

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการมีความต่อเนื่องทางธุรกิจ ซึ่งเชื่อมโยงกันเป็นลูกโซ่ ทำรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี ดังนั้นทุกประเทศจึงให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นยุทธศาสตร์หลักในการสร้างงานกระจายรายได้ และการสร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ โดยภาครัฐได้ให้การสนับสนุน ช่วยเหลือ และกำหนดให้การท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นลำดับต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงกลุ่มประเทศสังคมนิยม อย่างประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งนับตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2529 รัฐบาลเริ่มใช้นโยบาย “โด่ยเหมย” (Doi Moi) เพื่อลดการผูกขาด และมีนโยบายเปิดประเทศโดยการเข้ามาเป็นสมาชิกสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (Association of South East Asia Nations : ASEAN) ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย - แปซิฟิก (Asia - Pacific Economic Cooperation : APEC) และองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) (ประชาชาติธุรกิจ, 2553 : เว็บไซต์)

ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามดินแดนที่กำลังเปิดประตูบ้านและหน้าต่างเพื่อต้อนรับผู้ไปเยือนอย่างจริงจัง ภายหลังจากที่ปิดประเทศฟื้นฟูสภาพบ้านเมืองอย่างหนักจากสถานะสงครามระหว่างเวียดนามเหนือ และเวียดนามใต้ที่สนับสนุนโดยประเทศสหรัฐอเมริกา และสงครามจบลงด้วยชัยชนะของเวียดนามเหนือ สามารถรวมประเทศเวียดนามทั้งสองเข้าด้วยกัน ซึ่งปกครองโดยพรรคคอมมิวนิสต์แห่งประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เรียกสงครามนี้ว่า สงครามปกป้องชาติจากอเมริกัน หรือ สงครามอเมริกัน ซึ่งภาพลักษณ์ของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในยุค 20 -30 ปีที่ผ่านมา นั้น จะเป็นที่รู้จักกันทั่วโลกว่า “ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม” คือ “สงคราม” หรือเป็นประเทศที่มีการปกครองในรูปแบบคอมมิวนิสต์ที่เข้มงวด ส่วนคนไทยจะคุ้นเคยกับคำว่า “ประเทศเวียดนาม” หรือ “ญวน” จากผู้คนที่เชื้อสายเวียดนามทางเมืองริมฝั่งแม่น้ำโขง และอาหารเวียดนามที่ส่วนใหญ่ประกอบด้วยแป้งและผักเท่านั้น ถึงแม้จะได้ชื่อว่า ส้าหลังประเทศอื่น ๆ ในแถบนี้มาก่อน แต่ปัจจุบันนี้ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามกำลังเป็น

ทั้งคู่แข่งและพันธมิตรในกลุ่มประเทศอินโดจีนที่น่าจับตามอง ภายหลังจากที่ประเทศ
 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ปรับเปลี่ยนนโยบายเศรษฐกิจจากระบบสังคมนิยม
 คอมมิวนิสต์มาสู่ระบบการค้าเสรี เศรษฐกิจของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้
 เจริญรุดหน้าอย่างรวดเร็ว ส่วนหนึ่งมาจากนโยบายของรัฐบาลประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยม
 เวียดนามที่ให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ และอีกส่วนหนึ่งมาจากศักยภาพภายใน
 ของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเอง เพราะเมื่อเริ่มปรับตัวได้ ประเทศสาธารณรัฐ
 สังคมนิยมเวียดนามก็หันมาปรับกลยุทธ์ใน การพัฒนาประเทศ รับผิดชอบต่อความเป็นไปของโลก
 ภายนอก เพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจและสังคม ให้มั่นคงยิ่งขึ้น การขยายตัวทางเศรษฐกิจของ
 ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม เริ่มมีแนวโน้มในทิศทางที่ดีขึ้น นับตั้งแต่ประเทศ
 สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเปิดประตูทางเศรษฐกิจต้อนรับการค้าและการลงทุนจาก
 ต่างประเทศ โดยกำหนดเขตเศรษฐกิจและอุตสาหกรรมขึ้นในเมืองหลัก เช่น โฮจิมินห์ซิตี้
 ฮานอย ไช่่งอน ดานังและกานโต รวมทั้งพัฒนาและปรับปรุงสาธารณูปโภคพื้นฐานต่าง ๆ ส่วน
 การขยายตัวของภาคต่างประเทศทั้งด้านการส่งออกและการท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐ
 สังคมนิยมเวียดนาม เป็นผลมาจากการที่ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามมีปัจจัย
 เชื้ออำนาจในหลาย ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและ
 แรงงาน ความได้เปรียบในด้านต้นทุนการผลิตที่ต่ำ ทำให้ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยม
 เวียดนามมีศักยภาพในการแข่งขันกับตลาดโลก (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. 2554 : เว็บไซค์)

ปัจจุบันประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้ให้ความสนใจในเรื่องการ
 ท่องเที่ยว และรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากเป็นประเทศที่มีทรัพยากร
 ทางการท่องเที่ยวอยู่มากมาย อีกทั้งมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับการยกย่องให้เป็นเมืองมรดกโลก
 ถึง 5 แห่ง ซึ่งประกอบด้วย 2 แหล่งธรรมชาติ คือ ฮาลองเบย์และอุทยานแห่งชาติฟง งา-เค บัง
 และ 3 แหล่งวัฒนธรรม ได้แก่ ราชธานีเว้ เมืองฮอยอัน และโบราณสถานมิเชิน โดยทาง
 ภาครัฐบาลยังได้เชื้ออำนาจความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศอีกมาก ยกตัวอย่าง
 เช่น การอนุญาตให้นักท่องเที่ยวจากประเทศไทย ประเทศมาเลเซีย ประเทศสิงคโปร์เข้า
 ประเทศโดยทางรถยนต์ได้ รวมไปถึงการเปิดเส้นทางบินตรงจากประเทศสหรัฐอเมริกา
 ประเทศญี่ปุ่น ประเทศรัสเซีย และประเทศไทยมายังประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม
 เป็นต้น (การท่องเที่ยวเวียดนาม. 2553 : เว็บไซค์) การท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐสังคม
 นิยมเวียดนาม มีแนวโน้มที่ดีขึ้น แสดงถึงความสามารถในการเพิ่มรายได้ในรูปแบบเงินตรา
 ต่างประเทศให้แก่ท้องถิ่นและประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้มากขึ้น ประกอบกับ

ภาครัฐของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามตั้งเป้าหมายที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความมั่นคงและยั่งยืน โดยการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกคุ้มค่า ดำเนินนโยบายมุ่งเน้นการเพิ่มมูลค่าสินค้าหรือยกระดับคุณค่าสินค้าทางการท่องเที่ยวมากกว่าการลดราคาสินค้าการท่องเที่ยวลง อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับวันจะทวีความเข้มข้นมากขึ้น เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านสังคม มีผลต่อพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น ความมีสิทธิเสรีภาพ ความสนใจอยากรู้ อยากเห็น และการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางด้านรูปแบบสินค้าการท่องเที่ยว ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามต้องคำนึงถึงการกำหนดยุทธศาสตร์ เพื่อสร้างความแข็งแกร่งและเติบโตอย่างยั่งยืน เป็นการจัดการเพื่อพัฒนาโครงสร้างของแหล่งท่องเที่ยว ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเขตภาคกลางของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามในเชิงแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของโลก (การท่องเที่ยวเวียดนาม, 2552 : เว็บไซค์)

สำหรับเขตภาคกลางของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามได้รับการส่งเสริมจากภาครัฐให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เนื่องจากมีความสมบูรณ์และความสวยงามของทรัพยากรธรรมชาติ นอกจากนี้ยังมีหลากหลายรูปแบบในลักษณะเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม อีกทั้งยังส่งเสริมให้มีความพร้อมในสิ่งบริการนักท่องเที่ยวให้มีสะดวกสบาย อาทิ การคมนาคม ระบบสาธารณูปโภค รวมทั้งธุรกิจบริการที่พัก เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เป็นอย่างดี ซึ่งองค์การเดินทางและท่องเที่ยวโลก (World Travel and Tourism Council : WTTC) เปิดเผยว่า ปัจจุบันนี้ประเทศเวียดนามเป็นประเทศได้รับการนิยมนำด้านการท่องเที่ยวเติบโตเร็วที่สุดติดอันดับ 4 ของโลก มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 จนถึงปัจจุบัน ท่ามกลางเศรษฐกิจโดยรวมขยับอย่างช้า ๆ ดังรายงานจาก คู่มือสถิติของเวียดนาม (Statistical Handbook of Vietnam, 2010 : 24-43) ซึ่งเป็นการรายงานตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 (ค.ศ. 2006) ถึง พ.ศ. 2552 (ค.ศ. 2009) ดังนี้

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
 สังกมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง

ปี (พ.ศ.)	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (คน)	นักท่องเที่ยว ชาวไทย (คน)	สัดส่วน		จำนวน	
			นักท่องเที่ยว ชาวไทย (ร้อยละ)	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ (ร้อยละ)	นักท่องเที่ยว ชาวไทย (ร้อยละ)	นักท่องเที่ยว ชาวไทย (ร้อยละ)
2549	3,583,486	123,804	3.45	-	-	-
2550	4,171,564	160,747	3.85	16.41**	29.83**	
2551	4,253,740	183,142	4.31	1.97**	13.93**	
2552	3,772,359	152,633	4.04	11.32*	16.65*	

** จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

* จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

ที่มา : Statistical Handbook of Vietnam. 2010 : 43

จากรายงานดังกล่าวจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย สังกมนิยมเวียดนามในช่วงปี พ.ศ. 2549 – 2551 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนกลายเป็นประเทศได้รับการนิยมนด้านการท่องเที่ยว หากแต่ในปี พ.ศ. 2552 เมื่อเปรียบเทียบกับปี พ.ศ. 2551 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย สังกมนิยมเวียดนามลดลง และเมื่อเปรียบเทียบเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเช่นกัน ดังนั้นการท้ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย สังกมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง เมื่อมีการพัฒนาเพื่อเพิ่มความมั่นคงและยั่งยืน โดยดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เพิ่มขึ้นไปแล้ว จึงควรทำควบคู่ไปกับการสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยวที่เคยมาเที่ยวประเทศไทย สังกมนิยมเวียดนามแล้ว กลับมาเที่ยวซ้ำอีก ซึ่งนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาประเทศไทย สังกมนิยมเวียดนามแล้ว จะมีเข้าใจความแตกต่างระหว่างประเทศไทย สังกมนิยมเวียดนามกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคได้ดี

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะประชาชนชาวเวียดนามที่มีโอกาสได้เข้ามาเป็นนักศึกษาในประเทศไทย จึงมีความสนใจทำการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทย สังกมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง โดยทำการศึกษาในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมการตลาดสำหรับการท่องเที่ยว

และการตัดสินใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยว่ามีความคิดเห็นในประเด็นทั้งสองกันอย่างไรบ้าง พร้อมทั้งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นแนวทางในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้กลับมาเที่ยวซ้ำในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลางต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง
2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากประเทศไทยมาเที่ยวประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง
3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง
4. เพื่อศึกษาข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง

สมมุติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง
2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง ด้านปัจจัยผลักดัน
3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง ด้านปัจจัยดึงดูด

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง ผู้วิจัยได้ใช้ขอบเขตในการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาของการวิจัยไว้ ดังนี้

1.1 ส่วนประสมตลาดบริการสำหรับการท่องเที่ยว

โดยประยุกต์จากแนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการของ วงศ์พัฒนา ศรีประเสริฐ (2552 : 16) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ ผู้ให้บริการ และสภาพลักษณะพื้นที่

1.2 การตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ศึกษาแนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยประยุกต์จากแนวคิดของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว (2553 : เว็บไซต์) ประกอบด้วย ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยไว้ ดังนี้

2.1 ประชากร

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จำนวน 152,633 คน ปี พ.ศ. 2552 (Statistical Handbook of Vietnam, 2010 : 34)

2.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม จำนวน 400 คน ซึ่งผู้วิจัยใช้สูตรกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามวิธีการของทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane, 1973 : 727 ; อ้างในบุญชม ศรีสะอาด, 2545 : 38) ที่มีค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 และดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งกลุ่ม (Cluster Sampling) จากนั้นเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling)

3. ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรที่เกี่ยวข้องในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

3.1 ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ส่วนประสมตลาดบริการสำหรับการท่องเที่ยว

ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด กระบวนการให้บริการ ผู้ให้บริการ และสภาพลักษณะพื้นที่

3.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ประกอบด้วย ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด

4. ขอบเขตด้านพื้นที่ของการวิจัย

พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ สถานที่ท่องเที่ยวในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง

5. ขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย

ใช้เวลาในการวิจัยระหว่างเดือน มกราคม – เมษายน พ.ศ. 2554

นิยามศัพท์เฉพาะ

ปัจจัย หมายถึง สิ่งที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล พฤติกรรมการท่องเที่ยว ส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว

ส่วนประสมการตลาดบริการสำหรับนักท่องเที่ยว หมายถึง องค์ประกอบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การตั้งราคา การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีอิทธิพลและสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลางมาแล้ว สามารถที่จะตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศดังกล่าวอีกครั้ง อันประกอบด้วย

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรือบริการที่นักท่องเที่ยวซื้อหรือใช้บริการเพื่อสนองความต้องการให้เพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพ สภาพธรรมชาติ สภาพสังคม วัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บนพื้นฐานของความรู้และความรับผิดชอบต่อธรรมชาติ ซึ่งได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ธุรกิจขนส่ง ดำรวจท่องเที่ยวหรือการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

2. ราคา หมายถึง จำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวต้องจ่ายเมื่อเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง เพื่อให้ได้รับการเดินทางท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเอง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปชมความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อของฝากของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายเพื่อการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

3. การจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทางที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวได้ หรืออาจจะกล่าวได้ว่า เป็นช่องทางในการส่งมอบบริการไปยัง

นักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจการให้บริการการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากธุรกิจอื่น ในประเด็นที่นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางมาซื้อบริการของธุรกิจท่องเที่ยวเองหรือเข้ามาใช้บริการ ณ จุดบริการนั้น ๆ ด้วยตนเอง โดยประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลางจะต้องนำเสนอทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดโน้มน้าวใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ น้ำตก บึง ป่าธรรมชาติ ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจประเภวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี และสิ่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์โบราณคดี ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเลือกรายการท่องเที่ยวได้จากอินเทอร์เน็ตหรือบริษัททัวร์ หรือตามงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของสำนักงานการท่องเที่ยว หรือสามารถติดต่อกับโรงแรมโดยตรง

4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง การติดต่อสื่อสารระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว ด้วยวิธีการต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะแจ้งรายละเอียดของการท่องเที่ยว การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลางเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเกิดทัศนคติที่ดีต่อประเทศและมีความต้องการที่จะเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศ อาทิ สามารถสะสมไมล์ในการเดินทางด้วยเครื่องบินได้ มีส่วนลดราคาให้เมื่อมาท่องเที่ยวแบบครอบครัวหรือบริษัท หรือสามารถผ่อนชำระค่าท่องเที่ยวเป็นงวด ๆ ได้ เป็นต้น

5. กระบวนการให้บริการ หมายถึง สิ่งที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกสบายในการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การให้บริการของพนักงานต้อนรับ รวมถึงความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เพื่อรองรับในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้เป็นที่ไปด้วยความสะดวกสบายและความปลอดภัย เช่น การคมนาคมทางบก และการคมนาคมทางอากาศ เป็นต้น ตลอดจนการบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีความโปร่งใสและชัดเจน

6. ผู้ให้บริการ หมายถึง การกระทำที่อำนวยความสะดวกที่ผู้ให้บริการปฏิบัติต่อนักท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เพื่อให้เกิดความพึงพอใจและมีทัศนคติที่ดีต่อผู้ให้บริการ และกลับมาท่องเที่ยวยังประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลางใหม่อีก หรืออาจจะแนะนำให้ผู้อื่นเข้ามาใช้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ทั้งนี้หัวหน้าทัวร์ ทัวร์ท้องถิ่น พนักงานต้อนรับในโรงแรม พนักงานบริการในร้านอาหาร พนักงานขับรถประจำทาง เป็นต้น จะต้องให้การต้อนรับ อำนวยความสะดวก และการดูแลเอาใจใส่ให้นักท่องเที่ยวอย่างจริงใจและกระทำด้วยความตั้งใจ

7. สภาพลักษณะพื้นที่ หมายถึง สภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสะอาด ปลอดภัย และมีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ ซึ่งส่วนประกอบที่เป็นลักษณะทางกายภาพ

ที่ปรากฏอยู่บ้างก็จะมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว เช่น ลักษณะทางกายภาพ หมายความว่ารวมถึงสภาพแวดล้อม เช่น การตกแต่งบรรยากาศ สี สัน รูปแบบร้านที่บริการ เสียง เป็นต้น ตัวอย่าง บริการที่สามารถใช้ลักษณะทางกายภาพไปสนับสนุนการขายได้ อาทิ บริการรถเช่า ฤดูกาลของสายการบิน ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว สภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีความสมบูรณ์ของธรรมชาติ มีความปลอดภัยและความสะดวก (เช่น ห้องน้ำ ที่จอดรถ ฯลฯ)

การตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนมีการรับรู้ประสบการณ์การเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง ด้วยความเพลิดเพลินกับการท่องเที่ยว จนเกิดความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวใหม่ในสถานที่นั้น ๆ ในโอกาสต่อไป ซึ่งประกอบด้วย

1. **ปัจจัยผลักดัน** หมายถึง ปัจจัยผลักดันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยให้ความสำคัญต่อการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจซื้อ มีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการทางการท่องเที่ยวหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตนในเวลานั้น ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์ ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

2. **ปัจจัยดึงดูด** หมายถึง ปัจจัยที่มีความพร้อมกับการสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยว เป็นความพร้อมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาของการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมื่อปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมีความต้องการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น ความสวยงามสะอาด บริสุทธิ์ของแหล่งท่องเที่ยว การตกแต่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีให้บริการในที่พักรวม เครื่องอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งหรือพาหนะที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยว การบริการทางการท่องเที่ยว การประสานงานด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น

นักท่องเที่ยวชาวไทย หมายถึง คนไทยที่เดินทางไปยังประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง ที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมนันทนาการ การบริการ เป็นการเดินทางเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์และเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจที่เห็น ได้ชัดเจนว่าเป็นการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางนั้นต้องเป็นไปด้วยความสมัครใจ ซึ่งเป็นการเดินทางที่มีค่าใช้จ่าย

ประกอบอาชีพและตั้งถิ่นฐานถาวร และมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวที่ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลางอีก

ประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง หมายถึง พื้นที่การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในเขตภาคกลางของประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม ซึ่งมี 5 เมือง ได้แก่ เมืองกวางตรี เมืองเว้ เมืองดานัง เมืองฮอยอัน และเมืองดาลัด

ประโยชน์จากการวิจัย

1. ทำให้ทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมตลาดบริการสำหรับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง อันจะได้นำความรู้ ความเข้าใจที่ได้จากการวิจัยมาใช้สำหรับการวางแผนเพื่อปรับกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับการท่องเที่ยวให้เหมาะสมและสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ทำให้ทราบความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง สำหรับข้อมูลที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางแผน เพื่อให้การท่องเที่ยวดำเนินงานได้อย่างยั่งยืนในอนาคต
3. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง ซึ่งข้อมูลที่ได้เป็นข้อสนเทศในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวว่าควรยึดถือปัจจัยใดบ้างดังกล่าวเพื่อที่จะสามารถนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ
4. ทำให้ทราบปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลาง ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุง พัฒนา และเพิ่มประสิทธิภาพอันเป็นแนวทางสำหรับการท่องเที่ยวประเทศสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนามเขตภาคกลางให้มีศักยภาพต่อไป