วง 2013 – 2019 (ไตรมาสที่ 2) และจำนวนนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในช่วง 2012 – 2018 (ไตรมาสที่ 2) พบว่าสาเหตุที่จำนวนมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางเพิ่มขึ้นเนื่องจากบริษัท Sun World Ba Na Hills ในเครือ Sun Group ได้มีส่วนร่วมอย่างมากในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเวียดนาม เป็นผลมาจากในช่วง 2008 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของเวียดนามซบเซาเนื่องจากวิกฤตเศรษฐกิจโลก เป็นเวลาหลายปีที่ดานังเป็นเพียงจุดเปลี่ยนสำหรับนักเดินทางระหว่างเว้ (Hue) และฮอยอัน (Hoi An) เพราะขาดแคลนแหล่งท่องเที่ยวด้านความบันเทิง และกิจกรรมสันทนา

การ ในช่วงนั้นกิจกรรมการท่องเที่ยวจะเน้นไปที่ธรรมชาติเป็นหลักการท่องเที่ยวจึงไม่ดึงดูดแก่นักท่องเที่ยวมากนัก เนื่องจากขาดผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่น่าตื่นเต้น ซึ่งในวันเปิดตัวของบานาฮิลล์ได้สร้างความตื่นเต้นอย่างมากแก่นักท่องเที่ยวทั้งคนในพื้นที่ และชาวต่างชาติ อีกทั้งคนจำนวนนับพันใช้เวลารอคิวนานหลายชั่วโมงเพื่อนั่งกระเช้าไฟฟ้า อย่างไรก็ตามเมื่อเศรษฐกิจของประเทศเริ่มเติบโตขึ้นเรื่อย ๆ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้จึงสามารถออกแบบสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ด้านกิจกรรมสันทนาการ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวเวียดนาม และต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม โดยขับเคลื่อนให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นภาคเศรษฐกิจหลักด้วยความเป็นมืออาชีพ มีความทันสมัย และอย่างเป็นธรรม ซึ่งจะได้รับการพัฒนาพร้อมกันในทุก ๆ ด้านจนมีศักยภาพสูงทัดเทียมนานาประเทศ อีกทั้งมีระบบ โครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยรองรับรวมทั้งมีผลิตภัณฑ์และการบริการด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายมีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมสามารถ สามารถแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาค และระดับโลกได้ตามยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเวียดนามไปจนถึงปี 2020 และวิสัยทัศน์ถึงปี 2030

โดยจากการศึกษาแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ และเข้าพักในโรงแรม Mercure Banahills French Village เพราะความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ราคาที่พักไม่สูงมาก ความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของโรงแรม หรือความสวยงามของทัศนียภาพรอบ ๆ และมีความสะดวกในการเดินทาง อีกทั้งนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางไปบานาฮิลล์ และเข้าพักในโรงแรม Mercure Banahills French Village เพราะชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่องเที่ยว ความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์ ความงดงามของเอกลักษณ์สิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม อีกทั้งความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของโรงแรม และคำนึงถึงความปลอดภัยในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) คือ เป็นปัจจัยที่นำไปสู่ตัวบุคคลในการตัดสินใจการเลือกปลายทางมากกว่าหนึ่งครั้งในการตัดสินใจสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (Dann, 1997) และ เป็นปัจจัยภายนอกตัวบุคคลซึ่งส่งเสริม หรือ ดึงดูดให้คนเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ (วัชราภรณ์ ระยับศรี, 2551) กล่าวคือประเทศที่มีเศรษฐกิจที่ดีสามารถเอื้ออำนวยต่อประชาชนในประเทศนั้นมีอำนาจการซื้อ และมีโอกาสเดินทางไปประเทศต่าง ๆ เพิ่มขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปยังสถานที่ที่มีลักษณะภูมิประเทศ และภูมิอากาศสภาพแวดล้อมแตกต่างจากที่ของตนเพื่อเรียนรู้เพิ่มประสบการณ์ หรือชดเชยในสิ่งที่ สถานที่ของตนไม่มี หากสถานการณ์ทางการเมืองมั่นคงย่อมเอื้ออำนวยให้นักท่องเที่ยวประเทศอื่นเดินทางมายังประเทศของตนได้ นอกจากนี้นโยบายของรัฐยังเป็นส่วนช่วยในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวเกาหลีใต้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในด้านทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์ และด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกชัดเจน ในส่วนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความพึงพอใจในด้านเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และด้านการเดินทางมีความสะดวก/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา Aliman et al. (2016) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อจุดหมายปลายทาง : ศึกษาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังเกาะลังกาวี (Langkawi Island) ประเทศมาเลเซีย พบว่า นักท่องเที่ยวพึงพอใจกับการเยี่ยมชมเกาะ เนื่องมีธรรมชาติที่สวยงาม มีการขนส่งสาธารณะที่ดี มีความ น่าเชื่อถือ มีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านที่พักและบริการด้านการท่องเที่ยว ดังนั้นกล่าวได้ว่าเกาะลังกาวีจัดอยู่ในตำแหน่งที่เป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ทางด้านธรรมชาติที่ดี และมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง มีการควบคุมราคาด้านสินค้าและบริการให้เหมาะสม กิจกรรมบริการเสริมจากแหล่งท่องเที่ยว แพ็คเกจทัวร์ ต่าง ๆ เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการสำรวจแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยบางส่วนตระหนักถึงจำนวนของสุขาที่ควรมีหลายจุดมากกว่านี้ และควรหมั่นดูแลรักษาความสะอาดของสุขาให้มากขึ้น และเรื่องโซนการจัดสถานที่สำหรับสูบบุหรี่ ว่าควรมีที่เฉพาะสำหรับคนสูบบุหรี่ นอกจากนี้เว็บไซต์ของบานาฮิลล์โดยตรงอย่างเช่น https://sunworld.vn/en ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลได้อันเนื่องมาจากเซิฟเวอร์ล่ม หรือ ระบบของเว็บไซต์มีปัญหา ซึ่งทำให้ผู้ที่กำลังตัดใจไปท่องเที่ยวเกิดความกังวลได้ อีกทั้งบริษัททัวร์โดยเฉพาะในประเทศไทยสามารถนำข้อมูลทางการท่องเที่ยวบานาฮิลล์ไปใช้ประโยชน์ในหลาย ๆ ด้าน เช่น การวางแผนจัดระยะเวลาของการเดินทาง การคำนวณค่าใช้จ่ายเบื้องต้นเพื่อแจ้งลูกทัวร์ และโปรโมทบริษัททัวร์โดยนำแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดสนใจดึงดูดลูกค้า สำหรับข้อเสนอแนะจากการวิจัยในอนาคต คือ บุคลากรในด้านการให้บริการ เพื่อต้องการทราบข้อมูลการทำงานเบื้องลึกของพนักงานมากขึ้น

5.4 ข้อจำกัดทางการศึกษา

ผู้วิจัยไม่สามารถเข้าถึงเว็บไซต์ของบานาฮิลล์อย่าง https://sunworld.vn/en ได้ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงรายงานของบริษัทโดยตรงเกี่ยวกับความเปลี่ยนแปลงของจำนวนรายได้และนักท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องหารายงานจากแหล่งเว็บไซต์อื่น ๆ อีกทั้งมีข้อจำกัดเชิงงบประมาณ และเวลาจึงทำให้ได้ข้อมูลที่จำกัด

บรรณานุกรม

เอกสารภาษาไทย

สุวพล พลอยศรีธรรมชาติ. (2561). **ปัจจัยส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองดานัง.** สารนิพนธ์หลักสูตรปริญญาอักษรศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เอกสารออนไลน์

กมลพร มูลอามาตย์. (2556). **การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวเชิงศาสนาของผู้สูงอายุในจังหวัดขอนแก่น.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://mslib.kku. ac.th/elib/multim/books/Tourism2556/KAMONPORN%20%20MOONAMART/02_abs.pdf

ชวัลนุช อุทยาน. (2551). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทย.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://touristbehaviour.wordpress.com/1/

ปริยนันท์ ศิลาศิริโชติ และ จุรีพร จันทร์พาณิชย์. (2558). **ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาประเทศลาวและเวียดนาม.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก http://dspace.bru.ac.th/xmlui/bitstream/handle/123456789/2519/%e0%b8%9b%e0%b8%a3%e0%b8%b5%e0%b8%a2%e0%b8%99%e0%b8%b1%e0%b8%99%e0%b8%97%e0%b9%8c%20%e0%b8%a8%e0%b8%b4%e0%b8%a5%e0%b8%b2%e0%b8%a8%e0%b8%b4%e0%b8%a3%e0%b8%b4%e0%b9%82%e0%b8%8a%e0%b8%95%e0%b8%b4%20%2c%20%e0%b8%a3%e0%b8%ad%e0%b8%87%e0%b8%a8%e0%b8%b2%e0%b8%aa%e0%b8%95%e0%b8%a3%e0%b8%b2%e0%b8%88%e0%b8%b2%e0%b8%a3%e0%b8%a2%e0%b9%8c%20%e0%b8%94%e0%b8%a3.%e0%b8%88%e0%b8%b8%e0%b8%a3%e0%b8%b5%e0%b8%9e%e0%b8%a3%20%e0%b8%88%e0%b8%b1%e0%b8%99%e0%b8%97%e0%b8%a3%e0%b9%8c%e0%b8%9e%e0%b8b2%e0%b8%93%e0%b8%b4%e0%b8%8a%e0%b8%a2%e0%b9%8c.pdf?sequence=1&isAllowed=y

สมพงษ์ อัศวริยธิปัติ และ พัฒนะ ธนกฤตพุฒิเมธ. (2557). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเที่ยววัดในบริเวณเกาะรัตนโกสินทร์.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://journal.rmutto.ac.th/template/design/file_article/article.409pdf

อุมาพร บุญเพชรแก้ว และคณะ. (2561). **พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวแบบโลว์คาร์บอนเกาะหมาก จังหวัดตราด.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก file:///C:/Users/USER/Downloads/161336-Article%20Text-446652-1-10-20181220.pdf

Aliman et al. (2016). **Tourists' Satisfaction with a Destination: An Investigation on Visitors to Langkawi Island.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก file:///C:/Users/USER/Downloads/Tourists_Satisfaction_with_a_Destination_An_Inves.pdf

Banahill. (2018). **SUN WORLD BA ON HILLS.** เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://banahills.sunworld.vn/gioi-thieu/

Baochinhphu. (2013). **Khu Du lịch Bà Nà Hills: Đón 1 triệu lượt khách trong năm 2013.** เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก http://baochinhphu.vn/Thi-truong/Khu-Du-lich-Ba-Na-Hills-Don-1-trieu-luot-khach-trong-nam-2013/163676.vgp

Bizlive. (2016). **[Chân dung doanh nghiệp] Chuẩn bị lên sàn, Cáp treo Bà Nà có gì hấp dẫn.** เข้าถึงเมื่อ 17 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://bizlive.vn/doanh-nghiep/chan-dung-doanh-nghiep-chuan-bi-len-san-cap-treo-ba-na-co-gi-hap-dan-2011232.html

Baomoi. (2019). **Kết quả kinh doanh tích cực của Cáp treo Bà Nà trong nửa đầu 2019.** เข้าถึงเมื่อ 17 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://baomoi.com/ket-qua-kinh-doanh-tich-cuc-cua-cap-treo-ba-na-trong-nua-dau-2019/c/32763439.epi

Cafef. (2016). **Lần đầu lộ diện kết quả kinh doanh của Cáp treo Bà Nà: 1,5 triệu khách, doanh thu nghìn tỷ.** เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://cafef.vn/lan-dau-lo-dien-ket-qua-kinh-doanh-cua-cap-treo-ba-na-15-trieu-khach-doanh-thu-nghin-ty-20160419162108763.chn

CHANGTRIXGET. (2018). **รีวิว Hongkong Disneyland ดินแดนแห่งความฝัน ฉลองธีม Carnivale of Stars.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.changtrixget.com/review/reviewdisneyland-hongkong/

Culturedcreatures. (2558). **DA NANG: “บานาฮิลล์” กระเช้าไฟฟ้าที่ยาวที่สุดในโลกของเวียดนาม เจ้าของ 4 สถิติโลกกินเนสส์.** เข้าถึงเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.culturedcreatures.co /vietnam-ba-na-hill-cable-car/

Danang Portal. (2018). **Location and natural conditions.** เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://danang.gov.vn/web/en/detail?id=26029&_c=16407111

Hongkongfanclub. (2011). **Disneyland Hotel : โรงแรมหรูระดับ 5 ดาว พร้อมพบปะเหล่าการ์ตูนดังของดิสนีย์ได้แบบใกล้ชิด.** เข้าถึงได้จาก 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.hongkongfanclub.com/hotel/hotel-hkdl/disneyland-hotel/

Hongkongfanclub. (2011). **Disney’s Hollywood Hotel : อีกหนึ่งโรงแรมหรูสไตล์ฮอลลีวู้ด พร้อมกิจกรรมมากมายสำหรับครอบครัว.** เข้าถึงได้จาก 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.hongkongfan club.com /hotel/hotel-hkdl/disneys-hollywood-hotel/

Hongkongfanclub. (2012). **Corner Cafe Magical Afternoon High Tea Set 2012.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.hongkongfanclub.com/dining/dining-hkdl/corner-cafemagical-afternoon-high-tea-set-2012/

Hongkongfanclub. (2017). **Disney Explorers Lodge : โรงแรมใหม่ล่าสุดของ Hong Kong Disneyland พักได้สูงสุด ผู้ใหญ่ 4 คน.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.hongkongfanclub .com/hotel/hotel-hkdl/disney-explorers-lodge/

Jetstar. (2561). **ภูเขาหินอ่อนและชายหาดขาวสวย ทำให้ดานังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างสูง.** เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.jetstar.com/th/th/inspiration/destinations/vietnam/ central-vietnam/da-nang

John K. Walton. (2018). **Tourism.** เข้าถึงเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.britannica .com/topic/tourism

Le The Gioi and Vo Thi Thuy Anh. (2017). **SUSTAINABLE TOURISM DEVELOPMENT IN DANANG CITY.** เข้าถึงเมื่อ 22 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://webcache. googleusercontent.com/ search?q=cache:http://tailieuso.udn.vn/bitstream/TTHL _125/6951/2/LeDucVien.TT_E.pdf

Maja Uran Maravić. (2017). **Tourist Behaviour: An Overview of Models to Date.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก http://www.hippocampus.si/ISBN/978-961-7023-71-8/2.pdf

Marco Scholtz, Martinette Kruger and Melville Saayman. (2013). **Understanding the reasons why tourists visit the Kruger National Park during a recession.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก file:///Users/apple/Downloads/UnderstandingthereasonswhytouristsvisittheKrugerNationalParkduringarecession.pdf

Nhandan. (2018). **Sun World Ba Na Hills được vinh danh "Điểm đến du lịch hàng đầu Việt Nam năm 2018".** เข้าถึงเมื่อ 15 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://nhandan.com.vn/vanhoa/item/36973702-sun-world-ba-na-hills-duoc-vinh-danh-%E2%80%9Cdiem-den-du-lich-hang-dau-viet-nam-nam-2018%E2%80%9D.html

Phạm Linh. (2560). **พัฒนาการท่องเที่ยวเวียดนามให้เป็นมืออาชีพเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน.** เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://vovworld.vn/thTH/%E0%B9%80%E0%B8%A8 %E0%B8%A3%E0%B8%A9%E0% B8%90%E0%B8%81%E0%B8%88/%E0%B8%9E%E0%B8% 92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B8%AD %E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B9%80%E0%B8%A7 %E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B9 %80%E0%B8%9B%E0%B8%99 %E0%B8%A1%E0%B8%AD%E0%B8%AD%E0 %B8%B2%E0%B8%8A%E0%B8%9E%E0%B9% 80%E0%B8%9E%E0%B8%AD%E0%B8%A2%E0%B8 %81%E0%B8%A3%E0%B8%B0 %E0%B8%94%E0%B8%9A%E0%B8%82%E0%B8%94%E0%B8%84 %E0%B8%A7%E0%B8%B2% E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0 %B8%A3%E0%B8%96% E0%B9%83%E0%B8%99%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9 %81%E0%B8%82% E0%B8%87%E0%B8%82%E0%B8%99-585336.vov

Piseth Sok. (2013). **KOREAN TOURIST BEHAVIORS AND TOURIST ACCOMMODATION IN SIEM REAP, CAMBODIA.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/43984

Posttoday. (2561). **‘เวียดนาม’ ดันยอดใช้จ่ายนักท่องเที่ยว.** เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.posttoday.com/aec/trade/548326

Pranisa Swongram. (2014). **พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.scribd.com/doc/210566148/%E0%B8%9E%E0%B8%A4%E0%B8%95%E0%B8%B4%E0%B8%81%E0%B8%A3%E0%B8%A3%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%97-%E0%B8%AD%E0%B8%87% E0%B9%80%E0%B8%97%E0 %B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B9%80%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B5

Praveet Elearning. (2561). **ลักษณะของอุตสาหกรรมและธุรกิจท่องเที่ยว.** เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://www.praveetelearning.com/elearning_content.php?subject_id=2&chapter_id=3&page=5

Satish Chandra BAGRI. (2015). **TOURISTS’ SATISFACTION AT TRIJUGINARAYAN, INDIA: AN IMPORTANCE-PERFORMANCE ANALYSIS.** เข้าถึงได้จาก 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก http://ahtrjournal.org /admin/dosyalar/10/1-manuscript.pdf

Saul McLeod. (2018). **Maslow's Hierarchy of Needs.** เข้าถึงเมื่อ 11 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.simplypsychology.org/maslow.html

TALONTIEW. (2018). **ยูนิเวอร์แซล สตูดิโอ สิงคโปร์ – Universal Studio Singapore.** เข้าถึงได้จาก 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://www.talontiew.com/universal-studio-singapore/

Thaiembassy. (2560). **ข้อมูลเศรษฐกิจของแต่ละจังหวัดในเขตกงสุลของสถานกงสลุใหญ่ ณ นครโฮจมินห์ : นครดานัง.** เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงไดจ้าก http://www.thaiembassy.org/hochiminh /th/business/ 68 36/75260%E0%B8% 99%E0%B8% 84%E0%B8%A3%E0% B8%94%E0 %B8%B2% E0%B8%99%E0%B8 %B1%E0%B8%87.html

Thansettakij. (2560). **ลงทุนอะไรใน 'ดานัง' เมืองท่าสำคัญของเวียดนาม.** เข้าถึงเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://www.thansettakij.com/content/130872

Tourismatbuu. (2561). **ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อด้านเศรษฐกิจและสังคม.** เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://tourismatbuu.wordpress.com /%E0 % B8 % 8 4 % E0 % B8 % A7 % E0 % B8 % B2 % E0 % B8 % A1 % E0 % B8 % A3 % E0 % B8 % B8 % E0 % B9 % 8 9 % E0 % B9 % 8 0 % E0 % B8 % 9 A%E0 % B8 % B7 % E0 % B9 % 8 9 % E0 % B8 % AD%E0 % B8 % 8 7 % E0 % B8 % 9 5 % E0 % B9 % 8 9 % E0 % B8 % 9 9 % E0 % B8 % 8 1 % E0 % B8 % B2 % E0 % B8 % A3 % E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD/%E0%B8%84%E0%B8%A7%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%8D%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88/

UKessays. (2017). **Issues In Sustaining Tourism Development In Vietnam.** เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.ukessays.com/essays/tourism/examining-issues-insustaining-tourism-development-in-vietnam-tourism-essay.php

Vietnambiz. (2017). **Được mùa du lịch, mỗi ngày Bà Nà Hills bỏ túi hơn 1 tỷ đồng.** เข้าถึงเมื่อ 17 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://vietnambiz.vn/duoc-mua-du-lich-moi-ngay-ba-na-hills-bo-tui-hon-1-ty-dong-30528.htm

Vietnam Investment Review – VIR. (2017). **Promoting tourism – Lever to develop Vietnam tourism industry.** เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก https://www.vir.com.vn/promotingtourism-lever-to-develop-vietnam-tourism-industry-52661.html

Vietnam National Administration of Tourism. (2012). **VIET NAM - TIMELESS CHARM.** เข้าถึงเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2561. เข้าถึงได้จาก http://vietnamtourism.gov.vn/english/index.php/sub/09

Vnexpress. (2018). **Cáp treo Bà Nà mỗi tháng lãi gần 70 tỷ đồng.** เข้าถึงเมื่อ 17 มกราคม 2563. เข้าถึงได้จาก https://vnexpress.net/kinh-doanh/cap-treo-ba-na-moi-thang-lai-gan-70-ty-dong-3781848.html

Webmaster. (2019). **ยูนิเวอร์แซล สตูดิโอ ประเทศสิงคโปร์.** เข้าถึงเมื่อ 26 กันยายน 2562. เข้าถึงได้จาก https://palanla.com/index.php?op=abroadLocation-detail&id=138

ภาคผนวก

แบบสอบถามแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อใช้ประกอบการศึกษาวิจัย หลักสูตรปริญญาตรีของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยผู้วิจัยมีความประสงค์ที่จะศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม วิทยาเขตสนามจันทร์ โดยผู้ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลในภาพรวม และไม่มีการเปิดเผยข้อมูลรายบุคคล ผู้ศึกษาใคร่ขอขอบพระคุณทุกท่านที่กรุณาให้ความร่วมมือมา ณ โอกาสนี้

นางสาวนิชานันท์ ภุมมา

นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาเอเชียศึกษา

คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ใช้งาน

<u>เพศ</u> ☐ ชาย ☐ หญิง

<u>อายุ</u> ☐ ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 20 – 37 ปี ☐ 38 – 52 ปี ☐ 53 – 71 ปี

<u>อาชีพ</u> ☐ รับราชการ/รัฐวิสากิจ ☐ พนักงานบริษัท ☐ ทำธุรกิจส่วนตัว ☐ เกษตรกร

☐ นักเรียน/นักศึกษา ☐ รับจ้างทั่วไป ☐ อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

<u>รายได้ต่อเดือน</u> ☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท ☐ 10,000 – 20,000 บาท ☐ 20,000 – 30,000 บาท

☐ 30,000 – 40,000 บาท ☐ มากกว่า 40,000 บาท

ตอนที่ 2 แบบสอบถามแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1. ท่านได้รับข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามจากที่ใดบ้าง

☐ ได้รับข้อมูลจากสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์แนะนำการท่องเที่ยว โฆษณาต่าง ๆ

☐ ได้รับข้อมูลจากคนรู้จัก

2. วัตถุประสงค์ในการไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามของท่าน

☐ พักผ่อนหย่อนใจ

☐ ศึกษาหาความรู้

☐ ทำธุรกิจ

☐ เพื่อได้เห็นสิ่งแปลกใหม่

☐ ประชุมสัมมนา/อบรม

3. ค่าใช้จ่ายตลอดการเดินทาง และ ค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ที่ใช้จ่ายในบานาฮิลล์ (เฉลี่ยต่อคน)

☐ ต่ำกว่า 10,000 บาท

☐ 10,000 – 20,000 บาท

☐ 20,000 – 30,000 บาท

☐ 30,000 – 40,000 บาท

☐ มากกว่า 40,000 บาท

4. แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว

☐ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว

☐ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว

☐ ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม

☐ ความสวยงามทางกายภาพและภูมิทัศน์

☐ ความงดงามของเอกลักษณ์สิ่งปลูกสร้าง สถาปัตยกรรม

☐ สื่อและโฆษณาเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว

4.2 ด้านที่พัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ราคาที่พักไม่สูงมาก

☐ มีความสะดวกในการจองที่พัก

☐ มีความหลากหลายของที่พักให้เลือก

☐ ความสวยงามด้านสถาปัตยกรรมของโรงแรม

☐ ความสวยงามของทัศนียภาพรอบ ๆ โรงแรม

4.3 ด้านการคมนาคม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ ความสะดวกในการเดินทางมาท่องเที่ยว

☐ มีสนามบินภายในประเทศและระหว่างประเทศ

☐ ความปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยว

☐ ราคาตั๋วเครื่องบินถูกและมีการจัดโปรโมชั่นต่าง ๆ

☐ ระยะทางและระยะเวลาในการเดินทาง

ตอนที่ 3 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

1. ท่านเคยเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้จำนวนกี่ครั้ง

2. ในการเดินทางมาครั้งนี้ท่านได้พักโรงแรมในส่วนของบานาฮิลล์ หรือไม่

- พัก จำนวน ..... คืน (ตอบในข้อ 2.1) - ไม่พัก

2.1 ท่านพักจำนวนกี่คืน

3. เหตุผลที่ไม่พักค้างแรมที่บานาฮิลล์ เพราะเหตุใด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ที่พักอื่น ๆ มีราคาที่เหมาะสมกว่า
- ☐ ต้องการพักโรงแรมที่สามารถไปสถานที่อื่นได้สะดวกกว่า
- ☐ โรงแรมยังไม่ตอบโจทย์ในการเข้าพัก
- ☐ เงื่อนไขการจองที่ไม่สามารถเข้าพักได้

3.1 แล้วท่านพักที่ย่านใด

- ☐ แถบย่านสะพานมังกร (Dragon Bridge)
- ☐ แถบย่านหาด My Khe
- ☐ แถบย่านโวเงียนเกี๊ยบ (Vo Nguyen Giap)
- ☐ แถบย่านฮว่างวันไทยสตรีท (Hoang Van Thai street)
- ☐ แถบย่านเหงียนวันลิง (Nguyen Van Linh)

4. สิ่งที่ท่านคาดหวังจะได้รับจากการท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามในครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ☐ ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม
- ☐ ความสมบูรณ์และความสวยงามของธรรมชาติในบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม
- ☐ ได้พักผ่อนในบรรยากาศที่ดี อากาศสดชื่น
- ☐ ความสะดวก / สะอาด / ปลอดภัย ของสถานที่
- ☐ เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความเป็นมิตร / มีความเป็นกันเอง
- ☐ มีกิจกรรมที่หลากหลาย และ มีเทคโนโลยีสำหรับกิจกรรมนันทนาการที่ทันสมัย

5. ท่านมีความพึงพอใจต่อบริการที่ได้รับจากบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนามแห่งนี้มากน้อยเพียงใด

โปรดเลือกระดับความพึงพอใจของท่าน

5 = พอใจมาก

4 = พอใจ

3 = เฉยๆ

2 = ไม่ค่อยพอใจ

1 = ไม่พอใจ

5.1 ด้านสถานที่

ความพึงพอใจด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. เทคโนโลยีหรือเครื่องเล่นในบานาฮิลล์มีความสร้างสรรค์ แปลกใหม่					
2. สถาปัตยกรรม สิ่งก่อสร้างมีความแปลกใหม่เป็นเอกลักษณ์					
3. ทิวทัศน์สวยงามเหมาะแก่การพักผ่อน					
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม					

5.2 ด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ

ความพึงพอใจด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่/บุคลากรที่ให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เป็นมิตร					
2. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว					
3. เจ้าหน้าที่ดูแลเอาใจใส่กระตือรือร้น เต็มใจให้บริการ					
4. เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามเป็นอย่างดี					

5.3 ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ

ความพึงพอใจด้านกระบวนการขั้นตอนการให้บริการ	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. การให้บริการเป็นระบบและเป็นขั้นตอน					
2. มีระยะเวลาการให้บริการที่เหมาะสม					
3. มีคำแนะนำ (เอกสารหรือบุคลากรหรือป้ายประกาศหรืออื่น ๆ) อย่างชัดเจน					
4. มีตู้รับความคิดเห็น หรือแบบประเมินการบริการ					

5.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความพึงพอใจด้านสถานที่	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการเดินทางมีความสะดวก/ปลอดภัย/มีป้ายสัญลักษณ์บอกทางชัดเจน					
2. มีสถานที่จอดรถเพียงพอ เหมาะสม สะดวก ปลอดภัย					
3. มีห้องน้ำ-ห้องสุขา ที่สะอาด/เพียงพอ/สะดวก					
4. ร้านจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มมีจำนวนเพียงพอ / ราคาเหมาะสม / ความสะอาด / คุณภาพอาหาร					
5 การสื่อความหมายต่าง ๆ เช่น ป้าย / สัญลักษณ์					
6 สาธารณูปโภคพื้นฐาน (ไฟฟ้า,น้ำดื่ม/น้ำใช้, โทรศัพท์สาธารณะ) มีคุณภาพ ใช้การได้ดี					
7 การจัดสถานที่เพื่อใช้พักผ่อนหย่อนใจบริเวณแหล่งท่องเที่ยว (ความสะอาด / สวยงาม,การตกแต่งด้านสถาปัตยกรรมที่เหมาะสมกลมกลืนกับธรรมชาติ,การดูแลความปลอดภัย,การให้ข้อมูลความรู้,สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน					

5.5 ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ภาพรวม	ระดับความพึงพอใจ		
	5	4	3
ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้			

6. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงบานาฮิลล์ เช่น สถานที่/การให้บริการ/สิ่งอำนวยความสะดวก

แบบสอบถามแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้

ที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวบานาฮิลล์ ประเทศเวียดนาม

Part 1 일반정보

성별 ☐ 남 ☐ 여

연령 ☐ 20 세 이하 ☐ 20-37 세 ☐ 38-52 세 ☐ 53-71 세

직업 ☐ 공무원 ☐ 회사원 ☐ 자영업 ☐ 농부

☐ 학생/대학생 ☐ 자유직 ☐ 기타

월평균 수입 ☐ 1,700,000 원 ☐ 1,700,000 – 1,800,000 원 ☐ 1,800,000 – 1,900,000 원

☐ 1,900,000 – 2,000,000 원 ☐ 2,000,000 원 이상

Part 2 베트남 바나힐에 관광동기에 대한 질문

1. 베트남 바나힐의 정보를 어떻게 아십니까?

☐ 온라인 미디어 (사이트, 광고)

☐ 아는 사람

2. 베트남 바나힐에 관광 목적이 무엇이십니까?

☐ 휴식

☐ 공부

☐ 사업

☐ 새로운 경험

☐ 회의 / 세미나

3. 베트남 바나힐에 여행 비용이 얼마이십니까? (1인)

☐ 380,000 원

☐ 380,000 – 760,000 원

☐ 760,000 – 1,140,000 원

☐ 1,140,000 – 1,520,000 원

☐ 1,520,000 원 이상

4. 베트남 바나힐에 관광동기

4.1 여행지 (1 가지 이상 선택할 수 있다.)

☐ 여행지의 유행

☐ 매혹적인 여행지

☐ 여행지의 다양성

☐ 아름다운 약사•문화적 여행지

☐ 아름다운 풍경

☐ 아름다운 구조물과 건축

☐ 여행지에 대한 광고

4.2 숙소 (1 가지 이상 선택할 수 있다.)

☐ 비싸지 않는 숙소

☐ 숙소 예약에 편리

☐ 다양한 숙소

☐ 아름다운 호텔의 건축

☐ 아름다운 호텔의 풍경

4.3 교통 (1 가지 이상 선택할 수 있다.)

☐ 여행하러 가기에 편리

☐ 국내-국제 공항

☐ 여행하기에 안전

☐ 싼 비행기표 / 프로모션 이벤트

☐ 가기에 거리와 기간

Part 3 베트남 바나힐에 만족에 대한 질문

1. 베트남 바나힐에 몇 번 가보셨습니까?

2. 여행할 때 바나힐에서 호텔에 숙박하셨습니까?

- 했다 - 안 했다

2.1 그러면 몇박을 하셨습니까?

3. 바나힐에서 호텔에 숙박하지 않는 이유가 무엇이십나까? (1 가지 이상 선택할 수 있다.)

☐ 다른 숙소가 더 싸다.

☐ 다른 숙소가 다른 곳에 더 편리하게 갈 수 있다.

☐ 호텔은 마음에 들지 않다.

☐ 예약할 수 없다. (예약 조건)

3.1 그러면 어디에서 숙박하셨습니까?

☐ 드래곤브릿지 (Dragon Bridge)

☐ 미케비치

☐ 보응우옌잡 거리

☐ Hoang Van Thai street

☐ Nguyen Van Linh

4. 베트남 바나힐에 관광할 때 기대하는 것을 무엇이십니까? (1가지 이상 선택할 수 있다.)

☐ 여행지 정보

☐ 아름다운 자연

☐ 좋은 분위기와 상쾌한 공기에 휴식

☐ 편리 / 안전 / 깨끗한 곳

☐ 직원의 친절한 서비스

☐ 다양하고 최신식의 활동

5. 베트남 바나힐에 만족도가 어떻습니까?

5 = 매우 만족

4 = 만족

3 = 보통

2 = 불만

1 = 매우 불만

5.1 장소

장소	만족도				
	5	4	3	2	1
1. 바나힐에서 기술과 놀이기구가 신기하다.					

2. 구조물과 건축이 신기하고 독특하다.					
3. 풍경이 아름다워서 휴식에 좋다.					
4. 시설이 관광객수를 수요할 수 있다.					

5.2 직원의 서비스

직원의 서비스	만족도				
	5	4	3	2	1
1. 친절하다					
2. 빠르고 편리하다					
3. 배려하고 적극적이다					
4. 질문을 잘 대답한다					

5.3 서비스 방법

서비스 방법	만족도				
	5	4	3	2	1
1. 조직적이고 단계적인 서비스					

2. 적당한 서비스기간					
3. 명확히 안내 (서류, 직원, 게시판)					
4. 고객소리함 / 건의함 박스가 있다.					

5.4 시설

시설	만족도				
	5	4	3	2	1
1. 편리 / 안전 / 표시판이 있다.					
2. 주차장은 편리하고 안전하다.					
3. 화장실은 깨끗하고 편리하다.					
4. 음식점은 저렴하고 깨끗하고 맛있다.					
5. 표지판과 기호는 잘 표시되다.					
6. 공공시설이 좋다. (전기, 수도, 물, 전화기)					
7. 바나힐 주변의 구조물과 건축 (깨끗함 / 예쁨 / 자연스러움 / 안전광리 / 안내소 / 시설)					

5.5 전체적으로 만족도 어떻습니까?

전체적으로	만족도		
	5	4	3
전체적으로 만족도 어떻습니까			

6. 기타 의견이 있으면 기재하여 주시기 바랍니다. (장소 / 서비스 / 시설)

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-นามสกุล	นางสาวนิชานันท์ ภุมมา
วันเกิด	18 เมษายน พ.ศ. 2541
ที่อยู่	49/24 หมู่ 6 ต.สวนกล้วย อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี 70110
หมายเลขโทรศัพท์	0994453447
E-mail	nichanunnt12@gmail.com
ประวัติการศึกษา	สำเร็จการศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 จากโรงเรียนเขมะสิริอนุสสรณ์
	สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ สาขาวิชาเอเชียศึกษา
	มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตพระราชวังสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์

สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า นางสาวนิชานันท์ ภุมมา

นักศึกษาชั้นปีที่ 4 วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเวียดนาม

ชื่อสารนิพนธ์ การศึกษาแรงจูงใจและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบานาฮิลล์ในประเทศเวียดนาม

ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิเศก ปั้นสุวรรณ

ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ 49/24 หมู่ 6 ต.สวนกล้วย อ.บ้านโป่ง จ.ราชบุรี 70110

หมายเลขโทรศัพท์ 0994459447

ลิขสิทธิ์ของบทความวิจัยอันเป็นผลมาจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมิกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวนิชานันท์ ภุมมา)

ลงนามผู้รับโอน.....

วันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2563