



สารนิพนธ์

เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน
ประเทศเวียดนาม หลังสถานการณ์โควิด-19

โดย

นางสาวกฤตชยา ขจรไชยา

รหัสนักศึกษา 620510882

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาอักษรศาสตรบัณฑิต

สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2566

ลิขสิทธิ์ของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร

ชื่อสารนิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทาง ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลัง สถานการณ์โควิด-19
ผู้เขียน	นางสาวกฤตชยา ขจรไชยา
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์อริศา จิระศิริโชติ
สาขาวิชา	เอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสนามจันทร์
ปีการศึกษา	2565

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 และเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล วิธีการดำเนินการวิจัยนี้เป็นการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire schedules) โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Check list) ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทาง ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก โดยการใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผู้ร่วมเดินทาง วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมา จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนประเภทใดที่ท่านเลือกไปพักผ่อนเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ภูมิภาคที่ท่านเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 แหล่งที่มาของข้อมูลการท่องเที่ยว และความถี่ในการกลับมาเที่ยวอีก โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Check list)

จากวัตถุประสงค์ ข้อที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 พบว่า ในการมาท่องเที่ยวใน

ประเทศเวียดนามของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด เนื่องจากวัยทำงาน วันหยุดรวมไปถึงรายได้ สามารถตอบโจทย์การเดินทางได้ดีกว่ากลุ่มประชากรอื่น ๆ และยังรวมไปถึงค่าใช้จ่าย ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวที่นั่นจำเป็นต้องการเรื่องของค่าใช้จ่ายอย่างมากมาย ปัจจัยทางด้านการเงินจึงมีผลต่อการตัดสินใจเลือกประเทศเวียดนามเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพราะสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งของประเทศเวียดนาม อยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศไทยมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเป็นจำนวนเงิน 10,001 - 20,000 บาท สำหรับสิ่งต่าง ๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าสินค้าของที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าบันเทิงต่าง ๆ มีราคาถูก นักท่องเที่ยวสามารถหยิบจับและซื้อได้ในสิ่งที่ต้องการ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจได้ง่ายในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนาม

จากวัตถุประสงค์ ข้อที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงส่วนมากชอบความสวย ความงาม ความสบายตาและสบายใจ จึงมุ่งที่จะสรรหาสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเวลา นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่นั่นส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจเองนั้นจะมีเวลาว่างเป็นของตนเอง และจัดสรรเวลาได้ดีกว่าอาชีพอื่น ๆ จึงมีโอกาและเวลาว่างในการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ

คำสำคัญ : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ นักท่องเที่ยวชาวไทย ประเทศเวียดนาม สถานการณ์โควิด-19

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 เป็นส่วนหนึ่งของรายวิชา 450 112 การศึกษาเอกเทศ (Independent Study)

สารนิพนธ์ชิ้นนี้สามารถสำเร็จได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการกรุณาอย่างสูงจาก อาจารย์อารีศา จิระศิริโชติ อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำและให้คำปรึกษา ตลอดจนการปรับปรุงแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างยิ่ง จนทำให้งานวิจัยในครั้งนี้ เสร็จสมบูรณ์ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณอาจารย์อย่างสูงไว้ ณ ที่นี้

ขอขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้า ที่เป็นทั้งกำลังใจและแรงผลักดันที่สำคัญให้ฝึกในการศึกษาของข้าพเจ้ามาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจ รับฟัง และให้คำปรึกษา ขอขอบคุณทั้งเพื่อนทางไกลและเพื่อนทางใกล้ทุกคนที่คอยรับฟังปัญหาและให้ความช่วยเหลือมาโดยตลอด กำลังใจจากคนรอบข้างทุกคนที่เป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้การศึกษาในครั้งนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ นักท่องเที่ยวชาวไทยทุกท่านที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ อำนวยความสะดวก และให้ความร่วมมือเป็นอย่างยิ่ง ในการเก็บข้อมูลและตอบแบบสอบถาม

ผู้ศึกษาหวังเป็นอย่างยิ่งว่า งานวิจัยฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ที่สนใจ หากมีข้อบกพร่องหรือข้อผิดพลาดประการใด ข้าพเจ้าขออภัยไว้ ณ ที่นี้

กฤตชยา ขจรไชยา

สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	จ
สารบัญรูป.....	ฉ
บทที่ 1.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 คำถามวิจัย	3
1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	4
1.4 ขอบเขตการศึกษา (พื้นที่ เวลา เนื้อหา และประชากร)	4
1.5 ข้อยกเว้นของการศึกษา.....	4
1.6 นิยามศัพท์	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
บทที่ 2.....	7
2.1 แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	7
2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
บทที่ 3.....	18
3.1 เครื่องมือใช้ในการวิจัย	18
3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	18
3.3 วิธีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล.....	19

3.4 กลุ่มประชากร	19
3.5 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์	20
3.6 ขั้นตอนการดำเนินงาน	22
บทที่ 4.....	23
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยว	23
4.2 วิเคราะห์องค์ประกอบด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว	25
4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร (Factor Analysis)	29
บทที่ 5.....	36
5.1 สรุปผลการศึกษา.....	36
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	38
5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา.....	40
บรรณานุกรม	43
แบบสอบถาม	47
ประวัติผู้เขียน	51
แบบอินลิชสิทธิ์สารนิพนธ์.....	52

สารบัญตาราง

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง	23
ตารางที่ 4.2 แสดงผลวิเคราะห์องค์ประกอบด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว.....	25
ตารางที่ 4.3 แสดงผลวิเคราะห์องค์ประกอบด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ.....	29
ตารางที่ 4.4 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์คำถามวิจัยข้อที่ 1	31
ตารางที่ 4.5 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์คำถามวิจัยข้อที่ 2	33

สารบัญรูป

รูปที่ 1.....29

รูปที่ 2.....30

รูปที่ 3.....30

รูปที่ 4.....31

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการท่องเที่ยวนับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแลกเปลี่ยนทั้งวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นของพื้นที่นั้น ๆ เพราะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศต่าง ๆ ทั่วโลกทั้งประเทศที่พัฒนาแล้ว และประเทศที่กำลังพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสนับสนุนทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศให้ดีขึ้น เนื่องจากดัชนีการเจริญเติบโตของธุรกิจการท่องเที่ยวนั้น แปรผันตรงกับรายได้ของประชากรในประเทศต่าง ๆ ที่มีรายได้เพิ่มมากขึ้น มีชนชั้นกลางในระบบ เยอะขึ้น อีกทั้งยังได้รับการศึกษาที่สูงขึ้นด้วย ทำให้กลุ่มคนเหล่านี้ต้องการคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น วิธีการใช้ชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไป เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าของเทคโนโลยีที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็วมากนั้น ทำให้ประชากรต้องการพื้นที่ในการลดความตึงเครียดจากการทำงานและการใช้ชีวิตลง ความต้องการในการพักผ่อนจึงมีบทบาทสำคัญมากขึ้นสำหรับยุคปัจจุบันนี้ โดยการออกจากบ้านไปท่องเที่ยวพักผ่อนในสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น เช่น ต่างอำเภอ ต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ เป็นต้น และในขณะเดียวกันการคมนาคมรวมไปถึงช่องทางออนไลน์ที่สามารถทำให้การติดต่อสื่อสารได้ระหว่างกันได้ รวดเร็วมากขึ้น จึงทำให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกรวดเร็วจนสามารถวางแผนและกำหนดการต่าง ๆ รวมถึงค่าใช้จ่ายสำหรับการไปพักผ่อนในครั้งนั้น ๆ ได้ง่ายมากขึ้นด้วย ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวที่คนส่วนมากมักไปกันนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นสถานที่ที่ซึ่งเดินทางได้สะดวกสบายและไม่ยุ่งยาก หรือไกลมากนัก เนื่องด้วยวันหยุดพักผ่อนเป็นเพียงระยะสั้นไม่กี่วัน โดยสถานที่พักผ่อนเหล่านั้นเป็นสถานที่ใกล้เคียงหรือประเทศใกล้ ๆ เป็นหลัก เนื่องจากใช้ระยะเวลาในการเดินทางไม่มากนัก

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในสถานที่ท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม โดยประเทศเวียดนามนั้นเป็นประเทศเก่าแก่ประเทศหนึ่ง ที่ตั้งอยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีธรรมชาติที่สวยงามและเหมาะแก่การเป็นที่พักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยวจำนวนมากไม่น้อย และปัจจุบันประเทศเวียดนามก็ได้มีการพัฒนาในด้านการท่องเที่ยวที่เติบโตขึ้นอย่างรวดเร็วและเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งของต่างประเทศ รวมทั้งเป็นสมาชิกขององค์การการท่องเที่ยวของโลกอีกด้วย

ประเทศเวียดนามมีชื่อเรียกอย่างเป็นทางการอีกชื่อหนึ่งว่า “สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม” พรมแดนทางตอนเหนือติดกับประเทศจีน ทิศใต้ติดกับทะเลจีนใต้ ตอนกลางของประเทศนั้นติดกับ

ประเทศลาวและกัมพูชา รวมทั้งทะเลจีนด้วย ซึ่งพื้นที่สามในสี่ของประเทศเวียดนามนั้นประกอบไปด้วยภูเขาและที่ราบสูง ทำให้เห็นทัศนียภาพของแหล่งธรรมชาติได้สุดลูกหูลูกตา ด้วยป่าไม้ที่เขียวชอุ่มและภูมิอากาศที่เย็นสบาย ด้วยเหตุนี้ประเทศเวียดนามจึงเป็นประเทศหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลก ต่างนิยมเดินทางมาสัมผัสบรรยากาศของธรรมชาติที่สวยงามและศิลปวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของคนในพื้นที่ บวกกับความเป็นมิตรและอัธยาศัยดีที่มอบให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางไปเยี่ยมเยียน ด้วยความมีน้ำใจไมตรีของคนเวียดนามนี้เหล่านักท่องเที่ยวจึงยิ่งหลงใหลการมาเที่ยวชมประเทศเวียดนามจำนวนไม่น้อยเลยในแต่ละปี นอกจากนี้ด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนามมีความอุดมสมบูรณ์ที่กระจายอยู่ตามพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วทุกจังหวัดและทุกภาคของประเทศอยู่แล้ว ซึ่งไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ หรือแหล่งท่องเที่ยวตามประวัติศาสตร์ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ตลอดจนแหล่งท่องเที่ยวทางขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่ได้รับความนิยมอย่างยิ่งเนื่องจากมีความหลากหลาย อันได้แก่ แหล่งอารยธรรมโบราณ น้ำตก ภูเขา ทะเล และทะเลทราย เป็นต้น

จากข้อมูลด้านการท่องเที่ยว ปรากฏให้เห็นว่าหลายปีที่ผ่านมา มีประชากรชาวไทย เป็นกลุ่มที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนามสูงที่สุด เนื่องด้วยประชากรกลุ่มนี้มีศักยภาพในการเติบโตที่ค่อนข้างสูงและมีอำนาจในการซื้อที่สูงด้วย ตลอดจนอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียงที่สามารถเดินทางไปมาได้สะดวก ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจเลือกที่จะศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นสำคัญ เนื่องจากมีหลายปัจจัยที่น่าพิจารณา เช่น ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านทรัพยากรในการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนทำให้ทราบและเข้าใจถึงสาเหตุสำคัญในการตัดสินใจในการไปท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนามได้ดีมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปเป็นฐานข้อมูลเพื่อปรับปรุง บริหารการจัดการในด้านต่าง ๆ ได้พัฒนามากขึ้น เพื่อตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยให้เหมาะสมมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นด้านการอำนวยความสะดวกสบายในการเดินทาง หรือแม้แต่ทำให้เกิดความประทับใจเล็ก ๆ น้อย ๆ ในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนาม

ในช่วงต้นปี 2563 เกิดวิกฤตการณ์โรคแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนาหรือ โควิด-19 (COVID-19) โดยเริ่มแพร่ระบาดจากเมืองอู่ฮั่น มณฑลหูเป่ย์ ประเทศจีนนั้น โดยได้รับการยืนยันในเดือนธันวาคมปี 2562 ที่ผ่านมา ไวรัสที่ได้แพร่กระจายอย่างรวดเร็ว และทำให้เกิดการระบาดลุกลามไปทั่วโลก จนทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและการใช้ชีวิตในสังคมของมนุษย์ในทุก ๆ ประเทศ

หยุดชะงักและเปลี่ยนแปลงไป โดยองค์การอนามัยโลก (World Health Organization : WHO) ประกาศให้โควิด-19 เป็นโรคติดต่ออันตรายร้ายแรง ในวันที่ 11 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 และต่อมาประกาศเป็นโรคติดต่อที่มีการระบาดใหญ่ไปทั่วโลก (Pandemic) ในวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 จากเหตุการณ์ดังกล่าวทำให้ผู้คนต้องปรับตัวเพื่อป้องกันการติดต่อระหว่างกันให้มากที่สุด ไม่ว่าจะเป็นการหลีกเลี่ยงการสัมผัสหรือการใกล้ชิดกัน เป็นต้น เพื่อลดอัตราการติดเชื้อของประชากรลง วิธีการใช้ชีวิตของคนในสังคมจึงเปลี่ยนแปลงไป มีการเว้นระยะห่างระหว่างกัน และลดกิจกรรมที่มีการรวมกลุ่มหรือชุมนุม ด้วยเหตุนี้การท่องเที่ยวจึงได้รับผลกระทบจากการที่ต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นอย่างมาก

ในขณะที่เขียนรายงานวิจัยนี้ สถานการณ์ไวรัสโคโรนา (โควิด-19) ที่แพร่ระบาดในประเทศไทยเริ่มคลี่คลายลงแล้ว แต่ผลกระทบจากมาตรการต่าง ๆ ที่ออกมาเพื่อหยุดยั้งโรคระบาดได้สร้างความเสียหายอย่างรุนแรงโดยเฉพาะในด้านเศรษฐกิจ และคาดว่าจะทำให้พฤติกรรมของมนุษย์เปลี่ยนไปอย่างสิ้นเชิงในระยะยาว ซึ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมที่ได้รับผลกระทบมากเป็นอันดับต้นต้นของโลกตั้งแต่มีโรคระบาดคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวในประเทศหรือต่างประเทศก็ตาม ย่อมได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ไวรัสโคโรนา (โควิด-19) อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจก็ลดลงด้วย เนื่องจากปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านทรัพยากรในการท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เหล่านี้ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนาม ถึงแม้หลังวิกฤตการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นส่งผลต่อรูปแบบการดำเนินชีวิต การปรับตัวทางด้านธุรกิจและด้านบริการของสถานการณ์ในปัจจุบัน รวมถึงผู้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่ต้องเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งขณะนี้ได้รับการควบคุมการแพร่ระบาดได้ในระดับหนึ่งแล้ว จึงมีการผ่อนปรนในการเปิดกิจการให้บริการของสถานที่ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นห้างสรรพสินค้า สถานบันเทิง รวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ อีกด้วย แต่ตัวแปรในด้านความกังวลใจด้านสุขภาพและความปลอดภัย รวมถึงรายได้ที่ถดถอยลงของค่าเฉลี่ยของประชากรอีกด้วย แต่ความต้องการของนักท่องเที่ยวก็ไม่ได้ลดลงไปมากนัก กลับยิ่งเพิ่มขึ้นมาก หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดได้คลี่คลายลง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่จะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวให้พัฒนามากยิ่งขึ้น

1.2 คำถามวิจัย

1.2.1 ปัจจัยส่วนบุคคลมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 หรือไม่

1.2.2 ปัจจัยส่วนบุคคลใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19

1.3 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1.3.1 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19

1.3.2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

1.4 ขอบเขตการศึกษา (พื้นที่ เวลา เนื้อหา และประชากร)

1.4.1 ขอบเขตด้านพื้นที่การวิจัย

ประเทศเวียดนาม

1.4.2 ขอบเขตด้านระยะเวลาการวิจัย

ระหว่างเดือนกรกฎาคม 2565 ถึง เดือนมีนาคม 2566

1.4.3 ขอบเขตด้านเนื้อหาการวิจัย

ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยจำแนกปัจจัยส่วนบุคคล

1.4.4 ขอบเขตด้านประชากรการวิจัย

ประชากรไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 กลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน

1.5 ข้อจำกัดของการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้มีข้อจำกัดในการวิจัยมีดังนี้

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนามเท่านั้น จึงไม่สามารถนำข้อสรุปและผลการวิจัยไปอ้างอิงกับกลุ่มประชากรกลุ่มอื่นได้ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาในกลุ่มประชากรกลุ่มอื่น ๆ เพื่อให้เป็นประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยิ่ง ๆ ขึ้นไป

2. การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกได้เลือกศึกษาตัวแปรอิสระแค่ 5 ตัวแปรเท่านั้นคือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในอดีตได้ชี้ให้เห็นว่ายังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนาม อาทิเช่น ปัจจัยด้านการเงิน

ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการศึกษาวิจัยด้านอื่น ๆ

3. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาที่เก็บรวบรวมข้อมูลช่วงเดือนกรกฎาคม 2565 ถึง เดือนมีนาคม 2566 ทำให้ข้อมูลที่ได้ อาจไม่สามารถใช้อ้างอิงในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตอาจทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับเวลาที่ต่อเนื่องไปเรื่อย ๆ (Longitudinal) ซึ่งข้อมูลจะเป็นประโยชน์ในการวิจัยระยะยาว ทำให้มองเห็นเกิดขึ้นแนวโน้มของปัจจัยต่าง ๆ ได้มากขึ้น

1.6 นิยามศัพท์

โควิด-19 (COVID-19) หมายถึง โรคติดต่อที่เกิดจากเชื้อไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ ในเดือนธันวาคม ปีพ.ศ. 2562 ไวรัสนี้ได้เริ่มระบาดในเมืองอู่ฮั่น ประเทศจีน จนกระทั่งปลายปีพ.ศ. 2563 โรคระบาดชนิดนี้ก็ส่งผลกระทบต่อไปหลายประเทศทั่วโลก

นักท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่เดินทางจากที่พักอาศัยของตนไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป ซึ่งกระทำไปด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เพื่อจุดประสงค์ในการเดินทางไปประกอบอาชีพ หรือหารายได้

การตัดสินใจ หมายถึง การเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดจากทางเลือกหลาย ๆ ทางเลือก เพื่อให้องค์กรได้ประโยชน์สูงสุด และไม่มีความเสียหายผิดพลาดหรือมีน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ การตัดสินใจนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญสำหรับทุกคนในองค์กรในการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ และตัดสินใจว่าจะใช้วิธีการหรือเครื่องมือหรือใครมาแก้ไขปัญหา

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำหรือกริยาใด ๆ ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าวเพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลให้ได้รับความพึงพอใจระดับหนึ่งในการเดินทางไปท่องเที่ยวยังสถานที่นั้น ๆ โดยจะต้องพิจารณาวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยว บุคคลที่มีอิทธิพลหรือมีส่วนร่วมในการเดินทางท่องเที่ยว ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยว ระยะเวลาที่เดินทางท่องเที่ยว เป็นต้น (ธัญชนก แวแ้วแก้ว, 2557)

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยว มีความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 เพื่อให้เกิดการวางแผน ปรับปรุง และพัฒนาธุรกิจให้สอดคล้องกับสถานการณ์โควิด-19

1.7.2 สามารถเข้าใจถึงปัญหา ตลอดจนเข้าใจถึงทัศนคติ และความคิดเห็นของประชาชนต่อการตัดสินใจเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้น

1.7.3 สามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมและตอบโจทย์ต่อความต้องการของประชาชนในการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

1.7.4 นักศึกษา นักวิจัย นักวิชาการ หรือผู้ที่สนใจสามารถนำความรู้จากผลการศึกษาครั้งนี้ไปใช้ประโยชน์ในการศึกษา ค้นคว้า และทำวิจัยอื่น ๆ ที่อาจจะมีอิทธิพล หรือส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนาม

บทที่ 2

ทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยต่าง ๆ ซึ่งมีประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 แนวความคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวความคิด

2.1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : W.T.O.) นิยามความหมายของการท่องเที่ยวไว้ว่าเป็นการเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นชั่วคราว (ไม่เกิน 1 ปี ติดต่อกัน) เดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุรกิจและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ด้วยความสมัครใจ แต่ไม่ได้มีจุดประสงค์เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (2546) ยังนิยามการท่องเที่ยวไว้ว่า คือการเดินทางที่มีเงื่อนไขว่าเป็นเพียงชั่วคราว บุคคลไม่ได้ถูกบังคับให้เดินทาง และเป็นไปเพื่อผ่อนคลายความเครียด หาประสบการณ์แปลกใหม่

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มาตรา 4 พ.ศ. 2522 ให้ความหมายของ

“อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ไว้ว่า เป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีบริการ หรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้ง ในประเทศและนอกประเทศ โดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ครอบคลุมถึง โรงแรม, ธุรกิจนำเที่ยว, ภัตตาคาร, สถานบริการ, ที่พักตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว, ธุรกิจขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวหรือชายของที่ระลึก, งานออกร้าน, ธุรกิจการกีฬา, นิทรรศการ, งานแสดง, การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่น ที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมหรือดึงดูดให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

จึงสามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว คือ การเดินทางจากถิ่นพำนักของตนไปยังพื้นที่อื่นชั่วคราว โดยไม่ใช้การหารายได้ หรือทำกิจธุระเพื่อการเลี้ยงชีพ แต่เป็นการเดินทางเพื่อ

จุดประสงค์อื่นตามความ สมัยครใจ โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ 6 ประการ ได้แก่ นักท่องเที่ยว, แหล่ง ท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว, โครงสร้างพื้นฐาน บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว องค์การภาครัฐ และภาคเอกชน และเจ้าบ้าน หรือ ประชาชนในประเทศนั้น ๆ

ประเภทของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามความสำคัญและ สภาพแวดล้อมได้ 12 ประเภท ดังนี้

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-Tourism) ประเทศไทยอุดมสมบูรณ์ไปด้วยสถานที่ ธรรมชาติที่ดึงดูดใจ มีความหลากหลายในรูปแบบที่นำอัครจรย์ เช่น ป่า, ภูเขา, น้ำตก, แม่น้ำ และ ทิวทัศน์ของท้องทะเล รวมถึงเกาะน้อยใหญ่ ซึ่งเหมาะกับกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เช่น การปีน เขา และการดำน้ำ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การเดินป่า ดูนก และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ซึ่งกำลังเป็นที่นิยม เช่น กิจกรรมเยี่ยมชมกล้วยไม้, แหล่งปลูกชา และสวนองุ่น เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปะวิทยาการ (Arts and Sciences Educational Attraction Standard) เป็นการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ให้ความรู้และดึงดูดนักท่องเที่ยวผ่านแหล่งท่องเที่ยวหรือ กิจกรรมในสถานที่นั้น
- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ (Historical Attraction) ประเทศไทยมีสถานที่ทาง ประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจมากมาย เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ และมีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ โบราณคดี และศาสนา
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (Natural Attraction) คือแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ ทรัพยากรธรรมชาติในการดึงดูดนักท่องเที่ยว อาจมีความสวยงาม แปลกตา มีเอกลักษณ์ในด้าน ธรณีวิทยาหรือภูมิศาสตร์
- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ (Recreational Attraction) ศิลปะและวัฒนธรรมไทย รวมกับความก้าวหน้าของโลกในยุคโมเดิร์นทำให้มีกิจกรรมแห่งการพักผ่อนหย่อนใจ และความ สนุกสนาน บันเทิง รื่นรมย์เตรียมพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็น สถานบันเทิงยามราตรี, สนามกอล์ฟ, สวน สนุก และสวนสัตว์ เป็นต้น
- แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Attraction) นักท่องเที่ยวมีความสนใจใน ศิลปะ และวัฒนธรรมไทยอย่างมาก สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งในประเทศไทยจึงเปิดโอกาสให้ นักท่องเที่ยว ได้เรียนรู้วัฒนธรรมไทย เช่น วิถีชีวิตของชาวพื้นเมือง หรือชาวเขา โดยการให้ทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น

การฝึกงานฝีมือ หรือท่าเกษตรกรรมโดยเข้าพักในที่พักแบบโฮมสเตย์ หรือแม้กระทั่งการเรียน มวยไทย และการทำอาหารไทย นักท่องเที่ยวจำนวนมากใช้เวลากับการท่องเที่ยวไปยังวัด และพิพิธภัณฑ์ เพื่อชมความสวยงามของงานศิลปะ

- แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพน้ำพุร้อนธรรมชาติ, ชายหาด, น้ำตก, ถ้ำ, เกาะ และแก่ง

2.1.2 แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยววิถีใหม่ (New Normal Tourism)

กระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (2563) ได้อธิบายความหมายของชีวิตวิถีใหม่ (New Normal) ไว้ว่า เป็นแนวทางที่หลายๆ คนจะต้องปรับเปลี่ยนชุดพฤติกรรม ทำให้ต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบวิถีชีวิตไปพร้อมกันทั่วโลกเกิดเป็นวิถีใหม่ในการดำรงชีวิต ซึ่งเมื่อเราจำต้องปฏิบัติกันเป็นปกติต่อเนื่องในระยะเวลาหนึ่งจนเกิดเป็นความพอใจ ในที่สุดทั้งหมดนี้ก็ได้กลายเป็น New Normal ในสังคม

วิถีปกติใหม่ (New Normal) หมายถึง ความปกติใหม่, ฐานวิถีชีวิตใหม่ หมายถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต อันเนื่องจากมีบางสิ่งมากระทบจนแบบแผนและแนวทางปฏิบัติที่คน ในสังคมคุ้นเคยอย่างเป็นปกติและเคยคาดหมายล่วงหน้าได้ต้องเปลี่ยนแปลงไปสู่วิถีใหม่ภายใต้หลัก มาตรฐานใหม่ที่ไม่คุ้นเคย

"New Normal" ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของ "โควิด-19" การใช้ชีวิตประจำวันจึงจำเป็นต้องป้องกันตนเองเพื่อให้มีชีวิตรอดด้วยการปรับหาวิถีการดำรงชีวิตแบบใหม่เพื่อให้ปลอดภัยจากการ ติดเชื้อ ควบคู่ไปกับความพยายามรักษาและฟื้นฟูศักยภาพทางเศรษฐกิจและธุรกิจนำไปสู่การสรรค์สร้าง สิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ เทคโนโลยีใหม่ ๆ มีการปรับแนวคิด วิสัยทัศน์วิธีการจัดการ ตลอดจนพฤติกรรมทั้งใน ด้านอาหาร การแต่งกาย การรักษาสุขภาพ การศึกษา เล่าเรียน การสื่อสาร การทำธุรกิจ ฯลฯ ซึ่งสิ่งใหม่ ๆ เหล่านี้ได้กลายเป็นความปกติใหม่ จนในที่สุดเมื่อเวลาผ่านไปก็ทำให้เกิดความคุ้นชินจนกลายเป็นส่วนหนึ่ง ของวิถีชีวิตปกติของผู้คนในสังคม (ราชบัณฑิตยสภา, 2563)

2.1.3 แนวคิดและทฤษฎีการปรับตัว

Bernard (2503, อ้างถึงใน จุมจินต์ สลัดทุกซ์, 2546) ได้กล่าวถึง การปรับตัวว่าการที่บุคคลสามารถปรับตัวให้เข้ากับตนเองและโลกภายนอกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความพึงพอใจ ความแจ่มใสอย่างสูงสุด มีพฤติกรรมที่เหมาะสมกับสภาพ สังคม มีความสามารถที่จะเผชิญ และยอมรับความจริงของชีวิต

วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์ (2545) ก็ได้ให้ความหมายของการปรับตัว ไว้ว่า กระบวนการที่บุคคลใช้ความพยายามในการปรับตนเอง เมื่อเผชิญกับสภาพปัญหาความอึดอัด ความเครียด ความคับข้องใจ ความทุกข์ใจ ความวิตกกังวลต่าง ๆ จนเป็นสภาพการณ์ที่บุคคลนั้น ๆ สามารถอยู่ในสภาพแวดล้อมหรือในสภาพปัญหานั้น ๆ ได้ ถ้าบุคคลปรับตัวแล้วสามารถอยู่ในสภาพแวดล้อมได้อย่างมีความสุขได้นั้นแสดงว่าบุคคลนั้น มีสุขภาพจิตดี แต่หากว่าบุคคลปรับตัวแล้วยังมีความทุกข์ใจ ว้าวุ่นใจ ไม่สบายใจอยู่ ความรู้สึกดังกล่าว ย่อมจะทำให้บุคคลนั้นกลายเป็นบุคคลที่มีสุขภาพจิตไม่ดี และหากเรื้อรังรุนแรงมากขึ้น อาจเจ็บป่วยเป็น โรคประสาทหรือโรคจิตได้

2.1.4 แนวคิดและทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps)

ทฤษฎีส่วนประสมการตลาดบริการ (7P's) คิดค้นโดย Booms & Bitner (1981) ได้เพิ่มส่วนประสมการตลาดอีก 3 ประการลงในทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (4P's) ของ McCarthy (1960) โดย 3 ข้อที่เพิ่มเติมขึ้นมาเน้นในเรื่องของการบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า

ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้าหรือบริการเป็นสิ่งใดก็ได้ที่สามารถนำเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิด ความสนใจ, การได้มาครอบครอง, การใช้งาน หรือการบริโภคซึ่งอาจจะสร้างความพึงพอใจได้ (Kotter & Armstrong, 2006) ผลิตภัณฑ์ควรจะตรงกับความจำเป็นของลูกค้า และแก้ไข ปัญหา ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าได้ อาจจะเป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือไม่ก็ได้

ด้านราคา (Price) ผลิตภัณฑ์ควรนำเสนอความคุ้มค่าให้แก่เงินที่ลูกค้าจ่าย ไม่จำเป็นว่าจะต้อง ราคาถูกที่สุดแต่ควรจะเป็นราคาที่ลูกค้ามีความพึงพอใจที่จะจ่าย (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) บริษัทควรทำให้มีผลิตภัณฑ์ไว้พร้อมจำหน่าย และง่ายต่อ การค้นหา นอกจากนี้ ช่องทางที่นำเสนอก็อาจจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้ภาพพจน์ของผลิตภัณฑ์ด้วย (อดุลย์ จาตุรงค์กุล, 2543)

ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) สื่อ Social Media เป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสาร ด้านการประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการขาย เครื่องมือเหล่านี้ควรใช้เพื่อส่งข้อความไปถึงผู้ฟังในสิ่งที่พวกเขาอยากได้ยิน ไม่ว่าจะเป็นการให้ความรู้ หรือเพื่อดึงดูดอารมณ์ความรู้สึกของลูกค้า และเพื่อยืนยันว่า การตัดสินใจซื้อของพวกเขาถูกต้อง

ด้านบุคคล (People) การมีพนักงานหรือบุคคลที่มีความสามารถและทำงานได้ตรงกับหน้าที่ที่รับผิดชอบนั้นมีความจำเป็นมากสำหรับบริษัท เพราะบุคคลเหล่านี้เป็นส่วนหลักของธุรกิจซึ่ง

เป็นผู้ นำเสนอผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ขณะเดียวกันก็อาศัยความสามารถในการบริหารบุคคลให้สร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าให้ได้มากกว่าคู่แข่ง

ด้านกระบวนการ (Process) กระบวนการมีความสำคัญอย่างมากสำหรับความพึงพอใจของลูกค้า ในด้านการท่องเที่ยว กระบวนการท่องเที่ยวที่ได้รับการออกแบบมาอย่างดีจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับ บริการที่สะดวกสบาย เพิ่มความมั่นใจ และความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง

ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) การ บริการเกือบทั้งหมดประกอบด้วยองค์ประกอบด้านกายภาพซึ่งเป็นสิ่งที่ลูกค้าจ่ายเพื่อให้ได้รับในสิ่งที่จับ ต้องไม่ได้ ในด้านการท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์ การท่องเที่ยว ที่พัก และ ความสะดวกสบาย ดังนั้นสถานที่ การตกแต่ง และผู้คน ล้วนเป็นสิ่งที่สร้างประสบการณ์ให้กับ นักท่องเที่ยว

2.1.5 แนวคิดเกี่ยวกับความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก กล่าวว่า ความปลอดภัยและความมั่นคงเป็นองค์ประกอบสำคัญของคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวจะมีชื่อเสียงและสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวให้ มีคุณภาพ แก่นักท่องเที่ยวได้ ต้องมีรากฐานที่สำคัญมาจากการจัดการความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินที่ดี โดย บุคลากรทุกส่วนต้องให้ความร่วมมือในการสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินให้เกิดขึ้นในภาคการ ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (World Tourism Organization, 1996 อ้างใน สำนักวิชาการ สำนักงาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2562)

ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่ง บางประเทศได้ใช้นโยบายด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นจุดแข็งเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศของตน ความปลอดภัยจึงเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจก่อนการเดินทางของนักท่องเที่ยว (สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2562)

Mendiratta (2010) จำแนกประเภทของความไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

- ภัยธรรมชาติ : เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ตลอดเวลา และทุกสถานที่โดยอาจไม่มีการแจ้งเตือนใด ๆ แต่สร้างความเสียหายอย่างมากไม่ใช่แค่กับนักท่องเที่ยว แต่กับคนในท้องถิ่นด้วย เช่น พายุเฮอริเคน, แผ่นดินไหว, ภูเขาไฟระเบิด หรือคลื่นยักษ์ ดังเช่นเหตุการณ์สึนามิเมื่อปี 2004 เป็นต้น

- โรคระบาด : เป็นสิ่งที่สร้างความวิตกกังวลและหวาดกลัวได้มากแม้จะมองไม่เห็นก็ตาม เมื่อมีการระบาดของโรคใหม่ ๆ ที่ยังไม่สามารถหาทางรักษา หรือป้องกันได้ เป็นภัยคุกคามต่อการวางแผนการท่องเที่ยวอย่างมาก

- การก่อการร้าย : เช่น เหตุการณ์ 9/11 ในประเทศสหรัฐอเมริกาทำให้มีการเพิ่ม มาตรการความปลอดภัยหลาย ๆ ด้านในแต่ละเที่ยวบินของสายการบินระดับโลก สร้างประสบการณ์การเดินทางที่ซับซ้อนและใช้เวลานานมากยิ่งขึ้น

- อาชญากรรม : เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวมักจะคำนึงถึง เป็นความอันตรายที่เกิดขึ้นได้ทั้งกับร่างกาย และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2.1.6 แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยว

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต (2551) กล่าวว่า พฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นกระบวนการ ต้องใช้เวลาในการพิจารณาและความพยายามในการตัดสินใจเลือกซื้อ ซึ่งมีปัจจัยทั้งภายใน และภายนอก กระบวนการดังกล่าวได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การตระหนัก หรือการรับรู้ปัญหา (Need Recognition) อาจเกิดจากสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอก เช่น ความเครียด, ความเบื่อจากการทำงาน หรือข้อมูลข่าวสารประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวตามสื่อต่าง ๆ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Information Search) สามารถมาจากแหล่งข้อมูลภายในหรือภายนอก เช่น ประสบการณ์ที่ตนเคยไปท่องเที่ยวมา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตนรู้จัก หรือการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต บุคคลรอบตัว เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) เป็นการเปรียบเทียบและเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยอาจพิจารณาจากปัจจัยประกอบหลายด้าน และเรียงลำดับความสำคัญ เช่น ด้านราคา ด้านความสะดวก สะอาดปลอดภัย เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 4 การตัดสินใจซื้อและการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Decision Making)
 ขั้นตอนที่ 5 พฤติกรรมภายหลังการเดินทาง (Post-Purchase Behavior) เป็นการประเมินผลหลังจากเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวบางคนจะแบ่งปันประสบการณ์ไม่ว่าจะในเชิงบวกหรือในเชิงลบ ของตนให้ผู้อื่นได้รับรู้ OU 1962

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

อติธิรัตน์ จันทร์แสงทอง (2554) ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา การวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาท่องเที่ยวพระราชวังบางปะอินจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพรายได้ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย กรณีศึกษา: พระราชวังบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และมีอายุในช่วง 26-35 ปี มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ และมีระดับรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วงต่ำกว่า 10,000 บาท เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเที่ยวพระราชวังบางปะอินจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในรอบ 1 ปี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย เดินทางมาท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยคิดเป็น 2-3 ครั้งในรอบ 1 ปี ในด้านค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในการท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยคิดเป็น 438.46 บาท ด้านจำนวนคนที่ร่วมเดินทางมาด้วยกัน จำนวน 4 คน ส่วนในด้านของแนวโน้มในการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในอนาคต มีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวในพระราชวังบางปะอินอีกครั้งในระดับมากอย่างยิ่ง ในด้านบุคคลที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้โดยส่วนใหญ่มากับครอบครัว ส่วนวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ ส่วนใหญ่มาพักผ่อนหย่อนใจ และเหตุผลในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในครั้งนี้ ส่วนใหญ่ตอบว่าเป็นสถานที่ที่มีชื่อเสียง

รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์ (2558) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทองมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง 2) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว 4) เพื่อเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ผลงานวิจัยพบว่า 1) นักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวภายในวัดเนื่องจากต้องการมาสักการะ รูปหล่อสมเด็จพระพุฒาจารย์โต และเดินทางมาเพื่อต้องการไหว้พระ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัว โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายไปกับค่าพาหนะ ซึ่งระยะทางในการท่องเที่ยวไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวเพราะต้องการไหว้พระและเดินทางสะดวก สำหรับการเข้ามา

ท่องเที่ยววนั้น นักท่องเที่ยวจะรับทราบข้อมูลจากญาติ เพื่อนแนะนำ ส่วนกิจกรรมที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว นั้น คือ งานแข่งเรือยาวและการบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยว คือ มีความสะดวกสบายและง่ายในการเดินทาง 2) การศึกษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อแหล่งท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง พบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อด้านสถานที่ ด้านการอำนวยความสะดวกมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจมาก และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการให้บริการร้านอาหารด้านบุคลากรให้บริการมีระดับความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์พึงพอใจปานกลาง 3) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ส่วนอายุ อาชีพ รายได้ ส่วนบุคคลต่อเดือนแตกต่างกันมีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน 4) การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว การบริการที่สนใจเข้ามาท่องเที่ยวแตกต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

สิริัญญา ขาดิเฝือก (2562) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่และดอยอินทนนท์ ซึ่งปรากฏว่า ด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านราคา ทั้งนี้ปัจจัยด้านอื่น ๆ คือ ด้าน การคมนาคม เจ้าหน้าที่ ลักษณะทางกายภาพ การส่งเสริมการท่องเที่ยว และกระบวนการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องและไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของปรียาณัฐ เจียบศิริเมธี, นฤชล ธนจิตชัย

เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านกระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพส่งผลถึง ร้อยละ 80.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05

ฉันทน์ชนิด เกตุน้อย (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's และ การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก ใช้แบบสอบถามในการ เก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คนที่เดินทาง

ท่องเที่ยวที่พระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นถึงด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้าน ภาพลักษณ์ของสถานที่และด้านการให้บริการตามลำดับ

ชนิสรา กุลสันติวงศ์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจ เดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 ได้แก่ ความปลอดภัยด้านภัยธรรมชาติ สุขอนามัย และโรคระบาด ในขณะที่ปัจจัยส่วนประสมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และปัจจัยความปลอดภัยด้านอาชญากรรมทางร่างกาย ทรัพย์สิน และ อุบัติเหตุไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหลังโรคระบาดโควิด-19

วงศธร อรรถวิทยา (2563) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการพักรีสอร์ท 5 ดาว ในกรุงเทพมหานครในช่วงเกิดโรคระบาด COVID-19 ผลการวิจัย พบว่า (1) นักท่องเที่ยว ชาวจีนส่วนมากนิยมร่วมเดินทางกับเพื่อนจำนวน 3-4 คน เดินทางมายังประเทศไทยมากกว่า 3 ครั้ง มาเพื่อ ท่องเที่ยว สืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาพักรีสอร์ท 1-2 วัน เสียค่าใช้จ่ายเองในราคา 2,001 - 5,000 บาท/คืน จองผ่านเว็บไซต์โรงแรม ช่วงเวลาที่นิยมคือวันหยุดสุดสัปดาห์ ของฤดูร้อนประเทศจีน นิยมการดื่ม สังสรรค์ที่คลับเลาจ์ (2) พฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ทตามสถานภาพส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์ต่อกัน (3) แรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ท มีความแตกต่างกันจำแนกตามสถานภาพส่วนบุคคล (4) แรงจูงใจในการเลือกใช้บริการที่พักรีสอร์ท 5 ดาว โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.67 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ สามลำดับแรก คือ ห้องพักรีสอร์ทมาตรฐานเป็นที่ยอมรับได้ในระดับสากล มีค่าบริการเสริมต่าง ๆ ในราคาถูก และต้องการได้ชื่อว่าเคยมาพักรีสอร์ทโรงแรมแห่งนี้แล้ว ตามลำดับ

พัชรียา แก้วชู (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยว แบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ผลการวิจัย พบว่า ประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานครที่มี เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ ต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 ต่างกัน และประชากรไทยในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีอายุรายได้เฉลี่ย ต่อเดือน ต่างกัน ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 โดยรวมไม่ต่างกัน นอกจากนี้ ทักษะคิดต่อการแพร่ระบาดโควิด-19 และปัจจัยผลักดันทางการท่องเที่ยว มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดโควิด-19

ชนพัตน์ ช่วยครุฑ และคณะ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การท่องเที่ยว ของเยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19 ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง มีอายุระหว่าง 21-25 ปีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี สถานภาพการสมรส โสด ประกอบอาชีพนักศึกษา มีระดับ รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ที่ภาคกลาง สรุปผลของพฤติกรรมท่องเที่ยวของ เยาวชนไทยหลังโควิด-19 เริ่มจากการหาข้อมูลการท่องเที่ยว โดยเยาวชนไทยนิยมหาข้อมูลการท่องเที่ยวจาก อินเทอร์เน็ต รองลงมาเป็นข้อมูลที่ได้มาจากญาติและ เพื่อน การท่องเที่ยวนิยมไปรับประทานอาหารนอกบ้าน ชมวิวและถ่ายรูปลงโซเชียล ลักษณะการเดินทางนิยมไปกับเพื่อน รองลงมาเป็นครอบครัวและนิยมเดินทางโดยรถส่วนตัวมากกว่ารถสาธารณะ ด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมท่องเที่ยวของเยาวชนไทยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญไปที่ ปัจจัยด้านค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสำหรับห้องพัก

ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

สิริญาชาติเผือก (2562) ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P's ที่ส่งผล ต่อ การตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัด นครราชสีมา และอุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่ เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามกับ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ 200 คน และดอยอินทนนท์ 200 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ จำนวน ค่าร้อยละ การวิเคราะห์การถดถอยอย่างง่าย และการ วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดให้ความสำคัญต่อการ ตัดสินใจมากที่สุด รองลงมาเป็นด้านผลิตภัณฑ์ คือ ความสมบูรณ์ของธรรมชาติ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ ปรียามัญญ์ เจียบศิริเมธี และคณะ (2559) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรม การตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัด นครราชสีมา โดยรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 384 คน โดยผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย ด้าน กระบวนการ และด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลถึงร้อยละ 80.50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

อิสริย์ สุขพรสินธรรม (2561) ได้ศึกษาปัจจัยแรงจูงใจ และส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผล ต่อ การตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบน เครื่องบินชาว ไทยจำนวน 400 คน พบว่า ปัจจัยแรงจูงใจด้านสรีระหรือกายภาพ ด้านวัฒนธรรม และ ด้านส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริม ทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยช่วง วันหยุดของพนักงานต้อนรับ บนเครื่องบินชาวไทยอย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ปัจจัยด้านความปลอดภัย (Personal Safety)

Chebli (2020) ได้ทำการศึกษาผลกระทบของโรคระบาดโควิด-19 กับพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวจำนวน 308 คน และใช้การทดสอบแบบ Chi-square ในการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า โรคระบาดโควิด-19 จะส่งผลกระทบต่อความตั้งใจของนักท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย ด้านค่าใช้จ่าย ด้านความเชื่อมั่น และด้านทัศนคติ

ศิริภา จิตผ่อง (2561) ได้ทำการศึกษาสภาพปัญหาความปลอดภัยที่มีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม เก็บกับผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 ตัวอย่าง พบว่า มีระดับความกังวลเกี่ยวกับสภาพความปลอดภัย ระหว่างการเดินทางในกรุงเทพมหานครในระดับปานกลาง สามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านความปลอดภัยด้านสาธารณสุข ด้านการเอาตัวรอดเปรียบในการซื้อสินค้าและบริการ ด้านความปลอดภัย ในทรัพย์สิน และด้านความปลอดภัยในชีวิต ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของนรเศรษฐ์ คำสี (2560) ที่ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้เรื่องความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในประเทศไทย โดยพบว่า ปัจจัยด้านภัยธรรมชาติ และด้าน การเกิดอุบัติเหตุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

เกศมณี เหลืองฐิติกาญจน (2559) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ประเทศไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน ผลการเปรียบเทียบพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวัน ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแต่ละกลุ่มส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยเรื่องความปลอดภัยของ สถานที่ท่องเที่ยว ปัจจัยเรื่องการยกเว้นวีซ่าเดินทางท่องเที่ยวประเทศไต้หวันแก่นักท่องเที่ยวชาวไทย และปัจจัยเรื่องค่าพาหนะในการเดินทางท่องเที่ยวล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศ ไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด

บทที่ 3

วิธีการดำเนินวิจัย

3.1 เครื่องมือใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม จำนวน 100 ชุด เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จะเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire schedules) โดยแบบสอบถามแบ่งออกได้ดังนี้

- a. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษา โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Check list)
- b. ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษา ประกอบด้วย ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านความปลอดภัย และปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก โดยการใช้มาตราส่วนประมาณค่าของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด
- c. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ผู้ร่วมเดินทาง วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมา จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว ช่วงเดือนที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว สถานที่พักผ่อนประเภทใดที่ท่านเลือกไปพักเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์โควิด-19 ภูมิภาคที่ท่านเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 แหล่งที่มาของมูลการท่องเที่ยว และความต้องการกลับมาเที่ยวอีก โดยใช้แบบตรวจสอบรายการ (Check list)

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการศึกษาในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ได้รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ บทความวิจัย สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลทาง

อินเทอร์เน็ต ซึ่งนำมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย การใช้สถิติ และประกอบการวิเคราะห์ผลการวิจัย

3.3 วิธีการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล

วิธีการเก็บข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

1. ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมแบบสอบถามเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 จากกลุ่มตัวอย่างที่ได้กำหนดไว้ โดยเก็บจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม รวมเป็น 100 คน

2. นำแบบสอบถามที่รวบรวมจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ตรวจสอบความเรียบร้อยว่าคำตอบมีความสมบูรณ์ทุกข้อทุกตอน

3. นำแบบสอบถามที่ได้มาวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นวิธีการทางสถิติที่ช่วยให้ทราบถึงคุณลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านทัศนคติหลังสถานการณ์โควิด-19 ปัจจัยส่งผลกระทบต่อตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว และการพฤติกรรมการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์โควิด-19 โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics Analysis)

การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยมากกว่าสองกลุ่มประชากร (One Way ANOVA) โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยพฤติกรรมที่มีต่อการท่องเที่ยว จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ และวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวหลังโควิด-19

3.4 กลุ่มประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางไปประเทศเวียดนาม ซึ่งผู้วิจัยใช้วิธีการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) เพื่อกำหนดขนาดของกลุ่ม

ตัวอย่างในการวิจัย คัดจากประชากรจำนวน 400 คน จากค่าความคลาดเคลื่อน 0.1 ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ส่วนแบบสอบถามผู้วิจัยเก็บระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2565

3.5 กรอบการศึกษาและการวิเคราะห์

การวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 เป็นการศึกษาประยุกต์เพื่อศึกษาถึงภาพรวมทั่วไปของแหล่งท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย รวมถึงศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวจากแนวความคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และรวมถึงข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเวียดนามที่สามารถสร้างกรอบแนวความคิดได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ
2. อายุ
3. อาชีพ
4. รายได้
5. ระดับการศึกษา

ตัวแปรตาม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

1. ปัจจัยด้านการเงิน
2. ปัจจัยด้านเวลา
3. ปัจจัยด้านความปลอดภัย
4. ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

1. หลังสถานการณ์โควิด-19 ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหรือไม่
2. ผู้ร่วมเดินทาง
3. ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว
4. จำนวนครั้งที่เดินทางมา
5. จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว
6. ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว
7. สถานที่พักแรมประเภทใดที่เลือกไปพักเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์โควิด-19
8. ภูมิภาคที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19
9. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19
10. แหล่งที่มาของมูลการท่องเที่ยว
11. ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก

3.6 ขั้นตอนการดำเนินงาน

ระยะเวลาในการดำเนินตั้งแต่การทบทวนวรรณกรรมจนจัดทำรายงานเล่มสมบูรณ์ใช้เวลา รวมทั้งสิ้น 10 เดือนนับตั้งแต่เดือนกรกฎาคมพ.ศ. 2565 จนถึงเมษายน พ.ศ. 2566 โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.6.1 การทบทวนวรรณกรรม โดยศึกษาจากการค้นคว้าข้อมูลจากงานวิจัยและแหล่งข้อมูลออนไลน์ เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม - ธันวาคมพ.ศ. 2565

3.6.2 เก็บรวบรวมข้อมูล โดยสืบค้นข้อมูลจากแหล่งออนไลน์ เริ่มตั้งแต่เดือนตุลาคม - ธันวาคมพ.ศ. 2565

3.6.3 วิเคราะห์ข้อมูล เริ่มตั้งแต่เดือนธันวาคมพ.ศ. 2565 – มกราคม พ.ศ. 2566

3.6.4 สรุปผลวิจัย เริ่มตั้งแต่เดือนมกราคม – มีนาคม พ.ศ. 2566

3.6.5 จัดทำรายงานวิจัยสมบูรณ์ภายในเดือนเมษายน พ.ศ. 2566

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินงาน 10 เดือน									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง										
2. เก็บรวบรวมข้อมูล										
3. วิเคราะห์ข้อมูล										
4. สรุปผลการวิจัย										
5. จัดทำรายงานวิจัยสมบูรณ์แบบ										

บทที่ 4 ผลการศึกษา

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ในครั้งนี้ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้

4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

งานวิจัยนี้ประกอบด้วยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน ซึ่งมีรายละเอียดของลักษณะทางประชากรศาสตร์พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ดังแสดงในตารางดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
1. ชาย	34	34
2. หญิง	57	57
3. LGBTQ+	9	9
รวม	100	100
อาชีพ		
1. นักศึกษา	8	8
2. พนักงานทั่วไป	41	41
3. ข้าราชการ	6	6
4. ประกอบธุรกิจส่วนตัว	45	45
5. อื่น ๆ	0	0
รวม	100	100
อายุ		
1. ต่ำกว่า 25 ปี	10	10
2. 25 – 35 ปี	74	74
3. 35 – 45 ปี	14	14
4. มากกว่า 45 ปี	2	2
รวม	100	100

ระดับการศึกษา		
1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	3	3
2. ปริญญาตรี	87	87
3. ปริญญาโท	10	10
4. ปริญญาเอก	0	0
5. อื่น ๆ	0	0
รวม	100	100
รายได้		
1. ต่ำกว่า 15,000	8	8
2. 15,001 – 30,000	64	64
3. 30,001 – 45,000	26	26
4. 45,001 – 60,000	2	2
5. 60,000 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

เพศ นักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน พบว่า เป็นเพศชาย จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 เป็นเพศหญิง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 และ LGBTQ+ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 ตามลำดับ

อาชีพ นักท่องเที่ยวประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ พนักงานทั่วไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 นักศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และข้าราชการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

อายุ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25 – 35 ปีมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 35 – 45 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และช่วงอายุมากกว่า 45 ปีน้อยที่สุด จำนวน 2 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และปริญญาเอก ไม่พบผู้เดินทาง

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวรายได้ 15,001 – 30,000 มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือ รายได้ 30,001 – 45,000 จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รายได้ต่ำกว่า 15,000 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 รายได้ 45,001 – 60,000 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 รายได้ 60,000 บาทขึ้นไปไม่พบผู้เดินทาง

4.2 วิเคราะห์องค์ประกอบด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.2 แสดงผลวิเคราะห์องค์ประกอบด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ข้อมูลด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	จำนวน	ร้อยละ
หลังสถานการณ์โควิด-19 ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหรือไม่		
1. เคย	100	100
2. ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)	0	0
รวม	100	100
ผู้ร่วมเดินทาง		
1. คนเดียว	5	5
2. ครอบครัว/ญาติ	32	32
3. เพื่อน	40	40
4. บริษัททัวร์	15	15
5. ที่ทำงาน	8	8
รวม	100	100
ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว		
1. ต่ำกว่า 10,000 บาท	2	2
2. 10,001 – 20,000 บาท	90	90
3. 20,001 – 30,000 บาท	8	8
4. 30,001 – 40,000 บาท	0	0

5. มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป	0	0
รวม	100	100
จำนวนครั้งที่เดินทางมา		
1. 1 ครั้ง	69	69
2. 2 ครั้ง	29	29
3. 3 ครั้ง	2	2
4. 4 ครั้งขึ้นไป	0	0
รวม	100	100
จำนวนวันที่เดินทางมาท่องเที่ยว		
1. 2 - 3 วัน	39	39
2. 3 - 4 วัน	58	58
3. 4 - 5 วัน	3	3
4. 5 วันขึ้นไป	0	0
รวม	100	100
ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว		
1. มกราคม - มีนาคม	32	32
2. เมษายน - มิถุนายน	3	3
3. กรกฎาคม - กันยายน	31	31
4. ตุลาคม - ธันวาคม	34	34
รวม	100	100
สถานที่พักแรมประเภทใดที่ท่านเลือกไปพักเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์โควิด-19		
1. โรงแรม	74	74
2. รีสอร์ท	15	15
3. บ้านเช่าส่วนตัว	11	11
4. ที่พักในอุทยาน	0	0
5. บ้านญาติ/บ้านเพื่อน	0	0
6. อื่น ๆ	0	0

รวม	100	100
ภูมิภาคที่กลุ่มตัวอย่างเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19		
1. เวียดนามภาคเหนือ	38	38
2. เวียดนามภาคกลาง	41	41
3. เวียดนามภาคใต้	21	21
รวม	100	100
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19		
1. วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์)	25	25
2. วันเสาร์ - อาทิตย์	33	33
3. วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาลต่าง ๆ	41	41
4. ไม่มีช่วงเวลาแน่นอน	1	1
รวม	100	100
แหล่งที่มาของมูลการท่องเที่ยว		
1. เพื่อน	46	46
2. หนังสือพิมพ์ - นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์	2	2
3. บริษัททัวร์	39	39
4. การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม	5	5
5. อื่น ๆ	8	8
รวม	100	100
ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก		
1. ต้องการกลับมาอีก	66	66
2. ไม่ต้องการกลับมาอีก	34	34
รวม	100	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงผลวิเคราะห์องค์ประกอบด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

หลังสถานการณ์โควิด-19 นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม
จำนวน 100 คน ไม่พบนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทาง จำนวน 0 คน

ผู้ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ครอบครัว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 เดินทางมากับบริษัททัวร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เดินทางมากับที่ทำงาน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และเดินทางมาคนเดียว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว จำนวน 10,001 – 20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือ จำนวน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8 จำนวน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2 จำนวน 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ไม่พบผู้เดินทาง

จำนวนครั้งที่เดินทางมา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม ครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2 และ 4 ครั้ง ไม่พบผู้เดินทาง

จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว 3 - 4 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือ 2 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 39 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 3 และ 5 วันขึ้นไป ไม่พบผู้เดินทาง

ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม - ธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ มกราคม - มีนาคม คิดเป็นร้อยละ 32 กรกฎาคม - กันยายน คิดเป็นร้อยละ 31 และเมษายน - มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

สถานที่พัก นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาคือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 15 บ้านเช่าส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11 ที่พักในอุทยาน บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่น ๆ ไม่พบผู้เดินทาง

ภูมิภาค นักท่องเที่ยวเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 มากที่สุด เวียดนามภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ เวียดนามภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 38 และ เวียดนามภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาลต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ วันเสาร์ - อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 33 วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) คิดเป็นร้อยละ 25 และไม่มีช่วงเวลาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

แหล่งที่มาของมูลการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจาก เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือ บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 39 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 8 การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 5 และหนังสือพิมพ์ – นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ความต้องการกลับมาเที่ยวในอนาคต นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 66 และไม่ต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 34

4.3 การวิเคราะห์องค์ประกอบของตัวแปร (Factor Analysis)

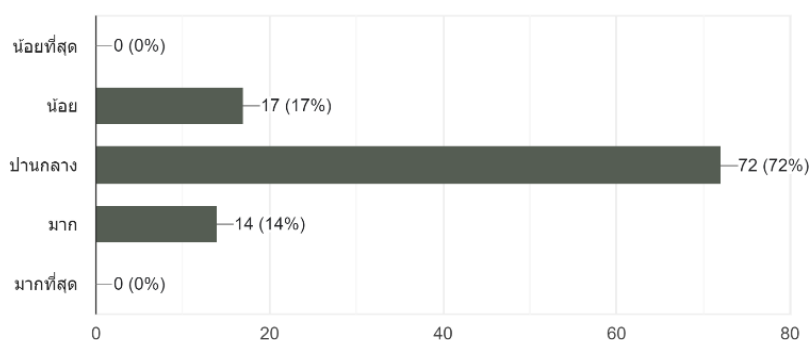
ตารางที่ 4.3 แสดงผลวิเคราะห์องค์ประกอบด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ

ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. ปัจจัยด้านการเงิน			√		
2. ปัจจัยด้านเวลา			√		
3. ปัจจัยด้านความปลอดภัย			√		
4. ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก			√		

จากตารางที่ 4.3 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ จำแนกตามตัวแปรได้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านการเงิน

ค่าคอม 100 ข้อ

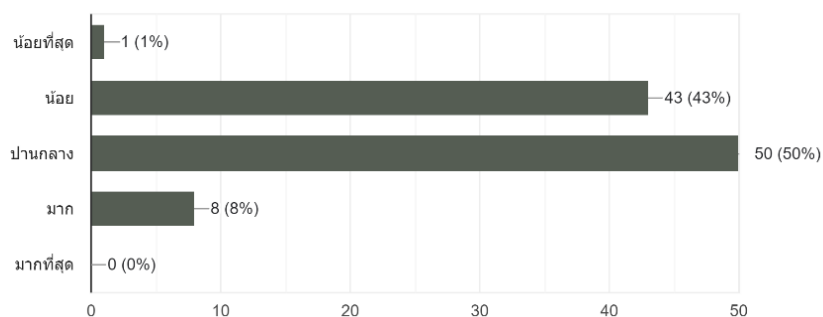


รูปที่ 1

ปัจจัยด้านการเงิน มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านการเงินมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 72 คน ระดับน้อย จำนวน 17 คน ระดับมาก จำนวน 14 คน

2. ปัจจัยด้านเวลา

คำตอบ 100 ข้อ

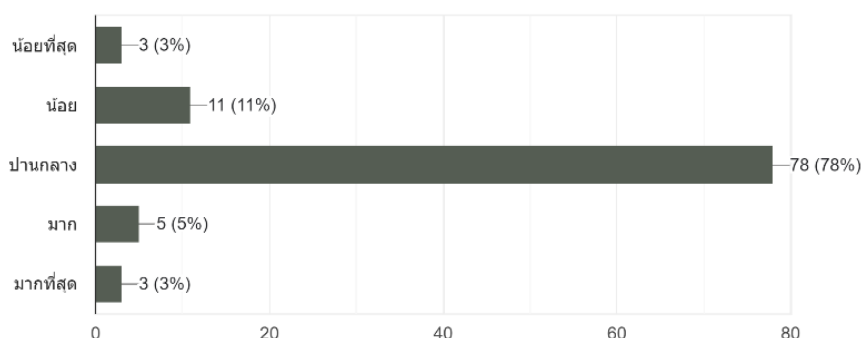


รูปที่ 2

ปัจจัยด้านเวลา มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านเวลามากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 50 คน ระดับน้อย จำนวน 43 คน ระดับมาก จำนวน 8 คน และระดับน้อยที่สุดจำนวน 1 คน

3. ปัจจัยด้านความปลอดภัย

คำตอบ 100 ข้อ

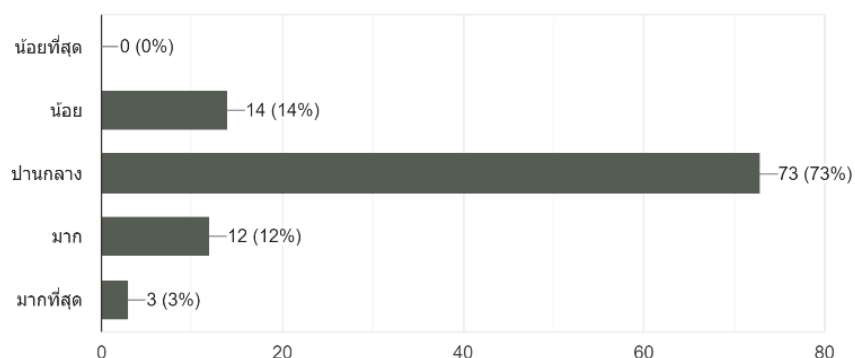


รูปที่ 3

ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านความปลอดภัยมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 78 คน ระดับน้อย จำนวน 11 คน ระดับมาก จำนวน 5 คน ระดับน้อยที่สุดและมากที่สุด จำนวน 3 คนเท่ากัน

4. ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก

ค่าตอบ 100 ข้อ



รูปที่ 4

ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านการอำนวยความสะดวกมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 73 คน ระดับน้อย จำนวน 14 คน ระดับมาก 12 คน และระดับมากที่สุด จำนวน 3 คน

ตารางที่ 4.4 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์คำถามวิจัยข้อที่ 1

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
เพศ	Between Groups	4.576	11	.416	1.138	.343
	Within Groups	32.174	88	.366		
	Total	36.750	99			
อาชีพ	Between Groups	10.580	11	.962	1.261	.261
	Within Groups	67.130	88	.763		
	Total	77.710	99			
อายุ	Between Groups	3.817	11	.347	1.109	.364
	Within Groups					

	Within Groups	27.543	88	.313		
	Total	31.360	99			
ระดับการศึกษา	Between Groups	1.742	11	.158	1.294	.241
	Within Groups	10.768	88	.122		
	Total	12.510	99			
รายได้	Between Groups	7.006	11	.637	1.859	.056
	Within Groups	30.154	88	.343		
	Total	37.160	99			

ค่า sig < 0.05

จากตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่แตกต่างกันผลทางสถิติ พบว่า ไม่สนับสนุนคำถามวิจัย ที่ 1 โดยที่ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ที่ 0.05

คำถามวิจัย 2 : ปัจจัยส่วนบุคคลใดบ้างที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์คำถามวิจัยข้อที่ 2 ดังรายละเอียดในตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.5 แสดงผลวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ในการวิเคราะห์
คำถามวิจัยข้อที่ 2

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
ผู้ร่วมเดินทาง	Between Groups	3.127	7	.447	.352	.927
	Within Groups	116.713	92	1.269		
	Total	119.840	99			
ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว	Between Groups	2.582	7	.369	4.807	.000
	Within Groups	7.058	92	.077		
	Total	9.640	99			
จำนวนครั้งที่เดินทางมา	Between Groups	1.823	7	.260	.987	.446
	Within Groups	24.287	92	.264		
	Total	26.110	99			
จำนวนวันที่ทำนเดินทางมาท่องเที่ยว	Between Groups	6.570	7	.939	3.843	.001
	Within Groups	22.470	92	.244		
	Total	29.040	99			
ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว	Between Groups	22.569	7	3.224	2.255	.037

	Within Groups	131.541	92	1.430		
	Total	154.110	99			
สถานที่พักผ่อน	Between Groups	2.864	7	.409	.887	.520
	Within Groups	42.446	92	.461		
	Total	45.310	99			
ท่องเที่ยวภาคไหน	Between Groups	4.686	7	.669	1.198	.312
	Within Groups	51.424	92	.559		
	Total	56.110	99			
ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว	Between Groups	12.920	7	1.846	3.532	.002
	Within Groups	48.080	92	.523		
	Total	61.000	99			
แหล่งที่มาของมูลกรท่องเที่ยว	Between Groups	14.405	7	2.058	2.913	.008
	Within Groups	64.985	92	.706		
	Total	79.390	99			
ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก	Between Groups	1.842	7	.263	1.175	.325
	Within Groups	20.598	92	.224		
	Total	22.440	99			

Sig <0.05

จากตารางที่ 4.4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One Way ANOVA) ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบท่อการท่องเที่ยวหลังโควิด-19 ผลทางสถิติ พบว่า ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ที่แตกต่างกันมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยหลังโควิด -19 อย่างมีนัยสำคัญที่ 0.000 , 0.001 , 0.008 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผลและอภิปรายผลการศึกษา

การวิจัยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 สามารถสรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน พบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 เป็นเพศหญิง จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 และ LGBTQ+ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 อาชีพ นักท่องเที่ยวประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ พนักงานทั่วไป จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 นักศึกษา จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และข้าราชการ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 อายุ นักท่องเที่ยวที่มีช่วงอายุ 25 – 35 ปีมากที่สุด จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 35 – 45 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 14 ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 และช่วงอายุมากกว่า 45 ปีน้อยที่สุด จำนวน 2 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 2 ระดับการศึกษา นักท่องเที่ยวการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 87 รองลงมาคือ ปริญญาโท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และปริญญาเอก ไม่พบผู้เดินทาง รายได้เฉลี่ยต่อเดือน นักท่องเที่ยวรายได้ 15,001 – 30,000 มากที่สุด จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือ รายได้ 30,001 – 45,000 จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 รายได้ต่ำกว่า 15,000 จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 รายได้ 45,001 – 60,000 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 รายได้ 60,000 บาทขึ้นไปไม่พบผู้เดินทาง

ตอนที่ 2 วิเคราะห์องค์ประกอบด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากการศึกษานักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน พบว่า หลังสถานการณ์โควิด-19 นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม จำนวน 100 คน ไม่พบนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยเดินทาง จำนวน 0 คน

ผู้ร่วมเดินทาง นักท่องเที่ยวเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ครอบครัว จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 เดินทางมากับบริษัททัวร์ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เดินทางมากับที่ทำงาน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 และเดินทางมาคนเดียว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว จำนวน 10,001 – 20,000 บาทมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 90 รองลงมาคือ จำนวน 20,001 – 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 8 จำนวน ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 2 จำนวน 30,001 – 40,000 บาท และมากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป ไม่พบผู้เดินทาง

จำนวนครั้งที่เดินทางมา นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 69 รองลงมาคือ 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 29 3 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 2 และ 4 ครั้ง ไม่พบผู้เดินทาง

จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว 3 - 4 วันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58 รองลงมาคือ 2 - 3 วัน คิดเป็นร้อยละ 39 4 - 5 วัน คิดเป็นร้อยละ 3 และ 5 วันขึ้นไป ไม่พบผู้เดินทาง

ช่วงเดือนที่เดินทางมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเดือนตุลาคม – ธันวาคมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ มกราคม – มีนาคม คิดเป็นร้อยละ 32 กรกฎาคม – กันยายน คิดเป็นร้อยละ 31 และเมษายน – มิถุนายน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

สถานที่พัก นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาคือ รีสอร์ท คิดเป็นร้อยละ 15 บ้านเช่าส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 11 ที่พักในอุทยาน บ้านญาติ/บ้านเพื่อน และอื่น ๆ ไม่พบผู้เดินทาง

ภูมิภาค นักท่องเที่ยวเลือกไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 มากที่สุด เวียดนามภาคกลาง คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ เวียดนามภาคเหนือ คิดเป็นร้อยละ 38 และ เวียดนามภาคใต้ คิดเป็นร้อยละ 21 ตามลำดับ

ช่วงเวลาในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาลต่าง ๆ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 41 รองลงมาคือ วันเสาร์ – อาทิตย์ คิดเป็นร้อยละ 33 วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) คิดเป็นร้อยละ 25 และไม่มีช่วงเวลาแน่นอน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

แหล่งที่มาของมูลกรการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้ข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจาก เพื่อน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมาคือ บริษัททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 39 อื่น ๆ คิดเป็นร้อยละ 8 การท่องเที่ยวของ

ประเทศเวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 5 และหนังสือพิมพ์ – นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์ คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ความต้องการกลับมาเที่ยวในอนาคต นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 66 และไม่ต้องการกลับมาอีก คิดเป็นร้อยละ 34

ตอนที่ 3 วิเคราะห์องค์ประกอบด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ปัจจัยด้านการเงิน ปัจจัยด้านเวลา ปัจจัยด้านความปลอดภัย ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก

ปัจจัยด้านการเงิน มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านการเงินมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 72 คน ระดับน้อย จำนวน 17 คน ระดับมาก จำนวน 14 คน

ปัจจัยด้านเวลา มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านเวลามากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 50 คน ระดับน้อย จำนวน 43 คน ระดับมาก จำนวน 8 คน และระดับน้อยที่สุด จำนวน 1 คน

ปัจจัยด้านความปลอดภัย มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านความปลอดภัยมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 78 คน ระดับน้อย จำนวน 11 คน ระดับมาก จำนวน 5 คน ระดับน้อยที่สุดและมากที่สุด จำนวน 3 คนเท่ากัน

ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก มีนักท่องเที่ยวที่สะดวกต่อการตัดสินใจในด้านการอำนวยความสะดวกมากที่สุดอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 73 คน ระดับน้อย จำนวน 14 คน ระดับมาก 12 คน และระดับมากที่สุด จำนวน 3 คน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผล ดังนี้

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม

ในการมาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด เนื่องจากวันหยุด รวมไปถึงรายได้สามารถตอบโจทย์การเดินทางได้ดีกว่ากลุ่มประชากรอื่น ๆ และยังรวมถึงค่าใช้จ่าย ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวที่นั่นจำเป็นต้องการเรื่องของค่าใช้จ่ายอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นค่าที่พัก ค่าโดยสารการเดินทาง ค่าอาหาร หรือแม้แต่ค่าขนมกินเล่น การมีเพื่อนเดินทางไปด้วยเป็นเรื่องที่ดีในการช่วยให้เราประหยัดงบประมาณได้มากยิ่งขึ้น

อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดี จากการที่ได้ทำงานมา ระยะเวลาหนึ่งจึงมีความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน จึงมักต้องการที่จะมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน ซึ่งอาจเนื่องจากประเทศ เวียดนามมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ผนวกกับวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยในการเดินทางมา และตัดสินใจเลือกประเทศเวียดนามเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพราะสภาพภูมิอากาศ และที่ตั้งของประเทศเวียดนาม อยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศไทยมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน

ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเป็นจำนวนเงิน 10,001 - 20,000 บาท สำหรับสิ่งต่าง ๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าสินค้าของที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าบันเทิงต่าง ๆ มีราคาถูก นักท่องเที่ยวสามารถหยิบจับและซื้อได้ในสิ่งที่ต้องการ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจได้ง่ายในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนาม

ภูมิภาคของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปมากที่สุดคือ เวียดนามกลาง เนื่องจากมีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ซึ่งอาจเนื่องมาจากประเทศเวียดนามมีแหล่งท่องเที่ยว และ ทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ผนวกกับวัฒนธรรมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศ จึงทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสกับการท่องเที่ยวได้หลายรูปแบบ

การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม ครั้งแรกเป็นส่วนใหญ่และเดินทางมาท่องเที่ยว 3 - 4 วันต่อครั้งมากที่สุด ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามมากที่สุดคือ วันหยุดนักขัตฤกษ์หรือตามเทศกาลต่าง ๆ ช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เดือนตุลาคม - ธันวาคม เนื่องจากช่วงไตรมาสแรกเป็นช่วงวันหยุดเทศกาลของประเทศไทยและสภาพอากาศค่อนข้างเย็น ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนมากขึ้น

นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากเพื่อน นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่ได้ซื้อโปรแกรมทัวร์จากทางโรงแรม แล้วอีกทั้งเป็นที่พักที่หาง่าย สะดวกสบาย และนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยว ประเทศเวียดนามอีกครั้ง เนื่องจากเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวและวัฒนธรรมของประเทศ เวียดนาม

2. ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนาม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง เนื่องจากเพศหญิงส่วนมากชอบความสวย ความงาม ความสบายตาและสบายใจ จึงมุ่งที่จะสรรหาสถานที่ท่องเที่ยวตลอดเวลา

นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่นั่นส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจส่วนตัว เนื่องจากเป็นผู้ประกอบการหรือเจ้าของธุรกิจเองนั้นจะมีเวลาว่างเป็นของตนเอง และจัดสรรเวลาได้ดีกว่าอาชีพอื่น ๆ จึงมีโอกาสและเวลาว่างในการเดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ต่าง ๆ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนามส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาท จบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุดและมีช่วงอายุ 25 - 35 ปี ที่เดินทางไปท่องเที่ยวประเทศเวียดนาม เนื่องจากรายได้ของนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปประเทศเวียดนามได้ เพราะใช้งบประมาณในการท่องเที่ยวน้อย ค่าใช้จ่ายค่อนข้างถูก เหมาะสำหรับการท่องเที่ยวที่มีราคาถูกและคุ้มค่า สอดคล้องกับ อิตถีรัตน์ จันทร์แสงทอง (2554) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยการวิจัยครั้งนี้มุ่งหมายเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว และสอดคล้องกับ พัชรียา แก้วชู (2563) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ New Normal หลังการแพร่ระบาดของโควิด-19

5.3 ข้อเสนอแนะจากผลการศึกษา

1. ในการมาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมากับเพื่อนมากที่สุด เนื่องจากวัยทำงาน วันหยุด รวมไปถึงรายได้สามารถตอบโจทย์การเดินทางได้ดีกว่ากลุ่มประชากรอื่น ๆ และยังรวมไปถึงค่าใช้จ่าย ซึ่งการเดินทางท่องเที่ยวที่นั่นจำเป็นต้องการเรื่องของค่าใช้จ่ายอย่างมากมาย ไม่ว่าจะเป็นค่าที่พัก ค่าโดยสารการเดินทาง ค่าอาหาร หรือแม้แต่ค่าขนมกินเล่น การมีเพื่อนเดินทางไปด้วยเป็นเรื่องที่ดีในการช่วยให้เราประหยัดงบได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ อยู่ในวัยทำงานที่เริ่มมีฐานะทางเศรษฐกิจดี จากการที่ได้ทำงานมาระยะเวลาหนึ่งจึงมีความต้องการพบเห็นสิ่งใหม่ ๆ และผ่อนคลายความตึงเครียดจากการทำงาน จึงมักต้องการที่จะมาท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพักผ่อน ซึ่งอาจเนื่องจากประเทศเวียดนามมีแหล่งท่องเที่ยวและทรัพยากรทางธรรมชาติที่หลากหลาย ผนวกกับวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละภาคของประเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวที่มีเวลาว่างน้อยในการเดินทางมาและตัดสินใจเลือกประเทศเวียดนามเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยวเพราะสภาพภูมิอากาศและที่ตั้งของประเทศเวียดนาม อยู่ไม่ห่างไกลจากประเทศไทยมากนัก ใช้เวลาเดินทางไม่นาน มีความเป็นเอกลักษณ์ วัฒนธรรมประเพณีที่ดั้งเดิมและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมมือกันจัดทำแผนกระตุ้นความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และการท่องเที่ยวเวียดนามอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามให้มากขึ้น

2. จากผลการศึกษาพบว่า ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายเป็นจำนวนเงิน 10,001 - 20,000 บาท สำหรับสิ่งต่าง ๆ เช่น ค่าอาหาร ค่าพาหนะ ค่าสินค้าของที่ระลึก ค่าที่พัก ค่าบันเทิงต่าง ๆ มีราคาถูก นักท่องเที่ยวสามารถหยิบจับและซื้อได้ในสิ่งที่ต้องการ ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจได้ง่ายในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศเวียดนาม นักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวมากที่สุดจากเพื่อน นักท่องเที่ยวพักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด เนื่องจากส่วนใหญ่ได้ซื้อโปรแกรมทัวร์จากทางโรงแรม แล้วอีกทั้งเป็นที่พักที่หาง่าย สะดวกสบาย และนักท่องเที่ยวมีความต้องการที่จะกลับมาท่องเที่ยวประเทศเวียดนามอีกครั้ง ดังนั้น หน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องต้องเข้ามาดูแลตรวจสอบในส่วนของ สินค้าและบริการในด้านต่าง ๆ ให้เป็นไปตามมาตรฐานไม่ให้นักท่องเที่ยวถูกเอารัดเอาเปรียบจนเกินไป

3. จากผลการศึกษาพบว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามครั้งแรกเป็นส่วนใหญ่และเดินทางมาท่องเที่ยว 3 - 4 วันต่อครั้งมากที่สุด ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามมากที่สุดคือ วันหยุด นักชัตฤกษ์หรือตามเทศกาลต่าง ๆ ช่วงเดือนที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดคือ เดือนตุลาคม - ธันวาคม เนื่องจากช่วงไตรมาสแรกเป็นช่วงวันหยุดเทศกาลของประเทศไทยและสภาพอากาศค่อนข้างเย็น ซึ่งเป็นช่วงที่ชาวไทยส่วนใหญ่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อพักผ่อนมากขึ้น ดังนั้น การท่องเที่ยวเวียดนามและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรช่วยกันประชาสัมพันธ์ข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลของเวียดนามให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติให้มากขึ้นเพื่อเป็นการกระตุ้นให้มีความต้องการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

4. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะที่พัก เช่น ความสะอาดของสถานที่พัก, ความสวยงาม ของสถานที่พัก, สิ่งอำนวยความสะดวกสบายในสถานที่พัก, ความปลอดภัยของสถานที่พัก มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในประเทศเวียดนาม ดังนั้น ภาคเอกชนควรให้ความร่วมมือในการให้บริการด้านสถานที่พัก นอกจากนี้ยังต้องเน้นรักษาความสะอาด จัดสถานที่ให้มีความสวยงามและมีสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางมาพักผ่อน

5. จากผลการศึกษาพบว่า ด้านแหล่งท่องเที่ยว เช่น ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว, ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว, ความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยว, สถานที่ท่องเที่ยวมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก, ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อครั้ง/คนในการท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาในประเทศเวียดนาม ดังนั้น ภาครัฐควรมีการทำนุบำรุง ดูแลรักษาความสะอาดของแหล่งท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ให้สวยงามอย่างสม่ำเสมอ และพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวให้คงความเป็นธรรมชาติ มีทัศนียภาพที่สวยงาม มีความร่มรื่น เพื่อสร้างบรรยากาศในการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวให้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมทำให้นักท่องเที่ยวมีรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสามารถนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวางแผนและส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

2. ควรทำการศึกษาปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้รับระหว่างการท่องเที่ยว เพื่อสามารถนำข้อมูลมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสมมากขึ้นและสร้างความเชื่อมั่นในภาพลักษณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยวในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

บรรณานุกรม

- เกศมณี เหลืองจิติกายานา. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศ
ไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย. การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*
- จิระศักดิ์ จีระปัญญา. (ม.ป.ป.). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศในสถานการณ์
ระบาดของโควิด-19 ของประชาชนในจังหวัดกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก
<https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin92/6214155564.pdf>*
- ฉันทน์ชนิด เกตุน้อย. (2559). *ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด 7P's และการส่งเสริม
การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ของพระราชวังจันทน์ จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*
- ชนพัฒน์ ช่วยครุฑ และคณะ. (2563). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของ
เยาวชนไทยหลังยุคโควิด 19. หลักสูตรนิเทศศาสตร์บัณฑิต คณะสังคมศาสตร์และ
มนุษยศาสตร์*
- ชนิศรา กุลสันติวงศ์. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ชาวไทย Generation Y หลังโรคระบาดโควิด-19. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
กรุงเทพ. สืบค้น 21 ตุลาคม 2565, จาก
http://dspace.bu.ac.th/jspui/bitstream/123456789/4804/1/chanissara_kuls.pdf*
- ทิพย์วิภา เนตรทิพย์. (2560). *การท่องเที่ยวประเทศไทยความนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้น 23 ตุลาคม 2565, จาก
<http://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Tipwipa.Net.pdf>*
- เทพรัตน์ เอื้อธรรมถาวร. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย
ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. สืบค้น 19 กันยายน
2565, จาก http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2560Vol11No1_703.pdf*
- ชญชนก แวแแก้ว. (2557). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไป ประเทศ
เกาหลีหรือญี่ปุ่น. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.*
- นเรศวรรษ์ คำสี. (2560). *อิทธิพลของการรับรู้เรื่องความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคม*

- ออนไลน์ที่มีต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ในประเทศไทย. สืบค้น 19 กันยายน 2565, จาก <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3189>
- ปรียาณัฐ เจียบศิริเมธี. (2559). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. สืบค้น 19 กันยายน 2565, จาก http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2560Vol11No1_703.pdf
- พัชรียา แก้วชู. (ม.ป.ป). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ *New Normal* หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. สาขาเอกการบัญชี คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้น 7 กันยายน 2565, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf>
- ราชบัณฑิตยสภา. (2563). *New Normal* ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19. สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/vlt15-1/6114993619.pdf>
- รุ่งกาญจน์ แสงกาญจน์. (2556). ปัจจัยที่ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการท่องเที่ยว ณ วัดไชโยวรวิหาร จังหวัดอ่างทอง. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
- วงศธร อรรถวิทยา. (2563). พฤติกรรมและแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการเลือกใช้บริการพักโรงแรม 5 ดาว ในกรุงเทพมหานครในช่วงเกิดโรคระบาด COVID-19. สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก <https://dte.ac.th/wp-content/uploads/2021/04/29.-%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%B9%81%E0%B8%A5%E0%B8%B0%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%88%E0%B8%B9%E0%B8%87%E0%B9%83%E0%B8%88%E0%B8%82%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%99%E0%B8%B1%E0%B8%81%E0%B8%97%E0%B9%88%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%B5%E0%B9%88%E0%B8%A2%E0%B8%A7%E0%B8%8A%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B8%88%E0%B8%B5%E0%B8%99.....%E0%B8%A7%E0%B8%87%E0%B8%A8%E0%B8%98%E0%B8%A3.pdf>

- วราภรณ์ ตระกูลสฤษดิ์. (2545). *ความหมายของการปรับตัว*. สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/6740/9/Chapter2_8-45_.pdf
- ศิริภา จิตผ่อง. (2561), *สภาพปัญหาความปลอดภัยระหว่างการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้บริการการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวต่างชาติ*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สิริญาชาติเผือก และบุญญรัตน์ สัมพันธ์วัฒน์ชัย. (2562), *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และ อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ จังหวัดเชียงใหม่*, วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13(2), 134- 153.
- สำนักวิชาการ สำนักงาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). *ความปลอดภัยและความมั่นคงในการท่องเที่ยว*. สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=56340&filename=index
- มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. (2551). *การตัดสินใจท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2543), *กลยุทธ์การตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.
- อติธิรัตน์ จันทร์แสงทอง. (2554). *ปัจจัยกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง*, วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัย ราชภัฏสวนสุนันทา.
- อิสริย์ สุขพรสินธรรม. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ช่วงวันหยุดของพนักงานต้อนรับบนเครื่องบินชาวไทย*. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- Bernard. (2503). *ความหมายของการปรับตัว*. สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก https://kb.psu.ac.th/psukb/bitstream/2010/6740/9/Chapter2_8-45_.pdf
- Chebli, A., & Foued, B. S. (2020). *The Impact of Covid-19 on Tourist Consumption Behaviour: A Perspective Article*. Journal of Tourism Management Research, 7(2), 169-207.

- Mendiratta. (2010). *จำแนกประเภทของความไม่ปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว*. สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก http://dspace.bu.ac.th/bitstream/123456789/3189/3/norraset_kham.pdf
- Globthailand. (2019). *จับตาสถานการณ์นักท่องเที่ยวไทยในประเทศเวียดนามช่วงครึ่งแรกของปี 2562*. สืบค้น 17 กันยายน 2565, จาก https://globthailand.com/vietnam_05072019/

แบบสอบถาม

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยใน ประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาปริญญาตรี คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 และผู้วิจัยให้ขอความร่วมมือจากผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่าน กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง และข้อมูลการตอบแบบสอบถามจะถูกเก็บรักษาเป็นความลับ ไม่เปิดเผยต่อสาธารณะ ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

1. หลังสถานการณ์โควิด-19 ท่านได้เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหรือไม่
 เคย ไม่เคย (จบแบบสอบถาม)
2. เพศ
 ชาย หญิง LGBTQ+
3. อาชีพ
 นักศึกษา พนักงานทั่วไป
 ข้าราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว
 อื่น ๆ
4. อายุ
 ต่ำกว่า 25 ปี 25 – 35 ปี
 35 – 45 ปี มากกว่า 45 ปี
5. ระดับการศึกษา
 ต่ำกว่าปริญญาตรี ปริญญาตรี
 ปริญญาโท ปริญญาเอก

- () อื่น ๆ
6. รายได้
- () ต่ำกว่า 15,000 () 15,001 – 30,000
- () 30,001 – 45,000 () 45,001 – 60,000
- () มากกว่า 60,000 บาท
7. ผู้ร่วมเดินทาง
- () คนเดียว () ครอบครัว/ญาติ
- () เพื่อน () บริษัททัวร์
- () เพื่อน
8. ค่าใช้จ่ายต่อคน/ครั้งในการท่องเที่ยว
- () ต่ำกว่า 10,000 บาท () 10,001 – 20,000 บาท
- () 20,001 – 30,000 บาท () 30,001 – 40,000 บาท
- () มากกว่า 40,001 บาทขึ้นไป
9. จำนวนครั้งที่เดินทางมา
- () 1 ครั้ง
- () 2 ครั้ง
- () 3 ครั้ง
- () 4 ครั้งขึ้นไป
10. จำนวนวันที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว
- () 2 - 3 วัน
- () 3 - 4 วัน
- () 4 - 5 วัน
- () 5 วันขึ้นไป
11. ช่วงเดือนที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว
- () 1 ครั้ง
- () 2 ครั้ง
- () 3 ครั้ง

- () 4 ครั้งขึ้นไป
12. สถานที่พักแรมประเภทใดที่ท่านเลือกไปพักเมื่อมีการท่องเที่ยวแบบค้างคืนหลังสถานการณ์โควิด- 19 (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)
- () โรงแรม () รีสอร์ท () บ้านเช่าส่วนตัว
() ที่พักในอุทยาน () บ้านญาติ / บ้านเพื่อน () อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
13. ท่านท่องเที่ยวภาคไหนของประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 (ตอบได้มากกว่าหนึ่งข้อ)
- () เวียดนามภาคเหนือ () เวียดนามภาคกลาง () เวียดนามภาคใต้
14. ช่วงเวลาในการท่องเที่ยวในประเทศเวียดนามหลังสถานการณ์โควิด-19 ของท่านคือ
- () วันธรรมดา (จันทร์ - ศุกร์) () วันเสาร์ – อาทิตย์
() วันหยุดนักขัตฤกษ์ / เทศกาลต่าง ๆ () ไม่มีช่วงเวลาแน่นอน
15. แหล่งที่มาของมูลการท่องเที่ยว
- () เพื่อน () หนังสือพิมพ์ – นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์
() บริษัททัวร์ () การท่องเที่ยวของประเทศเวียดนาม
() อื่น ๆ
16. ความต้องการกลับมาเที่ยวอีก
- () ต้องการกลับมาอีก
() ไม่ต้องการกลับมาอีก

ข้อมูลด้านปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจ	มาก ที่สุด (5)	มาก (4)	ปาน กลาง (3)	น้อย (2)	น้อย ที่สุด (1)
1. ปัจจัยด้านการเงิน					
2. ปัจจัยด้านเวลา					
3. ปัจจัยด้านความปลอดภัย					
4. ปัจจัยด้านการอำนวยความสะดวก					

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ - นามสกุล	นางสาวกฤตชยา ขจรไชยา
วัน เดือน ปีเกิด	4 มิถุนายน พ.ศ. 2540
สถานที่เกิด	จังหวัดมหาสารคาม
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	13 ซอย นครสวรรค์ 74 ตำบล ตลาด อำเภอกันทรวิชัย จังหวัด มหาสารคาม 44000
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2553 - 2558	มัธยมศึกษาตอนต้น - ปลาย โรงเรียนสารคามพิทยาคม
พ.ศ. 2562 - ปัจจุบัน	ระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม

แบบโอนลิขสิทธิ์สารนิพนธ์
สาขาเอเชียศึกษา คณะอักษรศาสตร์
มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้าพเจ้า	นางสาวกฤตชยา ขจรไชยา
นักศึกษาชั้นปีที่ 4	วิชาเอกเอเชียศึกษา ภาษาเวียดนาม
สารนิพนธ์	ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการตัดสินใจในการเดินทางของ นักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศเวียดนาม หลังสถานการณ์โควิด-19
ชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	อาจารย์อารีศา จิระศิริโชติ
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	13 ซอย นครสวรรค์ 74 ตำบล ตลาด อำเภอบึงเมือง จังหวัด มหาสารคาม 44000
เบอร์โทรศัพท์	0849726130

ลิขสิทธิ์ของสารนิพนธ์อันเป็นผลจากการศึกษาเล่าเรียนซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของหลักสูตรระดับปริญญาบัณฑิต ข้าพเจ้ายินดีโอนลิขสิทธิ์ตามมาตรา 17 วรรค 2 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 เป็นของคณะอักษรศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร โดยมีข้อกำหนดตลอดอายุการคุ้มครองลิขสิทธิ์

ลงนามผู้โอน.....

(นางสาวกฤตชยา ขจรไชยา)

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.

ลงนามผู้รับ.....

(.....)

วันที่..... เดือน..... พ.ศ.