



พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



KHATSAPHONE RAZKHANTI

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของความสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

พ.ศ. 2555

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยแม่โจ้



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
 สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
 ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว

ชื่อเรื่อง
**พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก
 สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว**

โดย
KHATSAPHONE RAZKHANTI

พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการที่ปรึกษา
 (อาจารย์ ดร. วรากรณ์ ดวงแสง)
 วันที่ 5 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2555

กรรมการที่ปรึกษา
 (รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ทองมา)
 วันที่ 5 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2555

กรรมการที่ปรึกษา
 (รองศาสตราจารย์ ดร. เทพ พงษ์พานิช)
 วันที่ 5 เดือน มิ.ย. พ.ศ. 2555

ประธานกรรมการประจำหลักสูตร
 (รองศาสตราจารย์ ดร. วีระพล ทองมา)
 วันที่ 5 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2555

สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการรับรองแล้ว

.....
 (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จำเนียร ยศราช)
 ประธานกรรมการบัณฑิตศึกษา
 วันที่ 11 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2555

ชื่อเรื่อง	พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว
ชื่อผู้เขียน	Mr. Khatsaphone Razkhanti
ชื่อปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการและการท่องเที่ยว
ประธานกรรมการที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร.วราภรณ์ ดวงแสง

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อบรรยายถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อระบุถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว และ 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว โดยผู้ให้ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ได้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ 4 แห่งได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกคอนพะเพ็ง แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกหลี่ผี แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกผาส้วม และแหล่งท่องเที่ยวประสาทหินวัดพู จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน 2554 และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

ผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีอายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรสแล้วเป็นหัวหน้าครัวเรือน สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้เฉลี่ย 16,493.01 บาท/เดือน โดยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ยประมาณ 3 คน นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจากเวปไซด์ต่าง ๆ สถานที่ท่องเที่ยวที่นิยมไปเที่ยวชมคือ น้ำตกคอนพะเพ็ง โดยเดินทางมาแขวงจำปาสักด้วยรถทัวร์ มีผู้ร่วมเดินทางโดยเฉลี่ย 22 คน นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักเฉลี่ยโดยประมาณ 2,457.75 บาท โดยนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเฉลี่ย 727.53 บาท/วัน มีการพักแรมในแขวงจำปาสักจำนวน 3 วัน และพักที่โรงแรมมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 701.44 บาท/คืน/คน รับประทานอาหารพื้นเมืองของลาวที่โรงแรม มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเฉลี่ย 130.25 บาท/ครั้ง/คน ชื่อของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว มี

(4)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจำนวน 887.65 บาท ค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคน 171.86 บาท มีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการถ่ายรูป และชมน้ำตก มากกว่ากิจกรรมอื่นๆ และมีค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 112.25 บาท

ผลการศึกษาพบว่า ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักโดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านความปลอดภัย ด้านสินค้าและของที่ระลึก ด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ด้านที่พัก และด้านอาหาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ของพฤติกรรม การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

Title	Behaviors of Thai Tourists in Champasak Province, Lao PDR.
Author	Mr. Khatsaphone Razkhanti
Degree of	Master of Arts in Recreation and Tourism Management
Advisory Committee Chairperson	Dr. Varaphorn Duangsaeng

ABSTRACT

The purposes of this research were to: 1) describe behaviors of Thai tourists in Champasak province Lao PDR; 2) identify the level of tourists' satisfaction of Thai tourists in Champasack province, Lao PDR; 3) and analyze personal factors associated with the satisfaction of Thai tourists with the tourism industry in Champasak Lao, PDR. The sample group in this study consisted of 400 tourists. A set of questionnaires was use for data collection in April, 2011. Obtained data were analyzed by using the SPSS/PCT program.

Results of the study showed that most of respondents were male, 31-40 years old, married, breadwinners, bachelor's and degree graduates, and government officials. There are average monthly income was 16,493.01 baht. They had 3 family members on average. The respondents visited Champasak for enjoyment or relaxation. They perceived information about Champasak tourism through various websites. The popular tourist spots among the respondents were Konphapeng falls. They travelled to Champasak by bus. The number of accompanied persons was 22. There travelling expenses was 2,457.75 baht per person or 723.53 per person per day. They stayed in Champasak for 3 days and paid for the hotel service charge for 701.44 baht per person per night. They had a local meal at the hotel with the service charge of 130.25 baht per person per meal. The souvenirs which they preferred to purchase were silverware and Lao silk cloth with the expenses of 887.65 baht. The expenses for tourist spots was 171.86 baht per person on average. They preferred to take photohraphs and visit falls rather than other tourism activities.

It was found that the respondents had a high level of satisfaction with the following: tourist spots, tourist service, tourist guide, security, products and suvirnies, tourist information, accomodation, and food However, they had a moderate level of satisfaction with convenience facilities. There was a statistically signifieant relationship (0.05) between various

travelling expenses of the respondents and factors on sex, age, occupation, income, educational attainment, marital status, and number of family members.



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ฉบับนี้ เกิดความสำเร็จสมบูรณ์ได้ จากความช่วยเหลือของ บุคคลหลายท่านผู้วิจิตรของขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.วราภรณ์ ดวงแสง ประธานกรรมการที่ปรึกษา วิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.วีระพล ทองมา และรองศาสตราจารย์ ดร.เทพ พงษ์พานิช กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำปรึกษา ให้คำแนะนำและช่วยชี้แนวทางที่มี ประโยชน์ในงานวิจัยฉบับนี้ ตลอดจนให้ความสนใจใส่แก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ให้เสร็จสมบูรณ์

ขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ช่วยประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้ ข้าพเจ้า ตลอดจน Laos – Belgium Cooperation ที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาบุคลากร ของวิทยาลัยเทคนิควิชาชีพลากเซ ที่ได้สนับสนุนทุนการศึกษาครั้งนี้ ขอขอบพระคุณ คุณนวลจันทร์ ทองมา ที่คอยช่วยเหลือดูแลตลอดระยะเวลาในการศึกษา รวมทั้งมหาวิทยาลัยแม่โจ้ ที่รับข้าพเจ้าเข้าศึกษาและเพื่อนๆ พี่ๆ ระดับปริญญาโท และระดับปริญญาเอก คณะพัฒนาการ ท่องเที่ยวทุกท่านที่คอยให้คำปรึกษา ชี้แนะวิธีดำเนินการวิจัยและคอยให้กำลังใจข้าพเจ้าตลอดมา จนทำให้การวิจัยสำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ผู้วิจัยขอรำลึกถึงคุณบิดา – มารดา นายสำลี ราชันติ และนางสิน ราชันติ ที่ให้ ความรักความอบอุ่นและคอยเป็นกำลังใจแก่ข้าพเจ้าด้วยดีเสมอมา ขอขอบพระคุณพระครูวินัยธร พิรัชฌานาท และอาจารย์โชคก จรุงคนธ์ ที่คอยช่วยตรวจทานความถูกต้องด้านสำนวนและภาษา ข้าพเจ้าขอจารึกภาพความทรงจำอันดีงาม ที่ได้มาศึกษา ณ มหาวิทยาลัยแม่โจ้แห่งนี้ และความเอื้อ ออาทรของคณาจารย์ไว้ในจิตใจของข้าพเจ้าตลอดไป

Khatsaphone Razhanti

พฤษภาคม 2555

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(3)
ABTRACT	(5)
กิตติกรรมประกาศ	(7)
สารบัญ	(8)
สารบัญตาราง	(10)
สารบัญภาพ	(12)
สารบัญภาพผนวก	(13)
บทที่ 1 บทนำ	1
ปัญหาการวิจัย	4
วัตถุประสงค์การวิจัย	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย	6
นิยามศัพท์	7
บทที่ 2 การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง	9
นโยบายขององค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาว (Lao National Tourism Authority)	9
นโยบายความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย กับ สปป.ลาว	11
สภาพทั่วไปของแขวงจำปาสัก สปป.ลาว	17
การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก	20
ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	28
แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	35
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	40
แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ	44
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	47
ภาคสรุป	51
กรอบแนวคิดการวิจัย	52

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	55
สถานที่ดำเนินการวิจัย	55
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
ตัวแปรและการวัดตัวแปร	56
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	59
การทดสอบเครื่องมือ	59
ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย	60
การวิเคราะห์ข้อมูล	61
ระยะเวลาในการทำวิจัย	61
บทที่ 4 ผลการวิจัยและวิจารณ์	62
ตอนที่ 1 บรรยายลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยว ในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	63
ตอนที่ 2 บรรยายพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	68
ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวง จำปาสักต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก	85
ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายของชาวไทยที่ ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว	99
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	120
สรุปผลการวิจัย	120
อภิปรายผลการวิจัย	123
ข้อเสนอแนะ	124
บรรณานุกรม	127
ภาคผนวก	131
ภาคผนวก ก แบบสัมภาษณ์	132
ภาคผนวก ข ภาพแหล่งท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก	142
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย	147

สารบัญตาราง

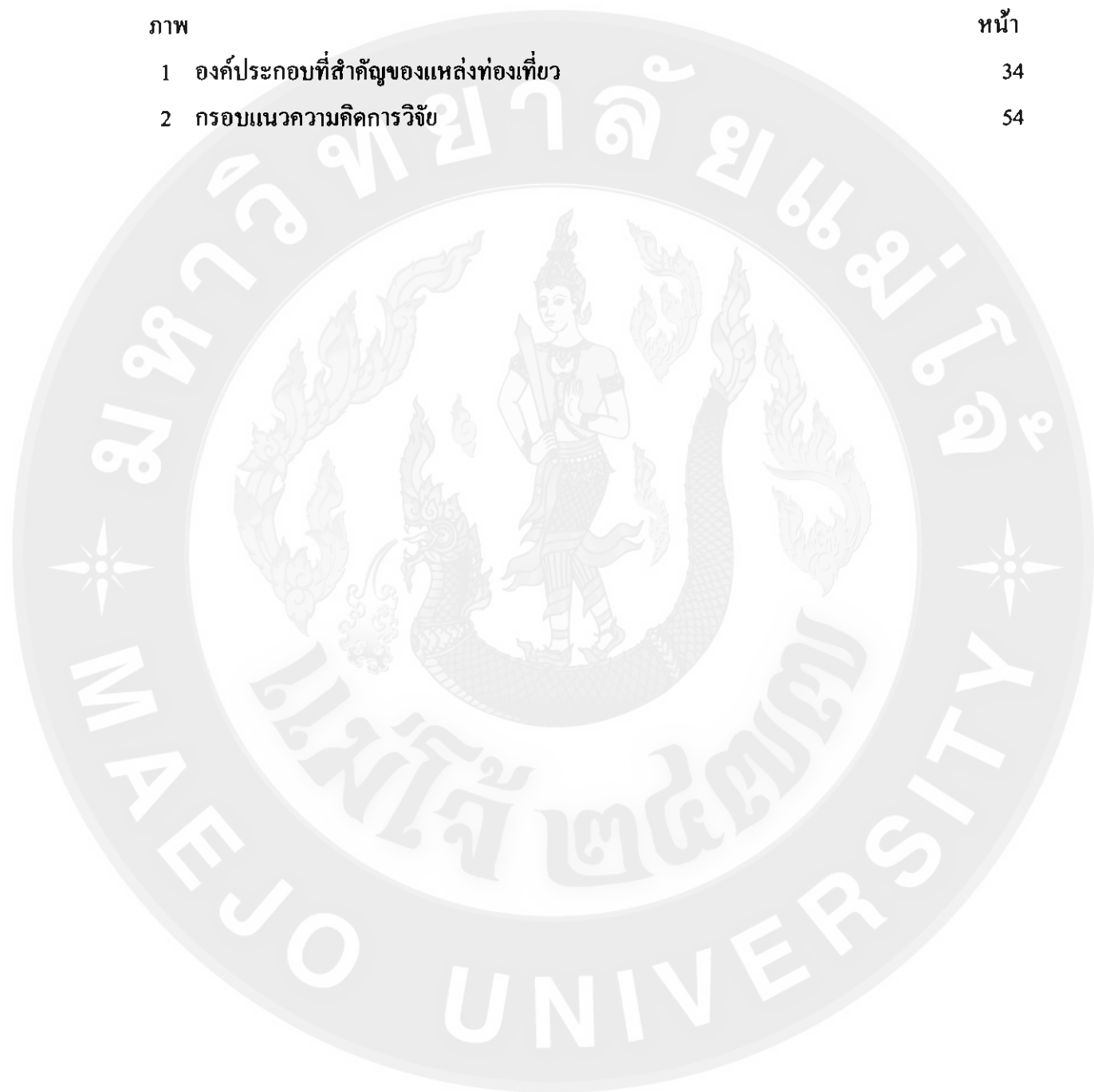
ตาราง	หน้า
1 แผนการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง	16
2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก	56
3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล	65
4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ	67
5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยทางสังคม	68
6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการเดินทาง	71
7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการพักผ่อน	74
8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามด้านอาหาร	76
9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามด้านของที่ระลึก	79
10 จำนวนของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก	80
11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก	83
12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว	83
13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว	84
14 จำนวน ร้อยละ และค่าคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก	90
15 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงในแขวงจำปาสัก	100
16 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก	103
17 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการพักผ่อนในแขวงจำปาสัก	106
18 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการรับประทานอาหารในแขวงจำปาสัก	109

19	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อของที่ระลึกในแขวงจำปาสัก	112
20	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก	114
21	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก	117



สารบัญภาพ

ภาพ	หน้า
1 องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว	34
2 กรอบแนวความคิดการวิจัย	54



สารบัญภาพผนวก

ภาพผนวก		หน้า
1	แหล่งท่องเที่ยวน้ำตกคอนพะเพ็ง	143
2	แหล่งท่องเที่ยวน้ำตกหลิสี	143
3	แหล่งท่องเที่ยวปราสาทหินวัดพูจำปาสัก	144
4	แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์วังสะเค็ดเจ้าบุญอุ้ม	144
5	แหล่งท่องเที่ยวน้ำตกผาส้วม	145
6	แหล่งท่องเที่ยวน้ำตกเขือง	145
7	แหล่งท่องเที่ยวน้ำตกตาดฟาน	146
8	ทำกำป็นสมัยฝรั่งเศสปกครองลาว	146

บทที่ 1

บทนำ

ปัจจุบันวิวัฒนาการของโลกในด้านต่างๆ เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วทั้งในด้านนวัตกรรม การผลิต การติดต่อสื่อสาร การคมนาคมขนส่งและอื่น ๆ สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้มีผลต่อมนุษย์ทุกคนทำให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างรวดเร็วยิ่งโลกของเรารวมตัวกันเป็นหนึ่งมากขึ้นเท่าใดโลกก็ยิ่งไร้พรมแดนขึ้นทุกทีการสื่อสารระหว่างประเทศหนึ่งไปยังอีกประเทศหนึ่งสามารถกระทำได้ภายในเวลาไม่กี่วินาที ยังมีการเรียนรู้การรับรู้วัฒนธรรมภาษาและทัศนียภาพของประเทศอื่นมากขึ้นเท่าใด คนก็ยิ่งปรารถนาที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวและสัมผัสประสบการณ์โดยตรงมากขึ้นเท่านั้นจนทำให้การท่องเที่ยวขยายตัวกลายเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และสร้างรายได้มากที่สุดให้กับหลายประเทศ จึงกล่าวได้ว่าเป็นภาคธุรกิจมีส่วนเกื้อหนุนทางการเงินแก่เศรษฐกิจโลกมากที่สุดเห็นได้จากการสัมมนาของสมาคมการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก (PATA) ครั้งที่ 54 ปี พ.ศ. 2548 ณ เขตปกครองมาเก๊า พบว่าการท่องเที่ยวของจีนมีอัตราการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยในปี พ.ศ. 2547 ประเทศจีนมีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 82 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ (3,280 พันล้านบาท) สูงกว่าอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยรวม (GDP) ของจีนกว่า 1.5 เท่า และจากรายงานของสภาการเดินทางท่องเที่ยวแห่งโลก (WTTC) เมื่อปี พ.ศ. 2548 มีผู้ทำงานในอุตสาหกรรมนี้ประมาณ 2.99 ล้านคน ดังนั้นจึงนับได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วและพัฒนาอย่างต่อเนื่องเกิดการเติบโตอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในทุก ๆ ประเทศ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: ระบบออนไลน์)

ท่ามกลางแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจที่สำคัญของบรรดาประเทศในเอเชีย การใช้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งเกิดขึ้นในช่วงต้นพุทธศตวรรษที่ 2500 จากการบรรจุลงในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเกือบทุกฉบับ โดยเฉพาะแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) อันเป็นที่ให้ความสำคัญต่อการกำหนดให้ประเทศไทยเป็น “แหล่งท่องเที่ยวเน้นคุณภาพ (quality destination) อันได้แก่ การมีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานโลก (world class) ทั้งในด้านการท่องเที่ยว การให้บริการ และการรักษาสิ่งแวดล้อมสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2555 และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 ของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งได้กำหนดวิสัยทัศน์ให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียภายในปี 2551 โดยมีการกำหนดยุทธศาสตร์สำคัญ 3 ยุทธศาสตร์ประกอบด้วย (1) การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว (2) การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว (3) การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ นับเป็นเครื่องยืนยันอย่างดีถึงการให้ความสำคัญของรัฐบาลต่อการ

กำหนดนโยบาย การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกระทั่งสามารถสร้างรายได้ในปี พ.ศ. 2545 กว่า 300,000 ล้านบาท (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: ระบบออนไลน์) โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง หากพิจารณาในช่วงครึ่งทศวรรษที่ผ่านมา จาก 9.51 ล้านคนในปี 2543 เป็น 10.06 ล้านคนในปี 2545, 10,80 ล้านคน ในปี 2546 และ 11.7 ล้านคนในปี 2547 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: ระบบออนไลน์) จำนวนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เพิ่มสูงขึ้นดังกล่าวประการหนึ่งมาจากการกำหนดยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวที่มีวิสัยทัศน์ในการผลักดันให้ “ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชียภายในปี 2551” ดังจะเห็นได้จากการกำหนดยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างลุ่มแม่น้ำอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง [Aeyawady-Chaophraya-Me Kong economic cooperation strategy (ACMECS)] ซึ่งผลของการประชุมเมื่อวันที่ 21-22 กันยายน พ.ศ. 2548 ได้กำหนดข้อตกลงที่จะสนับสนุนแผนงานของรัฐในการออกวีซ่าฉบับเดียวเดินทางได้ 5 ประเทศประกอบด้วย ประเทศไทย กัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม

นอกจากนี้ยังร่วมมือกันในการวางแผนการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ แหล่งประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ตลอดจนการวางแผนพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานให้เชื่อมโยงกัน ทั้งด้านถนน รถไฟ ทางอากาศ และทางน้ำ โดยกำหนดให้ประเทศไทยเป็นแกนนำร่วมกับองค์การท่องเที่ยวโลกในการเชื่อมโยง 5 เส้นทาง จาก ประเทศเบื้องต้นเข้าด้วยกัน ผ่านเส้นทางเมืองพุกาม (Vagan) ในประเทศพม่า, จังหวัดน่าน (Nan) ในประเทศไทย, หลวงพระบาง (Luang Prayang) ในประเทศลาว, เสียมเรียบ (Siem Reap) ในประเทศกัมพูชา และเว้ (Hue) ในประเทศเวียดนาม อันส่งผลให้ประเทศไทยมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมต่อชายแดนทั้ง 4 ประเทศเข้าด้วยกันอย่างยิ่ง (กระทรวงการต่างประเทศ, 2548 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 24) โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือนั่นเอง การท่องเที่ยวที่สำคัญระหว่างไทย-ลาว นับว่ามีความน่าสนใจอย่างยิ่ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของเออีเอ็มเอส (ACMECS) เนื่องจากไม่เพียงแต่เป็นจุดเชื่อมต่อผ่านแดนระหว่างไทย-ลาวเท่านั้น หากแต่มีความสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมและชาติพันธุ์เดียวกัน โดยนับนี้ความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นจึงมีนัยของความเป็น “พี่น้อง” ระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับ สปป.ลาว อีกด้วย ขณะเดียวกันการส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงระหว่างภาคตะวันออกเฉียงเหนือกับ สปป.ลาว ยังเท่ากับเป็นการขยายโอกาสการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคทั้งสองฝ่าย (tourism destination) ระดับนานาชาติที่สำคัญของประเทศคู่ขนานกับภาคเหนือและภาคใต้ ขณะที่ สปป.ลาว จะกลายเป็นโอกาสในการเรียนรู้การพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวชายแดนอย่างเป็นระบบ เป็นสถานะที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมได้อีกทางหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาการพัฒนาการท่องเที่ยวของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเป็นหนึ่งในประเทศที่เอ็กซีเอ็มอี (ACMECS) กำหนดเป็นเมืองคู่แฝด (sister cities) เชื่อมต่อเครือข่ายการท่องเที่ยวตามยุทธศาสตร์ความร่วมมือดังกล่าวข้างต้น นับว่ามีความน่าสนใจเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ไม่เพียงแต่จะอุดมไปด้วยแหล่งท่องเที่ยว และชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศลาว นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2547 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน จาก 6.36 แสนคน ในปี 2545 เป็น 7.36 แสนคน ในปี 2546 และ 8.94 แสนคน ในปี 2547 จะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากเดิมเป็นจำนวนร้อยละ 24.65 ในช่วงเวลา 2 ปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548: ระบบออนไลน์) จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวหากพิจารณาถึงจุดผ่านแดนถาวรที่เชื่อมโยงระหว่างประเทศไทย และลาว อันประกอบไปด้วย 13 จุด ได้แก่ ด่านอำเภอเชียงของกับด่านบ้านเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ด่านบ้านห้วยโก๋น จังหวัดน่าน ด่านบ้านปากห้วย ด่านอำเภอเชียงคาน และด่านบ้านโคกไผ่ จังหวัดเลย ด่านท่าเสด็จ ด่านอำเภอบึงกาฬ และด่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว จังหวัดหนองคาย ด่านอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ด่านอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร และด่านวังเต่ากับด่านช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี อาจเป็นทางหนึ่งในการเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งไม่เพียงแต่เป็นการรับนักท่องเที่ยวข้ามมาประเทศไทยเท่านั้น หากยังเป็นการส่งผ่านนักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศลาว ตลอดจนสามารถเชื่อมโยงถึงประเทศเวียดนามและประเทศกัมพูชาได้อย่างสะดวกยิ่งขึ้น อันเป็นการสนับสนุนการเปิดประตู (gateway) สู่มิติภาคอีกทางหนึ่ง

นอกจากนี้ หากพิจารณาจำนวนจุดผ่านแดนไทย-ลาว ทั้งหมด พบว่า ด่านวังเต่า-ช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งติดกับจังหวัดจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว นับว่าเป็นด่านที่มีศักยภาพการท่องเที่ยวที่สำคัญแห่งหนึ่งในภาคอีสานตอนใต้ ทั้งนี้หากพิจารณาข้อมูลสถิติบุคคลเดินทางเข้า-ออกราชอาณาจักรไทยผ่านด่านช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี พบว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 16.27% ในเดือนสิงหาคม ปี 2547 เป็น 44.32% ในเดือนกันยายน 40.65% ในเดือนตุลาคม 58.28% ในเดือนพฤศจิกายน 69.95% ในเดือนธันวาคม 24.73% ในเดือนมกราคม และ 61.93% ในเดือนกุมภาพันธ์ ปี 2548 (สถิติบุคคลเดินทางเข้า-ออกราชอาณาจักรไทยผ่านด่านช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี, 2548 อ้างใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 25) จำนวนที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของด่านวังเต่า-ช่องเม็ก ซึ่งสามารถเป็นประตูสู่เมืองปากเซ และแขวงจำปาสัก อันเป็นแขวงใหญ่อันดับสามของประเทศ สปป.ลาว สามารถอำนวยความสะดวกทางการค้า และการบริการท่องเที่ยวสูงมาก

จากความสำคัญของการมีศักยภาพด้านการค้าและการบริการการท่องเที่ยวดังกล่าว ส่งผลให้เอ็กซีเอ็มอี (ACMECS) กำหนดให้เมืองสำคัญบริเวณจุดผ่านแดน ได้แก่ ด่านบช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี และเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก เป็นเมืองคู่แฝด (sister cities) ที่เชื่อมโยง

เครือข่ายการขนส่งและการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยแนวทางการประชุมหารือเรื่องการขนส่งระหว่างประเทศไทยกับประเทศลาว ซึ่งมีคณะผู้แทนจากกระทรวงคมนาคมของประเทศไทย และหัวหน้ากรมขนส่งและไปรษณีย์ประเทศลาว เมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ.2548 ซึ่งมีข้อตกลงในการเปิดการเดินรถระหว่างประเทศระหว่างอุบลราชธานีกับปากเซ โดยจะเริ่มให้บริการในเดือนมกราคม พ.ศ.2549 (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 42) ทั้งนี้ ไม่เพียงแต่เส้นทางเดินรถดังกล่าวและเป็นเส้นทางการค้าเท่านั้น หากแต่ยังเป็นเส้นทางเชื่อมโยงนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย ชาวลาวและชาวต่างประเทศ ให้เดินทางถึงกันได้อีกด้วย

ปัญหาการวิจัย

ปัจจุบันการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวอย่างมาก ทั้งระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นและเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ รัฐบาลลาวจึงให้ความสำคัญกับการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากสามารถสร้างรายได้จำนวนมากให้กับประเทศ ในปี พ.ศ. 2553 ลาวมีนักท่องเที่ยวประมาณ 2.5 ล้านคน ซึ่งเป็นคนไทยประมาณ 1.5 ล้านคน โดยจำนวน 900,000 คน เป็นผู้เดินทางไป-มาบริเวณชายแดน รัฐบาลลาวจึงได้สร้างกลไกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ อาทิ การปรับปรุงกฎหมายการลงทุน กฎหมายการท่องเที่ยว รวมทั้งการยกระดับหน่วยงานรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวเป็นกระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรมและการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความเข้าใจ ใกล้ชิด รักและสามัคคีกัน เพื่อเพิ่มพูนผลประโยชน์ร่วมของไทยและลาว และส่งเสริมการท่องเที่ยวลาวทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติ ทั้งนี้ลาวได้วางยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวของลาว ประกอบด้วย 1) เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง 2) เพิ่มระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพำนักอยู่ในลาว 3) เพิ่มคุณภาพของธุรกิจท่องเที่ยว โดยเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวในประเทศข้างเคียง และ 4) เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรมท่องเที่ยว นอกนั้นยังได้วางนโยบายสนับสนุนการท่องเที่ยวที่สำคัญของรัฐบาลลาว อาทิ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านและในลาวเอง การเปิดและยกระดับด่านขกเว้นภาษีสินค้าบางประเภท ขยายระยะเวลาพำนักในประเทศ นอกจากนี้ลาวยังมีศักยภาพที่สำคัญ เช่น ทางด้านธรรมชาติ ทางด้านวัฒนธรรม นอกจากนี้ลาวยังมีเมืองท่องเที่ยวหลักที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์ ปากเซ สะหวันนะเขต เชียงขวาง เป็นต้น (กรมเอเชียตะวันออก กระทรวงการต่างประเทศ, 2554: ระบบออนไลน์)

แขวงจำปาสักเป็นแขวงหนึ่งที่ใหญ่เป็นอันดับสามของประเทศรองจากนครหลวงเวียงจันทน์และแขวงหลวงพระบาง (มรดกโลก) แขวงจำปาสักเป็นแขวงที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยป่าไม้และธรรมชาติ มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น น้ำตกคอนพะเพ็ง น้ำตกหลี่ผี น้ำตกคาคพาน น้ำตกคาคเขือง และวัดพูจำปาสัก (มรดกโลก) ซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวแขวงจำปาสักได้อย่างมาก สถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามายังแขวงจำปาสัก ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2549-2553 สรุปไว้ดังนี้ ปี 2549 มีนักท่องเที่ยวไทยมาท่องเที่ยวแขวงจำปาสักจำนวน 62,459 คน ปี 2550 มีจำนวน 91,283 คนเพิ่มขึ้นจากปี 2549 จำนวน 7.30 % ปี 2551 มีจำนวน 87,851 คน ลดจากปี 2550 จำนวน 0.86 % ปี 2552 มีจำนวน 72,698 คน ซึ่งลดลงจากปี 2551 จำนวน 3.83 % และปี 2553 จำนวน 80,787 คน ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี 2552 จำนวน 2.04 %

จากสถิติดังกล่าวมา จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก ตั้งแต่ปี 2549 - 2553 นั้นมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นทุกปี เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปโดยเกี่ยวข้องกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจ เพศ อายุ รายได้ การศึกษา ส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (เนาวรัตน์ พลายน้อย, 2539) เพื่อเตรียมความพร้อม ของแขวงจำปาสักให้สามารถจัดการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในแขวงจำปาสักในอนาคต จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาวจะทำให้ทราบถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ว่ามีพฤติกรรมในการท่องเที่ยวอย่างไร มีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักมากน้อยแค่ไหน หน่วยงานภาครัฐการท่องเที่ยวประจำแขวงจำปาสัก ตลอดจนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว สามารถนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนา ปรับปรุงแก้ไของค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว มีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเฉพาะได้แก่

1. เพื่อบรรยายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว
2. เพื่อระบุความความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาวคาดว่าจะได้รับประโยชน์ต่อบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. ผู้บริหารการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักได้ข้อมูลจากผลการวิจัยเพื่อใช้เป็นแนวทางในพัฒนา ปรับปรุงในการจัดการการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว
2. ผู้ประกอบการธุรกิจด้านการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักได้ข้อมูลจากผลการวิจัยเพื่อใช้ในการจัดการ ด้านการรองรับ และการจัดโปรแกรมทัวร์ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชาวไทยในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว
3. ผู้ที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สามารถใช้เป็นข้อมูลเพื่อการศึกษาและขยายผลทางด้านการท่องเที่ยว ในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว

ขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว มีขอบเขตและข้อจำกัดของการวิจัยได้ดังนี้

ขอบเขตการวิจัย

1. การวิจัยในครั้งนี้ได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักเท่านั้น
2. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว เท่านั้น
3. การวิจัยในครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญ (accidental random Sampling) โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานีขนส่งระหว่างประเทศไทย-ลาว และสนามบินปากเซในระหว่างที่นักท่องเที่ยวรอการเดินทางออกจากแขวงจำปาสักช่วยอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม และส่งคืนผู้ช่วยผู้วิจัย
4. การวิจัยในครั้งนี้ใช้ระยะเวลาในการดำเนินการในช่วงเดือนมกราคม ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2554 รวมระยะเวลา 12 เดือน

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว เท่านั้น ดังนั้นผลการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวไทยจะใช้ได้เฉพาะพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งไม่อาจเปรียบเทียบในภาพรวมของสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว ได้ ฯลฯ

นิยามศัพท์

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานธุรกิจต่าง ๆ ของภาคเอกชน ที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Steven, 1990: 422 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) หรือ หมายถึง หน่วยธุรกิจหรือองค์กรอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกและจัดบริการให้แก่นักท่องเที่ยว (Davidson, 1994: 17 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 8)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง บุคคลผู้ซึ่งแสวงหา จัดซื้อ ใช้ประโยชน์ และประเมิน สินค้าบริการที่คาดว่าจะสามารถสนองความต้องการตนเองได้ (Tourism best write, 2011: Online)

การบริหารจัดการการท่องเที่ยว หมายถึง การวางแผนและการดำเนินงานในด้าน
การจัดสรรงบประมาณรายจ่าย การรักษากฎระเบียบของแหล่งท่องเที่ยว การบำรุงรักษาแหล่ง
ท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย การจัดสาธารณูปโภค/สาธารณูปการในแหล่งท่องเที่ยว การจัด
ให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว (เดชา ไต้สูงเนิน, 2543: 7)



บทที่ 2

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยผู้วิจัยได้ตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดความชัดเจน และครอบคลุมประเด็นเนื้อหาในการวิจัย เพื่อเป็นแนวความคิดในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้อย่างถูกต้องในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. นโยบายขององค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาว (Lao National Tourism Authority)
2. นโยบายและความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย - สปป.ลาว
3. สภาพทั่วไปของแขวงจำปาสัก สปป.ลาว
4. การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก สปป.ลาว
5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
6. แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
7. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว
8. แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ
9. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นโยบายขององค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาว (Lao National Tourism Authority)

นโยบายขององค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาวเป็นองค์การคุ้มครองรัฐ (มหภาค) เกี่ยวกับงานด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเสาหลักให้แก่วัฒนธรรม มีภารกิจบทบาทค้นคว้ากฎหมาย ข้อกำหนด กฎระเบียบต่างๆเกี่ยวกับการคุ้มครองงานด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ค้นคว้าแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในขอบเขตทั่วประเทศให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ คุ้มครองชี้นำและตรวจตราการปฏิบัติแนวทางนโยบายและระเบียบกฎหมายของ สปป.ลาว และบรรดาหัวหน้าหน่วยธุรกิจที่ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

นโยบายหลักขององค์การท่องเที่ยว

ประกอบด้วย

1. ปฏิบัตินโยบายเปิดกว้างความร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม กับต่างประเทศ
2. ส่งเสริมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพื่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนบรรดาเผ่าให้ดีขึ้น และส่งเสริมการผลิตภายในรอบด้าน
3. ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม เผยแพร่วัฒนธรรมประเพณีอันดีงาม อนุรักษ์รักษา วัตถุโบราณ ปูนูนียสถาน ประวัติศาสตร์ อันเป็นสิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว
4. สร้างอาชีพให้แก่ชุมชนท้องถิ่น สร้างรายรับและกระจายรายได้ให้แก่ประชาชนบรรดาเผ่า
5. สร้างความสัมพันธ์อันดีและเป็นมิตรกับทุกประเทศบนพื้นฐานนโยบายการค้าต่างประเทศของรัฐ ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยว การไปมาหาสู่ และเยี่ยมเยียนซึ่งกันและกัน (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 39)

แถลงการณ์พิเศษ 2004

เพื่อส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศลาวในฤดูร้อนปี 2001 โรงแรมและรีสอร์ทวิลล่าสันติได้ร่วมกับบริษัทการบินลาวจัดการพิเศษหนึ่งขึ้นเป็นประวัติของการท่องเที่ยวลาวด้วยการอำนวยความสะดวกแก่การท่องเที่ยวหลวงพระบางหนึ่งในมรดกโลกในราคาที่เหมาะสมที่สุดรายการนั้นรวมตั๋วเครื่องบินไป-กลับเวียงจันทน์ หลวงพระบาง และที่พัก 2 คืน พร้อมอาหารเช้าที่โรงแรมวิลล่าสันติ หลวงพระบาง โดยเริ่มตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน-31 สิงหาคม ซึ่งก็ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 39)

นโยบายความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย กับ สปป.ลาว

ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างลุ่มแม่น้ำอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง Aerawady-Chaophraya-Mekhong Economic Cooperation Strategy (ACMECS)

นอกจากแผนความร่วมมือในระดับอนุภูมิภาคในกลุ่มประเทศลุ่มแม่น้ำโขงแล้ว รัฐบาลได้ขยายขอบเขตความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน จากเดิมที่ให้ความสำคัญกับพื้นที่ที่อยู่ติดกับแม่น้ำโขง โดยรัฐบาลกำลังอยู่ในระหว่างการพัฒนายุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างลุ่มแม่น้ำ อิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง Aeyawady-Chaophraya-Mekhong Economic Cooperation Strategy (ACMECS) โดยมีจุดมุ่งหมาย ดังนี้

1. อำนวยความสะดวกในด้านการท่องเที่ยวภายในกลุ่มเอ็กเม็กส์
 - 1.1 พัฒนาวิชาการท่องเที่ยวของเอ็กเม็กส์ ดังกลุ่มทำงาน ซึ่งเป็นตัวแทนจากการอพยพเข้า การท่องเที่ยว การเงิน และแผนกต่างประเทศร่วมกับความร่วมมือในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง The Great Mekong Sub-Region (GMS) กลุ่มทำงานต้องการผู้ช่วยเพิ่มเติม และธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย [Asian Development Bank (ADB)] ได้สนับสนุนแผนการดำเนินขั้นสุดท้าย
 - 1.2 ส่งเสริมข้อตกลงการเดินทางเข้า-ออกพรมแดนเพื่ออำนวยความสะดวกในด้านการท่องเที่ยว
2. การข้ามพรมแดนของนักท่องเที่ยวในภูมิภาค โดยพัฒนาด่านตรวจ
3. นโยบายการลงทุนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้น
4. เปิดจุดตรวจให้เพิ่มขึ้นตามพรมแดนที่เป็นไปได้
5. การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ต้องฝึกอบรมให้มีการวางแผนด้านการท่องเที่ยว การจัดการจุดหมายปลายทาง และการส่งมอบบริการด้านคุณภาพสำหรับองค์การระหว่างประเทศ และภายในประเทศ ตลอดจนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
6. พัฒนามาตรฐานการจัดการด้านคุณภาพ ประวัติศาสตร์ และแหล่งวัฒนธรรม
7. ส่งเสริมการท่องเที่ยวในชุมชนที่ยากจน โดยให้เกี่ยวข้องกับคนในพื้นที่ และกำหนดหุ้นส่วนในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชน
8. ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนและการเป็นหุ้นส่วนกับภาครัฐ

กรอบการทำงานของอาเซียน : กรอบการทำงานภูมิภาคย่อยเอ็กแม็กส์ (ACMACES)

1. เชื่อมโยงการท่องเที่ยวนับ 5 แห่ง ทั้งทางอากาศ ถนนรถไฟและทางน้ำ
2. ภายใน 5 ปี นักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางผ่านประเทศเหล่านี้และมีแผนที่จะใช้ในการวางแผนพัฒนาจุดหมายปลายทางที่ได้กำหนดไว้
3. ไทยจะได้รับความร่วมมือจากองค์กรท่องเที่ยวโลกในการพัฒนาเชื่อมโยง 5 พรหมแดน ได้แก่ เมืองบักนินในพม่า น่านในไทย หลวงพระบางในลาว เสียมเรียบในกัมพูชา และ เว้ในเวียดนาม
4. วางแผนระยะยาว (5-15 ปี) การร่วมกันในการต้อนรับการมาถึงของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคตามนโยบายต่างประเทศ
5. โครงการจะได้รับการพัฒนาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในเอ็กแม็กส์ ซึ่งจะมีการจ้างงาน มีรายได้ให้คนในท้องถิ่นที่เพิ่มมากขึ้น
6. เอ็กแม็กส์ ก่อให้เกิดแนวโน้มสำหรับนักท่องเที่ยวมรดกด้านวัฒนธรรมและการดึงดูดการท่องเที่ยวทางด้านนิเวศวิทยา การพัฒนาการท่องเที่ยวจะทำให้รายได้เพิ่มขึ้นและการจ้างงานต่อคนยากจน
7. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เข้มแข็งขึ้น โดยรวมการฝึกอบรมความชำนาญพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวและพัฒนาสาธารณูปโภคในด้านการท่องเที่ยว
8. ภาคเอกชนไม่คาดหวังที่จะตอบสนองอย่างเต็มที่ต่อการลงทุนของภาครัฐและความพยายามร่วมกันในการส่งเสริมของเอ็กแม็กส์ ซึ่งต้องการจุดหมายปลายทางเดียวกัน
9. สาธารณูปโภคที่จำเป็นแก่ประเทศในกลุ่มเอ็กแม็กส์ซึ่งจะขาดสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานถนนยังไม่ดี ความสะดวกของที่พักรถ ห้างน้ำที่สะอาด สถานีน้ำมัน ภัตตาคาร ร้านอาหาร ซึ่งมีความจำเป็นดำเนินการอย่างเร่งด่วน

ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในระดับกลุ่มประเทศอาเซียน (ASIAN)

ประเทศกลุ่มอาเซียนได้จัดทำกรอบความตกลงว่าด้วยการบริการของอาเซียน [Asian Framework Agreement on Service (AFAS)] ในปี พ.ศ. 2538 โดยกรอบความตกลงดังกล่าวเป็นการตกลงเปิดการเจรจาเพื่อเปิดเสรีการค้าบริการเจ็ดสาขา ซึ่งรวมถึงสาขาการท่องเที่ยวด้วย (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 42) อย่างไรก็ตามในทางปฏิบัติ ปัจจุบันการดำเนินการเจรจาเพื่อบรรลุข้อตกลงตามกรอบดังกล่าวยังอยู่ในระหว่างการเจรจารอบที่ 3 (พ.ศ. 2545-พ.ศ. 2547) และยังไม่

สำเร็จจึงทำให้ประเทศภาคีสมาชิกในอาเซียนยังไม่มีพันธกรณีที่จำเป็นต้องดำเนินการเกี่ยวกับการเปิดเสรี ด้านการค้าบริการในสาขาการท่องเที่ยว ถึงแม้การเจรจาเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศภาคีสมาชิกจะยังไม่บรรลุผลแต่กลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนก็ได้สร้างกลไกความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในหลายรูปแบบเช่น การกำหนดให้มีการประชุมระหว่างรัฐมนตรีด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกปีละหนึ่งครั้งเพื่อทำหน้าที่กำหนดกรอบนโยบายความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิก กำหนดให้มีการประชุมระหว่างองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศสมาชิก National Tourism Organization (NTO) ปีละสองครั้งเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแลแผนปฏิบัติการความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในบางครั้งยังมีการประชุมระหว่างรัฐมนตรีด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกร่วมกับรัฐมนตรีด้านการท่องเที่ยวของประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีรวมถึงการจัดประชุมระหว่างองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติของประเทศสมาชิกกับองค์การการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ญี่ปุ่นและเกาหลี (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 43)

ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2545 ประเทศในกลุ่มสมาชิกอาเซียนได้ลงนามความตกลง ด้านการท่องเที่ยวอาเซียน Asian Tourism Agreement (ATA) โดยข้อตกลงดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่ออำนวยความสะดวกต่อการเดินทางภายในอาเซียนและระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน 2) เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างอาเซียน เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพและการแข่งขัน 3) เพื่อลดข้อจำกัดที่เป็นอุปสรรคต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยวระหว่างอาเซียน 4) เพื่อจัดตั้งเครือข่ายบริการด้านการท่องเที่ยว 5) เพื่อเสริมสร้างการพัฒนาและส่งเสริมให้อาเซียนเป็นจุดหมายแห่งการท่องเที่ยวเดี่ยว (single tourism destination) (6) เสริมสร้างการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสร้างความแข็งแกร่งเกี่ยวกับความร่วมมือ เพื่อพัฒนากระดับ และขยายสิ่งอำนวยความสะดวกและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวในอาเซียน และ 7) สร้างสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขที่ดีสำหรับให้ภาครัฐและเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้นในการพัฒนาการท่องเที่ยว การเดินทางในอาเซียน และการลงทุนในด้านบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ.2549 : 42) ซึ่งจะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ของ (ATA) ข้างต้นค่อนข้างเอื้อประโยชน์ในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย และ สปป.ลาว เป็นอย่างมาก

ในที่ประชุมรัฐมนตรีด้านการท่องเที่ยวของอาเซียนครั้งที่ 7 เมื่อวันที่ 3 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2547 ณ นครเวียงจันทน์ สปป.ลาว ที่ประชุมได้ประกาศปฏิญญาเวียงจันทน์ขึ้นโดยมีสาระสำคัญดังต่อไปนี้

1. รัฐบาลของแต่ละประเทศทำการเจรจาอย่างจริงจังในระดับทวิภาคีในเรื่องเกี่ยวกับบัตรผ่านแดน (border-pass)

2. กลุ่มรัฐมนตรีมอบหมายให้เลขาธิการอาเซียนช่วยในการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ในประเทศอาเซียนเพื่อที่จะให้มีความก้าวหน้าในการดำเนินการยกเว้นวีซ่า
3. อาเซียนจำเป็นต้องทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้นทั้งในกลุ่มประเทศสมาชิก และประเทศจีน ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และอินเดีย
4. กลุ่มรัฐมนตรีเน้นย้ำถึงความจำเป็นที่ต้องกระชับความสัมพันธ์ทางการท่องเที่ยวระหว่างกลุ่มกับประเทศจีน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้
5. รัฐมนตรีได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับการขอปรึกษาความร่วมมือระหว่างรัฐมนตรีในกลุ่มประเทศสมาชิกอาเซียนกับรัฐมนตรีด้านการท่องเที่ยวของประเทศอินเดีย
6. นอกจากความร่วมมือในระดับภูมิภาคภายใต้กรอบ (ASIAN) แล้วรัฐบาลปัจจุบันกำลังริเริ่ม และพัฒนากรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในระดับทวีปเอเชียภายใต้กรอบความร่วมมือ Asian Cooperation Development หรือ (ACD) โดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะอยู่ในกรอบความร่วมมือทางด้านกายภาพ (ทรัพยากรธรรมชาติและ การขนส่ง) และกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจ

ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในระดับประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ความร่วมมือในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง [The Greater Mekong Sub - Region (GMS)] ได้เริ่มมีขึ้นในปี พ.ศ. 2535 ด้วยการริเริ่มของธนาคารเพื่อการพัฒนาเอเชีย [ASIAN Development Bank (ADB)] โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์ทางด้านเศรษฐกิจ การค้า และการลงทุน เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันของประเทศสมาชิกทั้ง 6 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว พม่า ไทย เวียดนาม และจีน(มณฑลยูนนาน) ในช่วงเริ่มต้น (ADB) ได้ให้ความช่วยเหลือทางวิชาการในวงเงินประมาณ 100 ล้านบาท เพื่อศึกษาความเป็นไปได้และกำหนดกรอบหลักของความร่วมมือระหว่างประเทศทั้งหมดในสาขาต่าง ๆ ได้แก่ สาขาคมนาคมขนส่ง สาขาพลังงาน สาขาการค้า สาขาการท่องเที่ยว สาขาพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และสาขาการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 43) โดยในที่ประชุมระดับรัฐมนตรีเมื่อปี พ.ศ. 2538 (ADB) ได้เสนอโครงการที่มีลำดับความสำคัญสูงรวม 7 โครงการส่งเสริมอนุภูมิภาคให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ (Promoting the Sub-region as a Tourist Destination) อย่างไรก็ตามนอกจาก (ADB) แล้วการพัฒนาความร่วมมือในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงยังได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรระหว่างประเทศหลายองค์กร ได้แก่ สมาคมการท่องเที่ยวภาคพื้นเอเชีย-แปซิฟิก [Pacific Asia Travel Association (PATA)] คณะกรรมการเศรษฐกิจและสังคมแห่งเอเชีย-แปซิฟิก [Economic and

Social Committee in Asia Pacific (ESCAP)] องค์การยูเนสโก (UNESCO) องค์การการท่องเที่ยวโลก [World Tourism Organization (WTO)] ธนาคารญี่ปุ่นเพื่อความร่วมมือระหว่างประเทศ [Japan Bank for International Cooperation (JBIC)]

นอกจากการพัฒนาโครงการความร่วมมือทางการคมนาคมและขนส่งระหว่างประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคในทางอ้อมแล้ว องค์การระหว่างประเทศและประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงยังได้มีการพัฒนาความร่วมมือด้านท่องเที่ยว โดยประกอบด้วยกิจกรรมที่สำคัญ 6 กิจกรรม ดังนี้

1. โครงการส่งเสริมให้อนุภูมิภาคเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลัก
2. โครงการฝึกอบรมผู้ให้ความรู้ในการพัฒนาทักษะแรงงาน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
3. โครงการศึกษาและวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทางน้ำร่วมกันในอนุภูมิภาค
4. โครงการพัฒนาการท่องเที่ยวระดับหมู่บ้าน (การคัดเลือกหมู่บ้านท่องเที่ยวตัวอย่าง
5. การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวจากเหนือ (จีน) จรดใต้ (ไทย) เพื่อกระจายนักท่องเที่ยวจากประเทศที่สาม
6. การจัดตั้งศูนย์ประสานงานโครงการด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง [Agency for Coordinating Mekong Tourism Activities (ACMTA)]

ปี พ.ศ. 2547 คณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงได้มีการทบทวนวาระการทำงาน และได้กำหนดแนวทางเพื่อการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 6 ด้าน คือ 1) การส่งเสริมให้อนุภูมิภาคเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักแห่งหนึ่งของโลก 2) การพัฒนาสาธารณูปโภคที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว 4) การปรับปรุงมาตรฐานการบริหารทรัพยากรธรรมชาติ โบราณสถาน และวัฒนธรรม เพื่อการอนุรักษ์และการท่องเที่ยว 5) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อให้คนจนได้ประโยชน์ด้วยการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชุมชน 6) การเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้งการเดินทางมาและการเดินทางภายในอนุภูมิภาค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2549: 44)

อย่างไรก็ตามเพื่อรองรับการขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2541 ประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคจัดทำแผน 25 ปี ของการพัฒนาการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค โดยแผนดังกล่าวแบ่งออกเป็น 3 ระยะ มีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 แผนการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ระยะเวลาของแผน	เส้นทางคมนาคมที่ใช้เชื่อมโยง		
	ทางอากาศ	ทางบก	ทางเรือ
<p>ระยะที่ 1 (2542-2546)</p>	<p>1. ขยายเส้นทางบิน</p> <p>2. เพิ่มจุดเชื่อมโยงทางการบิน</p>	<p>ถนนทางภาคเหนือของไทยที่ติดกับ ลาว พม่า และชูนาน</p>	<p>1. สามเหลี่ยมทองคำ</p> <p>2. อินโดจีน (สามเหลี่ยมแม่น้ำโขงในเวียดนาม)</p> <p>แม่น้ำโขงบริเวณสะพานแห่งที่ 1 และ 2</p>
<p>ระยะที่ 2 (2547-2556)</p>	<p>เพิ่มสนามบิน</p> <p>เพิ่มเส้นทางบินใหม่</p>	<p>1. ถนนลาว-ชูนาน</p> <p>2. ถนนลาว-เวียดนาม</p> <p>3. ถนนไทย-พม่า</p> <p>4. ถนนไทย-กัมพูชา</p> <p>5. ถนนเวียดนาม-กัมพูชา</p> <p>6. รถไฟเวียดนาม-ชูนาน</p> <p>รถไฟชูนาน-พม่า</p>	
<p>ระยะที่ 3 (2557-2571)</p>	<p>ขยายเส้นทางบิน</p> <p>พัฒนาสนามบินระดับมาตรฐานโลก</p>	<p>1. ถนนไทย-ลาว-เวียดนาม</p> <p>2. ถนนลาว-กัมพูชา</p> <p>3. ถนนไทย-ชูนาน-พม่า</p> <p>4. รถไฟไทย-ลาว-ชูนาน</p> <p>รถไฟชูนาน-พม่า</p>	

ที่มา : ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2549: 45)

จากแผนการพัฒนาร่วมมือทางด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงจะเห็นได้ว่าแนวทางการพัฒนาที่ผ่านมาทั้งในปัจจุบันและอนาคตจะเป็นกลไกที่ช่วยสนับสนุนการส่งเสริมการพัฒนาร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทย-ลาวเป็นอย่างมาก

ความร่วมมือในระดับประเทศ (ทวิภาคี) ระหว่างรัฐบาลไทยกับรัฐบาลลาว

ในส่วนของการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับลาวนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กับองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาว ได้ทำความตกลงว่าด้วยความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวแห่งชาติลาว เมื่อ 19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2535 และได้จัดทำบันทึกการประชุมว่าด้วยความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างกันเมื่อ 19 มกราคม พ.ศ. 2539 และ 30 มกราคม พ.ศ. 2540

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) กับองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาวได้ลงนามในแผนงานความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวประจำปี 2545 - 2546 เมื่อ 21 กันยายน พ.ศ. 2544 แผนดังกล่าวกำหนดให้มีการแลกเปลี่ยน การเยือนของคณะผู้บริหารการท่องเที่ยวของทั้งสองฝ่าย การพัฒนาบุคลากรการท่องเที่ยว การวางแผนพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การส่งเสริมการลงทุนและการตลาดการท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยแผนงานความร่วมมือฯ มีเป้าหมายเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยและลาว และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวไปสู่ประเทศที่สามในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงและดินแดนมหัศจรรย์สุวรรณภูมิ และสามเหลี่ยมมรกต

ในบันทึกเพื่อความเข้าใจระหว่างรัฐมนตรีด้านการท่องเที่ยวของไทยและลาว ลงนามเมื่อวันที่ 5 กันยายน พ.ศ. 2543 ประเทศทั้งสองได้ตกลงแลกเปลี่ยนความร่วมมือระหว่างกันในหลายๆ ด้าน เช่น การให้คำแนะนำของ ททท. ต่อองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาวในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การร่วมกันจัดทำกิจกรรมพิเศษเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งสอง การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวหลายเส้นทาง (เช่น มุกดาหาร-สะหวันนะเขต, อุบลราชธานี-ช่องเม็ก-ปราสาทคอนซอน, เชียงราย-หลวงน้ำทา-มังคลา และเส้นทางท่องเที่ยวตามลำน้ำโขง เป็นต้น) การส่งเสริมธุรกิจและการลงทุน ด้านการท่องเที่ยว การผ่อนปรนและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวตามจุดผ่านแดนต่างๆ ของไทยและลาว

สภาพทั่วไปของแขวงจำปาสัก สปป.ลาว

ที่ตั้ง

แขวงจำปาสัก ตั้งอยู่ทางตอนใต้สุดด้านทิศตะวันตกของ สปป.ลาว มีอาณาเขตทางทิศตะวันตกติดกับชายแดนประเทศไทยทางด่านช่องเม็กอำเภอสิรินธรจังหวัดอุบลราชธานี ทิศใต้ติดต่อกับเขตจังหวัดกัมปงทมของประเทศกัมพูชา ทิศเหนือ และทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ติดกับ

แขวงสาละวัน สปป.ลาว ทิศตะวันออกติดกับแขวงเซกองและแขวงอัตตะปือ สปป.ลาว มีพื้นที่ประมาณ 15,415 ตารางกิโลเมตร ประกอบด้วย 10 ตัวเมืองต่าง ๆ คือ 1) เมืองปากเซ 2) เมืองชนะสมบูรณ์ 3) เมืองปากช่อง 4) เมืองประทุมพร 5) เมืองสุขุมมา 6) เมืองจำปาสัก 7) โพนทอง 8) เมืองโงง 9) เมืองมุลตะปาโมก 10) เมืองบาเจียงเจริญสุข

แขวงจำปาสัก ปรากฏชื่อในพงศาวดารเขมรว่า สะมะพูระเมื่ออาณาจักรฟูนันเสื่อมอำนาจลงคนลาวได้ย้ายถิ่นเข้ามาสร้างบ้านเรือนกลายเป็นเมืองใหม่ที่มีนามว่า จำปานะคะบูลีสีหรือจำปานครถึงรัชสมัยพระเจ้าฟ้างุ้มได้ทรงรวบรวมเมืองต่างๆของลาวเข้ามาเป็นอาณาจักรเดียวกันชื่อว่าล้านช้าง เป็นอาณาจักรที่รุ่งเรืองในทุกด้าน มีเมืองหลวงอยู่ที่หลวงพระบาง แต่เมื่อพระเจ้าฟ้างุ้มสิ้นพระชนชีพ อาณาจักรล้านช้างเริ่มตกต่ำลงเพราะสงครามแย่งชิงอำนาจและการก่อกบฏต่าง ๆ นานนับร้อยปี จนถึง พ.ศ. 2063 พระเจ้าโพธิสารราชเจ้าได้ขึ้นครองราชย์และรวบรวมแผ่นดินขึ้นใหม่ และได้ย้ายเมืองหลวงของอาณาจักรล้านช้าง มาอยู่ที่เวียงจันทน์เพื่อให้ไกลจากการรุกรานของสยามอาณาจักรล้านช้างเจริญมาได้ 200 ปีเศษก็เริ่มอ่อนแอ แยกออกเป็น 3 ฝ่าย คือ อาณาจักรหลวงพระบาง อาณาจักรเวียงจันทน์ และอาณาจักรจำปาสัก ซึ่งปัจจุบันมีนามว่าแขวงจำปาสักนั่นเอง (สมหมาย ชินนาค, 2550: 29)

โรงแรม บ้านพัก เมืองปากเซ แขวงนครจำปาสัก สปป.ลาว

สำหรับโรงแรมเกรด A มีดังนี้

1. โรงแรมจำปาสักซิตี้: เป็นโรงแรมที่บรรยากาศดี ตกแต่งสวยงามอยู่ใกล้กับตลาดค้าปลีกซึ่งง่ายแก่การจับจ่ายซื้อของ
2. โรงแรมจำปาสักพาลเลซ: เป็นโรงแรมที่มีชื่อเสียงมานานเพราะเป็นอดีตวังเก่า คือเป็นอดีตวังของเจ้าบุญอุ้ม เจ้ามหาชีวิตของชาวลาวได้ นักท่องเที่ยวคนไทยส่วนใหญ่ก็อยากมาพักที่โรงแรมนี้กัน ที่โรงแรมมีทั้งห้องดีกใหม่และห้องดีกเก่า ดีกใหม่ก็คือห้องพักที่สร้างขึ้นมาทีหลัง ส่วนดีกเก่าก็คือดีกวัง
3. โรงแรมแสงอรุณ: เป็นโรงแรมที่ตกแต่งแบบสไตล์คนไทยตั้งอยู่ในใจกลางเมืองในบริเวณโรงแรมมีร้านอาหารมากมายสามารถเดินชมบรรยากาศบริเวณจุดชมวิวท่าแพได้อย่างสบาย
4. โรงแรมปากเซ: โรงแรมนี้ตกแต่งสวย อยู่ใจกลางเมืองปากเซ มีห้องหลากหลายแบบให้เลือกพัก บนคาเฟ่ของโรงแรมเปิดเป็นลานบาร์ด้วย (สมหมาย ชินนาค, 2550: 30) ในปัจจุบันนี้แขวงจำปาสักมีการพัฒนาการท่องเที่ยวด้านการรองรับบริการ มีการสร้างโรงแรมระดับ

เกรด A เพิ่มขึ้นอีกได้แก่ โรงแรม แกรนด์ไฮเทลเป็นโรงแรมที่มีมาตรฐานด้านบริการ และห้องพักอีก
โรงแรมหนึ่งในบริเวณโรงแรมสามารถมองเห็นบรรยากาศยามเย็นริมแม่น้ำโขงสามารถดูพระอา
ทิตตคตินใกล้กับตลาดดาวเรือง และสามารถเดินไปจับจ่ายซื้อของได้อย่างสะดวกสบาย

สำหรับโรงแรมเกรด B มีดังนี้

1. โรงแรมจำปาสายเซ เป็นโรงแรมที่บรรยากาศดี ร่มรื่นอยู่ติดลำน้ำเซโคนในเมืองปากเซภายในห้องมีแอร์ ทิว น้ำอุ่น บางห้องก็มีตู้เย็น แต่ตัวโรงแรมจะดูเก่าสักหน่อย
2. โรงแรมจำปา อยู่ห่างตัวเมืองปากเซ 2 กิโลเมตร เป็นที่พักสร้างใหม่ ภายในห้องมีแอร์ทิว น้ำอุ่น
3. เรือนพักโอทอง อยู่ห่างตัวเมืองปากเซ 2 กิโลเมตร เป็นที่พักสร้างใหม่ ภายในห้องมีแอร์ทิว น้ำอุ่น บางห้องมีตู้เย็นและอ่างอาบน้ำด้วย
4. เรือนพักมณีรัตน์ อยู่ห่างตัวเมืองปากเซ 3 กิโลเมตร ภายในห้องมี แอร์ ทิว น้ำอุ่น บางห้องมีตู้เย็นด้วย
5. เรือนพักแก้วทิพย์ อยู่ห่างตัวเมืองปากเซ 4 กิโลเมตร ภายในห้องมี แอร์ ทิว น้ำอุ่น ตู้เย็น
6. โรงแรมสายลมเย็น 1 เป็นโรงแรมที่บรรยากาศดี แต่อยู่ห่างตัวเมืองปากเซ 6 กิโลเมตร ภายในห้องมี แอร์ ทิว น้ำอุ่น
7. โรงแรมสายลมเย็น 2 อยู่ใกล้ๆกับโรงแรมสายลมเย็น 1 ภายในห้องมี แอร์ ทิว น้ำอุ่น
8. โรงแรมสุขสันต์ อยู่ห่างตัวเมืองปากเซ 6 กิโลเมตร ตัวโรงแรมจะดูเก่าสักหน่อย อยู่ใกล้ๆกับโรงแรมสายลมเย็น 2 ภายในห้องมี แอร์ ทิว น้ำอุ่น บางห้องก็มีตู้เย็น (สมหมาย ชินนาค และคณะ, 2550: 30) ปัจจุบันนี้มีโรงแรมและบ้านพักเพิ่มขึ้นอีกเช่น โรงแรมไผ่ถาวร และบ้านพักขันดิษฐ์ ฯลฯ

การเดินทาง

การเดินทางไปยังเมืองปากเซ และแขวงจำปาสัก ต้องเริ่มต้นที่ด่านพรมแดนช่องเม็ก อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี อยู่ห่างจากตัวเมืองอุบลราชธานีประมาณ 90 กิโลเมตร ซึ่งเป็นประตูสู่เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก จากนั้นมาตามทางหลวงหมายเลข 10 เป็นถนนลาดยาง

ระยะทางประมาณ 42 กิโลเมตร จะถึงสะพานมิตรภาพลาว-ญี่ปุ่นข้ามแม่น้ำโขงมาเมืองปากเซ ใช้เวลาเดินทางประมาณ 1 ชั่วโมง

สำหรับการเดินทางจากพรมแดนช่องเม็กเข้าไปเมืองปากเซ สามารถใช้บริการของสถานีขนส่งลาว ที่อยู่ห่างจากด่านตรวจคนเข้าเมืองลาวระยะทาง 300 เมตร มีทั้งรถโดยสารประจำทาง รถสองแถว วันละหลายเที่ยว แต่ถ้ามีประมาณ 3 - 4 คน แนะนำให้ใช้บริการรถยนต์รับจ้าง จะสะดวก และเร็วกว่า

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันมีรถโดยสารประจำทางปรับอากาศวิ่งระหว่างอุบลราชธานี-ปากเซ วันละ 2 เที่ยว ค่าโดยสารเที่ยวละ 200 บาท/คน ซึ่งถือว่าสะดวกสบายมาก จากชายแดนช่องเม็กในอำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ผ่านด่านวังคำ ชายแดนลาวที่ชาวบ้านจะนำสินค้ามาวางขาย นักท่องเที่ยวสามารถแวะชมแวะซื้อได้ตามสะดวก ก่อนจะออกเดินทางสู่เมืองปากเซ เมืองหลวงของแขวงจำปาสักซึ่งมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 3 ของประเทศลาว

เมืองปากเซไม่มีอารยธรรมเก่าแก่เหมือนกับเมืองจำปาสัก แต่กลับมีความหลากหลายของเชื้อชาติ ประเพณีและวัฒนธรรม มีจำนวนประชากรประมาณ 70,000 คน นอกจากชาวลาวแล้วยังมีชาวจีนและเวียดนามเข้ามาตั้งรกรากเป็นจำนวนมาก บรรยากาศทั่วไปเมืองปากเซเงียบสงบเป็นธรรมชาติ ชาวบ้านมีวิถีชีวิตเรียบง่าย (สมหมาย ชินนาค, 2550: 31)

การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก

การท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก

แขวงจำปาสัก ซึ่งมีเมืองปากเซที่จะกลายเป็นศูนย์กลางทางธุรกิจหลังจากลาวเปิดประเทศต้อนรับนักท่องเที่ยวประมาณปี พ.ศ. 2542 การเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองปากเซ ส่งผลให้ความเงียบเหงามาเยือนตัวเมืองเก่าอย่างจำปาสักอย่างมีอาจทัดทานได้ แต่ทันใดนั้นก็มียักษ์ธุรกิจชาวอังกฤษชื่อ วิลเลียม เข้าไปยึดหัวหาดของเมืองจำปาสัก (เมืองเก่า) พัฒนามาเป็นรีสอร์ทและจัดชายหาดให้เป็นที่ตากอากาศของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีนักท่องเที่ยวมาเยือนอย่างมากมาย จนทำให้ความเงียบเหงาในละแวกนั้นหายไปไม่ก็อึดใจ

วิลเลียม ได้กล่าวว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวของลาวได้ (แขวงจำปาสัก) มีสูงมาก เพราะมีป่า เขา เกาะแก่งกลางแม่น้ำโขง โบราณสถานและน้ำตกหลายแห่ง แต่ละแห่งห่างกันไม่มากนัก เอื้อให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเยี่ยมชมได้ในระยะเวลาสั้น “แรก ๆ มาเห็นก็คิดว่าน่าสนใจ ราว

ปี พ.ศ. 2542 ลาวเปิดประเทศแล้วหันมาใส่ใจกับเรื่องท่องเที่ยว จึงได้เข้ามาบุกเบิกทัวร์ลาวใต้ ซึ่งก็ได้รับความสนใจจากลูกค้าทัวร์เป็นอย่างดี” วิลเลียมบอก สำหรับปี พ.ศ. 2552 นี้ วิลเลียมบอกว่า การท่องเที่ยวลาวใต้ไม่ค่อยดีนัก เพราะว่าเศรษฐกิจโลกแย่ ทั้งยุโรปและอเมริกาได้รับผลกระทบมาก ทำให้นักท่องเที่ยวทางยุโรปลดลง แต่ประเทศที่ไม่มีผลกระทบต่อภาวะเศรษฐกิจโลกอย่างอินเดียยังมีอยู่ จึงได้ลูกค้าจากอินเดียเข้ามาเที่ยวแทน

ส่วนนักธุรกิจชาวไทยก็ได้เข้าไปลงทุนก็ไม่่น้อยหน้าเช่นกัน รายที่รู้จักกันล่าสุดคือ เจ้าของสัมปทานตาดผาส้วม นายวิมล กิจบำรุง นักธุรกิจหนุ่มใหญ่จากอำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม ได้รับสัมปทานน้ำตาดผาส้วมจากรัฐบาลลาว พัฒนากลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญแห่งหนึ่งของลาวใต้ วิมลเข้าไปสำรวจช่องทางธุรกิจตั้งแต่ พ.ศ. 2539 เมื่อชมชอบบรรยากาศของตาดผาส้วมแล้ว จึงเข้าไปสำรวจอย่างจริงจังว่าจะพัฒนาจุดไหน อย่างไรบ้าง ด้วยความใส่ใจและทุ่มเท วิมล จึงได้รับสัมปทานอุทยานแห่งชาติบาเจียง ซึ่งเป็นที่ตั้งของน้ำตาดตาดผาส้วมจากรัฐบาลลาว ศักยภาพการดึงดูดนักท่องเที่ยวของตาดผาส้วม มีน้ำตาดสวยงาม ธรรมชาติร่มรื่น และพิพิธภัณฑสถานเก่าที่ วิมลได้จำลองบ้านเรือนของชนเผ่าต่าง ๆ มาให้ชม และมีนักท่องเที่ยวถึง 80% เป็นคนไทย สำหรับ ท้าวคำสอน สุวรรณศิริ มัคคุเทศก์ลาวบอกว่า นักท่องเที่ยวที่มาลาวใต้เป็นคนไทยถึง 60% ของนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ

แหล่งท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก

ในบรรดาแขวงต่างๆ ของลาวตอนใต้ต้องยกให้แขวงจำปาสัก เป็นแขวงที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุดทั้งชาวต่างชาติและชาวไทย เพราะภูมิศาสตร์ของแขวงนี้มีสภาพที่หลากหลายทั้งป่าใหญ่บนที่สูง และที่ราบลุ่มริมน้ำโขง เป็นแขวงที่มีแม่น้ำโขงไหลผ่านกลางแขวง อยู่ติดกับพรมแดนไทยที่ช่องเม็ก จังหวัดอุบลราชธานี สามารถนำรถเข้าไปเที่ยวได้สะดวกหรือจะใช้บริการแพ็กเกจทัวร์ก็ได้ เมืองเอกของแขวงจำปาสักคือ ปากเซ อยู่ห่างจากช่องเม็กเพียง 42 กิโลเมตร

กิจกรรมท่องเที่ยวแขวงจำปาสักหลากหลายและน่าสนใจทั้งสิ้น หากนักท่องเที่ยวชอบด้านโบราณคดีและประวัติศาสตร์ก็ต้องไปชมปราสาทวัดพู ซึ่งเป็นมรดกโลก หากชื่นชอบแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติก็ต้องไปชมธรรมชาติบริเวณสี่พันดอน ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงระดับโลก คือ น้ำตกหลี่ผี และน้ำตกคอนพะเพ็ง ซึ่งอยู่ทางตอนใต้ของแขวง หรือหากชอบน้ำตกก็จะมีน้ำตกใหญ่ๆ อย่างเช่น น้ำตกตาดฟาน และน้ำตกตาดเยื้องที่อยู่ในเมืองปากซอง เป็นต้น สำหรับแหล่งท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักอาจจำแนกออกตามที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 จุดคือ 1)

แหล่งท่องเที่ยวในเขตตัวเมืองปากเซ 2) แหล่งท่องเที่ยวนอกเขตตัวเมืองปากเซ 3) แหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองจำปาสัก และ 4) แหล่งท่องเที่ยวในเขตสี่พันดอน (เมืองโขง) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจในแต่ละจุดมีดังนี้

แหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองปากเซ

1. วัดเจ้าบุญอุ้ม ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองปากเซไปทางทิศตะวันออกเฉียงบนทางหลวงหมายเลข 13 ได้ ในอดีตวัดเจ้าบุญอุ้มเคยใช้เป็นที่ประทับของเจ้าบุญอุ้ม ณ จำปาสัก เจ้าผู้ครองนครองค์สุดท้าย ก่อนที่จะเกิดการปลดปล่อยหรือเปลี่ยนแปลงการปกครองประเทศเป็นระบอบสังคมนิยมในปี พ.ศ. 2518 ทำให้พระราชวังแห่งนี้ตกอยู่ในการดูแลของรัฐบาลลาว เจ้าบุญอุ้มเคยเป็นนายกรัฐมนตรีของลาวในปี พ.ศ. 2503-2505 ต่อมาภายหลังต้องเสด็จลี้ภัยทางการเมืองไปประทับที่ฝรั่งเศสในปี พ.ศ. 2517 และสิ้นพระชนม์ที่กรุงปารีสในปี พ.ศ. 2521 พระราชวังเริ่มสร้างในปี พ.ศ. 2511 แต่สร้างเสร็จหลังการปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการปกครองในปี พ.ศ. 2518 ทำให้เจ้าบุญอุ้มไม่มีโอกาสได้ครองพระราชวังหลังใหม่ ซึ่งถูกสร้างขึ้นอย่างงดงามเหนือลำน้ำเซโดน ตั้งอยู่บนสูงใจกลางเมืองปากเซ ตัวพระราชวังเป็นตึกก่ออิฐปูนขนาดใหญ่สูง 6 ชั้น ได้รับอิทธิพลจากประเทศฝรั่งเศส สร้างโดยไม่มีการตอกเสาเข็ม แต่ใช้เสาจำนวนมากในการรับน้ำหนักภายในพระราชวังมีประตูหน้าต่างรวมกันกว่า 1,900 บาน ประตูหน้าต่างเหล่านี้ก่อสร้างและตกแต่งอย่างวิจิตรงดงามจนได้รับการขนานนามว่า ศาลาพันห้อง ตัวพระราชวังหันหน้าไปทางแม่น้ำโขงด้านหลังอยู่ติดแม่น้ำเซโดน

พระราชวังแห่งนี้ ทางรัฐบาลลาวใช้เป็นที่พักประชุมและเป็นที่พักของแขกบ้านแขกเมืองมาจนถึง พ.ศ. 2538 ปัจจุบันพระราชวังได้รับการตกแต่งใหม่และเปิดเป็นโรงแรมที่ดีที่สุดในเมืองปากเซ ชื่อว่า โรงแรมจำปาสัก พาเลซ โดย ดร.ปองศักดิ์ ว่องพาณิชย์เจริญ ชาวจังหวัดศรีสะเกษเป็นผู้บูรณะปรับปรุงใหม่ แผนของโรงแรมเป็นรูปตัว E ห้องลิโอบบี้กรุด้วยไม้และแกะสลักห้องประชุมตกแต่งด้วยภาพจิตรกรรมฝาผนังเป็นรูปลาวลุ่มกับชาวเขาเผ่าต่างๆ สำหรับชั้นที่ 6 เป็นชั้นบนสุดที่มีจุดชมวิวที่สามารถมองเห็นทิวทัศน์โดยรอบเมืองปากเซ สะพานมิตรภาพลาว - จีนทอดตัวยาวข้ามแม่น้ำโขง คลอดจนสะพานเหล็กข้ามแม่น้ำเซโดนที่อยู่ติดด้านหลังของ โรงแรมจำปาสัก พาเลซ และนับเป็นจุดชมพระอาทิตย์ขึ้นและตกที่สวยงามที่สุดในเมืองปากเซ

2. วัดถ้ำไฟ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเซโดนห่างจากโรงแรมจำปาสักพาเลซ มาทางทิศตะวันออกเฉียงบนประมาณ 100 เมตรตั้งอยู่ริมแม่น้ำเซโดน วัดถ้ำไฟ หรือที่ชาวบ้านเรียกว่าวัดพระพุทธรบาทเนื่องจากภายในพระอุโบสถมีรอยพระพุทธรบาทประดิษฐานอยู่ ถัดมาทางซ้ายเป็นหอแจกลักษณะเป็นตึกอาคารทรงโรม หลังคาลาดต่ำ ชาวบ้านใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมในวันสำคัญ

ทางศาสนา จุดเด่นอยู่ตรงที่สี่ม (แทนประดิษฐานพระพุทธรูป) ตรงกลางหลังคารูปช้างสามเศียร ซึ่งหมายถึงอาณาจักรทั้ง 3 ของลาวได้แก่ หลวงพระบาง เวียงจันทน์ และจำปาสัก

3. ตลาดดาวเรือง ตั้งอยู่บริเวณใจกลางเมือง ตรงข้ามกับศูนย์กีฬาของจังหวัด ก่อนถึงสะพานมิตรภาพลาว - ญี่ปุ่น (ตลาดดาวเรือง) เป็นตลาดใหญ่ของจังหวัดชาวบ้านนิยมจับจ่ายใช้สอยที่ตลาดแห่งนี้มาก เพราะตั้งอยู่ใจกลางเมือง ชาวบ้านจะนำสินค้าพวกผ้าทอพื้นเมืองผ้าไหมลายลาวที่ทอโดยฝีมือของชาวบ้านอันประณีตและลือชื่อ ที่ผลิตจากบ้านสะพ่าย เมืองชนะสมบุรณ์ และเครื่องอุปโภค บริโภค ตลอดจนผักผลไม้มาวางขาย ซึ่งส่วนใหญ่ผู้นำเข้ามาจากประเทศไทย

4. วัดหลวง ตั้งอยู่ริมแม่น้ำเซโคน ทางทิศเหนือของตลาดเก่า สร้างขึ้นในปี พ.ศ. 2478 เป็นวัดเก่าแก่และมีความสำคัญในเมืองปากเซ เพราะเป็นสถานที่เก็บอัฐิของราชวงศ์สายจำปาสักหลายพระองค์ รวมทั้งอัฐิของท่านกระต่าย โคนสะโสลิด อดีตนายกรัฐมนตรีในรัฐบาลฝ่ายอนุรักษนิยม มีลักษณะเป็นสถาปัตยกรรมแบบโคจรอบวัด จุดเด่นน่าชมอยู่ที่บานประตูและหน้าต่างของพระอุโบสถ แกะสลักด้วยไม้ลวดลายสวยงาม ถัดมาทางขวาของพระอุโบสถเป็นอาคารเก่าแก่ซึ่งใช้เป็นหอสมุดและสำนักงานของครู ส่วนด้านหลังเป็นอาคารไม้ 2 ชั้น อยู่ติดกับแม่น้ำเซโคนใช้เป็นโรงเรียนสอนพุทธศาสนาสำหรับพระสงฆ์

5. ทิวทัศน์บริเวณท่าแพเมืองปากเซ เป็นท่าข้ามแม่น้ำโขงระหว่างเมืองปากเซกับเมืองเก่า ปัจจุบันเรียกว่าเมือง โพนทอง เป็นทิวทัศน์ที่สวยงามในช่วงเย็นสามารถนั่งดื่มและรับประทานอาหารในร้านอาหารตามริมแม่น้ำโขงไปพร้อม ๆ กับการชมวิวยามเย็น

แหล่งท่องเที่ยวนอกตัวเมืองปากเซ

1. น้ำตกตาดฟาน เดินทางโดยใช้ทางหลวงหมายเลข 23 เส้นทางไปเมืองปากเซของเมื่อมาถึงหลักกิโลเมตรที่ 38 มีทางแยกเข้าขวามือ ตาดฟาน เป็นน้ำตกที่สูงที่สุดในแขวงจำปาสัก เรียกอีกชื่อว่า น้ำตกดงหัวสาว (ฟาน แปลว่า กัง) จุดเด่นอยู่ตรงสายน้ำ 2 สายที่ไหลลงจากหน้าผาสูงราว 120 เมตร โดยสายน้ำทางซ้ายมือไหลมาจากห้วยผักกูด และทางขวามือเป็นสายน้ำที่ไหลมาจากอุทยานแห่งชาติดงหัวสาว มีจุดชมวิวดังอยู่คนละฟากเขากับตัวน้ำตกในระดับความสูงเท่าๆกัน จากตรงนี้สามารถชมวิวด้านน้ำตกในมุมสูงได้อย่างชัดเจน และในยามเช้ายังเป็นจุดชมทะเลหมอกที่สวยงามอีกด้วย แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับความยิ่งใหญ่ของน้ำตกแห่งนี้สามารถเดินลงไปชมตัวน้ำตกบริเวณด้านล่างได้ ระยะทางประมาณ 5 กิโลเมตร จากจุดชมวิวด้านบน ใช้เวลาเดินเท้าค่อนข้างนาน ต้องเตรียมอาหารและอุปกรณ์กางเต็นท์ไปเองเพื่อพักแรมบริเวณด้านล่าง 1 คืน และเดินกลับขึ้นมาในวันรุ่งขึ้น แนะนำให้ติดต่อเจ้าหน้าที่บริเวณน้ำตก เพื่อสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับเส้นทางและการเตรียมตัวเพื่อความปลอดภัย

ส่วนนักท่องเที่ยวที่ต้องการความสะดวกสบาย สามารถเลือกใช้บริการที่พักบริเวณก่อนถึงจุดชมวิวได้เช่นกัน มีชื่อว่า คาคฟานรีสอร์ท เป็นรีสอร์ทสวยท่ามกลางธรรมชาติของป่าเขา จึงได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งไทยและต่างชาติ ครั้งหนึ่งสถานที่นี้เคยใช้เป็นที่ต้อนรับ พันตำรวจโททักษิณ ชินวัตร อดีตนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย เมื่อครั้งมาเจรจาเรื่องการเมืองกับนายกรัฐมนตรีของลาวด้วย

2. ไร้ชาและไร้กาแฟ ก่อนที่จะถึงน้ำตกคาคฟาน สองข้างทางจะเป็นไร้ชาและกาแฟ ซึ่งเจ้าของได้เปิดให้นักท่องเที่ยวเข้าชม และซื้อชาและกาแฟเป็นของฝากด้วย

3. น้ำตกคาเคียง เดินทางโดยใช้ทางหลวงหมายเลข 23 เส้นทางไปเมืองปากซองมาถึงหลักกิโลเมตรที่ 40 มีทางแยกเข้าขวามือเข้าไปประมาณ 1 กิโลเมตร คาเคียง เป็นน้ำตกสวยงามอีกแห่งหนึ่งของเมืองปากซอง คำว่าเคียงแปลว่าเสียงผา แม้จะเป็นน้ำตกขนาดกลางไม้สูงใหญ่เท่าคาคฟานก็ตาม แต่มีข้อดีกว่าคือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปชมได้ใกล้ชิดถึงตัวน้ำตกจุดเด่นที่น่าชมอยู่ที่สายน้ำสีขาวที่ไหลออกมาตามหน้าผากระทบ โขดหินแตกเป็นละอองสีขาวตัดกับสีดำเข้มของ โขดหิน ท่ามกลางบรรยากาศอันร่มรื่นและเป็นส่วนตัว

4. ตาดผาส้วม ตั้งอยู่ในอุทยานแห่งชาติบาเจียงเจริญสุข ในเขตเมืองบาเจียงจะเจริญสุข หากเดินทางจากเมืองปากเซไปทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ตามทางหลวงหมายเลข 23 จนถึงบ้านห้วยแร่ประมาณกิโลเมตรที่ 21 แล้วเลี้ยวซ้ายไปตามทางหลวงหมายเลข 20 ที่จะไปเมืองเลางาม แขวงสาละวัน ประมาณ 13 กิโลเมตร ก็จะมีทางแยกซ้ายมือเข้าสู่ตัวน้ำตก ระยะทางประมาณ 2 กิโลเมตร คำว่า “ตาดผาส้วม” สำหรับคนไทยอาจฟังดูไม่คุ้นหูมากนัก แต่จริงๆ แล้ว คำว่า “ส้วม” ในภาษาลาว หมายถึงห้องนอนที่กันไว้สำหรับลูกสาวและลูกเขยโดยเฉพาะ ส่วนคำว่า “ตาด” หมายถึงลานหินที่เป็นชั้นๆ จุดเด่นของน้ำตกผาส้วมคือ สายน้ำที่ไหลผ่านหินผาขนาดใหญ่ที่มีลักษณะเป็นแท่งๆ รูปร่างคล้ายห้องหอยของคูป่าวสาว แลดูสวยสดงดงามมาก นอกจากนี้ บริเวณริมน้ำตกก็มีร้านอาหารที่ก่อสร้างและตกแต่งด้วยไม้อย่างสวยงาม นอกจากน้ำตกแล้วภายในแหล่งท่องเที่ยวยังมีหมู่บ้านชนเผ่าจำลอง ซึ่งประกอบด้วยหมู่บ้านจำลองบ้านของชนเผ่ากะดู แงะ ละแวกต่างและอาถักมาไว้ให้ชม มีชนเผ่ากะดู แงะ กะด่างและตะเลียงมาอาศัยอยู่ นอกจากนี้บ้านเรือนแล้วยังมี หอก๊วน ที่ใช้เป็นสถานที่ประกอบพิธีกรรมของชาวเผ่าละแวก ภายในจัดแสดงพิพิธภัณฑ์ของชาวเผ่าให้ชมเป็นจำนวนมาก และหอสูงของชาวละแวกที่ใช้เป็นที่สังเกตการณ์ภายในหมู่บ้าน มีการสาธิตการทอผ้า เครื่องดนตรีชนเผ่า และการแสดงของชนเผ่าต่าง ๆ และที่น่าสนใจที่สุดคือ บ้านพักของทางอุทยานที่ตกแต่งได้สวยงามอย่างลงตัว ด้วยวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น

แหล่งท่องเที่ยวในเขตเมืองจำปาสัก

แหล่งท่องเที่ยวในเขตตัวเมือง เมืองจำปาสัก อยู่ห่างจากเมืองปากเซลงมาทางใต้ตามเส้นทางหลวงหมายเลข 13 ระยะทางประมาณ 30 กิโลเมตร ในอดีตเมืองจำปาสักแห่งนี้เคยถูกใช้เป็นศูนย์กลางการปกครองของแขวงเป็นที่ประทับของพระราชวงศ์ในสมัยก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง ปัจจุบันเหลือเพียงพระตำหนัก 2 หลัง ตั้งอยู่ทางทิศใต้ของเมือง คือ วังของเจ้าราชคน้อย (บิดาของเจ้าบุญอุ้ม) เป็นตึกเก่าแก่สมัยอาณาจักรมอญตรงข้ามกับเรือนพักสุจิตราส่วนวังเจ้าบุญอุ้ม (น้องชายของเจ้าบุญอุ้ม) เป็นตึกสีขาว 2 ชั้น แต่เมืองฝรั่งเศสตั้งเมืองหลวงใหญ่อยู่ที่ปากเซ จำปาสักจึงกลายเป็นเมืองริมน้ำโขงที่เงียบสงบ มีที่ทำกาฯ เป็นศูนย์กลางตั้งอยู่บนถนนลาดยางสายเดียวในเมือง ส่วนถนนสายอื่นๆ โดยมากเป็นทางลูกรัง สองข้างทางของถนนรุ่มรื่นไปด้วยทิวไม้ไม้ใหญ่ใหญ่ในเมืองจำปาสักมีวัดสำคัญประจำเมือง คือ วัดทุ่ง เป็นวัดประจำราชวงศ์และใช้เป็นที่ฝังศพของเจ้านายหลายพระองค์ มีเกสดีเฮาส์ ที่ตัดแปลงจากบ้านเรือนและร้านอาหารริมน้ำโขงบรรยากาศดีเปิดให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ปราสาทวัดพู นับเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และโบราณคดีที่โดดเด่นที่สุดของลาวใต้ ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมืองจำปาสักไปทางทิศใต้ประมาณ 10 กิโลเมตร ปราสาทวัดพูหรือวัดพูจำปาสัก ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก ในอดีตที่ตั้งของวัดพูเคยเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ของแหล่งอารยธรรมโบราณถึง 3 ยุค ด้วยกันคือ อาณาจักรเจนละ ในช่วงศตวรรษที่ 6-8 อาณาจักรขอมสมัยก่อนเมืองพระนคร ในราวศตวรรษที่ 9 และอาณาจักรล้านช้าง นับเป็นโบราณสถานที่เก่าแก่ที่สุดแห่งหนึ่งของภูมิภาคนี้ สิ่งที่โดดเด่นสะดุดตาแก่ผู้พบเห็นคือ ภูเขาด้านหลังปราสาทที่ตั้งเด่นตระหง่ามองเห็นแต่ไกล รูปร่างคล้ายหน้าอกของสตรีและคนเกล้ามวยผม ซึ่งเป็นที่มาของชื่อผาแห่งนี้ว่า “ภูนมสาว” แต่ชาวบ้านนิยมเรียกภูเกล้ามากกว่า หากแต่นักวิชาการบางคนเชื่อว่าในระบบคิดของพวกรวมซึ่งเป็นผู้ก่อสร้างปราสาทนั้น ด้วยลักษณะดังกล่าว ทำให้ภูเขาถูกนี้เปรียบได้กับ “ลึงคบรรพต” (ภูเขาแห่งศิวลึงค์) เป็นที่สถิตของพระศิวะ ตามคติความเชื่อของฮินดูลัทธิไศวนิกาย ภายในบริเวณปราสาท นักท่องเที่ยวก็จะสามารถเที่ยวชมตัวปราสาทที่แม้ไม่สมบูรณ์นัก แต่ก็ยังคงสามารถเห็นเค้าโครงของตัวปราสาทชัดเจนอยู่ และจุดเด่นที่น่าชมมากที่สุดสำหรับองค์ปราสาทด้านล่างคือ ภาพสลักที่หน้าบันรูปพระศิวะทรงโคนนทรี พาหนะประจำ แสดงให้ทราบว่าปราสาทแห่งนี้สร้างอุทิศถวายแด่พระศิวะ ตามคติความเชื่อของฮินดูลัทธิไศวนิกายที่ยกย่องพระศิวะเป็นใหญ่ในบรรดาเทพ 3 องค์ และบริเวณใกล้เคียงก็มีภาพแกะสลักรูปเทพเจ้าต่างๆ รวมทั้งภาพแกะสลักรูปกระเช้ บัน ไคนาค และหัวช้าง

นอกจากนี้ยังมีงานบุญประจำปีของวัดพูที่โด่งดัง สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งจากในและต่างประเทศ โดยตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 3 (ตรงกับเดือนกุมภาพันธ์) หรือที่ชาวลาว

ลุ่มเรียกว่าเดือน 3 เห่ง ซึ่งเป็นวันมาฆบูชา จัดเป็นงานบุญที่ใหญ่ที่สุดของ 4 แขวงลาวใต้ และจัดเป็นงานใหญ่เทียบเท่างานนมัสการพระธาตุหลวงกำแพงนครเวียงจันทน์ และงานนมัสการพระธาตุอิงฮัง แขวงสะหวันนะเขต กำหนดการจัดงานมีทั้งสิ้น 3 วัน โดยประชาชนชาวลาวจากทั่วทุกแขวงจะเดินทางนำสิ่งของมาบวงสรวงบูชาตามจุดสำคัญต่างๆ ในบริเวณองค์ประธาน สำหรับในวันสุดท้ายพระสงฆ์จะออกมาบิณฑบาต พอดตกค่ำจะมีพิธีเวียนเทียนไปรอบๆ ปรangkongประธาน

แหล่งท่องเที่ยวในเขตสี่พันดอน (เมืองโขง)

หลังจากเที่ยวชมปราสาทวัดพู โบราณสถานเก่าแก่ก่อนยุคนครวัดแล้ว การเปลี่ยนบรรยากาศไปพักผ่อนท่ามกลางลำน้ำโขงบริเวณสี่พันดอน ก็นับว่าเป็นโปรแกรมที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาดเขตสี่พันดอนอุดมด้วยธรรมชาติและวิถีชีวิตชาวบ้านที่น่าสนใจยิ่ง แม่น้ำโขงตอนนี้เป็นช่วงที่กว้างที่สุด คือมีความกว้างถึง 12 กิโลเมตร ขามน้ำลดเกาะแก่ง (ที่คนลาวเรียกว่า “ดอน”) จะผุดขึ้นมามากมาย จนทำให้ได้ชื่อว่า “สี่พันดอน” ดอนที่ใหญ่ที่สุดคือดอนโขง แหล่งท่องเที่ยวในเขตสี่พันดอนที่น่าสนใจมีดังนี้

1. ดอนโขง ตั้งอยู่ถัดจากวัดพูลงตามน้ำระยะทางประมาณ 120 กิโลเมตร สามารถเดินทางโดยใช้ทางหลวงหมายเลข 13 ประมาณหลักกิโลเมตรที่ 130 แล้วเลี้ยวขวาเข้าสู่ท่าแพบ้านหาด เพื่อข้ามแพขนานยนต์ไปยังดอนโขง ดอนโขง เป็นดอนที่ใหญ่ที่สุดกลางลำน้ำโขง ส่วนที่กว้างที่สุดวัดได้ 6 กิโลเมตร ยาว 12 กิโลเมตร มีถนนรอบเกาะระยะทางประมาณ 35 กิโลเมตร เป็นบ้านเกิดของท่านคำไต สี่พันดอนอดีตประธานประเทศลาว นับเป็นเมืองขนาดใหญ่ที่เทียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกทั้งไฟฟ้า น้ำประปา มีโรงแรมและเกสต์เฮาส์ที่เปิดให้บริการ ส่วนใหญ่ปรับปรุงมาจากวิลล่าสมัยฝรั่งเศส รวมทั้งร้านอาหารริมโขงบรรยากาศดี ที่พร้อมเสิร์ฟเมนูปลาจานเด็ดไปพร้อมกับวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม จึงมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติไปพักผ่อนตากอากาศจำนวนมาก

สถานที่ที่น่าสนใจได้แก่ วัดพวงแก้ว วัดใจกลางเมืองโขงที่มีพระพุทธรูปปูนปั้นปางนาครปรกขนาดใหญ่ ถัดขึ้นไปทางเหนือก็จะเป็นวัดจอมทอง ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่ที่สุดในเขตดอนโขง สร้างในสมัยเจ้าอนุวงศ์ ตลอดจนวิถีชีวิตริมน้ำของชาวลาวในเขตภาคใต้ให้เที่ยวชม จักรยานจึงเป็นพาหนะแก่การเที่ยวชมรอบเกาะที่เหมาะสมที่สุด

2. ดอนคอน อยู่ห่างจากดอนโขงลงไปตามลำน้ำระยะทางประมาณ 15 กิโลเมตร สามารถเดินทางจากเมืองปากเซไปตามทางหลวงหมายเลข 13 ได้ ระยะทางประมาณ 144 กิโลเมตร หรือจากท่าแพบ้านหาดลงไปทางทิศใต้ ระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร จากนั้นก็สามารถลงเรือที่ท่าเรือนากะสัง เพื่อนั่งเรือล่องลำน้ำโขงไปยังดอนคอนโดยใช้เวลาประมาณ 30 นาที ดอนคอน เป็น

คอนที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับสองรองจากคอน โงง มีความกว้าง 4.5 กิโลเมตรความยาว 5 กิโลเมตร เป็นคอนที่ทอดตัวไปตามความยาวของแม่น้ำโขง ในสมัยฝรั่งเศสยึดครองอินโดจีนได้ก่อสร้างท่าเรือและทางรถไฟขึ้นที่คอนคอน เพื่อขนถ่ายสินค้าจากเรือมาขึ้นรถไฟที่มีเส้นทางตัดจากหัวคอนไปท้ายคอนแล้วตัดข้ามแม่น้ำโขงจากคอนคอนไปอีกคอนหนึ่งชื่อ คอนเต็ด ที่เป็นท่าเรือแล้วก็ขนสินค้าลงเรือใหม่ เป็นการเอาชนะธรรมชาติและแก้ปัญหาเกาะแก่งต่างๆ ที่ขวางอยู่ในลำน้ำโขง โดยเฉพาะหลิผีและคอนพะเพ็ง

แหล่งท่องเที่ยวบนคอนคอนนั้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้บริการรถสองแถว หรือมอเตอร์ไซค์รับจ้างเพื่อเที่ยวชมสถานที่ต่างๆ เริ่มตั้งแต่สะพานทางรถไฟของฝรั่งเศสที่สร้างขึ้นในสมัยยุคล่าอาณานิคม และห้วยรถจักรไอน้ำเก่าของขบวนรถไฟที่เคยใช้วิ่งในอดีต จากนั้นมุ่งหน้าต่อไปอีก 1.5 กิโลเมตร ก็จะถึงทางเข้าน้ำตกหลิผี

3. น้ำตกหลิผี (ตาดสมพะมิตร) ตั้งอยู่ในเขตคอนคอน ช่วงที่เหมาะสมแก่การท่องเที่ยวชมคือช่วงเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน เพราะเราจะสามารถเห็นสายน้ำจำนวนมากในแก่งหลิผีที่ไหลถาโถมผ่านเนินหินโขดหินลงมาด้วยกำลังแรง แดกเป็นละอองสีขาวไปทั่วแก่งดูสวยงามตื่นตา

หลิผี เป็นภาษาลาว หมายถึงเครื่องมือจับปลาชนิดหนึ่ง มีลักษณะคล้ายลอบ ส่วนคำว่า ผีหมายถึงศพคนตาย (ที่ไหลลงมาติดหลิ) ซึ่งบริเวณน้ำตกหลิผีจะมีกระแสน้ำไหลป่าตามพื้นที่ราบผ่านแผ่นหิน แล้วไหลตกลงมาตรงช่องซอกเขาที่แตกแยกกัน กระแสน้ำสีเขียวเข้มในหน้าแล้งหรือสีขาในช่วงฤดูฝนจะไหลป่าตกลงมาเบื้องล่าง จากนั้นจึงไหลไปตามรอยแยกของซอกเขาเป็นทางยาวหลายกิโลเมตร บริเวณจุดที่พบศพมาก ก็คือบริเวณร่องหินของน้ำตกหลิผี บริเวณนี้กระแสน้ำจะไหลมารวมตัวกันเป็นแอ่งขนาดใหญ่ จากนั้นน้ำก็จะวนไปมาแล้วจึงไหลตกลงไปด้านล่าง ผ่านซอกหินและหลืบหินแคบๆ ทำให้ศพของทหารในสมัยสงครามอินโดจีนจำนวนมากลอยมาติดในหลืบค้ำปลา ชาวบ้านจึงเรียกน้ำตกแห่งนี้ว่า “หลิผี” บริเวณทางเข้าน้ำตกมีร้านอาหารที่ระลึก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

4. คอนเตด เป็นเกาะเล็กๆ อยู่ทางตอนเหนือของคอนคอนมีเรือหางยาวลำเล็กให้บริการล่องขึ้นลงตามร่องน้ำแคบๆ ระหว่างสองเกาะนี้ แม้ว่าบนคอนเตดจะไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจเหมือนคอนคอนแต่บรรยากาศที่เงียบสงบ วิถีชีวิตอันเรียบง่ายของชาวบ้านริมฝั่งแม่น้ำตลอดจนความร่มรื่นของทิวมะพร้าว ก็ช่วยทำให้คอนเล็กๆ แห่งนี้เป็นเมืองตากอากาศน่องใหม่ที่กำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวเช่นกัน

5. น้ำตกคอนพะเพ็ง ตั้งอยู่ห่างจากบ้านนากะสังลงมาราว 10 กิโลเมตร คอนพะเพ็ง เป็นน้ำตกขนาดใหญ่ที่สุดในเขตแม่น้ำโขงคอนล่าง ตั้งอยู่บนแก่งหินขนาดใหญ่ขวางกั้นเส้นทางไหลของแม่น้ำโขงทั้งสาย มีลักษณะต่างระดับกันสูงประมาณ 10 เมตร ถึงแม้จะมีชั้น

ของหินไม่สูงมากนัก แต่กระแสน้ำที่ไหลโถมมามีความแรงมากด้วยแม่น้ำโขงทั้งสายไหลลงมา จากนั้นก็จะแยกออกเป็นหลายสาย สาเหตุเพราะแรงดันของน้ำจำนวนมากมหาศาลที่ไหลมาถาโถม กระหน้าลงมาจากชั้นหินราวกับจะถล่มหลายแ่งหินอย่างคูดันและเกรียวกราด สร้างความตื่นตาตื่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว สมกับคำรำลือและยกย่องให้เป็น “ไนแองการ่าแห่งเอเชีย” ความยิ่งใหญ่ของสายน้ำที่กระโจนบิดตัวปะทะแ่งหินน้อยใหญ่ จนเดือดพล่านกระจายเป็นละอองไอน้ำแทรกตัวปกคลุมอยู่ตามแ่งหินแทบทุกอณูของบรรยากาศ

ภาพของน้ำตกคอนพะเพ็งที่น่าตื่นตาตื่นใจ สามารถมองเห็นได้ชัดเจนที่สุดจากศาลาจุดชมวิวนี้อบริเวณที่กระแสน้ำไหลบ่าถาโถมลงมาวมกันพอดี แต่หากต้องการสัมผัสความยิ่งใหญ่ของน้ำตกอย่างใกล้ชิด ก็สามารถเดินลงจากศาลาชมวิโวไปชมน้ำตกในอีกมุมมองหนึ่งได้เช่นกัน

บริเวณนี้เรายังจะพบเห็นชาวบ้านขอมเสี่ยงอันตรายปีนบันไดไม้ไผ่ออกไปวางเบ็ด หรือบางคนขอมเสี่ยงตายไปทอดแหหาปลาถิ่นบริเวณด้านล่างของน้ำตกคอนพะเพ็งอยู่เสมอ ในบริเวณน้ำตกยังมีร้านอาหารที่พร้อมเสิร์ฟเมนูเด็ดอย่างปลาแม่น้ำโขง มีให้เลือกทั้งต้มยำปลา ปลาทอดกระเทียม และเครื่องเคียง บรรยากาศที่น่าประทับใจรับประทานยิ่งนัก ตลอดจนร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมืองที่เปิดให้บริการอีกหลายร้าน

การท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก หมายถึง การท่องเที่ยวที่มีภาครัฐและเอกชนเป็นผู้ดูแลซึ่งประกอบด้วย ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแขวงจำปาสักที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (สมหมาย ชินนาค, 2550: 30)

ทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมและการส่งเสริมความเข้าใจระหว่างนานาชาติ การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับธุรกิจหลายอย่างและต้องพึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกันแยกกันไม่ได้ เช่น เมื่อเดินทางออกจากบ้านก็ต้องเกี่ยวข้องกับสัมพันธกับการคมนาคม ร้านอาหาร โรงแรม แหล่งบันเทิง หรือสถานที่อำนวยความสะดวกอื่น ๆ เพื่อบริการแก่นักท่องเที่ยวหรือนักเดินทาง เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความสำคัญและเกี่ยวข้องกับมนุษยชาติ ทั้งทางด้านธุรกิจ และสังคม วัฒนธรรม ดังกล่าวมาแล้ว นักวิชาการทางด้าน

การท่องเที่ยวได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่โตและมีความสำคัญต่อมนุษยชาติ ในด้านการเมือง สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อม เป็นอย่างยิ่ง ใน ค.ศ.21 (Edgell, 1990: 1-2 อ้างใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546:1)

การท่องเที่ยว (tourism) กับการเดินทาง (travel) สามารถสลับเปลี่ยนกันได้ จนบางครั้งดูเหมือนว่าเป็นความหมายเดียวกัน แต่ถ้าพิจารณาในเรื่องความหมายและพฤติกรรมแล้ว การเดินทางกับการท่องเที่ยวแตกต่างกันในพจนานุกรมการท่องเที่ยว (The dictionary of tourism) ได้ให้ความหมายการเดินทางว่า “การเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปสู่สถานที่หนึ่งโดยใช้วิธีการและวัตถุประสงค์ในการเดินทางต่างกัน หรือบางครั้งเมื่อเดินทางแล้วไม่กลับมายังสถานที่เดิม

ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวได้ให้ความหมายและคำจำกัดความว่า หมายถึง การเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1. การเดินทาง (travel) ที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือไม่ใช่เพื่อสินจ้าง
2. มีจุดหมายปลายทาง (destination) ที่จะไปอยู่และเป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับภูมิลำเนาเดิม
3. มีจุดมุ่งหมายปลายทาง (purpose) ในการเดินทางที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือไปอยู่ประจำ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2543: 2-3)

การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการจัดบริเวณและอำนวยความสะดวกเพื่อให้เกิดความสนุกสนานในการเดินทาง (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 2) และในทำนองเดียวกัน ยังได้อธิบายไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง ความสัมพันธ์ซึ่งเกิดขึ้นจากความเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยว ผู้จัดการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่น และประชาชนในแหล่งท่องเที่ยว ความเกี่ยวข้องสัมพันธ์ขององค์ประกอบทั้ง 4 ประการที่กล่าวมาข้างต้น ต้องกระทำอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดความประทับใจ

นอกจากนั้น นิคม จารุมณี (2539: 56-57) ได้แบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวที่เดินทางไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแรงจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัยตลอดการ โฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจ โดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น
2. การท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ ที่ต่างไปจากประเทศของตนและต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น สุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง

เป็นต้น ใช้ภาษาต่างประเทศและอาจต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำ การท่องเที่ยวต่างประเทศนี้ ขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศขนาดใหญ่มักจะมีสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่นๆ หลากอย่างมากกว่าประเทศขนาดเล็ก แต่บางครั้งการที่จะต้องเดินทางไกลๆ ก็อาจเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

ชาณูวิทย์ เกษตรศิริ (2540: 6) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นการเดินทาง โดยผู้เดินทางไม่มุ่งหวังที่จะได้รับผลตอบแทน แต่เป็นการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อบำรุงสุขภาพ หรือเพื่อสนองความต้องการมนุษย์

ปรีชา แดงโรจน์ (2544: 29) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งกระทำเพื่อผ่อนคลายความตึงเครียดจากงานประจำ โดยปกติการท่องเที่ยวจะหมายถึง การเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าระยะทางนั้นจะใกล้หรือไกลและการเดินทางนั้นจะมีการค้างแรมหรือไม่

จากความหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าวแล้วแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวต้องมีการเดินทางออกจากที่พักเป็นการชั่วคราว เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เยี่ยมญาติ หรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่นเดียวกันกับการท่องเที่ยว แต่การเดินทาง รวมถึงการออกจากที่พักเพื่อประกอบอาชีพและการตั้งถิ่นฐานใหม่อย่างถาวร การท่องเที่ยวมิได้รวมเอาความหมายของการประกอบอาชีพและการตั้งถิ่นฐานใหม่อย่างถาวรไว้ด้วย ดังนั้นจึงกว้างกว่าการท่องเที่ยว แต่คำทั้งสองก็สามารถใช้แทนกันได้ จนคล้ายเป็นความหมายเดียวกัน (ดู ชุมสาย และ อุบพัน พรหมโยธี, 2527: 6 อ้างใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 3)

การท่องเที่ยวมีอยู่หลายรูปแบบ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลา โอกาส ค่าใช้จ่าย จำนวนสมาชิก พาหนะในการเดินทาง ดังนั้นพอจะแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยว ซึ่งแบ่งออกได้ 6 ลักษณะดังนี้

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ หรือเพื่อไปชมสถานที่ต่าง ๆ ตลอดจนชมธรรมชาติที่สวยงาม ได้เข้างานประเพณีของแต่ละท้องถิ่น สัมผัสบรรยากาศใหม่ๆ ตลอดจนชีวิตความเป็นอยู่ของคนต่าง ๆ

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการหยุดพักจากกิจการต่างๆ ที่ทำอยู่เพื่อไปพักผ่อนให้หายเหนื่อยล้าจากการทำงานในชีวิตประจำวัน เพื่อจะได้มีแรงกลับมาต่อสู้กับงานอีกครั้ง หรือต้องการความสงบ

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มีจุดประสงค์เพื่อหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นควบคู่ไปกับการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาในแง่มนุษยวิทยา และสังคมวิทยา เช่น การชมโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปะพื้นบ้าน

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางหลายอย่างคือต้องการไปชมการแข่งขันกีฬาในสถานที่ต่าง ๆ พร้อมกับการไปท่องเที่ยวในสถานที่นั้น ๆ ด้วย

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุมสัมมนา เป็นการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์หลักคือการไปทำงาน แต่จุดประสงค์รองคือการเดินทางไปท่องเที่ยวในแหล่งที่ไปประชุมซึ่งจะมีหลายหน่วยงานนิยมไปท่องเที่ยวในลักษณะนี้เพื่อเป็นการเปลี่ยนแปลงบรรยากาศให้กับพนักงาน

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นการเดินทางไปเพื่อศึกษาต่อ หรือไปดูงานต่างๆ ซึ่งระยะในการพักอาศัยนาน จึงทำให้เกิดการท่องเที่ยวเพื่อหาประสบการณ์ต่างถิ่นไปพร้อมๆ กับการไปศึกษาหรือดูงานไปด้วย

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เดินจากสถานที่ซึ่งเป็นที่พักอาศัยอยู่ประจำไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวและเดินทางกลับไปสถานที่เดิมโดยการเดินทางนั้นไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพโดยตรง แม้ว่ารูปแบบของการท่องเที่ยวบางประเภทจะมีเรื่องของอาชีพ หรือธุรกิจงานเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่บ้าง ความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างก็คาดหวังที่จะได้รับ คือ ความสุขความสนุกสนาน ความเพลิดเพลิน ความรู้ และประสบการณ์ใหม่ที่สนองต่อความต้องการส่วนบุคคลที่มีอยู่

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ทางการท่องเที่ยวคือการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางเพื่อทำกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ เป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการท่องเที่ยวเพราะเป็นตัวกำหนดเป้าหมายในการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเดินทางไปแขวงจำปาสักมีวัตถุประสงค์เพื่อ การท่องเที่ยวในวันหยุดพัก เช่น การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ การเดินทางไปเยี่ยมญาติ ฯลฯ การ

ท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น การเล่นกีฬา การศาสนา ฯลฯ Holloway (ชูลิทธิ ชูชาติ, 2544: 3; Davison, 1995: 2-4) ยังได้อธิบายวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวไว้ 3 ประการเช่นเดียวกัน

1. การท่องเที่ยวในเวลาว่าง (leisure tourism) ได้แบ่งวัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวเป็นดังนี้

- 1.1 การท่องเที่ยวในวันหยุด เช่น การเดินทางไปพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
- 1.2 การเล่นกีฬา เช่น การขี่ม้า การล่องเรือ ฯลฯ
- 1.3 การท่องเที่ยวเพื่อชมศิลปวัฒนธรรม
- 1.4 การเยี่ยมชมมิตร

2. การท่องเที่ยวทางธุรกิจ (business tourism) การท่องเที่ยวทางธุรกิจ แบ่งออกเป็นดังนี้

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการติดต่อทางด้านธุรกิจ เช่น การเดินทางเพื่อไปเยี่ยมชมสินค้าหรือซื้อสินค้า

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อชมการแสดงสินค้า หรือแสดงนิทรรศการ

2.3 การประชุมทางด้านธุรกิจ

3. การท่องเที่ยววัตถุประสงค์อื่น ๆ ได้แก่ การศึกษาเล่าเรียนในระยะเวลาสั้น ๆ ประมาณไม่เกิน 2 เดือน การท่องเที่ยวเพื่อรักษาสุขภาพ เช่น การอาบน้ำแร่ การท่องเที่ยวเพื่อศาสนกิจ

วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวคือการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การติดต่อทางธุรกิจหรือวัตถุประสงค์อื่น ๆ แต่การท่องเที่ยวจะประสบผลสำเร็จได้ต้องขึ้นอยู่กับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว 3As คือ

องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ จะเป็นจุดน่าสนใจให้กับนักท่องเที่ยวได้จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบหลาย ๆ อย่างผสมผสานกัน Mill and Morrison (1992) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวต้องประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ (attraction) ในเรื่องที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด หรือ บริการอื่น ๆ ปัจจัยพื้นฐาน (infrastructure) ในเรื่องระบบการสื่อสารและสาธารณูปโภค การขนส่ง (transportation) และการต้อนรับอย่างมีมิตรไมตรี (hospitality) ต่อนักท่องเที่ยว (Mill and Morrison, 1992: 201-202) นอกจากนั้น ชูลิทธิ ชูชาติ (2546: 5-6) กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวว่าจะต้องประกอบ 3As ดังนี้

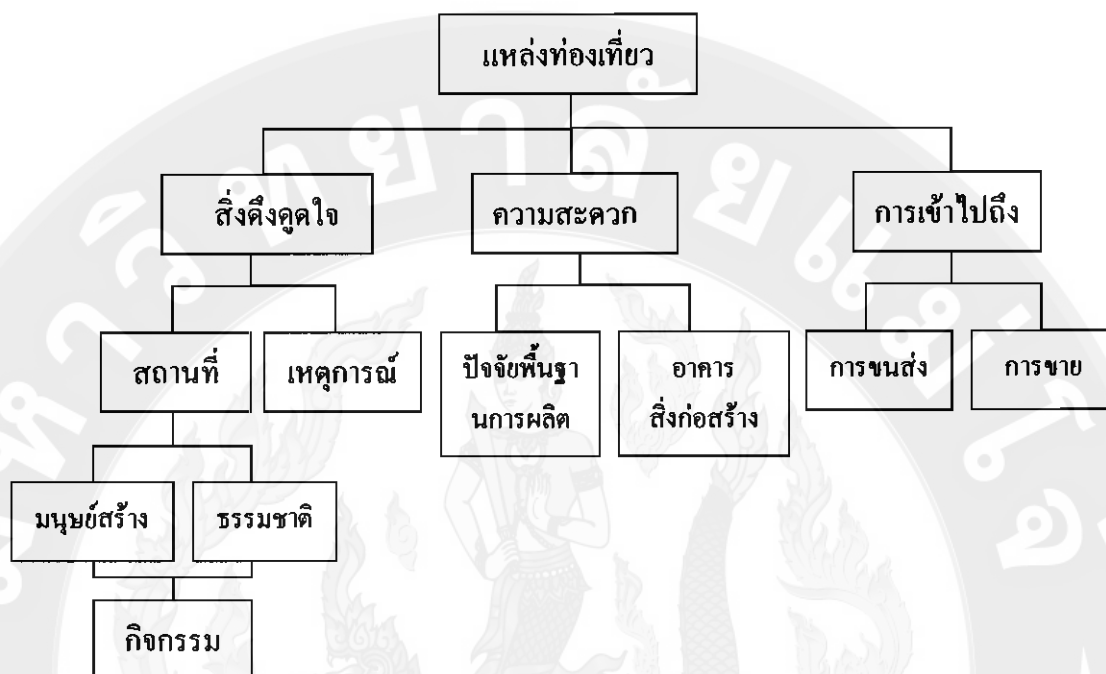
1. สิ่งดึงดูดใจ (attraction) ถือเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจทางด้านวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน สิ่งก่อสร้างที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ฯลฯ สิ่งดึงดูดใจทางด้านธรรมชาติ เช่น วิวทิวทัศน์ ได้แก่ พืช สัตว์ ทะเล ภูเขา สวนสาธารณะ เทศกาลต่าง ๆ เช่น การแสดงนิทรรศการ งานมหกรรม ศิลปะดนตรี ประเพณี การละเล่น เป็นต้น

2. สิ่งอำนวยความสะดวก (amenities) ถือเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวและเป็นส่วนที่เสริมให้แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจยิ่งขึ้น ได้แก่ โรงแรม สถานบันเทิงต่าง ๆ รวมทั้งสถานที่พักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

3. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (accessibility) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอีกประการหนึ่งที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงจุดที่น่าสนใจ ได้แก่ การคมนาคมขนส่งที่สะดวกสบาย และสามารถพานักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่น่าสนใจ หากแหล่งท่องเที่ยวใดที่การคมนาคมขนส่งไปไม่ถึง แหล่งท่องเที่ยวนั้นก็พลตกคุณค่าลง ตรงกันข้ามแหล่งท่องเที่ยวใดที่การคมนาคมเข้าถึงอย่างสะดวกสบายก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างมากกว่า

องค์ประกอบทั้ง 3 ประการดังกล่าวนี้ จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับการท่องเที่ยวแบบมวลชน (mass tourism) แต่การท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มผู้สนใจเฉพาะอย่างเช่น กลุ่มอนุรักษ์ กลุ่มนักผจญภัย กลุ่มวิชาการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ หรือ ปัจจัยพื้นฐานในการผลิตบางอย่างอาจมีความจำเป็นน้อย เพราะกลุ่มบุคคลดังกล่าวต้องศึกษาแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพใกล้เคียงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมเดิม การสร้างปัจจัยการผลิตและสิ่งอำนวยความสะดวก ถ้าปราศจากการวางแผนที่ดีย่อมกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและเปลี่ยนแปลงวัฒนธรรมของคนในท้องถิ่น ซึ่งองค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 3 ประการเป็นผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (the tourism product) ซึ่งทำให้แหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ได้รับการต้อนรับจากผู้มาเยือน หรือนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และสามารถเขียนเป็นแผนภูมิ องค์ประกอบที่สำคัญทั้ง 3As ได้ดังภาพประกอบดังนี้

องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยว



ภาพ 1 องค์ประกอบที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวท่องเที่ยว
ที่มา : ชูสิทธิ์ ชูชาติ (2544: 6)

นอกจากนั้นแล้ว ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542: 8-10) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า การเดินทาง เพื่อไปท่องเที่ยวในสถานที่ที่เป็นจุดมุ่งหมายเพื่อไปชมสถานที่ ที่มีความสำคัญในอดีตหรือโบราณสถานที่มีประวัติความเป็นมาของบรรพบุรุษ หรือแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยม เป็นจุดเด่น การที่จะไปเยี่ยมชมสถานที่สำคัญและไปรับประทานอาหารที่เป็นอาหารพื้นบ้าน เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น นอกจากนั้นยังไปพักผ่อน ในสถานที่พักที่มีการตกแต่งประดับประดาเพื่อสร้างบรรยากาศในการไปท่องเที่ยว และการเดินทางกลับก็ได้มีการเลือกซื้อสินค้าของพื้นเมืองกลับไปเป็นที่ระลึกฝากเพื่อนได้อีกด้วย เพราะฉะนั้นในการท่องเที่ยวจึงประกอบไปด้วย 5 องค์ประกอบที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นวงจร

องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งๆ จะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบ 3As เพราะเป็นองค์ประกอบหลักที่ทำให้แหล่งท่องเที่ยวมีจุดเด่นมีสิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึงสะดวกสบาย การขนส่งก็สะดวกสบายมีรถประจำทางและง่ายแก่การเดินทาง ตรงกันข้ามถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดไม่

มีองค์ประกอบที่กล่าวมาเบื้องต้นนั้นก็ไม่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวสนใจและไปท่องเที่ยวได้เช่นกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ข้อถกเถียงอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวบางคนกล่าวว่า การท่องเที่ยวไม่จัดอยู่ในระบบอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นแค่เพียงลักษณะของกิจกรรมที่จัดให้นักท่องเที่ยว (Mill, 1990: 17 อ้างใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) อย่างไรก็ตาม นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวส่วนมากก็ยอมรับว่า การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการ (hospitality industry) ทั้งนี้เพราะการท่องเที่ยวเกี่ยวข้องข้องกับการผลิต การบริโภค การกระจายผลผลิตด้วยการใช้ระบบการตลาดและการส่งเสริมการจำหน่าย หลากหลายรูปแบบ การผลิตสินค้าในอุตสาหกรรมโรงงาน ผลิตหรือสินค้ามีตัวตน (tangible product) สามารถสัมผัสได้ เช่น รถยนต์ เสื้อผ้า ฯลฯ แต่อุตสาหกรรมที่เกิดจากการบริการผลิตไม่มีตัวตน (tangible product) ไม่สามารถสัมผัสได้ ผลิตคือ การบริการ (service) ซึ่งต้องสนองความต้องการตามผู้บริโภคหรือแขกให้เกิดความพึงพอใจให้ได้มากที่สุด

อุตสาหกรรมประกอบด้วยธุรกิจหลายสาขา เช่น การโรงแรม การท่องเที่ยว ร้านอาหารและภัตตาคาร การขนส่ง การประกันภัย การธนาคาร ฯลฯ (Keiser, 1989: 4; Mullins, 1994: 3 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) ก็จัดเป็นประเภทหนึ่งของอุตสาหกรรมบริการ และเรียกเฉพาะเจาะจงว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ขอบข่ายโดยตรงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ ธุรกิจการนำเที่ยว ธุรกิจการบิน ธุรกิจการโรงแรม และร้านอาหารภัตตาคาร นอกจากนี้ยังมีธุรกิจอย่างอื่น ๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Khan, 1993: 564 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) เช่น ร้านขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานบันเทิง หรือการจัดกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีขอบข่ายกว้างขวาง ทั้งองค์กรของภาครัฐบาลและเอกชนที่จัดตั้งขึ้นเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้นความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นความหมายที่ค่อนข้างกว้างขวาง ครอบคลุมการดำเนินธุรกิจหลายสาขา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดกิจกรรมของหน่วยงานภาครัฐบาล และหน่วยธุรกิจต่าง ๆ ของภาคเอกชน ที่จัดขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (Stevens, 1990: 422 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) หรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง หน่วยธุรกิจหรือองค์กรอื่น ๆ ที่จัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยว (Davidson, 1995: 17 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) จากความหมาย

ดังกล่าวแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีขอบข่ายครอบคลุมหน่วยธุรกิจและองค์กรอื่น ๆ ในทางค้ำเสริมธุรกิจโดยส่วนรวม (Khan et., 1993: 545 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงเกี่ยวข้องกับการซื้อ การขาย สร้างผลิตและบริการต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึงธุรกิจการบริการที่มีวงจรมหาใหญ่ ซึ่งประกอบไปด้วย ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจบ้านพัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจขนส่ง ธุรกิจท่องเที่ยว ฯลฯ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ธุรกิจที่กล่าวมาทั้งหมดนี้มีความสัมพันธ์กันจนแยกไม่ออกเพราะถ้าขาดสิ่งใดสิ่งหนึ่งไปก็จะเรียกว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

นิตา ชัชกุล (2550: 88-94) ได้กล่าวว่ามนุษย์รู้จักประดิษฐ์สิ่งใหม่ ๆ มีการศึกษาเรียนรู้เพื่อตอบสนองความต้องการของมนุษย์ที่ไม่มีสิ้นสุดเป็นความต้องการเริ่มจากขั้นต่ำจนถึงขั้นสูงที่สลับซับซ้อน เริ่มตั้งแต่ความต้องการในปัจจุบันเพื่อดำรงชีวิต การได้การยอมรับจากสังคมจนถึงขั้นสุดท้าย คือ ต้องการความสำเร็จในชีวิต สรรพสิ่งต่าง ๆ ในปัจจุบันล้วนเป็นสิ่งที่สนองความต้องการทั้งสิ้น มีการสรรค์สร้างสิ่งอำนวยความสะดวก (infrastructure) สิ่งอำนวยความสะดวกสบาย (super-structure) และการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมความต้องการชนิดหนึ่งของมนุษย์ที่มีมาตั้งแต่ยุคโบราณ และมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกและความสบายที่สรรหาคัดแปลงมาพัฒนา โดย อาศัยกระบวนการจัดการที่เป็นระบบ มีการจัดระบบการให้บริการให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เช่น สถานที่พักผ่อนที่ทันสมัย สวยงาม เหมาะกับกลุ่มที่เข้าพักเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นธุรกิจและอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญที่ทุกประเทศยอมรับซึ่งจะมีองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (ทรัพยากรหรือสินมรดกทางการท่องเที่ยว) มีอยู่ 3 ประเภท

1.1 ประเภทธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา น้ำตก ลำธาร ทะเลทราย ทะเลสาบ เกาะ แก่ง น้ำพุร้อน บ่อน้ำร้อน เขตสงวนพันธุ์สัตว์ อุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนสัตว์เปิด สวนรุกขชาติ แหล่งน้ำจืด ห้วย หนอง คลอง บึง ปะการังและธรรมชาติใต้ทะเล ฯลฯ

1.2 ประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ โบราณสถาน และศาสนา ได้แก่ วัด โบราณสถาน อุทยานประวัติศาสตร์ ชุมชนโบราณ ศาสนสถาน อนุสาวรีย์ อนุสรณ์สถาน ฯลฯ

1.3 ประเภทศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม ได้แก่ งานประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น เช่น หมู่บ้าน ชาวเขา ชาวเล ศูนย์วัฒนธรรม สวนสนุก พิพิธภัณฑ์สัตว์น้ำ

1.4 ประเภทสิ่งเลียนแบบธรรมชาติหรือสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น เช่น สินค้าพื้นเมือง และแหล่งผลิตสินค้าพื้นเมือง กีฬาต่างๆ แหล่งบันเทิงต่างๆ ศูนย์การค้า โรงงานอุตสาหกรรม ฯลฯ

2. การคมนาคมขนส่งมี 3 ทางคือ

2.1 ทางบก มีการตัดและสร้างถนน การขยายเส้นทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยว การจัดการสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยว รถเช่า ฯลฯ

2.2 ทางเรือ การสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงเรือ การสร้างเรือแพทุกประเภท การจัดบริการขนส่งทางเรือ

2.3 ทางอากาศ การปรับปรุงเครื่องบินให้มีประสิทธิภาพในการขนส่งสูง ประหยัดและปลอดภัย การจัดเที่ยวบินและที่นั่งสำหรับนักท่องเที่ยว และการจัดเที่ยวบินให้เพียงพอ การปรับปรุงค่าโดยสารให้น่าสนใจ

3. ที่พักแรม มีหลายประเภทรูปแบบให้เลือก และมาตรฐานสากล

3.1 โรงแรม (และบังกะโลสำหรับนักท่องเที่ยว) มีการจัดระบบต่าง ๆ เพื่ออำนวยความสะดวกและบริการนักท่องเที่ยว เช่น บริการส่วนหน้า การจัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการห้องพัก การจัดเลี้ยง การจัดประชุมและนิทรรศการ การประชาสัมพันธ์ การจัดนันทนาการและการบันเทิง ฯลฯ

3.2 ที่พักแรมประเภทอื่น ๆ เช่น เกสต์เฮาส์ หอพัก ที่ตั้งแคมป์ ที่พักในวัด เรือนแพ บ้านพักผ่อน คอนโดมีเนียม ฯลฯ

4. ร้านอาหารและภัตตาคาร มีการจัดแบ่งภัตตาคารออกเป็นประเภทต่าง ๆ ตามเกณฑ์ต่อไปนี้

4.1 เกณฑ์ตามลักษณะของการบริการ เช่น แบบเสิร์ฟที่โต๊ะ แบบบุฟเฟต์ แบบตู้หยอดเหรียญอัตโนมัติ ฯลฯ

4.2 เกณฑ์ตามบรรยากาศ เช่น สวนอาหาร ร้านอาหารริมทะเล ฯลฯ

4.3 เกณฑ์ตามความพิเศษ/จำเพาะของร้านอาหาร เช่น อาหารญี่ปุ่น อาหารไทยพื้นเมือง ฯลฯ

4.4 เกณฑ์ตามสถานภาพของเจ้าของ เช่น เป็นส่วนหนึ่งของโรงแรม หรือเอกเทศ หรือภัตตาคารในเครือ (chain restaurant) เช่น ร้านอาหารญี่ปุ่น ร้านไอศกรีม ฯลฯ

5. บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ได้แก่ ผู้ประกอบธุรกิจการจัดการนำเที่ยว (tour operator) มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยมีมัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอรรถาธิบายไมตรี และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยวของคุณ

6. ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีการผลิตสินค้าประเภทต่างๆ สำหรับจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ เสื้อผ้า เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องเรือน ของที่ระลึกประดับพื้นบ้าน ของเล่นเด็ก และมีการพัฒนารูปแบบสินค้า เช่น การออกแบบและกำหนดให้เหมาะสม การเลือกวัสดุการผลิต เป็นต้น

7. ความปลอดภัย ได้แก่ ให้คนในท้องถิ่นให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน การแนะนำนักท่องเที่ยวถึงอันตรายต่าง ๆ การกำหนดมาตรฐานต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัย การขอความร่วมมือของหน่วยงานต่าง ๆ ในการสร้างความมั่นคงปลอดภัยและการจัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือในด้านความปลอดภัย เป็นต้น

8. การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมืองเพื่อความสะดวกรวดเร็ว และเพื่อประโยชน์ของประเทศ ได้แก่ การออกกฎหมายเพื่อระเบียบวิธีการเข้าออกเมืองการให้บริการวีซ่า ข่าวสารต่าง ๆ บริการขนส่งกระเป๋าผู้โดยสารบริการขนส่งระหว่างสถานี ขนส่งกลับที่พัก อำนวยความสะดวกอื่น ๆ ที่สถานีขนส่ง

9. การเผยแพร่โฆษณา เพื่อการจูงใจและทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดทำสื่อ(media) ต่าง ๆ อาทิ วิดีทัศน์ แผ่นปลิว การประชาสัมพันธ์ การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

10. จัดบริการอื่นๆสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ การจัดประชุมในประเทศและนานาชาติ การจัดบริการในด้านสารสนเทศและข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมการบันเทิงและกิจกรรมเพื่อพักผ่อนหย่อนใจอื่นๆ

วิมล จิโรพันธุ์ (2548: 188-190) ได้กล่าวไว้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่ก่อให้เกิดผลผลิตทางการบริการซึ่งลูกค้าจะเป็นผู้เลือกซื้อตามความพอใจปัจจัยที่สนับสนุนให้ลูกค้าเกิดความพอใจและตัดสินใจเลือกใช้บริการ มีองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. ความปลอดภัย การตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพ และทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว

2. แหล่งท่องเที่ยว หรือทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึงสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณี ที่สามารถดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน

3. ที่พัก มีโรงแรมระดับต่างๆ ให้เลือก อัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับคุณภาพ สะอาด และมีบริการตามมาตรฐานสากล

4. การคมนาคม เมื่อผู้ซื้อเดินทางมาซื้อบริการถึงที่ผลิตการคมนาคมทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย ทั้ง 3 ทาง คือ ทางบก มีถนนที่พาหนะต่างๆ ผ่าน เข้า-ออก ได้สะดวกหรือมีบริการรถไฟ ทางน้ำมีท่าเทียบเรือและอุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่างๆ ทางอากาศมีท่าอากาศยานทันสมัย

5. บริการนำเที่ยว มีบริการจัดนำเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดย มัคคุเทศก์ที่มีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้อง มีอัตราค่ามัคคุเทศก์ และมีความรับผิดชอบต่อนักท่องเที่ยว

6. การโฆษณาเผยแพร่ เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ

7. วิธีการเข้าออกเมืองและบริการข่าวสาร เช่น การผ่อนคลากระเบียบวิธีการเข้าออกเมืองได้สะดวก รวดเร็ว มีบริการให้ข่าวสาร บริการจองที่พัก บริการขนส่งผู้ที่พัก ฯลฯ

8. ร้านอาหาร นอกจากจะมีอาหารให้เลือกแล้ว ต้องถูกสุขลักษณะมีบริการที่สุภาพ และมีการกำหนดราคาอาหารที่แน่นอน

9. สินค้าของที่ระลึก ต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ และการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

นอกจากนี้ โคลเลียร์และ ฮาร์ราเวย์ (Collier and Harryway, 1997: 18-19 อ้างถึงใน ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2546: 7) ยังได้กล่าวไว้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน คือ

1. การขนส่ง (transportation) การขนส่งทำให้คนสามารถเดินทางจากที่พักไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกสบายและรวดเร็ว ถ้าปราศจากการขนส่ง การท่องเที่ยวก็ไม่สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว การขนส่งประกอบด้วย การขนส่งทางบก การขนส่งทางน้ำและทางอากาศ

2. ที่พัก (accommodation) จำเป็นต้องมีที่พักในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจจัดได้หลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท (resorts) เรือนแรม (guesthouse) ฯลฯ การจัดที่พักอาจแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภค และ สภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมและสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่าง (attraction, activities and ancillary service) นักท่องเที่ยวส่วนมากต้องการความเพลิดเพลินบันเทิงใจและความ

สนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยว การจัดกิจกรรมต่างๆให้นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการดังกล่าวแล้วจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ความประทับใจอาจเกิดได้จาก มนุษย์สร้างขึ้นในลักษณะพิธีกรรม การจัดงานรื่นเริงตลอดจนกิจกรรมอื่นๆ เช่น ประเพณีลอยกระทง การก่อเจดีย์ทราย การฟ้อนรำ ฯลฯ ความประทับใจอีกอย่างหนึ่งเกิดจากสถานที่ซึ่งธรรมชาติสร้าง หรือมนุษย์คิดแปลงสร้างขึ้นเพื่อให้เกิดความประทับใจแก่ผู้มาเยือน สิ่งที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการบริการ ได้แก่ ร้านขายสินค้า ร้านอาหาร ร้านซักรีด เป็นต้น สิ่งเหล่านี้มีความจำเป็นต่อการท่องเที่ยว

4. การขาย (sales) การขายทำให้เกิดการกระจายผลผลิตด้านการท่องเที่ยวจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว หน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขาย เช่น ผู้ขายส่ง บริการด้านการท่องเที่ยว (tour operator) ตัวแทนจัดการเดินทาง (retain travel agents) ซึ่งเป็นพ่อค้าปลีกในการขายบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทาง (specially channelers) เช่น ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน ตัวแทนจำหน่ายตั๋วรถไฟ ฯลฯ ตัวแทนจำหน่ายเฉพาะทางดังกล่าวแล้ว มีวัตถุประสงค์ในการขายสินค้าเฉพาะอย่าง

องค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบที่ทำให้การท่องเที่ยวประสบผลสำเร็จได้เป็นองค์ประกอบที่มนุษย์มีมาตั้งแต่ยุค โบราณ และมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกและความสบายที่สรรหาคัดแปลงมาพัฒนา โดยอาศัยกระบวนการจัดการที่เป็นระบบ มีการจัดระบบที่ให้บริการให้ดีขึ้นเรื่อยๆ เช่น สถานที่พักผ่อนที่ทันสมัย สวยงาม เหมาะกับกลุ่มที่เข้าพักเฉพาะกลุ่ม เป็นต้น สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้เป็นปัจจัยสำคัญต่อการท่องเที่ยว ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นธุรกิจและอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญที่ทุกประเทศยอมรับ

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

นักวิชาการหลายท่านกล่าวถึง ความหมายของคำว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวไว้อย่างมากมายซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับ พฤติกรรมผู้บริโภค โดยตรง (consumer behavior) แต่ผู้ที่ศึกษานำมาเสนอเพียง บางส่วนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยเท่านั้น ดังนี้

ธงชัย สันติวงษ์ (2524: 30) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้อง โดยตรงกับการจัดหาให้ได้มา และการใช้ซึ่งสินค้าและบริการ ทั้งนี้หมายรวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาก่อนแล้ว และมีส่วนร่วมในกา กำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

นอกจากนี้ ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542: 32-47) ได้สรุปถึงพฤติกรรมการบริโภคของ นักท่องเที่ยวและกระบวนการตัดสินใจซื้อดังนี้ การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การศึกษาเพื่อทราบถึงความต้องการ ความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อ วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการบริโภคนั้น ๆ และเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับ ความพอใจสูงสุด

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2543: 5) อธิบายไว้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง ปฏิบัติการของ บุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการ ได้รับ ใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการต่าง ๆ ของการตัดสินใจซึ่งเกิดก่อนและเป็นตัวกำหนดกรียาต่าง ๆ เหล่านั้น

ธงชัย สันติวงษ์ (2546: 27)ยังได้ให้ความหมายว่าเป็นการกระทำของบุคคลใด บุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหาให้ได้มาและการ ใช้ซึ่งสินค้าและบริการทั้งนี้หมาย รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งมีมาอยู่ก่อนแล้วและมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำดังกล่าว

ปริญ ลักษิตานนท์ (2544: 55) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องกับโดยตรงกับการจัดหาและการ ใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมาย รวมถึง กระบวนการตัดสินใจซึ่งเกิดขึ้น และมีส่วนในการกำหนดให้มีการกระทำ

เสรี วงษ์มณฑา (2542: 30-36) ให้ความหมายไว้ว่า ผู้บริโภคที่มีความต้องการซื้อ และมีอำนาจในการซื้อทำให้พฤติกรรมในการซื้อและพฤติกรรมการใช้โดยปัจจัยข้างต้นจะมีความเกี่ยวข้องกับตัดสินใจของผู้บริโภค และสามารถแปลความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การแสดงออกของผู้บริโภคในส่วนที่เกี่ยวข้องการแสวงหาเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2538: 3) ให้ความหมายว่า กระบวนการตัดสินใจที่มีมาอยู่ก่อนแล้วเหล่านี้ หมายถึงลักษณะทางพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ว่าในขณะที่ใดขณะหนึ่งที่ผู้บริโภคซื้อสินค้านั้นจะมีกระบวนการทางจิตวิทยาและสังคมวิทยาต่างๆ ที่มีส่วนร่วมและขัดเกลาทัศนคติและค่านิยมของเขามาก่อนแล้วเสมอตั้งแต่เล็กจน โตถึง ณ จุดซื้อสิ่งเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นด้วย

พฤติกรรมทางทอ้งเที้ยวหรือพฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการเลือกสรร การซื้อ การใช้สินค้าและบริการ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจซึ่งเป็นตัวกำหนดการกระทำดังกล่าว หรือมีส่วนร่วมในการกำหนดให้มีการกระทำ เพื่อตอบสนองความจำเป็น และความต้องการของผู้บริโภคเองให้ได้รับความพึงพอใจและบรรลุวัตถุประสงค์ ในการทางทอ้งเที้ยว

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือ วิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการ และพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด (marketing strategies) ที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (สิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541: 125-130) คำถาม 7 คำถามที่นิยมใช้ค้นหาลักษณะของพฤติกรรมผู้บริโภคประกอบด้วย 6W และ 1H

1.6Ws หมายถึง Who, What, Why, Who participates, When และ Where

2.1H หมายถึง How คำตอบ 7 คำตอบที่ต้องการทราบเพื่อรู้จักพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้บริโภค ประกอบด้วย 7Os คือ Occupants, Objects, Objectives, Organizations, Occasions, Outlets และ Operations

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ผู้บริโภคก็คือผู้ซื้อนั่นเองเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของผู้ซื้อในด้านต่างๆ และเพื่อจัดสิ่งกระตุ้นทางการตลาดให้เหมาะสม เมื่อผู้ซื้อได้รับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดผ่านเข้ามาในความคิดซึ่งเปรียบเสมือนกับกล่องคำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ งานของผู้ขายก็คือค้นหาว่าลักษณะของผู้ซื้อและความรู้สึกนึกคิดได้รับอิทธิพลจากสิ่งใดบ้าง การศึกษาถึงลักษณะของผู้ซื้อ กลุ่มเป้าหมายจะมีประโยชน์สำหรับผู้ขายคือทราบถึงความต้องการและลักษณะของลูกค้านั้นเพื่อจะจัดส่วนประสมทางการตลาดต่างๆ เพื่อกระตุ้นและตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อที่เป็นเป้าหมายได้อย่างถูกต้อง ลักษณะของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆดังนี้

1.ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (culture factors) เป็นสัญลักษณ์และสิ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้น โดยเป็นที่ยอมรับจากรุ่นหนึ่งจนถึงรุ่นหนึ่งโดยเป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของคนในสังคม และกำหนดลักษณะของสังคมหนึ่งแตกต่างจากสังคมอื่นวัฒนธรรมยังเป็นสิ่งกำหนดความต้องการของบุคคลซึ่งผู้ขายต้องคำนึงถึงความเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม และนำการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้นไปใช้ในการกำหนดโปรแกรมการตลาด

2. ปัจจัยด้านสังคม (social factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลการซื้อ ลักษณะทางสังคมประกอบด้วย กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานะของผู้ซื้อ

3. ปัจจัยส่วนบุคคล (personal factors) ในการเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลมาจากกระบวนการทางจิตวิทยา 4 อย่าง คือ การสนใจ ความเข้าใจ การรับรู้ ความเชื่อ ทศนคติ และการเรียนรู้ นอกจากนี้ในการเลือกซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ ดังนี้

3.1 อายุ (age) อายุที่ต่างกันจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน เช่น วัยรุ่นนิยมซื้อสินค้าประเภทแปลกๆ ใหม่ๆ ในขณะที่คนมีอายุจะเลือกสินค้าและบริการที่จำเป็นและมีความรอบคอบในการเลือกซื้อมากกว่าคนที่อายุน้อย

3.2 ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตของครอบครัว (family life cycle stage) การดำรงชีวิตในแต่ละขั้นตอนเป็นสิ่งที่มอิทธิพลต่อความต้องการ ทศนคติ และค่านิยม ทำให้เกิดความต้องการและพฤติกรรมที่แตกต่างกัน

3.3 อาชีพ (occupation) อาชีพนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าและบริการที่ต่างกัน

3.4 การศึกษา (education) การศึกษาที่แตกต่างกันย่อมทำให้คนเราเลือกสินค้าและบริการที่แตกต่างกันด้วย โดยปกติคนที่การศึกษาสูงๆ มักจะมีความละเอียดรอบคอบในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมากกว่าคนที่มีการศึกษาน้อย

3.5 รายได้ (income) มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่คนเรามีอาชีพต่างกันทำให้รายได้ต่างกันด้วย ผู้ที่มีรายได้มากก็สามารถซื้อสินค้าและบริการมาตอบสนองความต้องการของคนได้มากจนเป็นที่พอใจ มีความสุขสบาย ในขณะที่เดียวกันผู้ที่มีรายได้น้อยก็สามารถซื้อสินค้าและบริการได้เฉพาะที่จำเป็นเท่านั้น

ปัญหาสำคัญที่นักการตลาดจะต้องหาคำตอบให้ได้ ก็คือปัญหาที่ว่าผู้บริโภคตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการตลาดซึ่งบริษัทจัดเสนอต่อผู้บริโภคอย่างไร บริษัทใดก็ตามซึ่งมีความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคที่สนองตอบต่อลักษณะผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ (product features) ราคา (prices) สิ่งดึงดูดใจทางโฆษณา (advertising appeals) และอื่นๆ อย่างแท้จริงแล้วบริษัทจะอยู่ในฐานะที่ได้เปรียบคู่แข่งอย่างมาก ดังนั้น บริษัทต่างๆ จึงได้ทุ่มเทเงินทุนมหาศาลเพื่อการค้นคว้าวิจัยหาความสัมพันธ์ระหว่าง สิ่งเร้าทางการตลาดและการตอบสนองของผู้บริโภค ซึ่งอาจเขียนเป็นแผนภาพแสดงตัวพฤติกรรมของผู้ซื้อ ได้ดังนี้



จากแผนภาพแสดงให้เห็นว่า การตลาดและสิ่งเร้าต่างๆ ได้เข้าสู่ “กล่องคำ” ของผู้บริโภค ทำให้เกิดการตอบสนองบางอย่างออกมา ดังนั้นหน้าที่ของนักการตลาดก็คือ จะต้องศึกษาให้รู้ว่าอะไรอยู่ภายใน “กล่องคำ” ของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541: 125-126)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึงการกระทำของบุคคลใดบุคคลหนึ่งซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาหรือการใช้ผลิตภัณฑ์รวมถึงการกระทำที่แตกต่างของแต่ละบุคคลในการบริโภคผลิตภัณฑ์และการบริการต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากสิ่งแวดล้อมที่ไม่เหมือนกัน สถานการณ์ที่ไม่เหมือนกัน

แนวความคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

นักจิตวิทยาที่สนับสนุนทฤษฎีนี้กล่าวว่า คนถูกจูงใจให้กระทำเนื่องมาจากการกระทำนั้นๆ จะทำให้คนได้รับความพึงพอใจ อารมณ์จึงกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรม (ศศิริรัตน์ ลองประเสริฐ, 2552: 33)

Stein (1971 อ้างถึงใน จีราพร วีระหงษ์, 2538: 22) ได้กล่าวว่าความพึงพอใจว่าเป็นความรู้สึกขั้นสุดท้าย (end-state in feeling) ที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ที่ตนคาดหวังไว้

วิมลสิทธิ หรยางกูร (2526 อ้างถึงใน จีราพร วีระหงษ์, 2538: 23) ยังได้กล่าวว่าความพึงพอใจเป็นการให้ค่าความรู้สึกของคนเราที่สัมพันธ์กับโลกทัศน์ที่เกี่ยวกับความหมายของสภาพแวดล้อมจะแตกต่างกัน เช่น ความรู้สึก ดี-เลว พอใจ-ไม่พอใจ สนใจ-ไม่สนใจ เป็นต้น

หลุย จำปาเทศ (2533 อ้างถึงใน สุเทพ อุทยาพงศ์, 2536: 15) กล่าวว่าความพึงพอใจหมายถึงความต้องการ (need) ได้บรรลุเป้าหมาย พฤติกรรมที่แสดงออกมาก็จะมีความสุขสังเกตได้จากสายตา คำพูด และการแสดงออก

ชริณี เคชจินดา (2530 อ้างถึงใน สุเทพ อุทยาพงศ์, 2536: 15) กล่าวว่าความพึงพอใจ หมายถึงความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการได้รับการตอบสนอง หรือบรรลุจุดมุ่งหมายในระดับ หนึ่ง ความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดมุ่งหมายนั้นได้รับการตอบสนอง

ความพึงพอใจ หมายถึง การตอบสนองความต้องการเพื่อบรรลุเป้าหมายทางอารมณ์และร่างกาย ซึ่งแสดงออกทางวาจาและการกระทำจนกลายเป็นความรู้สึกที่ดี สนใจ ต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ

การบริการสาธารณะต่าง ๆ นั้น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยงที่มีต่อการบริการ นับว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งบ่งชี้ได้ว่าการบริการสาธารณะดังกล่าวประสบผลสำเร็จ มากน้อยเพียงใด ความพึงพอใจต่อการบริการสาธารณะนี้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายไว้ ได้แก่

Millet (1954 อ้างถึงใน ฉัตรชัย ไชยทา, 2547: 11-12) ได้อธิบายว่า บริการสาธารณะที่น่าพึงพอใจหรือความสามารถในการที่จะพิจารณาว่าบริการนั้นจะพึงพอใจหรือไม่ อาจพิจารณาได้จากสิ่งต่อไปนี้

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (equitable service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริการงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในทุกแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกกีดกันในกาให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน
2. การให้บริการที่ตรงเวลา (timely service) หมายถึง ในการบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงเวลา ผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิภาพผลเลยถ้าไม่มีการตรงเวลา จะสร้างความไม่พึงพอใจให้แก่ประชาชน
3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (ample service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม Millet เห็นว่า ความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มี ความหมายเลย ถ้ามีจำนวนการให้บริการที่ไม่เพียงพอ และสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (continuous service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่เป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช่ยึดความพึงพอใจของหน่วยงานที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใด

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (progressive service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพ และผลการปฏิบัติงาน กล่าวกันอีกนัยหนึ่ง คือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้น โดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

Penchansky and Thomas (1961 อ้างถึงใน ฉัตรชัย ไชยทา, 2547: 12) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการเข้าถึงการบริการไว้ ดังนี้

1. ความพอเพียงของการบริการที่มีอยู่ (availability) คือ ความหมายพอเพียงระหว่างการบริการที่มีอยู่กับความต้องการขอรับบริการ
2. การเข้าถึงแห่งบริการได้อย่างสะดวก (convenience) โดยคำนึงถึงลักษณะที่ดำเนินการเดินทาง
3. ความสะดวกและสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งบริการ (accommodation) ได้แก่ แหล่งบริการที่ผู้รับบริการยอมรับว่าให้ความสะดวก และมีสิ่งอำนวยความสะดวก
4. ความสามารถของผู้รับบริการในการที่จะเสียค่าใช้จ่ายสำหรับบริการ (service cost)
5. การยอมรับคุณภาพของบริการ (acceptability) ซึ่งรวมถึงการยอมรับลักษณะของผู้ให้บริการด้วย

Weber (1966 อ้างถึงใน ฉัตรชัย ไชยทา, 2547: 12) ได้ให้ทัศนะเกี่ยวกับการให้บริการว่า การจะให้การบริการมีประสิทธิภาพและเป็นประโยชน์ต่อประชาชนมากที่สุดคือการให้บริการที่คำนึงถึงตัวบุคคล หรือเป็นการให้บริการที่ปราศจากอารมณ์ ไม่มีความชอบพอสใจเป็นพิเศษ ทุกคนได้รับการปฏิบัติเท่าเทียมกันตามหลักเกณฑ์เมื่ออยู่ในสภาพที่เหมือนกัน

กฤษณ ธนาพงษ์ (2532: 303-304) กล่าวไว้ว่า หลักการให้บริการ ดังนี้

1. หลักความสอดคล้องกับความต้องการของบุคคลส่วนใหญ่ คือ ประโยชน์และบริการที่องค์กรจัดให้ นั้น จะต้องตอบสนองความต้องการของบุคคลากรส่วนใหญ่หรือทั้งหมด มิใช่เป็นการจัดให้แก่บุคคลกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งโดยเฉพาะ

2. หลักความสม่ำเสมอ กล่าวคือ การให้บริการนั้น ๆ ต้องดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ มิใช่ทำ ๆ หยุด ๆ ตามความพึงพอใจของผู้ให้บริการหรือผู้ปฏิบัติงาน

3. หลักความเสมอภาค บริการที่จัดนั้นต้องให้แก่ผู้มาใช้บริการทุกคนอย่างเสมอภาคและเท่าเทียมกันหมด ไม่มีการให้สิทธิแก่บุคคลหรือกลุ่มใด ในลักษณะแตกต่างไปจากกลุ่มคนอื่น ๆ อย่างเห็นได้ชัด

4. หลักความประหยัด ค่าใช้จ่ายที่ต้องใช้ในการบริการจะต้องไม่มากจนเกินกว่าผลที่จะได้รับ

5. หลักความสะดวก ในการปฏิบัติบริการที่จัดให้แก่ผู้รับบริการจะต้องเป็นไปในลักษณะที่ปฏิบัติได้ง่าย สะดวก สบาย สิ้นเปลืองทรัพยากรไม่มากนัก ทั้งนี้เป็นการสร้างความชูงอกใจให้แก่ผู้ให้บริการมากจนเกินไป

Shelly (1975 อ้างถึงใน สุเทพ อุทยาพงศ์, 2536: 15) ได้ศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ สรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นความรู้สึกสองแบบของมนุษย์ คือความรู้สึกในทางบวก และความรู้สึกทางลบ ความรู้สึกทางบวกเป็นความรู้สึกที่เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะทำให้เกิดความสุข ความสุขนี้เป็นความรู้สึกที่แตกต่างจากความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ กล่าวคือ เป็นความรู้สึกที่มีระบบย้อนกลับ ความสุขสามารถให้เกิดความสุข หรือความรู้สึกทางบวกเพิ่มขึ้นได้อีกดังนั้นจะเห็นได้ว่าความสุขเป็นความรู้สึกที่สลับซับซ้อน และความสุขนี้จะมีผลต่อบุคคลมากกว่าความรู้สึกทางบวกอื่น ๆ

ความพึงพอใจของผู้รับบริการ หมายถึง ความรู้สึกทางบวกที่มีต่อการบริการและผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวความรู้สึกนี้ เรียกว่าความพึงพอใจโดยความพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อระบบความรู้สึกทางบวกมากกว่าทางลบ สิ่งที่ทำให้เกิดความรู้สึกพึงพอใจของมนุษย์มักจะได้แก่ทรัพยากร (resources) หรือสิ่งเร้า (stimuli) ความพึงพอใจจะเกิดขึ้นได้มากที่สุด เมื่อมีทรัพยากรทุกอย่างที่มีความต้องการครบถ้วนตามความต้องการของผู้รับบริการ มีผู้ให้ความหมายของคำว่า “ความพึงพอใจ” ต่าง ๆ กันไป แต่พอสรุปรวมกันได้ว่า ความพึงพอใจเป็นความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อเรื่องใดเรื่องหนึ่งในเชิงการประเมินค่า

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สำหรับงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ยังไม่มีผู้ทำวิจัยเกี่ยวกับเรื่องนี้มาก่อน ฉะนั้นผู้วิจัยเองจึงได้ทำการ

ตรวจเอกสารที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เที่ยวในประเทศไทยแทนโดยมีงานวิจัยเกี่ยวข้องดังนี้

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ (2539) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในปี พ.ศ. 2537 ด้วยวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ การพักผ่อน เยี่ยมญาติ และปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนา ภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชายไปท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ไปสัมมนาเจรจาธุรกิจสูงกว่านักท่องเที่ยวหญิง ขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงไปเยี่ยมญาติและประกอบกิจกรรมทางศาสนาสูงกว่า นักท่องเที่ยวที่อายุแตกต่างกันมีวัตถุประสงค์การไปท่องเที่ยวหลักที่เหมือนกัน คือการไปพักผ่อนและเยี่ยมญาติ แต่วัตถุประสงค์ด้านอื่นจะแตกต่างกันไป โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยจะไปทัศนศึกษามากกว่า กลุ่มกลางคนจะไปประชุมสัมมนามากกว่า และกลุ่มผู้สูงอายุจะไปปฏิบัติกิจกรรมทางศาสนามากกว่า นอกจากนี้กลุ่มที่อยู่ในเมืองมีรายได้ประจำ ฐานะดี มีการศึกษาสูงกว่าคนไทยโดยเฉลี่ยทั่วไป มักจะมีพฤติกรรมท่องเที่ยวที่ทันสมัย มักไปเที่ยวเพื่อพักผ่อน ใช้ข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจท่องเที่ยว พักตามโรงแรมหรือที่พักประเภทธุรกิจการค้า มีแนวโน้มใช้บริการนำเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น มีความคาดหวังในคุณภาพ บริการ และมาตรฐาน จากแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างมากกว่ากลุ่มที่มีฐานะทางเศรษฐกิจต่ำกว่า

ศศิรัตน์ ลองประเสริฐ (2552) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า

1. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี การศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป อาชีพธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 7,000 บาท มีวัตถุประสงค์ของการมาท่องเที่ยวเพื่อใช้จ่ายใช้สอยหาซื้อสินค้า เดินทางมาโดยรถนำเที่ยว จำนวนสมาชิกที่เดินทางมาด้วยกัน 2 - 5 คน ใช้เวลาในการเที่ยวชม 1-2 ชั่วโมงมีค่าใช้จ่ายในการเดินทาง 1,001-1,500 บาท และรู้จักตลาดร้อยปีสามชุกโดย ครอบครัว/เพื่อนแนะนำ

2. นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านการวางแผนด้านการจัดการ ด้านการจูงใจ และด้านการควบคุมคุณภาพ โดยรวมเห็นด้วยอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. นักท่องเที่ยวมีระดับความพึงพอใจ ด้านสถานที่ตั้งและความสะดวก ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านส่งเสริมการท่องเที่ยว ด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการให้บริการ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน

4. นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีระดับความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ และรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีระดับความพึงพอใจแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

6. ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับต่ำมาก ถึงปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นิราศ อะมินี (2549) พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเป็น เพศหญิงและเพศชายใกล้เคียงกัน อายุระหว่าง 30-39 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุดปริญญาตรี มีสถานภาพการทำงานเป็นพนักงาน/ลูกจ้างเอกชน และมีรายได้ ที่ได้รับทั้งหมดต่อเดือน ระหว่าง 10,001-20,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากเพื่อน/คนรู้จัก การเดินทางไปท่องเที่ยวใช้รถส่วนตัวเป็นพาหนะ ส่วนใหญ่เดินทางไปท่องเที่ยวแบบครอบครัว ผู้เดินทางไปท่องเที่ยวใช้บริการตนเอง/ครอบครัว ใช้เวลาเดินทางท่องเที่ยวเป็นเวลา 3 วัน และสถานที่พักค้างคืน ได้แก่ บังกะโล รีสอร์ท ช่วงเวลาที่ใช้เดินทางในช่วงเดือน มีนาคม-มิถุนายน (ฤดูร้อน) มีค่าใช้จ่ายประเภทที่พักไม่เกิน 1,000 บาท ค่าใช้จ่ายประเภทอาหาร-เครื่องดื่ม ค่าพาหนะ และค่าซื้อของฝาก 1,001-4,000 บาท ค่าใช้จ่ายประเภทบริการนำเที่ยว และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ไม่เกิน 1,000 บาท ส่วนการศึกษาปัญหาที่พบในการเดินทางท่องเที่ยว พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพบปัญหาที่พักมีราคาแพง ปัญหาอาหารและเครื่องดื่มราคาไม่ยุติธรรม ปัญหาพาหนะในท้องถิ่นมีจำนวนน้อยเกินไป ปัญหาสินค้าพื้นเมือง (สินค้าที่ระลึก) มีราคาแพง ปัญหาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ไม่มีป้ายบอกทาง ปัญหาการต้อนรับของประชาชนในสถานที่ท่องเที่ยวประชาชนในท้องถิ่นไม่ร่วมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม/วัฒนธรรมในท้องถิ่น และปัญหาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมขาดการบำรุงรักษา

จรัสนันท์ สิทธิเจริญ (2550) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกันส่วนใหญ่มีอายุ 21-40 ปี สถานภาพโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท

รัฐวิสาหกิจ มีรายได้น้อยกว่า 20,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็น วัตถุประสงค์หลัก จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวส่วนใหญ่มากกว่า 3 วัน และนิยมเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลต่าง ๆ หรือวันหยุดนักขัตฤกษ์ นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวจากบุคคลใกล้ชิด ได้แก่ ญาติพี่น้อง และบุคคลในครอบครัว บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคือคนตัวเองนอกจากนี้ยังนิยมเดินทางท่องเที่ยวร่วมกับบุคคลในครอบครัว นิยมเดินทางเป็นกลุ่มตั้งแต่ 5 คนขึ้นไป โดยจัดโปรแกรมการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีความสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่ารูปแบบอื่น โดยแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่สนใจมากที่สุดได้แก่ วัด พระธาตุ และศาสนสถาน ให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสวยงามและมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว “มากที่สุด” ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยคือ ความสวยงามน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว โดยเพศหญิงให้ความสำคัญมากกว่าเพศชายต่อปัจจัยด้านความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความเหมาะสมของโปรแกรมท่องเที่ยวกับระยะเวลาและค่าใช้จ่าย ผู้มีรายได้สูงให้ความสำคัญปัจจัยด้านความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางมากกว่าผู้มีรายได้น้อย และในการเดินทางท่องเที่ยวในภาคเหนือผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีความสวยงามและความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ปัญหาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พบได้แก่ ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว และสภาพภูมิทัศน์ในแหล่งท่องเที่ยวไม่เป็นระเบียบสวยงาม

สิริกมล กันทะวัง (2553) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 21-30 ปี มีสถานภาพโสด มีภูมิลำเนาในภาคกลาง มีการศึกษาระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้ประจำเฉลี่ย 10,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่การเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยจะไม่เกี่ยวข้องกับฤดู ต้องการไปเยี่ยมชมธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีเหตุผลที่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพราะต้องการเพิ่มรสชาติให้ชีวิต ในการท่องเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนครั้งนี้ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางด้วยตัวเองทั้งหมด โดยส่วนใหญ่มาเที่ยวอำเภอปายเป็นครั้งแรก ใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นพาหนะ และเดินทางมากับเพื่อน โดยมีระยะเวลาในการพักที่อำเภอปายเป็นเวลา 2 คืนซึ่งส่วนใหญ่พักที่รีสอร์ท ส่วนมากไปเที่ยวที่ถนนคนเดินมากที่สุด ในการจัดการเดินทางครั้งนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกมาเที่ยวอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน เพราะความต้องการด้านกายภาพของผู้ตอบแบบสอบถามเอง โดยก่อนการเดินทางครั้งนี้ มีการหาข้อมูลจากคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ

คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่หาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งนี้ มีการเตรียมการท่องเที่ยวโดยเดินทางมาเอง มีการวางแผนการเดินทางมาอย่างดี มีการจองที่พัก จองพาหนะล่วงหน้าจากการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความคาดหวังกับค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าที่ได้รับของผู้ตอบแบบสอบถามต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอนพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม “พึงพอใจ” ต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปายจังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้าน โรงแรม ที่พัก ด้านร้านอาหารและแหล่งบันเทิงยามราตรี และด้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าที่ได้รับสูงกว่าและหรือเท่ากับค่าเฉลี่ยความคาดหวัง ส่วนด้านแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งดึงดูด ด้านร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก และด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถาม “ไม่พึงพอใจ” เนื่องจากค่าเฉลี่ยการรับรู้คุณค่าที่ได้รับต่ำกว่าค่าเฉลี่ยความคาดหวัง

ภาคสรุป

หัวใจหลักของการประกอบธุรกิจบริการด้านการท่องเที่ยวคือนักท่องเที่ยว นั่นก็คือผู้บริโภคนั่นเอง ในยุคปัจจุบันพฤติกรรมของผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนไป ผู้ผลิตสินค้าและบริการต้องมีความรู้ให้เท่าทันตามความต้องการของผู้บริโภคด้านการท่องเที่ยวด้วยการวิเคราะห์และทำความเข้าใจเกี่ยวกับพฤติกรรมบริโภคของนักท่องเที่ยวให้มากยิ่งขึ้น เหมือนคำกล่าวที่ว่ารู้เขารู้เรารบร้อยครั้งชนะร้อยครั้ง ผู้ประกอบธุรกิจทั้งหลายจึงหันมาใช้แนวคิดที่ว่า การผลิตสินค้าทุกชนิดจำเป็นต้องเริ่มต้นจากการศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวก่อนว่าต้องการอะไร แล้วจึงเริ่มลงมือวางแผนเพื่อให้สินค้าที่ผลิตออกมาขายสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด กล่าวคือ ผู้ประกอบธุรกิจต้องเข้าใจถึงกลไกพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยวโดยทำความเข้าใจกับพฤติกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจ เป็นตัวบ่งชี้ถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวมักจะใช้เป็นแนวทางในการพยากรณ์แนวโน้มของลูกค้านในอนาคต ธุรกิจทุกประเภทหากต้องการที่จะทำกำไรให้ได้มากธุรกิจนั้นต้องมียอดขายสูง ซึ่งก็หมายความว่าต้องมีลูกค้ามากนั่นเอง และการที่จะทำให้มีลูกค้ามากก็ต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้าให้มาก

แขวงจำปาสักเป็นแขวงที่เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคใต้ มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งก็เป็นส่วนหนึ่งขององค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก โดย

การท่องเที่ยวดำเนินการจัดการโดยภาครัฐ เพื่อประโยชน์ในการให้ความรู้และการพักผ่อนหย่อนใจแก่ประชาชนและนักท่องเที่ยว แขวงจำปาสักมีกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวไว้รองรับนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศอย่างมากมาย อย่างไรก็ตาม การที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชมและท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก แล้วเกิดพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ นานา ในรูปแบบที่แตกต่างกันออกไปโดยที่ผู้ศึกษายังไม่รู้แน่ชัดว่ามีอะไรบ้าง

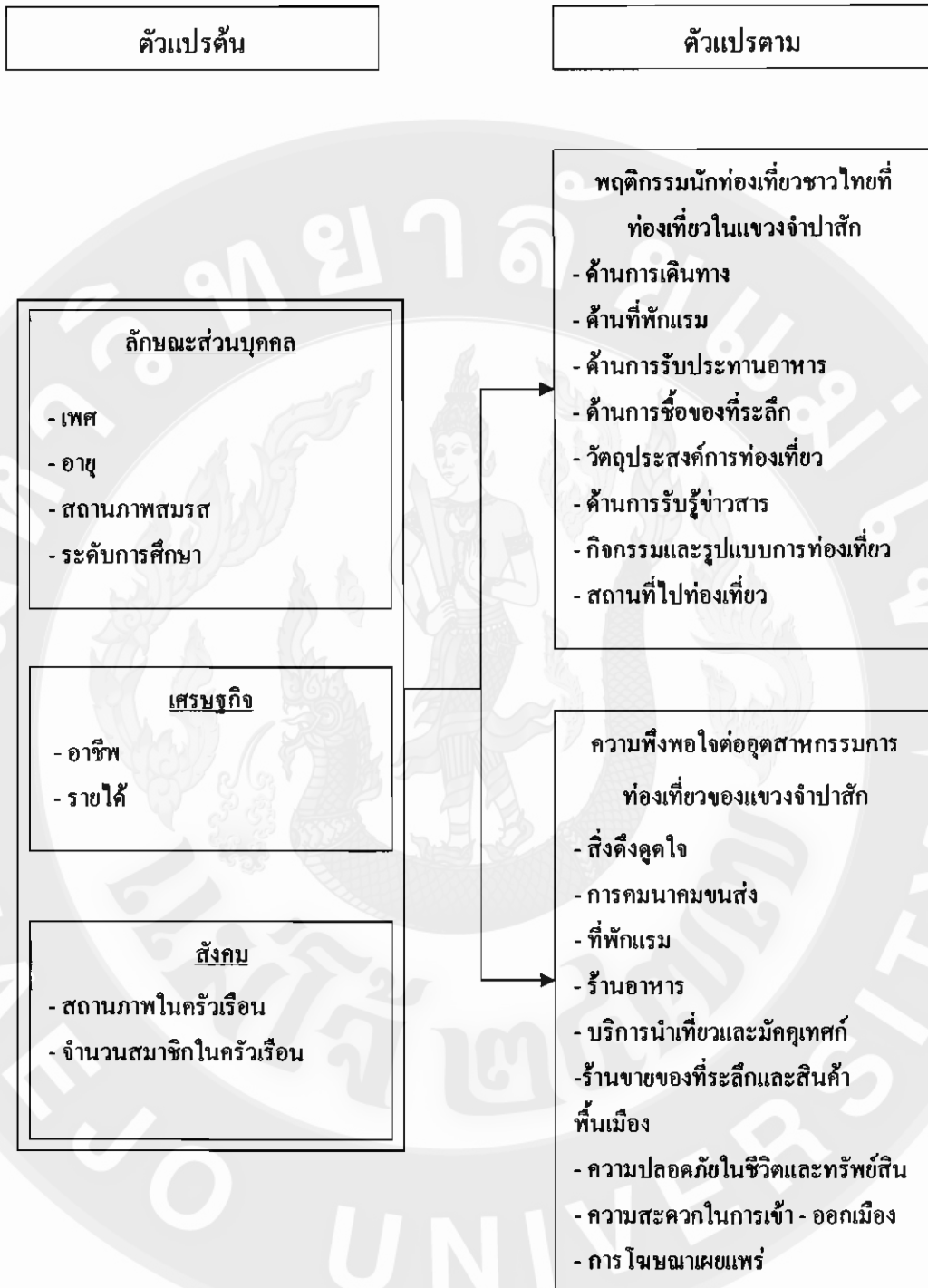
ดังนั้นผู้ศึกษาจึงมีความประสงค์ในการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยศึกษาจากลักษณะส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจ ซึ่งผู้ศึกษาได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว 9 ข้อมาใช้ในการศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกันกับองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากทำให้ผู้ศึกษาจำเป็นต้องต่อถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก ประโยชน์จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก จะช่วยให้ผู้บริหารการท่องเที่ยวประจำแขวงจำปาสักและผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว สามารถรู้ถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการท่องเที่ยวของแขวงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก ซึ่งจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

กรอบแนวคิดการวิจัย

การท่องเที่ยวนับว่าเป็นธุรกิจหลักอย่างหนึ่งที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศชาติอย่างมากมาย ในปัจจุบันแขวงจำปาสักมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัฒนธรรม รวมถึงวิถีชีวิตตามความเป็นอยู่ของผู้คนในชุมชนซึ่งเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวต้องมุ่งเน้นด้านการรองรับและการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนอันจะเอื้อประโยชน์ในทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ดังนั้นต้องมีการ ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมุ่งเน้นในด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยว นั่นก็คือ การใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างชาญฉลาด โดยใช้อย่างประหยัดแต่เกิดคุณค่ามากที่สุด

ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักว่ามีพฤติกรรมการท่องเที่ยว อย่างไร โดยผู้วิจัยได้นำแนวความคิด

เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว 9 ข้อมาใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่ พฤติกรรมด้านการเดินทาง พฤติกรรมด้านที่พักแรม พฤติกรรมด้านการรับประทานอาหาร พฤติกรรมด้านการซื้อของที่ระลึก พฤติกรรมและวัตถุประสงค์การท่องเที่ยว พฤติกรรมด้านการรับรู้ข่าวสาร พฤติกรรมกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว พฤติกรรมด้านสถานที่ไปท่องเที่ยว มาเป็นตัวชี้วัดถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนั้น ผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึง ลักษณะส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก ได้แก่ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการคมนาคมขนส่ง ด้านที่พักแรม ด้านร้านอาหาร ด้านบริการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ด้านร้านค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการโฆษณาเผยแพร่ ความพึงพอใจมากน้อยแค่ไหน



ภาพ 2 กรอบแนวความคิดการวิจัย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผล โดยมีลำดับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

สถานที่ดำเนินการวิจัย

สถานที่การดำเนินการวิจัยครั้งนี้คือแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เหตุผลที่ดำเนินการวิจัยในพื้นที่นี้เพราะเป็นแขวงที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรมมากมายพอสมควร ซึ่งได้แก่แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกคอนพะเพ็ง น้ำตกหลี่ผี น้ำตกผาส้วม น้ำตกตาดฟาน น้ำตกตาดเอือง ฯลฯ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเข้ามาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักมากมายพอสมควรจากสถิติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2549 - 2553 มีดังนี้ ปี พ.ศ. 2549 มีจำนวน 62,459 คน ปี พ.ศ. 2550 มีจำนวน 91,283 คนเพิ่มขึ้นจากปี 2549 จำนวน 7.30 % ปี พ.ศ. 2551 มีจำนวน 87,851 คน ลดจากปี พ.ศ. 2550 จำนวน 0.86 % ปี พ.ศ. 2552 มีจำนวน 72,698 คน ซึ่งลดลงจากปี พ.ศ. 2551 จำนวน 3.83 % และปี พ.ศ. 2553 จำนวน 80,787 คน ซึ่งมีอัตราเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 จำนวน 2.04 % (สำนักงานการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก, 2553) เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ถูกต้องตามความต้องการและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักได้อย่างถูกเป้าหมายและเพื่อพัฒนา รักษาแหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืน ดังนั้นผู้วิจัยจึงศึกษาพื้นที่นี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก และกำลังจะเดินทางออกจากแขวงจำปาสัก โดยขนาดของกลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน และซึ่งได้คำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสถิตินักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักจากปี จากปี พ.ศ. 2548-2553 เฉลี่ย 5 ปี มีจำนวนทั้งสิ้น 395,085 คน โดยใช้สูตรของ Yamane (1967)

ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก

ปี พ.ศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)
2549	62,459
2550	91,283
2551	87,851
2552	72,698
2553	80,767
รวมทั้งสิ้น	395,085

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมตามสูตรดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

N = ประชากรทั้งหมด

e = ขนาดความคลาดเคลื่อน

แทนค่า

$$N = 395,085$$

$$e = 0.5$$

$$n = \frac{395,085}{1 + 395,085(0,05)^2} = 399,596 \text{ คน}$$

$$n \approx 400 \text{ คน}$$

จากการคำนวณตามสูตรแสดงให้เห็นว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้มีจำนวน 400 คน

ตัวแปรและการวัดตัวแปร

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรในการศึกษาและวิธีการศึกษาตัวแปรไว้ดังนี้

ตัวแปรต้น

เพศ หมายถึง ลักษณะที่แตกต่างกันของผู้ให้ข้อมูลจำแนกออกเป็นเพศชายและเพศหญิง

อายุ หมายถึง จำนวนปีนับตั้งแต่แรกเกิดจนถึงปัจจุบันของผู้ให้ข้อมูล โดยนับเศษของปีเกิน 6 เดือนให้นับเป็น 1 ปี ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) อายุที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และ 2) อายุที่มากกว่าค่าเฉลี่ย

ระดับการศึกษา หมายถึง คุณวุฒิทางการศึกษาขั้นสูงสุดของผู้ให้ข้อมูลที่ได้รับการศึกษาในระบบ จากสถาบันการศึกษาของรัฐบาลหรือเอกชน

อาชีพ หมายถึง ลักษณะการทำงานของผู้ให้ข้อมูลซึ่งทำให้มีรายได้ตอบแทนเป็นเงินสด หรือได้รับผลตอบแทนเป็นสิ่งของหรือสิ่งอื่นๆ

รายได้ หมายถึง จำนวนเงินทั้งหมดที่เป็นรายได้ต่อเดือนของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งได้รับการประกอบอาชีพ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรนี้ออกเป็น 2 ส่วน คือ 1) รายได้ที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และ 2) รายได้ที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย

สถานภาพการสมรส สถานภาพแสดงความแตกต่างของผู้ให้ข้อมูลว่ามีสถานภาพสมรสแล้ว ยังไม่ได้สมรส หย่าร้าง หรือเป็นหม้าย

สถานภาพในครัวเรือน หมายถึง สถานภาพของผู้ให้ข้อมูลซึ่งมีทั้งสถานภาพที่เป็นหัวหน้าครอบครัวและสถานภาพสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน หมายถึง จำนวนคนที่เป็นสมาชิกในครัวเรือนของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรนี้เป็น 2 ส่วน คือ 1) จำนวนสมาชิกครัวเรือนน้อยกว่าค่าเฉลี่ย 2) จำนวนสมาชิกครัวเรือนมากกว่าค่าเฉลี่ย

ตัวแปรตาม

พฤติกรรม หมายถึง การแสดงออกของผู้ให้ข้อมูลในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ ด้านการเดินทาง ด้านที่พักแรม ด้านการรับประทานอาหาร ด้านการซื้อของที่ระลึก วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว ด้านการรับรู้ข่าวสาร กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว สถานที่ไปท่องเที่ยว

ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจของผู้ให้ข้อมูลที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ค่าใช้จ่าย หมายถึง ค่าใช้จ่ายในด้านต่างๆ ของผู้ให้ข้อมูล ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรนี้ออกเป็น 2 ตัวแปร คือ 1) ค่าใช้จ่ายที่ต่ำกว่าค่าเฉลี่ย และ 2) ค่าใช้จ่ายที่สูงกว่าค่าเฉลี่ย

การวัดตัวแปร

1. การวัดตัวแปรพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก ตามเพศ ตามอายุ ระดับการศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ สถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ อัตราส่วนร้อยละ (percentage) และ ค่าเฉลี่ยความถี่ (frequency) และการกระจายของข้อมูล เสนอตามรูปแบบตาราง และพรรณนาประกอบด้วยคะแนนต่าง ๆ ที่มีระดับความพึงพอใจไว้ดังนี้

2. สำหรับการวัดตัวแปรความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก ผู้วิจัยใช้วิธีการให้คะแนน โดยแบ่งระดับความสำคัญขององค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ ที่มีระดับความพึงพอใจดังนี้

ระดับคะแนน 5 หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน 4 หมายถึง	พึงพอใจมาก
ระดับคะแนน 3 หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน 2 หมายถึง	พึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน 1 หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด

จากนั้นนำคะแนนจากคำตอบมาคำนวณหาช่วงคะแนนเพื่อให้ได้ค่าแปลผล โดยมีเกณฑ์การแปลผลซึ่งกำหนดช่วงค่าคะแนนและจำแนกการกำหนดค่าช่วงคะแนนตามองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักเป็น 5 ช่วงดังนี้

ระดับคะแนน 4.21-5.00 แปลว่า	พึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน 3.41-4.20 แปลว่า	พึงพอใจมาก
ระดับคะแนน 2.61-3.40 แปลว่า	พึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน 1.80-2.60 แปลว่า	พึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน 1.00-1.80 แปลว่า	พึงพอใจน้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยสร้างตามแนวทางวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ เป็นคำถามแบบปลายปิด และปลายเปิด (close-ended questions and open-ended questions) ซึ่งเป็นคำถามให้เลือกคำตอบเพื่อความสะดวกตอบของผู้ให้ข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับข้อมูล ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 2 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 3 เป็นคำถามที่เกี่ยวกับ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักต่อการประกอบกรท่องเที่ยวของแขวง

การทดสอบเครื่องมือ

เครื่องมือที่ทำการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยได้ค้นคว้าและเรียบเรียงขึ้นจากการตรวจสอบเอกสารเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการนำไปใช้จึงจำเป็นต้องมีการทดสอบเครื่องมือดังต่อไปนี้

1. การตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการเพื่อพิจารณาความถูกต้องตรงกับเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาจากนั้นนำไปปรับปรุงแก้ไขตามอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการแนะนำมาให้ถูกต้อง

2. การทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการทดสอบความตรงในด้านเนื้อหาแล้วไปทดสอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นกลุ่มในการเก็บข้อมูลที่แท้จริง จำนวน 30 ราย จากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของแขวงจำปาสัก จากนั้นนำแบบสอบถามมาวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นหรือความเที่ยงตรงด้านเนื้อหาโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α coefficient) ของ cronbach (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540: 125) ซึ่งมีสูตรดังนี้

$$\alpha = \frac{n}{n-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right]$$

α	สัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่น
n	จำนวนข้อ
$\sum S_i^2$	ค่าความแปรปรวนแต่ละข้อ
S_i^2	ค่าความแปรปรวนทั้งหมด

ผลการทดสอบความเที่ยงตรงหรือความเชื่อมั่นเชื่อมั่น (reliability) แบบสอบถามในส่วนพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.82 และค่าความเชื่อมั่นเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแขวงจำปาสักได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาเท่ากับ 0.83 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไปถือว่าเป็นค่าที่มีความเชื่อถือ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจากประชากรจริงได้

ขั้นตอนและวิธีการดำเนินการวิจัย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยมีผู้ช่วยนักวิจัยที่เป็นมัคคุเทศก์ลาว สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ จำนวน 2 คน โดยมีขั้นตอนการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ทำหนังสือขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากสำนักบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยแม่โจ้ ไปยังสำนักงานการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก และหลังจากนั้นทางสำนักงานการท่องเที่ยวแขวงจำปาสักได้ออกหนังสือขอความร่วมมือไปยังสถานีขนส่งและสนามบินปากเซ เพื่อแจ้งให้ทราบถึงความประสงค์ในการอนุมัติให้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในระหว่างการรอการเดินทางออกจากแขวงจำปาสัก อีกครั้งหนึ่ง

2. ดำเนินการเก็บข้อมูลตามวันเวลาและกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้จนครบจำนวน 400 คน

3. การเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในระหว่างรอการเดินทางออกแขวงจำปาสัก โดย ผู้วิจัยได้ลงเก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2554 ซึ่งระยะเวลารวมในการเก็บข้อมูลเท่ากับ 5 เดือน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากสถานีขนส่ง และเก็บจากสนามบินอาทิดย์ละ 1 ครั้ง เพราะในช่วงระหว่างเดือน เมษายน ถึง เดือนสิงหาคมมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกแขวงจำปาสักค่อนข้างมากพอสมควร แต่การเดินทางด้วยเครื่องบินไม่ค่อยมีมากนัก เพราะอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางด้วยเครื่องบินจึงมีน้อยกว่าผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางด้วยรถขนส่ง

4. นำข้อมูลมารวบรวมแล้วตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลแล้วดำเนินการวิเคราะห์แปลความสรุปผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาตรวจสอบความถูกต้อง จัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรม SPSS (statistics package for social sciences) สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ

1. สถิติบรรยาย (descriptive) ซึ่ง ได้แก่ ความถี่ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเพื่อใช้ในการวิเคราะห์และบรรยายลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคม รวมถึงพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก

2. สถิติค่าไค-สแควร์ (chi-square) เพื่อทดสอบปัจจัยส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคมที่มีความสัมพันธ์กันกับค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ที่มีความสัมพันธ์ที่ระดับ 0.05 มีระดับความเชื่อมั่น 95%

ระยะเวลาในการทำวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้เวลาในการวิจัยตั้งแต่ เดือนมกราคม พ.ศ. 2554 ถึง เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2554 รวมระยะเวลาการวิจัยทั้งสิ้น 12 เดือน

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การศึกษาเรื่องพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อบรรยายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อระบุความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก 3) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมค่าใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยการเก็บข้อมูลในครั้งนี้ได้เก็บจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่อยู่ในระหว่างรอการเดินทางออกแขวงจำปาสัก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในช่วงเดือนเมษายน ถึง เดือนสิงหาคม พ.ศ.2554 ซึ่งระยะเวลารวมในการเก็บข้อมูลเท่ากับ 5 เดือน โดยผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากสถานีขนส่ง และเก็บจากสนามบินอาทิตยละ 1 ครั้ง เพราะในช่วงระหว่างเดือนเมษายน ถึง เดือนสิงหาคมมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกแขวงจำปาสักค่อนข้างมากพอสมควร แต่การเดินทางด้วยเครื่องบินไม่ค่อยมีมากนัก เพราะอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางด้วยเครื่องบินจึงมีน้อยกว่าผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางด้วยรถขนส่ง และผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากสถานที่ต่าง ๆ ที่กล่าวมาจนครบจำนวน 400 คนที่กำหนดไว้

การนำเสนอผลการวิจัยครั้งนี้ ได้รวบรวมผลการวิจัยและวิจารณ์ผลในส่วนเดียวกัน โดยนำเสนอผลการวิจัยวิเคราะห์ในรูปแบบตารางและคำบรรยาย เพื่อให้สอดคล้องและครอบคลุมประเด็นเนื้อหาของ การวิจัยและตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แบ่งเป็นขั้นตอนในการนำเสนอ ดังนี้

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 1 ลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยว ในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลที่ทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก

เพศ

ผลการศึกษาในตาราง 3 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.00) เป็นเพศชาย และร้อยละ 38.00 เป็นเพศหญิง จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ทั้งนี้เนื่องจากเพศชายเป็นเพศที่ชอบแสวงหาความรู้ประสบการณ์และการท่องเที่ยว จึงทำให้การท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ซึ่งสอดคล้องกับ ชีรวัดน์ บุคคะโยธี (2551) ที่ศึกษาความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองโบราณ จังหวัดสมุทรปราการ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวเมืองโบราณ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มากกว่าเพศหญิง

อายุ

ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอายุเฉลี่ย 33.84 ปี มีอายุน้อยสุด 18 ปี และมากที่สุด 64 ปี โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 44.00) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี รองลงมา ร้อยละ 34.25 มีอายุ ไม่เกิน 30 ปี ร้อยละ 13.50 มีอายุ 41-50 ปี ร้อยละ 8.25 มีอายุมากกว่า 50 ปี (ตาราง 3) จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 เป็นวัยทำงาน มีรายได้เพียงพอที่จะไปท่องเที่ยว จะเห็นได้จากการเดินทางมาเป็นกรุ๊ปทัวร์ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ กรณีย์ ถนอมกุล (2547) ที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดสกลนครพบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีจุดประสงค์การเดินทางมาท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

สถานภาพสมรส

ผลการศึกษาในตาราง 3 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 56.75) มีสถานภาพสมรสแล้ว รองลงมาร้อยละ 41.75 มีสถานภาพโสด และร้อยละ 1.50 มีสถานภาพหม้าย (ตาราง 3) จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับอายุของผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี ซึ่งอยู่ในวัยทำงานและสร้างครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับ ลักษณะ พัฒนา คำ (2550) ที่ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวไปเยือนอุทยานแห่งชาติได้ร่วมเย็นอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า นักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรส และส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ

ระดับการศึกษา

ผลการศึกษาในตาราง 3 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 47.75) มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี รองลงมาร้อยละ 28.75 มีการศึกษาระดับปริญญาโท/ปริญญาเอก ในขณะที่ร้อยละ 3.75 และ มัธยมศึกษา และระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตามลำดับ (ตาราง 3) จากข้อมูลว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ไปท่องเที่ยวแขวงจำปาสักจะมีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องมาจากในการท่องเที่ยวที่นั่นจะต้องมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง ซึ่งกลุ่มที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปนั้นจะมีรายได้ค่อนข้างแน่นอน ทำให้มีศักยภาพทางการเงินและด้านเวลาที่สามารถไปท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับ ศรีเรือน ทองใหญ่ (2546) ที่ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาสกพบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวยชาวไทย จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

ปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	248	62.00
หญิง	152	38.00
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	137	34.25
31-40 ปี	176	44.00
41-50 ปี	54	13.50
มากกว่า 50 ปี	33	8.25
$\bar{X} = 33.84$ $SD = 8.92$ $R = 18-64$		
สถานภาพสมรส		
สมรส	227	56.75
โสด	167	41.75
หม้าย	6	1.50
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่ามัธยมศึกษา	5	1.25
มัธยมศึกษา	15	3.75
อนุปริญญาหรือ ปวส.	74	18.50
ปริญญาตรี	191	47.75
ปริญญาโท/ปริญญาเอก	115	28.75

ปัจจัยลักษณะทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ที่ทำการศึกษาได้แก่ อาชีพ รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก

อาชีพ

ผลการศึกษาในตาราง 4 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 37.75 มีอาชีพรับราชการ รองลงมา ร้อยละ 20.75 เป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 15.00 ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 15.00 เป็นนักเรียน/นักศึกษา และ ร้อยละ 11.50 เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักส่วนใหญ่ประกอบอาชีพรับราชการ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้ค่อนข้างแน่นอน ทำให้มีศักยภาพในการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ และมีหน่วยงานราชการมีการจัดงานสัมมนาหรือจัดงานต่างประเทศบ่อยครั้ง และแขวงจำปาสัก ก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจมากมาย และที่สำคัญแขวงจำปาสักก็ไม่ไกลจากประเทศไทยมากนัก จึงทำให้เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นข้าราชการเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ลักษณะพัฒนา (2550) ที่ศึกษา พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวไปเยือนอุทยานแห่งชาติได้ร่วมเย็นอำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า นักท่องเที่ยวมีอายุระหว่าง 31-40 ปี ส่วนใหญ่มีอาชีพรับราชการ

รายได้ต่อเดือน

ผลการศึกษาในตาราง 3 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้เฉลี่ย 16,493.01 บาทต่อเดือน มีรายได้ต่ำสุด 7,000 บาทต่อเดือน และมากที่สุด 38,500 บาทต่อเดือน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยร้อยละ 37.00 มีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท รองลงมา ร้อยละ 36.25 มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ร้อยละ 14.50 มีรายได้ระหว่าง 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 7.25 มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท และมีเพียงร้อยละ 5.00 ที่มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีรายได้ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ต่อเดือน ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นข้าราชการ อีกอย่างการท่องเที่ยวต่างประเทศนั้นต้องใช้ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง ดังนั้นนักท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักก่อนข้างที่มีรายได้สูงและแน่นอนด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ นิราศ อะมีนี (2549) พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของ

ประชาชนในจังหวัดนนทบุรี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 10,001-25,000 บาท/เดือน

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
อาชีพ		
ข้าราชการ	151	37.75
พนักงานบริษัทเอกชน	83	20.75
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	60	15.00
นักเรียน / นักศึกษา	60	15.00
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	46	11.50
รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาทต่อเดือน	29	7.25
10,001-15,000 บาทต่อเดือน	148	37.00
15,001-20,000 บาทต่อเดือน	145	36.25
20,001-25,000 บาทต่อเดือน	58	14.50
มากกว่า 25,001บาทต่อเดือน	20	5.00
$\bar{X} = 16,493.01$	$S.D. = 4,813.62.$	$R = 7,000-38,500$

ปัจจัยลักษณะทางสังคม

ปัจจัยด้านสังคม ที่ทำการศึกษาได้แก่ อาชีพ รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก

สถานภาพในครัวเรือน

ผลการศึกษาในตาราง 5 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 66.75) เป็นหัวหน้าครัวเรือน เพราะการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นคนในครอบครัว และในขณะที่ร้อยละ 33.25 มีเป็นสมาชิกในครัวเรือน

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ผลการศึกษาในตาราง 5 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 2.92 คน มีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.19 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 57.00) มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน รองลงมาร้อยละ 34.50 มีจำนวนสมาชิก 1-2 คน และร้อยละ 8.50 มีจำนวนสมาชิกมากกว่า 4 คน

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนประมาณ 3-4 คน ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจุบันในประเทศไทยจะมีลักษณะเป็นครอบครัวเดี่ยวมากขึ้น เมื่อแต่งงานมีครอบครัวก็จะแยกออกไปตั้งครอบครัวใหม่ ซึ่งจะแตกต่างจากอดีตที่มีลักษณะอยู่แบบครอบครัวใหญ่

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามปัจจัยทางสังคม

ปัจจัยทางสังคม	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน		
1 - 2คน	138	34.50
3 - 4 คน	228	57.00
มากกว่า 4 คน	34	8.50
$\bar{X} = 2.92$ S.D. = 1.19 R = 1-5		
สถานภาพในครัวเรือน		
หัวหน้าครัวเรือน	267	66.75
สมาชิกในครัวเรือน	133	33.25

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การศึกษา เรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในครั้งนี้มีประเด็นผล ดังนี้

ลักษณะการเดินทาง

จำนวนผู้ร่วมเดินทาง

ผลการศึกษานิตาราง 6 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยครั้งหนึ่ง (ร้อยละ 50.00) มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 30 คน รองลงมาร้อยละ 38.00 เดินทางมาจำนวน 1-10 คน ในขณะที่ร้อยละ 8.25 เดินทางมาจำนวน 21-30 คน และร้อยละ 3.75 เดินทางมาจากจำนวน 11-20 คน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางเฉลี่ย 21.82 คน มีจำนวนผู้ร่วมเดินทางต่ำสุด 1 คน และมากที่สุด 38 คน

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาเป็นหมู่คณะ ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาในรูปแบบคณะทัวร์ จึงทำให้มีผู้ร่วมเดินทางท่องเที่ยวค่อนข้างมีจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับ ศศิริรัตน์ ลองประเสริฐ (2552) พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเดินทางมาโดยรถนำเที่ยว และรู้จักตลาดร้อยปีสามชุกโดย ครอบครัว/เพื่อนแนะนำ

วิธีการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษานิตาราง 6 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยครั้งหนึ่ง (ร้อยละ 50.00) เดินทางมาแขวงจำปาสักโดยใช้บริการบริษัททัวร์ รองลงมาร้อยละ 17.50 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 16.50 เดินทางโดยรถโดยสาร ร้อยละ 10.00 เดินทางโดยเครื่องบิน และร้อยละ 6.00 เดินทางโดยรถเช่า

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางมาแขวงจำปาสักโดยใช้บริการบริษัททัวร์ ทั้งนี้เนื่องมาจากการท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัททัวร์เพราะทำให้มีความสะดวกในการท่องเที่ยว เนื่องจากบริษัททัวร์จะมีการบริการจัดสถานที่ท่องเที่ยวและให้บริการความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกมากกว่าเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษานิตาราง 6 ทำให้พบว่า พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ย 2,337.13 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่ำสุด 250 บาท และมากที่สุด 4,350 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยครั้งหนึ่ง (ร้อยละ 50.00) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักจำนวน

2,001-3,000 บาท รองลงมาร้อยละ 17.75 มีค่าใช้จ่ายจำนวนไม่เกิน 1,001-2,000 บาท ร้อยละ 14.00 เสียค่าใช้จ่ายจำนวน 1,000 บาท ร้อยละ 9.50 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 4,000 บาท และร้อยละ 9.00 มีค่าใช้จ่ายจำนวน 3,001-4,000 บาท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักมากที่สุดระหว่าง 2,001-3,000 บาท ทั้งนี้เนื่องมาจากเนื่องจากประเทศไทยกับประเทศลาวไม่ไกลกันนักเพราะมีชายแดนติดกันทำให้ค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวรับได้ จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาท่องเที่ยวแขวงจำปาสักได้สบาย

รูปแบบในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาในตาราง 6 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.00) มีรูปแบบการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัททัวร์ตลอดการเดินทาง รองลงมา ร้อยละ 17.50 เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว ร้อยละ 16.50 เดินทางโดยรถโดยสาร ร้อยละ 10.50 เดินทางด้วยรถจักรยานยนต์และร้อยละ 5.50 เดินทางโดยเรือ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัททัวร์ตลอดการเดินทางทั้งนี้เนื่องมาจากในการมาเที่ยวแขวงจำปาสักนั้นมากับบริษัททัวร์นั่นเองจึงทำให้การเดินทางส่วนใหญ่ไปกับบริษัททัวร์แต่นักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัวและรถเช่า

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวัน

ผลการศึกษาในตาราง 6 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเฉลี่ย 727.53 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่ำสุด 100 บาท และมากที่สุด 28,500 บาท นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 65.25) มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาทต่อวัน รองลงมา ร้อยละ 15.75 มีค่าใช้จ่าย จำนวนมากกว่า 2,000 บาทต่อวัน ร้อยละ 14.50 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 501-1,000 บาทต่อวัน และร้อยละ 4.50 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,001-2,000 บาท ต่อวัน

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท เนื่องจากการเดินทางด้วยรถทัวร์และแหล่งท่องเที่ยวก็ไม่ห่างจากตัวเมืองมากนัก ทำให้ค่าใช้จ่ายอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวสามารถจ่ายเงินได้

ผู้ร่วมเดินทาง

ผลการศึกษาในตาราง 6 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.00) เดินทางมายังแขวงจำปาสักกันมาหลายคน ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัททัวร์ซึ่งเดินทางมาเป็นหมู่คณะฯ มีเพียงร้อยละ 16.00 ที่เดินทางมาเพียงคนเดียว

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เดินทางเป็นหมู่คณะอาจได้รับอิทธิพลจากการได้รับข้อมูลจากที่บริษัททัวร์โฆษณาไว้ตามเว็บไซต์ต่างๆ มีการจองทัวร์ จึงทำให้เกิดการเดินทางที่มีผู้ร่วมเดินทางเป็นกรุ๊ปทัวร์เป็นจำนวนมาก

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการเดินทาง

ลักษณะการเดินทาง	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย(n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนผู้ร่วมเดินทาง		
1-10 คน	152	38.00
11-20 คน	15	3.75
21-30 คน	33	8.25
มากกว่า 30 คน	200	50.00
$\bar{X} = 21.82$ $SD = 21.82$ $R = 1-38$		
วิธีการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก		
เดินทางโดยใช้บริการบริษัททัวร์	200	50.00
เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว	70	17.50
เดินทางโดยรถโดยสาร	66	16.50
เดินทางโดยเครื่องบิน	40	10.00
เดินทางโดยรถเช่า	24	6.00
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก /ครั้ง/คน		
ไม่เกิน 1,000 บาท	55	14.00
1,001-2,000 บาท	71	17.75
2,001-3,000 บาท	200	50.00

ตาราง 2 (ต่อ)

ลักษณะการเดินทาง	นักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
3,001-4,000 บาท	36	9.00
มากกว่า 4,000 บาท	38	9.50
$\bar{X} = 2,457.75$ $SD = 2,372.66$ $R = 150-4,350$		
รูปแบบในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว		
เดินทางโดยใช้บริการบริษัททัวร์ตลอดการ		
เดินทาง	200	50.00
เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว	70	17.50
เดินทางโดยรถโดยสาร	66	16.50
เดินทางโดยรถจักรยานยนต์	42	10.50
เดินทางโดยเรือ	22	5.50
ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวัน		
ไม่เกิน 500 บาท	261	65.25
501-1,000 บาท	58	14.50
1,001-2,000 บาท	18	4.50
มากกว่า 2,000 บาท	63	15.75
$\bar{X} = 727.53$ $SD = 1,554.23$ $R = 100-28,500$		
ผู้ร่วมเดินทาง		
ไม่มี	64	16.00
มี	336	84.00
คนในครอบครัว	121	36.01
เพื่อนร่วมงาน	122	36.31
คู่อีก	59	17.56
เพื่อน	15	4.46
ญาติ	19	5.65

ลักษณะการพักแรม

การพักแรมในแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษาในตาราง 7 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.25) มีการพักแรมในแขวงจำปาสัก ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาแขวงจำปาสักหลายวันจึงจำเป็นต้องพักค้างคืน และในขณะเดียวกันส่วนใหญ่เดินทางมากับบริษัททัวร์ซึ่งทางบริษัทจะจัดเตรียมที่พักไว้ให้ มีเพียงร้อยละ 9.75 ไม่มีการพักแรม

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยพักแรมในแขวงจำปาสักเป็นจำนวนมากเนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาในรูปแบบเที่ยวแพ็คเกจทัวร์ ซึ่งจำเป็นต้องมีการพักแรมตามจำนวนวันของแพ็คเกจทัวร์

ระยะเวลาพักแรมในแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษาในตาราง 7 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 50.00) พักแรมในแขวงจำปาสักจำนวน 3 วัน รองลงมาร้อยละ 27.96 พัก 2 วัน ร้อยละ 12.19 พักมากกว่า 3 วัน และมีเพียงร้อยละ 8.86 พักเพียง 1 วัน โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยพักแรมในแขวงจำปาสักเฉลี่ย 2.64 วัน พักแรมในแขวงจำปาสักต่ำสุด 1 วัน และมากที่สุด 4 วัน

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยพักแรมในแขวงจำปาสักจำนวน 3 วัน ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวในรูปแบบแพ็คเกจทัวร์ และแพ็คเกจทัวร์ส่วนมากมีระยะเวลาพักแรม 3 วันขึ้นไป

สถานที่พักแรมที่ใช้บริการ

ผลการศึกษาในตาราง 7 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 84.76) พักค้างคืนอยู่ที่โรงแรม ทั้งนี้เนื่องมาจากการพักในโรงแรมนั้นค่อนข้างปลอดภัยและบริษัททัวร์ส่วนใหญ่ให้ลูกค้าพักในโรงแรมมากกว่าสถานที่อื่นๆ รองลงมาร้อยละ 9.42 พักเกสต์เฮาส์ และร้อยละ 5.82 พักที่รีสอร์ท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการพักแรมในโรงแรมมากกว่าสถานที่อื่นๆ อาจเป็นเพราะว่าโรงแรมมีราคาที่เหมาะสมและการบริการที่มีมาตรฐานจึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยพักแรมในโรงแรมเป็นจำนวนมาก ซึ่งไม่สอดคล้องกับ นิราศ อะมินี (2550) พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวพักค้างคืน ในบังกะโล และรีสอร์ท

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการพักแรมต่อคืนต่อคน

ผลการศึกษาในตาราง 11 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.53) มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักจำนวน 501-1,000 บาทต่อคืนต่อคน รองลงมาร้อยละ 6.65 มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 500บาท และร้อยละ 5.82 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 1,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการพักแรมต่อคืนต่อคนเฉลี่ย 701.44 บาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการพักแรมต่อคืนต่อคนต่ำสุด 220 บาท และมากที่สุด 1,800 บาท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายค่าที่พักในราคาไม่แพงจนเกินไป เพราะโรงแรมในแขวงจำปาสักส่วนใหญ่เป็นโรงแรมอยู่ในระดับเกรด A และ B ไม่มีโรงแรมระดับ 5 ดาว

ตาราง 7 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการพักแรม

การพักแรม	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=361)	
	จำนวน	ร้อยละ
การพักแรมในแขวงจำปาสัก		
ไม่พัก	39	9.75
พัก	361	90.25
ระยะเวลาพักแรมในแขวงจำปาสัก (n=361)		
1 วัน	32	8.86
2 วัน	85	27.96
3 วัน	200	50.00
มากกว่า 3 วัน	44	12.19
$\bar{X} = 2.64$ $SD = 0.78$ $R = 1-4$		
สถานที่พักที่ใช้บริการ (n=361)		
โรงแรม	306	84.76
เกสต์เฮาส์	34	9.42
รีสอร์ท	21	5.82

ตาราง 7 (ต่อ)

การพักผ่อน	จำนวน (n=400)	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการพักผ่อนต่อคืนต่อคน (n=361)		
ไม่เกิน 500 บาท	24	6.65
501-1,000 บาท	316	87.53
มากกว่า 1,000 บาท	21	5.82
$\bar{X} = 701.44$ $SD = 239.52$ $R = 220-1,800$		

ด้านอาหาร

สถานที่รับประทานอาหารในการท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษาในตาราง 8 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 62.75) รับประทานอาหารของโรงแรม รองลงมาร้อยละ 21.00 รับประทานอาหารในแหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 9.25 รับประทานอาหารในร้านอาหารทั่วไป มีเพียงร้อยละ 7.00 รับประทานอาหารในรีสอร์ท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมรับประทานอาหารที่โรงแรม ทั้งนี้เนื่องจากทางโรงแรมมีการบริการอาหารให้อยู่แล้ว และการรับประทานอาหารที่โรงแรม นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นในคุณภาพและความปลอดภัยของอาหารด้วย

ชนิดอาหารที่รับประทาน

ผลการศึกษาในตาราง 8 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 83.00) รับประทานอาหารพื้นเมืองของประเทศลาว รองลงมาร้อยละ 56.50 รับประทานอาหารไทย ร้อยละ 17.00 รับประทานอาหารเวียดนาม ร้อยละ 11.25 รับประทานอาหารฝรั่งเศส มีเพียงร้อยละ 6.00 และ 3.50 รับประทานอาหารประเภท Fast food และอาหารจีน ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมรับประทานอาหารพื้นเมืองลาว และอาหารไทยเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวเมื่อไปท่องเที่ยวสถานที่ใดมักจะนิยมรับประทานอาหารพื้นเมืองของพื้นที่นั้นๆ และที่สำคัญอาหารลาวและไทยบางชนิดมีความคล้ายคลึงกันด้วยเป็นอย่างมาก

ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการรับประทานอาหารเช้าครั้งต่อคน

ผลการศึกษานี้ในตาราง 8 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าครั้งต่อคนเฉลี่ย 133.15 บาท มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าครั้งต่อคนต่ำสุด 40 บาท และมากที่สุด 250 บาท โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 68.75) มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าจำนวน 101-150 บาทต่อครั้งต่อคน รองลงมาร้อยละ 24.25 มีค่าใช้จ่ายจำนวนไม่เกิน 100 บาท มีเพียงร้อยละ 7.00 ที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 150 บาท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารเช้าจำนวน 101-150 บาทต่อครั้งต่อคน ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรับประทานอาหารเช้าที่โรงแรมซึ่งจะคิดค่าบริการต่อคนหรือมีลักษณะแบบบุฟเฟ่ต์ ซึ่งจะมีราคาอยู่ประมาณ 100-150 บาท ต่อคน

ตาราง 8 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามด้านอาหาร

ด้านอาหาร	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
สถานที่รับประทานอาหารเช้าในการท่องเที่ยว		
ในแขวงจำปาสัก		
ร้านอาหารของ โรงแรม	251	62.75
ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว	84	21.00
ร้านอาหารทั่วไป	37	9.25
ร้านอาหารของรีสอร์ท	28	7.00
ชนิดอาหารที่รับประทาน*		
อาหารพื้นเมืองของประเทศลาว	332	83.00
อาหารไทย	226	56.50
อาหารเวียดนาม	68	17.00
อาหารฝรั่งเศส	45	11.25
อาหารประเภท fast food	24	6.00
อาหารจีน	14	3.50

ตาราง 8 (ต่อ)

ด้านอาหาร	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อครั้งต่อคน		
ไม่เกิน 100 บาท	97	24.25
101-150 บาท	275	68.75
มากกว่า 150 บาท	28	7.00
$\bar{X} = 130.25$ $SD = 43.00$ $R = 40-200$		

หมายเหตุ * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ด้านของที่ระลึก

ประเภทของที่ระลึกที่จับจ่ายซื้อ

ผลการศึกษาในตาราง 9 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 59.25 และ 59.00) ซื้อของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว ตามลำดับ รองลงมาร้อยละ 34.50 ซื้อของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ร้อยละ 30.00 ซื้อสินค้าพื้นเมือง ร้อยละ 26.50 ซื้อสินค้าประเภทของชำร่วยชิ้นเล็ก ร้อยละ 17.75 ซื้องานหัตถกรรม เครื่องจักสาน ร้อยละ 14.75 ซื้อเสื้อผ้า มีเพียงร้อยละ 5.00 ซื้อของใช้ ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมซื้อของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาวมากกว่าสินค้าประเภทอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากสินค้าประเภทเครื่องเงินและผ้าไหมลาวเป็นสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และที่สำคัญราคาไม่แพงมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับ การซื้อในประเทศไทย

บุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก

ผลการศึกษาในตาราง 9 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 49.00) ซื้อของที่ระลึกไปฝากคนในครอบครัว รองลงมาร้อยละ 20.75 ซื้อไปฝากเพื่อนร่วมงาน ร้อยละ 14.00 ซื้อไปฝากญาติ ร้อยละ 9.25 ซื้อไปฝากคนรัก และร้อยละ 7.00 ซื้อไปฝากเพื่อน

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยซื้อของที่ระลึกไปฝากคนในครอบครัว ทั้งนี้เนื่องมาจากเป็นนิสัยของคนไทยที่ไปไหนมาไหนแล้วมักจะมีซื้อของที่ระลึกติดไม้ติดมือไปฝากคนที่บ้านหรือฝากเพื่อนอยู่เสมอ

ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

ผลการศึกษาในตาราง 9 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบครึ่งหนึ่ง (ร้อยละ 39.50) มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกระหว่าง 1001-2000 บาท รองลงมาร้อยละ 28.75 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 501-1,000 บาท ร้อยละ 24.75 มีค่าใช้จ่ายไม่เกิน 500 บาท และร้อยละ 7.00 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,000 บาท โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 887.65 มีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกต่ำสุด 50 บาท และมากที่สุด 27,500 บาท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกระหว่าง 1001-2000 บาท ทั้งนี้เนื่องมาจากสินค้าในประเทศลาวจะมีราคาถูก ประกอบกับของที่ระลึกส่วนใหญ่จะเป็นของชิ้นเล็กๆ ที่แสดงเอกลักษณ์ของประเทศลาว เช่น พวงกุญแจ กรอบรูป ซึ่งราคาไม่แพงมากนัก ยกเว้นผลิตภัณฑ์เครื่องเงินและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาวที่มีราคาค่อนข้างสูง

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษาในตาราง 10 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจเป็นอันดับ 1 เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรม เช่น อาหาร ดนตรี กีฬา การเดินป่า เป็นต้น เป็นอันดับ 2 เพื่อส่งเสริมสุขภาพ เป็นอันดับ 3 เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ด้านประวัติศาสตร์ เช่น ชมโบราณสถานต่างๆ เป็นต้น เป็นอันดับ 4 และเพื่อสัมผัสและใกล้ชิดสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น เที่ยวป่าเขา ชมสัตว์ป่า ช้าง เป็นต้น เป็นอันดับ 5

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่าผู้ให้ข้อมูลมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด รองลงมาคือเพื่อหาความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรม เช่น อาหาร ดนตรี กีฬา การเดินป่า เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับจรัสพันธ์ สิทธิเจริญ (2550) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนเป็นวัตถุประสงค์หลัก

ตาราง 9 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามด้านของที่ระลึก

ด้านของที่ระลึก*	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของที่ระลึกที่จับจ่ายซื้อ		
ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน	237	59.25
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว	236	59.00
ของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว		
สินค้าพื้นเมือง	120	30.00
สินค้าประเภทของชำร่วยชิ้นเล็ก	106	26.50
งานหัตถกรรม เครื่องจักสาน	71	17.75
เสื้อผ้า	59	14.75
ของใช้	20	5.00
บุคคลที่ซื้อของที่ระลึกไปฝาก		
คนในครอบครัว	196	49.00
เพื่อนร่วมงาน	83	20.75
ญาติ	56	14.00
คนรัก	37	9.25
เพื่อน	28	7.00
ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก		
ไม่เกิน 500 บาท	99	24.75
501-1,000 บาท	115	28.75
1,001-2,000 บาท	158	39.50
มากกว่า 2,000 บาท	28	7.00
$\bar{X} = 887.65$	$SD = 716.19$	$R = 50-2,950$

หมายเหตุ * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตาราง 10 จำนวนของนักท่องเที่ยว จำแนกตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก

วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายัง แขวงจำปาสัก	อันดับ 1	อันดับ 2	อันดับ 3	อันดับ 4	อันดับ 5
เพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อน หย่อนใจ	331	30	10	4	25
เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ใน วัฒนธรรม เช่น อาหาร ดนตรี กีฬา การ เดินร่ำ เป็นต้น	74	254	31	17	24
เพื่อส่งเสริมสุขภาพ	4	34	140	34	36
เพื่อแข่งขันหรือชมกีฬา	-	5	10	6	-
เพื่อธุรกิจ ประชุมสัมมนา ติดต่อ งาน	6	3	6	3	2
เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ด้าน ประวัติศาสตร์ เช่น ชม โบราณสถานต่าง ๆ	-	15	36	118	9
เพื่อศึกษาวิถีชีวิตการเป็นอยู่ เช่น เยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขา หมู่บ้าน ชนบท	-	3	14	35	28
เพื่อสัมผัสและใกล้ชิดสิ่งแวดล้อม ทางธรรมชาติ เช่น เทือกเขา ชมสัตว์ป่า ช้าง เป็นต้น	-	30	30	24	124
เพื่อเยี่ยมชมญาติพี่น้อง เพื่อน	-	-	-	21	-

การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษาในตาราง 11 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 58.50) ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแขวงจำปาสักจากเว็บไซต์ต่างๆ รองลงมาร้อยละ 34.00 ได้รับคำแนะนำจากญาติหรือเพื่อน ร้อยละ 31.00 ได้รับจากสื่อสิ่งพิมพ์ ร้อยละ 26.00 ได้รับจากบริษัททัวร์ ร้อยละ 17.50 ได้รับจากโฆษณาในหนังสือท่องเที่ยว ร้อยละ 16.50 ได้รับจากสื่อวิทยุ/

โทรทัศน์ ร้อยละ 12.25 ได้รับจากโฆษณาในงานนิทรรศการท่องเที่ยว ร้อยละ 5.75 ได้รับจากการประชาสัมพันธ์ของแขวงจำปาสัก และร้อยละ 5.25 ได้รับจากสื่อแผ่นพับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแขวงจำปาสักจากเว็บไซต์ต่างๆ มากกว่าสื่ออื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากปัจจุบันแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ขอบลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เมื่อต้องการไปท่องเที่ยวสถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ก็จะค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านั้นก่อนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ในขณะที่ สิริกมล กันทะวัง (2553) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน พบว่า นักท่องเที่ยวก่อนการเดินทางมีการหาข้อมูลจากคำบอกเล่าของญาติ/เพื่อนมากที่สุด โดยมีความเห็นว่าแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือมากที่สุดคือ คำบอกเล่าของญาติ/เพื่อน

สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยว

ผลการศึกษาในตาราง 12 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 79.25) ไปท่องเที่ยวแขวงจำปาสักที่น้ำตกคอนพะเพ็ง รองลงมาร้อยละ 70.25 ไปเที่ยววน้ำตกหลี่ผี ร้อยละ 66.25 ไปเที่ยวชมทิวทัศน์วัดพูจำปาสักเมืองโบราณ ร้อยละ 63.75 ไปเที่ยวชมที่น้ำตกผาส้วม ร้อยละ 63.25 ไปเที่ยววังสะเค็ดเจ้าบุญอุ้ม ร้อยละ 57.25 ไปเที่ยววน้ำตกตาดเยือง ร้อยละ 57.00 ไปเที่ยววน้ำตกตาดฟาน ร้อยละ 13.00 คอนคอน-คอนเคด

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมไปท่องเที่ยวแขวงจำปาสักที่น้ำตกคอนพะเพ็ง มากกว่าสถานที่อื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากน้ำตกคอนพะเพ็ง เป็นน้ำตกที่มีความสวยงามสมกับคำร่ำลือและยกย่องให้เป็น “ในเอంగาร่าแห่งเอเชีย” ทำให้เป็นที่นิยมไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นจำนวนมาก ซึ่งสอดคล้องกับ จรัสนันท์ สิริจิเจริญ (2550) ได้ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชอบไปท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว มากที่สุด

ค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อคน

ผลการศึกษาในตาราง 12 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่าครึ่ง (ร้อยละ 55.00) มีค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนไม่เกิน 100 บาท ต่อคน รองลงมาร้อยละ 16.80 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 101-200 บาท ต่อคน ร้อยละ 13.00 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 400 บาท ต่อคน ร้อยละ 10.20 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท ร้อยละ 5.00 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 301-400 บาท โดย

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อคนคือ 171.86 บาท มีค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อคนต่ำสุด 40 บาท และมากที่สุด 370 บาท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวไม่มากนัก ทั้งนี้เนื่องมาจากการไปสถานที่ท่องเที่ยวที่ต่างๆ ส่วนใหญ่จะไปชมธรรมชาติและความสะดวกสบายมากกว่า หากจะซื้อสินค้าก็จะมักไปซื้อตามแหล่งที่จำหน่ายของที่ระลึก

กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาในตาราง 12 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 87.85 และ 83.25) มีกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวโดยการถ่ายรูป และชมน้ำตก มากกว่ากิจกรรมอื่นๆ รองลงมา ร้อยละ 62.00 เดินห้างสรรพสินค้า และจับจ่ายซื้อของ ร้อยละ 57.50 ชม วัด โบราณสถาน และพิพิธภัณฑ์ ร้อยละ 26.50 กิจกรรมนั่งเรือ ร้อยละ 18.25 กิจกรรมขี่ช้าง และร้อยละ 13.00 กิจกรรมเดินป่า

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมถ่ายรูปมากกว่ากิจกรรมอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากการไปสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะนิยมถ่ายรูปไว้เป็นที่ระลึก เพื่อเป็นการยืนยันว่าตนเองได้ไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ นั้นมาแล้ว

ค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง

ผลการศึกษาในตาราง 12 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งเฉลี่ย 113.14 มีค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งต่ำสุด 40 บาท และมากที่สุด 370 บาท โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ ร้อยละ 68.50 มีค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 100 บาท รองลงมา ร้อยละ 13.00 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 101-200 บาท ร้อยละ 11.50 มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 300 บาท และ ร้อยละ 7.00 มีค่าใช้จ่ายระหว่าง 201-300 บาท

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งเฉลี่ย 112.25 ซึ่งรวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์เรียบร้อยแล้ว สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายมากกว่าคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองหรือเป็นกลุ่มเล็ก ๆ

ตาราง 11 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามการได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก

การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว แขวงจำปาสัก *	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
เว็บไซต์ต่างๆ	254	58.50
คำแนะนำจากญาติหรือเพื่อน	124	34.00
สื่อสิ่งพิมพ์	136	31.00
บริษัททัวร์	104	26.00
โฆษณาในหนังสือท่องเที่ยว	70	17.50
สื่อวิทยุ/โทรทัศน์	66	16.50
โฆษณาในงานนิทรรศการท่องเที่ยว	49	12.25
การประชาสัมพันธ์ของแขวงจำปาสัก	31	7.75
แผ่นพับ	21	5.25

หมายเหตุ * คอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตาราง 12 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามลักษณะการท่องเที่ยว

สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยว*	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
น้ำตกคอนพะเพ็ง	317	79.25
น้ำตกหลิสี	281	70.25
ชมทิวทัศน์วัดพูจำปาสักเมืองโบราณ	265	66.25
น้ำตกผาส้วม	255	63.75
วังสะเค็ดเจ้าบุญอุ้ม	253	63.25
น้ำตกตาดเขื่อง	229	57.25
น้ำตกตาดฟาน	228	57.00

ตาราง 12 (ต่อ)

สถานที่ท่องเที่ยวที่ไปท่องเที่ยว*	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
คอนเดค	52	13.00
ค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย/คน/แห่ง		
ไม่เกิน 100 บาท	220	55.00
101-200 บาท	67	16.80
201-300 บาท	41	10.20
301-400 บาท	20	5.00
มากกว่า 400 บาท	52	13.00
$\bar{X} = 171.86$ $SD = 144.84$ $R = 40-590$		

หมายเหตุ * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตาราง 13 จำนวนและร้อยละของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำแนกตามกิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว

กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว*	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
ถ่ายรูป	351	87.75
ชมน้ำตก	333	83.25
เดินห้างสรรพสินค้า/จับจ่ายซื้อของ	248	62.00
ชม วัด โบราณสถาน และพิพิธภัณฑ์	230	57.50
นั่งเรือ	106	26.50
ขี่ช้าง	73	18.25
เดินป่า	52	13.00
ค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยว โดยเฉลี่ยต่อครั้ง		
ไม่เกิน 100 บาท	274	68.50

ตาราง 13 (ต่อ)

กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว*	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)	
	จำนวน	ร้อยละ
101-200 บาท	52	13.00
201-300 บาท	28	7.00
มากกว่า 300 บาท	46	11.50
$\bar{X} = 112.25$	SD = 81.26	R = 40-370

หมายเหตุ * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก ต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก

ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักได้ศึกษาถึงปัจจัยด้านองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก 9 ด้าน ซึ่งประกอบไปด้วย ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านที่พักแรม ด้านอาหาร ด้านสินค้าและของที่ระลึก ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ด้านคมนาคมขนส่ง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และด้านความปลอดภัย วัดโดยใช้แบบประเมินค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ “1” หมายถึง “น้อยที่สุด” “2” หมายถึง “น้อย” “3” หมายถึง “ปานกลาง” “4” หมายถึง “มาก” และ “5” หมายถึง “มากที่สุด” โดยแบบประเมินค่าโดยกำหนดคะแนนและหลักเกณฑ์ในการแปลผลตามความหมายดังนี้

ช่วงค่าคะแนนเฉลี่ย	หมายถึง
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 - 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ผลการศึกษาในตาราง 13 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักโดยรวมในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.64 โดยมีความพึงพอใจในปัจจัยด้านต่างๆ ดังนี้

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านสถานที่ท่องเที่ยวในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.87 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ประเด็นดังนี้ “ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในแขวงจำปาสัก” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.98) “ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในแขวงจำปาสัก” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.89) “ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแขวงจำปาสัก” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83) และ “ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในแขวงจำปาสัก” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.79) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านสถานที่ท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสวยงามทางธรรมชาติ ทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมในแขวงจำปาสักมากกว่าประเด็นอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องจากแขวงจำปาสักยังคงมีสถานที่ท่องเที่ยวที่คงความเป็นธรรมชาติไว้เป็นอย่างดี ประกอบกับแขวงจำปาสักยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีต่างๆ ไว้เป็นอย่างดี จึงทำให้เป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ซึ่งสอดคล้องกับจรัสพันธ์ สิทธิเจริญ (2550) พฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวให้ระดับความสำคัญของปัจจัยด้านความสวยงามและมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว “มากที่สุด” ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยย่อยคือ ความสวยงามน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และความเป็นธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านที่พักในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.55 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ประเด็นดังนี้ “ราคาที่พักรวมมีความเหมาะสม” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.72) “ที่พักแรมมีความหลากหลายให้เลือก” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.64) “ที่พักแรมมีคุณภาพในการบริการ” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.64) “ความสะดวกในการจองล่วงหน้า” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.61) “คุณภาพของที่พักแรม” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.59) ตามลำดับ นอกจากนี้แล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านที่พักในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 ในประเด็น “การส่งเสริมการตลาดที่หลากหลาย” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.37) และ “ความสะดวกในการชำระเงิน” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.29) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านที่พัวพันเกี่ยวกับราคาที่พักที่มีความเหมาะสม ที่พักที่มีความหลากหลายให้เลือก และที่พักนั้นมีคุณภาพในการบริการ ทั้งนี้เนื่องมาจากราคาที่พักราคาไม่แพงมากนัก และมีคุณภาพการให้บริการเป็นมาตรฐาน ตลอดจนที่พักที่มีความหลากหลายทั้งรูปแบบ โรงแรม หรือ รีสอร์ท และเกสต์เฮาส์ ซึ่งสอดคล้องกับ สิริกมล กันทะวัง (2553) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม “พึงพอใจ” ต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน ด้านโรงแรม ที่พัก ด้านร้านอาหาร และด้านบริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจที่ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวในระดับมาก

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านอาหารในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.55 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ประเด็นดังนี้ “ความเป็นท้องถิ่นของอาหาร” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.78) “คุณภาพของอาหาร” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62) “ความสะอาดของอาหาร” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62) “รสชาติของอาหาร” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านอาหารในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 ในประเด็น “ราคาของอาหารมีความเหมาะสม” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.34) และ “คุณภาพการบริการในร้านอาหาร” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.30) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านอาหารเกี่ยวกับความเป็นท้องถิ่น คุณภาพ ความสะอาด และรสชาติของอาหาร ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักแรมในโรงแรม ซึ่งมีการจัดอาหารท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว ตลอดจนมีการควบคุมคุณภาพ รสชาติ และความสะอาดอย่างเข้มงวด จึงทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับมาก

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านสินค้าและของที่ระลึกในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.64 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ประเด็นดังนี้ “สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.72) “ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.66) “สินค้าที่ระลึกมีความโดดเด่นและน่าสนใจ” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.64) “ราคามีความเหมาะสม” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62) และ “คุณภาพของผลิตภัณฑ์” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านสินค้าและของที่ระลึกเกี่ยวกับความเป็นเอกลักษณ์ และความหลากหลายของที่ระลึก ทั้งนี้เนื่องมาจากสินค้าของที่ระลึกในแขวงจำปาสักจะมีเอกลักษณ์ที่แสดงถึงความเป็นชนชาติลาว ซึ่งมีลักษณะและเอกลักษณ์วัฒนธรรมของตนเอง

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.77 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ประเด็นดังนี้ “มัคคุเทศก์มีจิตสำนึกในการบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.85) “มัคคุเทศก์มีความรู้และการให้ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83) “มัคคุเทศก์มีความสามารถและทักษะในการให้บริการ” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.80) “มัคคุเทศก์ให้การบริการลูกค้าอย่างถูกต้องและเท่าเทียมกัน” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.80) “มัคคุเทศก์มีความสุภาพ มีน้ำใจและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.78) และ “ราคาการนำเที่ยวมีความเหมาะสม” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.58) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เกี่ยวกับมัคคุเทศก์มีจิตสำนึกในการบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว และความรู้และการให้ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องมาจากมัคคุเทศก์ชาวลาวยจะมีลักษณะนิสัยและรสนิยมคล้ายคลึงกับคนไทย และสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้เป็นอย่างดี

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ประเด็นดังนี้ “การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.78) “การนำเสนอข้อมูลข่าวสารกระชับเพียงพอเข้าใจได้ง่าย” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.56) และ “การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมีหลายช่องทาง” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.53) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย ทั้งนี้เนื่องมาจากหน่วยงานการท่องเที่ยวของประเทศลาวมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวหลายๆทางไม่ว่าเป็นทางเวปไซค์ ซึ่งเป็นช่องทางหนึ่งที่เป็นที่นิยมในปัจจุบันและนักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถเข้าถึงได้ง่าย

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับปานกลางด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.36 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ ประเด็นดังนี้ “สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.65) “การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.52) “การสื่อสาร สัญญาณมือถือ/อินเทอร์เน็ต” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.46) และนักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในระดับปานกลางด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.61-3.40 ในประเด็น “บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.81) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งน้อยกว่ามากกว่าประเด็นอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากแขวงจำปาสักกำลังพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวให้เป็นจุดขายของแขวง บางแหล่งท่องเที่ยวหรือบางธุรกิจการท่องเที่ยวมีสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว จึงทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการศึกษาในตาราง 14 ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านความปลอดภัยในระดับมากด้วยค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70 โดยปัจจัยที่มีความพึงพอใจในระดับมากด้วยคะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.41-4.20 ได้แก่ประเด็นดังนี้ “ความปลอดภัยด้านที่พักอาศัย” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83) “ระบบการขนส่งสาธารณะมีความปลอดภัย” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.75) “มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.70) “ความปลอดภัยในการขนส่ง” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.69) “ความปลอดภัยด้านทรัพย์สิน” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.63) และ “เส้นทางในการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย” (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.62) ตามลำดับ

จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อการมาท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักในด้านความปลอดภัยมากกว่าประเด็นอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักอาศัยอยู่ในโรงแรม ซึ่งมีกระบวนการในการรักษาความปลอดภัยเป็นอย่างดี และเป็นที่น่าสังเกตว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเกี่ยวกับเส้นทางในการท่องเที่ยวมีความปลอดภัยน้อยกว่าประเด็นอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวบางเส้นทางยังเป็นถนนลูกรังอยู่ ทำให้ไม่มั่นใจในความปลอดภัยมากนัก

ตาราง 14 จำนวน ร้อยละ และค่าคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจที่ท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านสถานที่ท่องเที่ยว							
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในแขวงจำปาสัก	47	298	55	-	-	3.98	มาก
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในแขวงจำปาสัก	11.75	74.50	13.75	-	-	3.89	มาก
ความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแขวงจำปาสัก	31	292	77	-	-	3.83	มาก
ความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในแขวงจำปาสัก	7.75	73.00	19.25	-	-	3.87	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม	10	294	96	-	-	3.79	มาก
ด้านที่พักแรม							
ราคาที่พัก แรมมีความเหมาะสม	11	275	104	9	1	3.72	มาก
	2.75	68.75	26.00	2.25	0.25		

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ที่พักแรมมีความหลากหลายให้เลือก	15	227	158	-	-	3.64	มาก
	3.75	56.75	39.50				
ที่พักแรมมีคุณภาพในการบริการ	5	258	126	11	-	3.64	มาก
	1.25	64.50	31.50	2.75			
ความสะดวกในการจองล่วงหน้า	5	239	150	6	-	3.61	มาก
	1.25	59.75	37.50	1.50			
คุณภาพของที่พักแรม	2	241	148	7	2	3.59	มาก
	0.50	60.25	37.00	1.75	0.50		
ความสะดวกในการชำระเงิน	7	200	105	79	9	3.29	ปานกลาง
	1.75	50.00	26.25	19.75	2.25		
การส่งเสริมการตลาดมีหลากหลาย	3	160	222	13	2	3.37	ปานกลาง
	0.75	40.00	55.50	3.25	0.50		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.55	มาก

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านอาหาร							
ความเป็นท้องถิ่นของอาหาร	16	294	80	5	5	3.78	มาก
	4.00	73.50	20.00	1.25	1.25		
คุณภาพของอาหาร	3	252	137	6	2	3.62	มาก
	0.75	63.00	34.25	1.50	0.50		
ความสะอาดของอาหาร	3	258	127	10	2	3.62	มาก
	0.75	64.50	31.75	2.50	0.50		
รสชาติของอาหาร	3	260	119	16	2	3.62	มาก
	0.75	65.00	29.75	4.00	0.50		
ราคาของอาหารมีความเหมาะสม	4	183	168	35	10	3.34	ปานกลาง
	1.00	45.75	42.00	8.75	2.50		
คุณภาพการบริการในร้านอาหาร	6	128	249	15	2	3.30	ปานกลาง
	1.50	32.00	62.25	3.75	0.50		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.55	มาก

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านสินค้าและของที่ระลึก							
สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์	6	274	120	-	-	3.72	มาก
	1.50	68.50	30.00				
ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์	-	263	136	1	-	3.66	มาก
		65.75	34.00	0.25			
สินค้าที่ระลึกมีความโดดเด่นและ	8	242	150	-	-	3.64	มาก
น่าสนใจ	2.00	60.50	37.50				
ราคามีความเหมาะสม	2	266	118	6	8	3.62	มาก
	0.50	66.50	29.50	1.50	2.00		
คุณภาพของผลิตภัณฑ์	-	236	161	3	-	3.58	มาก
		59.00	40.25	0.75			
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.64	มาก

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์							
มัคคุเทศก์มีจิตสำนึกในการบริการ	6	328	66	-	-	3.85	มาก
และช่วยเหลือนักท่องเที่ยว	1.50	82.00	16.50				
มัคคุเทศก์มีความรู้และการให้ข้อมูล	3	330	65	2	-	3.83	มาก
ข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว	0.75	82.50	16.25	0.50			
มัคคุเทศก์มีความสามารถและทักษะ	4	312	83	1	-	3.80	มาก
ในการให้บริการ	1.00	78.00	20.75	0.25			
มัคคุเทศก์ให้การบริการลูกค้าอย่าง	4	314	80	2	-	3.80	มาก
ถูกต้องและเท่าเทียมกัน	1.00	78.50	20.00	0.50			
มัคคุเทศก์มีความสุภาพ มีน้ำใจและมี	4	306	88	2	-	3.78	มาก
มนุษยสัมพันธ์ที่ดี	1.00	76.50	22.00	0.50			
ราคาการนำเที่ยวมีความเหมาะสม	3	239	146	10	2	3.58	มาก
	0.75	59.75	36.50	2.50	0.50		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.77	มาก

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
ด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว							
การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย	1	319	73	4	3	3.78	มาก
	0.25	79.75	18.25	1.00	0.75		
การนำเสนอข้อมูลข่าวสารกระชับ	2	238	150	4	6	3.56	มาก
เพียงพอเข้าใจได้ง่าย	0.50	59.50	37.50	1.00	1.50		
การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมีหลายช่องทาง	1	238	137	19	5	3.53	มาก
	0.25	59.50	34.25	4.75	1.25		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.62	มาก
ด้านคมนาคมขนส่ง							
การเข้าถึงแขวงใต้สะดวกและปลอดภัย	5	322	69	3	1	3.82	มาก
	1.25	80.50	17.25	0.75	0.25		
การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวสะดวกสบาย	4	305	83	7	1	3.76	มาก
	1.00	76.25	20.75	1.75	0.25		

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
คมนาคมทางเรือสะดวกสบาย	3	292	97	6	2	3.72	มาก
	0.75	73.00	24.25	1.50	0.50		
อัตราการขนส่งมีความเหมาะสม	2	264	90	23	21	3.51	มาก
	0.50	66.00	22.50	5.75	5.25		
คมนาคมทางบกสะดวกสบาย	2	204	186	3	5	3.49	มาก
	0.50	51.00	46.50	0.75	1.25		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.66	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก							
สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว	-	261	139	-	-	3.65	มาก
		65.25	34.75				
การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง	-	224	162	14	-	3.52	มาก
		56.00	40.50	3.50			
การสื่อสาร สัญญาณมือถือ/อินเทอร์เน็ต	-	252	105	18	25	3.46	มาก
		63.00	26.25	4.50	6.25		

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต	-	202	57	4	137	2.81	ปานกลาง
		50.50	14.25	1.00	34.25		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.36	ปานกลาง
ด้านความปลอดภัย							
ความปลอดภัยด้านที่พักอาศัย	-	344	44	12	-	3.83	มาก
		86.00	11.00	3.00			
ระบบการขนส่งสาธารณะมีความปลอดภัย	-	320	66	9	5	3.75	มาก
		80.00	16.50	2.25	1.25		
มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว	-	302	81	12	5	3.70	มาก
		75.50	20.25	3.00	1.25		
ความปลอดภัยในการขนส่ง	-	300	77	20	3	3.69	มาก
		75.00	19.25	5.00	0.75		
ความปลอดภัยด้านทรัพย์สิน	-	262	127	10	1	3.63	มาก
		65.50	31.75	2.50	0.25		

ตาราง 14 (ต่อ)

ข้อความ	ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยุวชนชาวไทย (n=400)					ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด		
เส้นทางในการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย	-	267	119	10	4	3.62	มาก
		66.75	29.75	2.50	1.00		
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม						3.70	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมด้านความพึงพอใจ						3.64	มาก

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย ประชาชนลาว

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านต่าง ๆ ในแขวงจำปาสัก ครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล สังคม เศรษฐกิจกับความสัมพันธ์ด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลการศึกษามีดังนี้

1. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงในแขวงจำปาสัก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายมีส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสัก มากกว่าเพศหญิง ดังนั้นเพศจึงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 5.971 ค่า Sig 0.015 สำหรับปัจจัยด้านอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพข้าราชการมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ จึงกล่าวได้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติค่า Chi-square เท่ากับ 13.026 ค่า Sig 0.011 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านรายได้ก็พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่า 16.493 บาท มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสัก มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 16.493 บาท จึงกล่าวได้ว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 33.912, ค่า Sig .006

สำหรับปัจจัยด้านอายุ สถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดในตาราง 15

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านเพศ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 จากตาราง 15 เห็นได้ว่า เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักมากกว่าเพศชายอาจเนื่องมาจากว่าเพศหญิงเป็นเพศที่รอบรู้เรื่องการจับจ่ายซื้อของมากกว่าเพศชาย ซึ่งเป็นที่ไว้วางใจของเพศชาย มาตลอดและมอบหมายให้ป็นผู้ดูแลเรื่องการจับจ่ายในครอบครัวอีกด้วย ทั้งนี้ผลการวิจัยยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพข้าราชการ ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และประกอบอาชีพพนักงาน

รัฐวิสาหกิจ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักมากกว่านักศึกษาเนื่องจากโดยปกติแล้ว นักศึกษาฯ ยังไม่มีรายได้เป็นของตนเองต้องอาศัยเงินจากผู้ปกครองดังนั้นอำนาจในการจับจ่ายซื้อของจึงมีน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพมั่นคง นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวมักจะมากับบริษัททัวร์จึงเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่นักท่องเที่ยวซึ่งเป็นนักศึกษามีการใช้จ่ายน้อยกว่านั่นเอง สำหรับผลการวิจัยที่เกี่ยวกับตัวแปรด้านรายได้นั้นพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำมีแนวโน้มในการใช้จ่ายซื้อสิ่งของต่างๆ ในแขวงจำปาสักสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ทั้งนี้อาจเนื่องจากสินค้าในแขวงจำปาสักมีราคาค่อนข้างถูกตามคุณภาพสินค้า ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยนั้นมีอำนาจในการตัดสินใจซื้อสินค้าเหล่านั้นได้ง่ายและมากยิ่งขึ้นซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงนั้นจะคำนึงถึงคุณภาพของสินค้าตลอดชีพหรือตราของสินค้าเป็นส่วนใหญ่จึงเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้มีรายได้สูงมีการกังวลและการตัดสินใจซื้อสินค้าน้อยลงนั่นเอง ซึ่งสอดคล้องกับ สุกลักษณ์ ปลอดภัย (2550) ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวประเทศเยอรมนีของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพฯ ที่พบว่า เพศ และอาชีพ ที่แตกต่างกันมีพฤติกรรมการไปเที่ยวประเทศเยอรมนีของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ในด้านจำนวนวันและด้านค่าใช้จ่ายในการไปท่องเที่ยวประเทศเยอรมนีในแต่ละครั้ง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 15 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวง		Chi-square	Sig.
	จำปาสักต่อ/ครั้ง/คน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
เพศ				
ชาย	137 (34.25)	111 (27.75)	5.871*	0.015
หญิง	65 (16.25)	87 (21.75)		
อายุ				
น้อย	132 (33.00)	142 (35.50)	1.881 ^{ns}	0.170

ตาราง 15 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวง		Chi-square	Sig.
	จำปาสักต่อ/ครั้ง/คน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
มาก	70 (17.50)	56 (14.00)		
สถานภาพสมรส				
โสด/หม้าย	92 (23.00)	81 20.25	.875 ^{ns}	0.349
สมรส	110 (27.50)	117 (29.25)		
ระดับการศึกษา			.540 ^{ns}	0.463
ต่ำกว่าปริญญาตรี	48 (12.00)	41 (10.25)		
ปริญญาตรีขึ้นไป	154 (38.50)	157 (39.25)		
อาชีพ				
ข้าราชการ	71 (17.75)	80 (20.00)	13.026 *	0.011
พนักงานบริษัทเอกชน	40 (10.00)	43 (10.75)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	26 (6.50)	34 (8.50)		
นักเรียน / นักศึกษา	43 (10.75)	17 (4.25)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	26 (6.50)	34 (8.50)		

ตาราง 15 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวง จำปาสักต่อ/ครั้ง/คน (n=400)		Chi- square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
รายได้				
ต่ำ	91 (22.75)	113 (28.25)	5.782 *	0.016
สูง	111 (27.75)	85 (21.25)		
สถานภาพในครัวเรือน				
หัวหน้าครัวเรือน	134 (33.50)	133 (33.25)	.031 ^{ns}	0.859
สมาชิกในครัวเรือน	68 (17.00)	65 (16.25)		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
น้อย	136 (34.00)	128 (32.00)	.320 ^{ns}	0.572
มาก	66 (16.50)	70 (17.50)		

2. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของแขวงในแขวงจำปาสัก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ตาราง 15) ซึ่งการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเดินทางด้วยรถทัวร์ตลอดการเดินทางจึงไม่มีค่าใช้จ่ายไปยังแหล่งท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวบางกลุ่มก็เดินทางด้วยรถ

ส่วนตัวและรถเช่าซึ่ง ค่าใช้จ่ายรวมอยู่ในค่าเช่าอยู่แล้วที่สำคัญแหล่งท่องเที่ยวก็อยู่ไม่ไกลจากตัวเมืองมากนักทำให้ค่าใช้จ่ายไม่แพงอยู่ในราคาที่นักท่องเที่ยวพร้อมรับได้

ตาราง 16 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวง		Chi-square	Sig.
	จำปาสัก/ต่อคน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
เพศ				
ชาย	196 (49.00)	52 (13.00)	.088 ^{ns}	0.767
หญิง	122 (30.50)	30 (7.50)		
อายุ				
น้อย	218 (54.50)	56 (14.00)	.002 ^{ns}	0.964
มาก	100 (25.00)	26 (6.50)		
สถานภาพสมรส				
โสด/หม้าย	141 (35.25)	32 (8.00)	.750 ^{ns}	0.386
สมรส	177 (44.25)	50 (12.50)		
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	71 (7.75)	18 (4.50)	.005 ^{ns}	0.942
ปริญญาตรีขึ้นไป	247 (61.75)	64 (16.00)		

ตาราง 16 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่ง		Chi-square	Sig.
	ท่องเที่ยว/ต่อคน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
อาชีพ				
ข้าราชการ	115 (28.25)	36 (9.00)	2.141 ^{ns}	0.710
พนักงานบริษัทเอกชน	50 (12.50)	10 (2.50)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	37 (9.25)	9 (2.25)		
นักเรียน / นักศึกษา	66 (16.50)	17 (4.25)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50 (12.50)	10 (2.50)		
รายได้				
ต่ำ	155 (38.75)	49 (12.25)	3.164 ^{ns}	0.075
สูง	163 (40.75)	33 (8.25)		
สถานภาพในครัวเรือน				
หัวหน้าครัวเรือน	215 (53.75)	52 (13.00)	.517 ^{ns}	0.472
สมาชิกในครัวเรือน	103 (25.75)	30 (7.50)		

ตาราง 16 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่ง		Chi-square	Sig.
	ท่องเที่ยว/ต่อคน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
น้อย	207 (51.75)	57 (14.25)	.567 ^{ns}	0.451
มาก	111 (7.75)	25 (6.25)		

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการพักผ่อนในแขวงจำปาสัก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการพักผ่อนในแขวงจำปาสักของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ การศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนในแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศชายมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนมากกว่าเพศหญิง อาจเนื่องจากว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นเพศชาย และเพศชายเป็นเพศที่ชอบความเป็นส่วนตัวและความสะดวกสบาย ดังนั้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศชายจึงชอบแยกห้องนอนคนเดียวซึ่งต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพราะ ไม่รวมอยู่ในแพ็คเกจทัวร์ ฉะนั้นเพศชายจึงมีค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนมากกว่าเพศหญิง ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 15.737 ค่า Sig 0.000 สำหรับปัจจัยด้านรายได้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำมีค่าใช้จ่ายในการพักผ่อน มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงอาจเนื่องมาจากว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำมีการพักผ่อนมากกว่าสามวันขึ้นไปโดยที่นักท่องเที่ยวที่รายได้สูงพักผ่อนในแขวงจำปาสักแค่สามวันตามที่แพ็คเกจทัวร์กำหนดไว้ ดังนั้นค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำจึง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 4.168 ค่า Sig 0.041 ส่วนปัจจัยระดับการศึกษา ก็พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดำกว่าระดับปริญญาตรีเนื่องจากว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปมีอาชีพที่มั่นคงและผู้ประกอบอาชีพข้าราชการมีศักยภาพด้านการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 4.608 ค่า Sig 0.032

สำหรับปัจจัยด้านอายุ อาชีพสถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนในเขวงจำป่าสัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดใน (ตาราง 17)

ตาราง 17 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้จ่ายในการพักผ่อนในเขวงจำป่าสัก

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการพักผ่อน/คน/คืน (n=361)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
เพศ				
ชาย	160 (44.25)	51 (14.25)	15.737 ^{ns}	0.00
หญิง	84 (23.25)	66 (18.25)		
อายุ				
น้อย	162 (44.75)	84 (23.25)	1.063 ^{ns}	0.303
มาก	82 (22.75)	33 (9.25)		
สถานภาพสมรส				
โสด/หม้าย	100 (27.75)	56 (15.25)	1.525 ^{ns}	0.217
สมรส	144 (39.75)	61 (16.25)		
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	62 (17.25)	18 (5.00)	4.608*	0.032
ปริญญาตรีขึ้นไป	182 (50.25)	99 (27.50)		

ตาราง 17 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการพักผ่อน/คน/คืน (n=400)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
อาชีพ				
ข้าราชการ	83 (23.00)	45 (12.50)	4.959 ^{ns}	0.292
พนักงานบริษัทเอกชน	42 (11.00)	11 (3.00)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	30 (8.25)	12 (3.25)		
นักเรียน / นักศึกษา	50 (13.75)	30 (8.25)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39 (10.75)	19 (5.25)		
รายได้				
ต่ำ	118 (32.75)	70 (19.25)	4.168*	0.041
สูง	126 (34.75)	47 (13.25)		
สถานภาพในครัวเรือน				
หัวหน้าครัวเรือน	164 (45.25)	75 (20.75)	.342 ^{ns}	0.559
สมาชิกในครัวเรือน	80 (22.25)	42 (11.75)		

ตาราง 17 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการพักผ่อน/ต่อคน (n=400)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
น้อย	160 (44.25)	77 (21.25)	.002 ^{ns}	0.964
มาก	84 (23.25)	40 (11.25)		

4. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการรับประทานอาหารใน แขวงจำปาสัก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร การใช้จ่ายในการรับประทานอาหารพบว่า ปัจจัยด้าน อายุ และรายได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุน้อยกว่า 34 ปี ลงมาใช้จ่ายในการรับประทานอาหารมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 34 ปี ขึ้นไป เพราะว่าอายุนักท่องเที่ยวในช่วงนี้เป็นวัยรวมเอากลุ่มนักศึกษาอยู่ด้วยการเรียนรู้ และแสวงหาความรู้ ประสบการณ์ในด้านรสชาติของอาหาร การซื้อมากขึ้นเป็นเหตุให้มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 34 ปีขึ้นไป ดังนั้นอายุจึงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติค่า Chi-square เท่ากับ 10.306 ค่า Sig 0.001 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านรายได้ก็เช่นเดียวกัน พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงเนื่องจากว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 34 ปี ลงมาเป็นจำนวนมาก และนักท่องเที่ยวที่นอนอยู่ในกลุ่มนี้ประกอบไปด้วยนักศึกษาที่ยังไม่มีรายได้ที่แน่นอนและก็ยังค้างค่านั้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำจึงมีค่าใช้จ่ายมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ดังนั้นรายได้จึงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อครั้งต่อคนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 16.790 ค่า Sig .000

สำหรับปัจจัยด้าน เพศ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือนไม่ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อครั้งต่อคนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดใน (ตาราง 18)

ตาราง 18 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้จ่ายในการรับประทานอาหารในแขวงจำปาสัก

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร/ ต่อ/คน (n=361)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
เพศ				
ชาย	53 (13.25)	99 (24.75)	3.513 ^{ns}	0.061
หญิง	110 (27.50)	138 (34.50)		
อายุ				
น้อย	97 (24.25)	177 (44.24)	10.306 *	0.001
มาก	66 (16.50)	60 (15.00)		
สถานภาพสมรส				
โสด/หม้าย	70 (17.50)	103 (25.75)	.010 ^{ns}	0.919
สมรส	93 (23.25)	134 (33.50)		
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	44 (11.00)	45 (11.25)	3.579 ^{ns}	0.059
ปริญญาตรีขึ้นไป	119 (29.75)	192 (48.00)		

ตาราง 18 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร/ ต่อคน (n=400)		Chi- square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
อาชีพ				
ข้าราชการ	55 (13.75)	96 (24.00)	7.910 ^{ns}	0.095
พนักงานบริษัทเอกชน	32 (8.00)	28 (7.00)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	23 (5.75)	23 5.75		
นักเรียน / นักศึกษา	29 (7.25)	54 (13.50)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	24 (6.00)	36 (9.00)		
รายได้				
ต่ำ	63 (15.75)	141 (35.25)	16.790*	0.00
สูง	100 (25.00)	96 (24.00)		
สถานภาพในครัวเรือน				
หัวหน้าครัวเรือน	104 (26.00)	163 (40.75)	1.076 ^{ns}	0.300
สมาชิกในครัวเรือน	59 (14.75)	74 (18.50)		

ตาราง 18 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร/ ต่อคน (n=400)		Chi- square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
น้อย	110 (27.50)	154 (38.50)	.270 ^{ns}	0.603
มาก	53 (13.25)	83 (20.75)		

5. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก พบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อาชีพ รายได้และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นเพศหญิงมีส่วนค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกมากกว่าเพศชายเพราะเพศหญิงเป็นเพศที่ขึ้นชื่อเรื่องการจับจ่ายอยู่แล้วจึงทำให้มีการจับจ่ายซื้อของที่ระลึกไปฝากเพื่อนร่วมงาน และญาติพี่น้องจึงไม่แปลกที่เพศหญิงมีค่าใช้จ่ายมากกว่าเพศชาย ดังนั้นเพศจึงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 8.143 ค่า Sig 0.004 เมื่อพิจารณาปัจจัยด้านรายได้ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยมีค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง เพราะว่ามีข้อมูลในครั้งนี้นักศึกษาอยู่ด้วยซึ่งยังไม่มีรายได้ที่แน่นอนแต่มีกำลังซื้อมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงเพราะเป็นวัยรุ่นชอบมีการสะสมของที่ระลึกและซื้อไปฝากเพื่อนเป็นจำนวนมากทำให้ค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น จึงกล่าวได้ว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการจับจ่ายซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 5.549 ค่า Sig 0.018 ส่วนปัจจัยด้านอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ ข้าราชการมีค่าใช้จ่ายซื้อของที่ระลึก มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพอื่น ๆ เพราะอาชีพ ข้าราชการเป็นอาชีพที่มีเพื่อนร่วมงานมากบวกกับนิสัยของคนไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวไหนต้องมีของติดไม้ติดมือไปฝากคนในครอบครัวหรือเพื่อนร่วมงานอยู่เสมอ จึงกล่าวได้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวจึงมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในจับจ่ายซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 11.067 ค่า Sig 0.026

สำหรับปัจจัยด้าน อายุ สถานภาพในครัวเรือน อาชีพ และสถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับที่ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดใน (ตาราง 19)

ตาราง 19 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกต่อคน (n=361)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
เพศ				
ชาย	166 (41.50)	82 (20.50)	8.143*	0.004
หญิง	80 (20.00)	72 (18.00)		
อายุ				
น้อย	173 (43.25)	101 (25.25)	986 ^{ns}	0.321
มาก	73 (18.2)	53 (13.25)		
สถานภาพสมรส				
โสด/หม้าย	143 (35.755)	84 (21.00)	496 ^{ns}	0.481
สมรส	103 (25.75)	70 (7.50)		
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	57 (14.25)	32 (8.00)	.313 ^{ns}	0.576

ตาราง 19 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกต่อคน		Chi-square	Sig.
	(n=400)			
	ต่ำ	สูง		
ปริญญาตรีขึ้นไป	189 (47.25)	122 (30.50)		
อาชีพ				
ข้าราชการ	87 (21.75)	64 (16.00)	11.067*	0.026
พนักงานบริษัทเอกชน	43 (10.75)	17 (4.25)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	35 (8.75)	11 (2.75)		
นักเรียน / นักศึกษา	51 (12.75)	32 (8.00)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	30 (7.50)	30 (7.50)		
รายได้				
ต่ำ	114 (28.50)	90 (22.50)	5.549*	0.018
สูง	132 (33.00)	64 (16.00)		
สถานภาพในครัวเรือน				
หัวหน้าครัวเรือน	169 42.25	98 24.50	1.094 ^{ns}	0.296
สมาชิกในครัวเรือน	77 19.25	56 14.00		

ตาราง 19 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกต่อคน (n=400)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
น้อย	173	91	5.327 ^{ns}	0.091
	43.25	22.75		
มาก	73	63		
	18.25	15.75		

6. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจำปา สัก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดในตาราง (ตาราง 20)

ตาราง 20 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวเชิงจำปาสัก

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวต่อคน (n=400)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
เพศ				
ชาย	153	95	.680 ^{ns}	0.410
	(38.25)	(23.75)		

ตาราง 20 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวต่อคน (n=400)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
หญิง	100 (25.00)	52 (13.00)		
อายุ				
น้อย	172 (43.00)	102 (25.50)	.085 ^{ns}	0.771
มาก	81 (20.25)	45 (11.25)		
สถานภาพสมรส				
โสด/หม้าย	151 (37.75)	76 (19.00)	2.414 ^{ns}	0.120
สมรส	102 (25.50)	71 (17.75)		
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	55 (13.75)	34 8.50	.104 ^{ns}	0.747
ปริญญาตรีขึ้นไป	198 (49.50)	113 (28.25)		
อาชีพ				
ข้าราชการ	97 24.25	54 (13.50)	2.766 ^{ns}	0.598
พนักงานบริษัทเอกชน	39 (9.75)	21 (5.25)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	24 (6.00)	22 (5.50)		

ตาราง 20 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวต่อคน (n=400)		Chi-square	Sig.
	ต่ำ	สูง		
นักเรียน / นักศึกษา	54 (13.50)	29 (7.25)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	39 (9.75)	21 (5.25)		
รายได้				
ต่ำ	126 (31.50)	78 (19.50)	.395 ^{ns}	0.530
สูง	127	69		
สถานภาพในครัวเรือน				
หัวหน้าครัวเรือน	167 (41.75)	100 (25.00)	.171 ^{ns}	0.679
สมาชิกในครัวเรือน	86 (21.50)	47 (11.75)		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
น้อย	172 (43.00)	92 (23.00)	1.208 ^{ns}	0.272
มาก	81 (20.35)	55 (13.25)		

7. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมใช้จ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมค่าใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้าน สถานภาพในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งการวิเคราะห์ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นหัวหน้าครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายในการใช้จ่ายกิจกรรมการท่องเที่ยวมากกว่าสมาชิกในครัวเรือนเพราะว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเชิงจำปาสักผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นหัวหน้าครัวเรือน และอีกอย่างหัวหน้าครัวเรือนต้องรับภาระการใช้จ่ายของสมาชิกในครัวเรือนอยู่แล้วทำให้การใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นจึงทำหัวหน้าในครัวเรือนมีค่าใช้จ่ายมากกว่าสมาชิกในครัวเรือน ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่า ครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่า Chi-square เท่ากับ 8.143 ค่า Sig 0.004

สำหรับปัจจัยด้าน เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวเชิงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดในตาราง (ตาราง 21)

ตาราง 21 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยว

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยว		Chi-square	Sig.
	ต่อคน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
เพศ				
ชาย	172 (43.00)	102 (25.50)	1.184 ^{ns}	0.276
หญิง	81 (29.00)	45 (9.50)		
อายุ				
น้อย	197 (51.00)	68 (17.75)	707 ^{ns}	0.401
มาก	85 (22.00)	36 (9.25)		
สถานภาพสมรส				
โสด/หม้าย	114 (29.50)	51 (13.25)	2.303 ^{ns}	0.129

ตาราง 21 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในในกิจกรรมการท่องเที่ยว		Chi-square	Sig.
	ต่อคน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
สมรส	168 (43.50)	53 (13.75)		
ระดับการศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	58 (15.00)	26 (6.75)	.877 ^{ns}	0.349
ปริญญาตรีขึ้นไป	224 (58.00)	78 (20.25)		
อาชีพ				
ข้าราชการ	102 (26.50)	44 (11.50)	3.346 ^{ns}	0.502
พนักงานบริษัทเอกชน	40 (10.50)	19 (4.75)		
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	35 (9.25)	11 (2.75)		
นักเรียน / นักศึกษา	61 (15.00)	17 (4.75)		
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	44 (11.50)	13 (3.50)		
รายได้				
ต่ำ	144 (37.25)	48 (12.50)	.733 ^{ns}	0.392
สูง	138 (35.75)	56 (14.50)		

ตาราง 21 (ต่อ)

ตัวแปรต้น	ค่าใช้จ่ายในในกิจกรรมการท่องเที่ยว		Chi-square	Sig.
	ต่อคน (n=400)			
	ต่ำ	สูง		
สถานภาพในครัวเรือน				
หัวหน้าครัวเรือน	198 (51.25)	62 (16.25)	3.881*	0.049
สมาชิกในครัวเรือน	84 (21.75)	42 (10.75)		
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน				
น้อย	185 (47.75)	71 (18.50)	.242 ^{ns}	0.623
มาก	97 (25.25)	33 (8.50)		

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ

1. เพื่อบรรยายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. เพื่อระบุความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักที่มีต่อองค์ประกอบการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก
3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก ระหว่างเดือนเมษายน ถึง เดือนตุลาคม พ.ศ.2554 รวม 400 คน โดยได้ลงเก็บข้อมูลจากสถานีขนส่ง และเก็บจากสนามบินอาทิตยละ 1 ครั้ง เพราะในช่วงเดือน เมษายน ถึง เดือนสิงหาคมมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าออกแขวงจำปาสักค่อนข้างมากพอสมควร แต่การเดินทางด้วยเครื่องบินไม่ค่อยมีนักท่องเที่ยวมากนัก เพราะอยู่ในระหว่างการก่อสร้าง ดังนั้นผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางด้วยเครื่องบินจึงมีน้อยกว่าผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางด้วยรถขนส่ง เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม (questionnaires) ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (content validity) ซึ่งได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการเพื่อพิจารณาความถูกต้องตรงกับเนื้อหา และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา หลังจากนั้นทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยไปทดสอบกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นกลุ่มในการเก็บข้อมูลที่แท้จริง จำนวน 30 ราย และได้ความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ 0.83 จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์แล้วนำมาถอดรหัสจัดหมวดหมู่ แล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS (statistics package for social sciences) โดยผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล เศรษฐกิจ สังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ผลการศึกษาปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีสถานภาพสมรสแล้ว ส่วนใหญ่ จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีขึ้นไป ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 10,001-15,000 บาทต่อเดือน ประกอบอาชีพรับราชการและเป็นหัวหน้าในครัวเรือน มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ยประมาณ 3 คน

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษาลักษณะการเดินทางพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยครึ่งหนึ่งมีจำนวนผู้ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่า 30 คน โดยเดินทางมาแขวงจำปาสัก โดยใช้บริการบริษัททัวร์มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางจำนวน 2,001-3,000 บาท ซึ่งมีรูปแบบการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้บริการบริษัทรถทัวร์ตลอดการเดินทาง มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวไม่เกิน 500 บาท/วัน สำหรับการพักผ่อนนั้นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มีการพักผ่อนในแขวงจำปาสักจำนวน 3 วัน โดยพักค้างคืนที่โรงแรมมีค่าใช้จ่ายที่พักจำนวน 501-1,000 บาท/คืน ด้านอาหารส่วนใหญ่รับประทานอาหารพื้นเมืองของประเทศลาวที่โรงแรม โดยค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารจำนวน 101-150 บาท/ครั้ง/คน ด้านของที่ระลึกพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ซื้อของที่ระลึกประเภทผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน และผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว โดยซื้อของที่ระลึกไปฝากคนในครอบครัว มีค่าใช้จ่ายมากที่สุดจำนวนไม่เกิน 2,700 บาท ส่วนวัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักพบว่าผู้ให้ข้อมูลมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวเพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจมากที่สุด โดยมีกิจกรรมถ่ายรูป และชมน้ำตกมากกว่ากิจกรรมอื่น ๆ นิยมไปท่องเที่ยวที่น้ำคอนพะเพ็งมากที่สุด มีค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อคนไม่เกิน 100 บาท และมีค่าใช้จ่ายในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้งไม่เกิน 100 บาท ได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแขวงจำปาสักจากเว็บไซต์ต่างๆ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวใน แขวงจำปาสัก

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยด้านเพศ อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านอายุ สถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน ระดับการศึกษา และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน สถานภาพในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการพักผ่อนในแขวงจำปาสักของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้านเพศ การศึกษา รายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนในแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านอายุ อาชีพ สถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการพักผ่อนในแขวงจำปาสัก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร พบว่า ปัจจัยด้านอายุ และรายได้มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านเพศ อาชีพ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหารต่อครั้งต่อคน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังแสดงรายละเอียดใน (ตาราง 18)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก พบว่า ปัจจัยด้านเพศ รายได้ อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านอายุ สถานภาพในครัวเรือน อาชีพ และสถานภาพสมรส ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ระดับที่ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้

สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายในแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่า ปัจจัยด้านสถานภาพในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สำหรับปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ไม่มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักที่มีต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อปัจจัยด้านองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก โดยรวมในระดับมาก โดยมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านความปลอดภัย ด้านสินค้าและของที่ระลึก ด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ด้านที่พัก และด้านอาหาร และมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ในครั้งนี้มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

พฤติกรรมการท่องเที่ยวตามแนวความคิดของ จลองศรี พิมลสมพงษ์ (2542: 32-47) ที่กล่าวว่า เป็นการศึกษาเพื่อทราบความต้องการความจำเป็นของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคนั้นๆ การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เกี่ยวกับการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยมาแขวงจำปาสักโดยใช้บริการบริษัททัวร์ 50% เดินทางมาเป็นหมู่คณะและมากกว่า 30 คน มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาแขวงจำปาสัก 2,001-3,000 บาท ซึ่งเดินทางด้วยรถส่วนตัว ร้อยละ 17.50 พักแรมในโรงแรม ระยะเวลาในการพักแรมจำนวน 3 วัน มีค่าใช้จ่ายในการพักแรม 501-1,000 บาท มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาแขวงจำปาสัก เพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจโดยชอบไปท่องเที่ยวประเภทน้ำตกคอนพะเพ็ง กิจกรรม

หลักคือการถ่ายรูป เดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวด้วยรถทัวร์ตลอดการเดินทาง ชอบรับประทานอาหารในโรงแรม นิยมรับประทานอาหารพื้นเมืองลาว มีค่าใช้จ่ายในการรับประทานอาหาร 101-150 บาทต่อคน ชอบซื้อของที่ระลึกประเภทเครื่องเงินและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาวและซื้อไปฝากคนในครอบครัว มีค่าใช้จ่าย 501-1,000 บาท ได้รับข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวจากเว็บไซต์

จากศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก โดยรวมอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ด้านบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ด้านความปลอดภัย ด้านสินค้าและของที่ระลึก ด้านข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ด้านที่พัก และด้านอาหาร มีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านสิ่งอำนวยความสะดวก และระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อองค์ประกอบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแขวงจำปาสักได้แก่ในด้านสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่าประเด็นอื่นๆ ทั้งนี้เนื่องมาจากแขวงจำปาสักในอดีตมีนามว่า เขตแคว้นของนครกาสะจำบากนาคะบุรีลี (จำปาสัก) เป็นหนึ่งในศูนย์กลางการรวบรวมศิลปวัฒนธรรม การเมืองและเศรษฐกิจของลาวในอดีต หลายๆ ร้อยปีที่ผ่านมามีเคยเป็นแคว้นที่มีชื่อเสียงทางโบราณของสมัยขอมและเป็นดินแดนของอาณาจักรล้านช้าง ที่เต็มไปด้วยศิลปวัฒนธรรมที่เก่าแก่อุดมสมบูรณ์ไม่แพ้แขวงอื่นๆ ไม่ว่าจะในอดีตจนถึงปัจจุบันก็ยังรักษาอารยธรรมอันงดงามที่เป็นเอกลักษณ์นั้น ไว้อย่างสมบูรณ์ และเป็นสิ่งที่สนใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้จ่ายด้านต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก พบว่า ปัจจัยด้าน เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส สถานภาพในครัวเรือน จำนวนสมาชิกในครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับการใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ ของพฤติกรรมการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์เพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเป็นการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในจุดประสงค์ทางด้านอื่น ๆ ของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น แขวงจำปาสักควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านการเดินทางมาเพื่อจัดประชุมและสัมมนา

2. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับมากในด้านความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม ทางโบราณสถานที่เก่าแก่ และมนุษย์สร้างขึ้น ดังนั้น หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรมีการดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของแขวงจำปาสักไว้ ไม่ให้เกิดความเสื่อมโทรม และควรมีการดูแลรักษาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอยู่เสมอเพื่อป้องกันมิให้แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมลง

3. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจในระดับปานกลางในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก ฉะนั้นควรมีนโยบายเพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยวและด้านเทคโนโลยี เพื่อเอื้อความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น เพิ่มระบบการชำระเงินด้วยบัตรเครดิตแทนการใช้เงินสดในกรณีที่นักท่องเที่ยวพกเงินสด ไม่เพียงพอในการท่องเที่ยวเป็นต้น

4. จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงชอบซื้อของที่ระลึกประเภทเครื่องเงินและผ้าไหมลาว ดังนั้นทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกำหนดนโยบายส่งเสริมเพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการด้านของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย และนอกจากนั้นควรมีการส่งเสริมผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทอื่นๆ ให้สามารถสร้างความสนใจกับนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการทำการศึกษาและติดตามผลเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นจากการเดินทางไปท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อย่างต่อเนื่อง เพื่อนำผลที่ได้มาพัฒนา และปรับปรุงในการวางแผนการจ้ดนำเที่ยวให้มีความทันสมัยและเป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

2. ศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องคุณภาพในการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนาและปรับปรุง เพื่อให้การบริการของธุรกิจนำเที่ยวมีความเหมาะสม และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคมามากยิ่งขึ้น

3. ทำการศึกษาเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวชาวไทยเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มวัยทำงาน กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจส่วนตัว ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่เป็นประโยชน์ในการกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายแต่ละกลุ่มว่ามีพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศเช่นไร ซึ่งสามารถนำไปวางแผนการตลาดด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศเฉพาะกลุ่มของนักท่องเที่ยวได้

บรรณานุกรม

- กรณีชัย ถนอมกุล. 2547. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงพุทธของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัด
สกลนคร. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- กระทรวงการต่างประเทศ กรมเอเชียตะวันออก. 2554. “สัมมนาปีการท่องเที่ยวลาวและงาน
นิทรรศการลาวแฟร์”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.eastasiawatch.in.th/article.php>. (28 กุมภาพันธ์ 2554).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547. “ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี-เจ้าพระยา-
แม่โขง”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา <http://www.tat.or.th>. (18 กุมภาพันธ์ พ.ศ.
2554).
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. “ยุทธศาสตร์การตลาด”. [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา
<http://www.tat.or.th>. (18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2554).
- กุลธน ธนาพงศธร. 2532. ประโยชน์และการบริการ. พิมพ์ครั้งที่ 7. นนทบุรี: สำนักพิมพ์
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- จรัสนันท์ สิทธิเจริญ. 2550. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวในภาคเหนือของนักท่องเที่ยวชาวไทย.
เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิราพร วีระหงส์. 2538. ความพึงพอใจของประชาชนต่อระบบและกระบวนการให้บริการของ
กรุงเทพมหานคร: ศึกษากรณีสำนักงานเขตคลองเต้. กรุงเทพฯ: ภาคนิพนธ์ปริญญา
โท, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: คณะ
มนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรชัย ไทยทา. 2547. ความพึงพอใจของประชาชนที่ใช้บริการสถานีขนส่งผู้โดยสาร. กรุงเทพฯ:
คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เดชา ไต้สูงเนิน. 2543. การบริหารจัดการการท่องเที่ยวเกษตร กรณีศึกษา บ้านม่วงคำ อำเภอ
แมริม จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ธงชัย สันติวงษ์. 2524. พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- _____. 2546. การวางแผนเชิงกลยุทธ์. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- ธีรวัฒน์ บุคตะ โยธี. 2551. ความพึงพอใจและพฤติกรรมของนักเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเมืองโบราณ
จังหวัดสมุทรปราการ. กรุงเทพฯ: สารนิพนธ์สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- ชาญวิทย์ เกษตรศิริ. 2540. วิถีไทย: การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: โครงการวิถึ
ทรรศน์.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. 2544. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 3. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
_____. 2546. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 4. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- นิคม จารุมณี. 2539. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียน
สโตร์ การพิมพ์.
- นิตา ชัชกุล. 2550. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- นิตาส อะมีนี. 2549. พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัดนนทบุรี.
ขอนแก่น: บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
_____. 2550. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของประชาชนในจังหวัด
นนทบุรี. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย. 2539. ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาว
ไทย. เชียงใหม่: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. 2543. การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญชม ศรีสะอาด. 2535. การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ชมรมเด็ก.
- ปริญญ์ ถักนิทานนท์. 2544. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ทิปป์
พอยท์.
- ปรีชา แดงโรจน์. 2544. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ: ฟิวแอนด์โพร์
พรีนติ้ง.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540. วิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7.
กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษาและจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ประสานมิตร.
- ลักขณา พัฒน์คำ. 2550. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนอุทยาน
แห่งชาติไทร่มเย็น อำเภอบ้านนาสาร จังหวัดสุราษฎร์ธานี. พิษณุโลก: วิทยานิพนธ์

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโรงแรมและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัย
นเรศวร.

วิมล จิโรพันธุ์. 2548. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: แสงดาว การพิมพ์.

ศศิรัตน์ ลองประเสริฐ. 2552. พฤติกรรมและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการบริหาร
จัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตลาดร้อยปีสามชุก สุพรรณบุรี. พระนครศรีอยุธยา:
วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

ศักดิ์ สุนทรเสณี. 2531. เจตคติ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์รุ่งวัฒนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.

_____. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงแห่งธุรกิจ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์, รัชนีพงศ์ วงษาโรจน์ และคณะ. 2549. การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การ
ท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทยผ่านช่องเม็กไปยังจำปาสัก สปป.
ลาว. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว).

ศรีเรือน ทองใหญ่. 2546. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยว: กรณีศึกษาอุทยาน
แห่งชาติ เขาสก. ขอนแก่น: วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
จัดการ, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุกัลกษณ์ ปลอดโปร่ง. 2550. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการไปท่องเที่ยวต่างประเทศของ
ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย
ศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร.

สมหมาย ชินนาค. 2550. การศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตลาวใต้เพื่อการเชื่อมโยงกับแหล่ง
ท่องเที่ยวเชิงพื้นที่ในเขตอีสานใต้. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
(สกว).

สิริกมล ก้นทะวัง. 2553. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน
อำเภอปาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. เชียงใหม่: การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สุเทพ อุทยาพงศ์. 2536. ความพึงพอใจของผู้เข้ารับบริการฝึกอบรมอาชีพต่อกิจกรรมบริการศูนย์
สงเคราะห์และฝึกอาชีพสตรีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดศรีสะเกษ. กรุงเทพฯ:
ภาคนิพนธ์ปริญญาโท คณะพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

เสรี วงษ์มณฑา. 2542. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ไคมอน อิน บิซซิเนส เวิร์ล.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2543. การจัดซื้อ. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Davidson, Rob. 1995. **Tourism**. 2nd Ed. Singapore: Longman Group Limited.

Khan, Mahmood A., Olsen, Michael D. and Var, Turge. 1993. **VNR'S Encyclopedia of hospitality and tourism**. New York: Van Nostrand Reinold.

Mill, Robert Christie and Morrison, Alastair M. 1992. **The Tourism System: An introductory Text**. 2nd Ed. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Mill, Robert Christie. 1990. **Tourism The international business**. New Jersey: Prentice Hall.

Tourism best write. 2011. [Online]. Available <http://www.bestwitted.com/?cat=345>. (16 February 2011).

Yamane, Taro. 1967. **Statistics: An Introductory Analysis**. 2nd Ed. New York: Harper and Row.



ภาคผนวก



ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์

แบบสอบถาม

สำหรับงานวิจัยเพื่อควบคุมความสมบูรณ์แห่งปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการ
นันทนาการและการท่องเที่ยว คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่

เรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตย
ประชาชนลาว

ผู้วิจัย Mr.Khatsaphone Razkhanti

เลขที่แบบสอบถาม.....

คำชี้แจง

1. แบบสอบถามนี้ผู้วิจัยใช้รวบรวมข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวง
จำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
2. แบบสอบถามมีทั้งหมด 3 ตอนดังนี้
 - ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวใน
แขวงจำปาสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
 - ตอนที่ 2 รายละเอียดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำป
าสัก สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว
 - ตอนที่ 3 แบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ผู้วิจัยขอขอบคุณทุกท่านเป็นอย่างสูง ในการให้ข้อมูลกับผู้วิจัยครั้งนี้จนเสร็จสิ้น
ผลการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในแขวงจำปาสัก สาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว” จะก่อให้เกิดประโยชน์แก่เจ้าหน้าที่และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผล
การศึกษาในครั้งนี้จะถูกเก็บไว้เป็นความลับและผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลในภาพรวมเท่านั้น

.....

ตอนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล

โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ตามความเป็นจริงและโปรดกรอรายละเอียดลงในช่องว่าง

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ ปี

3. สถานภาพสมรส

โสด

สมรส

หม้าย

หย่าร้าง

4. สถานภาพในครัวเรือน

หัวหน้าครัวเรือน

สมาชิกในครัวเรือน

5. การศึกษา

ต่ำกว่ามัธยมศึกษา

ปริญญาตรี

มัธยมศึกษา

ปริญญาโท

อนุปริญญา หรือ ปวส.

ปริญญาเอก

อื่นๆ ระบุ.....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ด้านการเดินทาง

1. ท่านเดินทางมายังแขวงจำปาสักด้วยวิธีใด
 - เดินทางโดยเครื่องบิน
 - เดินทางโดยใช้บริการบริษัททัวร์
 - เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว
 - เดินทางโดยรถโดยสาร
 - เดินทางโดยรถเช่า
 - อื่นๆ ระบุ.....
2. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักของท่าน.....บาท
3. รูปแบบการเดินทางของท่านในการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวครั้งนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
 - เดินทางโดยใช้บริการบริษัททัวร์ตลอดการเดินทาง
 - เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว
 - เดินทางโดยรถโดยสาร
 - เดินทางโดยรถจักรยานยนต์
 - เดินทางโดยเรือ
 - เดินทางโดยรถเช่า
 - อื่นๆ ระบุ.....
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อวันของท่าน
..... บาท
5. ท่านมีผู้ร่วมเดินทางหรือไม่
 - ไม่มี (ข้ามไปตอบข้อ 9)
 - มี จำนวนคน

6. ผู้ร่วมเดินทางของท่านในครั้งนี้คือ

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> คนในครอบครัว | <input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน |
| <input type="checkbox"/> คนรัก | <input type="checkbox"/> บุคคลร่วมเดินทางกับบริษัททัวร์ |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> ญาติ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

ด้านที่พักแรม

7. ท่านพักแรมในเชิงจำปาสักหรือไม่

- | | |
|--|---------------------------------|
| <input type="checkbox"/> ไม่ (ข้ามไปตอบข้อ 13) | <input type="checkbox"/> พักแรม |
|--|---------------------------------|

8. ท่านพักแรมในเชิงจำปาสักเป็นระยะเวลา.....วัน

9. รูปแบบที่พักที่ท่านใช้บริการ

- | | |
|--|-----------------------------------|
| <input type="checkbox"/> โรงแรม | <input type="checkbox"/> โฮมสเตย์ |
| <input type="checkbox"/> เกสต์เฮาส์ | <input type="checkbox"/> รีสอร์ท |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

10. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการพักแรมต่อคืน ต่อคน บาท

ด้านอาหาร

11. ในระหว่างการท่องเที่ยวในเชิงจำปาสัก ท่านรับประทานอาหารในสถานที่ใด

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ภัตตาคาร | <input type="checkbox"/> ร้านอาหารทั่วไป |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหารของรีสอร์ท | <input type="checkbox"/> ร้านอาหารของโรงแรม |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหารในแหล่งท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> ร้านอาหารของโฮมสเตย์ |
| <input type="checkbox"/> ร้านอาหารในตลาด | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

12. ชนิดอาหารที่ท่านรับประทานในระหว่างการท่องเที่ยวที่เชิงจำปาสัก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> อาหารไทย | <input type="checkbox"/> อาหารพื้นเมืองของประเทศลาว |
| <input type="checkbox"/> อาหารเวียดนาม | <input type="checkbox"/> อาหารฝรั่งเศส |
| <input type="checkbox"/> อาหารจีน | <input type="checkbox"/> อาหารประเภท Fast Food |
| <input type="checkbox"/> อาหารกึ่งสำเร็จรูปประเภทบะหมี่ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

13. ท่านมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการรับประทานอาหารต่อครั้งต่อคน..... บาท

ด้านของที่ระลึก

14. ท่านจับจ่ายซื้อของที่ระลึกประเภทใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลาว | <input type="checkbox"/> ผลิตภัณฑ์เครื่องเงิน |
| <input type="checkbox"/> สินค้าพื้นเมือง | <input type="checkbox"/> เสื้อผ้า |
| <input type="checkbox"/> สินค้าประเภทของชำร่วยชิ้นเล็ก | <input type="checkbox"/> ของที่ระลึกที่เป็นสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> งานหัตถกรรม | <input type="checkbox"/> ของใช้ |
| <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... | |

15. บุคคลที่ท่านซื้อของที่ระลึกไปฝาก

- | | |
|---------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> คนในครอบครัว | <input type="checkbox"/> แฟน |
| <input type="checkbox"/> เพื่อน | <input type="checkbox"/> เพื่อนร่วมงาน |
| <input type="checkbox"/> ญาติ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

16. ค่าใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึก..... บาท

17. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมายังแขวงจำปาสักในครั้งนี้ (เรียงลำดับ 5 อันดับแรก)

- เพื่อความเพลิดเพลินหรือพักผ่อนหย่อนใจ
- เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ในวัฒนธรรม เช่น อาหาร คนตรี กีฬา การเดินร่ำ เป็นต้น
- เพื่อส่งเสริมสุขภาพ
- เพื่อแข่งขันหรือชมกีฬา
- เพื่อธุรกิจ ประชุมสัมมนา ติดต่องาน
- เพื่อหาความรู้และประสบการณ์ด้านประวัติศาสตร์ เช่น ชมโบราณสถานต่างๆ
- เพื่อศึกษาชาติพันธุ์มนุษย์ เช่น เยี่ยมชมหมู่บ้านชาวเขา หมู่บ้านชนบท
- เพื่อสัมผัสและใกล้ชิดสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น เทียวป่าเขา ชมสัตว์ป่า เป็นต้น
- เพื่อเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง เพื่อน
- อื่นๆ ระบุ

18. ท่านได้รับข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแขวงจำปาสักจากแห่งใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> คำแนะนำจากญาติหรือเพื่อน | <input type="checkbox"/> เว็บไซต์ต่างๆ |
| <input type="checkbox"/> แผ่นพับ | <input type="checkbox"/> สื่อวิทยุ/โทรทัศน์ |
| <input type="checkbox"/> สื่อพิมพ์ | <input type="checkbox"/> การประชาสัมพันธ์ของแขวงจำปาสัก |
| <input type="checkbox"/> โฆษณาในหนังสือท่องเที่ยว | <input type="checkbox"/> โฆษณาในงานนิทรรศการท่องเที่ยว |
| <input type="checkbox"/> บริษัททัวร์ | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

19. สถานที่ท่องเที่ยวที่ท่านได้ไป (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> น้ำตกคอนพะเพ็ง | <input type="checkbox"/> น้ำตกห้วยสี |
| <input type="checkbox"/> น้ำตกผาส้วม | <input type="checkbox"/> น้ำตกตาดเอียง |
| <input type="checkbox"/> น้ำตกตาดฟาน | <input type="checkbox"/> คอนคอน – คอนเคด |
| <input type="checkbox"/> วัดสะเค็ดเจ้าบุญอุ้ม | <input type="checkbox"/> ชมทิวทัศน์วัดพูจำปาสักเมืองโบราณ |
| <input type="checkbox"/> สถานที่ท่องเที่ยวในเมือง | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

20. ค่าใช้จ่ายของท่านในสถานที่ท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อคนต่อแห่ง..... บาท

21. กิจกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยว (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ)

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> ชมน้ำตกและป่าเขา | <input type="checkbox"/> ชมวัด โบราณสถาน และพิพิธภัณฑ |
| <input type="checkbox"/> นั่งเรือ | <input type="checkbox"/> เดินป่า |
| <input type="checkbox"/> ชิมช้าง | <input type="checkbox"/> เดินห้างสรรพสินค้า และจับจ่ายซื้อของ |
| <input type="checkbox"/> ถ่ายรูป | <input type="checkbox"/> อื่นๆ ระบุ..... |

22. ค่าใช้จ่ายของท่านในการประกอบกิจกรรมท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง บาท

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงแวงจำปาสัก

คำชี้แจง แบบวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงแวงจำปาสัก เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น ท่านมีอิสระในการให้คะแนนตามความเห็นและความรู้สึกของตนเอง ว่าข้อความต่อไปนี้มีความสอดคล้องกับความคิดเห็นของท่านมากน้อยเพียงใด ให้ท่านเขียนเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างที่ท่านพิจารณาว่าตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความ	ระดับ				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
สถานที่ท่องเที่ยว						
1	ท่านพึงพอใจในความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในแวงจำปาสักในระดับใด					
2	ท่านพึงพอใจในความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในแวงจำปาสักในระดับใด					
3	ท่านพึงพอใจในความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ในแวงจำปาสักในระดับใด					
4	ท่านพึงพอใจในความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นในแวงจำปาสักในระดับใด					
ที่พักแรม						
1	ที่พักแรมมีความหลากหลายให้เลือก					
2	ความสะดวกในการจองล่วงหน้า					
3	ที่พักแรมมีคุณภาพในการบริการ					
4	ความสะดวกในการชำระเงิน					
5	การส่งเสริมการตลาดมีหลากหลาย					

6	คุณภาพของที่พักรแรม					
7	ราคาที่พักแรมมีความเหมาะสม					
ด้านอาหาร						
1	คุณภาพของอาหาร					
2	ความสะอาดของอาหาร					
3	รสชาติของอาหาร					
4	ความเป็นท้องถิ่นของอาหาร					
5	คุณภาพการบริการในร้านอาหาร					
6	ราคาของอาหารมีความเหมาะสม					
สินค้าและของที่ระลึก						
1	คุณภาพของผลิตภัณฑ์					
2	ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์					
3	สินค้าที่ระลึกมีความเป็นเอกลักษณ์					
4	สินค้าที่ระลึกมีความโดดเด่นและน่าสนใจ					
5	ราคามีความเหมาะสม					
บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์						
1	มัคคุเทศก์มีความสามารถและทักษะในการให้บริการ					
2	มัคคุเทศก์มีความสุภาพ มีน้ำใจและมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี					
3	มัคคุเทศก์ให้การบริการลูกค้าอย่างถูกต้องและเท่าเทียมกัน					
4	มัคคุเทศก์มีจิตสำนึกในการบริการและช่วยเหลือนักท่องเที่ยว					
5	มัคคุเทศก์มีความรู้และการให้ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยว					
6	ราคาการนำเที่ยวมีความเหมาะสม					
ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว						
1	การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารได้ง่าย					

2	การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารมีหลายช่องทาง					
3	การนำเสนอข้อมูลข่าวสารกระชับและเพียงพอ					
คมนาคนขนส่ง						
1	คมนาคนทางบกสะดวกสบาย					
2	คมนาคนทางเรือสะดวกสบาย					
3	การเข้าถึงแขวงใต้สะดวกและปลอดภัย					
4	การเข้าถึงสถานที่ท่องเที่ยวสะดวกสบาย					
5	อัตราการคมนาคนขนส่งมีความเหมาะสม					
สิ่งอำนวยความสะดวก						
1	การอำนวยความสะดวกในการเข้าออกเมือง					
2	สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว					
3	การสื่อสาร สัญญาณมือถือ/อินเทอร์เน็ต					
4	บริการรับชำระเงินด้วยบัตรเครดิต					
ความปลอดภัย						
1	ความปลอดภัยในการขนส่ง					
2	ความปลอดภัยด้านที่พักอาศัย					
3	ความปลอดภัยด้านทรัพย์สิน					
4	มีเจ้าหน้าที่ดูแลความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยว					
5	เส้นทางในการท่องเที่ยวมีความปลอดภัย					
6	ระบบการขนส่งสาธารณะมีความปลอดภัย					

ขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน



ภาคผนวก ข

ภาพแหล่งท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก



ภาพผนวก 1 แหล่งท่องเที่ยววน้ำตกคอนพะเพ็ง



ภาพผนวก 2 แหล่งท่องเที่ยววน้ำตกห้วยศรี



ภาพผนวก 3 แหล่งท่องเที่ยวปราสาทหินวัดพูจำปาสัก



ภาพผนวก 4 แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์วังสะเค็ดเจ้าบุญอุ้ม



ภาพผนวก 5 แหล่งท่องเที่ยววน้ำตกผาส้วม



ภาพผนวก 6 แหล่งท่องเที่ยววน้ำตกเขื่อง



ภาพผนวก 7 แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกตาดฟาน



ภาพผนวก 8 ทำกำปั่นสมัยฝรั่งเศสปกครองลาว



ภาคผนวก ก

ประวัติผู้วิจัย

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล	Mr. Kkatsaphone Razkhanti	
เกิดเมื่อ	1 พฤษภาคม 2520	
ภูมิลำเนา	บ้าน โพนสะอาดเมืองปากเซ แขวงจำปาสัก ประเทศลาว	
ประวัติการศึกษา	พ.ศ. 2526	ประถมศึกษา ปากเซ เมืองปากเซ แขวงจำปาสัก
	พ.ศ. 2531	มัธยมตอนปลายโพนชัย
	พ.ศ. 2534	มัธยมตอนปลายปากเซ
	พ.ศ. 2537	ประกาศนียบัตรครูชั้นสูงภาษาอังกฤษ
	พ.ศ. 2549	ปริญญาตรี สาขาศึกษาศาสตร์ภาษาอังกฤษ
	พ.ศ. 2550	เรียนภาษาเวียดนามที่ประเทศเวียดนาม 1 ปี
ประวัติการทำงาน	พ.ศ. 2552	ปริญญาโท สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ และการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ จังหวัดเชียงใหม่
	พ.ศ. 2541	อาจารย์ โรงเรียนมัธยมเมืองโขง แขวงจำปาสัก
	พ.ศ. 2544	อาจารย์ โรงเรียนมัธยมตอนปลายเมืองปากช่อง แขวงจำปาสัก
	พ.ศ. 2551	อาจารย์ วิทยาลัยเทคนิควิชาชีพอากเซ