

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องคุณฐิติพนธ์ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน  
ชื่อผู้เขียน นางสาวนীরนาท แก้วประเสริฐ  
ชื่อปริญญา ปรัชญาคุณฐิติพนธ์  
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์  
ปีการศึกษา 2549

### คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณฐิติพนธ์

1. รองศาสตราจารย์ ดร. วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตนโกมุท
3. นายสันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์

การวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาบทบาทของภาครัฐบาล และภาคเอกชนในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน และศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน และหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนให้สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ เหล่านั้น เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีระยะเวลาวันพักและใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้น ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) สำหรับการศึกษารวมถึงบทบาทของภาครัฐบาลในการส่งเสริมไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน และข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยข้อมูลปฐมภูมิแบ่งออกเป็น การศึกษาบทบาทของภาคเอกชนในการส่งเสริมไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน ออกแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน 3 กลุ่ม คือกลุ่มธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก และกลุ่มธุรกิจสายการบิน และการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

10 สัญชาติ จำนวน 634 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอย  
พหุแบบขั้นตอน (stepwise regression analysis)

ผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า ภาครัฐบาลมีบทบาทนำทั้งในกรอบความร่วมมือ  
ในการส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับอินโดจีนโดยผ่านทางโครงการเศรษฐกิจ  
ความร่วมมือในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-regional Economic  
Cooperation--GMS-EC) และโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูและเป็น  
ศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน สำหรับภาคเอกชนเองยังมีส่วนร่วมค่อนข้างน้อยใน  
การให้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในโครงการ GMS-EC และโครงการส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวไทยให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน ยังต้องอาศัยการชี้แนะและการส่งเสริม  
สนับสนุนของภาครัฐบาลอยู่ ดังนั้น ในการศึกษาี้แนะนำให้ภาครัฐบาลและภาคเอกชน  
ร่วมมือกันศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว และเส้นทางเชื่อมโยง  
ระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมได้มีการพัฒนา  
และมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกันกำหนดกลยุทธ์ศาสตร์เพื่อสร้างความสามารถใน  
การแข่งขันในตลาดโลก เพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการบริการให้สอดคล้องกับลักษณะของ  
ภูมิภาค และประการสำคัญคือต้องสร้างความร่วมมือกันทำการตลาดและเร่งส่งเสริมการ  
ทำประชาสัมพันธ์ร่วมกันให้มากขึ้น

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวผ่านประเทศไทย  
ไปสู่ประเทศในอินโดจีน พบว่า ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง  
ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน คือ เพศ อายุ อาชีพ รสนิยม ระยะเวลาที่กำหนดใน  
การพักผ่อน ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร รายได้ สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูล  
การท่องเที่ยว ความปลอดภัย แรงจูงใจในการท่องเที่ยวไทย เส้นทางการบิน ธุรกิจนำเที่ยว  
และมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และรูปแบบการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการ  
ทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย สำหรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่  
เดินทางทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนนั้นพบว่า ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของ  
นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและอินโดจีน คือ เพศ อายุ อาชีพ  
การศึกษา สถานภาพสมรส รสนิยม ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ค่าที่พัก

ค่าอาหาร รายได้ สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อิน โดจีน ความปลอดภัย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจ โรงแรมที่พัก รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย

สำหรับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากประโยชน์การเป็นประตูสู่อิน โดจีนนั้น ในระดับพหุภาคีเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน ในระดับทวิภาคีเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างประเทศไทยและกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม และในการจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ โดยการนำผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อิน โดจีน รวมทั้งนำผลการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน มาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว



634 foreign tourists-from ten nationalities at all-who traveled to Indochina. In-depth interviews were used to collect the data from this sample and a stepwise regression analysis was made to analyze the data.

Overall, it was found that the public sector played a leading role in the Greater Mekong Subregional Economic Cooperation (GMS-EC) and in the promotion of Thailand as a tourist hub and as the gateway to Indochina. On the other hand, the private sector participated in tourism promotion at a rather low level and still needed guidance and support from the public sector. Accordingly, it was recommended that the public sector, in collaboration with the private sector, conduct a feasibility study regarding the development of tourist attractions and roads linking them together. Also, SME entrepreneurs should be promoted and educated with regard to tourism so that they would participate in establishing strategies to compete in the world market and so that they would develop their services in harmony with the characteristics of the region. In particular, cooperation is needed in the fields of marketing and public relations.

The analysis of the demand on the part of foreign tourists who visited Indochina merely indicated that the factors that bore a significant relationship to their demand were gender, age, occupation, preference, length of vacation time, air fare, the cost of accommodation, food expenses, income, tourist attractions, access to tourist information, safety, resistance to traveling in Thailand, flight routes, tour operators and guide businesses, food and beverage businesses and forms of traveling. The findings were in line with the previous literature and the research hypotheses. On the other hand, the factors

bearing a significant correlation with the demand of foreign tourists who intended to travel both in Thailand and Indochina were as follows: gender, age, occupation, education, marital status, taste, length of vacation time, the cost of accommodation, food expense, income, tourist attractions, access to tourist information, awareness of the Thailand-Indochina tourism promotion, safety, the tour and guide business, the food and beverage business, the hospitality business, forms of traveling, and traveling experience. Again, the findings were in line with the previous literature and the research hypotheses.

The following measures were recommended to promote Thailand as a tourist hub and the gateway to Indochina. At the multilateral level, emphasis should be placed tourism promotion and on Thailand-Indochina package sales by building alliances with the countries of Indochina. At a bilateral level, an effort should be made to reach out to the target groups of tourists overseas. Lastly, the results of this study should be used as a guideline for the promotion of tourism.