

ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Opinions of American Tourists in Thailand Toward Tourism in Thailand

ขวัญการณ กัณภัย*

Kwankarn Kunpai

Received: September 15, 2025 Revised: September 29, 2025 Accepted: October 17, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย และ 2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้างนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม จำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 6 ด้าน รวมข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ และส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 7 ด้าน รวมข้อคำถามทั้งหมด 32 ข้อ สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์การแปรปรวนทางเดียว โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัยพบว่า 1. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านกระบวนการและบริการการท่องเที่ยว 2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีลักษณะการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศ อายุ ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ประเภทของนักท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, ความคิดเห็น, ชาวอเมริกัน, นักท่องเที่ยว, ประเทศไทย

* นิสิตปริญญาโท ภาควิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

Master's Degree Student, Department of Political Science and Public Administration Faculty of Social Sciences, Kasetsart University

Corresponding Author: kwankarn.kunpai@gmail.com

Abstract

This research aims to study 1. the opinions of American tourists in Thailand and 2. regarding tourism in Thailand, and to compare those opinions based on individual demographic factors. The sample group used in this study was American tourists who visited Thailand. The number of 400 people. The research instrument used was a questionnaire divided into 2 parts, Part 1: General information of the respondent, consisting of 6 aspects total 6 questions and Part 2: Opinions of American tourists in Thailand toward tourism in Thailand consisting of 7 aspects total 32 questions. The statistics used for analysis included percentage, mean, standard deviation, one-way analysis of variance. By setting the statistical significance at the .05 level.

The research results found that 1. The results of the study of the level of opinions of American tourists in Thailand towards tourism in Thailand. Overall It is at the highest level when considering each aspect. It was found that the aspect with the highest average value is tourism activities in Thailand and the aspect with the lowest average value is tourism processes and services. 2. The results of comparing the opinions of American tourists in Thailand towards tourism in Thailand, classified according to personal factors, found that American tourists with different travel styles have different opinions about traveling to Thailand. There is no difference in opinions about traveling to Thailand among American tourists of different genders, ages, duration of travel, number of times visited, and types of tourists. Statistically significant at the .05 level.

Keywords: Tourism, Opinions, Americans, Tourists, Thailand

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญ สามารถนำเงินเข้าประเทศได้เป็นจำนวนมากและมีผลต่อการพัฒนาประเทศโดยเน้นคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว ความปลอดภัย ความสะอาด และแรงจูงใจเพื่อการพักผ่อน การศึกษา วัฒนธรรม วิถีชีวิต ตลอดจนปัจจัยการเดินทางท่องเที่ยวไปในประเทศต่าง ๆ เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้กับประเทศของตน และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด ประเทศต่าง ๆ จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในหลากหลายรูปแบบ เพื่อเป้าหมายให้นักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยการท่องเที่ยวเป็นเศรษฐกิจที่สำคัญ สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศอย่างมากในแต่ละปี การท่องเที่ยวยังมีศักยภาพในการฟื้นตัวเร็วเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมในด้านอื่น ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นที่นักท่องเที่ยวต้องการมาเยี่ยมเยือน โดยใน พ.ศ. 2567 ประเทศไทยติดอันดับที่ 8 การจัดอันดับประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก จาก Most Visited Countries 2024 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน 39.8 ล้านคน เมื่อเทียบกับปี 2566 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน 27 ล้านคน โดยรัฐบาลได้เพิ่มเป้าหมายเชิงนโยบายในการดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว ในปี 2567 ในการขับเคลื่อนให้บรรลุเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลไกในการผลักดันเศรษฐกิจของไทยให้เติบโตต่อไป (กรมประชาสัมพันธ์, 2567)

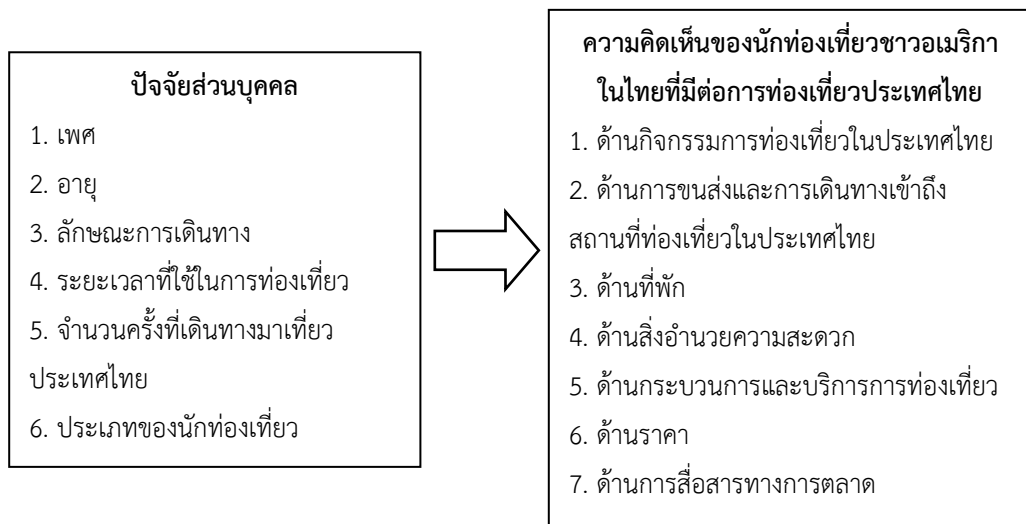
นักท่องเที่ยวระยะไกลที่สุดอย่างชาวอเมริกันใช้เวลาการเดินทางมาประเทศไทยประมาณ 26 ชั่วโมง ยังคงเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนมาก และเมื่อในปี 2567 สหรัฐอเมริกาติดอันดับที่ 9 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยสูงสุด มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,030,733 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) การพิจารณาถึงปัจจัยที่นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยนั้น มีความสำคัญและจำเป็นเนื่องจากภายใต้เงื่อนไขของปัจจัยต่าง ๆ นี้ ซึ่งเป็นประเด็นในการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย ศักยภาพการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ เพื่อจุดหมายให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยี่ยมเยือนประเทศไทยมากขึ้นทุกปี ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยให้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้กระจายไปยังจังหวัดอื่น ๆ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยว่าเพราะเหตุใดนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันจึงอยากมาท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์สำหรับธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในการปรับปรุงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวการบริการนักท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และเป็นประโยชน์ต่อภาคราชการในการนำข้อมูลไปปรับปรุงการให้บริการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย
2. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยมีขั้นตอน ดังนี้

1. การเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้กำหนดประชากรจากนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่เดินทางเข้าประเทศไทย ในปี 2567 จำนวน 1,030,733 คน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีคำนวณจากการใช้สูตรของ Yamane (1973) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ จำนวน 400 คน ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มตัวอย่างโดยมีขั้นตอนใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ และสนามบิน โดยเลือกผู้ตอบแบบสอบถาม คือ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม ที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งแบบสอบถามได้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ เพศ อายุ ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย และประเภทของนักท่องเที่ยว รวมข้อคำถามทั้งหมด 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย 5 ข้อ ด้านการขนส่งและการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย 4 ข้อ ด้านที่พัก 4 ข้อ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 5 ข้อ ด้านกระบวนการและบริการการท่องเที่ยว 4 ข้อ ด้านราคา 6 ข้อ ด้านการสื่อสารทางการตลาด 4 ข้อ รวมข้อคำถามทั้งหมด 32 ข้อ เป็นคำถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบตามระดับความคิดเห็น แบ่งเป็น 5 ระดับ ได้แก่ มีผลมากที่สุด มีผลมาก มีผลปานกลาง

มีผลน้อย มีผลน้อยที่สุด ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ดำเนินการโดยผู้ทรงคุณวุฒิและปรับแก้ตามข้อเสนอแนะก่อนทดลองใช้เครื่องมือ จากนั้นทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน พบค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) เท่ากับ .88

3. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติร้อยละอธิบายปัจจัยส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอธิบายความคิดเห็นของนักท่องเที่ยว และใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One – Way ANOVA) ตรวจสอบความแตกต่างระหว่างกลุ่ม หากพบความแตกต่างจึงทดสอบรายคู่ด้วยวิธี LSD โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการศึกษา

การวิจัยเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัยโดยใช้ตารางประกอบ ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ปรากฏผลดังนี้

ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ประกอบด้วย กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 192 คน (48.00%) รองลงมาคือ เพศชาย จำนวน 152 คน (38.00%) ขณะที่อายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30 – 44 ปี จำนวน 196 คน (49.00%) และรองลงมาคือ อายุ 45 – 60 ปี จำนวน 124 คน (31.00%) สำหรับลักษณะการเดินทาง ส่วนใหญ่เดินทางด้วยตนเอง จำนวน 190 คน (47.50%) รองลงมาคือ มากับหมู่คณะ จำนวน 178 คน (44.50%) ส่วนระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว พบว่า มากที่สุดคือ 5 – 7 คืน จำนวน 179 คน (44.75%) และ 8 – 10 คืน จำนวน 132 คน (33.00%) ด้านจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ส่วนใหญ่เคยมาแล้ว 2 – 4 ครั้ง จำนวน 182 คน (45.50%) ขณะที่เดินทางมาครั้งแรกมีจำนวน 136 คน (34.00%) สุดท้าย ประเภทของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อหาประสบการณ์ จำนวน 115 คน (28.75%) รองลงมาคือ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ จำนวน 102 คน (25.50%)

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยในภาพรวม

(n = 400)

ที่	ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.74	0.35	มากที่สุด
2	ด้านการขนส่งและการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย	4.60	0.36	มากที่สุด
3	ด้านที่พัก	4.69	0.35	มากที่สุด
4	ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.59	0.39	มากที่สุด

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยในภาพรวม (ต่อ)

(n = 400)

ที่	ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
5	ด้านกระบวนการและบริการการท่องเที่ยว	4.58	0.40	มากที่สุด
6	ด้านราคา	4.65	0.33	มากที่สุด
7	ด้านการสื่อสารทางการตลาด	4.61	0.37	มากที่สุด
รวม		4.64	0.28	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.64$) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษามีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย มากที่สุดเป็นลำดับหนึ่ง ($\bar{x} = 4.74$) รองลงมาคือ ด้านที่พัก ($\bar{x} = 4.69$) และมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ด้านกระบวนการและบริการการท่องเที่ยว ในลำดับสุดท้าย ($\bar{x} = 4.58$)

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2.1 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตาราง 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามเพศ

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.14	3	.38	5.12	.002*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	29.37	396	.07		
รวม	30.51	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามเพศ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 3

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
เป็นรายคู่ จำแนกตามเพศ

(n = 400)

เพศ	$\bar{x}$ ค่าเฉลี่ย	ชาย	หญิง	LGBTQ	ไม่ประสงค์ระบุ
		4.65	4.60	4.71	4.85
ชาย	4.65	-	.079	.213	.011*
หญิง	4.60		-	.016*	.001*
LGBTQ+	4.71			-	.097
ไม่ประสงค์ระบุ	4.85				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศชาย ($\bar{x} = 4.65$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่ไม่ประสงค์ระบุเพศ ($\bar{x} = 4.85$) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศหญิง ($\bar{x} = 4.60$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศ LGBTQ+ ($\bar{x} = 4.71$) และนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่ไม่ประสงค์ระบุเพศ ($\bar{x} = 4.85$)

2.2 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตาราง 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
จำแนกตามอายุ

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.74	3	.25	3.30	.021*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	29.77	396	.08		
รวม	30.51	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามอายุ เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 4

ตาราง 5 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
เป็นรายคู่ จำแนกตามอายุ

(n = 400)

อายุ	$\bar{x}$	14 – 29 ปี	30 – 44 ปี	45 – 60 ปี	61 – 79 ปี
	ค่าเฉลี่ย	4.70	4.64	4.60	4.76
14 – 29 ปี	4.70	-	.113	.014*	.388
30 – 44 ปี	4.64		-	.185	.066
45 – 60 ปี	4.60			-	.017*
61 – 79 ปี	4.76				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุ 14 - 29 ปี ($\bar{x} = 4.70$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุ 45 - 60 ปี ($\bar{x} = 4.60$) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุ 45 - 60 ปี ($\bar{x} = 4.60$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุ 61 - 79 ปี ($\bar{x} = 4.76$)

2.3 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีลักษณะการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตาราง 6 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.27	2	.14	1.80	.167
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	30.24	397	.08		
รวม	30.51	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 6 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีลักษณะการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2.4 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตาราง 7 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	.93	3	.31	4.17	.006*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	29.58	396	.07		
รวม	30.51	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 7 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวเป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 8

ตาราง 8 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย
เป็นรายคู่ จำแนกตามระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว

(n = 400)

ระยะเวลาที่ใช้ ในการท่องเที่ยว	$\bar{x}$ ค่าเฉลี่ย	2 – 4 คืน	5 – 7 คืน	8 – 10 คืน	มากกว่า 10 คืน
2 – 4 คืน	4.71	-	.058	.014*	.396
5 – 7 คืน	4.63		-	.383	.013*
8 – 10 คืน	4.60			-	.004*
มากกว่า 10 คืน	4.76				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 2 - 4 คืน ($\bar{x}$ = 4.71) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 8 - 10 คืน ($\bar{x}$ = 4.60) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 5 - 7 คืน ($\bar{x}$ = 4.63) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวมากกว่า 10 คืน ($\bar{x}$ = 4.76)

2.5 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตาราง 9 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว ประเทศไทย
จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.42	3	.47	6.43	.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	29.09	396	.07		
รวม	30.51	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 9 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย เป็นรายคู่ ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 10

ตาราง 10 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย
เป็นรายคู่ จำแนกตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย

(n = 400)

จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	$\bar{X}$ ค่าเฉลี่ย	ครั้งแรก	2 – 4 ครั้ง	5 – 6 ครั้ง	มากกว่า 6 ครั้ง
ครั้งแรก	4.70	-	.000*	.072	.226
2 – 4 ครั้ง	4.58		-	.342	.002*
5 – 6 ครั้ง	4.62			-	.027*
มากกว่า 6 ครั้ง	4.78				-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 10 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยเป็นครั้งแรก ($\bar{X} = 4.70$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย 2 - 4 ครั้ง ($\bar{X} = 4.58$) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย 2 - 4 ครั้ง ($\bar{X} = 4.58$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 6 ครั้ง ($\bar{X} = 4.78$) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย 5 - 6 ครั้ง ($\bar{X} = 4.62$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยมากกว่า 6 ครั้ง ($\bar{X} = 4.78$)

2.6 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน

ตาราง 11 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว

(n = 400)

แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig.
ความแตกต่างระหว่างกลุ่ม	1.74	4	.44	5.99	.000*
ความแตกต่างภายในกลุ่ม	28.77	395	.07		
รวม	30.51	399			

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 11 ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จึงทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว เป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD ดังตาราง 12

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นรายคู่ จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว

(n = 400)

ประเภทของ นักท่องเที่ยว	$\bar{x}$	ความต้องการ พักผ่อนหย่อนใจ	ต้องการสิ่ง แปลกใหม่	เพื่อหา ประสบการณ์	ชอบ ทดลอง	ต้องการใช้ ชีวิตท่องเที่ยว เหมือนคน ในพื้นที่
	ค่าเฉลี่ย	4.63	4.60	4.58	4.74	4.77
ความต้องการ	4.63	-	.532	.230	.011*	.005*
พักผ่อนหย่อนใจ						
ต้องการสิ่ง	4.60		-	.602	.002*	.0001*
แปลกใหม่						
เพื่อหา	4.58			-	.000*	.000*
ประสบการณ์						
ชอบทดลอง	4.74				-	.642

ตาราง 12 การเปรียบเทียบความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย
เป็นรายคู่ จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

(n = 400)

ประเภทของ นักท่องเที่ยว	$\bar{X}$	ความต้องการ พักผ่อนหย่อนใจ	ต้องการสิ่ง แปลกใหม่	เพื่อหา ประสบการณ์	ชอบ ทดลอง	ต้องการใช้ ชีวิตท่องเที่ยว เหมือนคน ในพื้นที่
	ค่าเฉลี่ย	4.63	4.60	4.58	4.74	4.77
ต้องการใช้ชีวิต ท่องเที่ยวเหมือน คนในพื้นที่	4.77					-

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวต้องการพักผ่อนหย่อนใจ ($\bar{X} = 4.63$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวชอบทดลอง ($\bar{X} = 4.74$) และต้องการใช้ชีวิตระหว่างท่องเที่ยวเหมือนคนในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.77$) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวต้องการสิ่งแปลกใหม่ ($\bar{X} = 4.60$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวชอบทดลอง ($\bar{X} = 4.74$) และต้องการใช้ชีวิตระหว่างท่องเที่ยวเหมือนคนในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.77$) นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ ($\bar{X} = 4.58$) มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวชอบทดลอง ($\bar{X} = 4.74$) และต้องการใช้ชีวิตระหว่างท่องเที่ยวเหมือนคนในพื้นที่ ($\bar{X} = 4.77$)

ตาราง 13 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

ที่	ตัวแปรอิสระ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ นัยสำคัญ	ผลการทดสอบ	
					เป็นไปตาม สมมติฐาน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน
ปัจจัยส่วนบุคคล						
1	เพศ	1.79	.76	.002*	✓	
2	อายุ	2.24	.76	.021*	✓	
3	ลักษณะการเดินทาง	1.61	.63	.167		✓
4	ระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว	2.35	.82	.006*	✓	

ตาราง 13 สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน (ต่อ)

ที่	ตัวแปรอิสระ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ นัยสำคัญ	ผลการทดสอบ	
					เป็นไปตาม สมมติฐาน	ไม่เป็นไปตาม สมมติฐาน
5	จำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยว ประเทศไทย	1.92	.84	.000*	✓	
6	ประเภทของนักท่องเที่ยว	2.59	1.26	.000*	✓	

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 13 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีลักษณะการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทของนักท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

อภิปรายผล

จากผลการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ผู้ศึกษาสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งหมายความว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทย มีความคิดเห็นเป็นอย่างมากที่สุดต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยมีรายละเอียดในแต่ละด้านดังนี้

1.1 ท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เพราะกิจกรรมสร้างประสบการณ์ใหม่ที่คุ้มค่าและสร้างความประทับใจในการเดินทาง แต่ด้านความสะอาดและความปลอดภัยของอุปกรณ์และสถานที่ได้รับการประเมินต่ำสุด เนื่องจากการใช้งานหมุนเวียนจำนวนมาก ประเด็นนี้สะท้อนถึงความคาดหวังสูงของนักท่องเที่ยวต่อมาตรฐานด้านสุขอนามัยและการดูแลความปลอดภัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มนต์ศิระ จรุงสุทธิ (2565) ที่ชี้ว่าแม้แหล่งท่องเที่ยวชุมชนมีการรณรงค์ด้านสิ่งแวดล้อม แต่การจัดการด้านความปลอดภัยยังอยู่ในระดับปานกลาง

1.2 ด้านการขนส่งและการเดินทางเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากมีวิธีการเดินทางที่หลากหลายและการคมนาคมที่พัฒนาตอบสนองความต้องการได้ดี แต่การให้ข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางยังถูกประเมินต่ำที่สุด สะท้อนข้อจำกัดด้านภาษาและการสื่อสาร โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ นัสนิม สามี (2564) ที่ชี้ว่าปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว คือ การเข้าถึงข้อมูล โดยเฉพาะผ่านอินเทอร์เน็ต เพื่อน และงานชมรมการท่องเที่ยว ขณะที่อุปสรรคหลักคือภาษา

1.3 ด้านที่พัก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเห็นว่า สถานที่พักมีความปลอดภัยต่อตนเองและทรัพย์สิน โดยมีความคิดเห็นในพื้นที่โดยรอบของสถานที่พักมีความสวยงาม บรรยากาศดี ในลำดับสุดท้าย ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันจะให้ความสำคัญในการคำนึงถึงความปลอดภัยในสถานที่พักเป็นอันดับแรก สอดคล้องกับแนวคิดการจูงใจของ Maslow (1954) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวในเรื่องของความต้องการความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ความมั่นใจในการไม่ถูกหลอกลวงในการซื้อผลิตภัณฑ์ในด้านการท่องเที่ยว

1.4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเห็นว่าสามารถค้นหาและติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการ ผ่านทางช่องทางต่าง ๆ เช่น โทรศัพท์ อินเทอร์เน็ต ได้อย่างง่ายและสะดวก โดยมีความคิดเห็นที่สามารถติดต่อกับสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้โดยง่ายและสะดวกเป็นลำดับสุดท้าย ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันคำนึงถึงความสะดวกและความรวดเร็วในการค้นหาและติดต่อกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการผ่านทางช่องทางโทรศัพท์และอินเทอร์เน็ตมากกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ อาร์ดา หุสสุล (2563) กล่าวว่า องค์ประกอบสำคัญในการท่องเที่ยวต้องประกอบด้วย สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ น้ำประปา ไฟฟ้า และระบบการสื่อสารระยะไกล และใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ

1.5 ด้านกระบวนการและบริการการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากประเทศไทยมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกและสะท้อนคุณค่าทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่น อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบรายชื่อ พบว่า ความเห็นด้าน “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” ได้คะแนนต่ำสุด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังรับรู้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางเชิงวัฒนธรรมมากกว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบอื่น ๆ เช่น นวัตกรรมการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ การคงไว้ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลกจึงถือเป็นจุดแข็ง ขณะเดียวกันควรเสริมความหลากหลายเพื่อให้ตอบสนอง

ความต้องการที่กว้างขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิธร ศิริบุชา (2558) ที่ชี้ว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ อาชีพ และถิ่นกำเนิด รวมถึงปัจจัยด้านการตลาด เทคโนโลยี และเศรษฐกิจ มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจท่องเที่ยว และกำหนดมุมมองของนักท่องเที่ยวต่อประเทศไทย

1.6 ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเห็นว่าประเทศไทยมีราคาของที่ระลึกที่ถูก และมีคุณภาพดี โดยมีความคิดเห็นเห็นว่าสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีค่าธรรมเนียมในการเยี่ยมชมที่คุ้มค่าต่อการเข้าชม ในลำดับสุดท้าย ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเห็นว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะซื้อของที่ระลึกสำหรับตนเอง และซื้อฝากผู้อื่นด้วย ในส่วนของค่าธรรมเนียมในการเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ อาจจะคุ้มค่าน้อยกว่า สอดคล้องกับแนวคิดของ สมชาย กิจยรรยง (2561) ส่วนประสมทางการตลาด 4P's (Marketing Mix) ราคาต้องเหมาะสมกับตำแหน่งการแข่งขันของสินค้าและสร้างกำไรในอัตราที่เหมาะสมสู่กิจการ พิจารณาราคาจะต้องกำหนดต้นทุนการผลิต สภาพการแข่งขัน กำไรที่คาดหวัง ราคาของคู่แข่ง การกำหนดราคามีความสำคัญต่อกิจการมาก กิจการไม่สามารถกำหนดราคาสินค้าเองได้ตามใจชอบ การตั้งนั้นก็กิจการจะต้องเลือกกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการกำหนดราคาสินค้าและบริการ

1.7 ด้านการสื่อสารทางการตลาด พบว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทย มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด และมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันเห็นว่าได้รับข่าวสารจากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ในลำดับสุดท้าย ทั้งนี้เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมักจะได้รับข่าวสารในช่วงเทศกาลประเพณีของไทยต่าง ๆ จากการประชาสัมพันธ์ของ ททท. สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ (2564) ที่ได้วิจัยเรื่องการพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 กรณีศึกษาพื้นที่ตำบลกุดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ด้านปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประกอบด้วย การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความเข้าใจในการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ และส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ที่สามารถเชื่อมโยงกลุ่มนักท่องเที่ยวกับชุมชนและผู้ประกอบการ ให้สามารถมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวที่เท่าเทียมกัน

2. นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน ผลทดสอบสมมติฐานพบว่า

2.1 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน เพศหญิง และเพศชาย จะมีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อยกว่าไม่ประสงค์ระบุเพศ และเพศ LGBTQ+ ทั้งนี้อาจจะเนื่องมาจากมุมมองความหลากหลายทางเพศ มุมมองบทบาททางเพศ มุมมองรสนิยมทางเพศ จึงทำให้เพศมีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย สอดคล้องกับแนวคิดของ Pearce (1988) กล่าวว่า ลักษณะด้านจิตวิทยาของแต่ละบุคคลที่ต่างกันออกไปและนำไปสู่การตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่คงที่และสอดคล้องกัน เกิดจากความรู้สึกนึกคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การรับรู้ การเรียนรู้ จนทำให้เกิด

บุคลิกภาพที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวทำให้บุคคลมีความแตกต่างกันทั้งภายใน หรือความรู้สึกนึกคิดและลักษณะทางกายภาพภายนอก

2.2 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า กลุ่มอายุ 61 – 79 ปี (Baby Boomers) มีความคิดเห็นเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอายุอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นถึงความแตกต่างด้านวัย ประสบการณ์ และรูปแบบการตัดสินใจที่รอบคอบกว่าคนรุ่นใหม่ เช่น Gen X และ Gen Y ซึ่งมักให้ความสำคัญกับปัจจัยที่ต่างออกไป ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ นักสพร จงรักษ์ (2560) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวสูงวัยมักเดินทางเป็นประจำ โดยเฉพาะกับเพื่อนหรือครอบครัว และมีแนวโน้มเลือกใช้บริการบริษัทนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มวัยหนุ่มสาว เนื่องจากความสะดวก ความมั่นใจด้านภาษา และค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

2.3 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีลักษณะการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีลักษณะการเดินทางต่างกัน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีความคล้ายคลึงกัน สภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของชาวอเมริกันเหมือนกัน จึงทำให้ลักษณะการเดินทางไม่มีผลต่อความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย สอดคล้องกับแนวคิดการจูงใจของ Maslow (1954) ความต้องการที่จะผูกพันในสังคม (Love Needs) หรือความต้องการความรักและการยอมรับการเป็นส่วนหนึ่งของสังคม เกิดลักษณะคล้ายคลึงกันในด้านพฤติกรรม ความคิด ทักษะ ค่านิยม ที่สอดคล้องกันในแบบกลุ่มส่งผลต่อพฤติกรรมมาท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าร่วมกลุ่มท่องเที่ยวกับกลุ่มที่มีความสนใจคล้ายคลึงกัน หรือพฤติกรรมในการเลือกแบบที่มีค่านิยมเหมือนกัน

2.4 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีระยะเวลาการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ที่พักระยะสั้น 2 – 4 คืน มีความคิดเห็นเชิงบวกมากกว่าผู้ที่อยู่ 8–10 คืน สะท้อนว่าระยะเวลาในการท่องเที่ยวมีผลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจ ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเตรียมตัวและการวางแผนที่แตกต่างกัน ผลนี้สอดคล้องกับแนวคิดโมเดลการตัดสินใจของผู้บริโภคที่แบ่งการตัดสินใจออกเป็นสามระยะ ได้แก่ ก่อนการท่องเที่ยว ระหว่างการท่องเที่ยว และหลังการท่องเที่ยว ซึ่งล้วนมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการประเมินคุณค่าของการเดินทาง

2.5 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีจำนวนครั้งในการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า ผู้ที่เดินทางมา 2 – 4 ครั้งมีความคิดเห็นเชิงบวกน้อยกว่าผู้ที่เคยมาเที่ยวมากกว่า 6 ครั้ง แสดงให้เห็นว่าความถี่ในการเดินทางมีผลต่อการรับรู้ ประสบการณ์ ความพึงพอใจ และพฤติกรรมมาท่องเที่ยว ความแตกต่างนี้สะท้อนถึงความชอบและความคุ้นเคยกับแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลให้ผู้มาเที่ยวบ่อยมีทัศนคติที่มั่นคงและเป็นบวกมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ruiting (2564) ที่ชี้ว่าปัจจัยภายนอก เช่น เศรษฐกิจ สังคม การเมือง เทคโนโลยี และการประชาสัมพันธ์ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและส่งผลกระทบต่อระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

2.6 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีประเภทการท่องเที่ยวต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า กลุ่มที่ต้องการใช้ชีวิตเหมือนคนท้องถิ่น มีความคิดเห็นเชิงบวกมากกว่ากลุ่มที่เดินทางเพื่อหาประสบการณ์ สะท้อนให้เห็นว่าจุดมุ่งหมายและความต้องการส่วนบุคคลมีผลโดยตรงต่อการรับรู้และการประเมินคุณค่าของการท่องเที่ยว การเลือกใช้รูปแบบการท่องเที่ยวที่ใกล้ชิดวิถีชีวิตท้องถิ่นอาจสร้างความรู้สึกเชื่อมโยงและความพึงพอใจมากกว่า สอดคล้องกับงานวิจัยของ Cong (2015) ที่ชี้ว่าเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยเชิงบวกและทรงพลังที่สุดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยเฉพาะเมื่อนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ที่แปลกใหม่และไม่ซ้ำกับที่อื่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษา เรื่อง ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ผู้ศึกษาจึงขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อการแก้ไขหรือปรับปรุงการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากยิ่งขึ้น ดังนี้

1. ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ผู้ศึกษาขอเสนอความคิดเห็นและข้อเสนอแนะโดยเรียงลำดับความสำคัญในการแก้ไขหรือปรับปรุงจากน้อยไปมาก ดังนี้

1.1 ด้านกระบวนการ บริการ และกิจกรรมการท่องเที่ยวควรเพิ่มความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแตกต่างกัน พร้อมทั้งพัฒนาการบริการนำเที่ยวให้มีคุณภาพมากขึ้น โดยเพิ่มเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวก การให้ข้อมูล และการตรวจสอบอุปกรณ์และสถานที่ทำกิจกรรมให้มีความสะอาดและปลอดภัยอยู่เสมอ ทั้งนี้ควรมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ตอบสนองทั้งคุณค่าทางวัฒนธรรมและความต้องการสมัยใหม่

1.2 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก การขนส่ง และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวควรมีการจัดการคมนาคมให้สะดวกและชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการสื่อสารข้อมูลเส้นทางและวิธีการเดินทางที่เข้าใจง่าย และจัดทำบริการเสริมผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันหรือศูนย์บริการช่วยเหลือ เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกและมั่นใจในการเดินทางมากขึ้น

1.3 ด้านการสื่อสารการตลาดและราคาควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และช่องทางที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ง่าย พร้อมจัดโปรโมชั่นในรูปแบบที่สร้างแรงจูงใจ เช่น ส่วนลดค่าธรรมเนียมเข้าชมในช่วงเทศกาล หรือโปรโมชั่นของที่ระลึก เพื่อสร้างความคุ้มค่าและเพิ่มโอกาสให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางเข้ามามากขึ้น

1.4 ด้านที่พักควรปรับปรุงและจัดระเบียบพื้นที่โดยรอบที่พักให้มีความสวยงามสะอาดและปลอดภัย เพื่อสร้างบรรยากาศที่เหมาะสมกับการพักผ่อน ซึ่งจะช่วยยกระดับประสบการณ์การท่องเที่ยวโดยรวมของนักท่องเที่ยว

จากผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลบางด้าน เช่น อายุ ระยะเวลา จำนวนครั้ง และประเภทนักท่องเที่ยว มีความคิดเห็นแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อมูลนี้สะท้อนว่าควรกำหนดกลยุทธ์ด้านการบริการ

และการสื่อสารการตลาดให้เหมาะสมกับลักษณะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ขณะเดียวกันปัจจัยที่ไม่พบความแตกต่าง เช่น ลักษณะการเดินทาง อาจใช้กลยุทธ์การพัฒนาที่ครอบคลุมทุกกลุ่มนักท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาครั้งต่อไป

สำหรับการศึกษาครั้งต่อไปควรมีการศึกษาในประเด็นดังต่อไปนี้

1. ควรทำการศึกษาถึงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันในไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยในพื้นที่จังหวัด เช่น จังหวัดภูเก็ต จังหวัดเชียงใหม่ จังหวัดชลบุรี เป็นต้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากขึ้น และนำข้อมูลที่ได้รับมาเปรียบเทียบและปรับปรุงแก้ไขหรือพิจารณาเกณฑ์ในความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยต่อไป
2. ควรทำการศึกษาใช้เทคนิควิจัยเชิงคุณภาพ ในพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยทำการเก็บข้อมูลสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และสัมภาษณ์แบบกลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวประเทศไทยต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. (2567). *นักท่องเที่ยวต่างชาติ เทียวในประเทศไทย ปี 2566 สะสมกว่า 27 ล้านคน*. PRD.
<https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/246427>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *Infographic สถานการณ์ด้านการท่องเที่ยว 2567P*. Ministry of Tourism & Sports. <https://www.mots.go.th/news/category/764>
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค. - ธ.ค. ปี 2567 (เบื้องต้น)*. Ministry of Tourism & Sports.
<https://www.mots.go.th/news/category/759>
- นภัทร จงรักษ์. (2560). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมาณต่อการตัดสินใจใช้บริการบริษัทนำเที่ยว* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902031565_7325_6131.pdf
- นัสรีน สาเมาะ. (2564). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวประเทศเกาหลีใต้ในยุคดิจิทัล* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. rsu.ac.th. <https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/1561>
- มนต์ศิระ จรุงสิทธิ์. (2565). *ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อชุมชนตลาดน้อย กรุงเทพมหานคร ในมิติด้านสิ่งแวดล้อม* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต DPU. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Monsira.Char.pdf>
- ศศิธร ศิริบุษขา. (2558). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย กรณีเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศประชาคมอาเซียนและเอเชียตะวันตก* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี]. DSpace at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. <http://www.repository.rmutt.ac.th/dspace/bitstream/123456789/2856/1/RMUTT-151508.pdf>
- สมชาย กิจยรรยง. (2561). *กลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับผู้บริหาร*. Smart Life.
- อัจฉริยาพร คันธมาลาเจริญ. (2564). *การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวในแนวทางการท่องเที่ยว 4.0 กรณีศึกษาพื้นที่ตำบลกุดช้าง อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยแม่โจ้]. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
http://mdc.library.mju.ac.th/thesis/2564/artcharyaporn_kantamalajaroen/fulltext.pdf
- อารดา หุสสกุล. (2563). *องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการเยือนน้ำพุร้อนหินดาดจังหวัดกาญจนบุรี* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต DPU. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Arada.Hro.pdf>

- Cong, T. T. (2015). *Factor Attracting Foreign Tourists of ho Chi Minh City*. University of Economics Ho Chi Minh City.
- Maslow, A. (1954). *Administration Relationships*. Harper and Row.
- Pearce, P. L. (1988). *Recent Research in Psychology*. The Ulysses Factor: Evaluating Visitors in Tourist Settings. Springer-Verlag Publishing.
- Ruiting, N. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ DPU. <https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Na.Ruit.pdf>
- Yamane. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd Edition). Harper and Row.