

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน

VIETNAM 



จัดทำเพื่อ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

 **IN-TOUCH**
Research & Consultancy

In-Touch Research & Consultancy Co., Ltd.

สารบัญ

	หน้า
บทนำ	i
วัตถุประสงค์	ii
วิธีการวิจัย	ii
นิยามศัพท์	vi
บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ	1-1
1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์	1-1
1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์	1-3
1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม	1-4
1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ	1-5
1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	1-9
บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว	2-1
2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ	2-2
2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว	2-4
2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว	2-5
2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง	2-6
2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	2-8
2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันพำนักร	2-9
2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม	2-10
2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวเวียดนาม	2-12
2.9 ทศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน	2-13
บทที่ 3 ทศนคติ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ	3-1
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว	3-1
3.2 ประเทศและเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม	3-6
3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-8
3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	3-11
บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)	4-1
4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	4-1
4.2 เปรียบเทียบทศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	4-3
4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง	4-4
บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว	5-1
5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-2
5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวเวียดนาม	5-4
บทที่ 6 นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาด	6-1
6.1 แนวทางและผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”	6-1
6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”	6-7
6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่	6-13

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 7 กลยุทธ์ และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม	7-1
7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์	7-1
7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์	7-2
7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	7-4
7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ	7-13
ภาคผนวก ก ตารางสถิติ	ก-1
ภาคผนวก ข เอกสารอ้างอิง	ข-1
บรรณานุกรม	

สารบัญแผนภูมิภาพ

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 1.1	1-3
ปิรามิดประชากรเวียดนามปี 2556	
แผนภูมิภาพที่ 1.2	1-4
สัดส่วนเชื้อชาติของเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 1.3	1-4
สัดส่วนการนับถือศาสนาของเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 1.4	1-6
แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของเวียดนามและอัตราการเติบโต ปี 2548-2555	
แผนภูมิภาพที่ 1.5	1-6
แสดงรายได้ต่อหัวต่อปีและอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555	
แผนภูมิภาพที่ 1.6	1-7
แสดงอัตราการว่างงานของประเทศเวียดนาม ปี 2548-2555	
แผนภูมิภาพที่ 1.7	1-8
แสดงสัดส่วนประชากรจำแนกตามระดับเศรษฐฐานะในเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 1.8	1-9
แสดงสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 1.9	1-10
สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.1	2-1
แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วน และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.2	2-2
แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.3	2-3
แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.4	2-3
แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.5	2-4
แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.6	2-5
แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.7	2-6
แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.8	2-7
แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์	
แผนภูมิภาพที่ 2.9	2-7
แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (มีผู้ร่วมทางได้หลากหลายประเภท)	
แผนภูมิภาพที่ 2.10	2-8
แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.11	2-9
แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.12	2-9
แสดงสัดส่วนระยะเวลาวันพัก	
แผนภูมิภาพที่ 2.13	2-10
แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.14	2-11
แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่นิยมทำกิจกรรมบันเทิง และสวนสนุกและกิจกรรมช้อปปิ้ง	
แผนภูมิภาพที่ 2.15	2-13
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวเวียดนาม	
แผนภูมิภาพที่ 2.16	2-14
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวเวียดนาม จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ	
แผนภูมิภาพที่ 2.17	2-15
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวพม่า จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ	
แผนภูมิภาพที่ 2.18	2-16
แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวเวียดนาม จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น	
แผนภูมิภาพที่ 3.1	3-2
แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม	
แผนภูมิภาพที่ 3.2	3-3
แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ และการสื่อสาร	
แผนภูมิภาพที่ 3.3	3-4
แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนินยประเภทต่างๆ	
แผนภูมิภาพที่ 3.4	3-5
แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหาคของประเทศ	

สารบัญแผนภูมิภาพ (ต่อ)

	หน้า
แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนียมประเภทต่างๆ	3-4
แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหาคของประเทศ	3-5
แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-6
แผนภูมิภาพที่ 3.6 แสดงสัดส่วนของเมืองอดนียมที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-7
แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	3-8
แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย	3-8
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว	3-9
แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	3-10
แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	3-11
แผนภูมิภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนภาพจำของประเทศไทยเปรียบเทียบกับระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแตกต่างกัน	3-11
แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม	4-1
แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม	4-2
แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม	4-2
แผนภูมิภาพที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม	4-3
แผนภูมิภาพที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)	4-4
แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวเวียดนาม	5-1
แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กับภาพรวมทั้งอาเซียน	5-2
แผนภูมิภาพที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	5-2
แผนภูมิภาพที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจำแนกตามภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์	5-4
แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	6-3
แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวเวียดนามที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี และได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว	6-5
แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มศักยภาพสูง	6-6

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรจำแนกตามเขตการปกครอง	1-2
ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเวียดนาม	1-5
ตารางที่ 1.3 แสดงสัดส่วนประชากรจำแนกตามระดับเศรษฐกิจฐานในเวียดนาม	1-8
ตารางที่ 1.4 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวเวียดนาม	1-9
ตารางที่ 1.5 สัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง	1-10
ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวเวียดนาม	2-12
ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศเวียดนาม	6-13
ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม และเปรียบเทียบการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง	7-1

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 1 ร้อยละจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-1
ตารางที่ 2 ร้อยละประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-2
ตารางที่ 2.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามประเภทการจัดการการท่องเที่ยว	ก-3
ตารางที่ 3 ร้อยละช่วงเวลาที่ใช้เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-4
ตารางที่ 4 ร้อยละระยะเวลาการพักในต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-6
ตารางที่ 5 ร้อยละบุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-7
ตารางที่ 6 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-8
ตารางที่ 6.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-9
ตารางที่ 7 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-10
ตารางที่ 7.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-11
ตารางที่ 8 ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-12
ตารางที่ 9 ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-14
ตารางที่ 10 ร้อยละการประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-16
ตารางที่ 11 ร้อยละประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-17
ตารางที่ 12 ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-18
ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-20
ตารางที่ 14 ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-22
ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-24
ตารางที่ 16 ร้อยละความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-26
ตารางที่ 17 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-27
ตารางที่ 18 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-28

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 19 ร้อยละความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-29
ตารางที่ 20 ร้อยละความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-30
ตารางที่ 21 ร้อยละความคิดเห็นต่อความปลอดภัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-31
ตารางที่ 22 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการช้อปปิ้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-32
ตารางที่ 23 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับเล่นกอล์ฟ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-33
ตารางที่ 24 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการดำน้ำ/ชมปะการัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-34
ตารางที่ 25 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-35
ตารางที่ 26 ร้อยละความคิดเห็นต่ออาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-36
ตารางที่ 27 ร้อยละความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-37
ตารางที่ 28 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถาบันบันเทิงยามค่ำคืนที่น่าสนใจ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-38
ตารางที่ 29 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-39
ตารางที่ 30 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความคุ้มค่าของเงิน/ราคา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-40
ตารางที่ 31 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-41
ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-42
ตารางที่ 33 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-43
ตารางที่ 33.1 ร้อยละประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย จำแนกตามความคิดเห็นต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-44
ตารางที่ 34 ร้อยละการมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-45
ตารางที่ 34.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย	ก-46
ตารางที่ 34.2 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย	ก-47
ตารางที่ 34.3 ร้อยละความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	ก-48
ตารางที่ 35 ร้อยละการวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-49

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 36 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการได้รับคำชื่นชมและคำขอบคุณถือเป็นสิ่งสำคัญ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-50
ตารางที่ 37 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่คาดฝัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-51
ตารางที่ 38 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการแสดงตัวตนของตนเองได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ต้อง คำนึงถึงสายตาของผู้อื่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-52
ตารางที่ 39 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับมีเพียงบางสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการ เปลี่ยนแปลงในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-53
ตารางที่ 40 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวัง จำแนกตามข้อมูลส่วน บุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-54
ตารางที่ 41 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนสามารถทำ ความเข้าใจได้ง่าย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-55
ตารางที่ 42 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการปรับตัวและความพร้อมที่จะรับมือให้เข้ากับ สถานการณ์ที่แตกต่างกันมากถือเป็นสิ่งที่ง่ายในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-56
ตารางที่ 43 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับบางครั้งที่มีการละเมิดหรือไม่เชื่อฟังกฎหมาย จำแนก ตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-57
ตารางที่ 44 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการไม่สนใจในกฎระเบียบและการประชุมที่จำกัด เสรีภาพของตนเอง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-58
ตารางที่ 45 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับผิดชอบในหน้าที่ของตน มักมีความสำคัญกว่า การใช้ชีวิตตามความสุขของตน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-59
ตารางที่ 46 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขึ้นขอการอภัยโทษในเรื่องของความทันสมัยและ แฟชั่นเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเธอมีความสุขได้ จำแนกตาม ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-60
ตารางที่ 47 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ ครอบครัวของเธอมีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-61
ตารางที่ 48 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคู่สามี- ภรรยา หรือคู่สมรส ควรจะมีบุตร หากสามารถ มีได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-62
ตารางที่ 49 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวส่วนตัวเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาที่มีส่วนสำคัญในชีวิตมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-63
ตารางที่ 50 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเกิดความเพลิดเพลินเมื่อได้มีโอกาสสนทนาหรือ ถกเถียงกับผู้อื่นโดยใช้สติปัญญา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-64
ตารางที่ 51 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกอยากปล่อยวาง หรือปลดออกจากทุกสิ่งที่อยู่ รอบตัว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-65
ตารางที่ 52 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกสนุกและตื่นเต้น จะเกิดขึ้นทุกครั้งที่ต้องทำ อะไรบนความหวาดกลัวและความเสี่ยง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-66
ตารางที่ 53 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับวันพรุ่งนี้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-67
ตารางที่ 54 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับราชการทหารเป็นเรื่องที่ควรจะทำสำหรับ เยาวชนผู้ชายทั้งหมด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-68
ตารางที่ 55 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับเงินเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดของความสำเร็จ จำแนกตาม ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม	ก-69

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	ก-70
ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	ก-71
ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	ก-72
ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเพลิดเพลินไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ	ก-73
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง	ก-74
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตนนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยังดีกว่าระบบอื่นๆ	ก-75
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และร้านหนังสือที่ลามกอนาจารควรจะมีตัวลง	ก-76
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุผลในการปฏิบัติจริง	ก-77
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก	ก-78
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน	ก-79
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม	ก-80
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบที่จะโดดเด่นในฝูงชน	ก-81
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์	ก-82
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้	ก-83
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก	ก-84
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม	
ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล	ก-85
ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม จำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	ก-86
ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม จำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว	ก-87
ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs)	ก-88
ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวยาวเวียดนาม จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs)	ก-89
ตารางที่ 74 ร้อยละนักท่องเที่ยวยาวเวียดนามจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)	ก-90

บทนำ

ในฐานะองค์กรภาครัฐที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เตรียมความพร้อมที่จะก้าวสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ในปี 2558 ด้วยการก้าวไปสู่การเป็นหน่วยงานที่มีความเป็นเลิศทางการตลาดการท่องเที่ยวยุคใหม่ (Modern Marketing) ในระดับสากล มีวิสัยทัศน์ที่แสดงได้ถึงความเป็นผู้นำในตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระดับโลก หรืออย่างน้อยก็ในตลาดอาเซียน

เพื่อความเป็นผู้นำในอุตสาหกรรมนี้ ททท. ตระหนักดีว่าจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ใช่สาระเดียวของการแข่งขันเท่านั้น “คุณภาพ” ของนักท่องเที่ยวกลับเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งกว่า หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า “การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ” เป็นเป้าหมายของการทำงานของ ททท. ในปัจจุบัน และประเด็นเหล่านี้คือที่มาของ “โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน”



ความหมายของ “การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ” คือ การให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีค่าใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางมูลค่าสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมถึงการตั้งสมมติฐานที่เชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พัฒนาคุณภาพพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป ทำให้ต้องการข้อมูลในมิติต่างๆ มาเพื่อใช้วางแผน กลยุทธ์ที่เหมาะสม สำหรับดำเนินงานผ่านเครื่องมือทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการส่งข่าวสารที่มีสาระเหมาะสมตรงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ นำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

การดำเนินงานของบริษัท อินทัช รีเสิร์ช แอนด์ คอนซัลแทนซี ร่วมกับพันธมิตร อันได้แก่ บริษัท Young & Rubicam และบริษัท RH International ภายใต้การติดตามดูแลสนับสนุนของผู้สังเกตการณ์จาก ททท. ได้ดำเนินการเก็บข้อมูล ทั้งในส่วนของการศึกษาเชิงคุณภาพ (การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์เชิงลึก) และการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งในภาพรวมกล่าวได้ว่าแล้วเสร็จสมบูรณ์ตามแผนการที่ได้กำหนดไว้เป็นอย่างดี ทั้งยังได้ดำเนินการวิเคราะห์ผลที่เน้นแนวทางคัดกรอง “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” และข้อเสนอทิศทางการตลาดสำหรับการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย สำหรับเพื่อสร้างให้เกิดแนวคิดใหม่ๆ ในการกำหนดทิศทางการดำเนินงานปี 2557 ของผู้เกี่ยวข้องได้อย่างทันการ อีกทั้งยังเป็นการช่วยกระตุ้นการเรียนรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้เกี่ยวข้องในส่วนอื่นๆ

นอกจากนั้น การนำเสนอผลในรายงานฉบับสมบูรณ์ของ **ประเทศเวียดนาม** นี้ ยังได้จำแนก นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ออกเป็นกลุ่มย่อยที่เหมาะสมกับแผนการตลาดอย่างจำเพาะเจาะจง รวมถึงนำเสนอแผนการทำงานแบบเบ็ดเสร็จ (Implementation Plan) เพื่อใช้เป็นกรอบต้นแบบการดำเนินงานสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามเหมาะสมต่อไป

วัตถุประสงค์

1. ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียน
2. ประเมินการจํานวนนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ และศึกษาพื้นที่ที่มีศักยภาพในการส่งออกนักท่องเที่ยว
3. จัดทำกลยุทธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศอาเซียน ให้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น และมีการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

วิธีการวิจัย

1. วิธีการที่ 1 การวิจัยเอกสาร

เป็นการค้นคว้า ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานสถิติ เอกสารสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลในเว็บไซต์ โดยหาแหล่งข้อมูลทั้งจากในประเทศไทยและจากต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาในส่วนอื่นๆ

2. วิธีการที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ (เว้นประเทศไทย) โดยแสดงรายละเอียดเฉพาะประเทศเวียดนามในส่วนถัดไป



2.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง

- อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ของประเทศเวียดนาม
- ต้องเคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 1 ครั้ง
- ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์อื่นๆ เช่น เพศ อาชีพ รายได้ หรือระดับการศึกษา

2.2 การกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มเลือก (Sampling Method)

ใช้กฎเกณฑ์การคำนวณขนาดหน่วยตัวอย่าง ด้วยวิธีการมาตรฐานของ Yamane* (ตรวจสอบรวมกับการใช้ตาราง Krejcie & Morgan**) ภายใต้กรอบแนวคิดและการพิจารณาตามสมมติฐานในภาพรวมของทุกประเทศในภูมิภาคอาเซียนดังนี้

- ระดับความเชื่อมั่นไม่น้อยกว่า 95%
- กำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับได้ ($e = 0.05$)
- กำหนดสัดส่วนของลักษณะกลุ่มที่สนใจให้มีการกระจายตัวมาก ($p = 0.5$)

สามารถกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างสำหรับการวิจัยภาคสนามที่เหมาะสม และวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง เป็นรายประเทศและรายเมืองได้ดังนี้

ประเทศ	เมืองพื้นที่สำรวจ (Sampling Frame)	จำนวน หน่วยตัวอย่าง	วิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง
มาเลเซีย	Kuala Lumpur, Central	400	F-T-F Street Intercept
	Johor Bahru, South	400	F-T-F Street Intercept
	Penang, North west	400	F-T-F Street Intercept
อินโดนีเซีย	Jakarta, West Java	400	F-T-F Street Intercept
	Surabaya, East Java	400	F-T-F Street Intercept
	Medan, Sumatra	400	F-T-F Street Intercept
ฟิลิปปินส์	Manila City, North	400	F-T-F Street Intercept
	Davao City, South	400	F-T-F Street Intercept
เวียดนาม	Hanoi, North	400	F-T-F Street Intercept
	HCMC, South	400	F-T-F Street Intercept
สิงคโปร์	Singapore	400	F-T-F Street Intercept
บรูไน	Bandar Seri Begawan	300*	F-T-F Street Intercept
ลาว	Vientiane	300*	F-T-F Door-to-Door
พม่า	Yangon	300*	F-T-F Door-to-Door
กัมพูชา	Phnom Pehn	300*	F-T-F Door-to-Door

* เป็นข้อเสนอให้ปรับลดระดับความเชื่อมั่นลงเป็นมากกว่าร้อยละ 90 เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนไม่มาก หรือมีสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมีจำนวนไม่มาก

3. วิธีการที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

จัดให้มีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) โดยแสดงรูปแบบและจำนวนรายหรือกลุ่มในแต่ละประเทศไว้ในตารางด้านล่าง

ประเทศ	รูปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (จำนวน(ราย))		รูปแบบการสนทนากลุ่ม (จำนวน(กลุ่ม))
	ตัวแทนทัวร์เอเยนต์	นักท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยว
	ตัวแทนทัวร์เอเยนต์	ตัวแทนนักท่องเที่ยวกลุ่ม ศักยภาพ และ FIT	นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ
มาเลเซีย	2		2
สิงคโปร์	2	2	
อินโดนีเซีย	2		2
บรูไน	2	2	
เวียดนาม	2		2
ฟิลิปปินส์	2	2	
กัมพูชา	2		2
พม่า	2	2	
ลาว	2	2	

3.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้กำหนดคุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างในส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกไว้ดังนี้

รูปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ทัวร์เอเยนต์	กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพ และ FIT
- ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ - เป็นเจ้าของหรือผู้บริหารที่มีประสบการณ์การดำเนินการกิจการบริษัททัวร์ไม่น้อยกว่า 5 ปี - จำหน่ายทัวร์มาประเทศไทยร่วมด้วย	- อายุตั้งแต่ 20 - 45 ปี - ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ของประเทศนั้นๆ - ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา - มีพื้นฐานทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น - วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด ไม่ใช้ความช่วยเหลือใดๆ จากบริษัททัวร์

3.2 คุณสมบัติของหน่วยตัวอย่างการสนทนากลุ่ม

รูปแบบการสนทนากลุ่ม

กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2
นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงต้น	นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงปลาย
■ อายุตั้งแต่ 25-40 ปี ■ ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร ของประเทศนั้นๆ ■ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย <u>ปีละ 1 ครั้ง</u>ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ■ เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น	■ อายุตั้งแต่ 45-60 ปี ■ ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎรของประเทศนั้นๆ ■ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย <u>ปีละ 1 ครั้ง</u>ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ■ เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น

3.3 ช่วงเวลาและผลการเก็บข้อมูลในประเทศเวียดนาม

วันที่	รายละเอียดการดำเนินงาน	จำนวนที่กำหนด	จำนวนที่ได้
13 มิ.ย.- 5 ก.ค. 2556	งานภาคสนาม	รวมจำนวน 1,200 ราย	รวมจำนวน 1,200 ราย
	HCMC	400 ราย	405 ราย
	Hanoi	400 ราย	403 ราย
25 มิ.ย. 2556	การสนทนากลุ่ม	จำนวน 2 กลุ่ม	จำนวน 2 กลุ่ม
24 มิ.ย. 2556	การสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัททัวร์	จำนวน 2 ราย	จำนวน 2 ราย

นิยามศัพท์

นักท่องเที่ยว หรือ นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย	พลเมืองในพื้นที่สำรวจ ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป มีเศรษฐกิจฐานะพื้นฐานตั้งแต่ระดับ C+ ขึ้นไป ที่ได้มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ใดๆ ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	กลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวด้วยมูลค่าเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมถึงเชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีการพัฒนาคุณภาพพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว เป็นไปในทิศทางส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรทางธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม
นักท่องเที่ยวชาวอาเซียน	หมายถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ในประเทศอาเซียนทั้งหมด เว้นประเทศไทย
เศรษฐกิจระดับ C+ ขึ้นไป*	เวียดนาม - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป กัมพูชา - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป ลาว - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป พม่า - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป มาเลเซีย - รายได้ 970 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป สิงคโปร์ - รายได้ 2,100 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป บรูไน - รายได้ 1,600 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป อินโดนีเซีย - รายได้ 410 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป* ฟิลิปปินส์ - รายได้ 690 เหรียญสหรัฐต่อเดือนขึ้นไป * ข้อมูลที่ใช้ในการสำรวจในพื้นที่ ปี 2555 ของบริษัทวิจัยท้องถิ่น
ร้อยละ	หมายถึง ร้อยละของกลุ่มเป้าหมายที่ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

หมายเหตุ: ใช้การเรียงประเทศตามลำดับอักษรภาษาไทย เว้นเฉพาะเป็นการเรียงตามลำดับปริมาณ หรือความถี่ ซึ่งจะถูกระบุแยกไว้เป็นกรณีไปได้ตาราง

บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ

ประเทศเวียดนาม



1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์

เวียดนามมีพื้นที่รวม 331,689 ตารางกิโลเมตร ขนาดประมาณร้อยละ 64 ของไทย¹ เป็นประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีพรมแดนทิศเหนือติดกับจีน ทิศตะวันตกติดกับลาว และกัมพูชา โดยพรมแดนทางทิศตะวันออกติดกับอ่าวตังเกี๋ยและทะเลจีนใต้

เวียดนามเป็นประเทศที่มีรูปร่างลักษณะเป็นแนวยาว มีความยาวจากเหนือจรดใต้ 1,650 กิโลเมตร และมีชายฝั่งทะเลยาวทั้งสิ้น 3,440 กิโลเมตร² มีภูมิประเทศเป็นภูเขาสูงชันระหว่างที่ราบลุ่มแม่น้ำที่อุดมสมบูรณ์ทางตอนเหนือและใต้ เป็นหนึ่งในสิบหกประเทศทั่วโลกที่มีความหลากหลายทางชีวภาพสูงสุด ประกอบกับสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศที่หลากหลาย ทำให้เวียดนามมีทรัพยากรธรรมชาติมากมาย นอกจากนี้ เวียดนามยังมีสินแร่ที่ค้นพบแล้วมากกว่า 2,000 ชนิด โดยหลายชนิดมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและมีปริมาณมากพอสำหรับการขุดเจาะในเชิงพาณิชย์

ปัจจุบันเวียดนามแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 58 จังหวัด และ 5 นคร มีกรุงฮานอยเป็นเมืองหลวงทางตอนเหนือ และเมืองโฮจิมินห์ เป็นเมืองศูนย์กลางธุรกิจการค้าทางภาคใต้



¹ กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: เวียดนาม”. (online).

² สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย. “ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม”. (online)

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรจำแนกตามเขตการปกครอง

ภูมิภาค/รัฐ	เมืองหลัก	จำนวนประชากร
Ho Chi Minh City	Ho Chi Minh City	7,396,446
Hanoi	Hanoi	6,472,200
Hai Phong	Hai Phong	1,907,705
Can Tho	Can Tho	1,187,089
Da Nang	Da Nang	887,069
Bien Hoa	Dong Nai	784,398
Nha Trang	Khanh Hoa	392,279
Ban Ma Thuot	Dak Lak	340,000
Hue	Thua Thien Hue	333,715
Thai Nguyen	Thai Nguyen	330,707

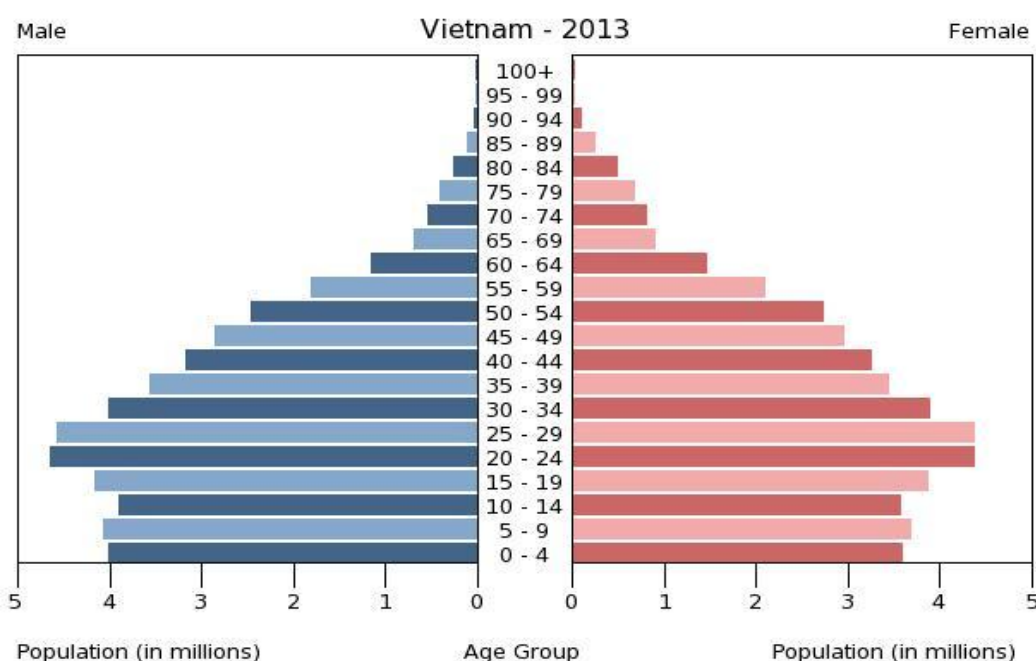
ที่มา: วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “ประเทศเวียดนาม”.ปี 2556. (Online)

1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ประเทศเวียดนามมีประชากรทั้งหมด 92,477,857 คน โครงสร้างประชากรส่วนใหญ่ของเวียดนามเป็นวัยทำงาน โดยมีผู้ที่อายุระหว่าง 15-64 ปี ประมาณร้อยละ 69.8 ในกลุ่มนี้เป็นผู้ที่มีอายุระหว่าง 25-54 ปี ร้อยละ 44.4 ของประชากรเวียดนามทั้งหมด โดยมีสัดส่วนประชากรเพศชายมากกว่าเพศหญิงในทุกระดับอายุ ยกเว้นในกลุ่มผู้ที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปจะมีประชากรเพศหญิงมากกว่าเพศชาย

นอกจากนี้ ยังพบว่าเวียดนามมีอัตราความเป็นเมือง (Urbanization) ร้อยละ 31.0 และคาดว่าในปี 2558 จะมีอัตราความเป็นเมืองเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 3.0³

แผนภูมิภาพที่ 1.1 ปีรามิดประชากรเวียดนามปี 2556



ที่มา: The U.S. Census Bureau. International Database. "Population Pyramid Graph - Custom Region - Vietnam", 2013

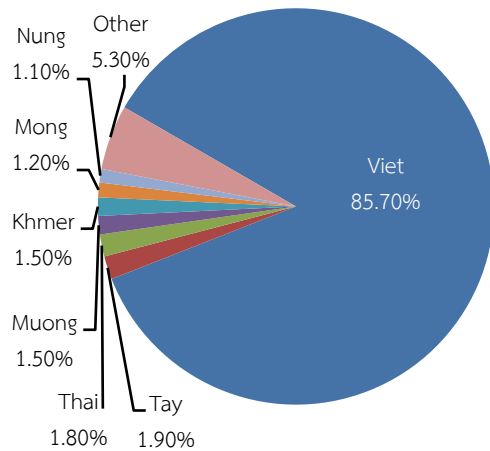
เวียดนามประกอบด้วยประชากรหลากหลายเชื้อชาติ โดยมีประชากรส่วนใหญ่เป็นชาว Viet สัดส่วนร้อยละ 85.7 รองลงไปประกอบด้วย Tay ร้อยละ 1.9 Thai ร้อยละ 1.8 Muong ร้อยละ 1.5 Khmer ร้อยละ 1.5 Mong ร้อยละ 1.2 Nung ร้อยละ 1.1 และอื่นๆ อีกร้อยละ 5.3

ด้านการนับถือศาสนา ชาวเวียดนามส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ ร้อยละ 55 ในขณะที่มีชาวเวียดนามที่ไม่นับถือศาสนาสูงถึงร้อยละ 33 ส่วนที่เหลือแบ่งเป็นผู้นับถือศาสนาคริสต์ ร้อยละ 11 (นิกายโรมันคาทอลิก ร้อยละ 9 และนิกายโปรเตสแตนต์ ร้อยละ 2) และอื่นๆ อีกร้อยละ 1⁴

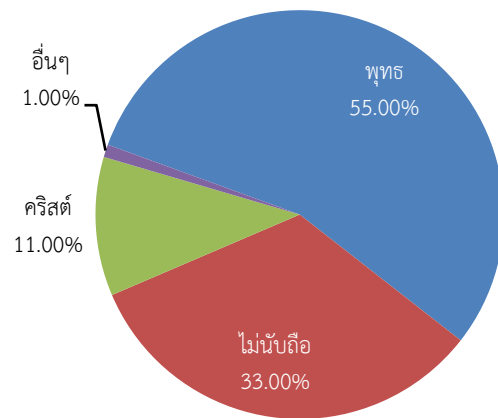
³ index mundi. "Vietnam Demographics Profile". (online).

⁴ PEW Research Center. "Global attitudes project 2002, Vietnam". (online).

แผนภูมิภาพที่ 1.2
สัดส่วนเชื้อชาติของเวียดนาม



แผนภูมิภาพที่ 1.3
สัดส่วนการนับถือศาสนาของเวียดนาม



ที่มา: index mundi. Vietnam Demographics Profile, 2013

ที่มา: PEW Research Center. Global attitudes project, 2002

1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม

1.3.1 การเมืองการปกครอง

เวียดนามปกครองด้วยระบอบสังคมนิยม โดยมีพรรคคอมมิวนิสต์เวียดนามมีอำนาจสูงสุด มีประธานาธิบดีเป็นประมุข ประธานาธิบดีคนปัจจุบันคือ นายเจือง เติน ซาง (Mr. Truong Tan Sang) และมีนายกรัฐมนตรีเป็นหัวหน้าคณะรัฐบาล นายกรัฐมนตรีคนปัจจุบันคือ นายเหวียน เติน สุง (Mr. Nguyen Tan Dung)⁵ เวียดนามแบ่งการปกครองออกเป็น 58 จังหวัด และ 5 เทศบาลนคร ในด้านสิทธิมนุษยชน ยังมีการจำกัดสิทธิเสรีภาพของประชาชนในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร และการครอบครองที่ดินของกลุ่มที่นับถือศาสนาคริสต์

1.3.2 วัฒนธรรม

ชาติพันธุ์ ภาษา และศาสนา ประชากรส่วนใหญ่เป็นชาวเวียดนาม มีชาวเขาเผ่าต่างๆ อาศัยอยู่มาก ใช้ภาษาเวียดนามเป็นภาษาราชการ ชาวเวียดนามยังมีความเชื่อเรื่องการนับถือวิญญาณบรรพบุรุษ

ศิลปวัฒนธรรม สถาปัตยกรรม ศาสนา วิถีชีวิต ตลอดจนวัฒนธรรมในการบริโภคของเวียดนามมีความหลากหลาย เนื่องจากได้รับอิทธิพลจากจักรวรรดิจีนมาเป็นเวลายาวนาน ในขณะที่ภายในประเทศเองก็ยังมี ความหลากหลายของผู้คน ทั้งชาวเขาที่มีหลายชนเผ่าทางตอนเหนือ รวมถึงการที่เคยตกอยู่ภายใต้อาณานิคมของฝรั่งเศสที่เคยเข้ามาปกครองอยู่ระยะหนึ่ง ทำให้ในเวียดนามมีสถาปัตยกรรมตะวันตก เช่น ดึกสี่เหลี่ยม สไตร์โคโลเนียลที่มีให้เห็นได้ทุกเมือง ในขณะที่ยังคงมีประเพณี และวัฒนธรรมในการดำรงชีวิตคล้ายกับชาวจีน

⁵ กระทรวงการต่างประเทศ . “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: เวียดนาม” .(online)

การแต่งชุดประจำชาติ ผู้หญิงชาวเวียดนามมักสวมกางเกงผ้าแพรสีดำ หรือสีขาว เป็นกางเกงตัวใน ยาวจรดข้อเท้า เสื้อตัวนอกมีคอปกตัดติดกระดุมป้าย มีความยาวคลุมข้อเท้า และผ่าข้างขึ้นมาจนถึงเอว แขน กระบอก ยาวถึงข้อมือ เก้าอี้เป็นมว ย สวมหมวกรูปฟ้ายี่หล้าอย่างอบทรงสูง มีเชือกสำหรับรัดคาง สวมรองเท้าไม้ที่มีส้นสูง ผู้ชายแต่งกายคล้ายผู้หญิงแต่สวมหมวกสีดำทำจากผ้าและไม่มีปีกหมวก การทักทายของ ชาวเวียดนามจะก้มศีรษะและโค้งตัวให้กันเล็กน้อย ผู้ชายจะจับมือกันข้างแบบตะวันตก อาหารเวียดนามมักมี ผักเป็นส่วนผสม และจะใช้ตะเกียบในการรับประทานอาหาร อาหารเวียดนามที่มีชื่อเสียงคือ ผอ

1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

1.4.1 ภาพรวมเศรษฐกิจ

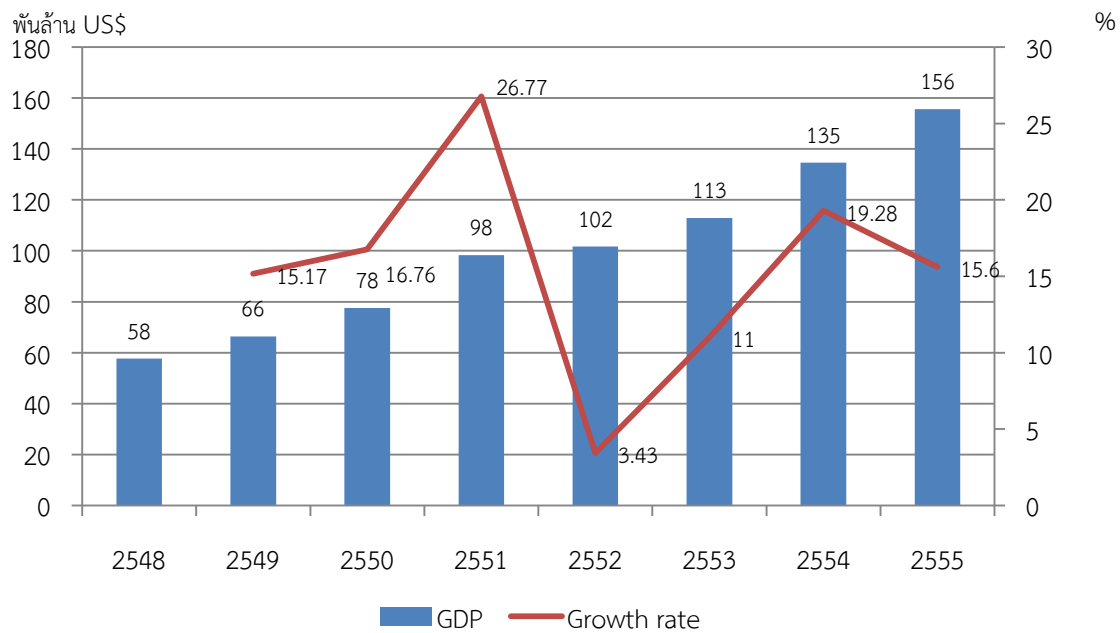
เวียดนามเป็นประเทศกำลังพัฒนาที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยระหว่างปี 2548-2555 สูงถึงร้อยละ 15 และจากข้อมูลปี 2555 เวียดนามมีขนาดเศรษฐกิจเป็นลำดับที่ 6 ของอาเซียน รองจาก อินโดนีเซีย ไทย มาเลเซีย สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ ตามลำดับ มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ 155.57 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้ เศรษฐกิจของเวียดนามประกอบด้วยภาคเศรษฐกิจหลัก 3 ส่วน ได้แก่ ภาคเกษตร ภาคบริการ และภาคอุตสาหกรรมการผลิต โดยมีสัดส่วนร้อยละ 22 ร้อยละ 37 และร้อยละ 41 ตามลำดับ โดยในช่วงเวลา 10 ปีที่ผ่านมา ภาคบริการและภาคอุตสาหกรรมการผลิตมีอัตราการเติบโตสูงกว่า ภาคเกษตรกรรมมาโดยตลอด

ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของเวียดนาม

ตัวชี้วัด	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555
Gross domestic product: GDP (Billion US\$)	57.65	66.39	77.52	98.27	101.64	112.83	134.58	155.57
GDP (% change)	..	15.17	16.76	26.77	3.43	11.00	19.28	15.60
GDP per Capita (US\$)	700	797	920	1,154	1,182	1,298	1,532	1,753
GDP per Capita (% change)	..	13.90	15.50	25.43	2.34	9.85	18.05	14.40
Inflation (%)	8.39	7.50	8.35	23.12	6.72	9.21	18.68	9.10
Unemployment rate (% to total labor force)	5.31	4.82	4.64	4.65	4.60	4.29	4.51	4.47

ที่มา: International Monetary Fund. "World Economic Outlook Database", 2013

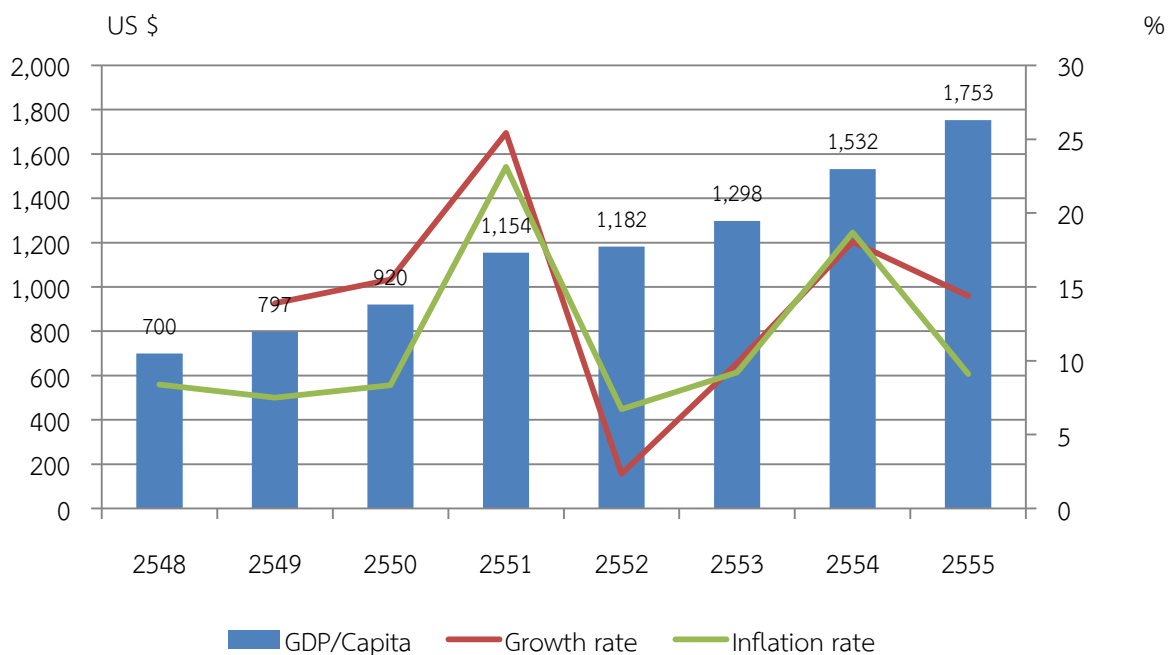
แผนภูมิภาพที่ 1.4 ผลผลิตมวลรวมในประเทศของเวียดนามและอัตราการเติบโต ปี 2548-2555



ที่มา: International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database”, 2013

แผนภูมิภาพที่ 1.4 แสดงให้เห็นการเติบโตของเศรษฐกิจเวียดนามที่มีอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม ในปี 2552 ที่เกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจทั่วโลก เวียดนามต้องเผชิญกับภาวะการชะลอตัวของการเติบโตทางเศรษฐกิจ แม้ว่าจะมีอัตราการเติบโตเป็นบวกร้อยละ 3.43 แต่เป็นการเติบโตที่น้อยกว่าอัตราเงินเฟ้อ โดยในปีดังกล่าวอัตราเงินเฟ้อของเวียดนามอยู่ที่ร้อยละ 6.72

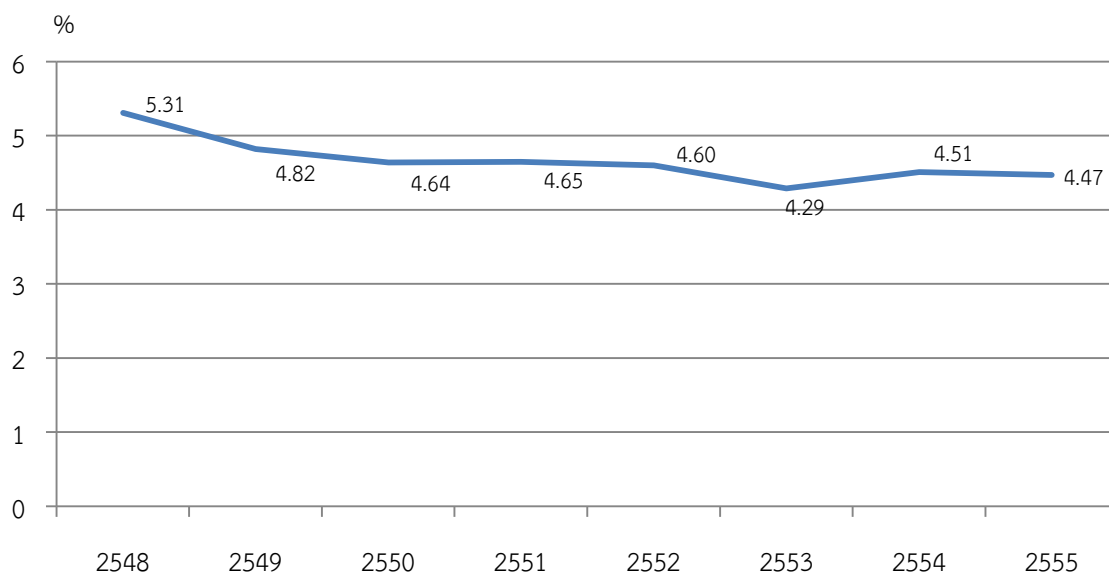
แผนภูมิภาพที่ 1.5 รายได้ต่อหัวต่อปีและอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555



ที่มา: International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database”, 2013

ข้อมูลปี 2555 ประชากรเวียดนามมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวที่ 1,753 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อปี มีรายได้สูงเป็นลำดับที่ 7 ของอาเซียน รองจาก สิงคโปร์ บรูไน มาเลเซีย ไทย อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ตามลำดับ ถึงแม้ว่าในช่วงปี 2548-2555 ชาวเวียดนามจะมีรายได้เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่อัตราเงินเฟ้อของเวียดนามก็อยู่ในระดับที่สูงมากเช่นกัน โดยมีอัตราเงินเฟ้อเฉลี่ยระหว่างร้อยละ 7-9 ต่อปี ซึ่งส่วนใหญ่อัตราการเพิ่มขึ้นของรายได้ของชาวเวียดนามจะมากกว่าอัตราเงินเฟ้อ ยกเว้นในปี 2552 และปี 2554 ที่มีอัตราเงินเฟ้อสูงกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ ซึ่งหากมีปรากฏการณ์เช่นนี้เกิดขึ้นบ่อยๆ ก็อาจเป็นปัญหาต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศได้ ซึ่งในปี 2556 เวียดนามก็สามารถรักษาระดับอัตราเงินเฟ้อให้อยู่ในระดับร้อยละ 9.10 ซึ่งถือว่าเป็นอัตราที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับปีก่อนหน้า แต่ก็ยังถือว่าอยู่ในระดับสูงเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน อย่างไรก็ตาม เวียดนามสามารถรักษาระดับอัตราการว่างงานได้อย่างมีเสถียรภาพ โดยมีอัตราการว่างงานไม่เกินร้อยละ 5 มาตั้งแต่ปี 2549 (แผนภูมิภาพที่ 1.6)

แผนภูมิภาพที่ 1.6 อัตราการว่างงานของประเทศเวียดนาม ปี 2548-2555

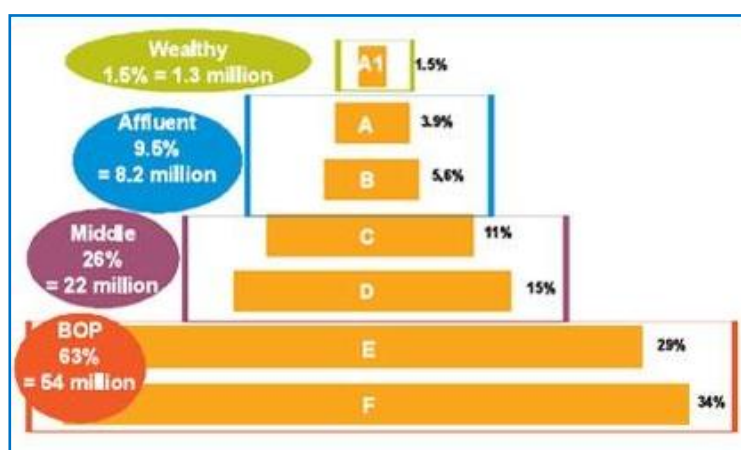


ที่มา: International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database”, 2013

1.4.2 รายได้ครัวเรือน

ประชากรเวียดนามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อครัวเรือนเฉลี่ยน้อยกว่า 6,000 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อปี หรือน้อยกว่าเดือนละ 15,000 บาท โดยมีสัดส่วนของกลุ่มคนฐานะดี (SES class BA up) เพียงประมาณร้อยละ 10 และมีกลุ่มคนเพียงประมาณร้อยละ 1.5 เท่านั้น ที่มีรายได้มากกว่าเดือนละ 100,000 บาท (SES class A1)

แผนภูมิภาพที่ 1.7 สัดส่วนประชากรจำแนกตามระดับเศรษฐกิจฐานะในเวียดนาม



ตารางที่ 1.3 สัดส่วนประชากรจำแนกตามระดับเศรษฐกิจฐานะในเวียดนาม

Class	Annual income	Percentage
A1	US\$ 42,001 & above	1.5%
A	US\$ 42,000 - 24,001	3.9%
B	US\$ 24,000 - 6,001	5.6%
C	US\$ 6,000 - 4,201	11%
D	US\$ 4,200 - 3,001	15%
E	US\$ 3,001 - 1,801	29%
F	US\$ 1,800 & below	34%

ที่มา: งานวิจัยจาก Axis Research Co. Ltd. ปี 2011

ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยของเวียดนามยืนยันว่ากลุ่มคนที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวต่างประเทศ มีโอกาสเฉพาะบางส่วนของกลุ่ม Class C และกลุ่ม Class BA เท่านั้น ซึ่งหมายถึงขนาดตลาดด้านการท่องเที่ยวของเวียดนามมีไม่เกินร้อยละ 22 ของจำนวนประชากร หรือประมาณ 18 ล้านคน

นอกจากนี้ หากให้ความสำคัญเฉพาะกับกลุ่มที่มีโอกาสพัฒนาเป็น High Value Customers ในกลุ่ม Class A ขึ้นไปนั้น จะเหลือจำนวนประชากรกลุ่มเป้าหมายเพียงประมาณร้อยละ 6 หรือประมาณ 5 ล้านคนเท่านั้น

1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.5.1 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวเวียดนาม

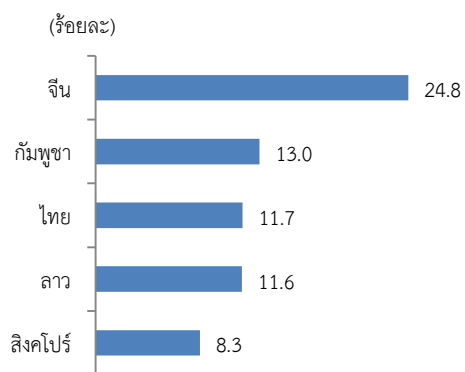
เวียดนามมีขนาดตลาดท่องเที่ยวประมาณ 4,000,000 คน-ครั้ง หากพิจารณาข้อมูลการส่งออกนักท่องเที่ยวของเวียดนามในช่วง 6 ปีที่ผ่านมา เห็นได้ว่าการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 1.4 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวเวียดนาม

ประเทศ	เวียดนาม											
	2548	2549		2550		2551		2552		2553		2554
จีน	201,106	333,819	Δ	653,932	Δ	743,521	Δ	828,630	Δ	919,991	Δ	1,006,468
ไทย	195,457	251,838	Δ	254,252	Δ	355,666	Δ	381,806	Δ	397,446	Δ	514,801
ลาว	165,151	190,442	Δ	290,584	Δ	351,384	Δ	296,763	×	431,011	Δ	561,586
กัมพูชา	49,642	77,524	Δ	125,442	Δ	209,516	Δ	316,202	Δ	514,289	Δ	614,090
สิงคโปร์	150,626	165,105	Δ	203,210	Δ	239,294	Δ	265,404	Δ	322,853	Δ	332,231
อื่นๆ	214,997	275,370	Δ	415,045	Δ	473,311	Δ	519,781	Δ	596,076	Δ	577,832
รวม	1,191,976	1,569,468	Δ	2,357,510	Δ	2,846,003	Δ	3,128,367	Δ	3,777,742	Δ	4,184,840

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แผนภูมิภาพที่ 1.8 สัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวเวียดนาม



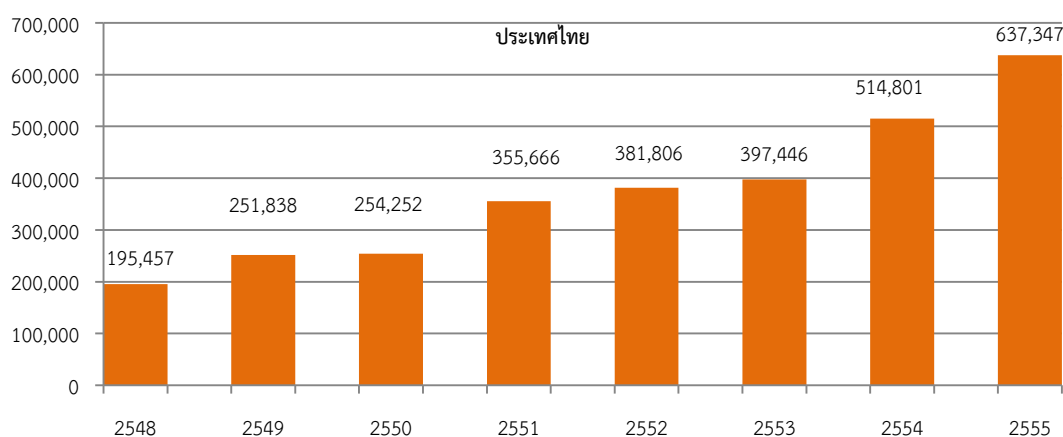
หากพิจารณาสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) พบว่าเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม 5 ลำดับแรกของชาวเวียดนามคือ ประเทศจีน คิดเป็นร้อยละ 24.8 รองลงมา ได้แก่ กัมพูชา ร้อยละ 13.0 ไทย ร้อยละ 11.7 ลาว ร้อยละ 11.6 และสิงคโปร์ ร้อยละ 8.3 ตามลำดับ

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1.5.2 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวเวียดนาม

เวียดนามเป็นประเทศที่มีศักยภาพส่งออกนักท่องเที่ยวพอสมควร นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีเพิ่มขึ้นมาโดยตลอดทุกปี และคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี 2556 มากกว่า 650,000 คน

แผนภูมิภาพที่ 1.9 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวเวียดนาม



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2013

1.5.3 เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยว

เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยวที่สำคัญของเวียดนาม ได้แก่ เมือง Ho Chi Minh ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยคิดเป็นร้อยละ 48.3 รองลงมาได้แก่ เมือง Hanoi ร้อยละ 32.2 เมือง Danang ร้อยละ 6.5 โดยมีนักท่องเที่ยวจากเมือง Hai Phong, Vung Tau และ Hue มายังประเทศไทยในสัดส่วนเท่ากัน เมืองละร้อยละ 2.3 และเมือง Ha Tinh, Nam Dinh และ Thanh Hoa ส่งนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทย เมืองละร้อยละ 1.5 เท่ากัน

ตารางที่ 1.5 สัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง

Vietnam	ร้อยละ	คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว (ครั้ง/คน)
Ho Chi Minh City	48.3	321,833
Hanoi	32.2	214,555
Danang	6.5	43,311
Hai Phong	2.3	15,325
Vung Tau	2.3	15,325
Hue	2.3	15,325
Ha Tinh	1.5	9,995
Nam Dinh	1.5	9,995
Thanh Hoa	1.5	9,995
อื่นๆ	1.6	10,661
รวม	100.0 (N=71)	666,320

ที่มา: โครงการการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2556

บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

เวียดนามเป็นอีกชาติหนึ่งในอาเซียนที่ประชากรเพียงส่วนน้อยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมาแล้ว โดยพบว่าเฉพาะกลุ่มเป้าหมายอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป que เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีสัดส่วนเท่ากับร้อยละ 6.2 ของประชากรทั้งประเทศ(หรือคิดเป็นจำนวนประมาณ 5357,874 คน จากประชากรทั้งหมดทุกกลุ่มอายุจำนวน 85,846,997 คน)

แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม



จากแผนภูมิภาพด้านบนเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงกลางลงไป (สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่า 45 ปี มีถึงร้อยละ 77.7) และส่วนใหญ่มีรายได้ครัวเรือนประมาณ 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป (ร้อยละ 63.4)

จากประมาณการขนาดตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยวเวียดนามจำนวนเกือบ 6 ล้านคนดังกล่าวนี้ มีนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เดินทางด้วยความถี่ประมาณปีละครั้งขึ้นไป 165,677 ราย และในกลุ่มนี้ มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยถึงปีละ 3 ครั้งขึ้นไป 73,963 ราย (ที่มา: ตารางสัดส่วนความถี่และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มความถี่ในภาคผนวก ข)

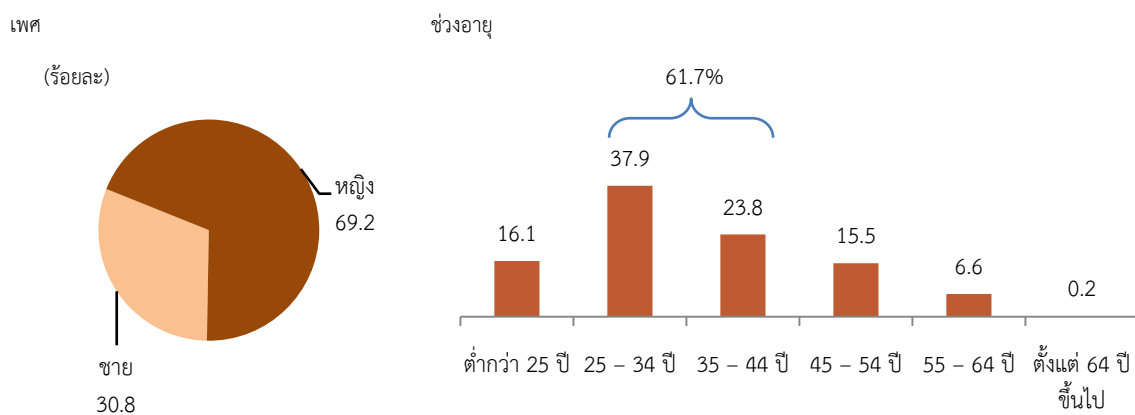
สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กล่าวได้ว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเพียง 56,956 คน-ครั้ง ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 637,347 ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นประมาณ 2-2.5 เท่าในช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา

2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ

2.1.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

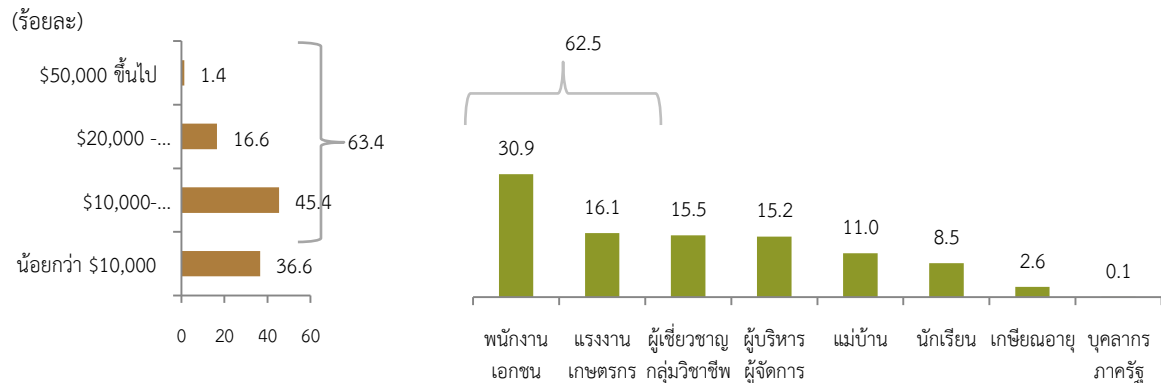


นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกระจายตัวครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 30.8 หญิง ร้อยละ 69.2) โดยส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานช่วงกลาง อายุ 25-44 ปี เท่ากับร้อยละ 61.7 ขณะที่กลุ่มเยาวชนหรือวัยทำงานช่วงต้นมีสัดส่วน ร้อยละ 16.1 กลุ่มคนวัยทำงานช่วงปลายอายุ 45-54 ปี ร้อยละ 15.5 และกลุ่มวัยเกษียณ อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 6.8 ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

รายได้เฉลี่ยครัวเรือน

กลุ่มอาชีพ



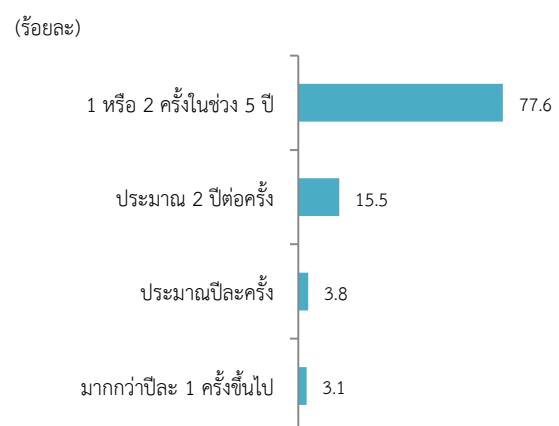
การพิจารณารายได้ครัวเรือน พบว่าเกือบทั้งหมด ร้อยละ 63.4 มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 10,000 เหรียญสหรัฐต่อปี (ประมาณ 25,000 บาทต่อเดือน) ขึ้นไป จำแนกเป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง (ตั้งแต่ \$10,000-\$19,999 ต่อปี) ร้อยละ 45.4 กลุ่มรายได้สูง (ตั้งแต่ \$20,000-\$49,999 ต่อปี) ร้อยละ 16.6 และรายได้สูงมาก (ตั้งแต่ \$50,000 ต่อปีขึ้นไป) ร้อยละ 1.4 ตามลำดับ

สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่มีความรู้พื้นฐานการศึกษาดี และมีความเป็นอยู่ในสังคมในระดับที่ดี เห็นได้จากส่วนใหญ่ทำงานในเมืองเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 30.9 แรงงาน เกษตรกร ร้อยละ 16.1 หรือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ วิชาชีพเฉพาะ เช่น พยาบาล แพทย์ วิศวกร นักวิชาการ ร้อยละ 15.5 (ซึ่งเฉพาะ 3 กลุ่มอาชีพนี้ มีสัดส่วนรวมกันถึงร้อยละ 62.5 ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามทั้งหมด)

2.1.2 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

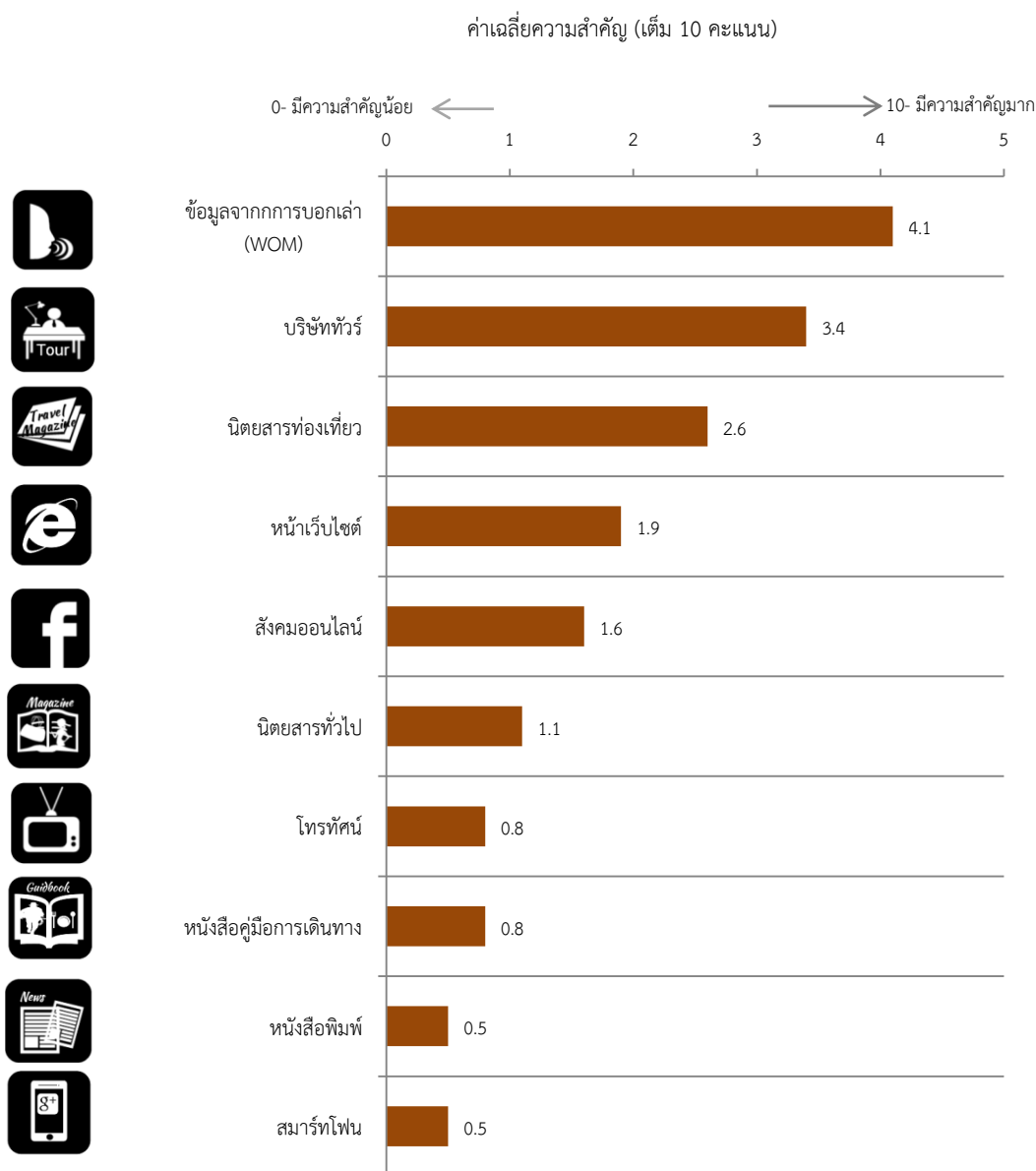
การพิจารณาความถี่การเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 77.6 เดินทางไม่มากเพียง 1 หรือ 2 ครั้งในช่วงตลอด 5 ปีที่ผ่านมา และเดินทางประมาณ 2 ปีต่อครั้ง ร้อยละ 15.5 ขณะที่ร้อยละ 3.8 เดินทางประมาณปีละครั้ง โดยมีชาวเวียดนามเพียงร้อยละ 3.1 ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยๆ มากกว่าปีละ 1 ครั้งขึ้นไป

แผนภูมิภาพที่ 2.4 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม



2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.5 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวเวียดนาม



การพิจารณาวิเคราะห์ระดับความสำคัญของช่องทางข้อมูล เพื่อใช้ประกอบการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวพบว่า ช่องทางของข้อมูลท่องเที่ยวประกอบการตัดสินใจที่สำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ได้แก่ “การบอกเล่าจากบุคคลอื่น” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 4.1) รองลงมาคือจาก “บริษัททัวร์” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 3.4) และได้รับข้อมูลจาก “นิตยสารท่องเที่ยว” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.6) ตามลำดับ

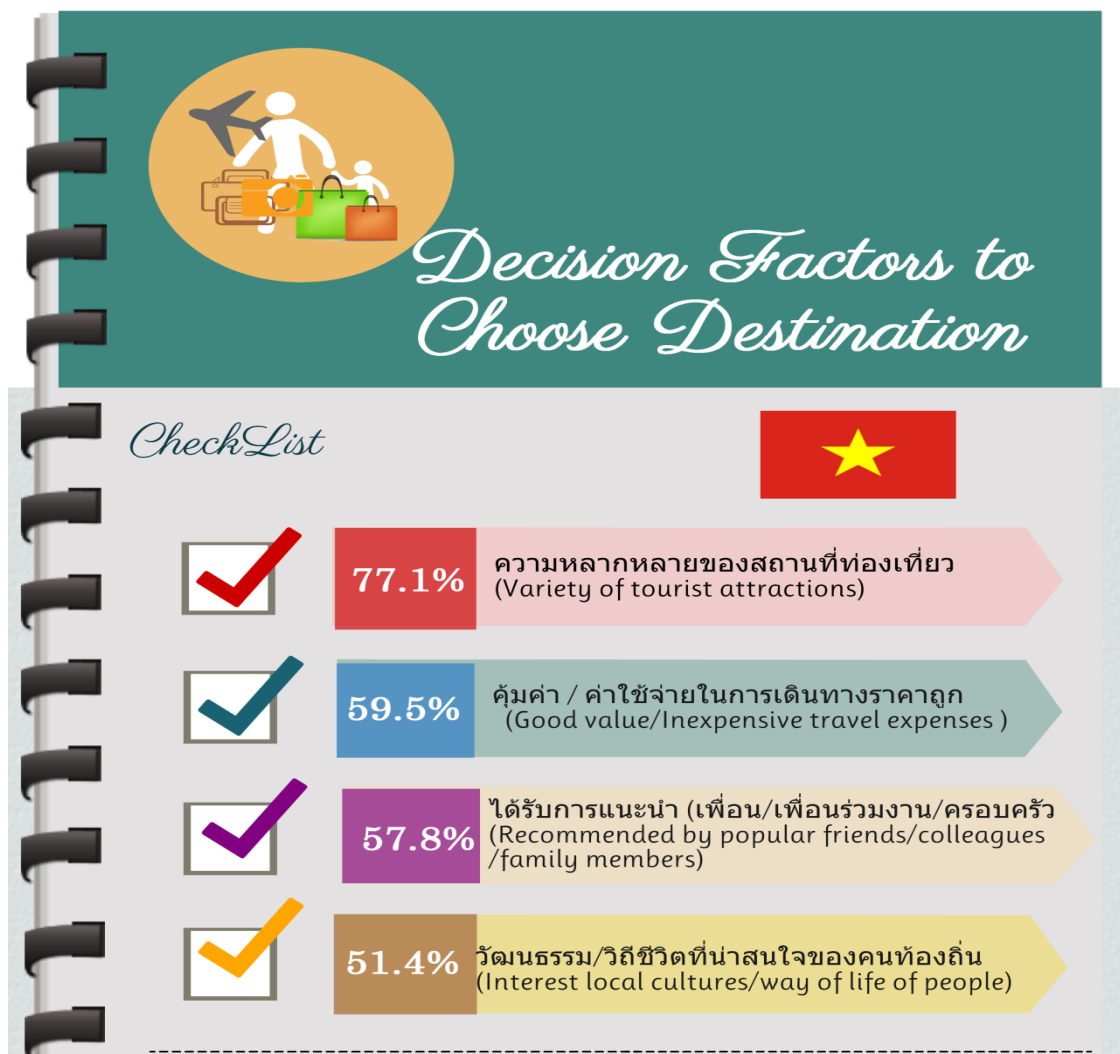
โดยเป็นที่น่าสนใจว่าชาวเวียดนามเป็นหนึ่งในสี่ชาติที่ให้ความสำคัญกับแหล่งข่าวสารจากสังคมออนไลน์” สูงอย่างน่าสนใจ (อีก 3 ชาติได้แก่ สิงคโปร์ มาเลเซีย และบรูไน) โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่อายุน้อยไปจนถึงกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้น-กลาง (อายุตั้งแต่ 18-34 ปี ค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 2.8 และ 2.7 ตามลำดับ)

ขณะที่แหล่งข้อมูลจากนิตยสารต่างๆ โดยเฉพาะนิตยสารการท่องเที่ยว ได้รับความสนใจสูงจากกลุ่มคนวัยช่วงกลาง (35-44 ปี ค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 2.6) โดยเฉพาะกลุ่มผู้บริหาร เอกชน (ค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 2.5) หรือเจ้าของธุรกิจส่วนตัวสูงวัย (อายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป ค่าเฉลี่ยความสำคัญเท่ากับ 7.0) ให้ความสำคัญสูงกับข้อมูลที่ผ่านมา “คำบอกเล่า” ของคนรู้จัก หรือญาติมิตร

*รายละเอียดในภาคผนวก ตารางที่ 13

2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวเวียดนาม



ภายหลังจากกล่าวถึงช่องทางของข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ครั้งนี้เป็น การพิจารณา “องค์ประกอบของเนื้อหา” ที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามให้ความสำคัญ โดยพบว่า องค์ประกอบ ของเนื้อหา 4 รูปแบบหลัก ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ เนื้อหาเกี่ยวกับ “ความหลากหลาย ของสถานที่ท่องเที่ยว ” คิดเป็นร้อยละ 77.1 (หมายเหตุผู้วิจัย: ข้อมูลประกอบจากการศึกษาเชิงคุณภาพ ขยาย ความหมายขององค์ประกอบนี้ว่าครอบคลุมถึง “ความน่าสนใจ ตื่นตาตื่นใจ ของแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาเสนอ”อีกส่วนหนึ่ง ด้วย)

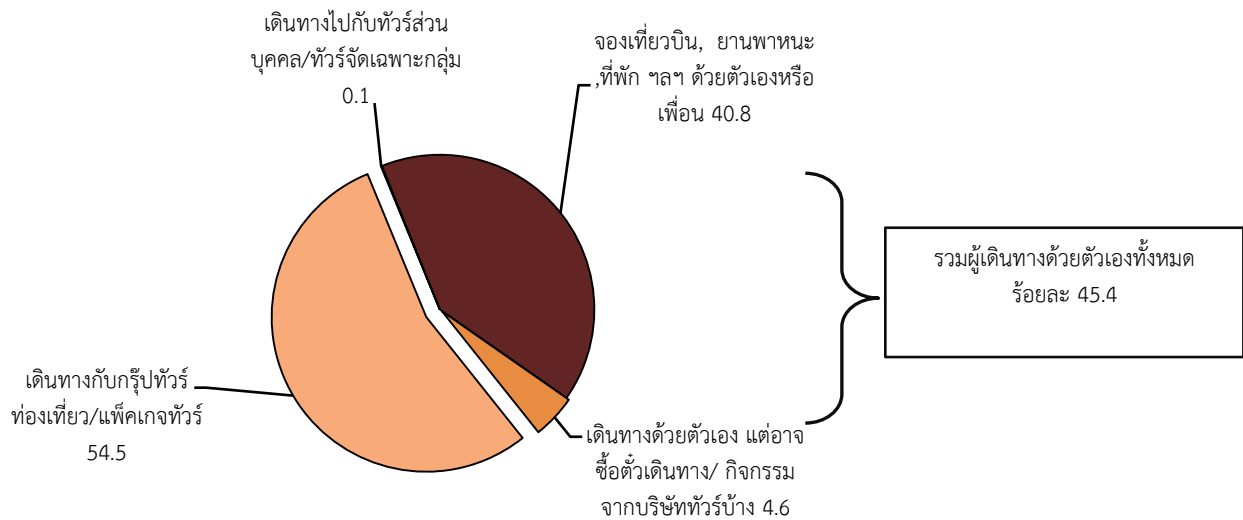
นอกจากนี้ยังประกอบด้วยองค์ประกอบอื่นๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง อาทิ “เกิดความรู้สึก คุ่มค่า” คิดเป็นร้อยละ 59.5 “ได้รับการแนะนำจากเพื่อนหรือครอบครัว” คิดเป็นร้อยละ 57.8 และ “วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น” คิดเป็นร้อยละ 51.4 ก็สามารถสร้างแรงจูงใจในการเดินทาง ได้เช่นเดียวกัน

*รายละเอียดในภาคผนวก ตารางที่ 4

2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

(ร้อยละ)

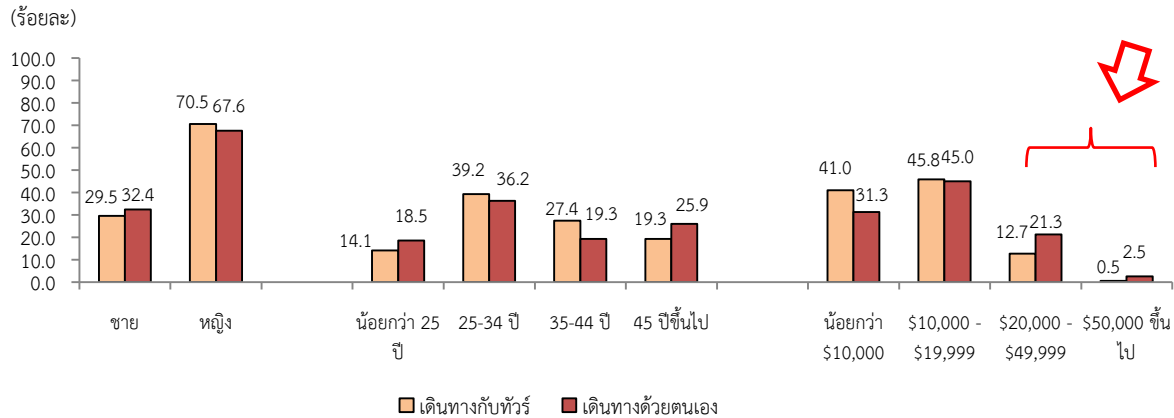


ในภาพรวมกล่าวได้ว่าชาวเวียดนาม เป็นชาติหนึ่งในอาเซียน ที่ปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวใช้บริการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ผ่านบริษัททัวร์ด้วยอัตราที่สูงที่สุด กล่าวคือ เดินทางด้วยกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยวหรือซื้อแพ็คเกจทัวร์ในสัดส่วนที่สูงกว่าเดินทางในรูปแบบใดๆ คิดเป็นร้อยละ 54.5 มีส่วนน้อยเป็นทัวร์เฉพาะกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 0.1 หรือกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวเวียดนามที่เดินทางกับบริษัททัวร์มีสัดส่วนรวมกัน ถึงร้อยละ 54.6

ขณะที่นักท่องเที่ยวเวียดนามส่วนที่เหลือ ร้อยละ 40.8 จัดการเรื่องเดินทางเองทั้งหมด รวมถึงบางส่วนที่เลือกเดินทางเองแต่ยังใช้บริการจากบริษัททัวร์ในการซื้อตั๋วเครื่องบิน หรือตั๋วกิจกรรม รวมทั้งกิจกรรมสนทนา การ คิดเป็นร้อยละ 4.6 (ซึ่งสองกลุ่มหลังที่เลือกเดินทางด้วยตัวเองนี้ มีสัดส่วนรวมกัน ร้อยละ 45.4

2.4.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์

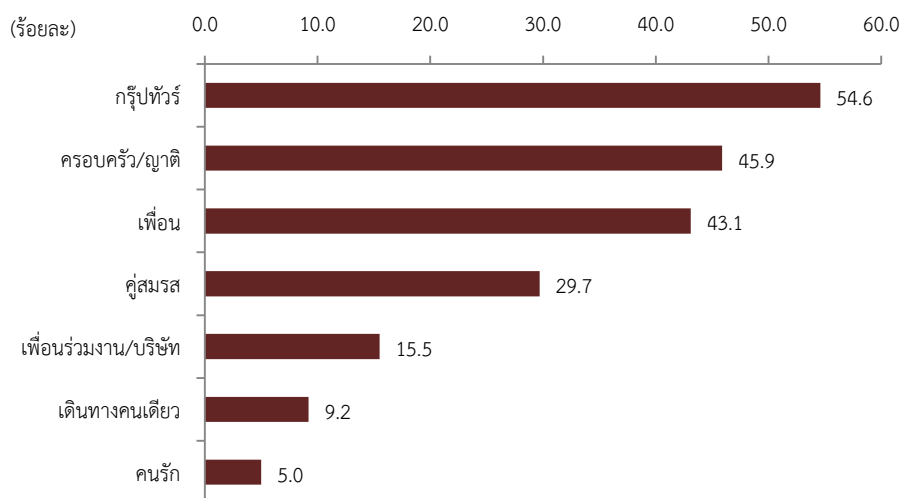


หากพิจารณาลักษณะการเดินทาง (ที่ชอบมากกว่าแบบอื่นๆ) ออกเป็นการเลือกเดินทางด้วยตนเองกับการเดินทางที่ใช้การจัดการของบริษัททัวร์ เพื่อนำมาเปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่างพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่มีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนสูงกว่า (โดยเฉพาะกลุ่มที่มีรายได้ต่อปี ตั้งแต่ \$20,000 ขึ้นไป) มีแนวโน้มเลือกเดินทางด้วยตนเองในสัดส่วนที่สูง ขณะที่การเดินทางกับบริษัททัวร์ ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่มีรายได้ครัวเรือนในระดับปานกลางลงไป ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มผู้มีรายได้สูง

(หมายเหตุผู้วิจัย: ซึ่งกรณีดังกล่าว สอดคล้องกับข้อมูลการจัดทำหนังสือเดินทาง กลุ่มชนชั้นร่ำรวย มักมีสายสัมพันธ์กับเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ขณะที่ชาวบ้านทั่วไป หากต้องการเดินทางท่องเที่ยว ก็หันไปใช้บริการบริษัททัวร์ เพื่อลดทอนความยุ่งยาก)

2.4.2 ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.9 แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (มีผู้ร่วมทางได้หลากหลายประเภท)

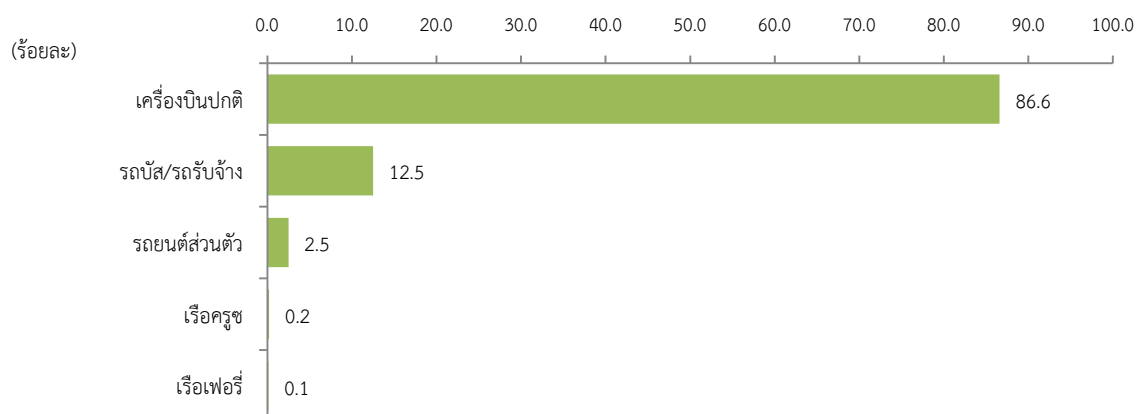


สำหรับประสบการณ์กับผู้ร่วมเดินทาง พบว่า ประเภทผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ของชาวเวียดนาม ได้แก่ การเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว ร้อยละ 54.6 รองลงมาเดินทางกับครอบครัวหรือญาติ ร้อยละ 45.9 เดินทางกับเพื่อน ร้อยละ 43.1 เดินทางกับคู่สมรส คนรัก ร้อยละ 29.7 และร้อยละ 5.0 ตามลำดับ รวมถึงมีชาวเวียดนามในสัดส่วนไม่น้อยถึงร้อยละ 15.5 ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวกับเพื่อนร่วมงานหรือบริษัท

เป็นที่น่าสังเกตว่าปัจจุบันยังมีนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในสัดส่วนไม่สูงมากนัก ที่นิยมเดินทางคนเดียว มีเพียงร้อยละ 9.2 ซึ่งแตกต่างจากประเทศอาเซียนที่มีระดับการพัฒนาก้าวหน้ากว่า เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย หรือฟิลิปปินส์ ที่มีสัดส่วนการเดินทางคนเดียวสูงกว่ามาก (หมายเหตุผู้วิจัย: การเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวได้รับความนิยมมากขึ้นในกลุ่มคนรุ่นใหม่ทั้งชายและหญิง ที่มีไลฟ์สไตล์ทันสมัย เป็นตัวของตัวเอง ต้องการแสวงหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยเฉพาะต่อกลุ่มคนรุ่นใหม่ในประเทศที่พัฒนาแล้ว* www.lifehack.org)

2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

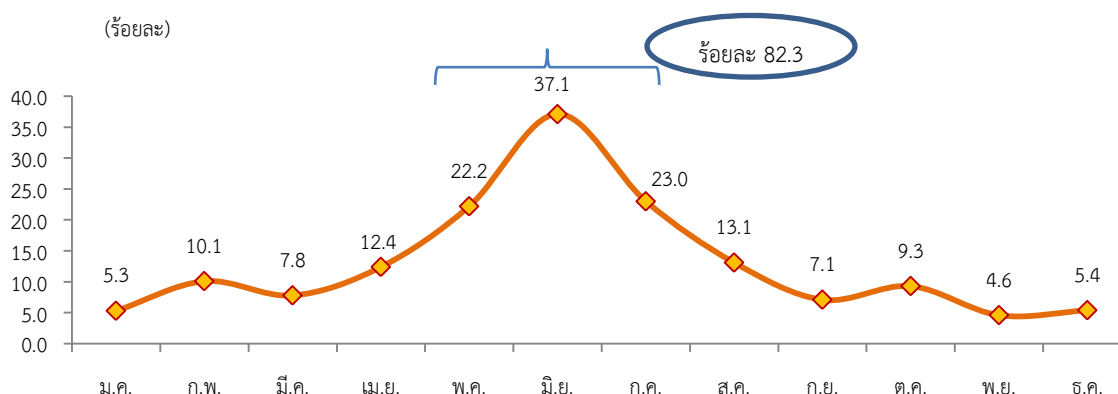
นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเลือกเดินทางโดยเครื่องบินประเภทเที่ยวบินปกติเป็นส่วนใหญ่ ร้อยละ 86.6 รองลงมา คือ เดินทางโดยรถบัสหรือรถรับจ้าง ร้อยละ 12.5 รถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 2.5 ขณะที่รูปแบบการเดินทางโดยเรือครูซ และเรือเฟอร์รี่ มีสัดส่วนไม่สูงมากนัก ร้อยละ 0.2 และร้อยละ 0.1 ตามลำดับ แผนภูมิภาพที่ 2.10 แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม



(หมายเหตุผู้วิจัย: สัดส่วนดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากการวิจัยเชิงคุณภาพ ที่พบว่าชาวเวียดนามสูงวัยภายหลังผ่านช่วงชีวิตระหว่างสงครามมายาวนาน เมื่อเหตุการณ์บ้านเมืองสงบ รัฐบาลอนุญาตให้เดินทางแสวงหาประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศได้อย่างอิสระมากขึ้น ส่วนใหญ่จึงพยายามขอเดินทางท่องเที่ยวแดนไกล “โดยเครื่องบิน” สักครั้งหนึ่งในชีวิต)

2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันพำนักร

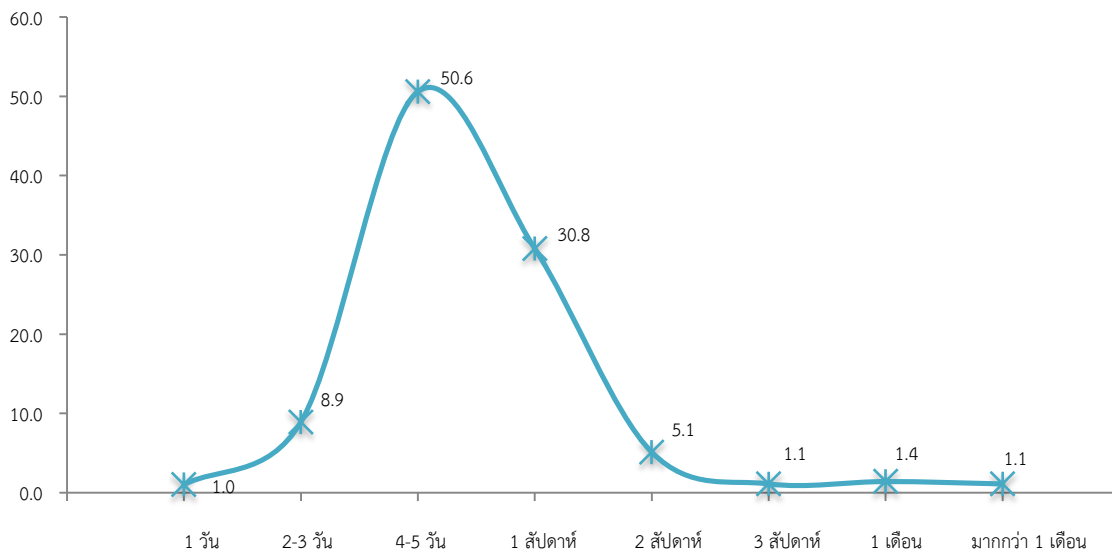
แผนภูมิภาพที่ 2.11 แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวเวียดนาม



นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามประมาณเกือบสามในสี่ นิยมเลือกเดินทางต่างประเทศในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงกรกฎาคม (ช่วงกลางปี) (รวมกันเท่ากับ 82.3 ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ที่เคยเดินทางต่างประเทศช่วงนี้) โดยเป็นที่น่าสังเกตว่าช่วงเดือนธันวาคมถึงมกราคม (ช่วงปีใหม่) สัดส่วนการเลือกเดินทางไม่สูงนัก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียน

2.6.1 ระยะเวลาวันพำนักร

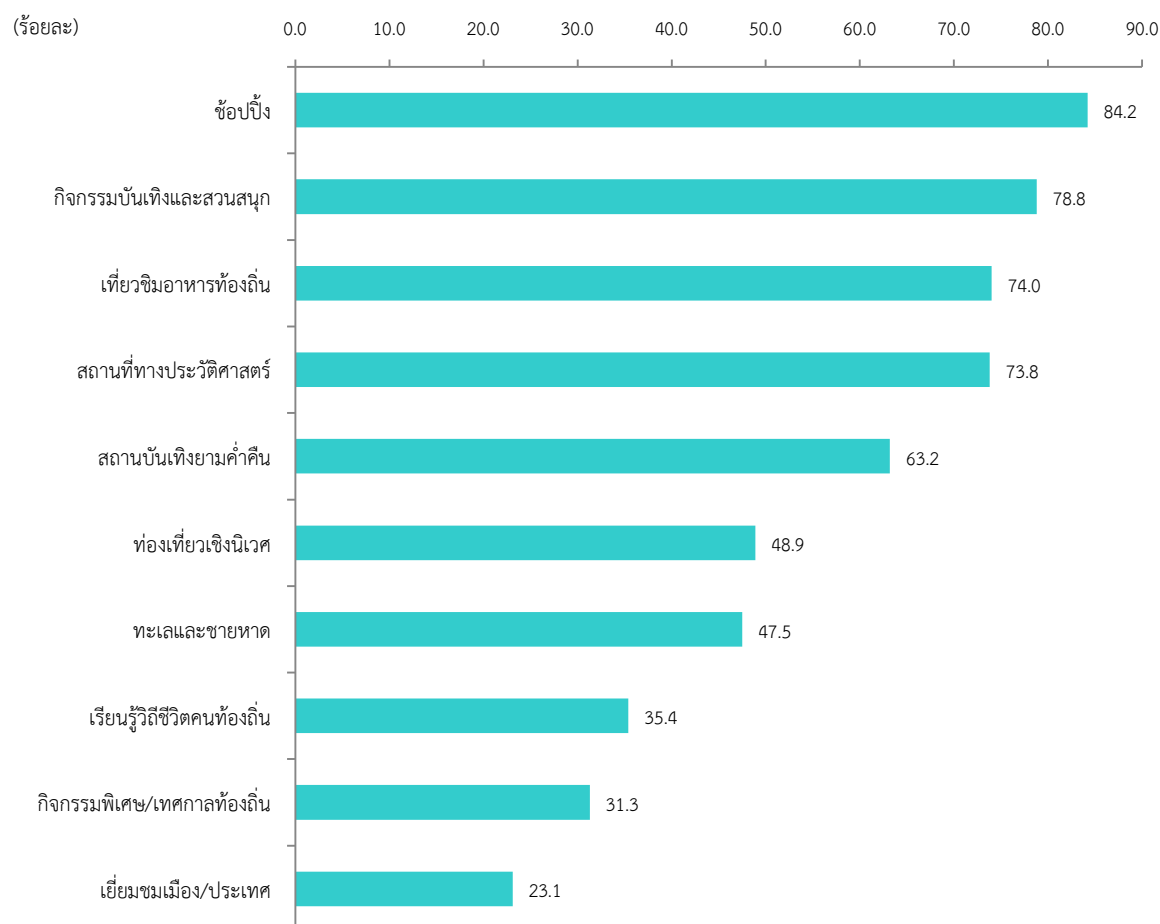
แผนภูมิภาพที่ 2.12 แสดงสัดส่วนระยะเวลาวันพำนักร



นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่ใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้งประมาณ 4-5 วัน ร้อยละ 50.6 รองลงมาคือใช้เวลาพักประมาณ 1 สัปดาห์ ร้อยละ 30.8 อีกส่วนหนึ่งพักประมาณ 2-3 วัน ร้อยละ 8.9 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 สัปดาห์ขึ้นไปในสัดส่วนไม่สูงมากนัก (รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 8.7)

2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม

แผนภูมิภาพที่ 2.13 แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม



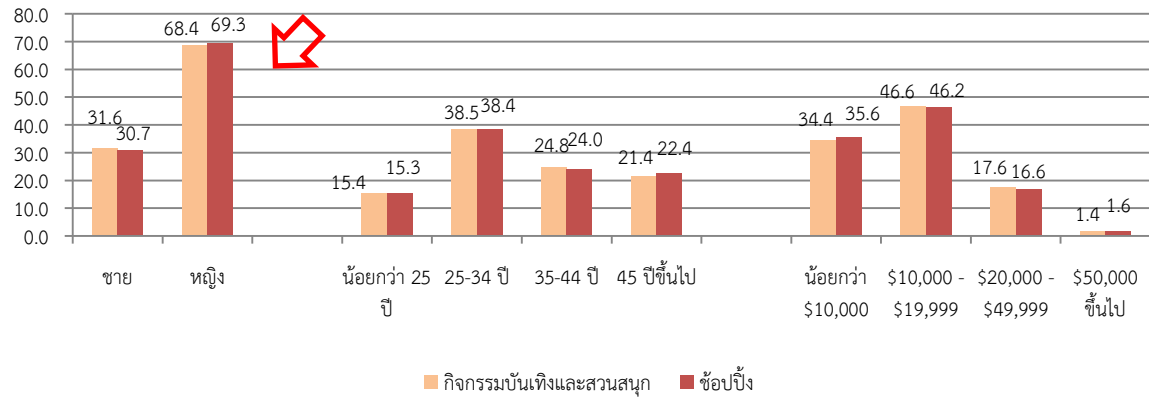
กิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ กิจกรรมช้อปปิ้ง ร้อยละ 84.2 กิจกรรมบันเทิง และสวนสนุก ร้อยละ 78.8 เที่ยวชิมอาหารท้องถิ่น ร้อยละ 74.0 ท่องเที่ยวสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ร้อยละ 73.8 และสถาบันเที่ยงามคำคืน ร้อยละ 63.2

สำหรับกิจกรรมอื่นๆ ได้แก่ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ทะเลและชายหาด เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น กิจกรรมพิเศษหรือเทศกาลท้องถิ่น และเยี่ยมชมเมืองในประเทศ ได้รับความนิยมในสัดส่วนรองลงมาเป็นลำดับ คิดเป็นร้อยละ 48.9 ร้อยละ 47.5 ร้อยละ 35.4 ร้อยละ 31.3 และร้อยละ 23.1 ตามลำดับ

2.7.1 เปรียบเทียบกิจกรรมยอดนิยมระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.14 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่นิยมทำกิจกรรมบันเทิงและสวนสนุกและกิจกรรมช้อปปิ้ง

(ร้อยละ ในแต่ละกิจกรรม ROW%)



หากพิจารณากิจกรรมยอดนิยมสองอันดับแรก เพื่อค้นหาความชื่นชอบของกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่มีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง ซึ่งในภาพรวมพบว่า ไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เว้นเฉพาะแนวโน้มที่ว่า กิจกรรมประเภทความบันเทิงเป็นที่ยอดนิยมสำหรับเพศชาย ที่มีอายุต่ำกว่า 45 ปี และมีเศรษฐฐานะระดับปานกลางมากกว่ากลุ่มอื่นๆอยู่บ้าง ขณะที่กิจกรรมช้อปปิ้งมีแนวโน้มเป็นที่ยอดนิยมของเพศหญิงที่มีอายุ 45 ปีขึ้นไปมากกว่ากลุ่มอื่นๆอยู่บ้าง

2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวเวียดนาม

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)			
	ที่พัก (บาท)	อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท)	การซื้อปิ้ง (บาท)	ความบันเทิงและ กิจกรรมในการ ท่องเที่ยวอื่นๆ (บาท)
รวมเฉลี่ยประมาณ 28,335.9 บาทต่อทริป				
ภาพรวม	6,638.2	5,130.5	11,187.4	5,379.8
เพศ				
ชาย	7,215.3	5,336.2	11,034.0	5,481.3
หญิง	6,342.6	5,042.2	11,255.0	5,335.1
กลุ่มอายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	5,967.5	5,174.2	10,322.1	5,149.0
25 – 34 ปี	7,580.3	5,069.6	11,080.3	5,102.6
35 – 44 ปี	6,025.8	4,394.0	10,824.9	5,474.5
45 – 54 ปี	5,622.4	5,663.5	13,224.8	6,213.5
55 – 64 ปี	7,185.3	5,524.0	10,362.8	4,615.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	22,134.0	37,649.5	12,539.5	22,893.5
รายได้รวมของครอบครัว				
น้อยกว่า \$10,000	5,239.8	4,305.7	8,546.7	4,421.8
\$10,000 - \$19,999	5,716.1	4,469.2	11,379.6	4,991.0
\$20,000 - \$49,999	10,843.5	8,216.9	15,529.1	8,302.3
\$50,000 ขึ้นไป	10,422.9	10,999.4	20,837.6	7,195.9

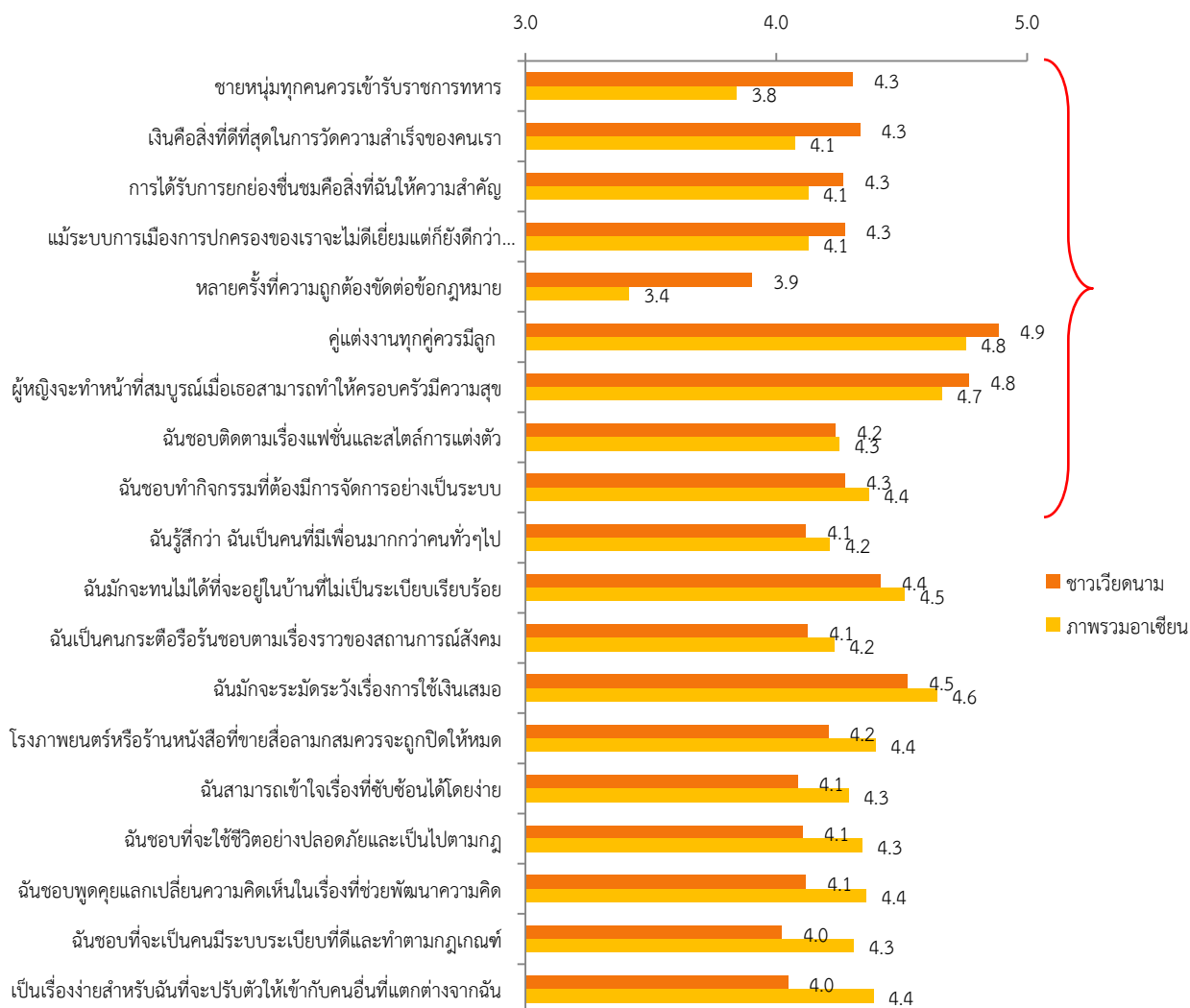
นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามใช้เงินในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 28,335.9 บาทต่อทริป จำแนกเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ประมาณ 6,638.2 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มประมาณ 5,130.5 บาท กิจกรรมช้อปปิ้ง 11,187.4 บาท และกิจกรรมบันเทิง สันทนาการและสวนสนุกต่างๆ 5,379.8 บาท

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบอัตราการใช้จ่ายแล้ว พบสาระที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามใช้จ่ายเพื่อการช้อปปิ้งสูงกว่าการใช้จ่ายในส่วนอื่นๆ ขณะที่ให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายด้านอาหารการกิน และกิจกรรมบันเทิงฯ ไม่มากนัก

นอกจากนี้สำหรับค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ยังพบสาระที่น่าสนใจว่ามูลค่าการใช้จ่ายในหมวดนี้มีมูลค่าสูงในกลุ่มคนเวียดนามรุ่นใหม่วัยทำงานช่วงต้น (25-34 ปี) กลุ่มหนึ่ง กับกลุ่มคนสูงวัย โดยเฉพาะในกลุ่มคนสูงวัยที่มีเศรษฐกิจฐานะดี (ถึงดีมาก)

2.9 ทักษะ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน

แผนภูมิภาพที่ 2.15 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวเวียดนาม



หากพิจารณาอุปนิสัย และวิถีการดำรงชีวิตของชาวเวียดนามในภาพรวม กล่าวได้ว่าส่วนใหญ่ยังคงมีแนวคิดการดำเนินชีวิตแบบอนุรักษ์นิยม ที่เน้น “ทำตามและรักษาไว้ซึ่งแนวปฏิบัติและกรอบคิดเดิมที่ถูกกำหนดไว้” เห็นได้จากค่าเฉลี่ยความเห็นต่อประเด็น หน้าหน้าที่ของชายหนุ่มในการรับราชการทหาร (ค่าเฉลี่ย 4.3) และหน้าที่ของเพศหญิงในการจัดการครัวเรือน (ค่าเฉลี่ย 4.8) ครอบครัวสมบูรณ์ต้องมีบุตร (ค่าเฉลี่ย 4.9) รวมถึงความเห็นต่อระบบการเมืองการปกครอง เดิมๆ (ค่าเฉลี่ย 4.3) ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่อประเด็นความเห็นดังกล่าวมากกว่าค่าเฉลี่ยรวมของชาติอาเซียนอื่นๆ

ขณะที่ในอีกมิติหนึ่งชาวเวียดนามภายหลังผ่านสงครามผจญกับความทุกข์ยากมายาวนาน เมื่อต้องประกอบวิชาชีพเลี้ยงตนในยามสงบจึงต้องเร่งทำงานหนักเพื่อให้ชีวิตเกิดความสำเร็จ ประเด็น “ความสำเร็จ” นี้เองที่ชาวเวียดนามส่วนใหญ่ใช้ “เส้นชัย” เป็นตัวชี้วัดในเรื่อง “ความมั่งมีเงินทอง” และการได้รับ “คำยกย่องชมเชย” โดยสำหรับประเด็นเหล่านี้ มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของชาวเวียดนาม (เท่ากับ 4.3 และ 4.3 ตามลำดับ) ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ยรวมของชาติอาเซียนเช่นเดียวกัน

2.9.1 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ กับกลุ่มคนสูงอายุ

แผนภูมิภาพที่ 2.16 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวเวียดนาม จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ

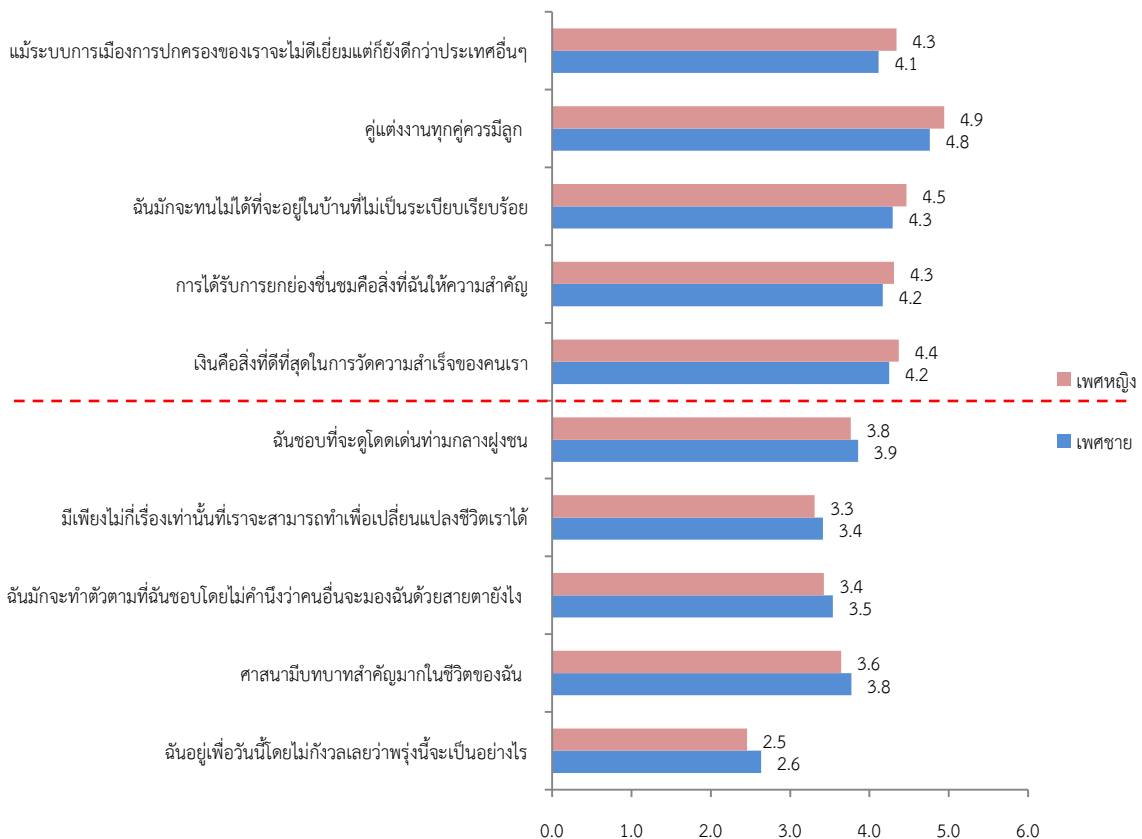


เมื่อเปรียบเทียบอุปนิสัยและพฤติกรรมทั่วไปของชาวเวียดนามกลุ่มอายุน้อย (ต่ำกว่า 45 ปี) กับชาวเวียดนามกลุ่มสูงวัย พบสาระที่น่าสนใจยิ่งว่า ชาวเวียดนามที่อยู่ในกลุ่มสูงวัย (ตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป) จะมีกรอบการใช้ชีวิตของตน ในแบบอนุรักษ์นิยมแบบสุดๆ เห็นได้จากความเห็นด้วยต่อประเด็นที่เกี่ยวกับระเบียบปฏิบัติ กฎเกณฑ์แบบเดิมมีค่าเฉลี่ยสูงกว่า

แต่การเปลี่ยนแปลงแนวคิดแบบโลกยุคโลกาภิวัตน์ ก็เห็นได้ชัดเจนในกลุ่มคนรุ่นใหม่เวียดนามเช่นกัน อาทิ ค่าเฉลี่ยต่อความเห็นต่อประเด็นที่เกี่ยวกับ การดำรงชีวิตภายใต้ความเสี่ยงที่ท้าทาย การแสวงหาอิสรภาพแห่งตน เพื่อความพึงพอใจแห่งตน มีมากกว่าคนเวียดนามรุ่นเก่าอย่างเห็นได้ชัด

2.9.2 ความแตกต่างระหว่างเพศ

แผนภูมิภาพที่ 2.17 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวพม่า จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ

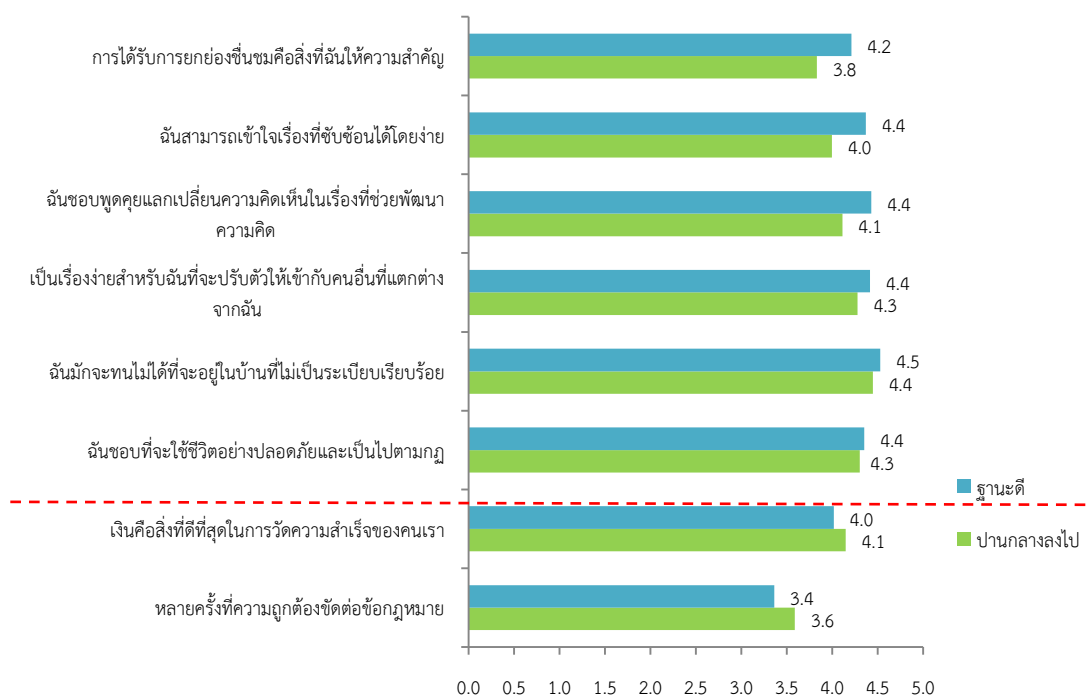


หากเปรียบเทียบความเห็นของคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ โดยที่คนรุ่นเก่าส่วนใหญ่ยังคงแนวคิดอนุรักษ์แบบสุดกู่ทางหนึ่ง กับอีกทางหนึ่งที่คนรุ่นใหม่เริ่มเปิดประตูรับการเปลี่ยนแปลงของ ทัศนคติและวิถีดำรงชีวิตภายใต้โลกเทคโนโลยี ตามที่ได้กล่าวในส่วนที่ผ่านมาแล้วนั้น ส่วนทัศนคติที่แตกต่างระหว่างเพศก็เป็นในลักษณะเช่นเดียวกัน กล่าวคือ ขณะที่เพศหญิงมีแนวโน้มคงรักษาไว้ซึ่งกฎเกณฑ์ ประเพณี และความเชื่อแบบเดิมๆ (ความเห็นด้วยต่อประเด็น การปกครอง ครอบครัวที่สมบูรณ์ต้องมีบุตร เพศหญิงกับการดูแลบ้าน มีค่าเฉลี่ยสูงเท่ากับ 4.3, 4.5 และ 4.9 ตามลำดับ)

ขณะที่เพศชายชาวเวียดนาม โดยเฉพาะกลุ่มเพศชายวัยทำงานช่วงต้น ที่เปิดใจรับแนวคิดความเปลี่ยนแปลงตามรูปแบบโลกยุคใหม่เร็วกว่าเพศหญิงอย่างเห็นได้ชัด (ความเห็นด้วยต่อประเด็น ตนเท่านั้นที่สำคัญ หรือชอบโดดเด่นโดยไม่สนคนอื่น มีค่าเฉลี่ยสูงเท่ากับ 3.5 และ 3.9 ตามลำดับ)

2.9.3 ความแตกต่างของชนชั้น พิจารณาจากรายได้ครัวเรือน

แผนภูมิภาพที่ 2.18 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวเวียดนาม จำแนกตามความแตกต่างของชนชั้น



การเปลี่ยนแปลงทัศนคติและอุปนิสัย นอกจากจะออกไปในมิติของสังคมเทคโนโลยีสมัยใหม่ดังที่กล่าวมาแล้ว ยังมีอีกมิติหนึ่งซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะ “พัฒนาความคิดและอารมณ์” (ซึ่งเห็นไม่ชัดเจนนักเมื่อเปรียบเทียบองค์ประกอบด้านเพศ และอายุ) แต่เห็นได้ชัดเจนขึ้นเมื่อพิจารณาองค์ประกอบด้านเศรษฐกิจ กล่าวคือ กลุ่มคนเวียดนามที่มีเศรษฐกิจระดับดีมีแนวโน้มเกิดการตระหนักรู้ “พัฒนาการใช้ชีวิตอย่างสุขุมรอบคอบ เพื่อให้เกิดการยอมรับในมิติที่ลึกซึ้งไปกว่าความร่ำรวย” ซึ่งนั่นหมายถึง ชื่อเสียงเกียรติยศ (เห็นได้จากความเห็นด้วยต่อประเด็น การใช้ความคิดในการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน การพัฒนาความคิด การปรับตัว และการถูกยอมรับความสำเร็จด้านเกียรติ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4, 4.4, 4.4 และ 4.2 ตามลำดับ สูงกว่าภาพรวมอย่างเห็นได้ชัด) ขณะเดียวกันกลุ่มที่มีเศรษฐกิจระดับล่างยังคงใช้ชีวิตอย่างมุ่งมั่น และใช้เงินเป็นตัววัดความสำเร็จของชีวิตเป็นหลัก

สรุปในส่วนนี้ได้ว่า ชาวเวียดนามในภาพรวมยังคงแนวคิดอนุรักษ์นิยมที่คงยึดถือรูปแบบปฏิบัติเดิมๆ แต่การเปลี่ยนแปลงที่เปิดรับแนวคิดรุ่นใหม่ โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงตามโลกยุคเทคโนโลยี ก็เริ่มมีให้เห็นในกลุ่มคนเวียดนามรุ่นใหม่ โดยเฉพาะกลุ่มเพศชาย หรือกลุ่มคนที่มีพื้นฐานการศึกษาดี (พิจารณาจากอาชีพ)

นอกจากนั้นในส่วนของการเปลี่ยนแปลงทัศนคติและอุปนิสัยในมิติของการพัฒนาความคิดเชิงลึก ที่มุ่งเน้นการยอมรับเชิงอารมณ์ การเปิดหูเพื่อเกียรติและศักดิ์ศรี ก็เริ่มเห็นได้ชัดในกลุ่มชาวเวียดนามที่มีเศรษฐกิจในระดับดี

บทที่ 3 ทักษะ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ

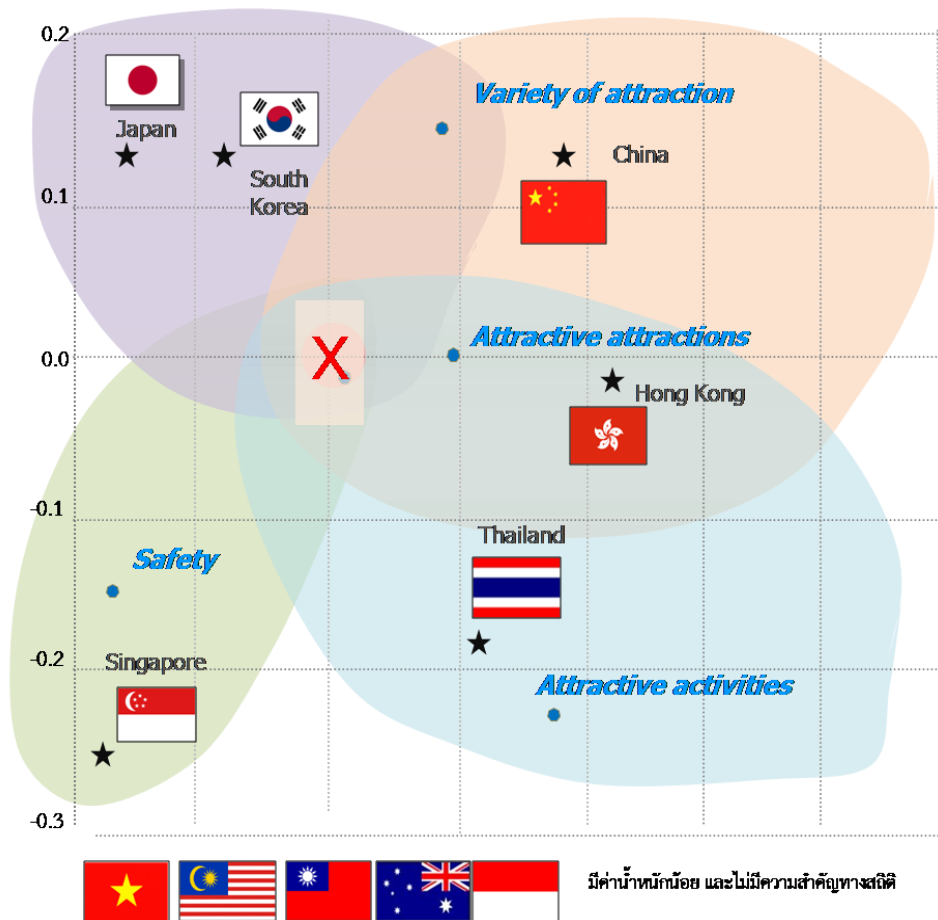
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

การศึกษาได้มุ่งเน้นเปรียบเทียบมุมมอง “ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว” ของประเทศที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญในเอเชีย และโอเชียเนีย อันได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ ฮ่องกง ไต้หวัน จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เวียดนาม ออสเตรเลีย และไทย ในหลายองค์ประกอบ อย่างไรก็ตามเพื่อลดทอนความซับซ้อนในการแปลผล จึงจัดกลุ่มองค์ประกอบภาพลักษณ์ออกเป็น 4 หมวด ดังนี้

- 1) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม ครอบคลุมประเด็นด้าน “แหล่งท่องเที่ยวหลากหลาย” “แหล่งท่องเที่ยวดึงดูดใจ” “กิจกรรมดึงดูดใจ” และ “ความปลอดภัย”
- 2) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์และการสื่อสาร ได้แก่ “ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น” “สื่อสารเข้าใจง่าย” และ “ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก”
- 3) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับลักษณะของกิจกรรมยอดนิยมประเภทต่างๆ ได้แก่ “แหล่งช้อปปิ้งมากมาย” “อาหารอร่อย คุณภาพดี” “เชี่ยวชาญกิจกรรมแต่งงานและฮันนีมูน” “มีแหล่งดำนํ้าสวยงาม” “แสงสียามค่ำคืน” “กอล์ฟ” และ “ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ”
- 4) องค์ประกอบภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ ได้แก่ “เกิดความคุ้มค่า” “เป็นศูนย์กลางเชื่อมต่อระหว่างประเทศ” และ “เป็นประเทศท่องเที่ยวระดับหรรษา”

3.1.1 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม

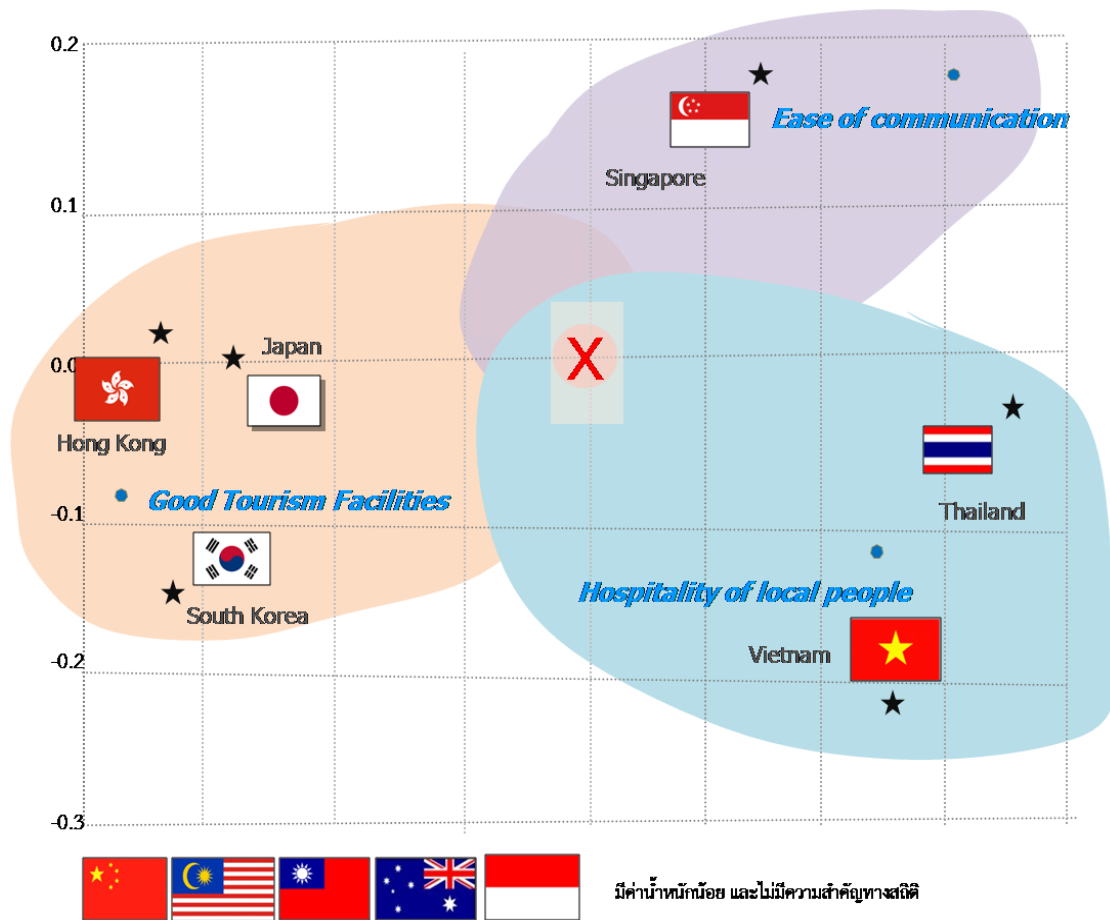
แผนภูมิภาพที่ 3.1 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรม



ภาพลักษณ์ด้าน “ความหลากหลาย” ของแหล่งท่องเที่ยว (Variety of attractions) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ได้แก่ ประเทศจีนเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ขณะที่ภาพลักษณ์ด้าน “ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว” และ “ความน่าสนใจของกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว” (Attractive attractions & Attractive activities) ประเทศไทย และฮ่องกงได้รับภาพลักษณ์ด้านนี้ในสัดส่วนที่สูงกว่าชาติอื่นๆ อยู่บ้าง ส่วนสำหรับภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยนั้น (Safety) นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามก็มีความคิดเห็นเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวอาเซียนชาติอื่นๆ ที่เห็นว่าประเทศสิงคโปร์โดดเด่นในประเด็นนี้มากที่สุด

3.1.2 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้านและการสื่อสาร

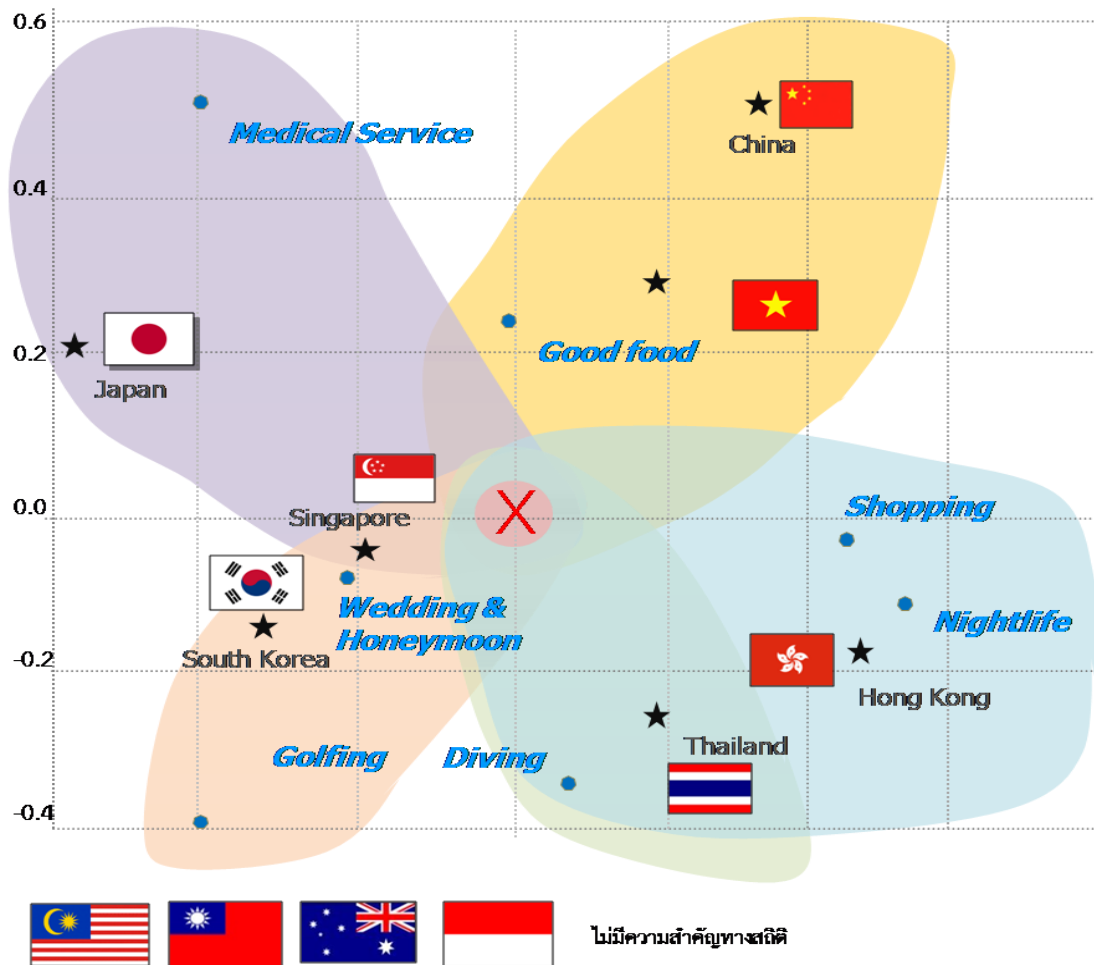
แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้านและการสื่อสาร



มุมมองด้านการสื่อสารระหว่างการท่องเที่ยวมีความคล่องตัว เข้าใจได้ง่าย (Ease of communication) ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ส่วนประเด็นด้านความสะดวก และความพร้อมขององค์ประกอบเพื่อสนับสนุนความสะดวกสบาย (Good tourism facilities) นั้น นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเห็นว่าประเทศญี่ปุ่น ฮองกง และ เกาหลีใต้ โดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ ขณะที่ “ภาพลักษณ์ด้านความเป็นมิตรของชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน” (Hospitality of local) นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าประเทศไทย และเวียดนามเองมีองค์ประกอบด้านนี้สูงกว่าประเทศอื่นๆ

3.1.3 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ

แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ



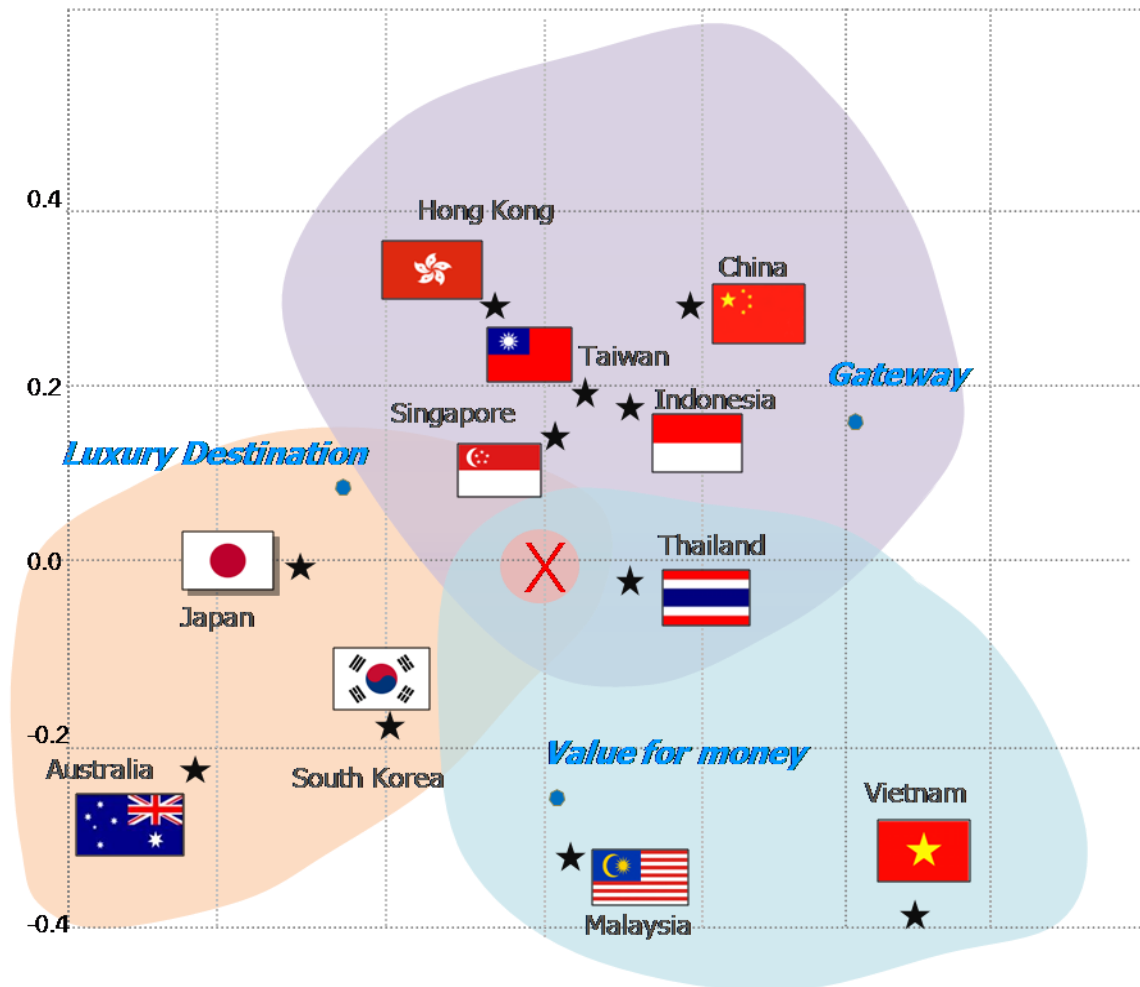
ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่ เห็นว่าประเทศ เกาหลีใต้และสิงคโปร์โดดเด่นด้านกิจกรรมการแต่งงานฮันนีมูน (Wedding & honeymoon) และกิจกรรมกีฬา高尔夫 (Golf) ขณะที่กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Medical services) ได้แก่ สิงคโปร์ และญี่ปุ่น

ประเทศจีน และเวียดนามเองได้รับความเห็นว่าโดดเด่นด้านอาหาร (Good food) ขณะที่ฮ่องกงได้รับความเห็นว่า กิจกรรมช้อปปิ้ง (Shopping) และแสงสียามค่ำคืน (Nightlife) มีความน่าสนใจอย่างโดดเด่นกว่า

สำหรับประเทศไทยแล้ว ชาวเวียดนามส่วนใหญ่เห็นว่า มีภาพลักษณ์ด้านกิจกรรมที่โดดเด่นหลายด้าน ตั้งแต่ กิจกรรมดำน้ำ (Diving) ช้อปปิ้ง (Shopping) และแสงสียามค่ำคืน (Nightlife)

3.1.4 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ

แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ



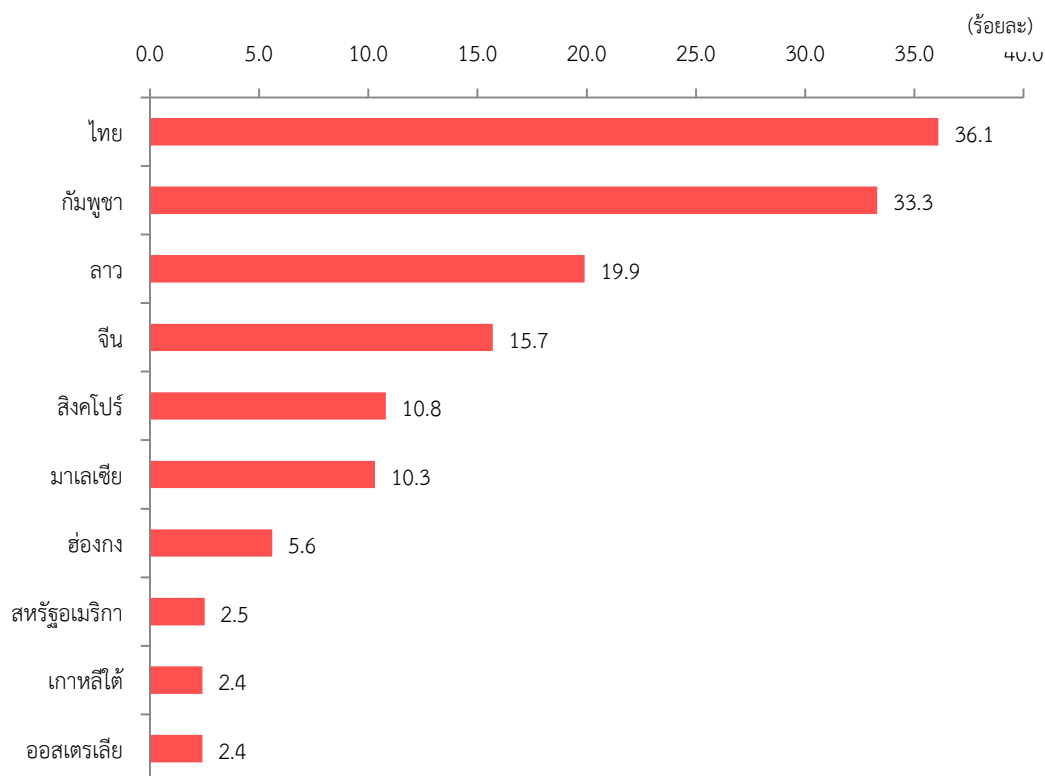
นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเห็นว่าประเทศที่สามารถใช้เป็นจุดศูนย์กลางสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (เชื่อมต่อไปประเทศอื่นๆ ทั่วโลก) (Gateway) มีหลายประเทศ ตั้งแต่ สิงคโปร์ ฮองกง ไต้หวัน จีน อินโดนีเซีย และไทย ขณะที่มุมมองด้าน “ความคุ้มค่า” (value for money) นอกจากประเทศไทยแล้ว ประเทศเวียดนามเองก็มีความโดดเด่นในด้านนี้ด้วย ส่วนภาพลักษณ์ด้าน “ความหรูหรา” (Luxury destination) นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่เห็นว่ายังคงเป็นของประเทศทางเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือและโอเชียเนีย อย่าง ประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย มีภาพลักษณ์โดดเด่นในด้านนี้

3.2 ประเทศและเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

3.2.1 ประเทศท่องเที่ยวยอดนิยม

ดังที่กล่าวแล้วว่าชาวเวียดนามเพียงประมาณร้อยละ 6.2 ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดย 10 ประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามมีโอกาสไปเยือนมา ได้แก่ ประเทศไทย กัมพูชา ลาว จีน สิงคโปร์ มาเลเซีย ฮองกง สหรัฐอเมริกา เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย ตามลำดับ (หมายเหตุ: ไม่เกี่ยวข้องกับความคิดเห็นในการเดินทาง และช่วงเวลาที่เคยมีประสบการณ์นั้น)

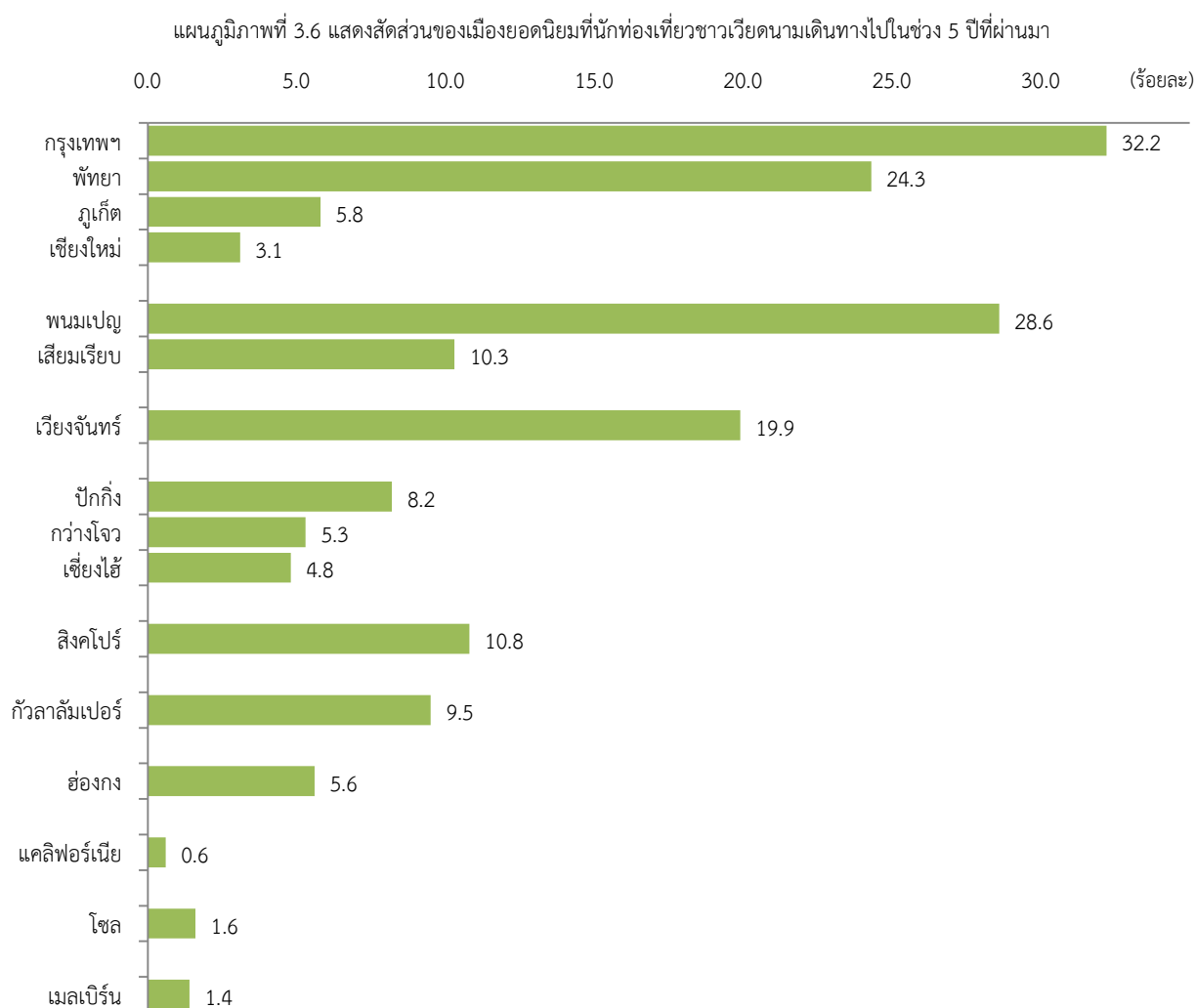
แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



หากพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบได้ว่าการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่ กระจุกตัวอยู่เฉพาะประเทศไทย กัมพูชา และลาว คิดเป็นร้อยละ 36.1 ร้อยละ 33.3 และร้อยละ 19.9 ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามบางส่วนที่ได้เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศจีน สิงคโปร์ และมาเลเซีย ก็มีสัดส่วนไม่น้อย คิดเป็นร้อยละ 15.7 ร้อยละ 10.8 และร้อยละ 10.3 ตามลำดับ

(หมายเหตุผู้วิจัย: สัดส่วนดังกล่าวเป็นจำนวนราย ไม่ใช่สัดส่วนจำนวนคน-ครั้ง ดังเช่นในรายงานสถิติท่องเที่ยวทั่วไป หมายถึงนักท่องเที่ยว 1 คนอาจเดินทางได้เป็นจำนวนตั้งแต่เพียงครั้งเดียวจนถึงหลายสิบครั้ง)

3.2.2 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

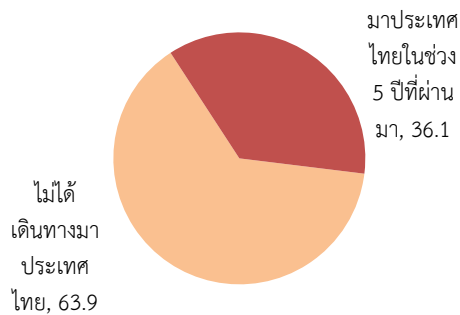


ภายหลังพิจารณาประเทศท่องเที่ยวแล้ว รายละเอียดเมืองท่องเที่ยวที่ชาวเวียดนามเดินทางแวะเยี่ยมเยือนในแต่ละประเทศ (ไม่เกี่ยวกับความถี่ในการเดินทาง) เห็นได้ว่าเมืองหรือจังหวัดในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมในการเดินทางจากนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในสัดส่วนที่สูง ได้แก่ กรุงเทพฯ (ประสบการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาร้อยละ 32.2) พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 24.3 ร้อยละ 5.8 และร้อยละ 3.1 ตามลำดับ ขณะที่เมืองท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชา ได้แก่ พนมเปญ และเสียมเรียบ คิดเป็นร้อยละ 28.6 และร้อยละ 10.3 ตามลำดับ ประเทศลาว ได้แก่ เวียงจันทน์ ร้อยละ 19.9

นอกจากเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย กัมพูชา และลาวแล้ว เมืองในประเทศอื่นๆที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ได้แก่ สิงคโปร์ ร้อยละ 10.8 กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย ร้อยละ 9.5 รวมถึงกรุงปักกิ่ง ประเทศจีน ร้อยละ 8.2 เป็นต้น

3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

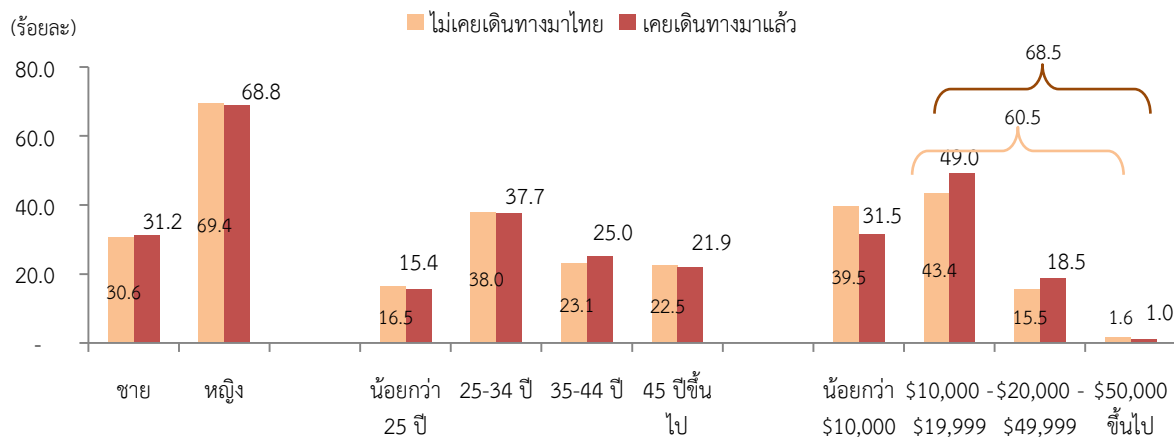
แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม



ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนที่ผ่านมา ว่าในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามประมาณ 5 ล้านรายนั้น การศึกษาพบว่า เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว ในสัดส่วนร้อยละ 36.1 โดยมีนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามร้อยละ 63.9 (ประมาณ 3 ล้านกว่าคน) ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอื่นๆ มาแล้ว แต่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

3.3.1 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มที่เคย และไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

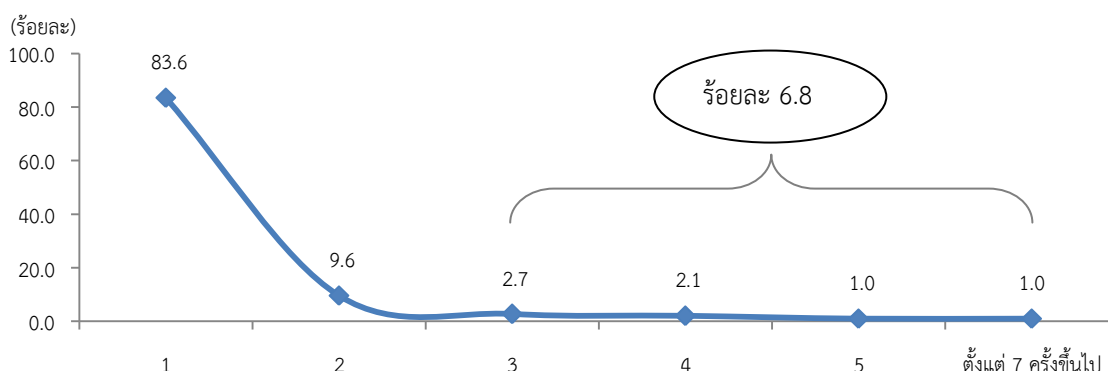
แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กลุ่มที่เคยและไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย



จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เคยเดินทางมาเยือนประเทศไทยมีระดับเศรษฐกิจเฉลี่ยสูงกว่า กลุ่มชาวเวียดนามที่ยังไม่เคยเดินทางมา ประเทศไทยอยู่บ้าง โดยเฉพาะในกลุ่มชาวเวียดนามที่มีเศรษฐกิจระดับปานกลางขึ้นไป (กลุ่มที่เคยเดินทางมาไทย มีสัดส่วนรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ \$10,000 ขึ้นไป เท่ากับร้อยละ 68.5 ขณะที่กลุ่มไม่เคยเดินทางมามีสัดส่วนในลักษณะเดียวกัน ร้อยละ 60.5 เท่านั้น)

3.3.2 ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มที่เคยเดินทาง

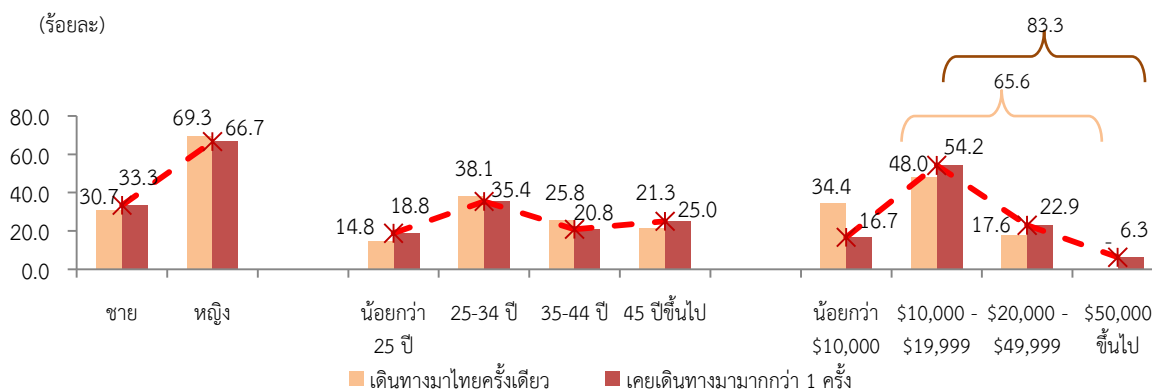
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเป็นชาติหนึ่งในอาเซียนที่มีอัตราการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทย “ซ้ำอีก” ในสัดส่วนที่ต่ำมาก กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเกือบทั้งหมดที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ถึงร้อยละ 83.6 เดินทางเพียงครั้งเดียว ขณะที่ร้อยละ 9.6 เดินทางกลับมาอีกครั้ง ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไป มีสัดส่วนรวมกันเพียงร้อยละ 6.8 เท่านั้น

3.3.3 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทย มากกว่า 1 ครั้ง กับกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว

แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยมากกว่า 1 ครั้ง และกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว

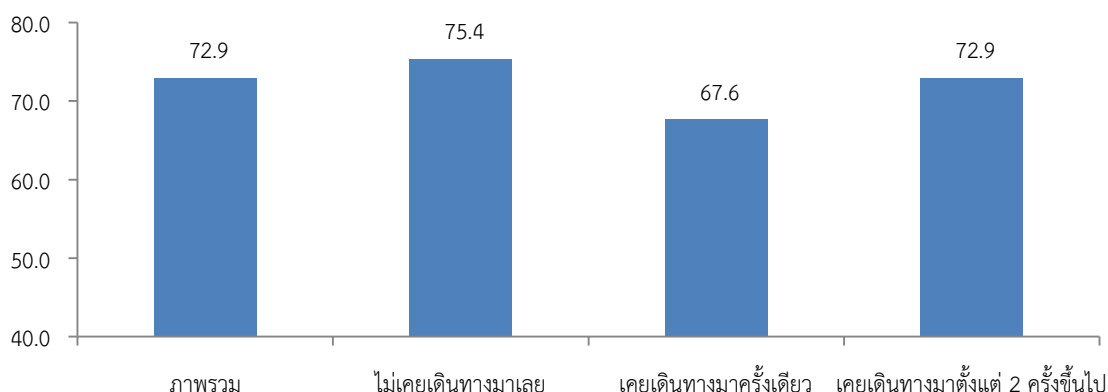


แผนภูมิภาพด้านบน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เดินทางมาไทยมากกว่า 1 ครั้ง (มีการเยือนซ้ำ) มีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่มีระดับเศรษฐกิจฐานะปานกลางถึงดี ในสัดส่วนที่สูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียว (กลุ่มที่เคยเดินทางหลายครั้งมีสัดส่วนคนที่มีรายได้ระดับปานกลาง ตั้งแต่ \$10000 ต่อปี เท่ากับ ร้อยละ 83.3 ขณะที่กลุ่มที่เคยเดินทางเพียงครั้งเดียว มีสัดส่วนในลักษณะเดียวกัน เพียงร้อยละ 65.6)

3.3.4 แผนการเดินทางเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า

แผนภูมิภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

(ร้อยละ)



ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่ (คิด) อยากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 72.9 ที่วางแผนไว้ว่า (อาจจะ) เดินทางมาเยือนไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม หากนำกลุ่มที่มีประสบการณ์ต่างๆ ต่อประเทศไทยมาเปรียบเทียบสัดส่วน (ความต้องการ) เดินทางมาเยือนไทยดังกล่าว พบสาระที่น่าสนใจว่า กลุ่มที่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยมาก่อนมีแผนที่จะเดินทางมาประเทศไทยใน 2-3 ปีข้างหน้ามากกว่ากลุ่มที่เคยเดินทางมาก่อนแล้ว ด้วยสัดส่วนร้อยละ 75.4 ขณะที่กลุ่มที่เดินทางมาครั้งเดียวอยาก (มีแผน) กลับมาอีกในสัดส่วนร้อยละ 67.6 เท่านั้น

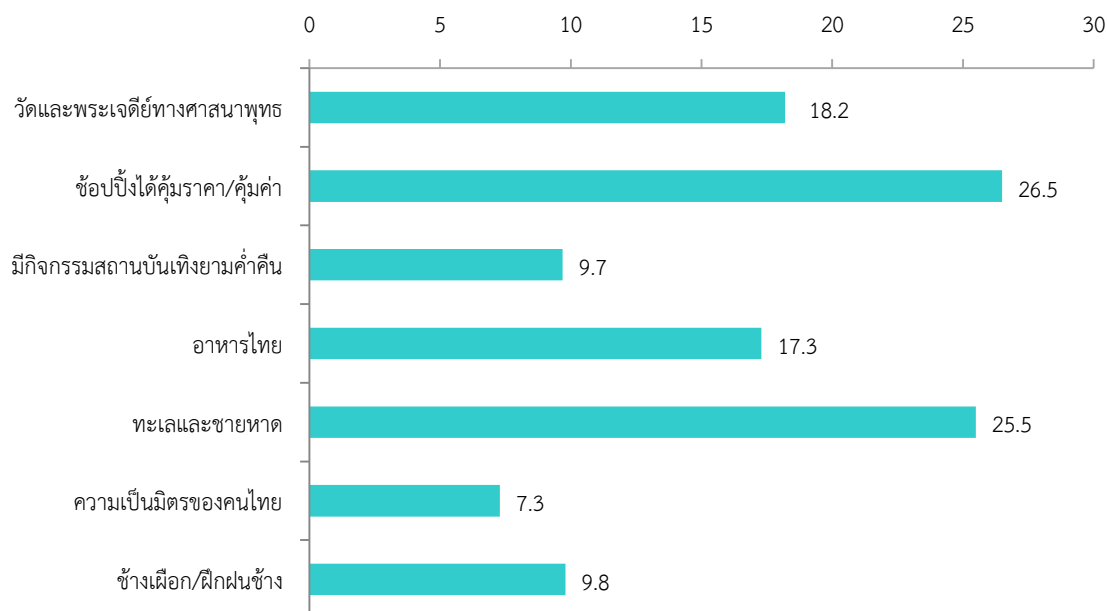
(หมายเหตุผู้วิจัย: อนุมานได้ว่า “เดินทางมาแล้วไม่ประทับใจ” หรือ “ขอเดินทางมาสักครั้งเพื่อเป็นรางวัลให้ชีวิต” ซึ่งผลการสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม สนับสนุนสมมติฐานข้อหลังมากกว่า)

ส่วนกลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วหลายครั้ง (ตั้งแต่ 2 ครั้งขึ้นไป) มีสัดส่วนร้อยละ 72.9 ที่แจ้งว่ามีแผนกลับมาอีก

3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

การศึกษาได้สอบถามมุมมองต่อประเทศไทย โดยการสอบถามด้วยคำถามปลายเปิดว่า หากกล่าวถึงประเทศไทย สิ่งใดหรือปรากฏการณ์ใดที่นึกถึงเป็นประการแรก

แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

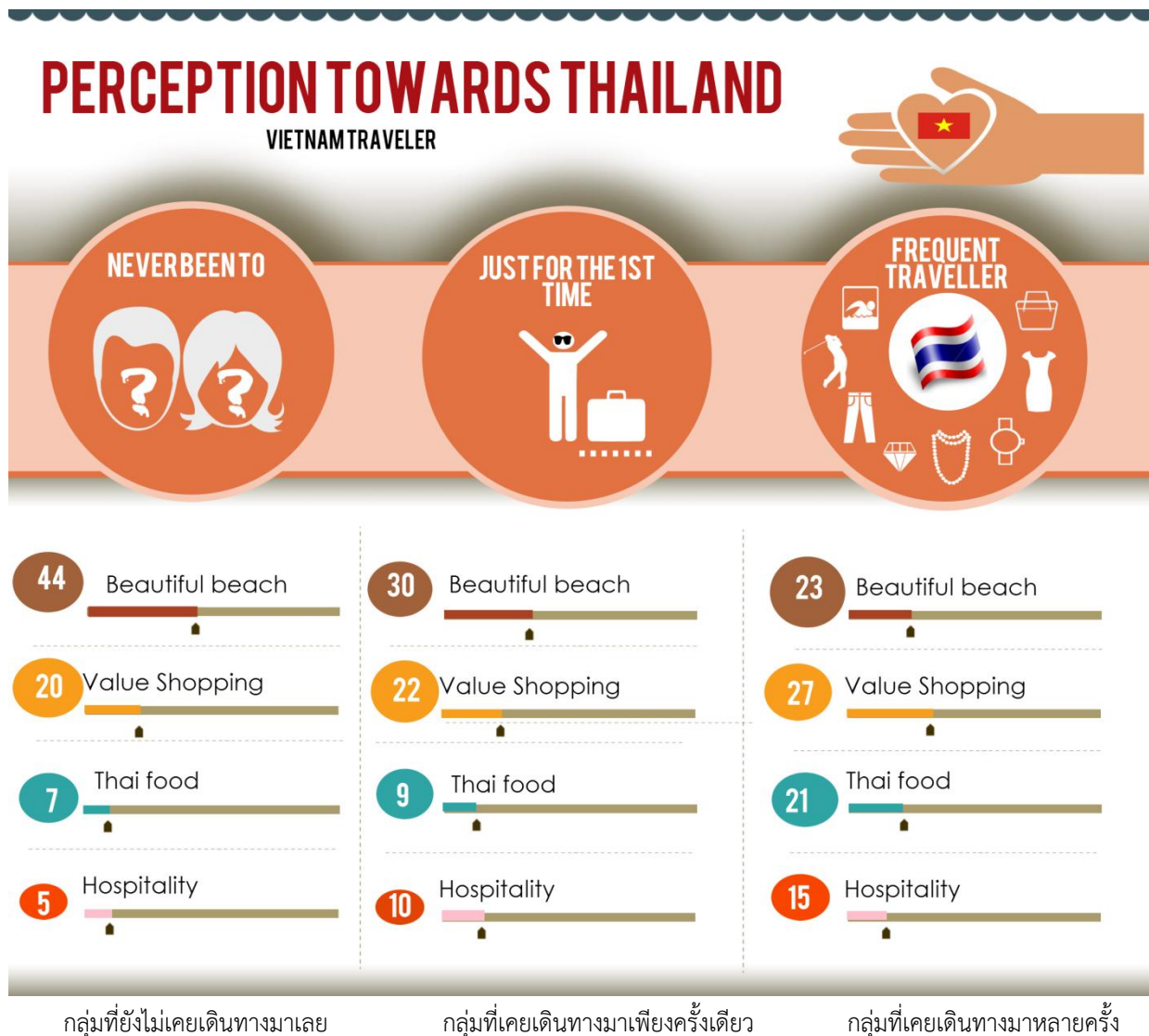


พบว่า “ภาพจำ” ของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ที่โดดเด่นเหนือกว่าภาพอื่นๆ ได้แก่ ภาพการช้อปปิ้งที่คุ้มค่า/คุ้มราคา (ร้อยละ 26.5) รองลงมา ได้แก่ ภาพทะเลและชายหาดที่สวยงาม (ร้อยละ 25.5) ภาพวัดและพระเจดีย์ทางศาสนาพุทธ (ร้อยละ 18.2) ภาพอาหารไทย (ร้อยละ 17.3) ภาพช้างเผือก และการฝึกฝนช้าง (ร้อยละ 9.8) ภาพสถานบันเทิงยามค่ำ (ร้อยละ 9.7) และภาพความเป็นมิตรของคนไทยที่เป็นเจ้าบ้าน (ร้อยละ 7.3) ตามลำดับ

3.4.1 ภาพจำของประเทศไทย เปรียบเทียบตามประสบการณ์ที่แตกต่าง

ภาพจำของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม เป็นประเด็นที่สำคัญมาก และย่อมส่งผลต่อแผนการตลาด เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในส่วนถัดไป ดังนั้นเพื่อค้นหา “แรงจูงใจ” ผ่านมิติของภาพจำประเทศ (ซึ่งย่อมส่งผลต่อชุดข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเดินทางในอนาคต) จึงนำกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่มีประสบการณ์ต่อประเทศไทยอย่างแตกต่าง มาเปรียบเทียบภาพจำของประเทศไทยในมุมมองต่างๆ ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 3.13 แสดงสัดส่วนภาพจำของประเทศไทยเปรียบเทียบกับระหว่างนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม
ที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแตกต่างกัน



แผนภูมิภาพด้านบนสื่อได้ถึงภาพจำของกลุ่มชาวเวียดนามที่ไม่เคยมีประสบการณ์ต่อประเทศไทย ว่าเป็นภาพของโบสถ์ เจดีย์ โดยเป็นที่น่าสนใจว่าภาพจำเหล่านี้ มีสัดส่วนลดลง เมื่อประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้น จากร้อยละ 44 ในกลุ่มคนที่ยังไม่เคยเดินทางมา ลดลงเหลือร้อยละ 30 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาสัมผัสจริงเพียงครั้งเดียว และลดเหลือร้อยละ 23 ในกลุ่มคนที่เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วหลายครั้ง (รายละเอียดในตารางภาคผนวก ก ตารางที่ 3.1)

ขณะที่ภาพจำของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่ได้เดินทางมาประเทศไทยแล้ว กลับกลายเป็นภาพจำที่โดดเด่นขึ้นในเรื่องของ อาหารไทย และการช้อปปิ้งสินค้าราคาเหมาะสม (เช่น ภาพจำด้านอาหารไทย จากร้อยละ 7 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่ยังไม่เคยเดินทางมาเยี่ยมเยือน ปรับเพิ่มเป็น ร้อยละ 9 ในกลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วครั้งแรก และเพิ่มเป็นถึงร้อยละ 21 ในกลุ่มที่เดินทางมาแล้วหลายครั้ง)

แต่ประเด็นที่น่าสนใจกว่านั้น ได้แก่ภาพจำของชาวเวียดนามที่ได้เดินทางมาประเทศไทยหลายครั้งแล้ว นั้น กลับแปรเปลี่ยนจากโบสถ์ วัด เจดีย์ หรือเกย์ เลสเบี้ยน กลายเป็นสัญลักษณ์ด้านธรรมาศัยไมตรี ของคนไทย

เจ้าบ้าน” ที่เด่นชัดขึ้นเป็นลำดับตามประสบการณ์ที่ได้มาสัมผัสจริงจากร้อยละ 5 ในกลุ่มที่ยังไม่เคยเดินทางมาเลย เป็นร้อยละ 10 ในกลุ่มที่เคยเดินทางมาเพียงครั้งเดียวและขยับขึ้นเป็นร้อยละ 15 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เคยเดินทางมาไทยแล้วหลายครั้ง)

(หมายเหตุผู้วิจัย ข้อมูลเหล่านี้นับว่า ปัจจัยด้านการช้อปปิ้งสินค้าราคาเหมาะสม อาหาร และความเป็นมิตรของคนไทย สร้างการจดจำ หรือความประทับใจภายหลังการเยี่ยมชมเยือนประเทศไทยแล้วได้ดี จึงอาจช่วยสนับสนุน และกระตุ้นการกลับมาเยือนซ้ำได้อย่างเป็นผลมากขึ้น)

บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)

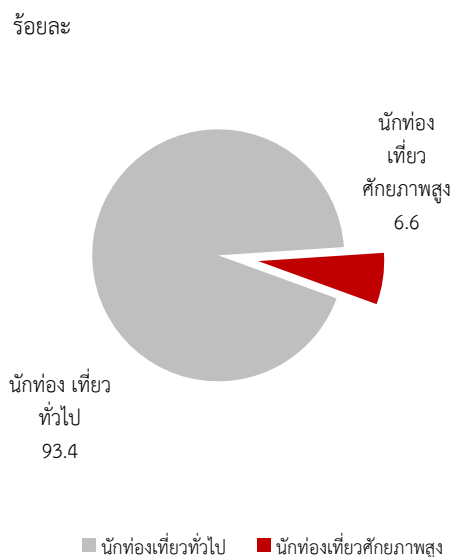
วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” (High Potential Traveler) ในพื้นที่กลุ่มประเทศอาเซียน รวมถึงประเทศเวียดนาม ทั้งในมิติของพื้นฐานด้านกายภาพ และพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา โดยในการพิจารณา “คำจำกัดความ” ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นั้น ผูกอยู่กับ “ศักยภาพในด้านการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว” (Spending power) เป็นสำคัญ

การจัดแบ่งกลุ่มคนเวียดนามในสังคมออกเป็นสัดส่วน (Segmentation) ถูกนำมาใช้เพื่อการจัดวางกลยุทธ์ทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกันอย่างแพร่หลาย ข้อมูลเบื้องต้นจากการศึกษาเอกสารระบุว่า การจัดแบ่งกลุ่มคนโดยใช้ “ศักยภาพในการใช้จ่าย” หลักเคียงไม่พ้นที่ต้องพิจารณา “บุคคล” จากระดับเศรษฐกิจ ฐานะเปรียบเทียบทางสังคม (Social Economic Status) แปลความหมายได้ว่า เส้นแบ่งขีดความจนและความรวยจะมีบทบาทอย่างสำคัญในการกำหนด หรือพิจารณาหาข้อสมมติฐานสำหรับคนกลุ่มนี้

ข้อมูลที่กำลังมาแล้วทั้งหมดนั้น เพื่อผูกโยงเข้าสู่สมมติฐานเบื้องต้นสำหรับการค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” โดยใช้ “มูลค่าการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว” เป็นแกนกลาง ผสมผสานกับปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านรสนิยม หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่าทฤษฎีการวิเคราะห์ผลการศึกษาจะใช้องค์ประกอบทั้งด้าน “ค่าใช้จ่ายด้านที่พักแรม” “ศักยภาพการใช้จ่าย” และ “รสนิยม” ผ่านทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิต (Y&R 4Cs Statements) ไว้อย่างครอบคลุมครบถ้วน (รายละเอียดวิธีการแบ่งกลุ่มในรายงานความก้าวหน้า)

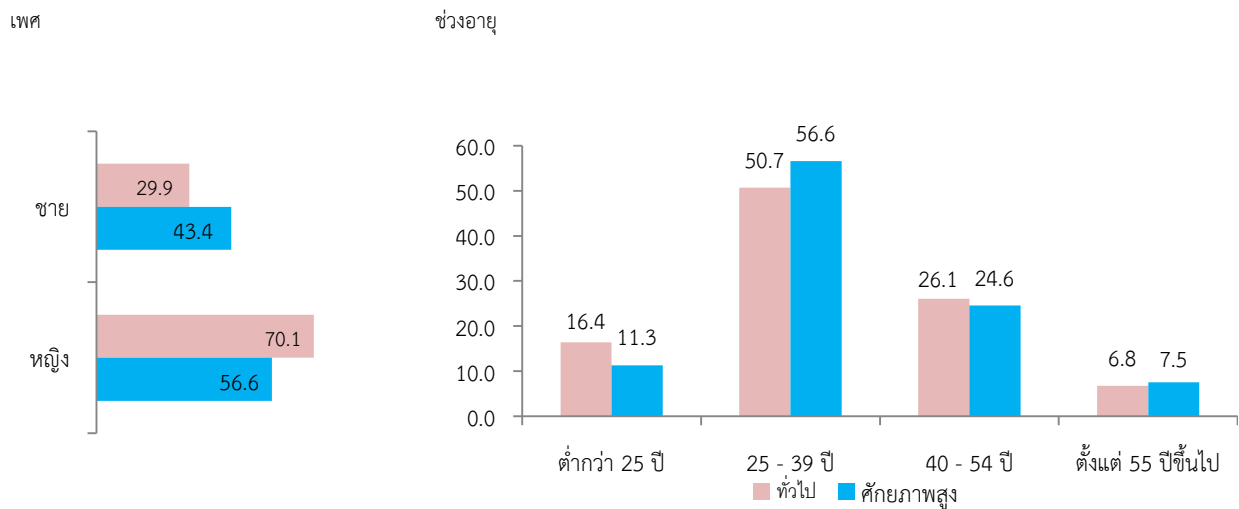
4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม



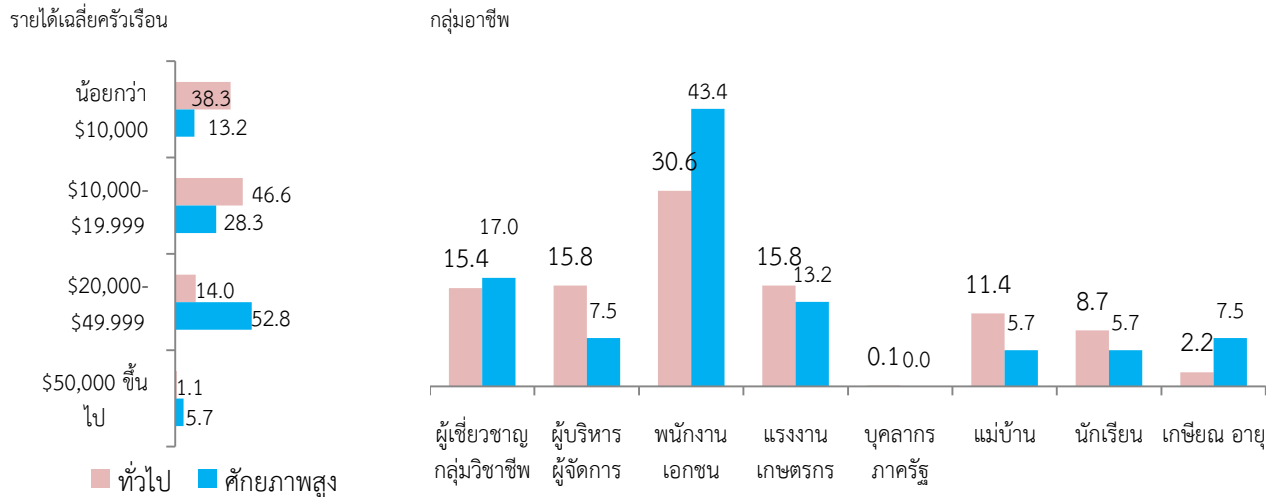
ผลการวิเคราะห์สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ กลุ่มแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป มีสัดส่วนร้อยละ 93.4 และที่เหลือร้อยละ 6.6 เป็นนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม



เมื่อเปรียบเทียบภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนามกับนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวเวียดนาม มีแนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอยู่บ้าง และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้นถึงกลาง (สัดส่วนอายุตั้งแต่ 25-39 ปีรวมกันเท่ากับร้อยละ 56.6) ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป เป็นกลุ่มอายุน้อย (น้อยกว่า 25 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 16.4) กลุ่มหนึ่ง กับกลุ่มที่อายุตั้งแต่ 40 ปีขึ้นไปอีกกลุ่มหนึ่ง (สัดส่วนรวมกันเท่ากับ ร้อยละ 32.9)

แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม

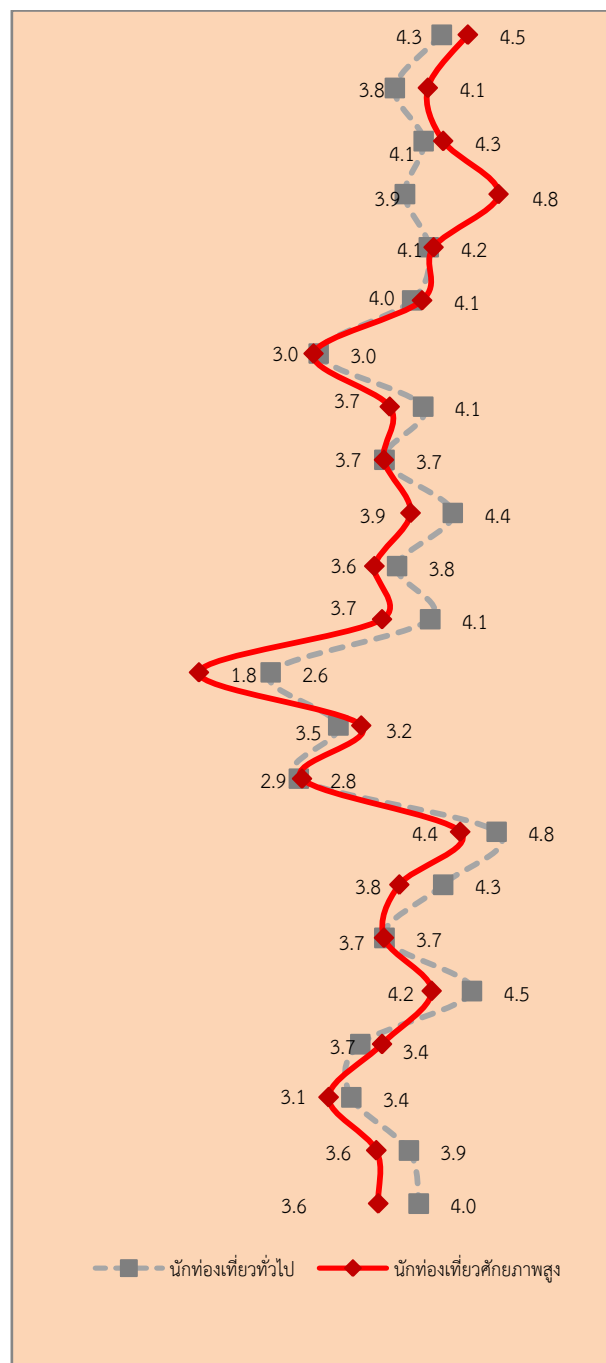


เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 43.4) หรือผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน เช่น วิศวกร หมอ ทนายความ (ร้อยละ 17.0) แต่ประเด็นที่สำคัญที่ใช้จำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงออกจากการท่องเที่ยวทั่วไปได้ชัดเจน ได้แก่ ค่าเฉลี่ยระดับเศรษฐกิจครัวเรือน โดยพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับดีถึงดีมาก (รายได้ครัวเรือนเฉลี่ยตั้งแต่ \$20,000 ต่อปีขึ้นไป รวมกันเท่ากับร้อยละ 58.5) ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนใหญ่ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยน้อยกว่า (สัดส่วนกลุ่มรายได้ปานกลางลงไป รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 84.9)

4.2 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

แผนภูมิภาพที่ 4.4 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม

การได้รับการยกย่องชื่นชมคือสิ่งที่ฉันให้ความสำคัญ
ฉันจัดการกับสถานการณ์ที่คลุมเครือหรือไม่ชัดเจนได้อย่างง่ายดาย
ฉันสามารถเข้าใจเรื่องที่ซับซ้อนได้โดยง่าย
ฉันมักจะขอหาวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาเสมอ
ฉันเป็นคนกระตือรือร้นชอบตามเรื่องราวของสถานการณ์สังคม
ฉันเป็นคนที่มีเหตุผลและเลือกที่จะทำในสิ่งที่เป็นไปได้จริง
ฉันชอบทำในสิ่งที่ท้าทายหรือน่าสะพรึงกลัว
เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉันที่จะปรับตัวให้เข้ากับคนอื่นที่แตกต่างจากฉัน
ศาสนา มีบทบาทสำคัญมากในชีวิตของฉัน
เงินคือสิ่งที่ดีที่สุดในการวัดความสำเร็จของเรา
ฉันชอบที่จะดูโดดเด่นท่ามกลางฝูงชน
ฉันชอบที่จะใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและเป็นไปตามกฎ
ฉันอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่กังวลเลยว่าพรุ่งนี้จะเป็นอย่างไร
ฉันชอบที่จะใช้เวลาอยู่กับบ้านเงียบๆ มากกว่าการออกไปเที่ยวปาร์ตี้นอกบ้าน
ฉันคาดหวังเพียงเล็กน้อยกับอนาคตเท่านั้น
ผู้หญิงจะทำหน้าที่สมบูรณ์เมื่อเธอสามารถทำให้ครอบครัวมีความสุข
ฉันชอบติดตามเรื่องแฟชั่นและสไตล์การแต่งตัว
ฉันชอบทำกิจกรรมที่ต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ
ฉันมักจะระมัดระวังเรื่องการใช้เงินเสมอ
ฉันมักจะทำตามสิ่งที่ฉันชอบโดยไม่คำนึงว่าคนอื่นจะมองฉันด้วยสายตายังไง
มีเพียงไม่กี่เรื่องเท่านั้นที่เราจะสามารถทำเพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิตเราได้
หลายครั้งที่ความถูกต้องขัดต่อข้อกฎหมาย
ฉันเป็นคนมีจินตนาการกว้างไกล

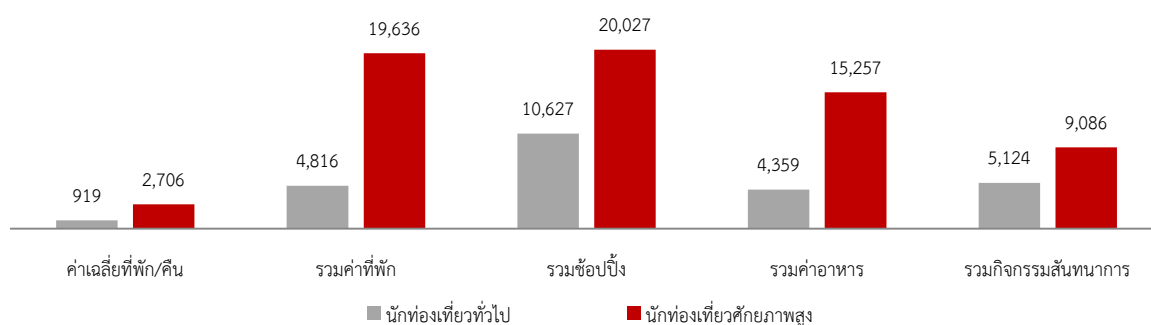


นอกจากประเด็นความแตกต่างของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง และกลุ่มทั่วไปทางด้านกายภาพ โดยเฉพาะระดับเศรษฐกิจฐานรายได้ครัวเรือน ความแตกต่างอย่างสำคัญอีกประการหนึ่งได้แก่ “ทัศนคติในการดำรงชีวิต และวิถีคิด” ของนักท่องเที่ยวสองกลุ่มนี้ก็มีความแตกต่างกันอยู่มาก กล่าวคือ ขณะที่คนเวียดนามที่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงใช้สมองในการพิจารณาในแนวทางเหมาะสมที่สุดแต่ละขณะในการดำรงชีวิต

โดยมุ่งหวังผลตอบแทนทางด้านเกียรติและศักดิ์ศรีแห่งตน หรือครอบครัวของตนเป็นสำคัญ (เห็นได้จากค่าเฉลี่ยต่อทัศนคติในด้าน ชื่นชมการยกย่อง วิธีการจัดการอุปสรรค การทำความเข้าใจ แสวงหาแนวทางใหม่ และใช้เหตุผล มีค่าสูงเท่ากับ 4.5, 4.1, 4.3, 4.8 และ 4.1 ตามลำดับ) กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปกลับยังคงเน้นการแสวงหาความสำเร็จผ่านการทำงานหนัก และยอมทำตามรูปแบบเดิมๆ เพื่อรักษาสถานภาพของตนและครอบครัวให้อยู่อย่างปลอดภัยไปเป็นวันๆ (เห็นได้จากค่าเฉลี่ยต่อทัศนคติในด้าน ความสำเร็จทางวัตถุ หน้าที่ผู้หญิง ขาดความเชื่อมั่นในอนาคต มีค่าสูงกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง หรือเท่ากับ 4.4, 4.8 และ 3.4 ตามลำดับ)

4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 4.5 เฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)



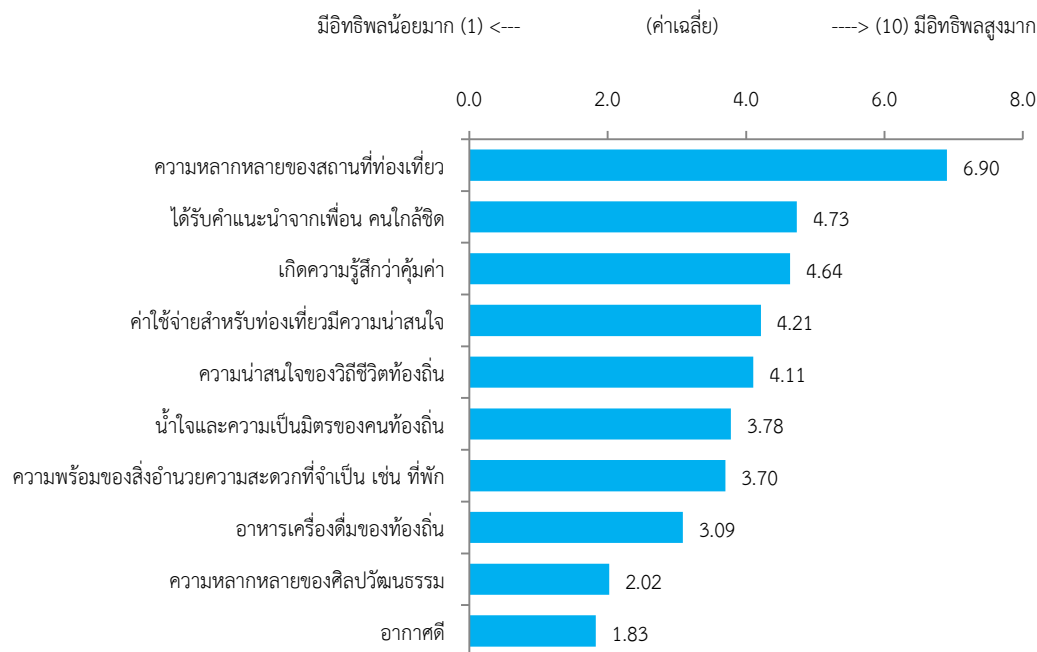
การพิจารณาค่าใช้จ่ายการเดินทางโดยรวม เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูง กับ นักท่องเที่ยวทั่วไป เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวทั่วไปในทุกหมวด ได้แก่ ค่าที่พัก รวมตลอดทริป 19,636 บาท ข้อปลีก 20,027 บาท ค่าอาหาร 15,257 บาท กิจกรรม/สันทนาการต่างๆ 9,086 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ใช้จ่ายค่าที่พักเพียง 4,816 บาท ข้อปลีก 10,627 บาท ค่าอาหาร 4,359 บาท และ กิจกรรมสันทนาการ 5,124 บาท ตามลำดับเท่านั้น

ประเด็นสำคัญที่อาจใช้จำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูงออกจากนักท่องเที่ยวทั่วไปได้อีกประการหนึ่ง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยต่อคืน โดยพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูงชาวเวียดนามเลือกที่พักราคา ประมาณ 2,706 บาทต่อคืน ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปชาวเวียดนาม ใช้บริการที่พักราคาเฉลี่ย 919 บาทต่อคืน เท่านั้น ค่าเฉลี่ยมูลค่าการใช้จ่ายดังกล่าวจึงช่วยยืนยันศักยภาพในการสร้างมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวศึกษายภาพสูงชาวเวียดนามได้เป็นอย่างดี และแสดงถึงความจำเป็นในการทำความเข้าใจ “แรงจูงใจ” ผ่านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเป้าหมายเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มนี้ ในบทถัดไป

บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว

ในบทนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยสำคัญลำดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในการพิจารณาเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 6.90) ได้รับคำแนะนำจากเพื่อน คนใกล้ชิด (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.73) เกิดความรู้สึกรักว่าคุ้มค่า ค่าใช้จ่ายสำหรับท่องเที่ยวมีความน่าสนใจ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.64 และ 4.21) และความน่าสนใจของวิถีชีวิตท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.11) ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวเวียดนาม

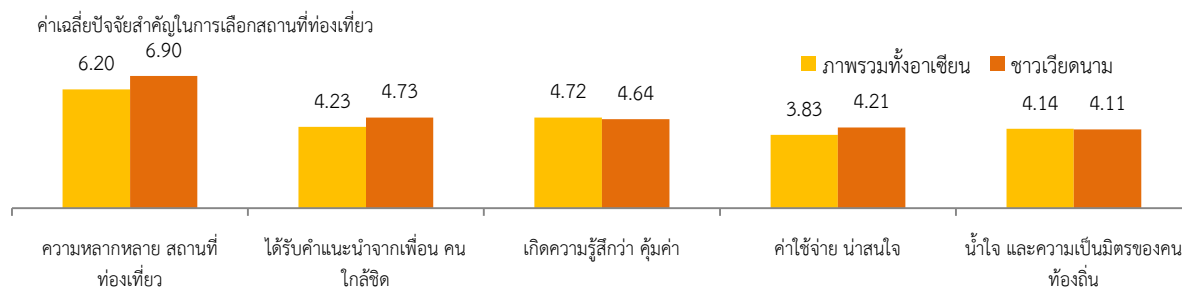


หากวิเคราะห์แผนภูมิภาพด้านบนโดยละเอียด พบว่า อาจสามารถจำแนกปัจจัยที่เป็น “อิทธิพลอย่างสำคัญ” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวเวียดนาม เป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

1. กลุ่มที่ 1 เกี่ยวกับ “สถานที่ท่องเที่ยว” ต้องมีความน่าสนใจและหลากหลาย
2. กลุ่มที่ 2 เกี่ยวกับ “ความมั่นใจ” ว่าไปแล้วดี ไปแล้วคุ้มค่าใช้จ่าย
3. กลุ่มที่ 3 เกี่ยวกับ “ค่าใช้จ่าย” ต้องอยู่ในงบประมาณ ต้องเหมาะสม
4. กลุ่มที่ 4 เกี่ยวกับ “ความอบอุ่น” คนพื้นถิ่นที่จะเดินทางไป ต้องไม่ทำให้รู้สึกแปลกแยก หรือรู้สึกถูกดูหมิ่น

ในขณะที่ประเด็นที่เกี่ยวกับ “ความสะดวกสบาย” สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ (หมายเหตุผู้วิจัย: ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนหลายประเทศ) ทั้งที่พัก หรืออาหาร กลับเป็นปัจจัยรอง หรือมีความสำคัญไม่มากนักในการคัดเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

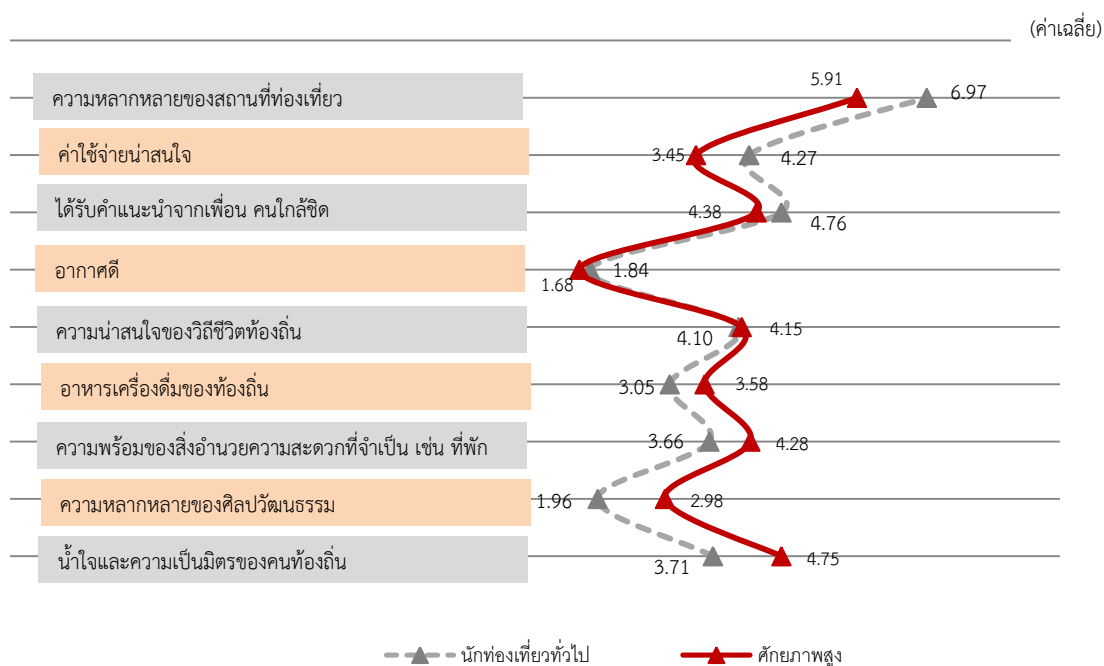
แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม กับภาพรวมทั้งอาเซียน



แผนภูมิภาพด้านบนซึ่งนำทัศนคติต่อปัจจัยสำคัญในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวเวียดนามเปรียบเทียบกับประเทศอาเซียนอื่นๆ ในภาพรวม พบว่าปัจจัยสำคัญที่สุด ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ หรือนัยหนึ่งก็คือความมีชื่อเสียง เป็นที่กล่าวขานว่าดี น่าเดินทางไป หรือ “ต้องไปให้ได้” มีค่าเฉลี่ย-ความสำคัญ เท่ากับ 6.90 เปรียบเทียบกับภาพรวม 6.20 กับ “ค่าใช้จ่าย” มีค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 4.21 เปรียบเทียบกับภาพรวม 3.83 (หมายเหตุผู้วิจัย: ส่วนความมั่นใจจากคำบอกเล่าของเพื่อน ถูกผนวกอยู่ในส่วนแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจแล้วตามคำอธิบายส่วนบน)

5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

แผนภูมิภาพที่ 5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป



จากที่ได้กล่าวถึงปัจจัยสำหรับเลือกเป้าหมายแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในภาพรวมแล้ว ครั้งนี้เป็นการเปรียบเทียบหาความแตกต่างและความเหมือนของปัจจัยในการกระตุ้นนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งแผนภูมิภาพด้านบนแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สาระปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูง มีความแตกต่างกันในรายละเอียดอยู่บ้าง เห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวทั่วไปให้ความสำคัญสูงมากกับ (ความน่าสนใจใน) ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 6.97) และค่าใช้จ่ายที่น่าสนใจ (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.27)

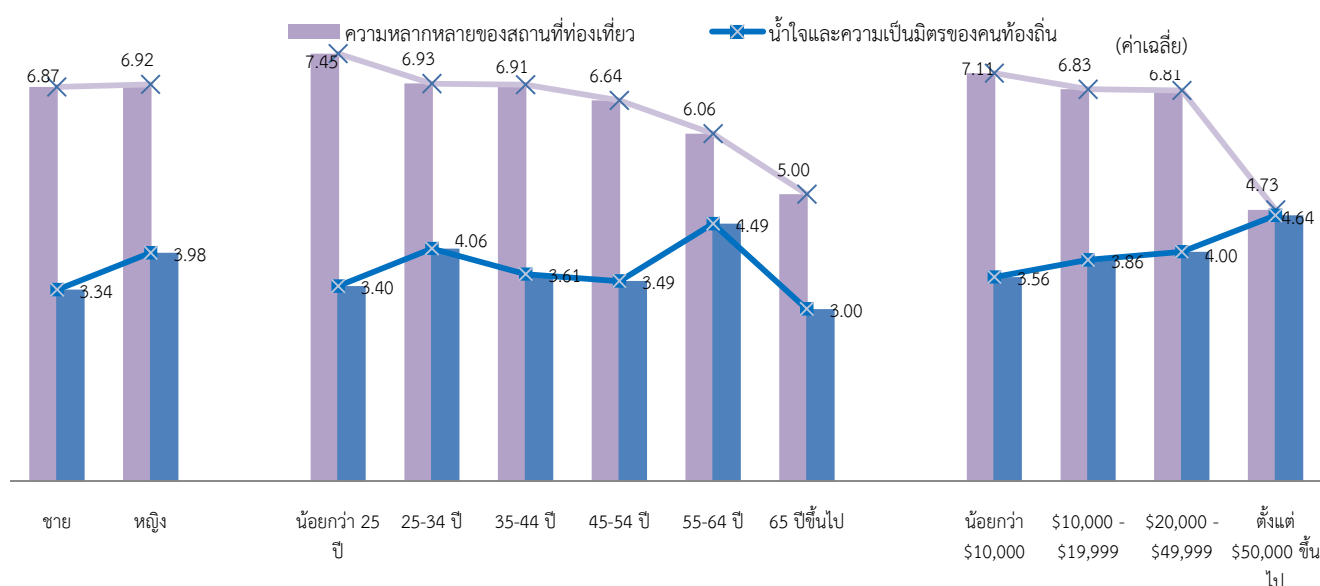
ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง เน้นให้ความสำคัญกับความอบอุ่น การผ่อนคลายระหว่างการพักผ่อนที่จะได้รับ “ความเป็นมิตร” ของคนในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.75) กับสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะที่พัก และการเดินทางเป็นหลัก (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.28) ตามลำดับ

5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยววัยศักราชสูงชาวเวียดนาม

ดังที่กล่าวแล้วว่า นักท่องเที่ยวเวียดนามกลุ่มศักราชสูง เน้นให้ความสำคัญกับความอบอุ่น การผ่อนคลายระหว่างการพักผ่อนที่จะได้รับความ “ความเป็นมิตร” ของคนในพื้นที่ (ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.0) กับสิ่งอำนวยความสะดวก โดยเฉพาะที่พัก และการเดินทางเป็นหลัก

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่เป็นสาระหลัก และมีอิทธิพลสูงต่อกลุ่มศักราชสูง ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง โดยพิจารณาเฉพาะปัจจัย ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว กับความมุ่งหวังหรือภาพลักษณ์ด้านความมีน้ำใจ และความเป็นมิตรของเจ้าบ้าน

แผนภูมิภาพที่ 5.4 การเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักราชสูง จำแนกตามภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์



พบสาระที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยววัยศักราชสูงที่มีรายได้ครัวเรือนมากกว่า โดยเฉพาะตั้งแต่ 20,000 เหรียญสหรัฐต่อปีขึ้นไป กลับเลือกแสวงหา “ความอบอุ่นจากน้ำใจ” ของเจ้าบ้าน ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวศักราชสูงชาวเวียดนามซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ ให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก และที่พักมากกว่า

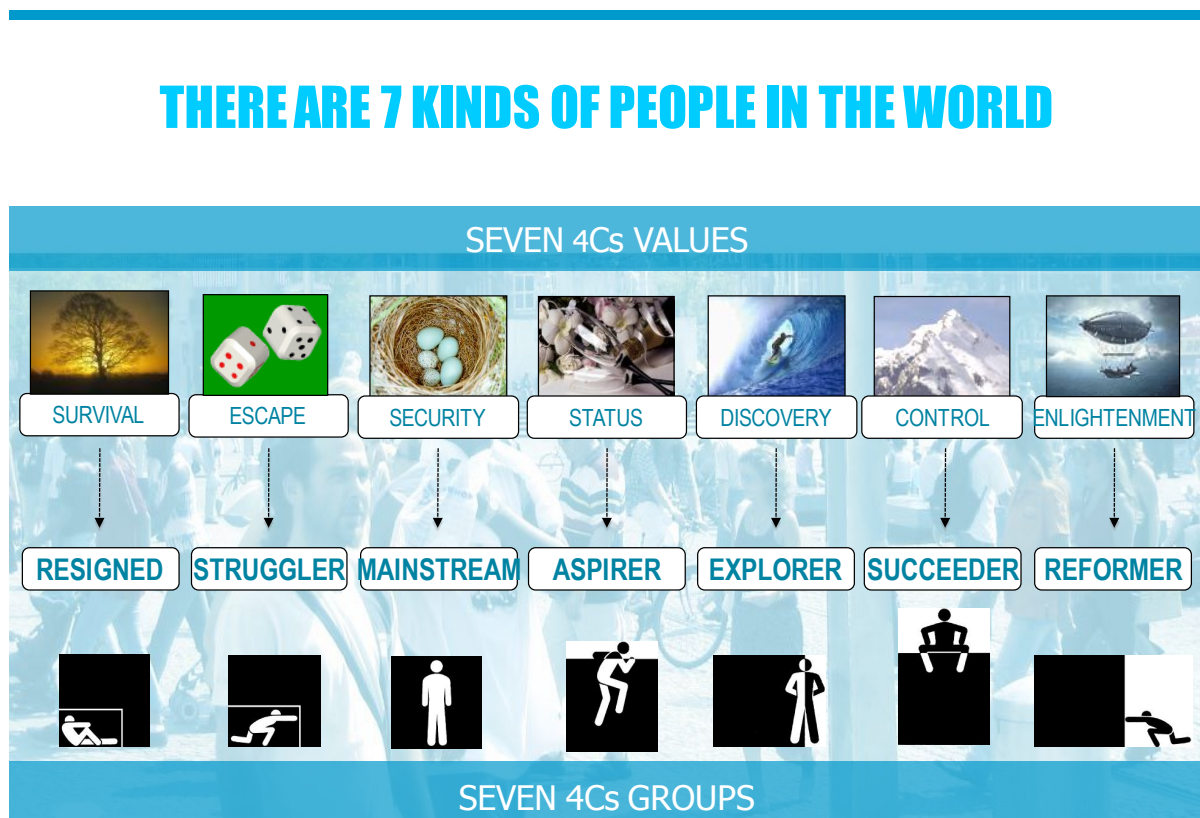
ดังนั้นการเพิ่มความเข้มข้นของปัจจัยทางการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นในด้าน “สิ่งอำนวยความสะดวก” ที่พร้อมเพียงพอ การจัดการด้านสภาพแวดล้อมเพื่อให้เกิดการรับรู้ถึงความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และปรับเปลี่ยนความเชื่อให้เกิดความรู้สึกถึงความคุ้มค่า (ไม่ใช่ราคาถูก) ภายหลังการใช้บริการ อาจช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยววัยศักราชสูงชาวเวียดนามเลือกเดินทางไปยังเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งได้แก่ประเทศไทย ได้อย่างเป็นผล

บทที่ 6 นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และ กลยุทธ์ทางการตลาด

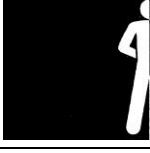
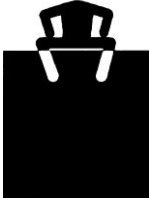
ภายหลังการทำความเข้าใจพื้นฐานทางกายภาพ หรือข้อมูลประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม รวมถึงการพิจารณาแรงจูงใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกันในบทที่ผ่านมาแล้ว บทนี้เป็นการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม โดยใช้พื้นฐานการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ผ่าน 4Cs Statements ของบริษัท Y&R

6.1 แนวทาง และผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”

การวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ผ่าน 4Cs Statements ของบริษัท Y&R ได้ทำการจำแนกกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภคโดยทั่วไปทั่วโลกออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่



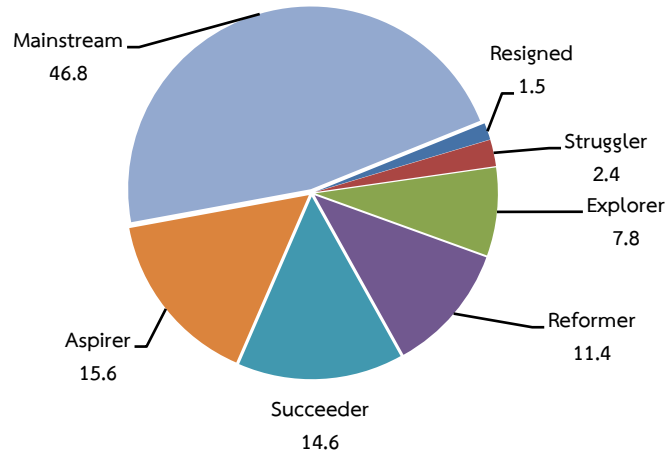
โดยมีคุณลักษณะเบื้องต้นของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม
Resigned 	“โลกใบเก่าของผู้ที่ผ่านไปวันๆ” ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแรงแหกกระเซอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคตินจากสังคมรอบตัว
Struggler 	“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ทางออก” เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคมรอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนดูคล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียงเพื่อพูดคุยหัวเราะ สนุกสนาน แล้วปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ
Mainstream 	“ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง” ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสู้มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัวและทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า
Aspirer 	“คนอินเทรนด์ในโลกแห่งการมีหน้ามีตา” ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิถีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มุ่งหมายเอาไว้
Explorer 	“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ ๆ” ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต
Succeder 	“โลกในกำมือของผู้ชนะ” กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคงจึงทำงานหนัก โดยไม่ลืมหวั่นรำพันกับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุดใน
Reformer 	“ผู้รังสรรค์ตนเองและโลกให้ดีกว่าเดิม” การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้ และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยม

ในเบื้องต้นสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามทั้งหมด (รวมกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง) ตาม“กลุ่มไลฟ์สไตล์” ได้ ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

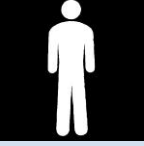
(ร้อยละ)

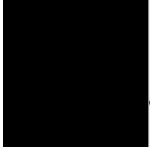


พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม (ทั้งหมด) ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะอยู่ในกลุ่ม Mainstream ร้อยละ 46.8 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม Aspirer ร้อยละ 15.6 และ กลุ่ม Succeder ร้อยละ 14.6

นอกจากนี้ยังพบนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามอีกบางส่วน ร้อยละ 11.4 ร้อยละ 7.8 และร้อยละ 2.4 ที่มีคุณลักษณะเข้าได้กับกลุ่ม Reformer Explorer และ Struggler ตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามในสัดส่วนไม่สูงมากนัก เพียงร้อยละ 1.5 ที่มีคุณลักษณะแบบ Resigned

6.1.1 สรุปพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา และกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด และข้อมูลพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปคุณลักษณะ นักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม และสัดส่วนแต่ละกลุ่มไลฟ์สไตล์ได้ ดังนี้

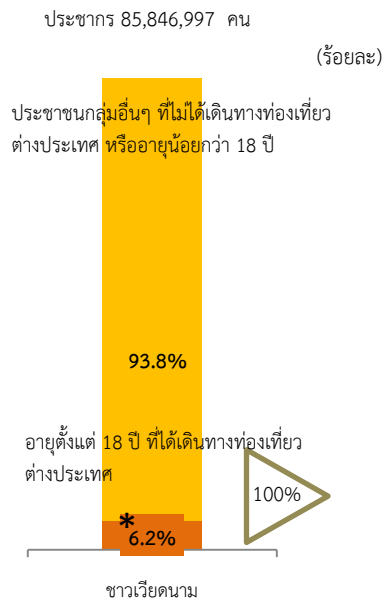
“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
Mainstream (ร้อยละ 46.8) 	“ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง” ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัวและทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า	เป็นชาวเวียดนามทั่วไปทั้งเพศชายและเพศหญิง ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุตั้งแต่ 25-45 ปี (ร้อยละ 64.6) ทำอาชีพทั่วไป ตั้งแต่ผู้ประกอบการวิชาชีพ เฉพาะด้าน ผู้บริหาร ไปจนถึง พนักงานเอกชน ผู้ใช้แรงงาน หรือแม่บ้าน ที่มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมเพียงในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 89.7)
Aspirer (ร้อยละ 15.6) 	“คนอินทรีนในโลกแห่งการมีหน้ามีตา” ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิถีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มั่งงหมายเอาไว้	นักแสวงหาความสำเร็จชาวเวียดนามรุ่นใหม่ ทั้งหญิงและชาย ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 40 ปี (ร้อยละ 74.6) เกือบทั้งหมดมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 81.7)

“กลุ่มไลฟ์สไตล์”	คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม	คุณลักษณะทางกายภาพ
(ร้อยละ 14.6) Succeeder 	“โลกในกำมือของผู้ชนะ” กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคงจึงทำงานหนัก โดยไม่ล้มให้รางวัลกับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุด	ผู้ชนะชาวเวียดนามรุ่นใหม่ แนวโน้มเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน ทั้งหญิงและชาย ส่วนใหญ่อายุน้อยกว่า 45 ปี (ร้อยละ 82.2) กลุ่มนี้ส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางขึ้นไป (ร้อยละ 78.8)
(ร้อยละ 11.4) Reformer 	“ผู้รังสรรค์ตนเองและโลกให้ดีกว่าเดิม” การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้ และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยม	ผู้รังสรรค์ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงกลางถึงปลาย ทั้งหญิงและชาย (อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป ร้อยละ 62.0) มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี (ร้อยละ 68.5)
(ร้อยละ 7.8) Explorer 	“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ ๆ” ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต	ชาวเวียดนามวัยทำงานช่วงต้นถึงกลาง (อายุตั้งแต่ 25-45 ปี ร้อยละ 60.3) แนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 71.1) แม้ปัจจุบันยังมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงต่ำ (ร้อยละ 82.5) แต่ก็กระหายความสำเร็จในอนาคต
(ร้อยละ 2.4) Struggler 	“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ทางออก” เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคมรอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนคล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียงเพื่อพูดคุยหัวเราะสนุกสนาน แล้วปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ	วัยทำงานรุ่นใหญ่ อายุตั้งแต่ 35 ปีขึ้นไป (ร้อยละ 63.2) ที่ยังไม่ประสบผลสำเร็จในชีวิตมากนัก เห็นได้จากส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 73.7)
(ร้อยละ 1.5) Resigned 	“โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ” ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแรงแหกกระเซอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคืนจากสังคมรอบตัว	ส่วนใหญ่อยู่ในวัยทำงานช่วงต้นถึงปลาย อายุระหว่าง 25-54 ปี (ร้อยละ 75.0) ที่น่าเชื่อได้ว่ายังไม่ประสบผลสำเร็จในชีวิตนัก แม้จะผ่านชีวิตมาแล้วช่วงหนึ่ง เห็นได้จากส่วนใหญ่ยังคงมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป (ร้อยละ 75.0) * small base n=12

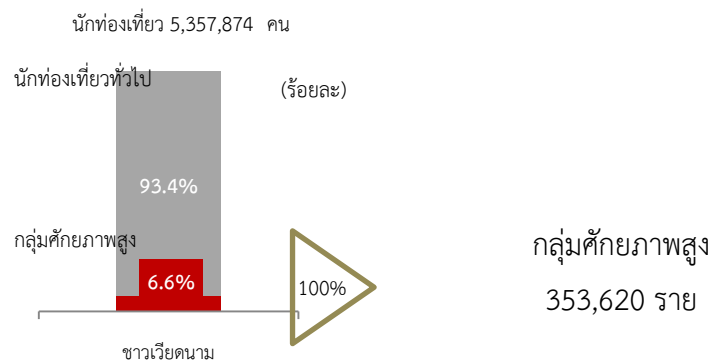
* รายละเอียดเพิ่มเติมในภาคผนวก ก ตารางที่ 73

6.1.2 การจำแนกกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง

แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวเวียดนามที่มี
อายุตั้งแต่ 18 ปี และได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม
จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว



* แสดงเฉพาะทศนิยม 2 ตำแหน่ง สัดส่วนที่แท้จริงเท่ากับ 6.24119

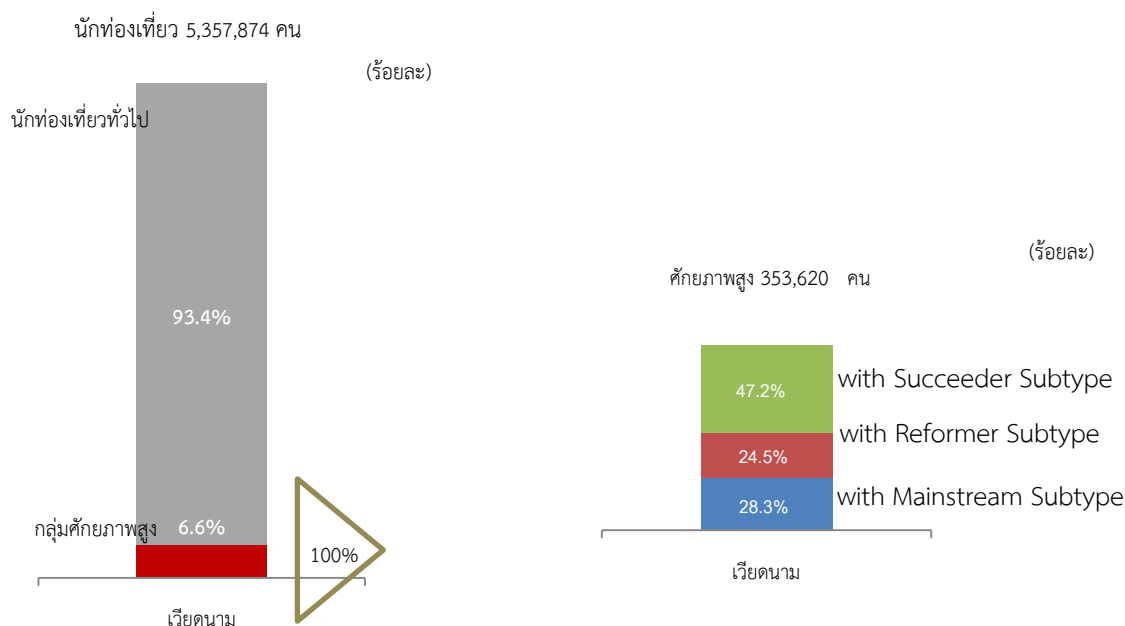
การประมาณการจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวเวียดนามซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 6.6 ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทั้งหมด หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 353,620 คน

การคัดกรองนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ออกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั่วไปในบทที่ผ่านมา พบคุณลักษณะเบื้องต้นที่แตกต่าง ได้แก่

1. ความเป็นผู้มีเศรษฐานะทางสังคมในระดับดี
2. นิยมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยเน้น “คุณภาพ” การเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป (โดยเฉพาะคุณภาพที่พัก)

ภายใต้หลักการที่เหมาะสม โดยใช้การวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” 4Cs Statements ของบริษัท Y&R มาเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม โดยการใช้สถิติประยุกต์เพื่อคัดกรองเฉพาะภายในนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” อีกครั้ง (Rerun EFA on high loading Attributes) สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวเวียดนาม (มีจำนวนจากการคำนวณ 353,620 ราย) ออกเป็น 3 กลุ่มย่อย ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มศักยภาพสูง



1. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeder Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 47.2 ของกลุ่มศักยภาพสูง จำนวนประมาณ 166,909 ราย
 - กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่อาศัยในเมือง Ho Chi Minh City จำนวนประมาณ 134,695 ราย Danang 6,888 ราย Vung Tau 4,164 ราย Hanoi 3,962 ราย และ Can Tho ประมาณ 1,948 ราย ตามลำดับ (ที่เหลือกระจายอยู่ตามหัวเมืองอื่นๆ)
2. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 24.5 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 86,637 ราย)
 - กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่อาศัยในเมือง HCMC จำนวนประมาณ 70,376 ราย Danang 3,599 ราย Vung Tau 2,176 ราย Hanoi 1,981 ราย และ Can Tho ประมาณ 974 ราย ตามลำดับ (ที่เหลือกระจายอยู่ตามหัวเมืองอื่นๆ)
3. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา”(Mainstream Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 28.3 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 100,074 ราย)
 - กลุ่มนี้ ส่วนใหญ่อาศัยในเมือง HCMC จำนวนประมาณ 83,355 ราย Danang 4,263 ราย Vung Tau 2,577 ราย Hanoi 1,981 ราย และ Can Tho ประมาณ 974 ราย ตามลำดับ (ที่เหลือกระจายอยู่ตามหัวเมืองอื่นๆ)

6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”

ดังที่กล่าวไว้ในบทที่ผ่านมา เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ว่าสามารถจำแนกได้เป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder) ไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer) และไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” ดังนั้นครั้งนี้จะเป็นการกล่าวถึงแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มย่อย

6.2.1 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย”

คนไทยวัยหนุ่มมีจำนวนประมาณ 166,909 ราย ส่วนใหญ่กระจายตัวอยู่เฉพาะในเมืองใหญ่ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้นถึงกลาง (อายุน้อยกว่า 45 ปี ร้อยละ 84.0) ที่มีความเชื่อมั่นในตนเอง มีพื้นฐานการศึกษาดี และมีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดีมาก (เศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางขึ้นไป ร้อยละ 96.0)

ด้วยความเชื่อมั่นในความสามารถของตนจึงกำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิตไว้ด้วยอนาคตที่มั่นคง เพื่อก้าวไปสู่ความสำเร็จจึงต้องทำงานหนัก แต่คนไทยวัยหนุ่มกลุ่มนี้ก็ไม่ลืมที่จะตอบแทนตนเองอยู่เสมอ อย่างน้อยก็ด้วยการกินดี อยู่ดี เป็นรางวัลชีวิต



จากข้อค้นพบของบริษัท Young & Rubicam (เจ้าของลิขสิทธิ์ 4Cs) ซึ่งได้ทำการศึกษา Cross Cultural Lifestyle

พบว่า กลุ่มไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็น “ความเชื่อมั่นต่อความสามารถในการควบคุม” (Control) ของตน โดยให้ความสำคัญสูงมากต่อปัจจัยรอบๆ ตัวดังต่อไปนี้

- ความพยายามในการควบคุมผู้อื่น

- โดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นทั่วไป
- มีรากฐานชีวิตที่มั่นคง
- นิยมให้รางวัลตัวเอง
- ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว
- มีการดูแลวิถีการดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
นำเสนอเฉพาะสินค้าและบริการชั้นดีเยี่ยม (Offer top quality product and service)	นำเสนอเหมือนทั่วไป ดูพื้นๆไม่มีรสนิยม ต้องชาญฉลาด และอย่างนุ่มนวลให้เกียรติ (Do not shout , Say it smartly & softly)
เติมแต่งอารมณ์ของสินค้าให้ดูหรูหราฟู่ฟ่า (Inject a sense of prestigious)	เน้นการขายแบบที่อูๆ ไม่มีแผนการ ไม่มีทางเลือก (Never Hard sale)
สร้างให้เกิดอารมณ์ของความอิสระ สงบ ไม่วุ่นวาย ซับซ้อน (Hassle-free , Peace of mind)	ดูซับซ้อนไม่จริงใจ (Do not be too complicated & process- maniac)
เน้นสินค้าที่เจาะจงเฉพาะกลุ่มพวกเขา อย่าเน้นการ ลดแลกแจกแถม และเล่นราคา (Exclusivity rather than discount or reward)	
แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ โดยคาดการณ์แผนการ ตอบโจทก์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงได้อย่าง ครบถ้วน (Be anticipated, Be professional)	

6.2.2 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”

การประมาณการในประเทศเวียดนาม นักท่องเที่ยวในกลุ่มศักยภาพสูงส่วนนี้ มีจำนวนประมาณ 86,637 ราย กลุ่มนี้อายุเฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มศักยภาพสูงที่เป็น “ผู้คว้าชัย” ที่กล่าวถึงมาก่อนแล้วอยู่บ้าง (อายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ร้อยละ 61.5) ส่วนใหญ่ก็กระจุกตัวอยู่เฉพาะในกรุงโฮจิมินห์ (HCMC) เป็นกลุ่มคนที่เติบโตทางความคิด มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี (สัดส่วนร้อยละ 69.2) หรือกล่าวได้ว่ามีฐานะทางสังคมที่ดี จึงกระหายการเรียนรู้ และการค้นหา มีรสนิยมการดำรงชีวิต และมองโลกด้วยความสุขสงบจากภายใน อารมณ์สุขุมเยือกเย็น และพินิจพิจารณา แสวงหามุมมองใหม่ให้กับตนเอง และสังคมรอบข้าง



ส่วนสำหรับกลุ่มผู้ปรับปรุง ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นแบบ “แสดงแก่นแท้แห่งตน” (Self Expression-Enlightenment) นั้น ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงจิตใจ เรียบง่าย มีความมั่นใจในตัวเอง แต่เปิดโลกทัศน์แบบกว้างขวาง พร้อมรับฟัง และอยากปรับปรุงให้ทุกๆ อย่างรอบตัวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น สามารถสรุปหลักคิดง่ายๆ ได้ ดังนี้

- มีความคิดเห็น
- ต้องการประสบการณ์ ที่ก่อให้เกิดปัญญา
- ความเป็นมืออาชีพแห่งตน
- สุนทรีย์นิยม
- ไม่ยึดติดอยู่กับกรอบ
- ชื่นชมธรรมชาติ
- ให้ความสำคัญกับแก่นแท้ภายในของทุกสิ่ง (มากกว่าพิจารณาเพียงเปลือกนอก)

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
นำเสนอสินค้าที่ดีจริง คุณภาพเหมาะสมกับข้อเสนอ (Real thing, not just good packaging and design)	หลอกลวง เดิมแต่่งสี่สันเกินจริง (Don't be tricky, Never cliché)
เป็นธรรม ตรงไปตรงมา (Social fairness)	กำหนดกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดเกินไป (Don't tell them what to do)
แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสรรพสิ่ง สังคม และสิ่งแวดล้อม (Care community and environment)	ขั้นตอนซับซ้อน วุ่นวาย (Don't provide too many instructions)
ทิ้งไว้ให้คิดเอง ตัดสินใจเอง แต่กระตุ้นให้เกิดความอยากรู้อยากเห็น อยากรได้ประสบการณ์ด้วยการตัดสินใจของเขาเอง (Provide personal space, provoke their curiosity)	เน้นการขายแบบที่อูๆ ไม่มีแผนการ ไม่มีทางเลือก (Do not Hard sale)

6.2.3 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา”

Mainstreamer คนธรรมดาในโลกธรรมดา มีประมาณ 100,074 ราย ซึ่งหากพิจารณาค้นหานักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ อาจสามารถจำแนกออกจากประชาชนชาวเวียดนามทั่วๆไปได้ยาก (หมายเหตุผู้วิจัย: สามารถค้นหาได้ตามเขตเทศบาลเมืองใหญ่ ต่างๆ) แต่ประเด็นที่แตกต่างก็คือคนกลุ่มนี้ดูธรรมดาแต่มีฐานะดี (สัดส่วนเศรษฐกิจฐานปานกลางขึ้นไป เท่ากับร้อยละ 86.7) ที่มีความเป็นอยู่แบบธรรมดา ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัวและทรัพย์สินเป็นสำคัญ มีการใช้จ่ายอย่างเหมาะสม แต่ก็ไม่ได้ตระหนักถึงเงินยวงเงินงาม หากพิจารณาเห็นว่าคุ้มค่า คนเวียดนามกลุ่มนี้ก็ยอมจ่ายเพื่อความสุขเช่นเดียวกลุ่มศักยภาพสูงกลุ่มอื่น

Mainstreamer

คนธรรมดาในโลกธรรมดา



Lifestyles

- Peaceful living among nature
- Search information before buying
- Seeking for new knowledge during free time
- Spend evening at home
- Regularly exercise to promote good health and good figure
- Watching TV at home during weekend

คนธรรมดาในโลกธรรมดาๆ เจ้าของค่านิยมด้าน “ความมั่นคงปลอดภัย” เป็นคนมีความสุข ผูกพันกับคนหมู่มาก คอยคำนึงถึงครอบครัวข้างเป็นส่วนใหญ่ โอนอ่อนผ่อนตามครอบครัวและคนรอบตัว มีกิจวัตรประจำวัน คล้ายเดิม รู้จักคุณค่าของเงิน มักจะมีความกลัวในเรื่องใหม่ๆ และไม่ตามกระแสนิยมที่หวือหวา จึงมักจะใช้สินค้าและบริการที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ โดยเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักดี คุ้มค่าสมราคา

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

ต้องทำ (Do's)	ห้ามทำ (Don'ts)
ประสบการณ์ทางโลก ก่อกำเนิดพื้นฐานในการดำรงชีวิต การใช้ตรรกธรรมดาสำหรับการดำรงชีวิตอันเป็นปัจจุบัน อาจช่วยเร่งเร้าการตัดสินใจในทิศทางที่เป็นบวก (Use “Slice of life”, or patterns of behavior that build confidence)	ไม่สร้างความตระหนก แปลกใจ ด้วยสิ่งเร้าที่เกินคาดหวัง (Do not surprise them)
เรียบง่าย แต่มั่นใจในการใช้ชีวิต ดังนั้นความจริงใจที่ไม่ซับซ้อนมักได้รับการตอบรับที่ดี (Simple but sure)	ไม่รุกเร้า หรือสร้างความรู้สึกที่ไม่คุ้นเคย ด้วยการเปลี่ยนแปลงแบบหน้ามือเป็นหลังมือ (Not radical)
คำแนะนำที่ง่ายๆ แต่ครบถ้วน ช่วยสร้างความมั่นใจในการเริ่มต้น (Complete guideline)	หลีกเลี่ยงการนำเสนอสิ่งแหวกแนวนอกเหนือสภาพสังคมที่เป็นอยู่ (Avoid being Rebellious & Highly progressive i.e. Nude / Homosexual)
เสนอสินค้าที่คุณภาพผ่านเกณฑ์มาตรฐาน ด้วยราคาที่เหมาะสม หมายถึงไม่ต้องราคาถูก แต่ก็ต้องไม่แพงจนรู้สึกว่าคุณเอาเปรียบ (Provide standard quality with value for money)	ไม่ใช้กลยุทธ์ดิฉันนินทา หรือเอาแต่ให้ร้ายผู้อื่น (Negative approach)
ความรู้สึกสุขใจ มาจากการใช้ชีวิตเหมาะสมกับทรัพยากรที่มี ความรู้สึกคุ้มค่ามาจากการใช้จ่ายที่ไม่แพง (Everyday low price)	

6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม“ศักยภาพสูง” ในแต่ละเมืองสำคัญของประเทศเวียดนามซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ มีความสำคัญต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์และการจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสมในสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป

จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกกลุ่มย่อยตามพื้นที่

6.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกตามรายเมืองใหญ่ของประเทศเวียดนาม

ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศเวียดนาม

	จำนวนประชากรเฉพาะในเขตเทศบาล ^๑	ประมาณการกลุ่มเป้าหมายที่อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง	สนามบิน ^๒ และจำนวนเที่ยวบินเฉลี่ยต่อสัปดาห์
Ho Chi Minh City	5,968,384	1,484,819	288,426	Intl. เฉลี่ย 3,122 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Hanoi	2,644,536	396,162	7,923	Intl. เฉลี่ย 807 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Danang	887,069	132,887	14,750	Intl. เฉลี่ย 238 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Can Tho	783,122	194,826	3,897	Intl. เฉลี่ย 112 เที่ยวบิน/สัปดาห์
Vung Tau	322,873	80,325	8,916	Dom. จำนวนเที่ยวบิน n/a

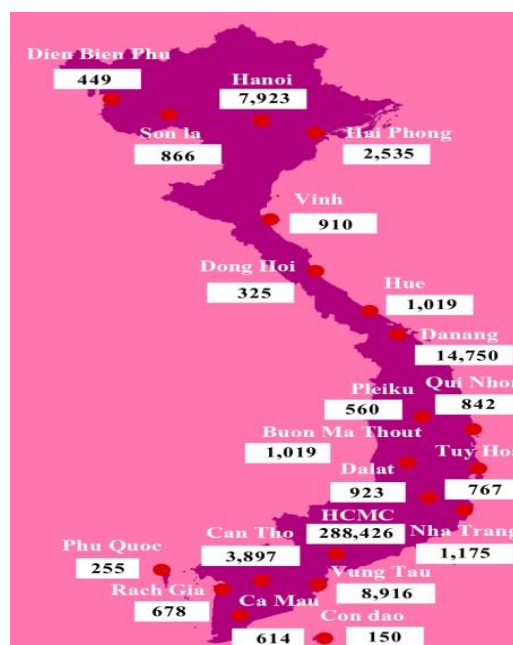
^๑ ประมาณการจำนวนประชากรในเขตเมืองปี 2009 Source: Thong ke dan so 2009

^๒ http://en.wikipedia.org/wiki/List_of_airports_in_Vietnam

Intl. International Airport

Dom. Domestic Airport

ประเทศเวียดนามมีจำนวนนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงเป็นจำนวนไม่มากนัก และส่วนใหญ่ก็กระจายตัวอยู่เฉพาะในพื้นที่เมืองใหญ่ ซึ่งเป็นเมืองหลักทางด้านเศรษฐกิจอัน ได้แก่ Ho Chi Minh City (HCMC), Hanoi, Danang, Can Tho และเมืองตากอากาศเล็กๆ ไม่ไกลจาก HCMC ได้แก่ Vung Tau



บทที่ 7 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม

7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆในภูมิภาคอาเซียนด้วยกันแล้ว ประเทศเวียดนามยังนับว่ามีนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อย คือมีเพียงร้อยละ 6.6 เท่านั้น (แม้สัดส่วนนี้จะสูงกว่าประเทศ CLMV อื่นๆ ก็ตาม)

นอกจากนี้ ผลการสำรวจยังพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามมีการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางเฉลี่ยแล้วค่อนข้างต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมของประเทศอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ ในทุกหมวดไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก (6,638 บาทต่อทริป) มูลค่าการช้อปปิ้ง (11,187 บาทต่อทริป) อาหารเครื่องดื่ม (5,130 บาทต่อทริป) และค่าใช้จ่ายด้านสันทนาการและบันเทิง (5,380 บาทต่อทริป) ทั้งนี้ ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากความนิยมเดินทางท่องเที่ยวในลักษณะกรุ๊ปทัวร์ ซึ่งจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) ที่เวียดนาม ได้ข้อมูลตรงกันว่า การซื้อแพคเกจทัวร์สำหรับการเดินทางต่างประเทศถือเป็นเรื่องปกติธรรมดา และราคาแพคเกจก็ถูกมากเมื่อเทียบกับการจองตัวเดินทางไปเอง

ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม (ซึ่งนิยมเลือกแผนการเดินทางด้วยตนเองมากกว่าเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์) มีค่าเฉลี่ยการใช้จ่ายเงินระหว่างการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปถึงประมาณเกือบ 3 เท่า โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในหมวดการช้อปปิ้ง และที่พัก (20,027 บาท และ 19,636 บาท ตามลำดับ)

ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม และเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง

	ภาพรวม	นักท่องเที่ยวทั่วไป	นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก	6,638	4,816	19,636
ค่าใช้จ่ายสำหรับการช้อปปิ้ง	11,187	10,627	20,027
อาหารและเครื่องดื่ม	5,130	4,359	15,257
ค่าใช้จ่ายด้านสันทนาการและบันเทิง	5,380	5,124	9,086
รวมทั้งหมด (เฉพาะหมวดที่ระบุ)	28,336	24,926	64,005

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาเปรียบเทียบกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ซึ่งพบว่า เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ วัยทำงานตอนต้น (อายุ 25-34 ปี) มีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 51 กับนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป (Mass) ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวเวียดนามวัยกลางคนอายุ 35-45 ปี และร้อยละ 70 เป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง พบว่าสองกลุ่มนี้มีความแตกต่างในด้านทัศนคติ อุปนิสัย การดำรงวิถีชีวิต และไลฟ์สไตล์อยู่พอสมควร กล่าวคือกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงจะมีลักษณะของปัญญาชน หัวก้าวหน้า ต้องการการยอมรับในสังคม ต้องการได้รับความชื่นชมนับถือในตัวตนที่แท้จริง และความสามารถของตนมากกว่าที่จะเป็นการยอมรับเนื่องด้วยฐานะทางการเงิน ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปค่อนข้างมีทัศนคติที่ยึดถือประเพณีระเบียบแบบแผนของคนเวียดนามรุ่นเก่า ที่มีแนวคิดรักชาติ หรือชาตินิยมรุนแรง ความแตกต่างนี้ส่งผลโดยตรงถึงไลฟ์สไตล์ในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งต้องใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสมเฉพาะกลุ่ม

นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวเวียดนาม ที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีพื้นฐานที่ดีทั้งด้านการศึกษาและเศรษฐกิจ-ฐานะ มีทัศนคติที่พร้อมรับข่าวสารการเปลี่ยนแปลง หรือแนวคิดใหม่ๆ ภายใต้การแข่งขันของผู้เล่น (Players) ในอุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึง “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ดังนั้นพื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์จึงจำเป็นต้องนำข้อมูลสรุปรวบยอดที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ (รวมถึงการศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน) มาเป็นฐานในการสร้างกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับ “แรงจูงใจ” และ “ความต้องการ” ที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

7.1.1 บทสรุป ทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามต่อประเทศไทย

Positivity Towards Thailand

- Interesting tourist activities
- Hospitality of local people
- Good place for golfing, diving and nightlife

ทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ
- คนท้องถิ่นมีน้ำใจ และเป็นมิตร
- มีแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับกิจกรรมการเล่นกอล์ฟ และดำน้ำ
- กิจกรรมบันเทิงยามราตรี แสงสียามค่ำคืน

Negativity Towards Thailand

- Not perceived as Luxury destination
- Mass traveled with group tour. Package tour to Thailand is very cheap. Spending was low.

ทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ประเทศไทยยังไม่จัดว่าเป็นเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวที่หรูหรา (Luxury destination)
- นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามจำนวนมากเดินทางมาเที่ยวประเทศไทยในลักษณะกรุ๊ปทัวร์ที่แพคเกจทัวร์มีราคาถูกมาก จึงยากต่อการที่ประเทศไทยจะสร้างภาพลักษณ์ของความเป็นแหล่งท่องเที่ยวชั้นหรูหรา

7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์

7.2.1 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา* สำหรับการสร้างแผนกลยุทธ์

นอกเหนือจากข้อค้นพบ และผลสรุปจากการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมดนั้น การจัดเตรียม แผนกลยุทธ์ ยังต้องการข้อมูลประกอบ ซึ่งเป็นชุดข้อมูลที่ผ่านมาการคิด ไตร่ตรอง และเติมแต่งด้วยประสบการณ์ ทั้งด้วยการเรียนรู้จากผลการศึกษาอื่นๆ หรือจากประสบการณ์ทางตรง ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศยังไม่บ่อยครั้งนัก (Infrequent travel)
- การเที่ยวชมสถานที่ ชมวิวทิวทัศน์ (Sightseeing) การช้อปปิ้ง การได้ลิ้มลองรสชาติอาหารพื้นเมือง (โดยเฉพาะผลไม้ของไทย) เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามส่วนใหญ่ชื่นชอบ แต่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง พวกเขามีแนวโน้มที่จะมองหากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวในต่างจังหวัด สปา ล่องเรือ (cruise) ตรวจสอบสุขภาพ และจัดงานแต่งงานหรือฮันนีมูน ในสัดส่วนที่มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป
- นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่นิยมเดินทางช่วงปลายปี และจะมองหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีอากาศเย็นสบาย

- คำแนะนำจากผู้มีประสบการณ์เดินทางตรง เช่น เพื่อน หรือญาติ มีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว นอกจากนี้ การให้บริการและคำแนะนำจากพนักงานของบริษัทตัวแทนท่องเที่ยว ก็มีสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม ความสำคัญของการให้บริการนี้ยังครอบคลุมไปถึงการต้อนรับ ดูแลและให้บริการนักท่องเที่ยวโดยบริษัททัวร์ปลายทางในประเทศเป้าหมาย
- ในขณะที่ประเทศไทยเป็นเป้าหมายการเดินทางอันดับ 1 ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มทั่วไป (Mass) ประเทศสิงคโปร์ และประเทศจีนกลับเป็นเป้าหมายลำดับต้นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง
- ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียเป็นทางเลือกเป้าหมายสำหรับนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่ต้องการเดินทางมาเพื่อตรวจสุขภาพ หรือเข้ารับการรักษาโดยผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์
- นอกจากการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์แล้ว ชาวเวียดนามที่มีฐานะดี ยังนิยมส่งบุตรหลานไปศึกษาเล่าเรียนในต่างประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเดียวกัน เนื่องจากเชื่อว่าบุตรหลานจะได้รับการศึกษาและประสบการณ์ที่ดีกว่า



* ข้อมูลประกอบบางส่วน เป็นความเห็นร่วมกันของคณะที่ปรึกษา

7.2.2 เป้าหมายกลยุทธ์ในภาพรวม

ในการวางกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม นอกจากใช้ข้อมูลต่างๆ ประกอบการพิจารณาแล้ว ยังต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ (Goals Achievement) ไว้เพื่อให้แผนดำเนินการในรายละเอียดมีความสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Focus) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- ส่งเสริมประเทศไทยให้เป็นตัวเลือกอันดับแรกของการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ สำหรับชาวเวียดนาม โดยเน้นความโดดเด่นของการเป็น “สวรรค์สำหรับนักช้อปปิ้ง” “ทัศนียภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม น่าตื่นตาตื่นใจ” “ความหลากหลายทางวัฒนธรรม” “สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัย หรรษา” และ “ความเป็นเลิศในด้านการบริการ”
- สื่อสารประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ ความหรรษา ทันสมัย มาตรฐานชั้นนำระดับโลก ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม/ที่พัก, สปา, โรงพยาบาล หรือสถาบันการศึกษา เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนามให้ความสนใจกับบริการเหนือระดับ สิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัย อาทิ การให้บริการด้านการแพทย์ หรือการส่งบุตรหลานมาเล่าเรียนในต่างประเทศ
- บริษัทนำเที่ยวในประเทศเวียดนามยังคงมีบทบาทสำคัญในการนำกรุ๊ปนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มทั่วไปมาเที่ยวในประเทศไทย และมีบทบาทในการให้คำแนะนำ เสนอแนะแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มศักยภาพ ดังนั้น ในการวางกลยุทธ์ทางการตลาดจึงมีอาจมองข้ามตัวแทนบริษัทนำเที่ยวเหล่านี้ไม่ได้

7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

จากข้อมูลผลการวิจัย บริษัทที่ปรึกษา ได้นำเสนอกรอบหลักการกำหนดกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง) ออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่

IDEA#1: Touch the Thai with Distinction

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

กลยุทธ์ที่ 1 ดำเนินแผนงานเพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่สะท้อนทั้งความเหนือชั้นด้านการดูแลสุขภาพ และส่งเสริมสัมพันธ์ภาพผ่านความเป็นไทย (Thainess) ด้วยความพิถีพิถัน และมาตรฐานคุณภาพการบริการระดับ 6 ดาวอย่างให้เกียรติและเป็นธรรม เจาะจงไปที่ นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง โดยเฉพาะกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) ชาวเวียดนาม ซึ่งมีวิถีคิดและอารมณ์ที่เติบโต แต่ก็ยังต้องการแสวงหาความอบอุ่นจาก “น้ำมิตร” เป็นพลังขับเคลื่อนชีวิตให้ก้าวหน้าสู่ระดับต่อไป

IDEA 1

Background:

Thailand seems to be an interesting travelling destination to a lot of Vietnamese travelers as it is rich in culture and hospitality of local people. Capability to sustain health and wellness in both modern approach and traditional holistic way

Insight:

Most Vietnamese people are looking for expertized and friendliness medical space for both checking or pampering them to have better health

Solution:

To promote Thai culture along with high-class medical facility

A trip with health check up routine and time to pampering their mind such as:

- Special program in Chiva-Som and Sripinwa
- Phuket Bangkok Hospital Retreat program
- Phayathai Hospital and Bamrungrad total-health package



IDEA: Touch the Thai with Distinction

Classified & Confidential © 2013 Energy Division of WPP's Young & Rubicam Brands. All Rights Reserved

IDEA #2: “Feel the Extraordinary, Sense the Prestige”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

กลยุทธ์ที่ 2 ดำเนินแผนงานเพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ และมีโอกาสสัมผัสกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวระดับคุณภาพในพื้นที่ต่างๆ ของประเทศไทย ที่มาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกที่หรูหรา ในมาตรฐานชั้นเลิศระดับ 5-6 ดาว ซึ่งเป็นการเน้นแนวทางตอบสนอง “อารมณ์ขั้นสุดยอด” ให้แก่กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented) ที่ต้องการยืนยัน “ชัยชนะ” แห่ตนให้สังคมทั้งโลกได้ตระหนักทราบ

IDEA 2

Background:

Vietnamese travelers don't perceive Thailand as a luxurious destination

Insight:

They go to other countries when they look for a luxurious trip

Solution:

To let them know that Thailand also has international-standard luxurious activities and destinations such as:

- Luxurious shopping place with both local and international Brandname products
- Hi-end 6 stars hotels and world class restaurants



IDEA: “Feel the Extraordinary, Sense the Prestige”

Classified & Confidential © 2013 Energy Division of WPP's Young & Rubicam Brands. All Rights Reserved

IDEA#3: “Joy of the Thai within Reach”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream)

กลยุทธ์ที่ 3 ดำเนินแผนงานเพื่อสร้างการรับรู้ว่าประเทศไทยสามารถตอบโจทย์ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับรูปแบบการใช้ชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ที่หลากหลายจากการรวมตัวของผู้คนที่มีวัฒนธรรมที่แตกต่างกันไม่ว่าจะเป็นความเป็นอยู่ อาหารการกิน กิจกรรมความบันเทิงรูปแบบต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้ตลอดทั้งวันและคืน เปิดโลกทัศน์ใหม่ให้กับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวเวียดนาม ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream) ที่จะไม่ธรรมดาอีกต่อไป

IDEA 3

Background:

While there is a large group of affluent travelers, the majority of Vietnamese travelers are 25-35 year old first jobbers/white collar with fixed income.

Insight:

This group of people enjoy value-for-money trip but also look for something that they can take a picture and show their friends and family in Vietnam.

Solution:

To let them know that Thailand is the best choice when it comes to “good stuff at a affordable cost” spending by introducing them with “good stuff at a reasonable price” & “fun activities” such as:

- Shopping places like MBK or Central Festival in Chiangmai
- Songkran in Khonkaen
- Variety of local style-chinese food in Yaowarad
- Dinner on boat on Chaophraya river



IDEA: “Joy of the Thai within Reach”

แผนการดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ (Implementation Plan)

กลยุทธ์ที่ 1 Touch the Thai with Distinction

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิธีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษาฯ ขอเสนอแผนการดำเนินการ 1 แนวทาง เพื่อสร้างหรือเพิ่มระดับการรับรู้ในความเหนือชั้นของพัฒนาการด้านการแพทย์ของไทย ทั้งแบบองค์รวม และแบบสมัยใหม่ พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกหรูหราที่มาพร้อมมาตรฐานชั้นเลิศ แต่ละแผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ#1 Holistic Healthcare & Travel

หลักการ	แสดงศักยภาพและความเหนือชั้นทางการถนอม ดูแลและบำรุงรักษาสุขภาพ ด้วยวิธีองค์รวม ผสมผสานอย่างลงตัวกับการแพทย์สมัยใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่าง เด่นล้ำเหนือใคร (Health-Wellness Medical and dental tourism should be promoted throughout all classes to instill TOM whenever they need such services) - ข้อมูลจากการศึกษา พบว่า หนึ่งในกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม โดยเฉพาะกลุ่มผู้ปรับปรุง ชื่นชอบ และนิยมระหว่างการเดินทาง อย่างแตกต่างกับนักท่องเที่ยวทั่วไป ได้แก่ การดูแลสุขภาพแบบองค์รวม และสปา (กลุ่มศักยภาพสูงเวียดนาม ร้อยละ 29.5 นักท่องเที่ยวทั่วไป ร้อยละ 13.9)
กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนามมีไลฟ์สไตล์และวิธีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (86,637 ราย) เป้าหมายรอง: กลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ
ช่วงเวลา	ม.ค.-ธ.ค. 2557
ดำเนินการ	

ขั้นตอน

1. แสวงหาพันธมิตรระดับสูงในพื้นที่เป้าหมายของไทย (เช่น ชีวาศรม กลุ่มโรงพยาบาล เอกชนชั้นนำ ศรีพันวา) และบริษัททัวร์ระดับสูง ราคาแพง จัดเฉพาะผู้มีเศรษฐฐานะดีมากของเวียดนาม (รายได้ควรเกิน \$50,000 ต่อปีขึ้นไป)
2. จัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อจัดโปรแกรมการดูแล บำรุง หรือรักษาสุขภาพ ให้สามารถตอบสนองความต้องการได้หลากหลาย
3. ให้ข้อมูลที่แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ และกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบโจทยความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงของลูกค้ากลุ่มพิเศษนี้ได้อย่างครบถ้วน โดยแสดงรายละเอียด และรูปแบบ ที่ทำให้ผู้รับข่าวสารรับรู้ถึง “คุณภาพ พร้อมระดับของความหรูหราที่เลือกได้” อย่างเป็นธรรมชาติ
4. เนื้อหาต้องสอดคล้องสาระที่แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม
5. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มระดับบน ที่เหมาะสม โดยเฉพาะผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ของบริษัททัวร์ระดับบนเป็นหลัก ข่าวสังคมออนไลน์ หรือนิตยสารท่องเที่ยว
6. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน แล้วนำไปปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้น จากการให้บริการของกลุ่มเป้าหมายที่แสดงเจตจำนงเข้าร่วมโปรแกรม ในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 2. “Feel the Extraordinary, Sense the Prestige”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษา ขอเสนอแผนการดำเนินการ 1 แนวทาง เพื่อสร้างหรือเพิ่มระดับการรับรู้ในความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวชั้นนำ และกิจกรรมในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ ของประเทศไทย โดยเฉพาะแหล่งช้อปปิ้งระดับโลก กลางเมืองใหญ่ ที่มีความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นสูง ครบครัน โดยแผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ #2 Shopper's Paradise

หลักการ	เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและกำลังซื้อ ได้สัมผัสสินค้า ทั้งแบรนด์ชั้นนำระดับโลก และแบรนด์ไทยชั้นนำ ในห้างสรรพสินค้าหรูใจกลางเมืองใหญ่ (Promote Thailand as a Shoppers' heaven for luxury goods and local brands) - ข้อมูลจากการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์ของประเทศไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้คว้าชัย” ในด้าน “แหล่งช้อปปิ้งชั้นนำ” (Value Shopping) มีสัดส่วนสูงมาก (ร้อยละ 32.0) เมื่อเปรียบเทียบกับความเห็นในประเด็นเดียวกันของกลุ่มอื่น (นักท่องเที่ยวทั่วไป ร้อยละ 20.7 กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้ปรับปรุง” ร้อยละ 23.1 และกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” ร้อยละ 26.7)
---------	--

กลุ่มเป้าหมาย	เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้คว้าชัย” (166,909 ราย) เป้าหมายรอง: กลุ่มศักยภาพสูงอื่น
---------------	---

ช่วงเวลา	ม.ค.-ธ.ค. 2557
----------	----------------

ดำเนินการ

ขั้นตอน	1. แสวงหาพันธมิตร ที่เป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำขนาดใหญ่ เช่น กลุ่มเดอะมอลล์ หรือเซ็นทรัลพัฒนา โดยเน้นตกลงพิเศษเรื่องการจัดโปรแกรมต้อนรับ อย่างหรูหรา เน้นถึงความตั้งใจในการ “ให้เกียรติยศ” สูงสุดแก่ผู้มาเยือน (โครงสร้างราคา และอัตราส่วนลด หรืออัตรา Redemption program ใดๆ ไม่เปิดเผยสู่กลุ่มเป้าหมาย) 2. แสวงหาพันธมิตร ที่เป็นเจ้าของสินค้า หรือเป็นตัวแทนขาย สินค้าแบรนด์เนม หรือสินค้าไทย ชั้นคุณภาพระดับเลิศ โดยห้ามเน้นการลดแลกแจกแถม หรือใช้กลยุทธ์ด้านราคา 3. ให้ข้อมูลสินค้า โดยเติมแต่งอารมณ์ของสินค้าให้ดูหรูหราฟู่ฟ่า เน้นสินค้าที่เจาะจงเฉพาะกลุ่ม เน้นเฉพาะสินค้าไทย ที่มีคุณภาพระดับสูง และมีราคาแพง
---------	--

4. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารระดับบน ที่เหมาะสมต่อกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม โดยเฉพาะผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ของผู้ประกอบการบัตรเครดิตระดับประเทศ ข่าวสังคมออนไลน์ หรือนิตยสารท่องเที่ยว
5. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตร ต่อเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 3. “Joy of the Thai within Reach”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream)

ภายใต้กลยุทธ์นี้ บริษัทที่ปรึกษาฯ ขอเสนอแผนการดำเนินการ ใน 2 แนวทางเพื่อให้เกิดการรับรู้ในประเทศไทยมีกิจกรรม และวิถีการดำเนินชีวิตที่มีความหลากหลาย และโดดเด่น ครอบคลุมความต้องการในการพักผ่อน และเพิ่มความสวยงามให้กับประสบการณ์แห่งชีวิต แผนการดำเนินการมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

แผนดำเนินการ #3 Joyful Festivities & Thai Rich Culture

- หลักการ** ส่งเสริมภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวที่เต็มไปด้วยความหลากหลายทางวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี ซึ่งสะท้อนออกมาในรูปแบบของงานเทศกาลสำคัญๆ ของไทย เช่น เทศกาลวันสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง เทศกาลคล้องช้างที่จังหวัดสุรินทร์ เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง
- (Promote key festivals e.g. Songkran, Loy Krathong, Chang festival and other cultural events) to draw in more affluence travelers.
- การสำรวจข้อมูลยืนยันว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนามสนใจกิจกรรมรื่นเริงที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มทั่วไปอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream Subtype)” ด้วยแล้ว ให้ความสนใจในกิจกรรมสันทนาการ สูงกว่ากลุ่มอื่นๆ มาก (สัดส่วนความสนใจกิจกรรมสันทนาการในกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” เท่ากับ ร้อยละ 86.7 เปรียบเทียบกับกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Subtype) ที่ร้อยละ 76.0) หรือกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบผู้ปรับปรุง ที่ร้อยละ 53.8 หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป (Mass) ที่ร้อยละ 79.2)

กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายหลัก: นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คน

ธรรมดาในโลกธรรมดา” (100,074 ราย)

เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ

ช่วงเวลา

เมษายน-พฤศจิกายน 2557

ดำเนินการ

ขั้นตอน

1. แสวงหาผู้ประกอบการพันธมิตรในประเทศ ในพื้นที่เทศบาล โดยเฉพาะเทศบาลสงกรานต์ เทศบาลแห่เทียนพรรษา และเทศบาลลอยกระทง ที่มีการจัดกิจกรรมสำหรับนักท่องเที่ยว โดยคัดเลือกนักท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เปิดใจรับนักท่องเที่ยวอาเซียนด้วยกัน ด้วยความจริงจัง รวมถึงจัดหาที่พักชั้นเยี่ยมที่อยู่ไม่ไกล และมีแหล่งช้อปปิ้ง หรือกิจกรรมอื่นๆ ที่น่าสนใจในบริเวณใกล้เคียง
2. ให้ข้อมูลที่แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ โดยคาดการณ์แผนการตอบโต้ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงได้อย่างครบถ้วน และที่สำคัญที่สุดต้องเน้นความเป็นธรรมชาติตรงไปตรงมา
3. เนื้อหาต้องสอดคล้องสาระที่แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม
4. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารด้านบน ที่เหมาะสม โดยเฉพาะต่อกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนาม ได้แก่ สังคมออนไลน์ และนิตยสารท่องเที่ยว
5. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล

รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ
ต่อต้นทุนทั้งหมด

แผนดำเนินการ #4 Fascinating Northern and provincial travel

หลักการ เพิ่มทางเลือกในการศึกษาชนบทธรรมชาติและวิถีชีวิตของอารยธรรมที่แตกต่างกัน ในดินแดนแหล่งช้อปปิ้ง และเมืองแห่งสันติภาพ (Promote heavily on offering of cultural and provincial travel to High Value (Eco tourism, way of life and scenery) by promote Northern region as a year-end get away – cool weather and nature offerings as key thrust.)

กลุ่มเป้าหมาย **เป้าหมายหลัก:** นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีชีวิตแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (100,074 ราย)
เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวเวียดนามกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ

ช่วงเวลาดำเนินการ ช่วงฤดูหนาวของประเทศไทย ได้แก่ เดือนพฤศจิกายน-มกราคม 2557

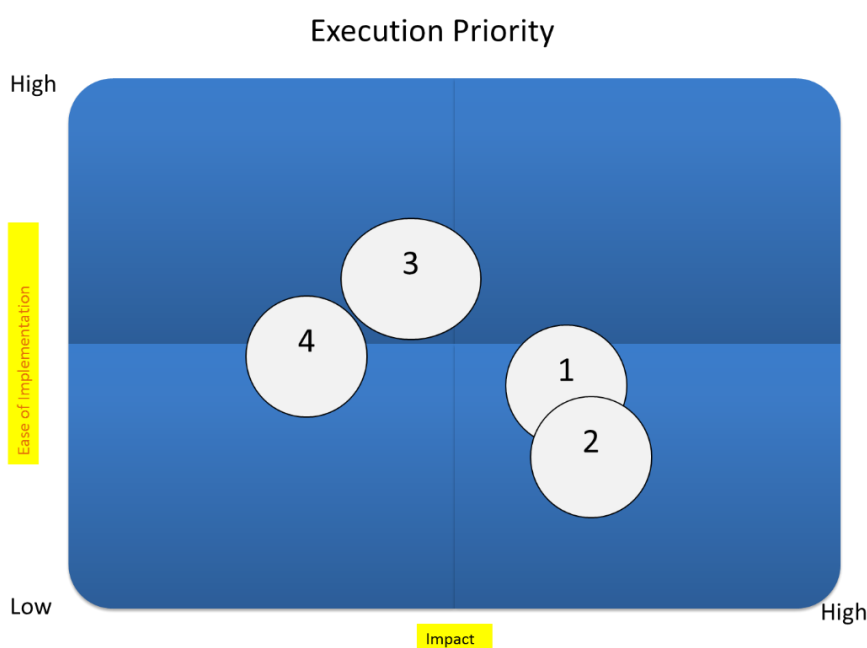
- ขั้นตอน**
1. นำเสนอข้อมูลนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ต่อสายการบินต้นทุนต่ำต่างๆ เพื่อเพิ่มจำนวนเส้นทางบินตรงจากฮานอย หรือโฮจิมินห์ สู่เชียงใหม่มากขึ้น
 2. แสวงหาพันธมิตรในประเทศ เพื่อร่วมโครงการ โดยเฉพาะแหล่งช้อปปิ้ง และที่พัก
 3. จัดรายการโปรโมชั่น ผ่านบริษัทนำเที่ยว บริษัททัวร์พันธมิตร เพื่อสนับสนุนการจัดโปรแกรมเกรด A ร่วมกับสายการบินต้นทุนต่ำ
 4. แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน แล้วนำไปปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

ในการจำแนก ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในประเทศเวียดนาม (จำนวน 4 แผน) สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบใน 2 มิติ ได้แก่ ความยากง่ายในการปฏิบัติ (Ease of Implementation - ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) กับผลสำเร็จที่จับต้องได้ต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด (Impact - ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) สามารถแสดงได้ตามแผนภูมิภาพด้านล่าง

- | | |
|-----------|--|
| หมายเลข 1 | แผนดำเนินการ #1 Holistic Healthcare & Travel |
| หมายเลข 2 | แผนดำเนินการ #2 Shopper's Paradise |
| หมายเลข 3 | แผนดำเนินการ #3 Joyful Festivities & Thai Rich Culture |
| หมายเลข 4 | แผนดำเนินการ #4 Fascinating Northern and provincial travel |



แนวทางดังกล่าว แสดงได้ชัดเจนว่าการพิจารณาเลือกแผนดำเนินการ ขึ้นอยู่ความยากง่ายของขั้นตอนดำเนินการประเด็นหนึ่ง (Ease of Implementation) กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่จับต้องได้ภายหลังการดำเนินแผนงานอีกประเด็นหนึ่ง (Impact) การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญจึงขึ้นอยู่กับ “การจัดสรร” ทรัพยากรที่มีอยู่กับปริมาณผลคาดหวังที่จะต้องได้เป็นสำคัญ

เห็นได้ชัดแจ้งว่ากิจกรรม #1 Holistic Healthcare & Travel และ #2 Shopper's Paradise มีปริมาณผลคาดหวังที่จะได้สูงมาก หากสามารถดำเนินการจนสำเร็จ แต่การดำเนินการก็ไม่ง่าย เนื่องจากต้องประสานงานและติดต่อผู้เกี่ยวข้องที่อาจมีเงื่อนไข และการต่อรองที่ซับซ้อน

ขณะที่กิจกรรม #3 Joyful Festivities & Thai Rich Culture และ #4 Fascinating Northern and provincial travel มีการดำเนินการที่ไม่ยาก เห็นได้ว่าหากสามารถทำความตกลงกับบริษัททัวร์พันธมิตรให้เห็นด้วยในหลักการได้แล้ว กระบวนการขั้นตอนอื่นๆ ก็ (อาจ) สามารถที่จะเคลื่อนไหวได้โดยไม่ซับซ้อน เท่ากับสองโครงการแรก อย่างไรก็ตามปริมาณผลคาดหวังที่จะได้ก็ไม่สูงมาก เพราะเป็นเพียงโปรแกรมที่จัดขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่า แต่ไม่ได้สร้างภาพลักษณ์ที่ขยับสูงขึ้นให้ประเทศไทยมากนัก

ตารางที่ 1 ร้อยละจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศโดยพักค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	จำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา			
		1-2 ครั้ง	3-4 ครั้ง	5 ครั้ง/ปีละครั้ง	6 ครั้ง/มากกว่าปีละ 1 ครั้ง
ภาพรวม	100.0	77.6	15.5	3.8	3.1
เพศ					
ชาย	100.0	78.7	15.3	2.8	3.2
หญิง	100.0	77.1	15.6	4.3	3.0
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	81.5	10.8	2.3	5.4
25 – 34 ปี	100.0	76.8	17.3	3.6	2.3
35 – 44 ปี	100.0	79.7	14.6	3.1	2.6
45 – 54 ปี	100.0	72.0	17.6	5.6	4.8
55 – 64 ปี	100.0	77.4	15.1	7.5	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	87.2	9.5	2.0	1.4
\$10,000 - \$19,999	100.0	77.1	18.0	3.3	1.6
\$20,000 - \$49,999	100.0	59.0	23.1	9.0	9.0
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	63.6	-	9.1	27.3
อาชีพ					
ผู้เชี่ยวชาญ	100.0	73.6	21.6	3.2	1.6
ด้านการบริหารและการจัดการ	100.0	81.3	13.8	1.6	3.3
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	100.0	76.0	16.1	3.9	3.9
แรงงานและเกษตรกร	100.0	77.8	15.1	4.0	3.2
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	-	-
แม่บ้าน	100.0	74.2	14.6	7.9	3.4
นักเรียน	100.0	85.5	7.2	4.3	2.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	85.7	14.3	-	-
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	100.0	78.8	15.0	3.7	2.5
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	60.4	22.6	5.7	11.3

ตารางที่ 2 ร้อยละประเภทของการจัดการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว			
		เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/แพ็คเกจทัวร์	จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเองหรือเพื่อน	เดินทางไปด้วยตัวเอง แต่อาจซื้อตั๋วเดินทาง/กิจกรรมจากบริษัทบ้าง	เดินทางไปกับทัวร์ส่วนบุคคล/ทัวร์จัดเฉพาะกลุ่ม
ภาพรวม	100.0	54.5	40.8	4.6	0.1
เพศ					
ชาย	100.0	40.2	52.2	-	7.6
หญิง	100.0	41.1	55.5	0.2	3.2
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	50.0	47.7	-	2.3
25 – 34 ปี	100.0	37.9	56.5	-	5.6
35 – 44 ปี	100.0	33.3	62.5	0.5	3.6
45 – 54 ปี	100.0	47.2	45.6	-	7.2
55 – 64 ปี	100.0	49.1	49.1	-	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	100.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	100.0	35.5	61.1	-	3.4
\$10,000 - \$19,999	100.0	41.7	54.8	0.3	3.3
\$20,000 - \$49,999	100.0	47.0	41.8	-	11.2
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	81.8	18.2	-	-
อาชีพ					
ผู้เชี่ยวชาญ	100.0	30.4	62.4	-	7.2
ด้านการบริหารและการจัดการ	100.0	24.4	71.5	-	4.1
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	100.0	45.7	49.2	-	5.1
แรงงานและเกษตรกร	100.0	50.0	45.2	-	4.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	-	-
แม่บ้าน	100.0	38.2	58.4	1.1	2.2
นักเรียน	100.0	53.6	44.9	-	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	52.4	42.9	-	4.8
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	100.0	39.2	57.5	-	3.3
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	64.2	11.3	1.9	22.6

ตารางที่ 2.1 ร้อยละ การเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามประเภทการจัดการการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทการจัดการการท่องเที่ยว	
	จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเอง หรือเพื่อน	เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/ แพ็คเกจทัวร์
เพศ		
ชาย	32.4	29.5
หญิง	67.6	70.5
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	18.5	14.1
20-24 ปี	36.2	39.2
25-29 ปี	19.3	27.4
30-34 ปี	18.5	12.9
35-39 ปี	7.4	5.9
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	-	0.5
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	31.3	41.0
\$10,000 - \$19,999	45.0	45.8
\$20,000 - \$49,999	21.3	12.7
\$50,000 ขึ้นไป	2.5	0.5
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	12.8	17.7
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	9.5	20.0
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	34.1	28.3
แรงงานและเกษตรกร	19.9	12.9
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	0.3	-
แม่บ้าน	9.8	12.0
นักเรียน	10.4	7.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	3.3	2.0
รวม	100.0	100.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	87.5	98.4
กลุ่มศักยภาพสูง	12.5	1.6
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 3 ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
เพศ												
ชาย	34.5	25.3	19.3	11.2	12.4	14.9	12.0	8.0	7.6	6.0	6.8	4.4
หญิง	38.3	22.0	23.4	14.0	12.3	8.1	8.1	7.7	6.8	5.2	4.7	4.7
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	35.4	23.1	23.1	11.5	10.0	12.3	10.8	7.7	7.7	4.6	5.4	4.6
25 – 34 ปี	36.6	20.9	23.9	14.7	16.7	10.8	7.8	8.8	8.5	5.6	4.9	4.6
35 – 44 ปี	41.7	29.7	18.2	9.9	9.4	7.8	10.4	5.2	5.2	5.7	4.2	2.6
45 – 54 ปี	35.2	19.2	24.0	13.6	8.8	12.0	8.8	9.6	7.2	7.2	8.8	6.4
55 – 64 ปี	32.1	18.9	18.9	17.0	13.2	3.8	11.3	7.5	3.8	1.9	3.8	7.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	38.5	24.0	22.6	13.5	12.2	8.4	6.1	8.1	5.7	4.7	3.7	4.4
\$10,000 – \$19,999	38.1	21.5	21.0	12.0	11.7	8.7	10.6	8.2	6.8	5.4	6.3	2.7
\$20,000 – \$49,999	32.8	24.6	25.4	15.7	14.9	17.2	13.4	6.7	9.7	6.7	6.0	9.0
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	27.3	9.1	9.1	9.1	18.2	-	-	18.2	9.1	9.1	18.2
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	38.4	26.4	19.2	12.8	19.2	5.6	4.8	11.2	5.6	2.4	4.8	3.2
ด้านการบริหารและการจัดการ	44.7	26.0	25.2	17.1	12.2	7.3	8.9	7.3	7.3	5.7	1.6	1.6
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	39.0	19.7	27.2	10.6	12.2	9.4	9.8	7.9	6.3	5.9	5.5	6.3
แรงงานและเกษตรกร	29.4	20.6	16.7	14.3	8.7	19.8	16.7	7.1	11.1	7.1	10.3	5.6

ตารางที่ 3 (ต่อ) ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี											
	ม.ค.	ก.พ.	มี.ค.	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.	ก.ย.	ต.ค.	พ.ย.	ธ.ค.
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาล และทหาร	36.0	21.3	14.6	15.7	15.7	7.9	3.4	5.6	7.9	7.9	5.6	4.5
แม่บ้าน	31.9	31.9	23.2	7.2	5.8	13.0	5.8	5.8	5.8	4.3	2.9	2.9
นักเรียน	28.6	19.0	23.8	23.8	4.8	4.8	23.8	9.5	-	-	4.8	9.5
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	37.6	22.8	22.1	12.6	12.5	9.5	9.0	7.9	6.6	5.2	4.9	4.5
กลุ่มศักยภาพสูง	30.2	26.4	22.6	20.8	11.3	18.9	13.2	5.7	13.2	9.4	11.3	5.7

ตารางที่ 4 ร้อยละของระยะเวลาการพักอยู่ในต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	ระยะเวลาการพักในต่างประเทศ							
		1 วัน	2-3 วัน	4-5 วัน	1 สัปดาห์	2 สัปดาห์	3 สัปดาห์	1 เดือน	มากกว่า 1 เดือน
ภาพรวม	100.0	1.0	8.9	50.6	30.8	5.1	1.1	1.4	1.1
เพศ									
ชาย	100.0	1.2	8.4	47.8	32.9	5.2	1.6	2.0	0.8
หญิง	100.0	0.9	9.1	51.9	29.9	5.0	0.9	1.1	1.3
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	0.8	13.1	50.8	28.5	3.1	2.3	0.8	0.8
25 – 34 ปี	100.0	1.3	7.5	50.0	33.3	4.6	1.0	1.6	0.7
35 – 44 ปี	100.0	1.0	5.2	55.2	30.7	6.3	-	0.5	1.0
45 – 54 ปี	100.0	0.8	12.0	44.0	32.0	4.8	1.6	2.4	2.4
55 – 64 ปี	100.0	-	13.2	52.8	20.8	7.5	1.9	1.9	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	-	50.0	-	50.0	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	100.0	1.0	11.5	52.7	24.7	6.4	1.7	1.4	0.7
\$10,000 - \$19,999	100.0	0.8	9.0	54.5	29.7	3.3	0.8	0.8	1.1
\$20,000 - \$49,999	100.0	1.5	3.0	38.8	44.0	6.7	0.7	3.0	2.2
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	-	9.1	9.1	72.7	9.1	-	-	-
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	100.0	1.6	4.0	60.0	26.4	6.4	0.8	-	0.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	100.0	0.8	8.9	61.0	23.6	4.9	-	0.8	-
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	100.0	0.8	7.6	48.8	34.0	5.6	0.8	1.2	1.2
แรงงานและเกษตรกร	100.0	0.8	11.5	39.2	35.4	6.2	1.5	3.8	1.5
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	100.0	1.1	11.2	42.7	36.0	4.5	-	1.1	3.4
นักเรียน	100.0	1.4	14.5	50.7	29.0	-	4.3	-	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	-	9.5	57.1	19.0	4.8	4.8	4.8	-
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	100.0	1.1	9.4	52.6	29.5	4.8	0.5	0.9	1.2
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	-	1.9	22.6	49.1	9.4	9.4	7.5	-

ตารางที่ 5 ร้อยละบุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	บุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย						
	กรุ๊ปทัวร์	ครอบครัว/ญาติ	เพื่อน	คู่สมรส	เพื่อนร่วมงาน/บริษัท	เดินทางคนเดียว	คนรัก
ภาพรวม	54.6	45.9	43.1	29.7	15.5	9.2	5.0
เพศ							
ชาย	52.2	48.6	45.8	23.7	16.9	8.8	4.0
หญิง	55.6	44.7	41.9	32.4	14.8	9.3	5.4
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 25 ปี	47.7	42.3	49.2	24.6	13.1	4.6	8.5
25 – 34 ปี	56.5	43.1	41.8	32.0	18.6	10.5	3.9
35 – 44 ปี	63.0	49.5	43.8	29.7	16.1	8.9	4.7
45 – 54 ปี	45.6	49.6	32.8	35.2	9.6	12.0	3.2
55 – 64 ปี	49.1	47.2	56.6	15.1	13.2	7.5	7.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	61.1	50.0	39.2	32.4	18.6	8.1	5.7
\$10,000 - \$19,999	55.0	43.6	47.4	30.0	12.3	7.6	4.4
\$20,000 - \$49,999	41.8	43.3	39.6	24.6	17.9	15.7	5.2
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	45.5	45.5	9.1	9.1	9.1	-
อาชีพ							
ผู้เชี่ยวชาญ	62.4	51.2	37.6	36.8	19.2	4.0	4.0
ด้านการบริหารและการจัดการ	71.5	49.6	45.5	48.8	20.3	8.1	6.5
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	49.2	38.2	43.3	25.6	19.7	9.8	3.5
แรงงานและเกษตรกร	45.2	47.6	40.5	23.8	10.3	15.9	4.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	100.0	-	-	-	-
แม่บ้าน	59.6	51.7	40.4	21.3	7.9	11.2	4.5
นักเรียน	44.9	49.3	44.9	20.3	4.3	4.3	8.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	42.9	42.9	76.2	28.6	14.3	4.8	9.5
กลุ่ม							
กลุ่มทั่วไป	57.5	47.2	43.8	30.5	14.2	8.5	4.6
กลุ่มศักยภาพสูง	13.2	28.3	32.1	18.9	34.0	18.9	9.4

ตารางที่ 6 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)										
	ข้อปึง	กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	สถาบันทั้งยามค้ำคืน	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	ทะเลและชายหาด	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น	เยี่ยมชมเมือง/ประเทศ	สปาและสุขภาพ
ภาพรวม	84.2	78.8	74.0	73.8	63.2	48.9	47.5	35.4	31.3	23.1	18.6
เพศ											
ชาย	83.9	80.7	73.9	72.7	65.5	47.4	51.4	36.5	33.3	23.3	20.9
หญิง	84.3	78.0	74.1	74.2	62.3	49.6	45.8	34.9	30.4	23.1	17.5
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	80.0	75.4	70.0	64.6	60.8	45.4	50.0	34.6	25.4	22.3	20.0
25 – 34 ปี	85.3	80.1	75.5	75.5	66.0	47.1	47.1	37.3	33.3	20.3	20.9
35 – 44 ปี	84.9	82.3	73.4	73.4	61.5	54.7	49.0	35.4	37.0	26.6	17.2
45 – 54 ปี	85.6	71.2	75.2	76.8	58.4	49.6	44.0	32.0	26.4	25.6	15.2
55 – 64 ปี	81.1	84.9	73.6	79.2	69.8	47.2	47.2	35.8	26.4	24.5	15.1
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	50.0	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	81.8	74.0	70.9	77.0	58.8	43.9	41.2	37.2	25.7	21.3	14.5
\$10,000 - \$19,999	85.6	80.9	75.7	74.7	64.6	52.9	48.8	34.3	34.6	24.8	20.7
\$20,000 - \$49,999	84.3	83.6	75.4	63.4	67.9	51.5	57.5	34.3	35.1	22.4	21.6
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	81.8	81.8	81.8	81.8	18.2	54.5	36.4	27.3	27.3	18.2
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	88.0	85.6	77.6	76.8	72.8	54.4	48.8	36.8	31.2	24.8	19.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	89.4	90.2	79.7	78.9	69.1	58.5	61.0	44.7	48.8	27.6	23.6
พนักงานบริษัทเอกชน	81.5	72.0	68.5	71.3	58.3	48.4	42.5	30.7	28.7	22.0	15.7
แรงงานและเกษตรกร	84.9	78.6	79.4	70.6	64.3	42.1	50.0	40.5	31.0	22.2	23.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-
แม่บ้าน	83.1	77.5	74.2	79.8	62.9	47.2	36.0	23.6	19.1	22.5	11.2
นักเรียน	78.3	69.6	68.1	66.7	53.6	40.6	47.8	39.1	26.1	18.8	18.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	85.7	90.5	76.2	76.2	61.9	42.9	52.4	38.1	33.3	23.8	23.8
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	84.2	79.2	74.4	74.0	63.8	49.0	47.5	35.1	31.4	22.8	18.4
กลุ่มศักยภาพสูง	83.0	73.6	67.9	69.8	54.7	47.2	47.2	39.6	30.2	28.3	20.8

ตารางที่ 6.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11)

ข้อมูลส่วนบุคคล	ข้อปิ้ง	เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น	กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก	ทะเลและชายหาด	สถานที่ทางประวัติศาสตร์	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	สถานบันเทิงยามค่ำคืน	พบเพื่อน/ญาติ	เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	กิจกรรมผจญภัย	กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น
เพศ											
ชาย	30.7	30.8	31.6	33.3	30.4	29.9	31.9	36.1	31.8	26.8	32.8
หญิง	69.3	69.2	68.4	66.7	69.6	70.1	68.1	63.9	68.2	73.2	67.2
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	15.3	15.2	15.4	16.9	14.1	14.9	15.5	11.3	15.7	17.0	13.0
25 – 34 ปี	38.4	38.6	38.5	37.5	38.8	36.5	39.5	41.2	39.9	34.8	40.3
35 – 44 ปี	24.0	23.6	24.8	24.5	23.7	26.6	23.1	22.7	23.8	24.1	28.1
45 – 54 ปี	15.7	15.7	14.0	14.3	16.1	15.7	14.3	19.6	14.0	17.0	13.0
55 – 64 ปี	6.3	6.5	7.1	6.5	7.0	6.3	7.2	4.1	6.6	7.1	5.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	0.3	0.3	0.3	0.3	0.3	-	0.4	1.0	-	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	35.6	35.1	34.4	31.8	38.3	32.9	34.1	30.9	38.5	28.6	30.0
\$10,000 - \$19,999	46.2	46.5	46.6	46.6	46.0	49.1	46.4	38.1	44.1	48.2	50.2
\$20,000 - \$49,999	16.6	16.9	17.6	20.1	14.3	17.5	17.8	25.8	16.1	22.3	18.6
\$50,000 ขึ้นไป	1.6	1.5	1.4	1.6	1.5	0.5	1.8	5.2	1.4	0.9	1.2
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	16.2	16.2	16.8	15.9	16.1	17.2	17.8	16.5	16.1	19.6	15.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	16.2	16.4	17.4	19.5	16.3	18.2	16.6	14.4	19.2	22.3	23.7
พนักงานบริษัทเอกชน	30.4	29.1	28.7	28.1	30.4	31.1	29.0	32.0	27.3	28.6	28.9
แรงงานและเกษตรกร	15.7	16.7	15.5	16.4	14.9	13.4	15.9	20.6	17.8	15.2	15.4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	0.2	0.3	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	10.9	11.0	10.8	8.3	11.9	10.6	11.0	7.2	7.3	5.4	6.7
นักเรียน	7.9	7.9	7.5	8.6	7.7	7.1	7.2	7.2	9.4	4.5	7.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.6	2.7	3.0	2.9	2.7	2.3	2.5	2.1	2.8	4.5	2.8
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	93.5	94.0	93.9	93.5	93.8	93.7	94.3	84.5	92.7	96.4	93.7
กลุ่มศักยภาพสูง	6.5	6.0	6.1	6.5	6.2	6.3	5.7	15.5	7.3	3.6	6.3
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 7 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22)										
	กิจกรรมด้าน การเกษตร	กิจกรรมผจญภัย	พบเพื่อน/ญาติ	ล่องเรือ	กีฬาอื่นๆ เช่น ว่ายน้ำ ฯลฯ	วัตถุประสงค์ทาง ธุรกิจ	ดำน้ำ/ชมปะการัง	เที่ยวกับศาสนา	การแพทย์/การ รักษา	จัดงานแต่งงาน/ อื่น ๆ	กอล์ฟ
ภาพรวม	14.6	13.9	12.0	11.0	9.4	5.6	5.4	4.7	4.5	3.3	0.9
เพศ											
ชาย	12.9	12.0	14.1	13.7	7.2	6.8	5.6	4.8	6.0	3.2	0.4
หญิง	15.4	14.7	11.1	9.8	10.4	5.0	5.4	4.7	3.8	3.4	1.1
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	11.5	14.6	8.5	6.9	9.2	3.1	6.2	4.6	2.3	3.8	0.8
25 – 34 ปี	13.1	12.7	13.1	9.8	10.5	4.2	5.9	2.9	5.6	2.9	1.0
35 – 44 ปี	18.8	14.1	11.5	14.6	9.4	8.9	4.2	5.7	4.2	5.2	1.0
45 – 54 ปี	16.0	15.2	15.2	11.2	8.0	8.0	4.8	5.6	5.6	0.8	0.8
55 – 64 ปี	13.2	15.1	7.5	15.1	7.5	1.9	7.5	9.4	1.9	3.8	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	15.9	10.8	10.1	8.8	8.4	4.1	5.4	5.1	3.4	3.0	1.7
\$10,000 - \$19,999	15.5	14.7	10.1	12.5	10.4	7.1	4.6	4.4	4.6	2.5	0.5
\$20,000 - \$49,999	9.0	18.7	18.7	11.2	9.7	5.2	8.2	5.2	6.0	6.7	-
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	9.1	45.5	18.2	-	-	-	-	9.1	-	-
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	13.6	17.6	12.8	12.8	8.0	3.2	4.0	5.6	4.0	3.2	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	23.6	20.3	11.4	15.4	11.4	7.3	8.1	2.4	5.7	5.7	2.4
พนักงานบริษัทเอกชน	13.4	12.6	12.2	9.1	11.4	5.5	6.3	4.3	3.5	3.5	1.6
แรงงานและเกษตรกร	12.7	13.5	15.9	11.9	7.1	8.7	4.8	7.1	7.1	3.2	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	7.9	6.7	7.9	7.9	5.6	5.6	3.4	7.9	2.2	1.1	-
นักเรียน	15.9	7.2	10.1	7.2	11.6	2.9	4.3	1.4	4.3	1.4	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	19.0	23.8	9.5	19.0	4.8	-	4.8	-	4.8	4.8	-
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	14.6	14.3	10.9	10.7	9.7	5.6	5.7	4.6	3.7	2.9	0.9
กลุ่มศักยภาพสูง	15.1	7.5	28.3	15.1	5.7	5.7	1.9	5.7	15.1	9.4	-

ตารางที่ 7.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22)											
ข้อมูลส่วนบุคคล	สถาปัตยกรรม	วัตถุประสังคทาง ธุรกิจ	เยี่ยมชมเมือง/ ประเทศ	การแพทย์/การรักษา	กีฬาอื่นๆ เช่น ว่ายน้ำ ฯลฯ	เกี่ยวกับศาสนา	สองล้อ	ดำน้ำ/ชมปะการัง	การท่องเที่ยวด้าน การเกษตร	จัดงานแต่งงาน/ อินนิมู	กอล์ฟ
เพศ											
ชาย	34.7	37.8	31.0	41.7	23.7	31.6	38.2	31.8	27.1	29.6	14.3
หญิง	65.3	62.2	69.0	58.3	76.3	68.4	61.8	68.2	72.9	70.4	85.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ											
ต่ำกว่า 25 ปี	17.3	8.9	15.5	8.3	15.8	15.8	10.1	18.2	12.7	18.5	14.3
25 – 34 ปี	42.7	28.9	33.2	47.2	42.1	23.7	33.7	40.9	33.9	33.3	42.9
35 – 44 ปี	22.0	37.8	27.3	22.2	23.7	28.9	31.5	18.2	30.5	37.0	28.6
45 – 54 ปี	12.7	22.2	17.1	19.4	13.2	18.4	15.7	13.6	16.9	3.7	14.3
55 – 64 ปี	5.3	2.2	7.0	2.8	5.3	13.2	9.0	9.1	5.9	7.4	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว											
น้อยกว่า \$10,000	28.7	26.7	33.7	27.8	32.9	39.5	29.2	36.4	39.8	33.3	71.4
\$10,000 - \$19,999	50.7	57.8	48.7	47.2	50.0	42.1	51.7	38.6	48.3	33.3	28.6
\$20,000 - \$49,999	19.3	15.6	16.0	22.2	17.1	18.4	16.9	25.0	10.2	33.3	-
\$50,000 ขึ้นไป	1.3	-	1.6	2.8	-	-	2.2	-	1.7	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อาชีพ											
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ	16.0	8.9	16.6	13.9	13.2	18.4	18.0	11.4	14.4	14.8	-
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	19.3	20.0	18.2	19.4	18.4	7.9	21.3	22.7	24.6	25.9	42.9
พนักงานบริษัทเอกชน	26.7	31.1	29.9	25.0	38.2	28.9	25.8	36.4	28.8	33.3	57.1
แรงงานและเกษตรกร	19.3	24.4	15.0	25.0	11.8	23.7	16.9	13.6	13.6	14.8	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	6.7	11.1	10.7	5.6	6.6	18.4	7.9	6.8	5.9	3.7	-
นักเรียน	8.7	4.4	7.0	8.3	10.5	2.6	5.6	6.8	9.3	3.7	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	3.3	-	2.7	2.8	1.3	-	4.5	2.3	3.4	3.7	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่ม											
กลุ่มทั่วไป	92.7	93.3	92.0	77.8	96.1	92.1	91.0	97.7	93.2	81.5	100.0
กลุ่มศักยภาพสูง	7.3	6.7	8.0	22.2	3.9	7.9	9.0	2.3	6.8	18.5	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 8 ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Bangkok	Phnom Pehn	Pattaya	Vientiane	Singapore	Siem Riap	Kuala Lumpur	Beijing	Phuket	Hong Kong
ภาพรวม	32.2	28.6	24.3	19.9	10.8	10.3	9.5	8.2	5.8	5.6
เพศ										
ชาย	30.9	33.7	22.5	15.7	9.6	9.2	8.4	8.8	7.2	6.4
หญิง	32.7	26.3	25	21.8	11.3	10.7	10	7.9	5.2	5.2
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	28.5	27.7	21.5	26.2	11.5	9.2	7.7	7.7	6.2	4.6
25 – 34 ปี	32.4	27.1	24.5	21.6	8.2	9.5	7.5	8.2	7.8	5.2
35 – 44 ปี	35.4	25.5	27.1	19.8	10.4	9.4	10.9	7.3	5.2	6.8
45 – 54 ปี	33.6	32.8	26.4	12.0	14.4	13.6	13.6	10.4	2.4	6.4
55 – 64 ปี	24.5	39.6	13.2	15.1	17.0	13.2	11.3	7.5	3.8	3.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	29.4	29.1	21.3	23.0	6.4	12.2	9.1	10.8	3.7	4.7
\$10,000- \$19,999	34.9	26.7	27.2	19.9	11.7	9.0	10.1	6.8	6.0	6.3
\$20,000 - \$49,999	32.1	31.3	23.9	14.2	16.4	10.4	9.7	6.0	10.4	4.5
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	45.5	9.1	9.1	27.3	-	-	9.1	-	18.2
อาชีพ										
ผู้เชี่ยวชาญ	33.6	22.4	24.0	29.6	9.6	8.8	8.8	7.2	5.6	4.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	38.2	5.7	33.3	27.6	4.9	4.1	5.7	8.9	11.4	1.6
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	28.7	28.3	22.4	22.0	13.8	9.4	14.2	9.8	3.9	5.9

ตารางที่ 8 (ต่อ) ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Bangkok	Phnom Pehn	Pattaya	Vientiane	Singapore	Siem Riap	Kuala Lumpur	Beijing	Phuket	Hong Kong
แรงงานและเกษตรกร	34.1	48.4	23.0	6.3	10.3	16.7	7.9	6.3	4.0	7.1
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	-	-	-	100.0	-	100.0	-	-
แม่บ้าน	31.5	34.8	20.2	11.2	14.6	14.6	7.9	6.7	4.5	7.9
นักเรียน	30.4	36.2	27.5	15.9	8.7	10.1	7.2	4.3	7.2	7.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	28.6	28.6	9.5	23.8	9.5	4.8	4.8	14.3	9.5	4.8
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	32.7	26.2	25.3	20.5	9.0	10.6	9.3	7.9	6.0	5.0
กลุ่มศักยภาพสูง	24.5	62.3	9.4	11.3	35.8	5.7	13.2	11.3	3.8	13.2

ตารางที่ 9 ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Thailand	Cambodia	Laos	China	Singapore	Malaysia	Hong Kong	USA	Korea	Australia
ภาพรวม	36.1	33.3	19.9	15.7	10.8	10.3	5.6	2.5	2.4	2.4
เพศ										
ชาย	36.5	39.8	15.7	19.3	9.6	9.6	6.4	2.4	3.2	2.4
หญิง	36.0	30.4	21.8	14.1	11.3	10.6	5.2	2.5	2.0	2.3
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	34.6	34.6	26.2	10.8	11.5	8.5	4.6	2.3	0.8	1.5
25 – 34 ปี	35.9	31.7	21.6	17.3	8.2	8.2	5.2	2.3	3.3	2.6
35 – 44 ปี	38.0	30.2	19.8	17.2	10.4	11.5	6.8	2.6	2.6	1.0
45 – 54 ปี	39.2	36.8	12.0	16.0	14.4	14.4	6.4	3.2	1.6	4.8
55 – 64 ปี	26.4	41.5	15.1	13.2	17.0	13.2	3.8	1.9	1.9	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	31.1	34.1	23.0	17.2	6.4	9.1	4.7	1.7	1.0	1.7
\$10,000- \$19,999	39.0	31.1	19.9	15.0	11.7	11.4	6.3	2.2	2.2	1.6
\$20,000 - \$49,999	40.3	36.6	14.2	14.9	16.4	10.4	4.5	4.5	4.5	5.2
\$50,000 ขึ้นไป	27.3	45.5	9.1	9.1	27.3	-	18.2	9.1	18.2	9.1
อาชีพ										
ผู้เชี่ยวชาญ	34.4	25.6	29.6	15.2	9.6	9.6	4.8	1.6	1.6	4.0
ด้านการบริหารและการจัดการ	41.5	8.1	27.6	21.1	4.9	6.5	1.6	1.6	3.3	-
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	31.5	32.3	22.0	17.7	13.8	15.0	5.9	2.0	3.1	2.8
แรงงานและเกษตรกร	41.3	56.3	6.3	8.7	10.3	7.1	7.1	4.8	1.6	2.4

ตารางที่ 9 (ต่อ) ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว									
	Thailand	Cambodia	Laos	China	Singapore	Malaysia	Hong Kong	USA	Korea	Australia
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	34.8	39.3	11.2	19.1	14.6	11.2	7.9	3.4	2.2	3.4
นักเรียน	40.6	44.9	15.9	7.2	8.7	7.2	7.2	2.9	1.4	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	33.3	33.3	23.8	14.3	9.5	4.8	4.8	-	-	-
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	36.4	31.1	20.5	15.1	9.0	10.1	5.0	2.4	2.0	2.0
กลุ่มศักยภาพสูง	32.1	64.2	11.3	24.5	35.8	13.2	13.2	3.8	7.5	7.5

ตารางที่ 10 ร้อยละการประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง)							จำนวน
	ที่พัก (บาท)	จำนวน (ราย)	อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท)	จำนวน (ราย)	การซื้อปิ้ง (บาท)	จำนวน (ราย)	ความบันเทิง และกิจกรรมใน การท่องเที่ยว อื่นๆ(บาท)	
ภาพรวม	6,638.2	431	5,130.5	749	11,187.4	788	5,379.8	729
เพศ								
ชาย	7,215.3	146	5,336.2	225	11,034.0	241	5,481.3	223
หญิง	6,342.6	285	5,042.2	524	11,255.0	547	5,335.1	506
กลุ่มอายุ								
ต่ำกว่า 25 ปี	5,967.5	72	5,174.2	120	10,322.1	126	5,149.0	124
25 – 34 ปี	7,580.3	154	5,069.6	285	11,080.3	299	5,102.6	279
35 – 44 ปี	6,025.8	92	4,394.0	180	10,824.9	188	5,474.5	170
45 – 54 ปี	5,622.4	75	5,663.5	114	13,224.8	122	6,213.5	108
55 – 64 ปี	7,185.3	37	5,524.0	48	10,362.8	51	4,615.0	46
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	22,134.0	1	37,649.5	2	12,539.5	2	22,893.5	2
รายได้รวมของครอบครัว								
น้อยกว่า \$10,000	5,239.8	148	4,305.7	275	8,546.7	285	4,421.8	266
\$10,000 - \$19,999	5,716.1	191	4,469.2	338	11,379.6	359	4,991.0	329
\$20,000 - \$49,999	10,843.5	83	8,216.9	125	15,529.1	133	8,302.3	126
\$50,000 ขึ้นไป	10,422.9	9	10,999.4	11	20,837.6	11	7,195.9	8
อาชีพ								
ผู้เชี่ยวชาญ	7,411.5	49	4,926.8	112	11,757.1	122	5,021.4	111
ด้านการบริหารและการจัดการ	7,072.6	34	3,693.9	115	9,322.2	122	4,422.7	117
เสมียน/พนักงานขายและ พาณิชย์	7,108.8	139	5,570.9	228	11,538.7	246	5,013.0	221
แรงงานและเกษตรกร	6,326.4	97	5,171.0	124	11,840.6	126	6,801.6	117
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	3,100.0	1	1,023.0	1	2,945.0	1	1,488.0	1
แม่บ้าน	5,118.8	57	5,377.8	84	11,586.2	85	5,638.7	75
นักเรียน	5,069.6	41	4,464.0	66	10,571.9	66	5,682.9	66
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	11,763.3	13	10,915.7	19	11,401.8	20	6,854.0	21
กลุ่ม								
กลุ่มทั่วไป	4,815.8	378	4,359.4	696	10,626.7	741	5,124.4	682
กลุ่มศักยภาพสูง	19,635.7	53	15,257.1	53	20,026.7	47	9,085.6	47

ตารางที่ 11 ร้อยละประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง				
	เที่ยวบินปกติ	รถบัส/แท็กซี่	รถส่วนตัว	ล่องเรือในมหาสมุทร	เรือเฟอร์รี่
ภาพรวม	86.6	12.5	2.5	0.1	0.2
เพศ					
ชาย	87.1	12.0	2.0	-	-
หญิง	86.4	12.7	2.7	0.2	0.4
กลุ่มอายุ					
ต่ำกว่า 25 ปี	90.0	10.0	0.8	-	-
25 – 34 ปี	86.6	13.1	2.3	-	0.3
35 – 44 ปี	88.5	11.5	3.1	-	-
45 – 54 ปี	83.2	16.0	2.4	-	-
55 – 64 ปี	79.2	11.3	5.7	1.9	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว					
น้อยกว่า \$10,000	83.4	12.8	3.0	-	-
\$10,000 – \$19,999	87.5	13.9	1.9	0.3	0.3
\$20,000 – \$49,999	90.3	8.2	3.0	-	-
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	9.1	-	-	9.1
อาชีพ					
ผู้เชี่ยวชาญ	90.4	12.0	3.2	-	0.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	95.1	4.1	-	-	-
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	85.2	9.6	3.6	-	-
แรงงานและเกษตรกร	79.2	23.1	1.5	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	-	-	-
แม่บ้าน	83.1	16.9	3.4	1.1	1.1
นักเรียน	91.3	14.5	-	-	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	81.0	4.8	9.5	-	-
กลุ่ม					
กลุ่มทั่วไป	86.4	13.0	2.5	0.1	0.1
กลุ่มศักยภาพสูง	90.6	5.7	1.9	-	1.9

ตารางที่ 12 ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง																
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	บริษัททัวร์	นิตยสารท่องเที่ยว	หน้าเว็บไซต์	สังคมออนไลน์	นิตยสารทั่วไป	ทีวี	หนังสือคู่มือการเดินทาง	หนังสือพิมพ์	สมาร์ตโฟน	พอร์ทัลเว็บ / อี-บุ๊ก / อี-แมกกาซีน	โปสเตอร์	ป้ายประกาศ	โบรชัวร์	แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ	วิทยุ	สารคดี
ภาพรวม	42.5	35.5	27.6	20.2	16.5	11.4	8.9	8.2	5.7	4.8	4.7	4.1	2.7	2.5	1.2	0.7	0.4
เพศ																	
ชาย	39.8	33.7	26.1	21.7	16.1	12.9	6.8	11.2	6.4	6.0	5.2	4.0	2.0	2.8	1.6	1.2	0.4
หญิง	43.6	36.3	28.3	19.5	16.6	10.7	9.8	6.8	5.4	4.3	4.5	4.1	3.0	2.3	1.1	0.5	0.4
กลุ่มอายุ																	
ต่ำกว่า 25 ปี	32.3	44.6	28.5	23.8	14.6	12.3	9.2	11.5	3.1	3.1	6.9	1.5	2.3	1.5	-	2.3	0.8
25 – 34 ปี	45.1	34.3	27.5	21.2	19.3	10.8	8.5	8.5	4.9	5.2	2.6	2.0	1.6	3.9	1.3	1.0	0.3
35 – 44 ปี	39.1	35.9	28.6	15.1	13.5	9.4	8.9	8.9	8.3	6.8	8.3	7.8	4.7	1.6	1.6	-	-
45 – 54 ปี	48.0	28.0	29.6	19.2	16.0	14.4	10.4	6.4	4.8	4.0	0.8	7.2	2.4	0.8	1.6	-	0.8
55 – 64 ปี	49.1	35.8	18.9	26.4	15.1	13.2	7.5	-	9.4	1.9	7.5	1.9	3.8	3.8	1.9	-	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	-	-	50.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว																	
น้อยกว่า \$10,000	46.3	33.4	28.0	16.9	16.2	12.5	10.8	8.8	5.1	2.7	4.4	5.4	1.7	2.0	1.0	1.4	0.3
\$10,000 - \$19,999	38.1	36.8	30.0	19.1	18.5	11.7	6.8	7.6	7.4	5.2	4.9	3.8	3.8	2.5	1.1	0.3	0.5
\$20,000 - \$49,999	47.8	36.6	20.1	29.9	12.7	8.2	11.2	6.7	3.0	7.5	3.7	2.2	2.2	3.0	2.2	-	-
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	36.4	27.3	27.3	-	9.1	-	27.3	-	18.2	18.2	-	-	9.1	-	9.1	-
อาชีพ																	
ผู้เชี่ยวชาญ	46.4	40.8	22.4	20.0	16.8	8.8	6.4	5.6	7.2	6.4	7.2	3.2	3.2	3.2	-	0.8	-
ด้านการบริหารและการจัดการ	45.5	32.5	27.6	18.7	24.4	8.9	8.9	9.8	4.9	7.3	3.3	4.9	2.4	-	0.8	-	-

ตารางที่ 12 (ต่อ) ร้อยละช่องทางที่ใช้ตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง																
	ข้อมูลจาก การบอกเล่า	บริษัททัวร์	นิตยสารท่องเที่ยว	หน้าเว็บไซต์	สังคมออนไลน์	นิตยสารทั่วไป	ทีวี	หนังสือคู่มือการ เดินทาง	หนังสือพิมพ์	สมาร์ตโฟน	พอร์ทัลอีเมล / อี-บุ๊ก / อี-แมกกาซีน	โปสเตอร์	ป้ายประกาศ	โบรชัวร์	แอปพลิเคชัน โทรศัพท์มือถือ	วิทยุ	สารคดี
เสมียน/พนักงานขายและ พาณิชย์	41.6	33.2	31.2	18.0	14.8	12.4	10.4	7.2	5.6	4.8	2.8	4.8	3.2	3.2	1.6	1.2	0.8
แรงงานและเกษตรกร	46.9	28.5	27.7	21.5	16.9	12.3	8.5	8.5	4.6	4.6	3.1	4.6	1.5	3.1	3.1	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	38.2	46.1	23.6	18.0	11.2	12.4	10.1	6.7	9.0	2.2	6.7	4.5	4.5	4.5	-	-	-
นักเรียน	26.1	43.5	29.0	27.5	11.6	13.0	8.7	17.4	2.9	2.9	8.7	1.4	1.4	-	-	2.9	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	57.1	23.8	23.8	33.3	23.8	9.5	4.8	-	4.8	-	9.5	-	-	-	4.8	-	-
กลุ่ม																	
กลุ่มทั่วไป	42.5	36.7	27.0	19.5	17.1	11.1	9.3	8.5	5.8	4.4	4.4	3.8	2.9	2.5	1.3	0.8	0.1
กลุ่มศักยภาพสูง	41.5	18.9	35.8	30.2	7.5	15.1	3.8	3.8	3.8	11.3	9.4	7.5	-	1.9	-	-	3.8

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	ตัวแทนการท่องเที่ยว	นิตยสารท่องเที่ยว	เว็บไซต์	สังคมออนไลน์	นิตยสารทั่วไป	ทีวี	หนังสือคู่มือการเดินทาง	หนังสือพิมพ์	สมาร์ทโฟน
ภาพรวม	4.1	3.4	2.6	1.9	1.6	1.1	0.8	0.8	0.5	0.5
เพศ										
ชาย	3.9	3.2	2.5	2.1	1.5	1.3	0.6	1.0	0.6	0.6
หญิง	4.2	3.5	2.7	1.9	1.6	1.0	0.9	0.6	0.5	0.4
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	3.1	4.3	2.7	2.3	1.4	1.2	0.9	1.1	0.3	0.3
25 – 34 ปี	4.4	3.3	2.5	2.0	1.8	1.0	0.8	0.8	0.5	0.5
35 – 44 ปี	3.8	3.4	2.7	1.4	1.3	0.9	0.8	0.8	0.8	0.6
45 – 54 ปี	4.6	2.7	2.8	1.8	1.5	1.4	1.0	0.6	0.4	0.4
55 – 64 ปี	4.7	3.3	1.8	2.6	1.5	1.3	0.7	-	0.9	0.2
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	10.0	4.5	-	-	4.5	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	4.5	3.2	2.6	1.6	1.5	1.2	1.0	0.8	0.5	0.3
\$10,000 - \$19,999	3.7	3.5	2.8	1.8	1.8	1.1	0.6	0.7	0.7	0.5
\$20,000 - \$49,999	4.6	3.5	1.9	2.9	1.2	0.8	1.0	0.6	0.3	0.7
\$50,000 ขึ้นไป	1.8	3.5	2.5	2.6	-	0.9	-	2.5	-	1.7
อาชีพ										
ผู้เชี่ยวชาญ	4.5	3.9	2.1	1.9	1.6	0.9	0.6	0.5	0.7	0.6
ด้านการบริหารและการจัดการ	4.4	3.1	2.6	1.8	2.3	0.9	0.8	0.9	0.5	0.7
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	4.0	3.2	2.9	1.7	1.4	1.2	1.0	0.7	0.5	0.5
แรงงานและเกษตรกร	4.6	2.7	2.6	2.0	1.6	1.2	0.8	0.8	0.4	0.4

ตารางที่ 13 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง									
	ข้อมูลจากการบอกเล่า	ตัวแทนการท่องเที่ยว	นิตยสารท่องเที่ยว	หน้าเว็บไซต์	สังคมออนไลน์	นิตยสารทั่วไป	ทีวี	หนังสือคู่มือการเดินทาง	หนังสือพิมพ์	สมาร์ทโฟน
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	9.0	-	-	10.0	-	-	-	-
แม่บ้าน	3.7	4.4	2.2	1.7	1.1	1.2	1.0	0.6	0.8	0.2
นักเรียน	2.5	4.2	2.8	2.7	1.1	1.3	0.8	1.6	0.3	0.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.5	2.2	2.2	3.2	2.3	0.9	0.4	-	0.4	-
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	4.1	3.5	2.5	1.9	1.6	1.1	0.9	0.8	0.5	0.4
กลุ่มศักยภาพสูง	4.0	1.8	3.3	2.9	0.7	1.5	0.3	0.4	0.3	1.1

ตารางที่ 14 ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	เป็นความรู้สึกรู้สึกว่าคุ้มค่า	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม	อากาศดี
ภาพรวม	77.1	59.5	57.8	51.4	49.9	46.7	46.0	43.8	27.4	25.7
เพศ										
ชาย	77.1	56.2	55.0	50.2	57.0	41.4	43.8	45.4	31.1	27.3
หญิง	77.1	61.0	59.0	51.9	46.7	49.0	47.0	43.1	25.6	25.0
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	82.3	57.7	53.1	51.5	51.5	43.1	44.6	44.6	31.5	32.3
25 – 34 ปี	77.8	62.4	60.1	52.0	49.7	51.0	42.2	43.1	23.9	23.5
35 – 44 ปี	77.1	55.2	59.4	54.7	53.6	43.8	45.8	43.2	31.3	21.9
45 – 54 ปี	73.6	64.8	52.8	44.0	45.6	41.6	56.8	47.2	25.6	28.8
55 – 64 ปี	69.8	50.9	60.4	52.8	41.5	52.8	49.1	39.6	28.3	28.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	50.0	100.0	50.0	100.0	50.0	-	50.0	-	50.0
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	79.4	55.1	58.1	49.7	53.4	43.6	43.9	45.9	30.7	26.0
\$10,000 - \$19,999	76.3	67.0	56.9	53.4	48.8	48.0	47.7	42.5	24.5	20.7
\$20,000 - \$49,999	76.1	50.0	59.7	51.5	44.8	49.3	47.0	41.8	27.6	38.1
\$50,000 ขึ้นไป	54.5	45.5	54.5	27.3	54.5	54.5	36.4	54.5	27.3	36.4
อาชีพ										
ผู้เชี่ยวชาญ	84.0	66.4	66.4	48.0	36.8	42.4	49.6	43.2	25.6	28.0

ตารางที่ 14 (ต่อ) ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	เป็นความรู้สึกรักว่าคุ้มค่า	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม	ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม	อากาศดี
ด้านการบริหารและการจัดการ	80.5	59.3	56.9	60.2	51.2	48.0	43.9	40.7	25.2	30.1
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	80.0	60.4	56.4	50.4	53.6	45.6	46.8	41.6	31.6	17.6
แรงงานและเกษตรกร	66.2	56.9	61.5	50.0	54.6	50.0	40.8	46.9	23.8	24.6
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-	100.0	-	-	-
แม่บ้าน	71.9	56.2	59.6	49.4	50.6	50.6	43.8	46.1	22.5	29.2
นักเรียน	81.2	56.5	42.0	49.3	47.8	42.0	53.6	47.8	30.4	42.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	57.1	47.6	52.4	52.4	47.6	57.1	42.9	52.4	33.3	23.8
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	77.9	60.8	58.1	51.4	50.3	46.1	45.6	43.4	26.5	26.0
กลุ่มศักยภาพสูง	66.0	41.5	52.8	50.9	43.4	54.7	52.8	49.1	39.6	22.6

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม	อากาศดี
ภาพรวม	6.9	4.7	4.6	4.2	4.1	3.8	3.7	3.1	2.0	1.8
เพศ										
ชาย	6.9	4.5	4.3	4.9	4.0	3.3	3.6	3.2	2.3	2.0
หญิง	6.9	4.8	4.8	3.9	4.1	4.0	3.8	3.0	1.9	1.8
กลุ่มอายุ										
ต่ำกว่า 25 ปี	7.5	4.4	4.4	4.4	4.1	3.4	3.5	3.1	2.3	2.3
25 – 34 ปี	6.9	4.9	4.9	4.2	4.2	4.1	3.4	3.0	1.8	1.7
35 – 44 ปี	6.9	4.7	4.3	4.5	4.4	3.6	3.6	3.1	2.3	1.5
45 – 54 ปี	6.6	4.4	5.0	3.8	3.5	3.5	4.6	3.3	1.9	2.1
55 – 64 ปี	6.1	5.1	4.0	3.5	4.1	4.5	4.0	3.0	1.9	2.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	5.0	9.0	4.0	8.0	3.5	3.0	-	4.0	-	3.5
รายได้รวมของครอบครัว										
น้อยกว่า \$10,000	7.1	4.7	4.3	4.5	4.0	3.6	3.5	3.3	2.2	1.8
\$10,000 - \$19,999	6.8	4.7	5.2	4.1	4.3	3.9	3.8	3.0	1.8	1.5
\$20,000 - \$49,999	6.8	4.9	3.9	3.9	4.0	4.0	3.8	2.9	2.1	2.7
\$50,000 ขึ้นไป	4.7	4.8	3.4	5.0	2.4	4.6	3.1	4.1	1.7	2.7
อาชีพ										
ผู้เชี่ยวชาญ	7.6	5.4	5.1	3.2	3.9	3.4	4.0	3.0	2.0	1.9
ด้านการบริหารและการจัดการ	7.1	4.6	4.7	4.2	4.8	3.9	3.5	2.8	1.9	2.1

ตารางที่ 15 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ									
	ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว	ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว)	เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า	แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ	วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต	ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ	อาหารและเครื่องดื่ม	ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม	อากาศดี
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	7.1	4.6	4.7	4.5	4.1	3.7	3.8	3.0	2.3	1.2
แรงงานและเกษตรกร	5.9	5.2	4.4	4.6	4.0	4.1	3.4	3.2	1.8	1.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	6.0	-	7.0	10.0	8.0	-	9.0	-	-	-
แม่บ้าน	6.5	4.9	4.4	4.3	3.9	4.3	3.4	3.3	1.6	2.1
นักเรียน	7.4	3.4	4.3	4.2	4.0	3.4	4.3	3.3	2.2	3.1
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	5.3	4.3	3.9	3.9	3.9	4.7	3.6	4.0	2.4	1.7
กลุ่ม										
กลุ่มทั่วไป	7.0	4.8	4.7	4.3	4.1	3.7	3.7	3.1	2.0	1.8
กลุ่มศักยภาพสูง	5.9	4.4	3.1	3.5	4.2	4.8	4.3	3.6	3.0	1.7

ตารางที่ 16 ร้อยละความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว											
	ไทย	จีน	สิงคโปร์	ฮ่องกง	เกาหลี	ญี่ปุ่น	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	61.0	53.0	45.8	33.7	33.7	26.1	22.5	18.5	16.9	14.1	10.4	1.2
หญิง	64.2	52.6	50.3	39.0	34.7	30.2	22.5	17.7	17.2	14.3	10.4	0.5
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	58.5	47.7	43.1	35.4	37.7	35.4	22.3	20.8	15.4	19.2	10.8	2.3
25 – 34 ปี	66.3	56.9	51.6	38.9	39.2	31.0	23.5	18.6	15.7	15.0	11.1	0.7
35 – 44 ปี	65.6	50.0	49.5	38.5	26.0	22.4	22.4	15.1	20.3	10.4	10.4	-
45 – 54 ปี	60.0	52.0	45.6	32.0	29.6	29.6	18.4	16.8	19.2	15.2	7.2	0.8
55 – 64 ปี	54.7	52.8	50.9	39.6	39.6	22.6	26.4	18.9	13.2	7.5	11.3	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	61.5	54.4	45.6	39.2	34.5	27.7	20.3	17.2	18.2	13.2	14.5	1.4
\$10,000 - \$19,999	65.7	53.4	51.8	38.1	34.9	27.8	25.9	17.7	15.8	14.7	8.2	0.3
\$20,000 - \$49,999	61.2	49.3	48.5	29.9	32.1	33.6	20.1	20.1	18.7	15.7	6.7	0.7
\$50,000 ขึ้นไป	54.5	27.3	45.5	54.5	45.5	45.5	-	18.2	9.1	9.1	18.2	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	61.6	52.8	51.2	36.0	35.2	27.2	21.6	22.4	15.2	12.0	8.0	-
ด้านการบริหารและการจัดการ	74.0	60.2	55.3	39.8	30.1	26.8	30.1	21.1	16.3	20.3	13.8	-
เสมียน/พนักงานขายและ	57.9	51.6	46.9	35.4	35.0	27.6	18.5	15.0	16.1	12.2	7.5	1.2
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	68.3	46.8	45.2	40.5	31.0	24.6	22.2	11.1	22.2	12.7	11.9	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	59.6	59.6	47.2	40.4	37.1	39.3	24.7	22.5	18.0	12.4	13.5	1.1
นักเรียน	63.8	46.4	47.8	31.9	39.1	36.2	24.6	21.7	18.8	21.7	11.6	2.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	57.1	47.6	57.1	38.1	38.1	23.8	19.0	19.0	4.8	9.5	14.3	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	64.5	53.0	49.7	38.0	34.7	28.1	22.8	17.9	17.0	14.6	10.5	0.7
กลุ่มศักยภาพสูง	45.3	49.1	37.7	28.3	30.2	41.5	18.9	18.9	18.9	9.4	9.4	1.9

ตารางที่ 17 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว											
	ไทย	สิงคโปร์	ฮ่องกง	จีน	เกาหลี	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	55.0	36.1	29.7	33.3	24.9	20.9	18.1	13.3	12.0	12.0	9.6	2.8
หญิง	58.1	42.4	33.5	30.6	18.8	16.6	17.5	12.7	11.6	10.9	11.1	2.9
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	47.7	44.6	30.8	29.2	23.8	19.2	19.2	13.8	15.4	11.5	9.2	1.5
25 – 34 ปี	62.1	38.2	31.0	34.3	20.6	19.6	17.6	14.7	13.1	13.1	12.7	1.6
35 – 44 ปี	59.4	41.7	30.2	29.7	20.3	17.7	17.7	11.5	8.9	9.9	8.3	3.6
45 – 54 ปี	50.4	43.2	36.8	27.2	18.4	10.4	17.6	10.4	7.2	9.6	11.2	7.2
55 – 64 ปี	58.5	30.2	37.7	37.7	20.8	24.5	11.3	11.3	17.0	7.5	9.4	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	100.0	-	-	-	100.0	-	-	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	55.7	41.6	31.4	33.4	18.2	17.9	18.6	12.5	12.8	9.1	10.8	2.0
\$10,000 - \$19,999	59.7	41.4	32.7	31.1	24.3	18.3	17.4	13.4	12.0	13.9	10.4	2.7
\$20,000 - \$49,999	55.2	34.3	32.8	29.1	17.2	17.9	16.4	12.7	9.0	9.7	10.4	4.5
\$50,000 ขึ้นไป	36.4	54.5	36.4	18.2	9.1	9.1	18.2	9.1	9.1	-	18.2	9.1
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	62.4	36.8	32.8	31.2	21.6	16.8	12.8	10.4	9.6	12.8	8.8	0.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	62.6	48.8	30.1	43.1	18.7	16.3	18.7	13.8	13.8	12.2	10.6	0.8
เสมียน/พนักงานขายและ	55.5	38.6	28.7	33.1	19.7	18.9	18.1	13.4	13.4	9.8	14.2	4.3
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	54.0	34.1	37.3	19.0	14.3	14.3	19.8	13.5	11.9	14.3	11.1	3.2
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	-	100.0	100.0	-	-	100.0	-	-	-
แม่บ้าน	56.2	44.9	30.3	34.8	31.5	20.2	18.0	11.2	5.6	9.0	6.7	4.5
นักเรียน	47.8	47.8	36.2	26.1	27.5	20.3	18.8	14.5	10.1	11.6	5.8	2.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	66.7	28.6	52.4	23.8	4.8	23.8	19.0	14.3	19.0	4.8	9.5	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	57.5	41.7	32.6	31.4	20.8	18.0	18.0	13.2	12.1	12.1	10.7	2.4
กลุ่มศักยภาพสูง	52.8	22.6	28.3	32.1	18.9	17.0	13.2	7.5	7.5	-	9.4	9.4

ตารางที่ 18 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว											
	ไทย	สิงคโปร์	จีน	ฮ่องกง	เกาหลี	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	50.6	39.4	36.5	30.9	29.3	22.5	18.9	20.9	14.1	12.9	13.7	2.0
หญิง	57.6	48.1	40.3	32.2	28.6	24.5	17.4	16.1	14.0	12.2	10.7	1.3
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	49.2	44.6	30.0	23.8	27.7	23.1	25.4	15.4	17.7	10.8	14.6	1.5
25 – 34 ปี	57.8	44.8	42.2	33.0	33.0	26.5	17.0	19.9	14.1	14.7	8.5	1.0
35 – 44 ปี	55.7	46.4	37.0	31.8	25.5	22.4	18.8	14.6	16.1	11.5	16.1	2.6
45 – 54 ปี	53.6	45.6	37.6	32.0	23.2	20.8	13.6	20.0	5.6	11.2	9.6	1.6
55 – 64 ปี	58.5	45.3	54.7	41.5	32.1	24.5	11.3	15.1	15.1	9.4	9.4	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	50.0	100.0	50.0	-	-	-	50.0	-	50.0	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	54.7	42.9	38.5	32.8	27.4	19.3	14.5	17.2	13.9	12.5	10.1	2.0
\$10,000 - \$19,999	57.2	49.9	41.1	29.7	28.9	25.9	21.3	17.4	15.8	11.4	11.2	0.8
\$20,000 - \$49,999	54.5	39.6	37.3	34.3	31.3	26.9	16.4	17.2	10.4	15.7	17.2	2.2
\$50,000 ขึ้นไป	27.3	36.4	9.1	45.5	36.4	45.5	9.1	36.4	-	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	60.0	44.0	38.4	25.6	29.6	29.6	16.8	17.6	11.2	15.2	8.8	-
ด้านการบริหารและการจัดการ	69.9	54.5	48.8	30.1	24.4	21.1	16.3	17.1	22.8	17.1	20.3	-
เสมียน/พนักงานขายและ	50.4	44.9	39.8	30.3	33.5	24.4	17.3	16.1	11.8	10.6	7.5	2.0
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	55.6	40.5	31.0	37.3	29.4	15.1	16.7	23.8	11.1	12.7	11.9	1.6
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	100.0	100.0	100.0	-	100.0	-	-	100.0	-	-
แม่บ้าน	50.6	46.1	39.3	46.1	23.6	27.0	18.0	19.1	10.1	10.1	12.4	3.4
นักเรียน	43.5	47.8	27.5	23.2	20.3	26.1	29.0	14.5	20.3	7.2	14.5	2.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	66.7	28.6	61.9	28.6	38.1	33.3	4.8	4.8	19.0	9.5	14.3	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	56.3	46.8	38.7	31.7	28.5	23.0	18.3	17.5	14.2	13.0	12.2	1.2
กลุ่มศักยภาพสูง	43.4	26.4	45.3	34.0	34.0	35.8	11.3	18.9	11.3	3.8	3.8	5.7

ตารางที่ 19 ร้อยละความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น											
	ไทย	เวียดนาม	สิงคโปร์	จีน	เกาหลี	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	ไต้หวัน	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	55.8	34.5	27.3	22.1	17.3	18.9	16.1	9.6	10.0	11.6	7.2	2.8
หญิง	57.2	38.8	29.2	26.1	14.7	13.2	14.3	13.1	11.1	7.9	7.5	2.5
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	56.2	31.5	28.5	28.5	16.2	15.4	16.9	14.6	11.5	10.8	7.7	3.1
25 – 34 ปี	57.8	41.8	29.4	29.1	16.7	17.3	13.7	12.4	7.5	7.8	6.2	2.3
35 – 44 ปี	52.6	33.3	25.5	20.8	15.6	13.5	17.2	10.4	14.1	8.9	7.3	2.6
45 – 54 ปี	57.6	34.4	28.0	20.8	13.6	11.2	10.4	12.0	11.2	8.8	11.2	4.0
55 – 64 ปี	64.2	47.2	35.8	17.0	11.3	13.2	17.0	9.4	15.1	11.3	5.7	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	50.0	-	-	50.0	50.0	-	-	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	55.1	39.9	31.1	25.7	13.5	17.2	14.9	10.5	10.5	10.1	9.5	2.7
\$10,000 - \$19,999	58.0	37.1	28.9	28.6	16.9	15.5	15.5	14.7	10.4	9.8	6.0	1.6
\$20,000 - \$49,999	59.0	32.8	22.4	13.4	15.7	9.0	13.4	8.2	11.9	5.2	6.7	5.2
\$50,000 ขึ้นไป	36.4	45.5	27.3	18.2	18.2	9.1	9.1	9.1	18.2	-	9.1	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	56.0	32.8	29.6	24.8	16.8	16.0	9.6	8.0	8.8	5.6	7.2	2.4
ด้านการบริหารและการจัดการ	56.9	37.4	35.8	30.1	16.3	7.3	11.4	9.8	15.4	14.6	9.8	-
เสมียน/พนักงานขายและ	53.9	36.2	27.2	25.6	17.3	16.1	15.4	11.8	8.7	6.7	7.5	2.8
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	60.3	40.5	23.0	16.7	14.3	14.3	11.1	16.7	8.7	7.9	10.3	4.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	57.3	40.4	29.2	29.2	12.4	20.2	23.6	14.6	13.5	11.2	5.6	2.2
นักเรียน	55.1	37.7	27.5	29.0	11.6	17.4	20.3	14.5	13.0	11.6	1.4	5.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	76.2	52.4	28.6	4.8	9.5	14.3	28.6	4.8	14.3	14.3	4.8	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	57.4	37.4	29.3	25.4	15.6	15.0	14.6	12.2	10.9	9.4	7.4	2.1
กลุ่มศักยภาพสูง	49.1	39.6	18.9	17.0	13.2	15.1	18.9	9.4	9.4	3.8	7.5	9.4

ตารางที่ 20 ร้อยละความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	สิงคโปร์	ไทย	ฮ่องกง	เกาหลี	ญี่ปุ่น	จีน	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	เวียดนาม	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	51.8	54.6	29.7	33.7	25.7	27.7	17.7	17.3	14.5	11.6	7.6	2.0
หญิง	55.6	52.6	33.3	27.4	28.1	25.2	19.3	16.1	12.5	12.7	10.9	0.9
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	50.0	53.1	29.2	30.8	28.5	24.6	18.5	11.5	14.6	15.4	10.0	1.5
25 – 34 ปี	56.2	52.9	36.3	36.3	28.8	26.8	18.3	18.6	14.7	14.1	12.4	1.6
35 – 44 ปี	51.6	57.3	25.5	21.9	26.6	26.6	19.3	15.6	12.0	10.9	8.9	0.5
45 – 54 ปี	56.8	52.8	32.0	24.8	24.8	23.2	18.4	18.4	11.2	9.6	6.4	1.6
55 – 64 ปี	58.5	41.5	37.7	24.5	26.4	30.2	20.8	15.1	9.4	5.7	5.7	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	100.0	-	-	-	50.0	-	-	50.0	50.0	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	51.0	48.3	29.7	29.1	26.7	27.0	19.9	18.9	12.8	13.5	9.8	2.4
\$10,000 - \$19,999	57.5	58.3	33.8	32.2	27.2	27.2	18.8	16.6	14.4	13.9	10.9	0.3
\$20,000 - \$49,999	55.2	50.7	34.3	22.4	29.1	22.4	17.9	9.7	11.2	6.7	8.2	1.5
\$50,000 ขึ้นไป	36.4	45.5	18.2	27.3	27.3	-	-	27.3	-	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	55.2	57.6	34.4	27.2	24.0	32.8	19.2	16.8	10.4	13.6	8.8	0.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	52.8	61.8	36.6	29.3	26.8	42.3	18.7	10.6	14.6	12.2	14.6	0.8
เสมียน/พนักงานขายและ	55.1	49.2	28.7	34.3	27.6	22.8	19.3	16.9	13.4	11.4	7.5	1.6
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	50.8	54.0	33.3	24.6	23.0	11.9	15.1	18.3	13.5	10.3	7.9	0.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
แม่บ้าน	64.0	47.2	33.7	30.3	36.0	25.8	16.9	21.3	13.5	13.5	13.5	1.1
นักเรียน	49.3	50.7	23.2	26.1	29.0	20.3	21.7	15.9	13.0	15.9	10.1	2.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	47.6	52.4	47.6	14.3	28.6	33.3	28.6	9.5	9.5	9.5	9.5	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	54.7	54.0	31.7	29.3	26.9	26.6	19.2	16.6	13.5	12.8	10.5	1.1
กลุ่มศักยภาพสูง	50.9	41.5	39.6	30.2	34.0	17.0	13.2	15.1	7.5	5.7	1.9	3.8

ตารางที่ 21 ร้อยละความคิดเห็นต่อความปลอดภัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อความปลอดภัย											
	สิงคโปร์	ไทย	เวียดนาม	เกาหลี	ญี่ปุ่น	จีน	ฮ่องกง	ออสเตรเลีย	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	51.0	33.7	29.3	26.9	21.3	22.5	18.9	18.5	14.5	12.9	12.0	1.6
หญิง	56.2	34.9	33.5	22.7	23.6	22.2	22.2	17.2	14.7	12.2	10.6	0.7
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	55.4	30.0	29.2	29.2	23.8	17.7	23.8	12.3	17.7	13.1	11.5	0.8
25 – 34 ปี	52.0	36.6	32.4	25.2	23.9	27.1	22.2	18.3	13.1	12.1	9.5	0.7
35 – 44 ปี	51.0	37.0	32.3	19.8	18.8	18.2	15.6	15.1	14.1	10.4	10.9	1.6
45 – 54 ปี	61.6	28.8	32.8	24.8	23.2	21.6	24.8	26.4	17.6	16.8	12.8	1.6
55 – 64 ปี	62.3	37.7	34.0	18.9	28.3	22.6	18.9	15.1	11.3	9.4	15.1	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	100.0	-	50.0	-	50.0	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	56.8	30.7	33.1	19.6	22.0	21.6	17.2	16.2	15.5	9.8	11.5	1.0
\$10,000 - \$19,999	55.0	38.1	33.5	27.8	23.2	23.4	25.6	17.7	15.3	14.7	11.4	0.8
\$20,000 - \$49,999	48.5	35.8	28.4	23.9	23.9	21.6	18.7	19.4	11.9	12.7	9.7	1.5
\$50,000 ขึ้นไป	54.5	-	9.1	18.2	27.3	9.1	9.1	27.3	-	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	53.6	39.2	31.2	29.6	23.2	24.0	20.0	18.4	15.2	12.0	9.6	-
ด้านการบริหารและการจัดการ	44.7	49.6	35.8	17.9	15.4	34.1	10.6	14.6	9.8	13.0	7.3	-
เสมียน/พนักงานขายและ	54.3	31.5	33.9	26.0	21.3	20.5	23.2	18.9	14.6	11.4	9.1	1.2
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	54.0	28.6	28.6	19.0	22.2	12.7	22.2	24.6	15.9	8.7	13.5	1.6
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	73.0	25.8	36.0	25.8	37.1	27.0	28.1	15.7	18.0	21.3	18.0	2.2
นักเรียน	52.2	30.4	23.2	29.0	24.6	17.4	23.2	7.2	18.8	14.5	14.5	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	52.4	42.9	28.6	9.5	23.8	19.0	19.0	14.3	4.8	-	9.5	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	54.7	35.8	33.1	24.1	22.1	23.0	21.5	17.0	15.2	12.7	11.5	0.8
กลุ่มศักยภาพสูง	52.8	17.0	18.9	22.6	34.0	11.3	17.0	26.4	5.7	7.5	3.8	3.8

ตารางที่ 22 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการช้อปปิ้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับการช้อปปิ้ง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ไทย	สิงคโปร์	ฮ่องกง	จีน	เกาหลี	ไต้หวัน	ญี่ปุ่น	เวียดนาม	มาเลเซีย	ออสเตรเลีย	อินโดนีเซีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	60.6	43.4	39.4	39.4	21.7	12.0	10.0	7.2	11.6	10.8	9.2	1.2
หญิง	64.2	51.2	43.8	40.1	19.9	13.4	10.6	10.6	8.4	5.4	5.0	1.1
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	61.5	53.1	44.6	36.2	25.4	11.5	13.8	10.0	9.2	6.2	8.5	0.8
25 – 34 ปี	64.4	49.0	46.1	43.5	24.8	14.7	9.8	10.8	7.5	8.8	5.2	0.7
35 – 44 ปี	65.6	47.9	39.6	39.6	16.1	12.5	10.4	10.9	11.5	5.2	7.8	1.0
45 – 54 ปี	60.0	49.6	36.8	36.0	13.6	12.0	8.8	7.2	11.2	8.0	4.8	2.4
55 – 64 ปี	56.6	35.8	37.7	37.7	13.2	9.4	9.4	-	9.4	3.8	3.8	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	100.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0	-	-	50.0	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	59.5	46.3	44.6	38.9	23.0	14.5	8.8	9.8	8.1	7.8	8.1	1.7
\$10,000 - \$19,999	66.8	51.0	40.1	42.8	20.2	13.1	12.0	11.4	9.3	7.1	6.0	0.8
\$20,000 - \$49,999	62.7	46.3	44.0	37.3	15.7	10.4	9.7	3.7	13.4	6.0	3.7	-
\$50,000 ขึ้นไป	45.5	72.7	45.5	-	18.2	-	9.1	9.1	-	-	-	9.1
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	65.6	44.0	43.2	47.2	20.8	11.2	11.2	9.6	4.0	7.2	4.8	-
ด้านการบริหารและการจัดการ	59.3	51.2	39.8	51.2	26.8	16.3	12.2	13.8	11.4	7.3	10.6	1.6
เสมียน/พนักงานขายและ	64.2	47.6	41.7	36.6	19.7	15.0	9.4	7.9	7.5	7.5	4.7	-
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	69.0	46.0	41.3	34.9	18.3	10.3	7.9	16.7	15.1	5.6	7.9	0.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	100.0	-	-	100.0	-	-	-	100.0	-	-
แม่บ้าน	58.4	53.9	47.2	33.7	13.5	7.9	7.9	1.1	9.0	5.6	2.2	5.6
นักเรียน	58.0	60.9	44.9	30.4	23.2	11.6	14.5	7.2	13.0	8.7	8.7	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	57.1	33.3	38.1	57.1	23.8	19.0	19.0	4.8	9.5	4.8	9.5	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	63.0	48.7	42.9	41.2	21.3	13.4	10.6	10.1	9.3	7.2	6.6	0.9
กลุ่มศักยภาพสูง	64.2	49.1	35.8	20.8	7.5	7.5	7.5	1.9	11.3	5.7	1.9	3.8

ตารางที่ 23 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับเล่นกอล์ฟ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับเล่นกอล์ฟ											
	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้	สิงคโปร์	เกาหลี	ไทย	ออสเตรเลีย	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	จีน	ไต้หวัน
เพศ												
ชาย	32.9	22.1	22.5	18.1	14.9	15.3	16.9	11.6	9.2	8.8	9.2	6.8
หญิง	27.5	25.2	23.8	17.2	15.6	14.1	12.0	12.9	11.1	9.1	8.9	8.1
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	26.9	28.5	22.3	13.1	20.0	19.2	10.8	13.1	10.0	10.0	12.3	7.7
25 – 34 ปี	29.1	23.5	21.9	19.6	15.0	14.1	17.3	13.7	13.4	9.2	8.8	7.8
35 – 44 ปี	29.7	26.6	25.5	19.8	12.0	14.6	13.0	12.5	9.9	9.9	10.9	8.3
45 – 54 ปี	34.4	21.6	23.2	15.2	14.4	8.8	8.0	9.6	6.4	6.4	6.4	5.6
55 – 64 ปี	22.6	15.1	28.3	11.3	20.8	15.1	13.2	9.4	7.5	7.5	1.9	7.5
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	50.0	-	100.0	-	50.0	-	50.0	-	50.0
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	30.7	21.3	25.0	16.6	18.9	13.5	13.9	10.8	8.1	11.5	8.8	8.1
\$10,000 - \$19,999	28.1	27.0	24.8	19.9	12.5	15.8	13.1	13.1	12.8	7.4	9.8	7.9
\$20,000 - \$49,999	29.9	24.6	17.2	14.2	14.2	12.7	13.4	14.2	9.7	9.0	8.2	6.7
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	9.1	9.1	-	27.3	18.2	18.2	18.2	9.1	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	29.6	28.8	20.8	20.0	15.2	10.4	10.4	17.6	8.0	8.0	8.8	10.4
ด้านการบริหารและการจัดการ	20.3	35.0	26.8	25.2	12.2	17.1	10.6	11.4	19.5	15.4	13.8	10.6
เสมียน/พนักงานขายและ	29.5	20.1	25.2	16.5	15.0	13.4	15.0	12.6	8.7	7.1	9.4	4.7
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	44.4	16.7	15.1	12.7	11.9	13.5	15.9	5.6	9.5	7.9	4.8	3.2
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	100.0	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-	100.0
แม่บ้าน	29.2	20.2	25.8	12.4	22.5	14.6	16.9	12.4	7.9	5.6	9.0	7.9
นักเรียน	21.7	31.9	27.5	17.4	15.9	20.3	11.6	18.8	11.6	8.7	10.1	13.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	9.5	23.8	19.0	19.0	23.8	23.8	4.8	9.5	9.5	23.8	-	14.3
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	28.3	24.6	24.1	18.4	14.8	14.8	13.2	12.6	11.1	9.3	9.5	7.9
กลุ่มศักยภาพสูง	41.5	18.9	13.2	3.8	22.6	9.4	17.0	11.3	1.9	5.7	1.9	3.8

ตารางที่ 24 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง

ข้อมูลส่วนบุคคล	ไทย	สิงคโปร์	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้	เวียดนาม	อินโดนีเซีย	เกาหลี	ออสเตรเลีย	มาเลเซีย	ญี่ปุ่น	จีน	ฮ่องกง	ไต้หวัน
เพศ												
ชาย	32.9	21.3	21.7	18.9	12.4	14.9	15.3	13.7	9.2	10.8	10.0	8.0
หญิง	34.0	23.1	19.3	18.4	15.4	13.2	11.6	11.8	12.3	10.7	8.6	5.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	30.8	23.8	13.1	23.1	16.2	6.2	12.3	17.7	20.0	15.4	8.5	4.6
25 – 34 ปี	35.9	26.5	21.2	17.0	16.3	13.1	11.1	13.1	10.8	12.4	8.5	6.5
35 – 44 ปี	34.9	21.4	19.3	16.1	12.0	16.7	13.0	10.9	9.9	7.3	10.9	7.8
45 – 54 ปี	29.6	14.4	28.0	18.4	12.0	21.6	16.0	8.0	8.0	8.0	7.2	4.0
55 – 64 ปี	32.1	18.9	13.2	24.5	15.1	5.7	15.1	11.3	5.7	7.5	9.4	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	50.0	50.0	50.0	-	50.0	-	-	50.0	50.0	50.0	50.0
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	27.7	21.6	18.9	18.9	14.9	17.9	13.2	11.5	12.2	14.9	11.5	5.7
\$10,000 - \$19,999	36.0	23.7	21.3	21.0	15.5	12.8	11.7	11.4	10.9	9.5	9.3	6.3
\$20,000 - \$49,999	41.8	22.4	18.7	11.2	11.9	8.2	14.9	17.2	11.2	6.0	3.7	6.0
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	9.1	27.3	18.2	-	-	9.1	9.1	9.1	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	35.2	24.8	20.0	16.0	19.2	11.2	12.0	12.0	5.6	8.0	3.2	5.6
ด้านการบริหารและการจัดการ	47.2	37.4	8.1	17.9	20.3	21.1	15.4	13.0	10.6	13.8	13.0	8.9
เสมียน/พนักงานขายและ	32.3	21.3	19.3	18.1	11.8	15.7	12.2	10.6	15.0	12.2	8.3	4.7
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	24.6	11.1	34.1	15.1	7.9	10.3	13.5	11.9	6.3	7.1	9.5	5.6
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	100.0	100.0	-	-	100.0	-	-
แม่บ้าน	30.3	18.0	25.8	18.0	13.5	10.1	10.1	12.4	13.5	6.7	7.9	5.6
นักเรียน	31.9	26.1	15.9	30.4	20.3	7.2	11.6	21.7	13.0	14.5	11.6	7.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	38.1	14.3	4.8	23.8	9.5	14.3	14.3	4.8	23.8	14.3	23.8	4.8
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	33.8	23.2	19.6	18.8	15.4	14.3	12.2	12.7	11.3	11.1	9.1	6.2
กลุ่มศักยภาพสูง	32.1	13.2	26.4	15.1	1.9	5.7	20.8	7.5	13.2	5.7	7.5	1.9

ตารางที่ 25 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสอบสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสอบสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์											
	สิงคโปร์	จีน	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ไทย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้	ออสเตรเลีย	ฮ่องกง	ไต้หวัน	มาเลเซีย	เวียดนาม	อินโดนีเซีย
เพศ												
ชาย	51.4	20.9	18.1	20.5	16.9	12.9	14.9	12.4	4.8	8.8	4.0	5.2
หญิง	52.2	21.6	17.2	15.7	15.0	14.8	9.3	10.0	7.5	5.0	6.8	6.1
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	53.1	20.0	21.5	18.5	16.2	12.3	15.4	14.6	9.2	8.5	3.8	5.4
25 – 34 ปี	48.7	27.5	19.9	20.6	18.3	13.7	11.4	10.1	7.2	7.5	5.2	7.8
35 – 44 ปี	53.6	18.2	16.1	15.1	13.0	12.0	8.9	10.9	7.3	4.7	8.9	3.6
45 – 54 ปี	53.6	15.2	12.8	12.8	12.8	20.0	8.8	8.0	3.2	2.4	5.6	4.8
55 – 64 ปี	58.5	17.0	9.4	13.2	13.2	15.1	11.3	9.4	3.8	7.5	3.8	3.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	-	-	-	50.0	50.0	-	50.0	-	-	50.0	50.0
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	51.4	18.2	18.9	18.9	16.2	15.9	12.8	9.8	7.8	6.4	6.8	7.4
\$10,000 - \$19,999	56.7	22.1	18.3	16.3	15.3	12.0	9.8	10.9	6.5	5.4	5.7	4.9
\$20,000 - \$49,999	41.8	26.1	13.4	17.2	16.4	15.7	10.4	12.7	4.5	8.2	5.2	5.2
\$50,000 ขึ้นไป	36.4	27.3	-	-	-	27.3	9.1	9.1	9.1	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	50.4	31.2	13.6	16.0	16.0	12.0	9.6	12.8	6.4	4.0	3.2	4.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	56.1	33.3	25.2	22.0	18.7	6.5	6.5	13.8	9.8	8.1	7.3	8.1
เสมียน/พนักงานขายและ	53.5	17.3	16.9	19.3	13.8	11.8	11.8	7.9	7.1	4.7	7.1	5.1
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	48.4	11.1	15.9	12.7	19.0	24.6	9.5	11.9	5.6	7.1	6.3	4.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	100.0	100.0	-	-	100.0	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	48.3	18.0	12.4	11.2	11.2	23.6	12.4	7.9	1.1	4.5	3.4	5.6
นักเรียน	50.7	20.3	21.7	18.8	15.9	11.6	20.3	11.6	10.1	10.1	4.3	8.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	57.1	23.8	14.3	14.3	14.3	9.5	4.8	19.0	4.8	14.3	14.3	4.8
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	51.9	21.6	18.0	17.7	16.4	13.6	11.3	10.6	6.6	6.6	6.1	6.1
กลุ่มศักยภาพสูง	52.8	18.9	9.4	9.4	3.8	22.6	7.5	13.2	7.5	-	3.8	1.9

ตารางที่ 26 ร้อยละความคิดเห็นต่ออาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง											
	ไทย	จีน	เวียดนาม	สิงคโปร์	เกาหลี	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย	ไต้หวัน	ออสเตรเลีย	อินโดนีเซีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	43.0	40.2	36.5	29.3	27.7	23.3	18.9	14.9	8.8	7.6	6.4	0.8
หญิง	44.2	41.5	35.1	31.5	27.2	24.9	24.5	9.3	10.6	8.6	7.0	2.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	46.2	38.5	32.3	32.3	30.8	22.3	23.8	16.9	13.1	6.9	6.2	-
25 – 34 ปี	47.1	41.5	35.0	33.3	34.6	22.5	23.2	7.8	8.8	7.8	5.6	1.6
35 – 44 ปี	41.7	42.2	33.3	24.0	19.8	21.9	25.5	12.5	9.9	6.3	9.4	2.6
45 – 54 ปี	39.2	40.8	44.0	33.6	21.6	29.6	18.4	9.6	12.0	10.4	6.4	2.4
55 – 64 ปี	37.7	41.5	34.0	28.3	17.0	34.0	18.9	11.3	5.7	17.0	7.5	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	50.0	50.0	100.0	50.0	100.0	-	50.0	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	38.9	39.2	34.8	31.4	25.7	25.0	22.6	13.2	13.5	9.5	9.5	2.0
\$10,000 - \$19,999	44.7	43.6	39.5	31.9	28.6	24.5	23.4	10.1	9.0	7.9	5.4	1.4
\$20,000 - \$49,999	53.7	39.6	26.1	29.1	28.4	21.6	21.6	9.7	6.0	7.5	5.2	1.5
\$50,000 ขึ้นไป	27.3	27.3	36.4	-	18.2	36.4	18.2	-	-	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	43.2	52.8	27.2	33.6	29.6	25.6	25.6	8.0	8.0	8.0	1.6	1.6
ด้านการบริหารและการจัดการ	45.5	44.7	29.3	33.3	29.3	17.1	30.9	12.2	15.4	7.3	13.8	0.8
เสมียน/พนักงานขายและ	39.8	37.4	33.9	28.7	28.7	20.9	20.1	9.4	7.1	7.1	6.7	2.8
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	48.4	34.9	49.2	31.0	21.4	28.6	15.9	13.5	8.7	5.6	6.3	1.6
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	46.1	46.1	40.4	28.1	30.3	34.8	29.2	10.1	12.4	15.7	4.5	1.1
นักเรียน	49.3	31.9	39.1	30.4	23.2	21.7	15.9	18.8	15.9	8.7	8.7	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	33.3	38.1	23.8	38.1	23.8	42.9	28.6	4.8	4.8	14.3	4.8	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	44.0	41.9	35.2	30.7	27.5	24.4	22.9	11.4	10.3	8.3	7.2	1.5
กลุ่มศักยภาพสูง	41.5	30.2	39.6	32.1	24.5	24.5	20.8	5.7	5.7	7.5	1.9	3.8

ตารางที่ 27 ร้อยละความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ											
	สิงคโปร์	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ฮ่องกง	ออสเตรเลีย	ไทย	จีน	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	เวียดนาม	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	49.0	36.5	38.2	29.3	34.1	28.9	16.1	8.8	8.8	5.6	4.8	3.6
หญิง	50.8	39.0	38.1	37.4	33.1	27.0	19.9	10.0	7.2	8.2	3.8	1.8
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	41.5	40.0	30.0	32.3	30.8	24.6	23.1	5.4	11.5	6.2	2.3	3.1
25 – 34 ปี	53.9	38.9	40.8	38.9	35.6	29.4	19.6	10.1	8.2	10.5	4.9	2.0
35 – 44 ปี	50.5	37.5	38.5	29.2	29.7	30.2	16.1	13.5	6.8	7.3	5.2	2.1
45 – 54 ปี	50.4	34.4	39.2	36.8	36.0	25.6	19.2	9.6	6.4	4.0	3.2	3.2
55 – 64 ปี	49.1	39.6	37.7	34.0	34.0	18.9	11.3	3.8	1.9	-	-	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	-	-	-	50.0	50.0	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	47.0	36.1	32.4	34.1	30.7	28.4	19.3	10.8	9.1	8.4	5.1	3.4
\$10,000 - \$19,999	52.0	36.8	42.5	36.2	33.8	29.4	20.4	8.2	7.4	8.2	4.6	1.1
\$20,000 - \$49,999	51.5	45.5	38.8	33.6	38.1	23.1	14.2	11.9	6.0	3.7	0.7	3.7
\$50,000 ขึ้นไป	63.6	54.5	36.4	27.3	36.4	-	-	-	-	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	50.4	41.6	42.4	36.0	31.2	28.0	20.8	8.0	7.2	6.4	5.6	-
ด้านการบริหารและการจัดการ	57.7	29.3	37.4	30.1	27.6	48.8	29.3	13.0	12.2	13.0	7.3	1.6
เสมียน/พนักงานขายและ	46.9	35.8	35.8	32.3	32.3	26.8	16.9	9.8	7.5	7.5	3.9	2.8
พหุวิชาชีพ												
แรงงานและเกษตรกร	49.2	42.1	46.0	37.3	44.4	14.3	7.1	11.1	4.0	6.3	4.0	3.2
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	55.1	46.1	40.4	48.3	37.1	14.6	20.2	11.2	5.6	5.6	-	3.4
นักเรียน	47.8	36.2	26.1	31.9	29.0	27.5	21.7	4.3	13.0	4.3	1.4	4.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	42.9	47.6	23.8	23.8	23.8	42.9	19.0	-	-	4.8	4.8	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	50.7	37.2	38.0	35.0	32.6	28.7	19.2	9.8	7.9	7.8	4.4	2.1
กลุ่มศักยภาพสูง	43.4	52.8	39.6	34.0	45.3	11.3	11.3	7.5	3.8	1.9	-	5.7

ตารางที่ 28 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำที่น่าสนใจ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำที่น่าสนใจ

ข้อมูลส่วนบุคคล	ไทย	ฮ่องกง	สิงคโปร์	จีน	ไต้หวัน	มาเลเซีย	เกาหลี	ญี่ปุ่น	อินโดนีเซีย	เวียดนาม	ออสเตรเลีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	71.1	42.2	29.7	24.5	14.5	15.7	17.3	11.6	13.7	8.8	6.8	2.4
หญิง	70.5	38.3	31.1	25.0	13.1	11.8	11.1	11.3	8.4	8.4	6.6	3.9
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	70.0	43.8	26.2	25.4	16.9	15.4	13.1	19.2	10.0	8.5	6.2	0.8
25 – 34 ปี	70.3	39.5	35.6	29.1	14.4	11.4	17.3	11.8	12.7	8.8	7.2	2.9
35 – 44 ปี	70.8	36.5	28.6	21.9	14.6	16.7	10.9	10.9	10.9	10.9	7.8	2.6
45 – 54 ปี	71.2	38.4	28.8	20.0	7.2	10.4	7.2	6.4	4.0	4.8	6.4	8.0
55 – 64 ปี	71.7	39.6	22.6	20.8	11.3	7.5	7.5	3.8	3.8	5.7	1.9	5.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	100.0	50.0	-	50.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	66.6	41.2	32.8	27.7	15.2	16.6	14.5	13.5	10.1	10.1	7.4	5.4
\$10,000 - \$19,999	74.9	37.3	28.9	24.0	13.9	11.4	11.7	10.9	11.2	7.1	7.4	2.2
\$20,000 - \$49,999	68.7	40.3	32.1	23.1	9.7	10.4	14.2	8.2	6.7	9.0	3.7	3.0
\$50,000 ขึ้นไป	63.6	54.5	18.2	-	-	-	-	9.1	9.1	9.1	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	77.6	39.2	32.0	25.6	10.4	12.0	11.2	12.8	7.2	8.0	4.8	0.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	71.5	35.0	41.5	35.0	17.1	13.0	8.9	12.2	17.1	9.8	6.5	2.4
เสมียน/พนักงานขายและ	68.1	36.2	29.5	27.6	16.5	13.8	12.6	8.3	10.6	9.1	7.1	4.3
พหุวิชาชีพ												
แรงงานและเกษตรกร	72.2	42.9	31.0	14.3	7.1	13.5	17.5	11.9	7.1	9.5	7.9	3.2
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	-	-	-	100.0	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	64.0	38.2	20.2	24.7	10.1	9.0	10.1	14.6	6.7	5.6	7.9	9.0
นักเรียน	69.6	49.3	29.0	15.9	17.4	15.9	18.8	17.4	10.1	5.8	4.3	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	76.2	57.1	23.8	23.8	14.3	14.3	14.3	-	9.5	14.3	9.5	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	71.1	39.2	31.0	25.7	13.9	13.4	12.8	11.3	10.6	8.6	6.9	3.0
กลุ่มศักยภาพสูง	64.2	43.4	26.4	13.2	7.5	7.5	15.1	13.2	1.9	7.5	3.8	9.4

ตารางที่ 29 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร

ข้อมูลส่วนบุคคล	เวียดนาม	ไทย	สิงคโปร์	จีน	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	เกาหลี	ออสเตรเลีย	มาเลเซีย	ไต้หวัน	อินโดนีเซีย	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	41.4	39.0	31.7	18.5	13.7	21.3	14.9	10.4	10.4	11.2	10.0	5.2
หญิง	47.4	43.5	28.1	21.3	14.5	10.7	11.4	11.4	9.8	7.9	7.3	4.5
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	46.2	34.6	32.3	18.5	14.6	14.6	16.2	14.6	15.4	7.7	7.7	3.8
25 – 34 ปี	46.7	47.1	30.4	23.5	17.3	16.3	13.4	10.5	8.2	11.1	9.5	3.9
35 – 44 ปี	45.8	39.1	28.1	22.4	14.6	13.5	8.9	13.0	12.0	8.3	12.0	4.7
45 – 54 ปี	41.6	41.6	26.4	16.8	7.2	9.6	14.4	8.8	5.6	7.2	1.6	8.8
55 – 64 ปี	45.3	41.5	24.5	9.4	9.4	9.4	7.5	5.7	9.4	3.8	3.8	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	100.0	50.0	-	50.0	50.0	-	-	50.0	50.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	43.9	37.5	30.1	19.3	14.9	14.9	15.2	12.5	13.2	8.1	8.8	6.4
\$10,000 - \$19,999	46.6	46.9	30.0	24.5	13.9	13.1	12.0	11.7	7.6	10.4	7.9	2.7
\$20,000 - \$49,999	47.8	39.6	25.4	13.4	13.4	14.2	9.0	6.7	9.7	7.5	8.2	6.7
\$50,000 ขึ้นไป	27.3	36.4	27.3	-	18.2	18.2	-	9.1	9.1	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	48.0	38.4	36.0	19.2	16.8	12.8	12.8	16.8	8.8	6.4	8.0	4.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	42.3	52.0	36.6	27.6	17.9	16.3	13.8	8.9	6.5	8.9	11.4	1.6
เสมียน/พนักงานขายและ	44.5	42.9	26.8	22.0	12.2	12.2	12.2	11.8	12.2	9.8	9.4	4.7
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	54.0	36.5	27.8	14.3	12.7	12.7	11.1	7.1	7.9	10.3	5.6	6.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
แม่บ้าน	44.9	41.6	22.5	18.0	14.6	15.7	12.4	10.1	5.6	5.6	4.5	5.6
นักเรียน	37.7	34.8	27.5	17.4	13.0	15.9	13.0	11.6	18.8	8.7	7.2	7.2
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	42.9	52.4	14.3	19.0	9.5	19.0	9.5	4.8	9.5	14.3	4.8	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	45.3	43.3	29.5	21.1	14.2	13.4	13.1	11.4	10.5	9.3	8.6	4.5
กลุ่มศักยภาพสูง	49.1	24.5	24.5	11.3	15.1	22.6	3.8	7.5	3.8	3.8	1.9	7.5

ตารางที่ 30 ร้อยละความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าของเงิน/ราคา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคุ้มค่าของเงิน/ราคา											
	ไทย	สิงคโปร์	จีน	เกาหลี	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	ออสเตรเลีย	เวียดนาม	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	57.4	38.2	20.1	21.7	18.5	17.3	16.9	13.3	10.4	10.0	6.0	2.8
หญิง	55.5	42.2	23.4	22.5	19.5	17.9	15.4	14.1	14.1	7.2	7.9	2.0
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	52.3	46.2	23.8	23.8	24.6	21.5	13.8	13.1	10.8	11.5	10.0	1.5
25 – 34 ปี	60.8	38.9	25.2	25.8	18.6	20.3	16.0	14.7	11.4	8.5	7.5	3.3
35 – 44 ปี	53.6	35.4	20.3	19.8	15.6	16.1	18.2	13.0	12.5	7.3	6.8	1.6
45 – 54 ปี	53.6	44.0	19.2	17.6	24.0	12.8	15.2	12.8	17.6	4.0	6.4	1.6
55 – 64 ปี	50.9	52.8	17.0	18.9	9.4	11.3	13.2	15.1	18.9	7.5	1.9	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	50.0	-	50.0	-	-	50.0	-	50.0	50.0	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	51.7	41.2	22.6	20.6	21.3	16.9	13.9	13.9	13.9	7.1	8.8	2.4
\$10,000 - \$19,999	59.4	42.0	24.3	26.2	19.1	19.3	16.6	16.1	11.2	9.5	7.6	1.6
\$20,000 - \$49,999	57.5	38.1	17.2	16.4	16.4	14.9	18.7	9.0	17.2	6.7	3.7	3.7
\$50,000 ขึ้นไป	45.5	36.4	18.2	9.1	-	18.2	9.1	-	-	-	-	-
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	58.4	42.4	20.8	28.0	21.6	20.8	14.4	11.2	15.2	5.6	7.2	0.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	61.0	43.9	30.1	27.6	17.1	18.7	13.0	19.5	13.8	11.4	9.8	1.6
เสมียน/พนักงานขายและ	50.8	40.2	21.7	22.8	19.3	19.7	17.3	11.8	12.2	5.9	5.1	3.5
พาณิชย์												
แรงงานและเกษตรกร	61.9	30.2	13.5	12.7	16.7	11.9	19.8	17.5	9.5	9.5	10.3	2.4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	100.0	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	56.2	42.7	24.7	18.0	21.3	11.2	12.4	11.2	18.0	7.9	4.5	2.2
นักเรียน	50.7	50.7	26.1	21.7	20.3	20.3	14.5	8.7	10.1	13.0	7.2	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	57.1	47.6	28.6	23.8	19.0	19.0	14.3	28.6	14.3	4.8	14.3	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	56.6	41.3	22.9	23.0	19.6	17.5	15.5	14.0	12.7	8.2	7.7	1.7
กลุ่มศักยภาพสูง	49.1	35.8	15.1	11.3	13.2	20.8	20.8	11.3	17.0	5.7	1.9	9.4

ตารางที่ 31 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ											
	ไทย	จีน	สิงคโปร์	เวียดนาม	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้	ฮ่องกง	อินโดนีเซีย	มาเลเซีย	เกาหลี	ไต้หวัน	ญี่ปุ่น	ออสเตรเลีย
เพศ												
ชาย	28.9	31.7	27.3	23.3	17.7	13.3	8.4	9.6	8.8	8.8	6.4	2.0
หญิง	31.5	30.2	24.0	17.9	19.7	13.2	7.7	7.0	7.0	5.9	5.5	3.4
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	30.8	37.7	30.0	16.2	13.1	12.3	10.0	12.3	10.8	7.7	7.7	6.2
25 – 34 ปี	32.7	24.8	25.5	17.6	23.5	16.0	7.5	7.2	8.8	7.2	6.9	2.9
35 – 44 ปี	27.1	36.5	24.5	22.4	15.1	10.9	7.8	9.4	7.8	7.8	4.2	2.1
45 – 54 ปี	30.4	28.8	20.8	19.2	23.2	12.0	5.6	4.0	2.4	3.2	3.2	2.4
55 – 64 ปี	34.0	32.1	20.8	28.3	13.2	9.4	11.3	3.8	3.8	7.5	5.7	-
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	50.0	-	-	-	-	50.0	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	24.0	30.7	23.3	24.3	19.9	12.5	9.5	6.4	7.4	7.1	6.8	3.0
\$10,000 - \$19,999	37.6	32.4	25.6	16.3	16.9	15.0	7.4	7.6	7.9	8.2	5.7	2.7
\$20,000 - \$49,999	28.4	26.9	27.6	19.4	23.1	10.4	6.7	11.9	6.7	3.0	3.7	2.2
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	18.2	18.2	-	18.2	9.1	-	-	9.1	-	9.1	18.2
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	31.2	34.4	22.4	19.2	24.0	15.2	9.6	5.6	5.6	3.2	4.0	4.0
ด้านการบริหารและการจัดการ	41.5	36.6	18.7	21.1	14.6	18.7	9.8	7.3	8.1	8.9	4.9	3.3
เสมียน/พนักงานขายและ	27.6	26.8	24.8	20.1	24.0	8.3	7.1	9.8	8.7	5.5	5.9	2.4
พหุวิชาชีพ												
แรงงานและเกษตรกร	29.4	19.0	33.3	22.2	18.3	13.5	7.1	8.7	6.3	8.7	4.0	1.6
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	-	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	28.1	32.6	28.1	10.1	13.5	14.6	6.7	2.2	4.5	6.7	7.9	3.4
นักเรียน	30.4	42.0	27.5	14.5	10.1	14.5	10.1	11.6	14.5	10.1	8.7	5.8
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	23.8	42.9	9.5	42.9	14.3	19.0	-	4.8	-	9.5	14.3	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	31.4	31.8	24.2	20.3	18.0	13.6	8.5	7.8	7.9	7.2	6.0	3.2
กลุ่มศักยภาพสูง	20.8	15.1	35.8	9.4	34.0	7.5	-	7.5	1.9	1.9	3.8	-

ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน

ข้อมูลส่วนบุคคล	สิงคโปร์	เกาหลี	ไทย	ฮ่องกง	ญี่ปุ่น	ออสเตรเลีย	จีน	เวียดนาม	มาเลเซีย	อินโดนีเซีย	ไต้หวัน	ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้
เพศ												
ชาย	42.2	38.2	36.9	26.1	26.9	24.5	19.3	10.8	11.6	9.6	4.0	7.6
หญิง	47.2	38.5	36.0	26.1	23.1	21.5	17.9	12.7	10.2	10.4	8.1	5.5
กลุ่มอายุ												
ต่ำกว่า 25 ปี	48.5	40.0	36.9	24.6	29.2	23.1	20.8	16.2	15.4	10.0	10.8	3.1
25 – 34 ปี	44.1	42.2	39.9	27.1	24.8	24.5	19.9	12.4	8.5	11.4	5.2	5.6
35 – 44 ปี	45.8	34.4	34.9	26.0	25.5	21.4	17.2	13.0	10.9	8.9	8.9	4.2
45 – 54 ปี	42.4	33.6	31.2	22.4	15.2	16.8	13.6	5.6	9.6	9.6	4.0	14.4
55 – 64 ปี	52.8	39.6	30.2	30.2	26.4	26.4	17.0	11.3	13.2	9.4	5.7	5.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	50.0	100.0	-	-	50.0	50.0	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว												
น้อยกว่า \$10,000	45.9	36.1	35.8	28.7	18.9	22.3	17.9	10.8	13.2	10.8	9.5	6.4
\$10,000 - \$19,999	48.2	40.1	38.7	25.1	27.8	21.8	19.6	12.8	8.7	10.1	5.7	5.7
\$20,000 - \$49,999	39.6	38.1	33.6	23.1	28.4	25.4	16.4	14.2	11.2	9.0	4.5	6.7
\$50,000 ขึ้นไป	27.3	45.5	-	27.3	-	9.1	9.1	-	-	9.1	-	9.1
อาชีพ												
ผู้เชี่ยวชาญ	47.2	44.8	33.6	23.2	28.8	26.4	20.0	14.4	7.2	6.4	6.4	3.2
ด้านการบริหารและการจัดการ	53.7	38.2	49.6	23.6	20.3	22.0	26.0	13.8	17.1	19.5	11.4	4.9
เสมียน/พนักงานขายและ	42.5	38.6	36.2	26.8	24.0	22.8	16.9	9.1	10.6	8.7	4.3	6.3
พหุวิชาชีพ												
แรงงานและเกษตรกร	32.5	34.9	27.0	21.4	19.8	18.3	10.3	9.5	5.6	7.1	4.0	12.7
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	100.0	-	100.0	100.0	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	53.9	33.7	30.3	34.8	23.6	23.6	19.1	11.2	9.0	11.2	7.9	6.7
นักเรียน	47.8	37.7	37.7	24.6	30.4	18.8	18.8	23.2	17.4	11.6	13.0	2.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	61.9	38.1	47.6	47.6	28.6	23.8	23.8	9.5	9.5	4.8	4.8	-
กลุ่ม												
กลุ่มทั่วไป	46.1	38.3	37.2	26.9	23.7	22.4	18.4	12.6	10.6	10.5	7.2	5.8
กลุ่มศักยภาพสูง	39.6	39.6	22.6	15.1	32.1	22.6	17.0	5.7	11.3	5.7	1.9	11.3

ตารางที่ 33 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย								
	วัด/พุทธศาสนา/พระเจดีย์	ชอบปี๋ได้คุ้มราคา/คุ้มค่า	มีกิจกรรมสถานบันเทิงยามค่ำคืน	เกย์/เพศที่สาม	อาหารไทย	ทะเลและชายหาดสวยงามที่หลากหลาย	การต้อนรับ/การบริการ	ช้างเผือก/ฝึกฝนช้าง	ไม่มีความคิดเห็น
ภาพรวม	38.6	21.2	17.5	15.1	8.7	7.4	7.2	0.6	0.4
เพศ									
ชาย	39.0	22.1	15.7	16.1	12.4	6.4	6.8	-	0.4
หญิง	38.5	20.8	18.2	14.7	7.0	7.9	7.3	0.9	0.4
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	36.2	20.0	18.5	14.6	9.2	9.2	5.4	0.8	0.8
25 – 34 ปี	38.2	24.5	15.0	15.7	10.1	7.5	6.9	0.7	-
35 – 44 ปี	40.1	19.8	18.2	16.7	7.3	7.8	8.3	0.5	-
45 – 54 ปี	40.0	16.8	22.4	15.2	6.4	8.0	7.2	0.8	-
55 – 64 ปี	35.8	20.8	15.1	7.5	9.4	-	9.4	-	3.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	-	-	-	-	-	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	39.5	20.6	14.2	17.9	7.4	7.8	5.4	0.7	0.7
\$10,000 – \$19,999	40.6	20.2	19.6	14.4	7.6	6.0	8.4	0.8	0.3
\$20,000 – \$49,999	32.1	24.6	19.4	11.9	12.7	10.4	7.5	-	-
\$50,000 ขึ้นไป	27.3	27.3	9.1	-	27.3	9.1	9.1	-	-
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	38.4	23.2	16.8	13.6	5.6	8.0	7.2	-	0.8
ด้านการบริหารและการจัดการ	40.7	19.5	11.4	19.5	5.7	8.1	13.0	-	-
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	38.0	24.0	18.0	16.8	8.8	7.6	4.0	-	-
แรงงานและเกษตรกร	36.9	18.5	23.8	13.1	12.3	5.4	6.9	1.5	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	36.0	15.7	20.2	12.4	6.7	10.1	7.9	2.2	1.1
นักเรียน	39.1	23.2	15.9	11.6	13.0	7.2	8.7	1.4	1.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	57.1	19.0	4.8	14.3	14.3	-	4.8	-	-
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	39.2	20.7	16.4	15.2	7.9	7.0	7.3	0.7	0.4
กลุ่มศักยภาพสูง	30.2	28.3	32.1	13.2	18.9	13.2	5.7	-	-

ตารางที่ 33.1 ร้อยละประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย จำแนกตามความคิดเห็นต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ความคิดเห็นต่อประเทศไทย	ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย			
	ภาพรวม	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมามากกว่า 1
ซื้อปั้งคัมราคา/คัมค่า	26.5	22.3	30.8	33.5
ทะเลและชายหาด	25.5	25.3	26.8	24.9
วัด/พระเจดีย์	18.2	21.4	19.0	8.8
อาหารไทย	17.3	15.3	20.3	19.5
ช้างเผือก/การฝึกช้าง	9.8	13.7	6.3	2.7
สถานบันเทิงยามค่ำคิน	9.7	10.7	10.7	6.0
ความเป็นมิตร	7.3	5.6	6.4	12.6
ไม่มีความคิดเห็น	13.5	13.2	13.1	14.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 34 ร้อยละการมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา **	
		ไม่เคยมา	เคยมา
ภาพรวม	100.0	63.9	36.1
เพศ			
ชาย	100.0	63.5	36.5
หญิง	100.0	64.0	36.0
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	65.4	34.6
25 – 34 ปี	100.0	64.1	35.9
35 – 44 ปี	100.0	62.0	38.0
45 – 54 ปี	100.0	60.8	39.2
55 – 64 ปี	100.0	73.6	26.4
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	50.0	50.0
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	100.0	68.9	31.1
\$10,000 - \$19,999	100.0	61.0	39.0
\$20,000 - \$49,999	100.0	59.7	40.3
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	72.7	27.3
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	100.0	65.6	34.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	100.0	58.5	41.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	100.0	68.0	32.0
แรงงานและเกษตรกร	100.0	60.0	40.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-
แม่บ้าน	100.0	65.2	34.8
นักเรียน	100.0	59.4	40.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	66.7	33.3
กลุ่ม			
กลุ่มทั่วไป	100.0	63.6	36.4
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	67.9	32.1

**หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละตามแกนแนวดิ่ง

ตารางที่ 34.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย	
	ไม่เคยมา	เคยมา
เพศ		
ชาย	30.6	31.2
หญิง	69.4	68.8
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	16.5	15.4
25 – 34 ปี	38.0	37.7
35 – 44 ปี	23.1	25.0
45 – 54 ปี	14.7	16.8
55 – 64 ปี	7.6	4.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	0.2	0.3
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	39.5	31.5
\$10,000- \$19,999	43.4	49.0
\$20,000 - \$49,999	15.5	18.5
\$50,000 ขึ้นไป	1.6	1.0
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	15.9	14.7
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.0	17.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย	32.9	27.4
แรงงานและเกษตรกร	15.1	17.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	0.2	-
แม่บ้าน	11.2	10.6
นักเรียน	7.9	9.6
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.7	2.4
รวม	100.0	100.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	93.0	94.2
กลุ่มศักยภาพสูง	7.0	5.8
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 34.2 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย		
	ไม่เคยมา	เคยมา	เคยมามากกว่า 1 ครั้ง
เพศ			
ชาย	30.6	30.7	33.3
หญิง	69.4	69.3	66.7
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 25 ปี	16.5	14.8	18.8
25 – 34 ปี	38.0	38.1	35.4
35 – 44 ปี	23.1	25.8	20.8
45 – 54 ปี	14.7	16.0	20.8
55 – 64 ปี	7.6	4.9	4.2
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	0.2	0.4	-
รวม	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	39.5	34.4	16.7
\$10,000- \$19,999	43.4	48.0	54.2
\$20,000 - \$49,999	15.5	17.6	22.9
\$50,000 ขึ้นไป	1.6	-	6.3
รวม	100.0	100.0	100.0
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	15.9	16.4	6.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.0	18.0	14.6
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน	32.9	27.9	25.0
แรงงานและเกษตรกร	15.1	16.0	27.1
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	0.2	-	-
แม่บ้าน	11.2	9.0	18.8
นักเรียน	7.9	9.8	8.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.7	2.9	-
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่ม			
กลุ่มทั่วไป	93.0	96.7	81.3
กลุ่มศักยภาพสูง	7.0	3.3	18.8
รวม	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 34.3 ร้อยละความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย						
	1 ครั้ง	2 ครั้ง	3 ครั้ง	4 ครั้ง	5 ครั้ง	7 ครั้ง	10 ครั้ง
ภาพรวม	83.6	9.6	2.7	2.1	1.0	0.3	0.7
เพศ							
ชาย	82.4	8.8	5.5	2.2	1.1	0.0	0.0
หญิง	84.1	10.0	1.5	2.0	1.0	0.5	1.0
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 25 ปี	80.0	11.1	2.2	4.4	0.0	0.0	2.2
25 – 34 ปี	84.5	8.2	3.6	1.8	0.9	0.0	0.9
35 – 44 ปี	86.3	8.2	1.4	1.4	1.4	1.4	0.0
45 – 54 ปี	79.6	12.2	4.1	2.0	2.0	0.0	0.0
55 – 64 ปี	85.7	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	91.3	4.3	1.1	3.3	0.0	0.0	0.0
\$10,000- \$19,999	81.8	11.9	3.5	1.4	0.7	0.7	0.0
\$20,000 - \$49,999	79.6	9.3	3.7	1.9	3.7	0.0	1.9
\$50,000 ขึ้นไป	0.0	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	93.0	0.0	2.3	2.3	0.0	0.0	2.3
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	86.3	7.8	2.0	0.0	2.0	0.0	2.0
พนักงานบริษัทเอกชน	85.0	10.0	2.5	1.3	1.3	0.0	0.0
แรงงานและเกษตรกร	75.0	15.4	5.8	1.9	1.9	0.0	0.0
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
แม่บ้าน	71.0	19.4	3.2	3.2	0.0	3.2	0.0
นักเรียน	85.7	7.1	0.0	7.1	0.0	0.0	0.0
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
กลุ่ม							
กลุ่มทั่วไป	85.8	8.0	2.5	1.8	1.1	0.4	0.4
กลุ่มศักยภาพสูง	47.1	35.3	5.9	5.9	0.0	0.0	5.9

ตารางที่ 35 ร้อยละการวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	รวม	การวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้าของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม		
		ใช่	ไม่ใช่	ไม่แน่ใจ
ภาพรวม	100.0	72.9	11.4	15.7
เพศ				
ชาย	100.0	72.7	10.4	16.9
หญิง	100.0	73.0	11.8	15.2
กลุ่มอายุ				
ต่ำกว่า 25 ปี	100.0	75.4	13.1	11.5
25 – 34 ปี	100.0	76.5	10.5	13.1
35 – 44 ปี	100.0	70.8	8.9	20.3
45 – 54 ปี	100.0	64.8	13.6	21.6
55 – 64 ปี	100.0	71.7	17.0	11.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	100.0	100.0	-	-
รายได้รวมของครอบครัว				
น้อยกว่า \$10,000	100.0	70.6	11.1	18.2
\$10,000 – \$19,999	100.0	73.0	11.2	15.8
\$20,000 – \$49,999	100.0	78.4	11.2	10.4
\$50,000 ขึ้นไป	100.0	63.6	27.3	9.1
อาชีพ				
ผู้เชี่ยวชาญ	100.0	77.6	11.2	11.2
ด้านการบริหารและการจัดการ	100.0	69.1	8.9	22.0
เสมียน/พนักงานขาย และพาณิชย์	100.0	72.0	11.6	16.4
แรงงานและเกษตรกร	100.0	76.9	12.3	10.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	100.0	-	-
แม่บ้าน	100.0	69.7	14.6	15.7
นักเรียน	100.0	73.9	8.7	17.4
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	61.9	14.3	23.8
กลุ่ม				
กลุ่มทั่วไป	100.0	72.6	11.4	16.0
กลุ่มศักยภาพสูง	100.0	77.4	11.3	11.3
ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย				
ไม่เคยมาประเทศไทย	100.0	75.4	9.9	14.7
เคยมาครั้งเดียว	100.0	67.6	13.5	18.9
เคยมามากกว่า 1 ครั้ง	100.0	72.9	16.7	10.4

ตารางที่ 36 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการได้รับคำชื่นชมและคำขอบคุณถือเป็นสิ่งที่สำคัญ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.6	0.1	6.2	62.3	26.6	4.2	-	4.27	808
เพศ									
ชาย	0.8	-	8.4	66.3	21.3	3.2	-	4.17	249
หญิง	0.5	0.2	5.2	60.5	29.0	4.7	-	4.31	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.8	-	6.9	58.5	28.5	5.4	-	4.30	130
25 – 34 ปี	0.7	-	6.5	62.1	26.1	4.6	-	4.27	306
35 – 44 ปี	-	-	4.7	59.4	31.8	4.2	-	4.35	192
45 – 54 ปี	-	-	6.4	71.2	20.8	1.6	-	4.18	125
55 – 64 ปี	3.8	1.9	7.5	60.4	20.8	5.7	-	4.09	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	0.3	9.8	65.2	21.6	2.0	-	4.12	296
\$10,000 – \$19,999	-	-	4.6	59.7	31.3	4.4	-	4.35	367
\$20,000 – \$49,999	1.5	-	3.0	64.2	23.1	8.2	-	4.32	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	-	45.5	45.5	9.1	-	4.64	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	-	5.6	54.4	35.2	4.0	-	4.35	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	-	2.4	59.3	34.1	4.1	-	4.40	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.8	-	6.8	63.6	25.6	3.2	-	4.23	250
แรงงานและเกษตรกร	-	-	6.9	70.8	16.9	5.4	-	4.21	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	2.2	1.1	10.1	59.6	21.3	5.6	-	4.13	89
นักเรียน	-	-	5.8	62.3	27.5	4.3	-	4.30	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	4.8	66.7	23.8	4.8	-	4.29	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.7	0.1	6.6	62.3	26.8	3.6	-	4.25	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	-	62.3	24.5	13.2	-	4.51	53

ตารางที่ 37 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่คาดฝัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	2.8	4.1	18.1	62.1	10.1	2.7	-	3.81	808
เพศ									
ชาย	2.0	2.0	19.3	65.1	9.6	2.0	-	3.84	249
หญิง	3.2	5.0	17.5	60.8	10.4	3.0	-	3.79	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.5	3.8	18.5	64.6	9.2	2.3	-	3.83	130
25 – 34 ปี	2.6	2.6	17.3	65.0	10.5	2.0	-	3.84	306
35 – 44 ปี	4.7	5.2	15.1	58.3	13.0	3.6	-	3.81	192
45 – 54 ปี	2.4	4.8	21.6	60.8	8.0	2.4	-	3.74	125
55 – 64 ปี	1.9	7.5	24.5	56.6	3.8	5.7	-	3.70	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	50.0	50.0	-	-	4.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	3.0	4.4	19.6	59.8	11.1	2.0	-	3.78	296
\$10,000 – \$19,999	2.7	4.6	17.4	64.3	8.4	2.5	-	3.78	367
\$20,000 – \$49,999	3.0	2.2	17.2	60.4	12.7	4.5	-	3.91	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.1	72.7	9.1	9.1	-	4.18	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	3.2	4.8	16.0	62.4	10.4	3.2	-	3.82	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	6.5	7.3	12.2	61.0	9.8	3.3	-	3.70	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	2.4	2.4	20.0	62.0	12.0	1.2	-	3.82	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	3.8	20.8	63.8	6.9	3.8	-	3.84	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	3.4	3.4	28.1	50.6	11.2	3.4	-	3.73	89
นักเรียน	1.4	4.3	8.7	73.9	8.7	2.9	-	3.93	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.8	14.3	66.7	9.5	4.8	-	3.95	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.9	4.2	18.4	62.9	8.7	2.8	-	3.79	755
กลุ่มศักยภาพสูง	1.9	1.9	13.2	50.9	30.2	1.9	-	4.11	53

ตารางที่ 38 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการแสดงตัวตนของตนเองได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ต้องคำนึงถึงสายตาของผู้อื่น
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	5.9	11.4	34.7	32.3	10.3	5.4	-	3.46	808
เพศ									
ชาย	4.0	10.8	35.7	31.7	12.0	5.6	-	3.54	249
หญิง	6.8	11.6	34.2	32.6	9.5	5.4	-	3.42	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	6.9	4.6	35.4	36.2	11.5	5.4	-	3.57	130
25 – 34 ปี	4.6	9.8	33.7	34.3	12.7	4.9	-	3.56	306
35 – 44 ปี	7.8	17.7	32.8	27.6	7.3	6.8	-	3.29	192
45 – 54 ปี	6.4	13.6	35.2	32.8	7.2	4.8	-	3.35	125
55 – 64 ปี	3.8	9.4	43.4	28.3	9.4	5.7	-	3.47	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	-	50.0	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	7.1	10.5	30.4	34.5	11.1	6.4	-	3.51	296
\$10,000 – \$19,999	6.0	12.5	37.6	30.5	8.2	5.2	-	3.38	367
\$20,000 – \$49,999	3.7	10.4	36.6	31.3	14.2	3.7	-	3.53	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	9.1	27.3	45.5	9.1	9.1	-	3.82	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	6.4	13.6	29.6	36.8	8.0	5.6	-	3.43	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	8.9	22.0	35.0	23.6	6.5	4.1	-	3.09	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	3.6	6.8	38.0	33.6	11.2	6.8	-	3.62	250
แรงงานและเกษตรกร	3.1	10.0	36.2	33.1	11.5	6.2	-	3.58	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	9.0	13.5	24.7	38.2	12.4	2.2	-	3.38	89
นักเรียน	8.7	7.2	36.2	31.9	11.6	4.3	-	3.43	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	9.5	4.8	52.4	9.5	14.3	9.5	-	3.43	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	6.2	11.7	34.6	32.2	9.7	5.7	-	3.45	755
กลุ่มศักยภาพสูง	1.9	7.5	35.8	34.0	18.9	1.9	-	3.66	53

ตารางที่ 39 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับมีเพียงบางสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	6.1	15.6	34.0	30.9	9.3	4.1	-	3.34	808
เพศ									
ชาย	2.4	16.1	36.9	30.9	9.6	4.0	-	3.41	249
หญิง	7.7	15.4	32.7	30.9	9.1	4.1	-	3.31	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	5.4	17.7	29.2	33.8	9.2	4.6	-	3.38	130
25 – 34 ปี	4.2	14.7	35.9	31.4	10.1	3.6	-	3.39	306
35 – 44 ปี	7.8	21.4	30.7	24.5	10.9	4.7	-	3.23	192
45 – 54 ปี	9.6	9.6	31.2	41.6	6.4	1.6	-	3.30	125
55 – 64 ปี	3.8	9.4	52.8	18.9	5.7	9.4	-	3.42	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	4.7	14.2	32.8	31.1	12.5	4.7	-	3.47	296
\$10,000 – \$19,999	6.8	18.3	33.8	30.2	7.6	3.3	-	3.23	367
\$20,000 – \$49,999	6.7	12.7	35.8	32.8	7.5	4.5	-	3.35	134
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	-	54.5	27.3	-	9.1	-	3.36	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	7.2	17.6	32.8	32.8	5.6	4.0	-	3.24	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	7.3	21.1	35.0	26.8	8.1	1.6	-	3.12	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	7.6	13.6	31.2	33.6	11.2	2.8	-	3.36	250
แรงงานและเกษตรกร	4.6	14.6	42.3	26.2	6.9	5.4	-	3.32	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	3.4	11.2	33.7	33.7	11.2	6.7	-	3.58	89
นักเรียน	4.3	17.4	26.1	33.3	13.0	5.8	-	3.51	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	14.3	47.6	23.8	4.8	9.5	-	3.48	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	5.8	16.0	33.2	30.9	9.8	4.2	-	3.35	755
กลุ่มศักยภาพสูง	9.4	9.4	45.3	32.1	1.9	1.9	-	3.13	53

ตารางที่ 40 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	0.4	3.2	51.9	32.2	12.3	-	4.52	808
เพศ									
ชาย	-	0.4	3.6	56.6	28.5	10.8	-	4.46	249
หญิง	0.2	0.4	3.0	49.7	33.8	12.9	-	4.55	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	3.1	58.5	26.2	12.3	-	4.48	130
25 – 34 ปี	0.3	1.0	3.6	51.0	32.4	11.8	-	4.49	306
35 – 44 ปี	-	-	3.6	49.0	33.9	13.5	-	4.57	192
45 – 54 ปี	-	-	1.6	49.6	39.2	9.6	-	4.57	125
55 – 64 ปี	-	-	3.8	54.7	24.5	17.0	-	4.55	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	-	2.7	55.4	26.7	14.9	-	4.53	296
\$10,000 – \$19,999	-	0.8	3.5	48.2	35.7	11.7	-	4.54	367
\$20,000 – \$49,999	-	-	3.0	53.7	35.8	7.5	-	4.48	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.1	54.5	18.2	18.2	-	4.45	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	4.0	48.0	40.8	7.2	-	4.51	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	0.8	4.9	52.0	30.1	12.2	-	4.48	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	-	0.8	3.6	52.4	27.6	15.6	-	4.54	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	-	2.3	57.7	32.3	6.9	-	4.42	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	-	-	3.4	41.6	39.3	15.7	-	4.67	89
นักเรียน	-	-	-	55.1	31.9	13.0	-	4.58	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	61.9	19.0	19.0	-	4.57	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.1	0.4	2.5	51.1	33.0	12.8	-	4.55	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	13.2	62.3	20.8	3.8	-	4.15	53

ตารางที่ 41 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.2	5.1	18.6	49.9	14.6	11.6	-	4.08	808
เพศ									
ชาย	-	4.0	17.7	54.6	13.3	10.4	-	4.08	249
หญิง	0.4	5.5	19.0	47.8	15.2	12.2	-	4.08	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	2.3	16.2	58.5	14.6	8.5	-	4.11	130
25 – 34 ปี	0.3	2.3	16.0	52.6	17.6	11.1	-	4.18	306
35 – 44 ปี	-	1.0	15.6	55.7	15.1	12.5	-	4.22	192
45 – 54 ปี	0.8	16.8	20.8	37.6	9.6	14.4	-	3.82	125
55 – 64 ปี	-	15.1	41.5	22.6	7.5	13.2	-	3.62	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	100.0	-	-	-	-	3.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	5.7	22.3	44.3	15.5	11.8	-	4.04	296
\$10,000 - \$19,999	-	4.9	15.5	55.3	14.4	9.8	-	4.09	367
\$20,000 - \$49,999	0.7	3.0	20.1	44.8	14.2	17.2	-	4.20	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	18.2	-	81.8	-	-	-	3.64	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	2.4	15.2	52.0	18.4	12.0	-	4.22	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	1.6	14.6	54.5	15.4	13.8	-	4.25	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.4	6.4	18.0	48.4	14.4	12.4	-	4.07	250
แรงงานและเกษตรกร	-	3.1	22.3	53.1	12.3	9.2	-	4.02	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	-	100.0	-	6.00	1
แม่บ้าน	1.1	13.5	21.3	41.6	14.6	7.9	-	3.79	89
นักเรียน	-	4.3	15.9	52.2	15.9	11.6	-	4.14	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.8	42.9	38.1	-	14.3	-	3.76	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.3	5.2	18.4	50.3	15.0	10.9	-	4.07	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	3.8	20.8	43.4	9.4	22.6	-	4.26	53

ตารางที่ 42 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการปรับตัวและความพร้อมที่จะรับมือให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างกันมากถือเป็นสิ่งที่ยากในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.7	1.2	21.5	53.6	15.1	7.8	-	4.04	808
เพศ									
ชาย	0.8	1.2	21.3	55.8	15.7	5.2	-	4.00	249
หญิง	0.7	1.3	21.6	52.6	14.8	8.9	-	4.06	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.3	2.3	16.2	63.1	11.5	4.6	-	3.93	130
25 – 34 ปี	1.0	1.3	21.2	54.6	14.7	7.2	-	4.02	306
35 – 44 ปี	-	-	20.8	50.0	18.8	10.4	-	4.19	192
45 – 54 ปี	-	2.4	24.0	52.0	15.2	6.4	-	3.99	125
55 – 64 ปี	-	-	30.2	43.4	13.2	13.2	-	4.09	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	100.0	-	-	-	-	3.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.0	2.4	24.0	49.3	14.5	7.8	-	3.95	296
\$10,000 – \$19,999	-	0.8	19.6	57.2	15.8	6.5	-	4.08	367
\$20,000 – \$49,999	-	-	22.4	53.0	14.2	10.4	-	4.13	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.1	54.5	18.2	18.2	-	4.45	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	3.2	18.4	53.6	12.0	12.8	-	4.13	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	0.8	15.4	59.3	17.9	6.5	-	4.14	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	1.2	1.6	20.0	51.6	19.6	6.0	-	4.05	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	-	30.0	52.3	10.8	6.2	-	3.91	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	-	-	29.2	41.6	18.0	11.2	-	4.11	89
นักเรียน	2.9	1.4	14.5	73.9	2.9	4.3	-	3.86	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	33.3	38.1	14.3	14.3	-	4.10	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.8	1.3	20.5	53.5	15.5	8.3	-	4.07	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	35.8	54.7	9.4	-	-	3.74	53

ตารางที่ 43 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการละเมิดหรือไม่เชื่อฟังกฎหมายในบางครั้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	2.5	7.8	19.2	45.5	17.5	7.5	-	3.90	808
เพศ									
ชาย	2.4	4.8	18.9	49.0	19.3	5.6	-	3.95	249
หญิง	2.5	9.1	19.3	44.0	16.6	8.4	-	3.88	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.5	5.4	21.5	46.2	18.5	6.9	-	3.95	130
25 – 34 ปี	1.0	4.9	16.7	51.3	17.6	8.5	-	4.05	306
35 – 44 ปี	4.7	10.4	16.7	38.0	21.9	8.3	-	3.87	192
45 – 54 ปี	4.0	12.0	25.6	42.4	12.0	4.0	-	3.58	125
55 – 64 ปี	1.9	9.4	22.6	45.3	11.3	9.4	-	3.83	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	50.0	-	-	-	3.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	3.0	8.8	17.2	44.3	16.9	9.8	-	3.93	296
\$10,000 – \$19,999	2.7	7.9	21.0	45.2	17.2	6.0	-	3.84	367
\$20,000 – \$49,999	-	5.2	18.7	48.5	20.1	7.5	-	4.06	134
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	9.1	18.2	54.5	9.1	-	-	3.45	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	1.6	4.8	13.6	46.4	22.4	11.2	-	4.17	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	3.3	10.6	8.1	40.7	28.5	8.9	-	4.07	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	2.0	6.4	22.0	46.8	15.2	7.6	-	3.90	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	9.2	23.8	47.7	13.8	4.6	-	3.78	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	100.0	-	-	-	-	3.00	1
แม่บ้าน	5.6	9.0	21.3	46.1	13.5	4.5	-	3.66	89
นักเรียน	4.3	4.3	27.5	46.4	11.6	5.8	-	3.74	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	23.8	14.3	38.1	9.5	14.3	-	3.76	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.5	7.8	19.1	44.0	18.5	8.1	-	3.92	755
กลุ่มศักยภาพสูง	1.9	7.5	20.8	67.9	1.9	-	-	3.60	53

ตารางที่ 44 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการไม่สนใจในกฎระเบียบและการประชุมที่จำกัดเสรีภาพของตนเอง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.9	8.7	40.5	33.2	11.5	4.3	-	3.57	808
เพศ									
ชาย	1.2	10.0	36.1	37.3	12.4	2.8	-	3.58	249
หญิง	2.1	8.1	42.4	31.3	11.1	5.0	-	3.56	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.8	11.5	35.4	37.7	10.0	1.5	-	3.43	130
25 – 34 ปี	0.3	6.5	41.5	35.3	13.1	3.3	-	3.64	306
35 – 44 ปี	2.1	11.5	40.1	27.1	13.0	6.3	-	3.56	192
45 – 54 ปี	2.4	8.0	40.8	32.8	8.8	7.2	-	3.59	125
55 – 64 ปี	3.8	3.8	49.1	32.1	7.5	3.8	-	3.47	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	50.0	-	-	-	3.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	8.4	40.5	30.4	14.2	5.4	-	3.65	296
\$10,000 - \$19,999	2.5	9.3	41.1	33.8	9.5	3.8	-	3.50	367
\$20,000 - \$49,999	1.5	6.7	39.6	37.3	11.9	3.0	-	3.60	134
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	18.2	27.3	36.4	-	9.1	-	3.27	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	1.6	8.0	33.6	43.2	8.8	4.8	-	3.64	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	1.6	11.4	41.5	23.6	16.3	5.7	-	3.59	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	1.2	8.8	40.4	31.2	14.4	4.0	-	3.61	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	2.3	47.7	36.9	10.8	1.5	-	3.59	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	2.2	10.1	43.8	29.2	6.7	7.9	-	3.52	89
นักเรียน	5.8	14.5	36.2	36.2	4.3	2.9	-	3.28	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.8	9.5	33.3	38.1	9.5	4.8	-	3.52	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	2.0	8.7	40.1	32.7	11.8	4.6	-	3.57	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	7.5	45.3	39.6	7.5	-	-	3.47	53

ตารางที่ 45 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับผิดชอบในหน้าที่ของตน มักมีความสำคัญกว่าการใช้ชีวิตตามความสุขของตน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.7	3.8	21.5	48.9	19.9	5.1	-	3.99	808
เพศ									
ชาย	0.4	2.4	28.1	43.8	21.3	4.0	-	3.95	249
หญิง	0.9	4.5	18.6	51.2	19.3	5.5	-	4.00	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.5	5.4	26.9	47.7	14.6	3.8	-	3.80	130
25 – 34 ปี	0.7	3.9	22.9	46.1	20.9	5.6	-	3.99	306
35 – 44 ปี	1.0	3.6	17.2	47.4	25.5	5.2	-	4.08	192
45 – 54 ปี	-	3.2	20.8	55.2	17.6	3.2	-	3.97	125
55 – 64 ปี	-	1.9	18.9	56.6	13.2	9.4	-	4.09	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.7	4.4	21.3	48.0	17.9	6.8	-	3.96	296
\$10,000 – \$19,999	0.3	3.8	21.8	48.0	22.1	4.1	-	4.00	367
\$20,000 – \$49,999	-	3.0	21.6	52.2	18.7	4.5	-	4.00	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	18.2	63.6	18.2	-	-	4.00	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	4.8	19.2	53.6	18.4	3.2	-	3.94	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	7.3	22.0	49.6	17.9	3.3	-	3.88	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.8	3.6	21.2	45.6	21.6	7.2	-	4.05	250
แรงงานและเกษตรกร	-	0.8	23.8	51.5	20.0	3.8	-	4.02	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	1.1	4.5	18.0	47.2	23.6	5.6	-	4.04	89
นักเรียน	2.9	2.9	29.0	44.9	17.4	2.9	-	3.80	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	14.3	61.9	9.5	14.3	-	4.24	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.8	4.0	20.9	49.1	19.9	5.3	-	3.99	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.9	30.2	45.3	20.8	1.9	-	3.91	53

ตารางที่ 46 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขึ้นขอการอัปเดตในเรื่องของความทันสมัยและแฟชั่นเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.0	1.2	18.8	42.2	25.6	11.1	-	4.24	808
เพศ									
ชาย	1.2	0.8	19.3	46.2	21.7	10.8	-	4.19	249
หญิง	0.9	1.4	18.6	40.4	27.4	11.3	-	4.26	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.8	20.8	45.4	20.8	12.3	-	4.23	130
25 – 34 ปี	2.0	1.6	19.9	41.5	23.5	11.4	-	4.17	306
35 – 44 ปี	0.5	-	13.5	43.8	28.1	14.1	-	4.41	192
45 – 54 ปี	0.8	0.8	20.0	40.0	32.0	6.4	-	4.21	125
55 – 64 ปี	-	5.7	22.6	37.7	26.4	7.5	-	4.08	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.7	1.7	19.6	42.6	22.6	12.8	-	4.23	296
\$10,000 – \$19,999	1.4	1.1	17.7	39.8	28.9	11.2	-	4.27	367
\$20,000 – \$49,999	0.7	0.7	20.1	47.8	23.9	6.7	-	4.13	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	18.2	45.5	18.2	18.2	-	4.36	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	-	14.4	47.2	27.2	10.4	-	4.31	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	-	8.9	48.8	31.7	9.8	-	4.40	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	2.0	2.0	21.6	39.2	22.8	12.4	-	4.16	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	1.5	24.6	41.5	23.8	7.7	-	4.09	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	-	3.4	19.1	41.6	25.8	10.1	-	4.20	89
นักเรียน	-	-	23.2	29.0	29.0	18.8	-	4.43	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	19.0	57.1	14.3	9.5	-	4.14	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.9	1.2	17.6	42.5	26.2	11.5	-	4.26	755
กลุ่มศักยภาพสูง	1.9	1.9	35.8	37.7	17.0	5.7	-	3.83	53

ตารางที่ 47 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.2	0.2	4.0	35.1	38.7	21.7	-	4.77	808
เพศ									
ชาย	0.4	0.4	3.6	41.0	32.5	22.1	-	4.71	249
หญิง	0.2	0.2	4.1	32.6	41.5	21.5	-	4.79	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	2.3	36.9	43.1	17.7	-	4.76	130
25 – 34 ปี	0.7	0.3	2.9	37.3	37.3	21.6	-	4.75	306
35 – 44 ปี	-	-	2.6	28.6	40.1	28.6	-	4.95	192
45 – 54 ปี	-	0.8	8.8	35.2	40.8	14.4	-	4.59	125
55 – 64 ปี	-	-	7.5	43.4	24.5	24.5	-	4.66	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	0.3	3.7	36.1	41.2	18.2	-	4.72	296
\$10,000 - \$19,999	0.3	-	3.5	32.7	39.2	24.3	-	4.83	367
\$20,000 - \$49,999	-	-	6.0	41.0	30.6	22.4	-	4.69	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	9.1	-	18.2	54.5	18.2	-	4.73	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-	30.4	40.8	28.8	-	4.98	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	-	1.6	25.2	49.6	22.8	-	4.91	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.4	0.4	5.6	36.4	36.0	21.2	-	4.71	250
แรงงานและเกษตรกร	-	-	7.7	46.9	30.0	15.4	-	4.53	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	-	1.1	2.2	30.3	42.7	23.6	-	4.85	89
นักเรียน	-	-	2.9	34.8	43.5	18.8	-	4.78	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	9.5	52.4	19.0	19.0	-	4.48	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.3	0.3	3.7	33.6	40.0	22.1	-	4.79	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	7.5	56.6	20.8	15.1	-	4.43	53

ตารางที่ 48 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคู่สามี- ภรรยา หรือคู่สมรส ควรจะมีบุตร หากสามารถมีได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	0.2	0.9	32.7	41.8	24.3	-	4.89	808
เพศ									
ชาย	-	-	1.2	41.8	36.5	20.5	-	4.76	249
หญิง	0.2	0.4	0.7	28.6	44.2	25.9	-	4.94	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	2.3	42.3	42.3	13.1	-	4.66	130
25 – 34 ปี	0.3	-	0.3	28.8	49.7	20.9	-	4.90	306
35 – 44 ปี	-	-	1.0	27.6	34.9	36.5	-	5.07	192
45 – 54 ปี	-	1.6	0.8	37.6	36.8	23.2	-	4.79	125
55 – 64 ปี	-	-	-	39.6	30.2	30.2	-	4.91	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	1.0	34.5	39.2	25.3	-	4.89	296
\$10,000 - \$19,999	0.3	0.3	0.5	30.2	43.9	24.8	-	4.92	367
\$20,000 - \$49,999	-	0.7	1.5	34.3	43.3	20.1	-	4.81	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	-	45.5	27.3	27.3	-	4.82	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	-	20.8	48.8	30.4	-	5.10	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	-	0.8	22.0	43.9	32.5	-	5.06	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	-	0.4	1.6	34.0	41.2	22.8	-	4.84	250
แรงงานและเกษตรกร	-	0.8	-	43.8	36.9	18.5	-	4.72	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	-	-	-	34.8	39.3	25.8	-	4.91	89
นักเรียน	-	-	2.9	44.9	39.1	13.0	-	4.62	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	-	28.6	47.6	23.8	-	4.95	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.1	0.3	0.9	31.3	42.1	25.3	-	4.91	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	-	52.8	37.7	9.4	-	4.57	53

ตารางที่ 49 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาที่มีส่วนสำคัญในชีวิตมากจําแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	5.8	7.2	26.0	40.2	15.5	5.3	-	3.68	808
เพศ									
ชาย	4.8	5.2	26.5	40.6	17.3	5.6	-	3.77	249
หญิง	6.3	8.1	25.8	40.1	14.7	5.2	-	3.64	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	4.6	10.8	27.7	40.0	13.8	3.1	-	3.57	130
25 – 34 ปี	6.2	6.5	27.8	38.2	15.7	5.6	-	3.67	306
35 – 44 ปี	7.3	5.7	24.5	37.0	20.3	5.2	-	3.73	192
45 – 54 ปี	4.8	6.4	21.6	51.2	9.6	6.4	-	3.74	125
55 – 64 ปี	3.8	9.4	28.3	35.8	15.1	7.5	-	3.72	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	5.4	8.1	19.9	42.2	17.2	7.1	-	3.79	296
\$10,000 - \$19,999	6.5	6.5	29.2	39.5	13.6	4.6	-	3.61	367
\$20,000 - \$49,999	5.2	6.7	27.6	38.8	17.9	3.7	-	3.69	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	9.1	63.6	27.3	-	-	-	3.18	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	8.8	8.0	28.0	34.4	14.4	6.4	-	3.57	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	10.6	13.8	21.1	37.4	13.8	3.3	-	3.40	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	5.2	5.6	27.6	39.6	14.0	8.0	-	3.76	250
แรงงานและเกษตรกร	3.1	1.5	26.9	47.7	19.2	1.5	-	3.83	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	-	100.0	-	6.00	1
แม่บ้าน	1.1	7.9	24.7	41.6	19.1	5.6	-	3.87	89
นักเรียน	4.3	10.1	26.1	42.0	14.5	2.9	-	3.61	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	9.5	4.8	23.8	42.9	14.3	4.8	-	3.62	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	5.8	7.5	25.6	39.9	15.9	5.3	-	3.68	755
กลุ่มศักยภาพสูง	5.7	1.9	32.1	45.3	9.4	5.7	-	3.68	53

ตารางที่ 50 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเกิดความเพลิดเพลินเมื่อได้มีโอกาสสนทนาหรือถกเถียงกับผู้อื่นโดยใช้สติปัญญา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.4	2.8	16.7	52.1	20.7	7.3	-	4.12	808
เพศ									
ชาย	0.8	2.0	17.7	50.6	22.5	6.4	-	4.11	249
หญิง	0.2	3.2	16.3	52.8	19.9	7.7	-	4.12	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	2.3	10.8	66.9	16.2	3.8	-	4.08	130
25 – 34 ปี	0.3	0.7	16.0	52.6	21.6	8.8	-	4.21	306
35 – 44 ปี	0.5	0.5	16.1	49.5	26.0	7.3	-	4.22	192
45 – 54 ปี	0.8	7.2	23.2	45.6	17.6	5.6	-	3.89	125
55 – 64 ปี	-	15.1	20.8	39.6	13.2	11.3	-	3.85	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	-	50.0	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	6.1	17.9	45.3	21.3	9.1	-	4.08	296
\$10,000 - \$19,999	0.5	1.1	15.3	56.9	19.9	6.3	-	4.13	367
\$20,000 - \$49,999	-	0.7	16.4	53.0	23.1	6.7	-	4.19	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	36.4	63.6	-	-	-	3.64	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	0.8	12.0	56.8	20.8	9.6	-	4.26	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	-	11.4	56.9	23.6	7.3	-	4.24	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.8	2.0	17.2	52.8	20.8	6.4	-	4.10	250
แรงงานและเกษตรกร	-	3.8	23.1	50.0	15.4	7.7	-	4.00	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	-	9.0	20.2	40.4	22.5	7.9	-	4.00	89
นักเรียน	-	2.9	15.9	56.5	18.8	5.8	-	4.09	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	9.5	19.0	38.1	28.6	4.8	-	4.00	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.4	3.0	17.1	52.5	20.1	6.9	-	4.10	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	11.3	47.2	28.3	13.2	-	4.43	53

ตารางที่ 51 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกลอยวาง หรือปลดออกจากทุกสิ่งที่อยู่รอบตัว
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	3.8	18.2	57.7	12.9	5.1	2.4	-	3.04	808
เพศ									
ชาย	3.2	17.3	57.8	15.7	4.4	1.6	-	3.06	249
หญิง	4.1	18.6	57.6	11.6	5.4	2.7	-	3.04	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.8	17.7	58.5	13.1	6.9	-	-	3.02	130
25 – 34 ปี	4.2	19.0	57.2	13.7	3.9	2.0	-	3.00	306
35 – 44 ปี	4.2	22.4	49.0	15.1	6.3	3.1	-	3.06	192
45 – 54 ปี	2.4	16.0	64.0	10.4	3.2	4.0	-	3.08	125
55 – 64 ปี	3.8	3.8	77.4	5.7	5.7	3.8	-	3.17	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	-	-	50.0	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	7.8	65.9	16.6	6.1	3.4	-	3.30	296
\$10,000 - \$19,999	5.2	26.4	51.8	10.4	4.4	1.9	-	2.88	367
\$20,000 - \$49,999	8.2	18.7	54.5	12.7	4.5	1.5	-	2.91	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	18.2	72.7	-	9.1	-	-	3.00	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	8.0	23.2	54.4	8.0	1.6	4.8	-	2.86	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	4.1	27.6	47.2	15.4	4.1	1.6	-	2.93	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	2.4	18.8	52.4	17.6	7.2	1.6	-	3.13	250
แรงงานและเกษตรกร	3.1	9.2	69.2	13.1	5.4	-	-	3.08	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	5.6	11.2	70.8	5.6	2.2	4.5	-	3.01	89
นักเรียน	1.4	17.4	62.3	10.1	7.2	1.4	-	3.09	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	14.3	61.9	4.8	9.5	9.5	-	3.38	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	3.3	18.3	57.6	12.8	5.4	2.5	-	3.06	755
กลุ่มศักยภาพสูง	11.3	17.0	58.5	13.2	-	-	-	2.74	53

ตารางที่ 52 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกสนุกและตื่นเต้น จะเกิดขึ้นทุกครั้งที่ต้องทำอะไรบนความหวาดกลัวและความเสี่ยง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	14.7	15.5	37.5	20.4	8.3	3.6	-	3.03	808
เพศ									
ชาย	13.3	15.3	37.8	21.7	10.4	1.6	-	3.06	249
หญิง	15.4	15.6	37.4	19.9	7.3	4.5	-	3.02	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	7.7	13.8	41.5	24.6	10.0	2.3	-	3.22	130
25 – 34 ปี	14.1	15.0	36.9	22.5	9.5	2.0	-	3.04	306
35 – 44 ปี	16.1	17.2	35.4	18.8	6.8	5.7	-	3.00	192
45 – 54 ปี	20.0	15.2	36.8	18.4	4.8	4.8	-	2.87	125
55 – 64 ปี	18.9	15.1	39.6	9.4	11.3	5.7	-	2.96	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-	-	-	2.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	12.2	15.9	35.5	18.9	11.5	6.1	-	3.20	296
\$10,000 - \$19,999	16.6	16.1	38.1	21.3	6.8	1.1	-	2.89	367
\$20,000 - \$49,999	14.9	13.4	38.8	21.6	6.0	5.2	-	3.06	134
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	9.1	54.5	18.2	-	-	-	2.73	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	16.8	15.2	39.2	21.6	4.0	3.2	-	2.90	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	15.4	19.5	31.7	23.6	6.5	3.3	-	2.96	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	12.8	14.8	39.6	17.2	11.6	4.0	-	3.12	250
แรงงานและเกษตรกร	15.4	11.5	40.0	21.5	10.8	0.8	-	3.03	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	22.5	18.0	29.2	19.1	4.5	6.7	-	2.85	89
นักเรียน	8.7	15.9	39.1	24.6	8.7	2.9	-	3.17	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	4.8	14.3	52.4	14.3	4.8	9.5	-	3.29	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	15.1	16.0	35.9	20.4	8.7	3.8	-	3.03	755
กลุ่มศักยภาพสูง	9.4	7.5	60.4	20.8	1.9	-	-	2.98	53

ตารางที่ 53 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับวันพรุ่งนี้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	23.9	28.0	31.9	8.4	5.0	2.8	-	2.51	808
เพศ									
ชาย	16.9	31.7	34.9	7.2	6.0	3.2	-	2.63	249
หญิง	27.0	26.3	30.6	8.9	4.5	2.7	-	2.46	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	20.0	27.7	32.3	11.5	5.4	3.1	-	2.64	130
25 – 34 ปี	22.5	28.1	32.7	8.5	5.9	2.3	-	2.54	306
35 – 44 ปี	27.6	26.6	29.7	6.8	5.2	4.2	-	2.48	192
45 – 54 ปี	24.8	29.6	33.6	6.4	2.4	3.2	-	2.42	125
55 – 64 ปี	26.4	28.3	30.2	11.3	3.8	-	-	2.38	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-	-	-	2.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	21.6	22.3	37.2	10.8	4.7	3.4	-	2.65	296
\$10,000 - \$19,999	26.2	29.2	30.0	7.6	4.9	2.2	-	2.43	367
\$20,000 - \$49,999	23.1	36.6	25.4	6.0	6.0	3.0	-	2.44	134
\$50,000 ขึ้นไป	18.2	36.4	36.4	-	-	9.1	-	2.55	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	22.4	32.8	33.6	6.4	2.4	2.4	-	2.41	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	25.2	25.2	34.1	7.3	4.9	3.3	-	2.51	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	21.6	26.4	32.8	9.2	5.6	4.4	-	2.64	250
แรงงานและเกษตรกร	24.6	28.5	27.7	12.3	6.9	-	-	2.48	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	100.0	-	-	-	-	-	2.00	1
แม่บ้าน	32.6	25.8	31.5	5.6	2.2	2.2	-	2.26	89
นักเรียน	23.2	27.5	30.4	7.2	7.2	4.3	-	2.61	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	14.3	38.1	33.3	9.5	4.8	-	-	2.52	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	24.5	24.0	34.2	9.0	5.3	3.0	-	2.56	755
กลุ่มศักยภาพสูง	15.1	84.9	-	-	-	-	-	1.85	53

ตารางที่ 54 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับราชการทหารเป็นเรื่องที่เหมาะสมสำหรับเยาวชนผู้ชายทั้งหมด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.9	1.1	11.4	51.2	24.3	11.1	-	4.30	808
เพศ									
ชาย	0.8	0.8	12.9	54.6	22.9	8.0	-	4.22	249
หญิง	0.9	1.3	10.7	49.7	24.9	12.5	-	4.34	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.8	1.5	10.8	53.1	26.2	7.7	-	4.25	130
25 – 34 ปี	1.0	1.3	12.7	52.0	23.5	9.5	-	4.24	306
35 – 44 ปี	1.0	0.5	7.8	47.4	28.1	15.1	-	4.46	192
45 – 54 ปี	-	0.8	14.4	51.2	22.4	11.2	-	4.29	125
55 – 64 ปี	1.9	1.9	11.3	54.7	15.1	15.1	-	4.25	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.7	1.0	11.5	52.4	21.6	12.8	-	4.32	296
\$10,000 - \$19,999	1.1	1.1	10.9	50.4	25.9	10.6	-	4.31	367
\$20,000 - \$49,999	-	1.5	12.7	50.7	25.4	9.7	-	4.29	134
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	-	9.1	54.5	27.3	-	-	3.91	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	0.8	8.8	52.0	24.8	12.8	-	4.38	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	1.6	9.8	47.2	29.3	11.4	-	4.37	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	1.2	0.8	10.4	50.4	25.6	11.6	-	4.33	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	0.8	16.2	57.7	17.7	6.9	-	4.12	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	-	2.2	12.4	48.3	24.7	12.4	-	4.33	89
นักเรียน	1.4	1.4	14.5	52.2	21.7	8.7	-	4.17	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	4.8	47.6	23.8	23.8	-	4.67	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.9	1.1	11.1	50.7	24.5	11.7	-	4.32	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.9	15.1	58.5	20.8	3.8	-	4.09	53

ตารางที่ 55 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับเงินเป็นตัวชี้วัดที่ดีที่สุดของความสำเร็จ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.4	1.7	15.7	41.8	27.1	13.2	-	4.33	808
เพศ									
ชาย	0.8	1.2	18.5	43.4	24.1	12.0	-	4.25	249
หญิง	0.2	2.0	14.5	41.1	28.4	13.8	-	4.37	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	0.8	18.5	39.2	25.4	16.2	-	4.38	130
25 – 34 ปี	1.0	1.3	13.7	39.9	31.0	13.1	-	4.38	306
35 – 44 ปี	-	1.6	14.1	42.2	27.1	15.1	-	4.40	192
45 – 54 ปี	-	3.2	20.8	48.8	19.2	8.0	-	4.08	125
55 – 64 ปี	-	3.8	13.2	43.4	26.4	13.2	-	4.32	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	-	50.0	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	1.0	18.2	45.6	23.6	11.1	-	4.25	296
\$10,000 - \$19,999	0.3	2.2	13.9	38.1	31.3	14.2	-	4.41	367
\$20,000 - \$49,999	0.7	1.5	13.4	44.0	24.6	15.7	-	4.37	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	9.1	36.4	36.4	9.1	9.1	-	3.73	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	0.8	12.0	39.2	32.	15.2	-	4.50	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	1.6	9.8	39.0	32.5	17.1	-	4.54	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	1.2	2.0	18.4	42.4	25.2	10.8	-	4.21	250
แรงงานและเกษตรกร	-	0.8	19.2	47.7	22.3	10.0	-	4.22	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	-	4.5	14.6	39.3	27.0	14.6	-	4.33	89
นักเรียน	-	1.4	17.4	42.0	21.7	17.4	-	4.36	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	19.0	38.1	33.3	9.5	-	4.33	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.4	1.7	15.1	41.1	27.7	14.0	-	4.36	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.9	24.5	52.8	18.9	1.9	-	3.94	53

ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.4	1.2	18.6	53.7	18.3	7.8	-	4.12	808
เพศ									
ชาย	0.8	1.2	16.5	53.8	18.9	8.8	-	4.15	249
หญิง	0.2	1.3	19.5	53.7	18.1	7.3	-	4.10	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	1.5	13.1	63.1	16.9	5.4	-	4.12	130
25 – 34 ปี	0.7	1.0	15.7	55.6	20.3	6.9	-	4.14	306
35 – 44 ปี	-	2.1	20.8	46.9	17.2	13.0	-	4.18	192
45 – 54 ปี	0.8	0.8	24.8	52.0	20.0	1.6	-	3.94	125
55 – 64 ปี	-	-	24.5	49.1	11.3	15.1	-	4.17	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	1.7	17.6	54.1	19.6	6.8	-	4.11	296
\$10,000 - \$19,999	0.3	0.8	22.6	51.8	16.6	7.9	-	4.07	367
\$20,000 - \$49,999	0.7	1.5	10.4	57.5	20.9	9.0	-	4.23	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.1	63.6	9.1	18.2	-	4.36	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	1.6	13.6	52.0	20.8	12.0	-	4.28	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	0.8	13.8	59.3	18.7	7.3	-	4.18	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.8	1.2	19.2	53.2	19.6	6.0	-	4.08	250
แรงงานและเกษตรกร	-	1.5	22.3	50.0	19.2	6.9	-	4.08	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	1.1	1.1	27.0	48.3	14.6	7.9	-	3.98	89
นักเรียน	-	1.4	15.9	65.2	11.6	5.8	-	4.04	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	19.0	47.6	14.3	19.0	-	4.33	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.4	1.1	18.4	54.6	17.6	7.9	-	4.12	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	3.8	20.8	41.5	28.3	5.7	-	4.11	53

ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.6	4.2	21.4	52.7	15.7	5.3	-	3.95	808
เพศ									
ชาย	0.4	2.8	20.9	52.6	19.7	3.6	-	3.99	249
หญิง	0.7	4.8	21.6	52.8	14.0	6.1	-	3.93	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	3.8	22.3	53.1	17.7	3.1	-	3.94	130
25 – 34 ปี	0.7	3.9	20.9	54.2	14.4	5.9	-	3.95	306
35 – 44 ปี	1.0	5.2	17.7	54.7	16.1	5.2	-	3.95	192
45 – 54 ปี	-	4.8	26.4	48.0	15.2	5.6	-	3.90	125
55 – 64 ปี	1.9	1.9	24.5	45.3	18.9	7.5	-	4.00	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	3.4	21.6	53.0	14.9	7.1	-	4.01	296
\$10,000 - \$19,999	1.4	5.2	22.9	54.2	12.3	4.1	-	3.83	367
\$20,000 - \$49,999	-	3.7	17.9	47.0	26.1	5.2	-	4.11	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.1	63.6	27.3	-	-	4.18	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	6.4	12.8	63.2	10.4	6.4	-	3.95	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	7.3	13.8	60.2	14.6	4.1	-	3.94	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.4	5.2	21.6	50.0	17.2	5.6	-	3.95	250
แรงงานและเกษตรกร	1.5	1.5	28.5	46.9	17.7	3.8	-	3.89	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	1.1	1.1	38.2	39.3	12.4	7.9	-	3.84	89
นักเรียน	-	1.4	18.8	56.5	18.8	4.3	-	4.06	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	9.5	61.9	23.8	4.8	-	4.24	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.7	4.5	22.9	54.8	11.7	5.4	-	3.89	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	-	22.6	73.6	3.8	-	4.81	53

ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	11.5	26.4	40.0	13.7	5.8	2.6	-	2.84	808
เพศ									
ชาย	9.6	23.3	44.2	15.7	4.8	2.4	-	2.90	249
หญิง	12.3	27.7	38.1	12.9	6.3	2.7	-	2.81	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	10.8	30.0	37.7	14.6	6.2	0.8	-	2.78	130
25 – 34 ปี	11.1	24.8	40.2	14.1	6.5	3.3	-	2.90	306
35 – 44 ปี	14.1	32.3	35.4	10.4	5.2	2.6	-	2.68	192
45 – 54 ปี	8.0	21.6	42.4	19.2	6.4	2.4	-	3.02	125
55 – 64 ปี	15.1	15.1	54.7	9.4	1.9	3.8	-	2.79	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	50.0	50.0	-	-	-	-	2.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	12.2	23.3	40.5	15.9	6.1	2.0	-	2.86	296
\$10,000 - \$19,999	10.9	30.5	38.7	12.8	4.1	3.0	-	2.78	367
\$20,000 - \$49,999	11.9	22.4	41.8	11.9	9.0	3.0	-	2.93	134
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	18.2	45.5	9.1	18.2	-	-	3.09	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	19.2	23.2	37.6	17.6	1.6	0.8	-	2.62	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	9.8	35.8	35.8	8.9	6.5	3.3	-	2.76	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	10.8	23.6	40.4	14.0	7.6	3.6	-	2.95	250
แรงงานและเกษตรกร	7.7	23.1	44.6	13.1	8.5	3.1	-	3.01	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	100.0	-	-	-	-	3.00	1
แม่บ้าน	13.5	25.8	39.3	14.6	4.5	2.2	-	2.78	89
นักเรียน	8.7	33.3	34.8	17.4	4.3	1.4	-	2.80	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	9.5	23.8	61.9	4.8	-	-	-	2.62	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	11.7	27.2	38.7	13.6	6.2	2.6	-	2.84	755
กลุ่มศักยภาพสูง	9.4	15.1	58.5	15.1	-	1.9	-	2.87	53

**ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
ของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม**

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.1	0.7	7.5	62.1	22.2	7.3	-	4.27	808
เพศ									
ชาย	0.4	0.4	8.4	62.7	22.1	6.0	-	4.24	249
หญิง	-	0.9	7.2	61.9	22.2	7.9	-	4.29	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	13.1	61.5	21.5	3.8	-	4.16	130
25 – 34 ปี	0.3	1.0	4.6	61.4	24.8	7.8	-	4.33	306
35 – 44 ปี	-	-	7.8	62.0	22.4	7.8	-	4.30	192
45 – 54 ปี	-	1.6	8.8	67.2	16.0	6.4	-	4.17	125
55 – 64 ปี	-	1.9	5.7	56.6	22.6	13.2	-	4.40	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	0.7	8.4	60.1	22.3	8.1	-	4.28	296
\$10,000 - \$19,999	-	1.1	6.5	64.0	22.1	6.3	-	4.26	367
\$20,000 - \$49,999	-	-	8.2	62.7	21.6	7.5	-	4.28	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.1	45.5	27.3	18.2	-	4.55	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	0.8	8.0	54.4	27.2	9.6	-	4.37	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	0.8	8.1	59.3	26.8	4.9	-	4.27	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.4	0.8	5.6	64.0	20.8	8.4	-	4.29	250
แรงงานและเกษตรกร	-	-	9.2	66.9	16.2	7.7	-	4.22	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	-	2.2	4.5	65.2	21.3	6.7	-	4.26	89
นักเรียน	-	-	11.6	65.2	18.8	4.3	-	4.16	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	14.3	52.4	28.6	4.8	-	4.24	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.1	0.8	7.4	61.2	22.9	7.5	-	4.29	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	9.4	75.5	11.3	3.8	-	4.09	53

ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.4	4.6	12.9	52.1	21.5	7.5	-	4.11	808
เพศ									
ชาย	1.6	4.0	16.5	51.8	17.7	8.4	-	4.05	249
หญิง	1.3	4.8	11.3	52.2	23.3	7.2	-	4.13	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	2.3	7.7	13.8	52.3	19.2	4.6	-	3.92	130
25 – 34 ปี	2.0	4.6	14.1	51.6	20.6	7.2	-	4.06	306
35 – 44 ปี	0.5	3.6	9.4	49.5	26.0	10.9	-	4.30	192
45 – 54 ปี	0.8	3.2	16.8	55.2	18.4	5.6	-	4.04	125
55 – 64 ปี	-	3.8	7.5	54.7	24.5	9.4	-	4.28	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.7	6.8	11.5	52.0	19.9	8.1	-	4.06	296
\$10,000 - \$19,999	1.4	3.0	12.3	53.7	22.1	7.6	-	4.15	367
\$20,000 - \$49,999	0.7	4.5	18.7	49.3	20.9	6.0	-	4.03	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	-	36.4	54.5	9.1	-	4.73	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	2.4	5.6	12.0	51.2	20.8	8.0	-	4.06	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	5.7	10.6	48.0	29.3	5.7	-	4.16	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	1.2	4.4	14.0	51.2	20.8	8.4	-	4.11	250
แรงงานและเกษตรกร	1.5	1.5	20.8	52.3	16.2	7.7	-	4.03	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	1.1	6.7	4.5	56.2	23.6	7.9	-	4.18	89
นักเรียน	1.4	4.3	14.5	53.6	20.3	5.8	-	4.04	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.8	-	66.7	19.0	9.5	-	4.29	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.2	4.5	12.1	51.9	22.4	7.9	-	4.14	755
กลุ่มศักยภาพสูง	3.8	5.7	24.5	54.7	9.4	1.9	-	3.66	53

ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตุนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยิ่งดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.6	2.6	12.5	48.1	25.5	10.6	-	4.27	808
เพศ									
ชาย	1.6	4.4	14.9	47.8	22.5	8.8	-	4.12	249
หญิง	0.2	1.8	11.4	48.3	26.8	11.4	-	4.34	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	0.8	2.3	13.8	46.2	30.0	6.9	-	4.23	130
25 – 34 ปี	1.0	1.3	14.7	48.0	26.8	8.2	-	4.23	306
35 – 44 ปี	0.5	2.6	8.3	44.3	29.2	15.1	-	4.44	192
45 – 54 ปี	-	4.8	13.6	48.8	18.4	14.4	-	4.24	125
55 – 64 ปี	-	5.7	9.4	64.2	11.3	9.4	-	4.09	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	3.0	10.1	48.6	27.7	10.1	-	4.31	296
\$10,000 - \$19,999	0.5	0.8	11.2	48.0	27.5	12.0	-	4.37	367
\$20,000 - \$49,999	0.7	6.0	21.6	47.8	14.9	9.0	-	3.97	134
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	9.1	9.1	45.5	27.3	-	-	3.73	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	0.8	14.4	48.0	30.4	5.6	-	4.23	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	3.3	4.9	39.8	32.5	18.7	-	4.56	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.8	3.2	12.8	48.0	24.0	11.2	-	4.25	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	3.1	13.1	53.8	20.8	8.5	-	4.16	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	-	2.2	18.0	50.6	20.2	9.0	-	4.16	89
นักเรียน	-	-	14.5	49.3	26.1	10.1	-	4.32	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	9.5	9.5	52.4	19.0	9.5	-	4.10	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.4	2.3	11.3	48.5	26.4	11.3	-	4.32	755
กลุ่มศักยภาพสูง	3.8	7.5	30.2	43.4	13.2	1.9	-	3.60	53

ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงพยาบาลและร้านหนังสือที่สามกอนาจารย์จะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	6.9	5.2	18.2	25.4	18.6	25.7	-	4.21	808
เพศ									
ชาย	7.2	4.0	19.3	28.5	18.1	22.9	-	4.15	249
หญิง	6.8	5.7	17.7	24.0	18.8	27.0	-	4.23	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.8	4.6	19.2	29.2	21.5	21.5	-	4.25	130
25 – 34 ปี	6.5	6.9	19.6	24.8	17.3	24.8	-	4.14	306
35 – 44 ปี	9.9	6.3	13.0	21.4	19.3	30.2	-	4.24	192
45 – 54 ปี	7.2	1.6	20.0	28.0	17.6	25.6	-	4.24	125
55 – 64 ปี	5.7	1.9	22.6	28.3	15.1	26.4	-	4.25	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	6.8	3.4	21.3	25.0	19.6	24.0	-	4.19	296
\$10,000 - \$19,999	8.7	7.4	13.9	23.7	15.8	30.5	-	4.22	367
\$20,000 - \$49,999	3.0	3.7	22.4	30.6	23.9	16.4	-	4.18	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	27.3	27.3	18.2	27.3	-	4.45	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	8.8	4.8	19.2	25.6	14.4	27.2	-	4.14	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	12.2	12.2	13.0	24.4	21.1	17.1	-	3.81	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	5.2	5.6	16.8	25.6	17.2	29.6	-	4.33	250
แรงงานและเกษตรกร	6.9	-	21.5	26.2	19.2	26.2	-	4.29	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	-	100.0	-	6.00	1
แม่บ้าน	1.1	2.2	19.1	24.7	20.2	32.6	-	4.58	89
นักเรียน	7.2	7.2	24.6	24.6	23.2	13.0	-	3.88	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	9.5	-	14.3	28.6	19.0	28.6	-	4.33	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	7.4	5.3	16.7	25.7	18.4	26.5	-	4.22	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	3.8	39.6	20.8	20.8	15.1	-	4.04	53

ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุมีผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.5	1.4	24.3	54.3	14.4	5.2	-	3.96	808
เพศ									
ชาย	0.8	1.2	28.1	52.2	13.7	4.0	-	3.89	249
หญิง	0.4	1.4	22.5	55.3	14.7	5.7	-	4.00	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	1.5	1.5	25.4	53.1	14.6	3.8	-	3.89	130
25 – 34 ปี	0.3	1.3	19.3	59.8	14.1	5.2	-	4.02	306
35 – 44 ปี	-	0.5	25.5	52.1	15.6	6.3	-	4.02	192
45 – 54 ปี	0.8	3.2	31.2	49.6	12.0	3.2	-	3.78	125
55 – 64 ปี	-	-	28.3	45.3	17.0	9.4	-	4.08	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.0	1.4	27.0	48.6	14.9	7.1	-	3.96	296
\$10,000 - \$19,999	-	1.6	22.6	58.9	13.6	3.3	-	3.94	367
\$20,000 - \$49,999	0.7	0.7	23.1	54.5	14.9	6.0	-	4.00	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	18.2	54.5	18.2	9.1	-	4.18	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	1.6	20.8	54.4	14.4	8.8	-	4.08	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	3.3	21.1	58.5	14.6	2.4	-	3.92	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	1.2	0.8	22.0	56.0	14.8	5.2	-	3.98	250
แรงงานและเกษตรกร	-	-	29.2	53.1	14.6	3.1	-	3.92	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	-	2.2	32.6	43.8	14.6	6.7	-	3.91	89
นักเรียน	1.4	1.4	27.5	53.6	10.1	5.8	-	3.87	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	14.3	61.9	19.0	4.8	-	4.14	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.5	1.5	24.8	53.8	14.0	5.4	-	3.96	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	17.0	62.3	18.9	1.9	-	4.06	53

ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.5	3.8	34.0	42.2	15.3	4.1	-	3.80	808
เพศ									
ชาย	0.4	3.6	36.5	42.2	14.9	2.4	-	3.75	249
หญิง	0.5	3.9	32.9	42.2	15.6	4.8	-	3.83	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	8.5	30.8	43.8	15.4	1.5	-	3.71	130
25 – 34 ปี	-	2.9	33.7	43.1	15.4	4.9	-	3.86	306
35 – 44 ปี	0.5	3.1	30.7	47.4	12.5	5.7	-	3.85	192
45 – 54 ปี	2.4	2.4	40.0	37.6	15.2	2.4	-	3.68	125
55 – 64 ปี	-	3.8	41.5	24.5	26.4	3.8	-	3.85	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	3.4	38.5	36.1	15.5	6.1	-	3.81	296
\$10,000 - \$19,999	0.3	4.1	30.0	50.7	12.0	3.0	-	3.79	367
\$20,000 - \$49,999	1.5	4.5	35.1	31.3	24.6	3.0	-	3.82	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	36.4	54.5	9.1	-	-	3.73	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	5.6	28.8	44.0	14.4	6.4	-	3.85	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	1.6	31.7	50.4	12.2	3.3	-	3.81	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.4	5.6	31.2	42.0	16.4	4.4	-	3.82	250
แรงงานและเกษตรกร	-	-	43.8	40.0	13.8	2.3	-	3.75	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	1.1	4.5	39.3	31.5	16.9	6.7	-	3.79	89
นักเรียน	-	5.8	34.8	42.0	15.9	1.4	-	3.72	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	28.6	47.6	23.8	-	-	3.95	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.5	3.7	34.3	44.0	13.5	4.0	-	3.78	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	5.7	30.2	17.0	41.5	5.7	-	4.11	53

ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.7	4.1	12.3	59.9	16.2	5.8	-	4.02	808
เพศ									
ชาย	1.6	3.2	13.3	57.0	17.7	7.2	-	4.08	249
หญิง	1.8	4.5	11.8	61.2	15.6	5.2	-	4.00	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	3.8	1.5	10.8	66.2	13.1	4.6	-	3.97	130
25 – 34 ปี	0.7	4.9	13.4	58.5	16.7	5.9	-	4.03	306
35 – 44 ปี	2.1	5.2	11.5	56.3	18.8	6.3	-	4.03	192
45 – 54 ปี	2.4	4.0	13.6	60.0	16.0	4.0	-	3.95	125
55 – 64 ปี	-	1.9	7.5	66.0	13.2	11.3	-	4.25	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	2.4	3.7	13.9	56.8	15.9	7.4	-	4.02	296
\$10,000 - \$19,999	1.4	3.3	9.8	64.0	16.9	4.6	-	4.06	367
\$20,000 - \$49,999	1.5	7.5	14.9	56.0	14.9	5.2	-	3.91	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	18.2	54.5	18.2	9.1	-	4.18	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	2.4	12.8	60.8	18.4	5.6	-	4.12	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	2.4	5.7	9.8	52.0	21.1	8.9	-	4.11	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	2.8	5.2	10.4	61.6	15.6	4.4	-	3.95	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	1.5	17.7	60.8	15.4	3.8	-	4.00	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	2.2	5.6	10.1	59.6	13.5	9.0	-	4.03	89
นักเรียน	1.4	4.3	14.5	62.3	11.6	5.8	-	3.96	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	14.3	71.4	9.5	4.8	-	4.05	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.9	4.2	11.9	61.3	14.7	6.0	-	4.01	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	1.9	17.0	39.6	37.7	3.8	-	4.25	53

ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	-	0.4	19.8	52.6	21.4	5.8	-	4.13	808
เพศ									
ชาย	-	-	20.9	53.0	22.5	3.6	-	4.09	249
หญิง	-	0.5	19.3	52.4	20.9	6.8	-	4.14	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	-	15.4	61.5	17.7	5.4	-	4.13	130
25 – 34 ปี	-	0.3	18.3	52.9	22.5	5.9	-	4.15	306
35 – 44 ปี	-	1.0	19.8	49.0	22.4	7.8	-	4.16	192
45 – 54 ปี	-	-	24.8	50.4	21.6	3.2	-	4.03	125
55 – 64 ปี	-	-	26.4	47.2	20.8	5.7	-	4.06	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	-	-	22.3	53.7	18.6	5.4	-	4.07	296
\$10,000 - \$19,999	-	0.8	19.9	51.8	22.3	5.2	-	4.11	367
\$20,000 - \$49,999	-	-	14.2	53.0	24.6	8.2	-	4.27	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	18.2	45.5	27.3	9.1	-	4.27	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	-	14.4	52.8	24.0	8.8	-	4.27	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	0.8	10.6	59.3	21.1	8.1	-	4.25	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	-	0.4	18.8	54.8	22.4	3.6	-	4.10	250
แรงงานและเกษตรกร	-	-	33.1	43.1	20.0	3.8	-	3.95	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	-	1.1	30.3	37.1	23.6	7.9	-	4.07	89
นักเรียน	-	-	11.6	66.7	15.9	5.8	-	4.16	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	19.0	66.7	9.5	4.8	-	4.00	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	-	0.4	20.0	52.7	20.8	6.1	-	4.12	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	17.0	50.9	30.2	1.9	-	4.17	53

ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขอที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.2	3.8	33.8	41.7	14.4	5.1	-	3.79	808
เพศ									
ชาย	0.4	3.2	33.3	41.4	16.9	4.8	-	3.86	249
หญิง	1.6	4.1	34.0	41.9	13.2	5.2	-	3.77	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	4.6	33.1	43.8	13.8	4.6	-	3.81	130
25 – 34 ปี	1.3	3.9	25.5	50.3	14.4	4.6	-	3.86	306
35 – 44 ปี	1.0	3.6	39.6	32.8	15.6	7.3	-	3.80	192
45 – 54 ปี	2.4	2.4	42.4	37.6	12.8	2.4	-	3.63	125
55 – 64 ปี	1.9	5.7	39.6	30.2	15.1	7.5	-	3.74	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	100.0	-	-	-	-	3.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	1.4	3.0	33.4	41.9	14.5	5.7	-	3.82	296
\$10,000 - \$19,999	0.8	4.9	34.3	43.9	11.4	4.6	-	3.74	367
\$20,000 - \$49,999	2.2	3.0	32.1	35.8	22.4	4.5	-	3.87	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	45.5	36.4	9.1	9.1	-	3.82	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	0.8	3.2	20.8	56.8	12.8	5.6	-	3.94	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	0.8	5.7	32.5	45.5	13.0	2.4	-	3.72	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	2.0	3.2	34.4	39.6	14.8	6.0	-	3.80	250
แรงงานและเกษตรกร	0.8	3.8	39.2	35.4	13.8	6.9	-	3.78	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	2.2	2.2	43.8	30.3	19.1	2.2	-	3.69	89
นักเรียน	-	5.8	37.7	39.1	13.0	4.3	-	3.72	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	4.8	23.8	47.6	14.3	9.5	-	4.00	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.2	3.8	33.0	42.4	14.2	5.4	-	3.81	755
กลุ่มศักยภาพสูง	1.9	3.8	45.3	32.1	17.0	-	-	3.58	53

ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	7.8	12.4	40.1	30.1	6.8	2.8	-	3.24	808
เพศ									
ชาย	6.8	10.8	42.2	30.5	7.6	2.0	-	3.27	249
หญิง	8.2	13.1	39.2	29.9	6.4	3.2	-	3.23	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	13.1	16.9	33.1	29.2	5.4	2.3	-	3.04	130
25 – 34 ปี	6.5	13.4	46.1	22.2	7.8	3.9	-	3.23	306
35 – 44 ปี	8.3	11.5	35.9	35.4	7.8	1.0	-	3.26	192
45 – 54 ปี	4.8	8.0	39.2	38.4	6.4	3.2	-	3.43	125
55 – 64 ปี	7.5	9.4	39.6	37.7	1.9	3.8	-	3.28	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	50.0	50.0	-	-	-	3.50	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	7.8	13.9	41.2	27.4	6.8	3.0	-	3.21	296
\$10,000 – \$19,999	7.6	12.3	36.5	34.3	6.8	2.5	-	3.28	367
\$20,000 – \$49,999	9.0	9.7	47.0	23.1	7.5	3.7	-	3.22	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	9.1	45.5	45.5	-	-	-	3.36	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	11.2	16.8	40.8	26.4	2.4	2.4	-	2.99	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	6.5	19.5	37.4	29.3	4.9	2.4	-	3.14	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	10.8	9.2	41.6	26.8	7.2	4.4	-	3.24	250
แรงงานและเกษตรกร	2.3	6.2	42.3	35.4	13.1	0.8	-	3.53	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	100.0	-	-	-	-	3.00	1
แม่บ้าน	6.7	9.0	31.5	40.4	7.9	4.5	-	3.47	89
นักเรียน	7.2	18.8	37.7	29.0	5.8	1.4	-	3.12	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	14.3	61.9	23.8	-	-	-	3.10	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	8.1	12.8	39.6	29.9	6.8	2.8	-	3.23	755
กลุ่มศักยภาพสูง	3.8	5.7	47.2	32.1	7.5	3.8	-	3.45	53

ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	1.6	2.5	6.8	46.4	27.4	15.3	-	4.41	808
เพศ									
ชาย	1.2	2.8	9.6	47.8	28.9	9.6	-	4.29	249
หญิง	1.8	2.3	5.5	45.8	26.7	17.9	-	4.47	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	6.2	6.9	53.1	27.7	6.2	-	4.21	130
25 – 34 ปี	1.6	1.6	8.8	44.8	28.4	14.7	-	4.41	306
35 – 44 ปี	3.6	2.6	2.1	43.8	28.6	19.3	-	4.49	192
45 – 54 ปี	0.8	1.6	7.2	47.2	23.2	20.0	-	4.50	125
55 – 64 ปี	-	-	11.3	45.3	26.4	17.0	-	4.49	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.7	4.1	8.8	47.0	22.6	16.9	-	4.38	296
\$10,000 - \$19,999	2.7	1.4	4.1	45.2	31.3	15.3	-	4.47	367
\$20,000 - \$49,999	0.7	2.2	9.7	48.5	27.6	11.2	-	4.34	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	9.1	45.5	18.2	27.3	-	4.64	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	1.6	4.0	8.0	40.8	32.0	13.6	-	4.38	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	2.4	6.5	4.1	40.7	28.5	17.9	-	4.40	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	1.6	1.6	8.8	46.0	26.4	15.6	-	4.41	250
แรงงานและเกษตรกร	2.3	0.8	7.7	53.1	25.4	10.8	-	4.31	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	-	100.0	-	-	5.00	1
แม่บ้าน	1.1	-	2.2	48.3	23.6	24.7	-	4.67	89
นักเรียน	-	2.9	5.8	55.1	26.1	10.1	-	4.35	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	9.5	42.9	33.3	14.3	-	4.52	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	1.7	2.6	6.4	45.7	27.9	15.6	-	4.42	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	-	13.2	56.6	18.9	11.3	-	4.28	53

ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว							ค่าเฉลี่ย	จำนวน
	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วยปานกลาง	ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วยปานกลาง	เห็นด้วยเล็กน้อย	ไม่แสดงความคิดเห็น		
ภาพรวม	0.2	1.7	30.7	41.7	16.7	8.9	-	4.00	808
เพศ									
ชาย	0.4	2.0	29.7	44.2	16.9	6.8	-	3.96	249
หญิง	0.2	1.6	31.1	40.6	16.6	9.8	-	4.01	559
กลุ่มอายุ									
ต่ำกว่า 25 ปี	-	3.1	26.9	43.1	16.2	10.8	-	4.05	130
25 – 34 ปี	0.3	1.6	32.4	42.5	17.3	5.9	-	3.92	306
35 – 44 ปี	-	-	28.6	39.1	18.8	13.5	-	4.17	192
45 – 54 ปี	-	2.4	32.0	44.0	14.4	7.2	-	3.92	125
55 – 64 ปี	1.9	3.8	32.1	39.6	13.2	9.4	-	3.87	53
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	100.0	-	-	-	-	3.00	2
รายได้รวมของครอบครัว									
น้อยกว่า \$10,000	0.3	1.4	30.4	41.9	16.6	9.5	-	4.01	296
\$10,000 - \$19,999	0.3	1.6	30.5	42.8	15.0	9.8	-	4.00	367
\$20,000 - \$49,999	-	3.0	31.3	37.3	23.1	5.2	-	3.96	134
\$50,000 ขึ้นไป	-	-	36.4	54.5	-	9.1	-	3.82	11
อาชีพ									
ผู้เชี่ยวชาญ	-	2.4	24.0	46.4	17.6	9.6	-	4.08	125
ด้านการบริหารและการจัดการ	-	1.6	23.6	47.2	17.9	9.8	-	4.11	123
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	0.4	1.6	32.8	39.2	16.0	10.0	-	3.99	250
แรงงานและเกษตรกร	-	0.8	43.1	38.5	13.8	3.8	-	3.77	130
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-	100.0	-	-	-	4.00	1
แม่บ้าน	1.1	2.2	33.7	38.2	19.1	5.6	-	3.89	89
นักเรียน	-	2.9	23.2	42.0	17.4	14.5	-	4.17	69
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	-	-	23.8	42.9	19.0	14.3	-	4.24	21
กลุ่ม									
กลุ่มทั่วไป	0.3	1.6	29.7	42.0	17.1	9.4	-	4.02	755
กลุ่มศักยภาพสูง	-	3.8	45.3	37.7	11.3	1.9	-	3.62	53

ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	ภาพรวม	
	จำนวน (ราย)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	249	30.8
หญิง	559	69.2
รวม	808	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 25 ปี	130	16.1
25 – 34 ปี	306	37.9
35 – 44 ปี	192	23.8
45 – 54 ปี	125	15.5
55 – 64 ปี	53	6.6
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	2	0.2
รวม	808	100.0
อาชีพ		
ผู้เชี่ยวชาญ	125	15.5
ด้านการบริหารและการจัดการ	123	15.2
เสมียน/พนักงานขายและพาณิชย์	250	30.9
แรงงานและเกษตรกร	130	16.1
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	1	0.1
แม่บ้าน	89	11.0
นักเรียน	69	8.5
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	21	2.6
รวม	808	100.0
สถานภาพการสมรส		
โสด	254	31.4
สมรสแล้วและมีบุตร	492	60.9
สมรสแล้วและยังไม่มีบุตร	53	6.6
หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง	9	1.1
รวม	808	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	296	36.6
\$10,000- \$19,999	367	45.4
\$20,000 - \$49,999	134	16.6
\$50,000 ขึ้นไป	11	1.4
รวม	808	100.0
ศาสนา		
พุทธศาสนา	203	25.1
ศาสนาคริสต์	61	7.5
คาทอลิก	8	1.0
ไม่มีศาสนา /ไม่นับถือศาสนา	531	65.7
โปรเตสแตนต์	5	0.6
รวม	808	100.0

ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทนักท่องเที่ยว	
	กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง
ภาพรวม	93.4	6.6
เพศ		
ชาย	90.8	9.2
หญิง	94.6	5.4
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	95.4	4.6
20-24 ปี	91.2	8.8
25-29 ปี	95.8	4.2
30-34 ปี	93.6	6.4
35-39 ปี	94.3	5.7
ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป	50.0	50.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	97.6	2.4
\$10,000 - \$19,999	95.9	4.1
\$20,000 - \$49,999	79.1	20.9
\$50,000 ขึ้นไป	72.7	27.3
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	92.8	7.2
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	96.7	3.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	90.9	9.1
แรงงานและเกษตรกร	94.4	5.6
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-
แม่บ้าน	96.6	3.4
นักเรียน	95.7	4.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	81.0	19.0
กลุ่ม		
กลุ่มทั่วไป	100.0	-
กลุ่มศักยภาพสูง	-	100.0

ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประเภทนักท่องเที่ยว	
	กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป	กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง
เพศ		
ชาย	29.9	43.4
หญิง	70.1	56.6
รวม	100.0	100.0
กลุ่มอายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	1.5	1.9
20 – 24 ปี	15.0	9.4
25 – 29 ปี	20.5	32.1
30 – 34 ปี	16.4	18.9
35 – 39 ปี	13.8	5.7
40 – 44 ปี	10.6	9.4
45 – 49 ปี	7.8	11.3
50 – 54 ปี	7.7	3.8
55 – 59 ปี	4.0	3.8
60 – 64 ปี	2.6	1.9
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	0.1	1.9
รวม	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว		
น้อยกว่า \$10,000	38.3	13.2
\$10,000- \$19,999	46.6	28.3
\$20,000 - \$49,999	14.0	52.8
\$50,000 ขึ้นไป	1.1	5.7
รวม	100.0	100.0
อาชีพ		
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	15.4	17.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	15.8	7.5
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	30.6	35.8
แรงงานและเกษตรกร	15.8	20.8
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	0.1	-
แม่บ้าน	11.4	5.7
นักเรียน	8.7	5.7
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	2.3	7.5
รวม	100.0	100.0

ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
ภาพรวม	11.4	1.5	15.6	46.8	7.8	14.6	2.4
เพศ							
ชาย	12.4	2.0	17.7	44.2	7.2	14.5	2.0
หญิง	10.9	1.3	14.7	47.9	8.1	14.7	2.5
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 25 ปี	5.4	2.3	20.0	41.5	7.7	20.8	2.3
25 – 34 ปี	9.2	2.3	17.0	47.4	7.2	15.4	1.6
35 – 44 ปี	10.9	-	14.6	51.6	8.3	12.0	2.6
45 – 54 ปี	18.4	1.6	8.0	46.4	8.8	13.6	3.2
55 – 64 ปี	22.6	-	18.9	39.6	7.5	7.5	3.8
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	50.0	-	-	50.0	-	-	-
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	9.5	1.7	13.9	52.0	12.5	8.4	2.0
\$10,000- \$19,999	8.2	1.1	16.9	50.4	4.1	17.2	2.2
\$20,000 - \$49,999	24.6	1.5	16.4	25.4	8.2	20.1	3.7
\$50,000 ขึ้นไป	9.1	9.1	9.1	45.5	-	27.3	-
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ	15.2	-	16.0	48.8	4.0	13.6	2.4
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	12.2	-	13.8	48.0	12.2	13.8	-
พนักงานบริษัทเอกชน	10.2	2.0	14.6	46.5	9.4	14.6	2.8
แรงงานและเกษตรกร	9.5	2.4	16.7	46.0	7.1	15.9	2.4
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	100.0	-	-	-	-	-	-
แม่บ้าน	10.1	2.2	13.5	52.8	6.7	11.2	3.4
นักเรียน	7.2	2.9	18.8	43.5	2.9	21.7	2.9
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	23.8	-	28.6	23.8	9.5	9.5	4.8
กลุ่ม							
กลุ่มทั่วไป	10.6	1.6	15.4	48.7	8.3	13.0	2.4
กลุ่มศักยภาพสูง	22.6	-	18.9	18.9	-	37.7	1.9

ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวเวียดนาม จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)						
	Reformer	Resigned	Aspirer	Mainstream	Explorer	Succeeder	Struggler
เพศ							
ชาย	31.5	41.7	34.9	29.6	28.6	30.5	26.3
หญิง	68.5	58.3	65.1	70.4	71.4	69.5	73.7
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ							
ต่ำกว่า 20 ปี	-	-	2.4	1.3	-	3.4	-
20 – 24 ปี	15.2	25.0	18.3	11.1	15.9	19.5	15.8
25 – 29 ปี	26.1	41.7	27.8	18.8	14.3	20.3	21.1
30 – 34 ปี	14.1	16.7	13.5	17.2	20.6	19.5	5.3
35 – 39 ปี	10.9	-	12.7	15.9	11.1	10.2	10.5
40 – 44 ปี	3.3	-	9.5	12.4	14.3	9.3	15.8
45 – 49 ปี	13.0	-	4.0	7.7	9.5	8.5	15.8
50 – 54 ปี	5.4	16.7	4.0	9.3	7.9	5.9	5.3
55 – 59 ปี	8.7	-	4.8	3.4	4.8	0.8	5.3
60 – 64 ปี	3.3	-	3.2	2.4	1.6	2.5	5.3
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	-	0.5	-	-	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว							
น้อยกว่า \$10,000	43.5	41.7	32.5	37.6	58.7	21.2	31.6
\$10,000- \$19,999	37.0	33.3	49.2	47.9	23.8	53.4	42.1
\$20,000 - \$49,999	19.6	16.7	17.5	13.0	17.5	22.9	26.3
\$50,000 ขึ้นไป	-	8.3	0.8	1.6	-	2.5	-
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
อาชีพ							
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	16.3	-	15.9	17.2	7.9	14.4	15.8
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	14.1	-	13.5	16.1	23.8	14.4	-
พนักงานบริษัทเอกชน	30.4	41.7	28.6	30.4	38.1	30.5	31.6
พนักงานขาย ธุรกิจ	14.1	25.0	17.5	15.3	14.3	17.8	21.1
แรงงานและเกษตรกร	1.1	-	-	-	-	-	-
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	9.8	16.7	9.5	12.4	9.5	8.5	15.8
แม่บ้าน	10.9	16.7	10.3	6.6	3.2	12.7	10.5
นักเรียน	3.3	-	4.8	1.9	3.2	1.7	5.3
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
รวม	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

ตารางที่ 74 ร้อยละของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวเวียดนามจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)

ข้อมูลส่วนบุคคล	กลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)		
	Reformer	Succeder	Mainstream
เพศ			
ชาย	46.2	40.0	46.7
หญิง	53.8	60.0	53.3
รวม	100.0	100.0	100.0
กลุ่มอายุ			
ต่ำกว่า 20 ปี	-	4.0	-
20 – 24 ปี	7.7	12.0	6.7
25 – 29 ปี	30.8	32.0	33.3
30 – 34 ปี	30.8	16.0	13.3
35 – 39 ปี	7.7	4.0	6.7
40 – 44 ปี	-	16.0	6.7
45 – 49 ปี	7.7	12.0	13.3
50 – 54 ปี	7.7	4.0	-
55 – 59 ปี	7.7	-	6.7
60 – 64 ปี	-	-	6.7
ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป	-	-	6.7
รวม	100.0	100.0	100.0
รายได้รวมของครอบครัว			
น้อยกว่า \$10,000	30.8	4.0	13.3
\$10,000- \$19,999	38.5	24.0	26.7
\$20,000 - \$49,999	30.8	68.0	46.7
\$50,000 ขึ้นไป	-	4.0	13.3
รวม	100.0	100.0	100.0
อาชีพ			
กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน	15.4	16.0	20.0
ผู้บริหาร นักธุรกิจ	7.7	4.0	13.3
พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ	38.5	40.0	26.7
แรงงานและเกษตรกร	23.1	24.0	13.3
บุคลากรรัฐบาลและทหาร	-	-	-
แม่บ้าน	-	8.0	6.7
นักเรียน	7.7	8.0	-
บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว	7.7	-	20.0
รวม	100.0	100.0	100.0

เวียดนาม

ข.1การคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

จำนวนประชากร	คน ^a	สัดส่วนอายุ มากกว่า 18 ปี ^b	จำนวนเป้าหมาย อายุตั้งแต่ 18 ปี	สัดส่วนเดินทาง ต่างประเทศ	จำนวนคนเดินทาง ต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา
ประชากรทั้งหมด	85,846,997	72.3	62,067,379		
เขตชนบท ^c	ร้อยละ	70.3	43,633,367	1.35	586,996
เขตเมือง ^d	ร้อยละ	29.7	18,434,012	25.88	4,770,878
รวมจำนวนคนที่เคยเดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา					5,357,874
คิดเป็นร้อยละต่อประชากรทั้งหมด					6.24

	จำนวน ประชากร เฉพาะในเขต เทศบาล ^e	ประมาณการ กลุ่มเป้าหมายที่ อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทาง ต่างประเทศ ในช่วง 5 ปีที่ผ่าน มา	สัดส่วนกลุ่ม ศักยภาพสูง (ผล การศึกษา)	ประมาณการจำนวน นักท่องเที่ยวกลุ่ม ศักยภาพสูง	Airport
HCMC***	5,968,384	1,484,819	11.10	288,426	International
Hanoi	2,644,536	396,162	2.00	7,923	International
Can Tho	783,122	194,826	2.00	3,897	International
Dalat	185,509	46,151	2.00	923	International
Danang	887,069	132,887	11.10	14,750	International
Hai Phong	846,191	126,763	2.00	2,535	International
Hue	340,000	50,933	2.00	1,019	International
Nha Trang	392,279	58,765	2.00	1,175	International
Phu Quoc	85,000	12,733	2.00	255	International
Buon Ma Thout	340,000	50,933	2.00	1,019	Domestic
Ca Mau	204,895	30,694	2.00	614	Domestic
Con dao	50,000	7,490	2.00	150	Domestic
Dien Bien Phu	150,000	22,471	2.00	449	Domestic
Dong Hoi	108,526	16,258	2.00	325	Domestic
Pleiku	186,763	27,978	2.00	560	Domestic
Rach Gia	226,316	33,903	2.00	678	Domestic
Qui Nhon	280,900	42,080	2.00	842	Domestic
Son la *	288,922	43,282	2.00	866	Domestic
Tuy Hoa*	256,014	38,352	2.00	767	Domestic
Vinh	303,714	45,498	2.00	910	Domestic
Vung Tau	322,873	80,325	11.10	8,916	Domestic
รวม		2,943,302		336,998	

a ประมาณการจาก Population Pyramid Source: <http://www.vietnamonline.com/>

ส่วนใหญ่ pop รายเมืองจาก wiki

b สัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปี ประมาณการจาก

c ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตชนบทปี 2009 Source: Thong ke dan so 2009

d ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตเมืองปี 2009 Source: Thong ke dan so 2009

e ประมาณการจำนวนประชากรในเขตเมืองปี 2009 Source: Thong ke dan so 2009

HCMC* <http://hoangle.blog.com/2013/03/07/income-and-expenditure-vietnam-2013/>
(US\$4,984.)

Hanoi*http://www.hua.edu.vn:85/tc_khktnn/Upload%5C1652013-tc_so_2.2013_ban_in17.260-268.pdf (US 3,316)

Can Tho *en.wikipedia.org/wiki/C%E1%BB%A7n_Th%E1%BB%A9

Phu Quoc* www.oknation.net/blog/print.php?id=566877

Buon Ma Thout* en.wikipedia.org/wiki/Buôn_Ma_Thuột

Ca Mau*en.wikipedia.org/wiki/Cà_Mau

Con dao* www.condaopark.com.vn/?lang=en

Dien Bien Phu*www.myfirstbrain.com/student_view.aspx?ID=23316

Dong Hoi* en.wikipedia.org/wiki/Đồng_Hới

Pleiku* en.wikipedia.org/wiki/Pleiku

Rach Gia *en.wikipedia.org/wiki/Rạch_Giá

Qui Nhon*en.wikipedia.org/wiki/Quy_Nhơn

Son la* en.wikipedia.org/wiki/Sơn_La_Province

Tuy Hoa* en.wikipedia.org/wiki/Tuy_Hòa

Vinh * en.wikipedia.org/wiki/Vinh

Vung Tau * en.wikipedia.org/wiki/Vũng_Tàu

Nha Trang* en.wikipedia.org/wiki/Nha_Trang

*** Applied prime city ratio

ข.2 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

ประมาณการจำนวน นักท่องเที่ยวจากสัดส่วนที่ พบระหว่างการสำรวจ	ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ	สัดส่วนความถี่จาก การศึกษา (ร้อยละ)	ค่าสัมประสิทธิ์	จำนวนคน
5,357,874	เดินทาง 1-2 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	77.6	1.12	4,637,475
	เดินทาง 3-4 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	15.5	0.67	554,722
	เดินทางประมาณปีละครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3.8	0.45	91,714
	เดินทางมากกว่าปีละครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา	3.1	0.45	73,963

บรรณานุกรม

กระทรวงการต่างประเทศ. “ความสัมพันธ์กับประเทศและภูมิภาคต่างๆ, ทวีปเอเชีย: สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม”. (online). จาก

<http://www.mfa.go.th/main/th/world/70/28717->

<http://www.mfa.go.th/main/th/world/70/28717-%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%98%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%93%E0%B8%A3%E0%B8%B1%E0%B8%90%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1%E0%B8%99%E0%B8%B4%E0%B8%A2%E0%B8%A1%E0%B9%80%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%A1.html> สืบค้นวันที่ 20 ธันวาคม 2556

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. “โครงการการสำรวจข้อมูลเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเชิงลึก”. 2556

สมาคมอาเซียน-ประเทศไทย. “ข้อมูลพื้นฐานสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม”. (online) จาก

http://www.aseanthailand.org/1Vietnam_Info.pdf สืบค้นวันที่ 20 ธันวาคม 2556

index mundi. “Vietnam Demographics Profile”. (online). จาก

http://www.indexmundi.com/vietnam/demographics_profile.html สืบค้นวันที่ 15 กันยายน 2556

International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database, 2013”. (online). จาก

<http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/02/weodata/weoselgr.aspx> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556

PEW Research Center. “Global attitudes project 2002, Vietnam”. (online). จาก

<http://www.pewforum.org/2012/07/19/asian-americans-a-mosaic-of-faiths-appendix-2/#vietnam> สืบค้นวันที่ 20 ธันวาคม 2556

The U.S. Census Bureau. International Database. “Population Pyramid Graph - Custom Region - Vietnam”. (Online). จาก

<http://www.census.gov/population/international/data/idb/region.php?N=%20Results%20&T=12&A=separate&RT=0&Y=2013&R=-1&C=VM> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556

วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “ประเทศเวียดนาม”. ปี 2556. (Online). จาก

<http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B9%80%E0%B8%A7%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%94%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%A1>, สืบค้นวันที่ 17 ธันวาคม 2556