

การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมวัดพระแก้วของ
นักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด

The Study of Personal Factors Affecting Chinese Tourists' Decision
to Visit Wat Phra Kaew after the COVID-19 Situation

Yuechan Wu¹ และ บรรดิษฐ์ พระประทานพร²

Yuechan Wu¹ and Bundit Phrapratanporn²

^{1,2}หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

^{1,2}Master of Business Administration Program Graduate School, Suan Sunandha Rajabhat University

Corresponding author, e-mail: ¹wuyuechan5586@gmail.com

²bundit.ph@ssru.ac.th

Received: August 12, 2024; Revised: August 27, 2024; Accepted: August 27, 2024

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เข้ามาเที่ยวในวัดพระแก้ว จำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย เลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันที่มีผลต่อการตัดสินใจ ด้วยสถิติการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี โดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นิสิต/นักศึกษา และจะชักชวนผู้อื่นมาเที่ยววัดพระแก้วมากที่สุด ซึ่งแหล่งข้อมูลส่วนใหญ่มาจากคำแนะนำจากบุคคลอื่น จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกันต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด

คำสำคัญ: การตัดสินใจ, นักท่องเที่ยว, วัดพระแก้ว

Abstract

This research aimed to study the different personal factors affecting the decision to travel to Wat Phra Kaew of Chinese tourists after the COVID situation. The sample group used in the research was 400 Chinese tourists who visited Wat Phra Kaew. A questionnaire was used as a data collection tool. The statistics used for data analysis included frequency distribution, percentage, arithmetic mean, and standard deviation. The hypothesis testing on the different personal factors affecting the decision was performed using a one-way ANOVA. The research results found that most Chinese tourists were female, aged 21-30, and had a bachelor's degree. Most of them were students and would invite others to visit Wat Phra Kaew the most. Most of the sources of information came from recommendations from other people. The hypothesis testing found that different personal factors in terms of education level affected the decision to travel to Wat Phra Kaew after the COVID situation.

Keywords : Decision, Tourist, Wat Phra Kaew

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจทั้งระบบ ไม่ว่าจะเป็นการสร้างรายได้ การเปิดโอกาสให้เกิดการจ้างงาน โดยมีการกระจายความเจริญไปสู่ในระดับภูมิภาคที่กว้างขวางออกไป นอกจากนี้ในช่วงเวลาที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับการยอมรับว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยหลักที่มีผลต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยความโดดเด่นในการให้บริการและความหลากหลายของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (Vinijvorakijkul et al., 2018) อย่างไรก็ตาม การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวอย่างมาก (MOTS, 2021) แม้จะเป็นเช่นนั้น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมก็ยังคงดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อยู่บ้าง โดยจากการคาดการณ์ของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่า ในไตรมาสที่ 1 ของปี 2564 แหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรมยังคงเป็นที่นิยมสูงสุดในหมู่นักท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 38 ตามมาด้วยชุมชนวิถีชีวิตที่ได้รับความนิยมร้อยละ 16 (TCT, 2020)

วัดพระแก้วเป็นตัวแทนวัฒนธรรมและพุทธศาสนาของประเทศไทย ซึ่งเป็นตัวเลือกอันดับแรกของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นิยมมาเที่ยวสถานที่นี้ และนักท่องเที่ยวชาวจีนจำนวนมากที่มาเที่ยวในวัดพระแก้วของทุก ๆ ปี การท่องเที่ยววัฒนธรรมโดยเฉพาะวัดพระแก้วซึ่งเป็นสถานที่สำคัญ ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยซึ่งปัจจุบัน จากสถิติตั้งแต่ปี 2552 มีนักท่องเที่ยวจีนมาไทยเพียง 777,508

คน แต่ตัวเลขล่าสุดเมื่อสิ้นปี 2559 มีนักท่องเที่ยวจีนมาไทยถึง 8,757,466 คน เท่ากับช่วง 7 ปีที่ผ่านมา มียอดเติบโตเพิ่มขึ้นทะลุ 1,000% (พลวุฒิ สงสกุล, 2560)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน H_1 ลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด โดยมีสมมติฐานย่อยดังนี้

H_{1a} ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน เพศ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว

H_{1b} ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน อายุ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว

H_{1c} ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน ระดับการศึกษา ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว

H_{1d} ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน สถานภาพ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว

H_{1e} ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน อาชีพ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว

H_{1f} ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน รายได้ต่อเดือน ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว

H_{1g} ลักษณะประชากรศาสตร์ด้าน ศาสนา ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตประชากร

ประชากรคือ นักท่องเที่ยวชาวจีนที่อาศัยอยู่ในเมืองกวางสี ประเทศจีน ซึ่งเป็นผู้มีความสนใจเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่ไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน โดยเลือกกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ William Gemmell Cochran จึงได้จำนวนกลุ่มประชากรจำนวน 400 ตัวอย่าง (Cochran, 1977)

2. ขอบเขตตัวแปร

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม

ลักษณะประชากรศาสตร์

- เพศ
- อายุ
- ระดับการศึกษา
- สถานภาพ
- อาชีพ
- รายได้ต่อเดือน
- ศาสนา

การตัดสินใจการท่องเที่ยว
ในวัดพระแก้วหลัง
สถานการณ์โควิด

3. ขอบเขตเวลา

การศึกษาใช้ระยะเวลาระหว่าง เดือน มิถุนายน พ.ศ 2565 - ตุลาคม พ.ศ 2565 รวมเป็น ระยะเวลา 4 เดือน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีเครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประมาณค่า 5 ระดับ ลักษณะมาตรวัดแบบลิเกิร์ต (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ โดย 5 หมายถึง “มากที่สุด” 4 หมายถึง “มาก” 3 หมายถึง “ปานกลาง” 2 หมายถึง “น้อย” 1 หมายถึง “น้อยที่สุด” ผู้วิจัยได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรมจากงานวิจัยที่ผ่านมา มีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

2. ขั้นตอนการวิจัย

2.1 ทบทวนวรรณกรรมเพื่อสร้างแบบสอบถามโดยตั้งคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.2 นำแบบสอบถามที่สร้างเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านพิจารณาตรวจสอบความตรงของคำถาม (Content Validity) โดยพบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความตรง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป พร้อมกับปรับปรุงคำถามตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้ข้อคำถามคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2.3 นำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีความใกล้เคียงจำนวน 30 ชุด เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพบว่าแบบสอบถามชุดนี้มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.968 ถือได้ว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูง

2.4 นำแบบสอบถามไปเก็บตัวอย่างจริงกับกลุ่มตัวอย่างที่ได้พิจารณาเลือกแบบเจาะจงไว้จนได้แบบสอบถามตามจำนวนที่ต้องการ โดยต้องเน้นทำความเข้าใจกับผู้ที่จะออกสำรวจให้เข้าใจในเนื้อหาของแบบสอบถาม เพื่อป้องกันการเกิดความไม่เข้าใจในข้อคำถาม ซึ่งอาจทำให้แบบสอบถามนั้นไม่มีคุณภาพตามที่ต้องการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้มีแหล่งรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อสอบถามจาก นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูล และทฤษฎีต่าง ๆ จากบทความ เอกสาร หนังสือ หรือเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่มีข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติการวิเคราะห์ความแตกต่างประกอบด้วย t-test และ One-way ANOVA

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.75 เพศหญิง จำนวน 225 ราย คิดเป็นร้อยละ 56.25 มีอายุอยู่ในช่วง 21 ปี ถึง 30 ปี มากที่สุด จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาอยู่ในช่วง น้อยกว่าหรือเท่ากับ 21 ปี จำนวน 128 ราย คิดเป็นร้อยละ 32.00 มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 246 ราย คิดเป็นร้อยละ 61.50 รองลงมาเป็นระดับ ต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 86 ราย คิดเป็นร้อยละ 21.50 มีสถานภาพโดยส่วนใหญ่โสด จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีอาชีพโดยส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 175 ราย คิดเป็นร้อยละ 43.75 รองลงมาเป็นข้าราชการ/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 125 รายคิดเป็นร้อยละ 31.25 มีรายได้โดยส่วนใหญ่ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 124 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา ที่ระดับ 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 108 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.00 และมีศาสนาโดยส่วนใหญ่เป็นพุทธ จำนวน 313 ราย คิดเป็นร้อยละ 78.25 รองลงมาเป็นอิสลาม จำนวน 40 ราย คิดเป็นร้อยละ 10.00

ตาราง 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อผลสำเร็จการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ปัจจัยส่วนบุคคล	t	F	Mean Different	Sig.	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
เพศ	-7.925	10.261	-.003**	.001	ยอมรับ H _{1a}
อายุ		12.209		.000	ยอมรับ H _{1b}
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี			.277*	.001	ยอมรับ H _{1b}
21-30 ปี					
น้อยกว่าหรือเท่ากับ 20 ปี			.682**	.000	ยอมรับ H _{1b}
31-40 ปี					
ระดับการศึกษา		3.985		.019	ยอมรับ H _{1c}
ต่ำกว่าปริญญาตรี			-.194*	.049	ยอมรับ H _{1c}
ปริญญาตรี					
ต่ำกว่าปริญญาตรี			-.354**	.006	ยอมรับ H _{1c}
สูงกว่าปริญญาตรี					
สถานภาพ		62.672		.000	ยอมรับ H _{1d}
โสด			.626**	.000	ยอมรับ H _{1d}
สมรส/อยู่ด้วยกัน					
โสด			1.562**	.000	ยอมรับ H _{1d}
หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่					
อาชีพ		9.848		.000	ยอมรับ H _{1e}
วิชาชีพเฉพาะ			-.1.244**	.000	ยอมรับ H _{1e}
นักเรียน/นักศึกษา					
วิชาชีพเฉพาะ			-1.182**	.000	ยอมรับ H _{1e}
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ					
วิชาชีพเฉพาะ			-1.068**	.000	ยอมรับ H _{1e}
พนักงานบริษัทเอกชน					
วิชาชีพเฉพาะ			-1.291**	.000	ยอมรับ H _{1e}
เจ้าของกิจการ/ธุรกิจ					
ส่วนตัว					
รายได้ต่อเดือน		6.833		.000	ยอมรับ H _{1f}
ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป			-.576**	.000	ยอมรับ H _{1f}

ไม่เกินหรือเท่ากับ 10,000

บาท

ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	-376*	.020	ยอมรับ H_{1f}
10,001-20,000 บาท			
ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	-750**	.000	ยอมรับ H_{1f}
20,001-30,000 บาท			
ตั้งแต่ 40,000 บาทขึ้นไป	-340*	.053	ยอมรับ H_{1f}
30,001-40,000 บาท			
ศาสนา	24.814	.000	ยอมรับ H_{1g}
พุทธ	.166*	.218	ยอมรับ H_{1g}
คริสต์			
พุทธ	.914**	.000	ยอมรับ H_{1g}
อิสลาม			
พุทธ	.923**	.000	ยอมรับ H_{1g}
พราหมณ์-ฮินดู			

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01, * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการศึกษาตามตาราง 1 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างข้อมูลด้านปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด พบว่า

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสรุปว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด จึงยอมรับสมมติฐาน H_{1a}

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสรุปว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด จึงยอมรับสมมติฐาน H_{1b}

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 จึงสรุปว่า ยอมรับสมมติฐาน H_{1c} และมีข้อมูลระดับการศึกษามากกว่า 1 คู่ ที่มีความแตกต่างกัน จึงได้มีการทดสอบความแตกต่างรายคู่โดยใช้สถิติ LSD

จากการวิเคราะห์พบว่าข้อมูลเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด จากการวิเคราะห์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามที่ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีมีการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด (Mean Difference = -0.354^{**}) มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี

ส่วนผู้ตอบแบบสอบถาม ในระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด (Mean Difference = -0.194^{**}) มากกว่า ผู้ตอบแบบสอบถามระดับปริญญาตรี

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสรุปว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด จึงยอมรับสมมติฐาน H_{1e}

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสรุปว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด จึงยอมรับสมมติฐาน H_{1f}

ปัจจัยส่วนบุคคลด้านศาสนาแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด ด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) ได้ค่า Sig. เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น จึงสรุปว่า นักท่องเที่ยวที่มีศาสนาแตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด จึงยอมรับสมมติฐาน H_{1g}

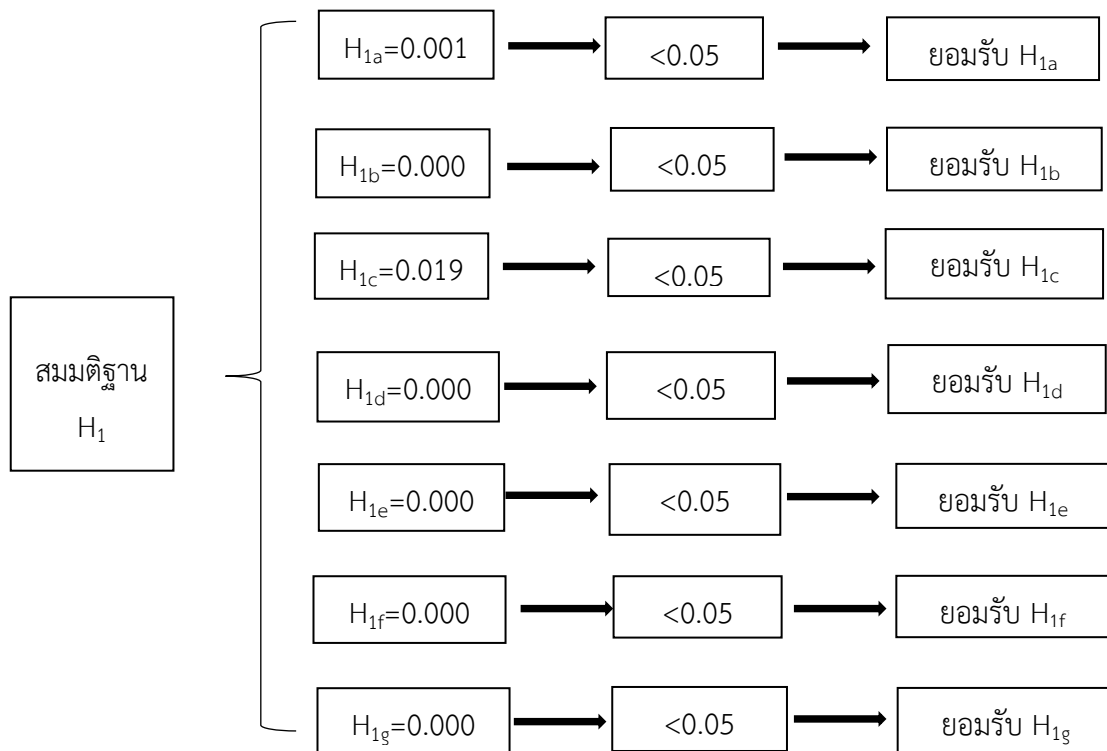
อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และศาสนาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้วหลังสถานการณ์โควิด แตกต่างกัน มีค่า Sig น้อยกว่า 0.05 จึงมีนัยสำคัญทางสถิติ อันเนื่องมาจาก การตัดสินใจมาเที่ยววัดพระแก้ว แต่ละเพศ แต่ละวัย แต่ละสถานภาพ แต่ละอาชีพ แต่ละกลุ่มรายได้ มีความคิดที่มีความแตกต่าง ในแต่ละกลุ่ม จะมีความชอบที่มีความแตกต่างสำหรับสถานที่ท่องเที่ยว บางกลุ่มชอบวิวธรรมชาติ บางกลุ่มชอบสถานที่ท่องเที่ยวที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวโบราณ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรกฎ พัวตระกูล (2563) ในเรื่องปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจแตกต่างกัน คนที่มีอายุอยู่ในวัยที่แตกต่างกันมีระดับการศึกษาแตกต่างกันย่อมจะมีมุมมองและความ ต้องการจากการมาท่องเที่ยวแตกต่างกัน รวมถึง ผู้ที่มีสถานภาพโสดมีความเป็นอิสระมีเวลาสามารถเลือกที่จะเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ตามความต้องการของตนเองโดยไม่ต้องกังวลถึงเวลา รับผิดชอบ

ต่อบุคคลในครอบครัวจึงอาจเกิดความพึงพอใจได้มากกว่าผู้ที่มีสถานภาพสมรสแล้ว (กรกฎ พัวตระกูล, 2563)

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ได้มาจากการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ดังนี้
การทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว โดยสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 ภาพแสดงผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐาน H_1 ลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และศาสนาที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว จากผลทดสอบจึงยอมรับกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ สามารถสรุปสมมติฐานย่อยดังนี้ แตกต่างกันพบว่า

สมมติฐาน H_{1a} ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว แตกต่างกัน โดยค่า Sig.เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน H_{1b} ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว แตกต่างกัน โดยค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน H_{1c} ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษา ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว แตกต่างกัน โดยค่า Sig.เท่ากับ 0.019 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน H_{1d} ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว แตกต่างกัน โดยค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน H_{1e} ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพ ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว แตกต่างกัน โดยค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน H_{1f} ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้ต่อเดือน ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว แตกต่างกัน โดยค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

สมมติฐาน H_{1g} ปัจจัยส่วนบุคคลด้านศาสนา ที่มีแตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจการท่องเที่ยวในวัดพระแก้ว แตกต่างกัน โดยค่า Sig.เท่ากับ 0.000 ซึ่งน้อยกว่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

จากการศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเที่ยวชมวัดพระแก้วของนักท่องเที่ยวชาวจีนหลังสถานการณ์โควิด ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 21-30 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มีสถานภาพโสด มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา (ส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา) ซึ่งอายุจะอยู่ระหว่าง 21-30 ปี และส่วนใหญ่มีรายได้ ไม่เกิน 10,000 บาท ดังนั้น ควรต้องปรับปรุงในเรื่องของการบริหารจัดการนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากนักเรียน/นักศึกษาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุด ต้องเพิ่มเติมกิจกรรมการท่องเที่ยวสำหรับนักเรียน/นักศึกษา อย่างเช่นต้องมีพนักงานแนะนำประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของวัดพระแก้ว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในวัดพระแก้วเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบถึงข้อดีข้อด้อยที่ต้องทำการปรับปรุงและพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวจีนให้มากยิ่งขึ้น

2. ภายหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ควรทำการศึกษาแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวย่านวัดพระแก้วของนักท่องเที่ยวชาวจีน

บรรณานุกรม

- กรกฎ พัทธระกู. (2563). อิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลพฤติกรรมการท่องเที่ยว และแรงจูงใจในการท่องเที่ยวต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวบาง ชุนเทียน ชายทะเล. [ออนไลน์].แหล่งที่มา : <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/4384>. [10 พฤษภาคม 2567]
- เกรียงไกร ชูระพันธ์. (2560). เอกสารประกอบการสอนวิชาประชากรศึกษาเพื่อการพัฒนาสังคม. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- พลวุฒิ สงสกุล. (2560). ทัวร์จีนกับในหลวงรัชกาลที่ 9 คำบอกเล่าจากไกด์นำเที่ยววัดพระแก้ว. [ออนไลน์].แหล่งที่มา : <https://thestandard.co/kingrama9-funeral-in-tour-guide-view/>. [10 พฤษภาคม 2567]
- Vinijvorakijkul, N., Sae-Wang, R. & Kanchanakhuha, W. (2018). Human Capital Development in Tourism Industry in the ASEAN Framework. *Kasem Bundit Journal*, 19(1), 45–60.
- Cochran, William G. (1977). *Sampling techniques*. [Online]. Retrieved from : https://archive.org/details/samplingtechniqu0000coch_t4x6. [10 May 2024].
- Ministry of Tourism and Sports (MOTS). (2021). *Tourism Statistics 2020*. [Online]. Retrieved from : https://mots.go.th/more_news_new.php?cid=592 [10 May 2024].
- Tourism Council of Thailand (TCT). (2020). *Tourism Situation and Forecast of Tourists' Behavior and Confidence Index of Thailand's Tourism Industry*. [Online]. Retrieved from : <http://is.gd/JKYvXA> [10 May 2024].
-