



อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน

นิรนาท แก้วประเสริฐ

คุษฎีนิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง  
เป็นสาระสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา

ปรัชญาคุษฎีบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์)

ปีการศึกษา 2549

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ISBN 974-09-2745-9

FOREIGN TOURISTS' DEMAND REGARDING  
TRAVELING TO INDOCHINA

NEERANAT KAEWPRASERT

A DISSERTATION PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY  
IN FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS  
FOR THE DEGREE OF DOCTOR OF PHILOSOPHY  
(ECONOMICS)

2006

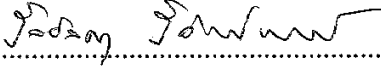
COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

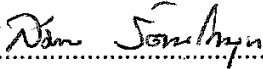
ISBN 974-09-2745-9

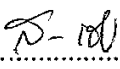
ชื่อเรื่องคุณิพนธ์ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน

ชื่อผู้เขียน นางสาวนันทา แก้วประเสริฐ

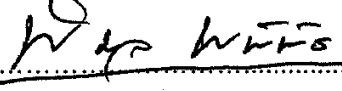
คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณิพนธ์

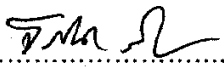
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. วลัยศดา วิวัฒน์พนชาติ)

.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตนโกมุท)

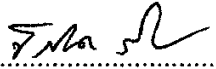
.....กรรมการ  
(นายสันติชัย เอื้องประสิทธิ์)

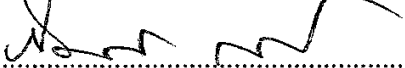
มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้คุณิพนธ์ฉบับนี้เป็นสาระสมบูรณ์ของการศึกษาตามหลักสูตร  
ปริญญาปรัชญาคุษิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์ (เศรษฐศาสตร์)

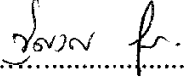
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุทธิพิธ)


.....รักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการโครงการปรัชญา  
(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร. จิรโชค วีระสย) คุษิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์


คณะกรรมการสอบคุณิพนธ์

.....ประธานกรรมการ  
(ศาสตราจารย์พิเศษ ดร. จิรโชค วีระสย)

.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. กิริมย์ จันถาวร)

.....กรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิติวัติ ชัยวัฒน์)

.....กรรมการ  
(ดร. เทคชาย ช่วยบำรุง)

.....กรรมการ ผู้แทนจากคณะกรรมการบริหาร  
(รองศาสตราจารย์คิม ไชยแสนสุข) โครงการปรัชญาคุษิบัณฑิตทางสังคมศาสตร์

## กิตติกรรมประกาศ

คุณุฎินิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความรักความเมตตากรุณาอย่างยิ่งจาก ครูผู้ให้ทั้งสามท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ ประธานกรรมการ ที่ปรึกษาคุณุฎินิพนธ์ ครูผู้ให้ความรู้ ให้โอกาส ให้ความคิดเต็มเต็มสติปัญญา ให้ชีวิตใน เส้นทางวิชาการ แก่ผู้วิจัยด้วยความรักความเมตตาประดุจผู้วิจัยเป็นลูกคนหนึ่ง และครู ผู้ให้อีกสองท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตนโกมุท และนายสันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ กรรมการที่ปรึกษาคุณุฎินิพนธ์ ซึ่งครูทั้งสามท่าน ได้ให้คำปรึกษา คำแนะนำ แนวคิดในการวิเคราะห์ ตลอดจนตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความ รักและความเอาใจใส่สม่ำเสมออย่างดีมาก เพื่อให้คุณุฎินิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านไว้เป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

นอกจากนี้คุณุฎินิพนธ์ฉบับนี้ยังได้รับความกรุณาจากคณะกรรมการสอบคุณุฎินิพนธ์ในการสัมมนาเชิงปฏิบัติการครั้งที่ 1-4 อันประกอบด้วย นายดำรง แสงแก้วเลิศ รองศาสตราจารย์ ดร. พุทธกาล รัชชรร ดร. ละเอียด ศิลา น้อย และโดยเฉพาะอย่างยิ่ง รองศาสตราจารย์ ดร. คณิต ไช่มุกด์ ครูผู้มีอุปการคุณแก่ผู้วิจัย รวมทั้งคณะกรรมการ สอบป้องกันคุณุฎินิพนธ์ อันประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร. ภิรมย์ จันถาวร ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จูติวดี ชัยวัฒน์ ดร. เทิดชาย ช่วยบำรุง และรองศาสตราจารย์ คิม ไชยแสนสุข ที่ได้กรุณาสละเวลามาให้คำชี้แนะ แนวคิดในการวิเคราะห์ ตลอดจน การตรวจทานแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้คุณุฎินิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านไว้เป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอกราบขอบพระคุณด้วยความซาบซึ้งอย่างยิ่งต่อคุณพ่อมณี แก้วประเสริฐ และ คุณแม่เบญจวรรณ แก้วประเสริฐ ผู้เป็นแรงบันดาลใจในการศึกษาต่อในระดับปริญญาเอก และเป็นผู้สนับสนุนช่วยเหลือด้านการเงินและกำลังใจที่ดีมากตลอดระยะเวลาในการศึกษา และการทำคุณุฎินิพนธ์ รวมทั้งขอกราบขอบพระคุณด้วยความซาบซึ้งอย่างยิ่งต่อคุณอา อภิสัทธ สัทธ โชค และคุณอาจิราภา สัทธ โชค ผู้มีอุปการคุณแก่ผู้วิจัย และเป็นผู้กระตุ้น และมอบกำลังใจที่ดีมากตลอดระยะเวลาในการศึกษา



ขอกราบขอบพระคุณมหาวิทยาลัยรามคำแหงที่ได้ให้โอกาสผู้วิจัยได้ศึกษาในระดับปริญญาเอก รองศาสตราจารย์สมนึก เอื้อจิระพงษ์พันธ์ รองอธิการบดีฝ่ายบริหาร มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ผู้เป็นกำลังสำคัญในการผลักดันให้มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ สนับสนุนด้านการเงินบางส่วนในการทำคุษฎีนิพนธ์ ดร. โฆษะ อารีธา คณบดีสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ผู้ให้โอกาสและเวลาในการดำเนินการตามขั้นตอนของการส่งเล่มคุษฎีนิพนธ์ และมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ผู้สนับสนุนด้านการเงินบางส่วนในการทำคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้

ขอขอบคุณผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และขอขอบคุณหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องทุกท่านในการเก็บข้อมูลคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ทั้งที่ได้เอ่ยนามและไม่ได้เอ่ยนาม ณ ที่นี้

ขอขอบคุณ ดร. กฤษญา เสกตระกูล คุณมาลินี เสกตระกูล คุณสามารถ โทศรีแก้ว คุณพรขจี โทศรีแก้ว คุณศิริลักษณ์ ปโกฎิประภา คุณยงยศ ครุคำ คุณอัศวัตร์ เจียมไชยศรี คุณอุษาวรรณ คู่อรุณ คุณวรพจน์ ช่างปั้น พันตำรวจตรีมารุต แก้วประเสริฐ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณเกษรา สิทธิโชค คุณชิตติมา สิทธิโชคและคุณเชาว์วิทย์ ระฆังทอง ที่คอยให้ความช่วยเหลือแก่ผู้วิจัยด้วยดีเสมอมา ตลอดระยะเวลาในการศึกษาและการทำคุษฎีนิพนธ์

คุณค่าและประโยชน์อันพึงได้จากคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณของบิดา มารดา ครูอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพยิ่ง และขออุทิศกุศลกรรมที่พึงได้จากคุษฎีนิพนธ์ฉบับนี้แก่ เจ้ากรรมนายเวรของผู้วิจัย ครอบครัว และเด็กชายภาสพงศ์ กนกเกียรติกุล

นිරนาท แก้วประเสริฐ

## บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องคุณฉันทิพนธ์ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน

ชื่อผู้เขียน นางสาวนันทาท แก้วประเสริฐ

ชื่อปริญญา ปรัชญาคุณฉันทิพนธ์

สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์

ปีการศึกษา 2549

คณะกรรมการที่ปรึกษาคุณฉันทิพนธ์

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

การวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาบทบาทของภาครัฐบาล และภาคเอกชนในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน และศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน และหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ 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-อินโดจีน ความปลอดภัย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจ โรงแรมที่พัก รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย

สำหรับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนนั้น ในระดับพหุภาคีเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ในระดับทวิภาคีเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างประเทศไทยและกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม และในการจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ โดยการนำผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน รวมทั้งนำผลการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน 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 on 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.

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(7)
กิตติกรรมประกาศ.....	(10)
สารบัญตาราง.....	(15)
สารบัญภาพประกอบ.....	(23)
<b>บทที่</b>	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	9
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	18
ขอบเขตของการศึกษา.....	18
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	20
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	25
2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	26
ทฤษฎีแนวคิด และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	26
ทฤษฎีอุปสงค์.....	28
แนวความคิดเกี่ยวกับความยืดหยุ่นของอุปสงค์.....	30
แนวความคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว.....	32
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลก.....	36
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ.....	45
งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือหรือการรวมกลุ่มทาง เศรษฐกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	59



งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเทศในอินโดจีน .....	60
บทบาทของภาครัฐบาลไทยในการส่งเสริมประเทศไทยเป็น ประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน.....	61
3. ระเบียบวิธีการศึกษา .....	70
แหล่งข้อมูล.....	72
วิธีการศึกษา.....	75
กรอบแนวความคิดในการศึกษา.....	78
สมมติฐานในการศึกษา.....	84
การคาดคะเนความสัมพันธ์ของตัวแปร.....	85
นิยามเชิงปฏิบัติการ .....	92
แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา.....	98
เครื่องมือการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	112
การวิเคราะห์และการประมวลผล.....	114
4 ผลการศึกษา.....	115
การดำเนินงานของภาครัฐบาลและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยว สู่อินโดจีน.....	115
การพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว .....	236
ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางสู่ประเทศไทยในอินโดจีน .....	245
5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ .....	300
ศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อ 1 ศึกษาการดำเนินงานของ ภาครัฐบาลและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ในการส่งเสริมไทย เป็นประตูสู่อินโดจีน.....	302

ศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ ประเทศในอินโดจีน.....	310
การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 แนวทางในการส่งเสริม การท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีน.....	339
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา.....	347
ข้อเสนอแนะของการศึกษาในอนาคต.....	349
<b>ภาคผนวก</b>	
ก แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	351
ข แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาอังกฤษ).....	356
ค แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาจีน).....	363
ง แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาญี่ปุ่น).....	368
จ แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาเกาหลี).....	375
ฉ อัตราแลกเปลี่ยนตามประกาศของธนาคารกลางสหรัฐฯ.....	383
ช ราชานามผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ตอบ แบบสอบถาม.....	390
บรรณานุกรม.....	393
ประวัติผู้เขียน.....	421

## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 การเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวและสินค้าส่งออกที่สำคัญ ของประเทศไทย พ.ศ. 2538-2547 .....	6
2 คุณภาพการท่องเที่ยว คุณภาพค่าบริการ พ.ศ. 2536-2547.....	9
3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน.....	16
4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำแนกตามจุดหมายปลายทางใน แต่ละภูมิภาค.....	38
5 ประเทศจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวเดินทาง ไปเยือนสูงสุด 10 ลำดับ...	39
6 จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวเดิน ทางไปเยือนสูงสุด 10 ลำดับใน ค.ศ. 1998-2003 .....	40
7 รายรับจากการท่องเที่ยวของประเทศจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยว เดินทางไปเยือนสูงสุด 10 ลำดับใน ค.ศ. 1995-2002 .....	41
8 รายได้จากกิจกรรมภาคบริการกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายใน ประเทศสเปน ค.ศ. 1995-2003.....	42
9 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในตลาดแสงแดด ทราายและทะเลใน ค.ศ. 2003.....	43
10 แผนการดำเนินงานไปสู่การเป็นตลาดเดียวของโครงการ GMS-EC สาขาการท่องเที่ยว .....	63
11 โครงการและความก้าวหน้าในการดำเนินงานในการส่งเสริมการเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.....	68
12 จำนวนตัวอย่างการสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแยก ตามสัญชาติที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในอิน โดจีน พ.ศ. 2545.....	74
13 ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟาของแต่ละมาตรวัดที่ใช้เป็น เครื่องมือวิจัย.....	113

ตาราง	หน้า
14 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ .....	120
15 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ ในแต่ละประเภทธุรกิจ .....	121
16 การรับทราบ การมีส่วนร่วม และประโยชน์ที่ได้รับของผู้ประกอบการ ธุรกิจด้านต่าง ๆ จากโครงการ GMS-EC.....	123
17 ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจด้านต่าง ๆ ต่อการที่ประเทศไทย จะเป็นประตูและศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อิน โดจีน .....	125
18 การมีส่วนร่วมและประโยชน์จากการพัฒนาต่อธุรกิจด้านต่าง ๆ .....	128
19 ลักษณะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสู่ประเทศในอิน โดจีน จำแนก ตามสัญชาตินักท่องเที่ยว.....	131
20 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางจำแนกตามประเทศปลายทาง .....	132
21 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย จำแนกตาม ประเทศต้นทาง.....	133
22 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมากัมพูชา จำแนกตามประเทศต้นทาง.....	134
23 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาสปป. ลาว จำแนกตาม ประเทศต้นทาง .....	135
24 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเวียดนาม จำแนกตาม ประเทศต้นทาง .....	136
25 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย จำแนกตามอายุและ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง.....	137
26 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมากัมพูชา จำแนกตามอายุและ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง.....	138
27 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา สปป. ลาว จำแนกตามอายุและ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง.....	139

ตาราง	หน้า
28 วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเวียดนาม จำแนกตามอายุและ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง.....	139
29 ลักษณะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอิน โดจีน จำแนกตามเพศ และสถานภาพสมรส.....	140
30 นักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอิน โดจีน จำแนกตามอายุ .....	141
31 นักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอิน โดจีน จำแนกตามอาชีพ .....	141
32 นักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอิน โดจีน จำแนกตามการศึกษา .....	142
33 นักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอิน โดจีน จำแนกตามรสนิยม .....	143
34 นักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอิน โดจีน จำแนกตามระยะเวลาที่กำหนด ในการพักผ่อน .....	144
35 จำนวน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระยะ เวลาที่กำหนดในการพักผ่อน จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว.....	145
36 ลักษณะในการเดินทาง จำแนกตามสัญชาติ.....	146
37 ประเภทของการเดินทาง จำแนกตามสัญชาติ .....	147
38 จำนวนครั้งที่เดินทางมายังประเทศปลายทาง .....	147
39 จำนวน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ และ ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีน และท่องเที่ยวทั้ง ประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว....	149
40 ปัจจัยความคั่งคั่งใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย กัมพูชา สปป. ลาว และ เวียดนาม .....	166
41 การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศปลายทาง .....	169
42 ระดับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของประเทศปลายทาง .....	170
43 การรับทราบข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อิน โดจีน (กรณีท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน) .....	171

ตาราง	หน้า
44 การรับทราบข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (กรณีท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน) .....	171
45 การรับทราบข้อมูลเส้นทางบินอื่น ๆ สู่ประเทศในอินโดจีนโดยไม่ผ่าน ประเทศไทย .....	172
46 ปัจจัยที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวใช้เส้นทางการบินที่ผ่านประเทศไทย .....	172
47 แรงต้านในการท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีท่องเที่ยวเฉพาะประเทศ ในอินโดจีน) .....	173
48 ความพอใจของนักท่องเที่ยวในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวใน ประเทศปลายทาง.....	175
49 จำนวนวันพักในประเทศปลายทาง.....	177
50 ความปรารถนาในการเดินทางมาเยือนอีกครั้งจำแนกตามประเทศ ปลายทาง.....	178
51 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในกัมพูชา.....	184
52 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชา.....	186
53 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในสปป. ลาว .....	187
54 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนค่าใช้จ่ายรวมใน สปป. ลาว.....	188
55 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในเวียดนาม.....	189
56 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนาม .....	191
57 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในประเทศ ในอินโดจีน.....	193
58 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศ ในอินโดจีน.....	195
59 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักประเทศใน อินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชีย.....	196

ตาราง	หน้า
60 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศใน อินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย .....	197
61 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในประเทศใน อินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย .....	198
62 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศใน อินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย .....	199
63 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อระยะ เวลาวันพักทั้งหมด .....	201
64 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศ ไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน .....	203
65 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อระยะ เวลาวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่มาจาก ประเทศในทวีปเอเชีย.....	204
66 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศ ไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย.....	206
67 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อระยะ เวลาวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มา จากประเทศในทวีปเอเชีย .....	207
68 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศ ไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของ นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย .....	209
69 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	210

ตาราง	หน้า
70 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศ ไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของ นักท่องเที่ยวยุโรป.....	212
71 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	213
72 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	214
73 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	215
74 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	217
75 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	218
76 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	219
77 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	221
78 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	222
79 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวยุโรป.....	223



80 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ .....	224
81 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย .....	225
82 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย.....	227
83 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี .....	228
84 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี.....	230
85 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน.....	230
86 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน .....	232
87 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา.....	233
88 การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา.....	235
89 ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้.....	237
90 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคา.....	239

ตาราง	หน้า
91 ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาของสินค้าชนิดอื่น.....	243
92 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวกับพущา.....	245
93 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวสปป. ลาว.....	246
94 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม.....	247
95 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือก ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน.....	248
96 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจาก ประเทศในเอเชีย.....	250
97 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในเอเชีย.....	251
98 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวม.....	252
99 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจาก ประเทศในเอเชีย.....	254
100 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจาก ประเทศในเอเชีย.....	255
101 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน.....	256
102 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....	257
103 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน.....	258
104 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน.....	260
105 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส.....	261
106 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ.....	262
107 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย.....	263
108 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี.....	264
109 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน.....	265
110 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา.....	266
111 อัตราแลกเปลี่ยนตามประกาศของธนาคารกลางสหรัฐอเมริกา.....	384

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 โครงสร้างบทที่ 1.....	2
2 รายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2536-2547.....	3
3 รายได้จากการท่องเที่ยวเกี่ยวกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ พ.ศ. 2536-2547 .....	4
4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย พ.ศ. 2540-2547	10
5 โครงสร้างบทที่ 2.....	27
6 การทำงานและการพักผ่อน .....	32
7 การบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว.....	34
8 ความสัมพันธ์ระหว่างการไปท่องเที่ยวที่ซิดนีย์ และนิวยอร์ก .....	35
9 โครงสร้างบทที่ 3.....	71
10 กรอบแนวความคิด 1 ภาพรวมการศึกษา อุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่อิน โดจีน.....	79
11 กรอบแนวความคิด 2 การดำเนินงานของภาครัฐบาลและการมี ส่วนร่วมภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อิน โดจีน ..	80
12 กรอบแนวความคิด 3 ภาพรวมการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวสู่ประเทศในอิน โดจีน.....	81
13 กรอบแนวความคิด 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทาง.....	82
14 กรอบแนวความคิด 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอิน โดจีน.....	83
15 โครงสร้างบทที่ 4.....	116

ภาพ	หน้า
16 โครงสร้างบทที่ 5.....	301
17 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั่วภูมิภาค.....	317
18 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวสปป. ลาว.....	318
19 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม.....	319
20 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน....	320
21 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะ ในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย.....	321
22 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย.....	322
23 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน.....	323
24 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย.....	324
25 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย.....	325
26 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวจีน.....	326
27 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....	327
28 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน.....	328
29 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน.....	329

ภาพ	หน้า
30 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส .....	330
31 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ .....	331
32 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย .....	332
33 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี .....	333
34 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน .....	334
35 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา .....	335

# บทที่ 1

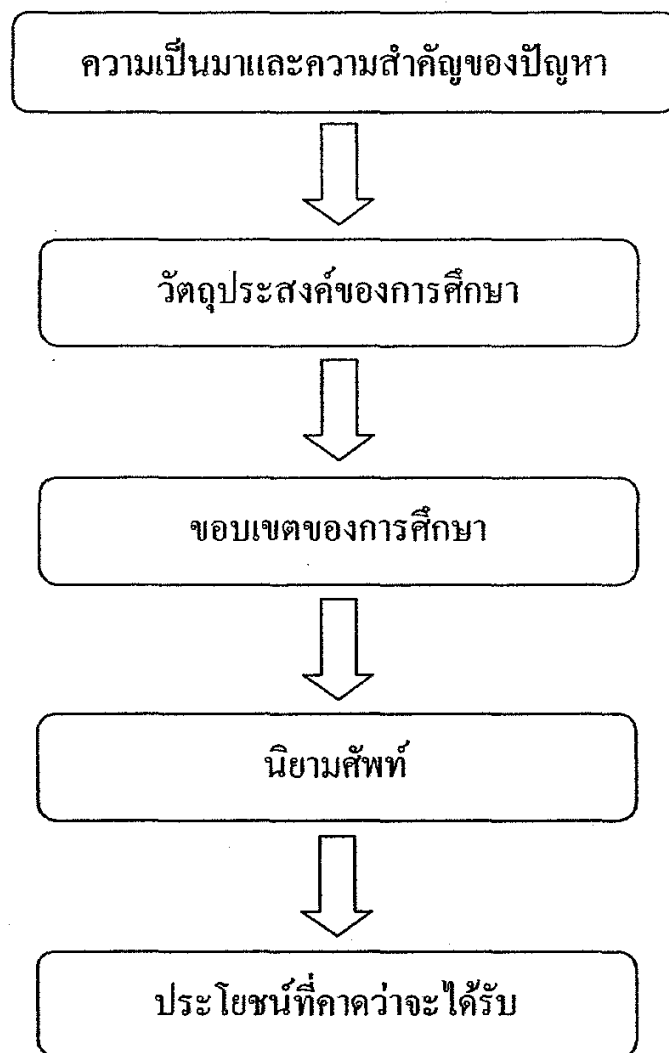
## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มนุษย์ใช้แสวงหาความสุขความสำราญ และความพึงพอใจจากการได้พบเห็นกับสิ่งต่าง ๆ ที่แตกต่างไปจากวิถีการดำรงชีวิตของตนในอดีตมนุษย์จะเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่มีความศิวิไลซ์ หรือทันสมัยกว่าถิ่นกำเนิดของตน แต่ต่อมาการท่องเที่ยวได้มีการหลั่งไหลไปสองลักษณะ คือ การเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่มีการพัฒนามากกว่า และการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งที่มีการพัฒนาน้อยกว่า สำหรับจุดดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวคือ ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยวทั้งที่ธรรมชาติหรือมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้นตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน รวมถึงวิถีการดำรงชีวิตของประชากรซึ่งแตกต่างกันในทั่วโลก และสิ่งดึงดูดใจอื่น ๆ (World Tourism Organization, 2001)

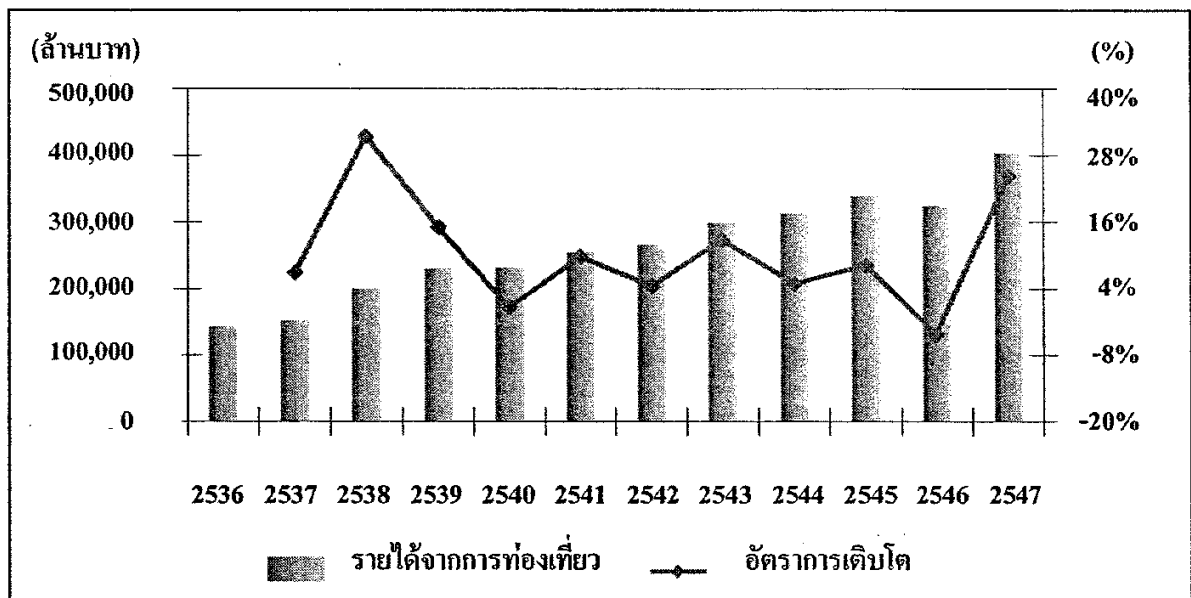
ประมาณ 10 ปีสุดท้ายของศตวรรษที่ 20 (ประมาณ ค.ศ. 1990) เศรษฐกิจและสังคมโลกได้มีการปรับเปลี่ยนเข้าสู่ยุค โลกาภิวัตน์ (globalization) ทำให้ความเป็นนานาชาติได้แพร่หลายไปทั่วโลก และระบบเศรษฐกิจของทั้งประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนาได้เข้าสู่ระบบเศรษฐกิจแบบใหม่ (new economy หรือ digital economy) ส่งผลให้คุณลักษณะนักท่องเที่ยวยุคใหม่ ใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการแสวงหาข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการบริการที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับความต้องการรายบุคคล (personalized genie) เพื่อแสวงหาสาระบันเทิง แทนความบันเทิง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548ก, หน้า 6) ดังนั้น อาจกล่าวได้ว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวในปัจจุบันจึงมิใช่เพื่อความบันเทิงเท่านั้น แต่เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้ที่มีคุณค่าทั้งทางวิชาการคือ ศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย และทางนิเวศวิทยา เช่น ความงดงามของ

ธรรมชาติในภูมิภาคต่าง ๆ เป็นต้น (World Tourism Organization, 2002) และองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization--WTO) ได้ประมาณอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวของโลกระหว่าง พ.ศ. 2543-2553 เท่ากับร้อยละ 4.2 คาดคะเนอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเท่ากับร้อยละ 7.7 สำหรับประเทศไทย WTO ได้คาดการณ์ว่าจะมีอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวร้อยละ 7.8 (World Tourism Organization, 2000)



ภาพ 1 โครงสร้างบทที่ 1

สำหรับประเทศไทยการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้ถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2519, หน้า 240-245; 2524, หน้า 83-85; 2529, หน้า 228; 2534, หน้า 55; 2539, หน้า 90-94; 2544, หน้า 94-96) และในการร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548ก, หน้า 8) ได้มีการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้เช่นกัน

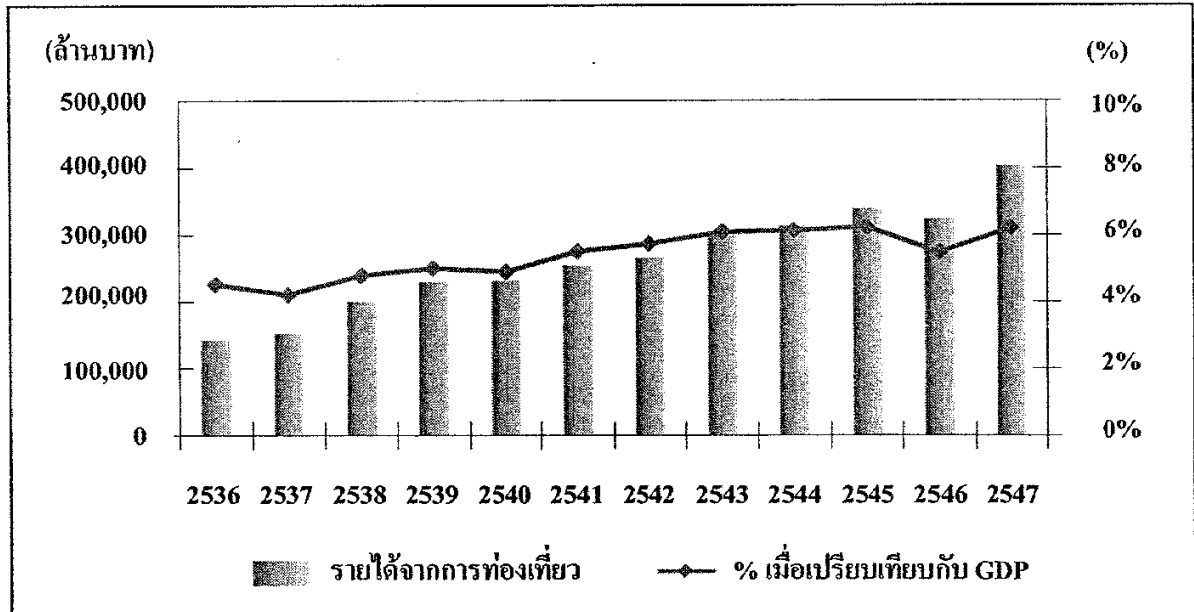


ภาพ 2 รายได้จากการท่องเที่ยว พ.ศ. 2536-2547

ที่มา. จาก 1. *คู่มือการชำระหนี้ พ.ศ. 2536-2547*, โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2548ข, ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก <http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/EconData/EconFinance/Download/Tab53.xls>

## 2. การคำนวณ





ภาพ 3 รายได้จากการท่องเที่ยวกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ พ.ศ. 2536-2547

ที่มา. จาก 1. *คู่มือการชำระหนี้ พ.ศ. 2536-2547*, โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2548ข, ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก <http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/EconData/EconFinance/Download/Tab53.xls>

2. *มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ พ.ศ. 2536-2547*, โดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548ข, ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก [http://www.nesdb.go.th/econSocial/macro/NAD/1\\_qgdp/data2\\_06/menu.html](http://www.nesdb.go.th/econSocial/macro/NAD/1_qgdp/data2_06/menu.html)

### 3. การคำนวณ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนำรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งเป็นผลดีทั้งในช่วงภาวะเศรษฐกิจปกติและช่วงวิกฤติ โดยในช่วงการเกิดวิกฤติเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย พ.ศ. 2540 ประเทศไทยประสบกับปัญหาวิกฤติทางเศรษฐกิจ ค่าเงินบาทอ่อนตัวลง เกิดปัญหาขาดดุลบัญชีเดินสะพัด ปัญหาการว่างงาน วิธีการแก้ปัญหาของรัฐบาลประการหนึ่ง คือ การส่งเสริมให้มีปี

ท่องเที่ยวไทยใน พ.ศ. 2541-2542 (AMAZING THAILAND 1998-1999) (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544) เพื่อช่วยทำให้เกิดการเกินดุลบริการเพิ่มขึ้น ซึ่งผลดังกล่าวเห็นได้จากรายได้จากการท่องเที่ยว (ดังแสดงในภาพ 2) เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2540 มูลค่า 231,793 ล้านบาท เป็น 254,286 ล้านบาทใน พ.ศ. 2541 หรือเติบโตร้อยละ 9.70 และในยามวิกฤติเศรษฐกิจที่สำคัญอีกกระลอกใน พ.ศ. 2543 ในขณะที่ภาคธุรกิจอื่น ๆ ประสบปัญหา แต่ภาคการท่องเที่ยวยังสามารถทำรายได้ให้ประเทศได้ดี โดยรายได้จากการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2543 มีมูลค่า 299,536 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจาก 265,670 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2542 หรือเติบโตร้อยละ 12.75 ซึ่งภาคการท่องเที่ยวยังสามารถทำรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยใน พ.ศ. 2547 การท่องเที่ยวยังสามารถทำรายได้ให้ประเทศทั้งสิ้น 403,578 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 6.20 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product--GDP) (ดังแสดงในภาพ 3)

การพิจารณารายได้จากการท่องเที่ยวร่วมกับรายได้จากการส่งออกสินค้าที่สำคัญของประเทศไทย โดยพิจารณาจากมูลค่าสินค้าเกษตร 5 รายการ ได้แก่ ข้าว ยางพารา มันสำปะหลัง อาหารทะเลกระป๋อง ผลไม้สดแช่แข็งและแปรรูป และมูลค่าสินค้าอุตสาหกรรม 5 รายการ ได้แก่ เครื่องจักรและเครื่องจักรกล เครื่องใช้ไฟฟ้า ยานพาหนะ และชิ้นส่วน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ไข่มุก อัญมณีและเครื่องเพชรพลอย ตั้งแต่ พ.ศ. 2538-2547 (ดูตาราง 1) พบว่า ใน พ.ศ. 2538-2539 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำรายได้ให้ประเทศไทยเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าเกษตร และอุตสาหกรรมต่าง ๆ และยังคงสามารถทำรายได้ให้กับประเทศสูงเป็นอันดับ 2 อย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ พ.ศ. 2540-2547

นอกจากนี้ ในการพิจารณาดุลการท่องเที่ยว (ดูตาราง 2) พบว่า ดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกินดุลมาโดยตลอด ส่งผลให้ดุลการค้าและบริการ (รวมดุลการท่องเที่ยว) เกินดุลด้วย อีกทั้งดุลการท่องเที่ยวยังสามารถช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าและบริการ โดยใน พ.ศ. 2540 ดุลการค้าและบริการ (ไม่รวมดุลการท่องเที่ยว) ขาดดุลมูลค่า 79,969 ล้านบาท เมื่อรวมดุลการท่องเที่ยวเข้าไปในดุลการค้าและบริการ ส่งผลให้ดุลการค้าและบริการ เกินดุล มูลค่า 49,068 ล้านบาท

ตาราง 1

การเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวและสินค้าส่งออกที่สำคัญของประเทศไทย พ.ศ. 2538-2547

(หน่วย: ล้านบาท)

ลำดับ	พ.ศ. 2538	พ.ศ. 2539	พ.ศ. 2540
	แหล่งรายได้	แหล่งรายได้	แหล่งรายได้
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
1	ท่องเที่ยว	ท่องเที่ยว	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล
	200,303	230,332	264,029
2	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล	ท่องเที่ยว
	160,937	196,342	231,793
3	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
	143,311	119,045	148,043
4	เครื่องใช้ไฟฟ้า	เครื่องใช้ไฟฟ้า	เครื่องใช้ไฟฟ้า
	104,800	108,766	138,351
5	ยางพารา	ยางพารา	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย
	61,260	63,370	72,817
6	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	ข้าว
	54,270	55,720	65,087
7	ข้าว	ข้าว	อาหารทะเลกระป๋อง
	48,626	50,734	62,842
8	อาหารทะเลกระป๋อง	อาหารทะเลกระป๋อง	ยางพารา
	45,653	48,585	57,448
9	มันสัมปะหลัง	มันสัมปะหลัง	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน
	16,754	19,425	33,581
10	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	มันสัมปะหลัง
	16,340	18,845	21,215
11	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป
	3,157	4,058	5,315

ตาราง 1 (ต่อ)

ลำดับ	พ.ศ. 2541	พ.ศ. 2542	พ.ศ. 2543
	แหล่งรายได้	แหล่งรายได้	แหล่งรายได้
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า
1	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล
	364,622	346,649	404,075
2	ห้องเที่ยว	ห้องเที่ยว	ห้องเที่ยว
	254,286	265,670	299,536
3	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	เครื่องใช้ไฟฟ้า
	183,306	166,201	211,305
4	ข้าว	เครื่องใช้ไฟฟ้า	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ
	86,802	153,768	188,953
5	เครื่องใช้ไฟฟ้า	อาหารทะเลกระป๋อง	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน
	165,889	86,769	101,298
6	อาหารทะเลกระป๋อง	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย
	82,474	74,899	69,286
7	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	ข้าว	ข้าว
	76,550	73,810	65,557
8	ยางพารา	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	ยางพารา
	55,412	67,195	60,711
9	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	ยางพารา	อาหารทะเลกระป๋อง
	53,560	43,937	47,991
10	มันสัมปะหลัง	มันสัมปะหลัง	มันสัมปะหลัง
	21,081	22,999	20,279
11	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป
	4,023	5,581	6,297

ตาราง I (ต่อ)

ลำดับ	พ.ศ. 2544	พ.ศ. 2545	พ.ศ. 2546	พ.ศ. 2547		
	แหล่งรายได้	แหล่งรายได้	แหล่งรายได้	แหล่งรายได้		
	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า	มูลค่า		
1	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล	415,705	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล	439,815	เครื่องจักร และเครื่องจักรกล	516,163
2	ห้องเที่ยว	313,999	ห้องเที่ยว	324,733	ห้องเที่ยว	403,578
3	เครื่องใช้ไฟฟ้า	219,173	เครื่องใช้ไฟฟ้า	242,499	เครื่องใช้ไฟฟ้า	338,897
4	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	195,415	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	183,194	ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	211,362
5	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	122,871	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	128,823	ยานพาหนะ และชิ้นส่วน	232,488
6	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	81,173	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	92,966	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	137,464
7	ข้าว	70,095	ยางพารา	74,603	ไข่มุก อัญมณี และเพชรพลอย	108,351
8	ยางพารา	58,705	ข้าว	70,004	ข้าว	106,238
9	อาหารทะเลกระป๋อง	51,425	อาหารทะเลกระป๋อง	50,718	อาหารทะเลกระป๋อง	58,886
10	มันสัมปะหลัง	25,572	มันสัมปะหลัง	22,693	มันสัมปะหลัง	4,499
11	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป	6,707	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป	6,942	ผลไม้สดแช่แข็ง และแปรรูป	7,153

ที่มา. จาก มูลค่าและปริมาณสินค้าออก พ.ศ. 2538-2547, โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2548ก, คำนวณเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก

<http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/EconData/EconFinance/Download/Tab47.xls>

## ตาราง 2

## ดุลการท่องเที่ยวดุลการค้าบริการ พ.ศ. 2536-2547

(หน่วย: ล้านบาท)

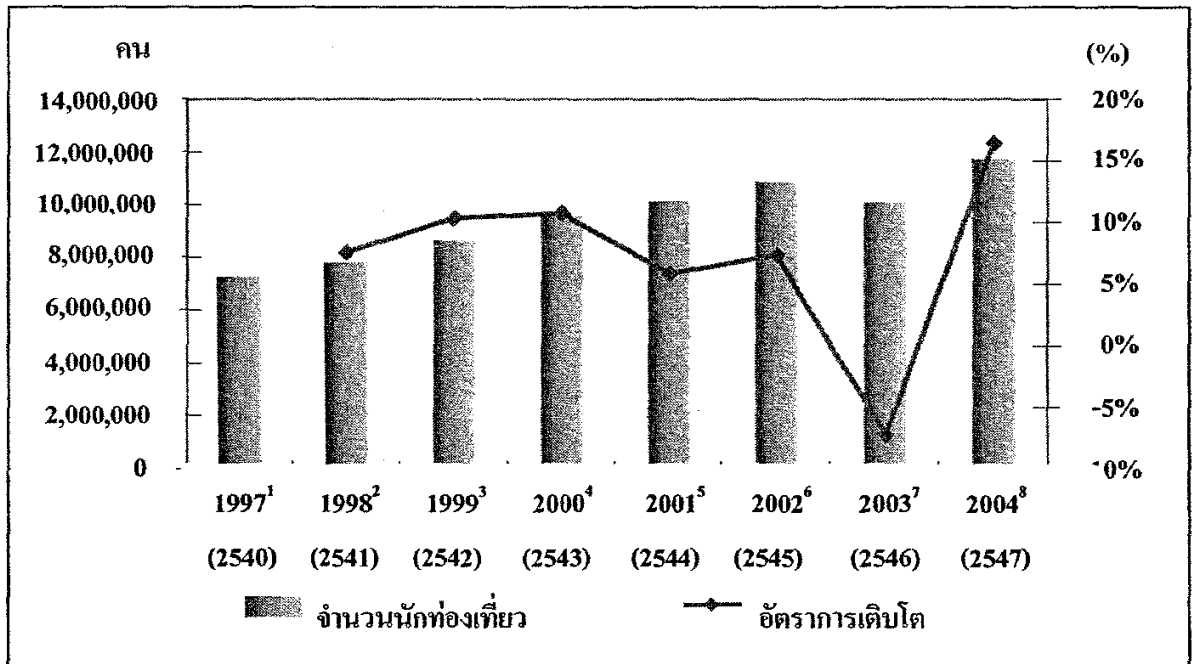
พ.ศ.	รายได้จากการท่องเที่ยว	รายจ่ายการท่องเที่ยว	ดุลการท่องเที่ยว	ดุลการค้าและบริการ (ไม่รวมดุลท่องเที่ยว)	ดุลการค้าและบริการ (รวมดุลการท่องเที่ยว)
2536	142,800	76,973	65,827	78,706	144,533
2537	152,511	102,154	50,357	137,713	188,070
2538	200,303	106,468	93,835	204,018	297,853
2539	230,332	108,640	121,692	183,957	305,649
2540	231,793	102,756	129,037	-79,969	49,068
2541	254,286	79,461	174,825	546,734	721,559
2542	265,670	93,684	171,986	396,896	568,882
2543	299,536	111,424	188,112	215,268	403,380
2544	313,999	130,172	183,827	125,314	309,141
2545	339,658	141,714	197,944	135,628	333,572
2546	324,733	120,882	203,851	160,486	364,337
2547	403,578	181,686	221,892	48,902	270,794

ที่มา. จาก 1. ดุลการชำระเงิน พ.ศ. 2536-2547, โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2548ข, ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก <http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/EconData/EconFinance/Download/Tab53.xls>

## 2. จากการคำนวณ

## ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่จะสร้างรายได้ ชดเชยการขาดดุลการค้าและบริการ และช่วยส่งผลให้ดุลการค้าและบริการเกินดุลในอัตราสูงขึ้นไปกับประเทศเท่านั้น แต่ยังก่อให้เกิดการจ้างงานเชื่อมโยงไปกับสาขาเศรษฐกิจอื่น ๆ และก่อให้เกิดการกระจายรายได้อีกด้วย จากข้อมูลของ World Travel and Tourism Council (2004) พบว่า การจ้างงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยใน พ.ศ. 2547 มีจำนวน 3,050,700 คนหรือ คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 8.9 ของการจ้างงานทั้งหมดของประเทศไทย



ภาพ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย พ.ศ. 2540-2547

ที่มา. จาก 1. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 1997*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1298/nat-1-12.xls>

2. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 1998*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2542, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1299/nat-1-12.xls>

3. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 1999*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2543, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1200/nat-1-12.xls>

4. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 2000*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2544, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1201/nat-1-12.xls>

5. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 2001*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1202/nat-1-12.xls>

6. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 2002*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1203/nat-1-12.xls>

7. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 2003*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2547, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1204/nat-1-12.xls>

8. *International Tourist Arrivals to Thailand by Nationality and Mode of Transport 2004*, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548, ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1205/nat-1-12.xls>

#### 9. การคำนวณ

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บของตารางตามแนวนอนหมายถึง ปี พ.ศ.

นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่กระจายอยู่ทุกภาคทุกจังหวัดของประเทศไทย ประชากรผู้ประกอบการอาชีพในอุตสาหกรรมนี้จึงเป็นบุคคลที่มีความหลากหลายทั้งในระดับการศึกษา เพศ อายุ สาขาอาชีพ และภูมิภาค เช่น โรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้าน ร้านค้าตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น

จากภาพ 4 หากพิจารณาถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นมาตลอดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลังไหลมาท่องเที่ยวประเทศไทย 7,293,957 คน ใน พ.ศ. 2540 และยังคงเพิ่มขึ้นเป็น 7,842,760 คนใน พ.ศ. 2541 หรือเติบโตร้อยละ 7.52 และในยามวิกฤติเศรษฐกิจที่สำคัญอีกระลอกใน พ.ศ. 2543 ประเทศไทยยังคงมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 9,578,826 คน เพิ่มขึ้นจาก 8,651,260 คน ใน พ.ศ. 2542 หรือเติบโตร้อยละ 10.72 สำหรับ พ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเยือน 11,737,413 คน



นอกจากนี้สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (Thailand Development Research Institute--TDRI) (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2544) ได้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาประเทศไทยในปีสุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ว่าจะมีไม่น้อยกว่า 14 ล้านคน และคาดว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 จะเท่ากับร้อยละ 7 ต่อปี

สำหรับด้านอุปทานของการท่องเที่ยวไทย ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่เป็นจำนวนมาก มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมติจากองค์การเพื่อการศึกษาและวัฒนธรรมของสหประชาชาติ (The United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization --UNESCO) ให้เป็นมรดกโลก 4 แห่ง คือ อุทยานประวัติศาสตร์ในสุโขทัย-ศรีสัชนาลัย-กำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยา เขตรักษาพันธุ์สัตว์ป่าทุ่งใหญ่น้ำแคว และแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ, 2545)

### **ปัจจัยเสี่ยงในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย**

**ปัจจัยเสี่ยงภายใน** ปัจจัยเสี่ยงที่เกิดจากภายในประเทศไทยที่เป็นอุปสรรคในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว หรือปัญหาการหากำไรเกินควรจากนักท่องเที่ยวของผู้ประกอบการ
  2. ปัญหาเรื่องความปลอดภัย และปัญหาความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้
  3. ปัญหาสภาพมลพิษและสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมรวมถึงปัญหากลัทธิธรรมชาติดังกล่าว
- ปัจจัยเสี่ยงภายนอก** เป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของประเทศไทย ได้แก่

1. การแข่งขันระหว่างประเทศในแถบภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่มีความรุนแรงมากขึ้น ดังจะเห็นได้จากการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น การสร้างคาสิโน 2 แห่งบนเกาะเซิน โดซ่าและย่านมารินาเบย์ของ สิงคโปร์ (ผ้าอาณาจักร

เช่น โตซ่าเมืองกาสิโนแห่งใหม่สิงคโปร์, 2548, หน้า 25, 27) การเปิดนิทรรศการนานาชาติขนาดใหญ่ เอเชียเวิลด์เอ็กซ์โป (ดิสนีย์แลนด์) ของฮ่องกง (“ทัวร์-ดิสนีย์ฮ่องกง- การจอง”, 2548, หน้า 28) การเปิดสัมปทานให้บริษัทข้ามชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจกาสิโนอย่างถูกกฎหมายของมาเก๊า จากเดอะเวเนเซียนมาเก๊า: ชุมทรัพย์แห่งใหม่ของจีน (“การเปิดสัมปทานให้บริษัทข้ามชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจกาสิโนอย่างถูกกฎหมายของมาเก๊า”, 2549, หน้า 29) การสร้างเมืองใหม่ “บุตราจายา” และ โครงการเคมบิลคาร์ที่เกาะลังกาวิ ของ มาเลเซีย (พนิดา สงวนเสรีวานิช, 2548, หน้า 23) รวมทั้งการแข่งขันทางการตลาดเพื่อช่วงชิงความเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคระหว่างประเทศไทยกับสิงคโปร์ ซึ่งสิงคโปร์เป็นผู้มีความได้เปรียบในฐานะผู้นำศูนย์กลางการบินในภูมิภาคนี้มาก่อน

2. สาธารณรัฐประชาชนจีน (จีน) อนุมัติให้มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกัน ในลักษณะพันธมิตรระหว่างจีนกับประเทศต่าง ๆ อีก 6 ประเทศ ได้แก่ ราชอาณาจักรกัมพูชา (กัมพูชา) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป. ลาว) สาธารณรัฐเวียดนาม (เวียดนาม) สหภาพพม่า (พม่า) เนการาบรูไนดารุสซาลาม (บรูไน) และ ราชอาณาจักรเนปาล ประเทศใหม่เหล่านี้ เมื่อได้ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันกับจีน อาจจะได้รับความสะดวกมากกว่าประเทศไทยซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเก่า หรืออาจกล่าวได้ว่าทรัพยากรหรือจุดขายของการท่องเที่ยวไทย ไม่ใหม่สดเหมือนแหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมทั้งจีนมีข้อได้เปรียบจากการมีแหล่งท่องเที่ยวระดับสิ่งมหัศจรรย์ของโลก (“จีนคาดมีนักท่องเที่ยว 150 ล้านคนในปี 2010”, 2547, หน้า 11)

3. การเพิ่มสมาชิกใหม่ของสหภาพยุโรป (European Union--EU) อีก 10 ประเทศ เมื่อวันที่ 1 พฤษภาคม 2547 ได้แก่ สาธารณรัฐเช็ก สาธารณรัฐสโลวีเนีย สาธารณรัฐสโลวัก สาธารณรัฐโปแลนด์ สาธารณรัฐลัตเวีย สาธารณรัฐลิทัวเนีย สาธารณรัฐเอสโตเนีย สาธารณรัฐฮังการี สาธารณรัฐไซปรัส (ไซปรัส) และสาธารณรัฐมอลตา (มอลตา) อาจทำให้ชาวยุโรปสนใจท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศยุโรปกันเองเพิ่มขึ้น และจะส่งผลกระทบต่อรายได้จากภาคการท่องเที่ยวไทยด้วย (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2547, หน้า 22)

ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศให้เข้มแข็งและยั่งยืน ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องเสาะแสวงหาช่องทางในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว

แนวทางหนึ่งที่น่าสนใจ คือ กลยุทธ์ทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการรวมกลุ่มสร้างพันธมิตร (alliance) หรือการเป็นหุ้นส่วน (partnership) ผนึกกำลังกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศใกล้เคียงที่มีความเชื่อมโยงกันทางภูมิศาสตร์และนโยบายด้านการต่างประเทศที่หันหน้าเข้าหากัน แสวงหาตลาดใหม่ ดังนั้นการพิจารณาถึงปัจจัยเกื้อหนุนเพื่อพัฒนาประเทศไทยเป็นประตู (gateway) สู่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภูมิภาคอินโดจีน จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจ

### ปัจจัยเกื้อหนุนในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

#### ปัจจัยเกื้อหนุนภายใน ได้แก่

1. ประเทศไทยตั้งอยู่ ณ ตำแหน่งทางภูมิศาสตร์ที่เหมาะสมของการเป็นชุมทางการเดินทางในเส้นทางระหว่างยุโรป เอเชียตะวันออกและออสเตรเลีย นอกจากนี้ยังมีชายแดนอันเปรียบเสมือนประตูไปสู่อินโดจีน และเอเชียตอนใน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548ก, หน้า 17)

2. ประเทศไทยได้กำหนดแนวทางการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวไว้กับประเทศเพื่อนบ้านอย่างต่อเนื่อง โดยบรรจุเป็นเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539) จนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2534, หน้า 55; 2539, หน้า 90; 2544, หน้า 90) และยังคงมีแนวทางในการส่งเสริมความร่วมมือทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านต่อเนื่องมาจนถึงร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548ก, หน้า 8)

#### ปัจจัยเกื้อหนุนภายนอก เป็นปัจจัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของประเทศไทย ได้แก่

1. ประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศในอินโดจีนอันประกอบด้วย กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม ต่างก็เป็นสมาชิกของสมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of Southeast Asian Nations - ASEAN) (สำนักงานคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับ

ประเทศเพื่อนบ้าน และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544, หน้า 16) สมาชิกในยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy--ACMECS) และ สมาชิกของโครงการเศรษฐกิจความร่วมมือในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregional Economic Cooperation--GMS-EC) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักพัฒนาพื้นที่เฉพาะสำนักพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านและพื้นที่ชายแดน, 2544, หน้า 18) ซึ่งเป็นความร่วมมือของประเทศสมาชิกในการพัฒนาเศรษฐกิจของภูมิภาคให้ยั่งยืน โดยสาขาความร่วมมือหนึ่งของการพัฒนาคือการพัฒนาการท่องเที่ยวในภูมิภาคร่วมกัน โอกาสดังกล่าวทำให้เกิดความร่วมมือกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความแข็งแกร่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้

2. ประเทศในอินโดจีนต่างก็มีนโยบายในการเร่งรัดพัฒนาการท่องเที่ยวและร่วมมือกันในระดับภูมิภาคทั้งสิ้น โดยกัมพูชาได้ระบุนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรก (พ.ศ. 2539-2543) (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2546ก) โดยเน้นให้พัฒนาการท่องเที่ยวเป็นตัวนำให้เกิดการพัฒนาทางเศรษฐกิจ รวมทั้งเน้นการส่งเสริมพัฒนาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศภายในภูมิภาคเพื่อเชื่อมโยงกับความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของภาคอื่น ๆ สำหรับ สปป. ลาว (สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์, 2546ข) ได้กำหนดนโยบายจัดตั้งบริษัทท่องเที่ยวแห่งชาติ และปรับปรุงคุณภาพของบริษัทท่องเที่ยวเอกชน รวมถึงการร่วมมือกันในระดับภูมิภาคเร่งพัฒนาบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวเร่งพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน และพัฒนาธุรกิจการโรงแรมไปพร้อมกัน ส่วนเวียดนาม (Tuan, 2004) มีนโยบายการวางแผนการท่องเที่ยวระยะยาวถึง 15 ปี (พ.ศ. 2538-2553) โดยได้รับความช่วยเหลือจากองค์กรระหว่างประเทศ มุ่งเน้นการเป็นประตูสู่ประเทศอื่น ๆ ในอินโดจีนและภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (เช่นเดียวกับประเทศไทย) เน้นการพัฒนาโครงการพื้นฐานเพื่อนักท่องเที่ยวได้กลับมาเที่ยวเวียดนามด้วยความรู้สึกปลอดภัย รวมทั้งนำประสบการณ์การท่องเที่ยวในส่วนที่ดีจากประเทศเพื่อนบ้าน

และประเทศอื่น ๆ มาพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย และปรับปรุงคุณภาพการท่องเที่ยว โดยร่วมมือกับการท่องเที่ยวนานาชาติในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน

3. ประเทศในอินโดจีน มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการลงมติจากองค์การ UNESCO ให้เป็นแหล่งมรดกโลก โดยในเวียดนามมีแหล่งมรดกโลก 4 แห่ง คือ เมืองเว้ ซึ่งได้รับการลงมติให้เป็นมรดกโลกเมื่อวันที่ 11 ธันวาคม 2536 เมืองฮาลองเบย์ได้รับการลงมติให้เป็นมรดกโลกถึง 2 ครั้งด้วยกัน คือเมื่อวันที่ 17 ธันวาคม 2537 และเมื่อ พ.ศ. 2543 เมืองฮอยอัน เมืองจามา ได้รับการลงมติให้เป็นเมืองมรดกโลก เมื่อวันที่ 1 ธันวาคม 2542 (ขนิษฐา สุวรรณชาติ, 2544, หน้า 67-72) ขณะที่ สปป. ลาว มีเมืองหลวงพระบาง ซึ่งได้รับการลงมติให้เป็นมรดกโลกเมื่อ พ.ศ. 2541 (วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี, 2544, หน้า 55-56) นอกจากนี้ กัมพูชามีศิลปวัฒนธรรมขอม มหาปราสาทนครวัด-นครธม ซึ่งเป็น 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลกในยุคใหม่ (รพีพรรณ ลาวัลย์จรัญโยธิน, 2549, หน้า 20)

### ตาราง 3

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

(หน่วย: คน)

ประเทศในอินโดจีน	ปีที่สำรวจ (พ.ศ.)				
	2543	2544	2545	2546	2547
กัมพูชา	466,365 <sup>1</sup>	604,919 <sup>1</sup>	786,524 <sup>1</sup>	701,014 <sup>1</sup>	1,055,202 <sup>1</sup>
สปป. ลาว	737,208 <sup>2</sup>	673,823 <sup>2</sup>	735,662 <sup>3</sup>	636,361 <sup>3</sup>	894,000 <sup>3</sup>
เวียดนาม	2,150,100 <sup>4</sup>	2,330,050 <sup>4</sup>	2,627,988 <sup>3</sup>	2,428,735 <sup>3</sup>	2,927,876 <sup>3</sup>
รวม	3,353,673 <sup>5</sup>	3,608,792 <sup>5</sup>	4,150,174 <sup>5</sup>	3,766,110 <sup>5</sup>	4,877,078 <sup>5</sup>

ที่มา. จาก 1. *Visitor Arrivals to Cambodia by Month from 1994 to 2004*, by Ministry of Tourism of the Kingdom of Cambodia, 2005, Retrieved August 25, 2005, from [http://www.mot.gov.kh/statistics/visitor\\_arrivals\\_94\\_04.htm](http://www.mot.gov.kh/statistics/visitor_arrivals_94_04.htm)

2. *Visitors Arrival to Lao PDR by Country of Origin and Year During 1995-2003*, by Association of Southeast Asian Nations, 2004a, Retrieved December 25, 2004, from [http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08\\_Tourism.pdf](http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08_Tourism.pdf)

3. *Total International Visitor Arrivals to ASEAN (2004)*, by Association of Southeast Asian Nations, 2005, Retrieved August 25, 2005, from [http://www.aseansec.org/tour\\_stat/Total%20International%20Visitor%20Arrivals%20to%20ASEAN%202005.htm](http://www.aseansec.org/tour_stat/Total%20International%20Visitor%20Arrivals%20to%20ASEAN%202005.htm)

4. *Visitors Arrival to Vietnam by Country of Origin and Year During 1995-2003*, by Association of Southeast Asian Nations, 2004b, Retrieved December 25, 2004, from [http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08\\_Tourism.pdf](http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08_Tourism.pdf)

#### 5. จากการคำนวณ

ดังนั้น หากประเทศไทยสามารถผลักดันตนเองให้เป็นประตูไปสู่ประเทศในอินโดจีนได้ ก็จะได้รับประโยชน์จากสถานที่ท่องเที่ยวเหล่านี้ด้วย ซึ่งจะเห็นได้จากแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนประเทศในอินโดจีนเพิ่มสูงขึ้น (ดูตาราง 3) หากสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนให้หันมาท่องเที่ยวอินโดจีนโดยผนวกประเทศไทยเข้าไปด้วย จะเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศไทยได้อีกช่องทางหนึ่ง

สำหรับตัวอย่างของกลยุทธ์ทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการรวมกลุ่มที่ประสบความสำเร็จในระดับภูมิภาคได้แก่ สหภาพยุโรป (Rátz & Puczko, 1999) ซึ่งการรวมกลุ่มกันจะมีผลต่อการเพิ่มหรือการขยายตลาด และเพิ่มอำนาจทางการตลาดให้กว้างขึ้น รวมทั้งเป็นการผนึกกำลังแสวงหาจุดขายอันเป็นประโยชน์ร่วมกัน (Mihalik, 1992)

จากการพิจารณาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โอกาส จุดขาย และความพร้อมของอุปทาน ทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน รวมทั้งแนวโน้มอุปสงค์การท่องเที่ยว และคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวในอนาคตดังกล่าวมาแล้วข้างต้น จึงเห็นได้ว่า หากประเทศไทยจะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านประเทศไทยไปสู่ประเทศในอินโดจีน ให้หันมาท่องเที่ยวประเทศไทยก่อนจะเดินทางไปสู่ประเทศในอินโดจีนหรือมาแวะพักประเทศไทยหลังจากกลับจากประเทศในอินโดจีนแล้วนั้นจะเป็นปัจจัยสำคัญยิ่งที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว เข้าสู่ประเทศไทยได้มากขึ้น จึงเป็นที่น่าสนใจอย่างยิ่งในการที่จะศึกษาถึง

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะใช้ประเทศไทยเป็นทางผ่านไปสู่ประเทศในอินโดจีน และพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เป็นประตูสู่จรรยาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับประเทศในอินโดจีนให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทย และส่งผลการพัฒนาเชื่อมโยงไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องของประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งจะส่งผลสะท้อนในทิศทางที่ดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐบาล และการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน
  - 2.1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน
  - 2.2 นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน
3. เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีน

### ขอบเขตของการศึกษา

ในการศึกษา อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน ศึกษาจากประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีนมากที่สุด 10 อันดับ จำแนกเป็นประเทศที่มีแหล่งที่ตั้งในภูมิภาคเอเชียและไมโครเอเชีย ทั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตของการศึกษาเพื่อตอบคำถามตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาตามกรอบแนวความคิด 1 โดยมีการจำแนกรายละเอียดไว้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐบาล และการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อิน โดจีน ตามกรอบแนวความคิด 2

1. การดำเนินงานของภาครัฐบาล ศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐในการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่อิน โดจีนตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7-9 (พ.ศ. 2535-2549) รวมทั้งแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนตามโครงการ GMS-EC โดยเน้นศึกษาเฉพาะ กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม

2. การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ศึกษาเฉพาะ (1) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ที่อยู่ในประเทศไทยและทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศในอินโดจีน (2) ผู้ประกอบการโรงแรมที่อยู่ในพื้นที่เชื่อมโยงจากประเทศไทยสู่ประเทศในอินโดจีน ตามกรอบความร่วมมือในโครงการ GMS-EC และ (3) ผู้ประกอบการสายการบินที่มีเที่ยวบินบินตรงจากประเทศไทยสู่ประเทศใดประเทศหนึ่งในอินโดจีน เนื่องจากผู้ประกอบการในธุรกิจดังกล่าวทั้ง 3 ธุรกิจเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการที่ประเทศไทยเป็นประตูการท่องเที่ยวสู่อิน โดจีน ดังโครงสร้างการศึกษาตามกรอบแนวความคิด 2

วัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน ดังโครงสร้างการศึกษาตามกรอบแนวความคิด 3

1. ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีนทางอากาศเท่านั้น

2. ศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีจุดหมายหลักในการเดินทางคือประเทศในอิน โดจีน ซึ่งลักษณะของการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ



2.1 นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน โดยไม่มีประเทศไทยเป็นส่วนร่วมในการเดินทาง เพียงแต่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูทางผ่านสู่ประเทศในอินโดจีน (transit) ดังโครงสร้างการศึกษาตามกรอบแนวความคิด 4

2.2 นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน โดยมีประเทศในอินโดจีนเป็นพื้นที่หลักในการเดินทางร่วมกับประเทศไทย ดังโครงสร้างการศึกษาตามกรอบแนวความคิด 5

วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีน

นำผลการศึกษาที่ได้จากวัตถุประสงค์ข้อ 1 และ 2 มาทำการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางให้ การท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน โดยผ่านประเทศไทย เป็นส่วนส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

### นิยามศัพท์เฉพาะ

1. ประเทศในอินโดจีน หมายถึง ประเทศที่อยู่ในภูมิภาคอินโดจีนซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม

2. การเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางที่ประกอบด้วยองค์ประกอบอย่างน้อย 3 ประการ คือ

2.1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นการชั่วคราว โดยพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืนและไม่เกิน 12 เดือน

2.2 การเดินทางด้วยความสมัครใจ

2.3 การเดินทางด้วยวัตถุประสงค์เพื่อท่องเที่ยวเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ หรือเพื่อการศึกษา และไม่ับการอพยพ การยাত্রาทัพไปทำสงคราม หรือไปตั้งด่านรักษาเขตแดน การเดินทางของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ถูกเนรเทศ และกลุ่มผู้โดยสารผ่าน (transit)

3. อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งเดินทาง หรือปรารถนาที่จะเดินทางจากถิ่นที่อยู่และถิ่นที่ทำงาน เพื่อบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว

4. นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าไปในประเทศใดประเทศหนึ่งและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 90 วัน

5. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (food and beverage) หมายถึง การประกอบธุรกิจในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารภายในสถานที่ให้บริการ หรืออาจให้บริการบรรจุกินเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปรับประทานที่อื่นได้

6. ธุรกิจที่พักแรม (accommodation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการขายบริการที่พัก เพื่อคนเดินทางที่ต้องการพักค้างชั่วคราวอันไม่ใช่ลักษณะการอยู่อาศัยไม่ว่าจะเป็นโรงแรม โมเต็ล รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ บังกะโล หรืออื่น ๆ หากจัดตั้งขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ข้างต้นถือเป็นการพักแรมทั้งสิ้น ทั้งนี้ไม่รวมหอพักหรือแฟลต ที่ไม่ใช่ที่อยู่หรือที่พักชั่วคราวตามความหมายข้างต้น จึงไม่เข้าลักษณะที่พักแรมแต่อย่างใด

7. ธุรกิจนำเที่ยว (travel agency) หรืออาจเรียกว่าการจัดนำเที่ยว หมายถึง การประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการจัด หรือการให้บริการ หรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ทักษนาจร หรือการให้บริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวอาจขายบริการแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงได้ หรือขายผ่านตัวแทนธุรกิจท่องเที่ยวก็ได้ และอาจดำเนินการ โดยการนำเอาบริการอำนวยความสะดวกด้านยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และทัศนอากรมารวมกัน และขายในลักษณะเหมารวมที่เรียกว่าการท่องเที่ยวเหมารวม (package tour) ก็ได้

8. โครงการเศรษฐกิจความร่วมมือในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregional Economic Cooperation--GMS-EC) หมายถึง โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ซึ่งมีประเทศสมาชิกในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง 6 ประเทศ ประกอบด้วย กัมพูชา สปป. ลาว สหภาพพม่า เวียดนาม จีนตอนใต้ (มณฑลยูนนาน) และประเทศไทย

9. สมาคมประชาชาติแห่งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Association of Southeast Asian Nations--ASEAN) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า อาเซียน หมายถึง องค์กรที่ถือกำเนิดตามปฏิญญากรุงเทพมหานคร (Bangkok Declaration) เมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2510 ตามเจตนารมณ์ของผู้นำประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 5 ประเทศ ได้แก่ สาธารณรัฐอินโดนีเซีย (อินโดนีเซีย) มาเลเซีย สาธารณรัฐฟิลิปปินส์ (ฟิลิปปินส์) สิงคโปร์ และประเทศไทยที่จะให้มีการรวมกลุ่ม และร่วมมือกันเสริมสร้างให้ภูมิภาคมีสันติภาพอันนำมาซึ่งเสถียรภาพทางการเมือง และความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ซึ่งต่อมาบรูไน ได้เข้ามาเป็นสมาชิกลำดับที่ 6 เมื่อ พ.ศ. 2527 เวียดนาม เข้ามาเป็นสมาชิกลำดับที่ 7 เมื่อ พ.ศ. 2538 สปป. ลาวกับสหภาพพม่าเข้ามาเป็นสมาชิกพร้อมกันเมื่อ พ.ศ. 2540 และสุดท้ายกัมพูชาเข้าเป็นสมาชิกเมื่อ พ.ศ. 2542 ทำให้ปัจจุบันอาเซียนมีสมาชิกรวม 10 ประเทศ

10. ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิระวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง (Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy--ACMECS) หรือชื่อเดิม ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างกัมพูชา สปป. ลาว พม่า ไทย (Economics Cooperation Strategy among Cambodia, Lao PDR, Myanmar and Thailand--ECS) หมายถึง กรอบความร่วมมือในอนุภูมิภาคที่จัดตั้งขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์จากความแข็งแกร่งและความหลากหลายของประเทศสมาชิกเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างสมดุล ซึ่งเป็นแนวคิดที่จัดตั้งขึ้น โดยนายกรัฐมนตรีของประเทศไทย ในช่วงการประชุมผู้นำอาเซียนสมัยพิเศษว่าด้วยโรค Severe Acute Respiratory Syndrome (SARS) เมื่อ 29 เมษายน 2546 ที่กรุงเทพมหานคร และได้รับการสนับสนุนในหลักการจากผู้นำประเทศกัมพูชา สปป. ลาว สหภาพพม่า และมีการจัดประชุมระดับผู้นำ ACMECS ร่วมกันออกปฏิญญาพุกาม (Bagan Declaration) และแผนปฏิบัติการ (plan of action) ที่เมืองพุกาม สหภาพพม่า เมื่อ 12 พฤศจิกายน 2546 ต่อมาเวียดนามได้เข้าร่วมเป็นสมาชิกเมื่อ 10 พฤษภาคม 2547

11. ธนาคารพัฒนาแห่งเอเชีย (Asian Development Bank--ADB) หมายถึง ธนาคารที่ทำหน้าที่ให้เงินกู้เพื่อพัฒนาระบบเศรษฐกิจแก่ภาครัฐบาลและภาคเอกชนในประเทศแถบเอเชีย

12. องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization--WTO) หมายถึง องค์การระหว่างประเทศที่จัดตั้งขึ้นตาม “ความตกลงมารร่ากษจัดตั้งองค์การการค้าโลก (Marrakesh Agreement Establishing the World Trade Organization)” ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2538 มีหน้าที่รับผิดชอบในการบริหารและกำกับดูแลให้ประเทศสมาชิก ปฏิบัติตามพันธกรณีและข้อผูกพันต่าง ๆ ภายใต้ความตกลงอันเกิดจากการเจรจาการค้า พหุภาคีรอบอุรุกวัยและความตกลงต่าง ๆ ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต ขณะนี้มีสมาชิก 147 ประเทศ

13. ความร่วมมือทางเศรษฐกิจเอเชีย-แปซิฟิก (Asia-Pacific Economic Cooperation--APEC) หมายถึง องค์การที่เกิดขึ้นเพื่อร่วมมือกันทางเศรษฐกิจของเขต เศรษฐกิจในแถบเอเชีย-แปซิฟิก ประกอบด้วยสมาชิกจำนวน 21 เขตเศรษฐกิจ ได้แก่ ประเทศไทย มาเลเซีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ บรูไน เวียดนาม สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลี)-ญี่ปุ่น จีน ใต้หวัน ฮองกง สหรัฐเม็กซิโก (เม็กซิโก) ปาปัวนิวกินี สหรัฐชิลี สหพันธรัฐรัสเซีย และสาธารณรัฐเปรู

14. ความยืดหยุ่น หมายถึง ค่าที่ใช้วัดร้อยละการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามต่อ ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ ซึ่งเป็นการเปรียบเทียบระหว่างร้อยละการ เปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่กำลังพิจารณาอยู่ ไม่ได้เปรียบเทียบจำนวนการเปลี่ยนแปลง ดังนั้นความยืดหยุ่นจึงไม่มีหน่วยเป็นค่าใด ๆ

15. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand) หมายถึง ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงของร้อยละ ของราคาของสินค้าชนิดนั้น

16. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ (income elasticity of demand) หมายถึง ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงของร้อยละ ของรายได้ของผู้บริโภคในการซื้อสินค้าชนิดนั้น

17. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของสินค้าชนิดอื่น (cross elasticity of demand) หมายถึง ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่งต่อการ เปลี่ยนแปลงของร้อยละของราคาสินค้าชนิดอื่น

18. สินค้าจำเป็น (necessity goods) หมายถึง สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาน้อย (น้อยกว่าหนึ่ง) กล่าวคือ หากราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงน้อยกว่าร้อยละ 1 แสดงว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าชนิดนั้นลดลงไม่มากนัก

19. สินค้าฟุ่มเฟือย (luxury goods) หมายถึง สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคามาก (มากกว่าหนึ่ง) กล่าวคือ หากราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงร้อยละ 1 จะทำให้ปริมาณซื้อเปลี่ยนแปลงมากกว่าร้อยละ 1 ของปริมาณซื้อจะมากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคา แสดงว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลงจะทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นมาก

20. สินค้าปกติ (normal goods) หมายถึง สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้มากกว่าศูนย์ แสดงว่า เมื่อรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้นจะทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าชนิดนั้นลดลง

21. สินค้าด้อย (inferior goods) หมายถึง สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้น้อยกว่าศูนย์ แสดงว่า เมื่อรายได้ของผู้บริโภคสูงขึ้นจะทำให้ความต้องการบริโภคสินค้านั้นลดลง

22. สินค้าทดแทนกัน (substitute goods) หมายถึง สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของสินค้าชนิดอื่นมากกว่าศูนย์ แสดงว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นด้วย นั่นคือ สินค้าทั้งสองชนิดสามารถใช้ทดแทนกันได้

23. สินค้าประกอบกัน (complementary goods) หมายถึง สินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาของสินค้าชนิดอื่นน้อยกว่าศูนย์ แสดงว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำให้ความต้องการบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งลดลงขึ้น นั่นคือ สินค้าทั้งสองชนิดสามารถใช้ประกอบกันได้

24. รายได้จากการท่องเที่ยว หมายถึง รายได้ที่ประเทศไทยและหรือประเทศในอินโดจีนได้รับจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้จ่ายในประเทศไทยและหรือประเทศในอินโดจีน

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบสภาพการดำเนินงานและบทบาทของภาครัฐและระดับการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อิน โดจีน
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน (กรณีเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีน)
3. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน (กรณีเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน)
4. ทำให้ทราบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ 10 ลำดับแรก ที่เข้ามาท่องเที่ยวสู่ประเทศในอิน โดจีน
5. นำข้อค้นพบที่ได้รับจากการศึกษาไปเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง คือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เพื่อนำไปเป็นทางเลือกหนึ่งในการปรับปรุงแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้ได้ประโยชน์จากการเป็นประตูสู่อิน โดจีน และหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวต่อไป นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจ โรงแรมที่พัก และธุรกิจการคมนาคมขนส่งทางอากาศ ธุรกิจของที่ระลึก และธุรกิจบริการอื่น ๆ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับบริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

## บทที่ 2

### วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

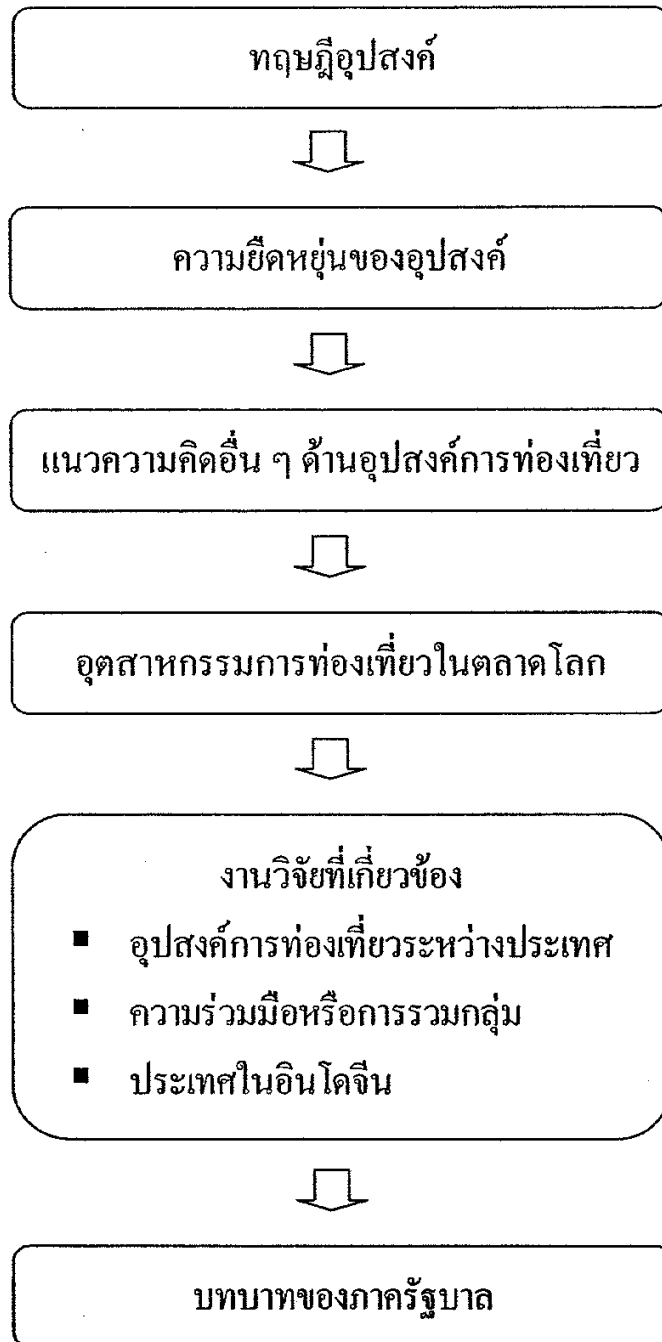
#### ทฤษฎีแนวคิด และการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ แนวคิด และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง หยิบยกมาเป็นพื้นฐานสำหรับการทำคู่มือฉบับนี้ประกอบไปด้วย หัวข้อต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีอุปสงค์ (theory of demand)
2. แนวความคิดเกี่ยวกับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand)
3. แนวความคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว
4. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลก
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือหรือการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจใน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

7. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเทศในอินโดจีน
8. บทบาทของภาครัฐบาลในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน



ภาพ 5 โครงสร้างบทที่ 2



## ทฤษฎีอุปสงค์

Nicholson (อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2542, หน้า 27) ได้สรุปความหมายของคำว่า อุปสงค์ (demand) ว่าหมายถึง ความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค ร่วมกับความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าว โดยอุปสงค์จะหมายถึงความต้องการบวกด้วยอำนาจซื้อ ดังนั้นถ้าเป็นความต้องการที่เกินกว่าอำนาจซื้อจึงไม่เรียกว่า อุปสงค์ โดยเรียกปริมาณเสนอซื้อที่พร้อมด้วยอำนาจซื้อว่าเป็นอุปสงค์ที่แท้จริง และเรียกความต้องการซื้อที่ยังไม่พร้อมด้วยอำนาจซื้อ หรือการมีอำนาจซื้อแต่ยังไม่มีความต้องการซื้อว่าเป็นอุปสงค์ที่มีศักยภาพ

Nicholson (อ้างถึงใน นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2542, หน้า 28-29) เสนอว่าการศึกษาอุปสงค์ ควรประกอบด้วยความเต็มใจจ่ายและความสามารถที่จะจ่าย (willingness and ability to pay) ในการซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ โดยความต้องการที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น รายได้ของผู้บริโภค ราคาสินค้า ราคาของสินค้าทดแทนชนิดอื่น รสนิยมของผู้บริโภค เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การจะนำปัจจัยทุกตัวที่เกี่ยวข้องเข้ามาพิจารณาพร้อม ๆ กันจะเป็นเรื่องที่ค่อนข้างยุ่งยาก ดังนั้น การหยิบเอาปัจจัยแต่เพียงบางตัว ที่มีส่วนอย่างมากในการกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภคขึ้นมาพิจารณาโดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ ที่เหลือคงที่ ซึ่งเรียกการวิเคราะห์ลักษณะดังกล่าวว่า การวิเคราะห์เฉพาะส่วน สำหรับปัจจัยดังกล่าวมักได้แก่ ราคาสินค้า ที่ผู้บริโภคกำลังทำการซื้ออยู่หรือความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับราคา (price demand) รายได้ของผู้บริโภคหรือความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับรายได้ (income demand) และราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง (ทั้งสินค้าทดแทนและสินค้าประกอบกัน) หรือความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับราคาสินค้าชนิดอื่น (cross demand) การพิจารณาแต่ละปัจจัยนี้ มักจะแยกพิจารณาทีละปัจจัย ศึกษาถึงความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อกับแต่ละปัจจัย โดยกำหนดให้อีก 2 ปัจจัยที่เหลือและปัจจัยอื่น ๆ คงที่

สำหรับสินค้าการท่องเที่ยว Malhotra (1998, p. 131) ได้ให้คำนิยาม อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวผู้ซึ่งเดินทาง หรือปรารถนาที่จะเดินทางจากถิ่นที่อยู่และถิ่นที่ทำงาน เพื่อบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว และจำแนกลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้ 3 รูปแบบดังนี้ (Malhotra, 1998, p. 135)

1. อุปสงค์ที่แท้จริง (effective or actual demand) คือ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริง เป็นอุปสงค์ที่มีลักษณะครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ กล่าวคือ มีทั้งความเต็มใจจ่ายและความสามารถที่จะจ่าย (willingness and ability to pay) ในการบริโภคสินค้าท่องเที่ยว

2. อุปสงค์ที่ถูกกระงับ (suppressed demand) คือ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้เกิดขึ้นจริง ซึ่งอาจถูกกระงับด้วยเหตุผลบางประการให้ไม่สามารถเดินทางได้ แบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

2.1 อุปสงค์ที่มีศักยภาพ (potential demand) หมายถึง อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้เกิดขึ้นจริง แต่เป็นอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดขึ้นอย่างแน่นอนในอนาคตหากไม่มีเหตุอันใดมาทำให้เปลี่ยนแปลงไป เช่น การเดินทางถูกกระงับเนื่องจากนักท่องเที่ยวจะได้รับเงินพิเศษจากการทำงานในวันหยุดเพิ่มขึ้นมาก เป็นต้น ซึ่งอุปสงค์ที่มีศักยภาพ สามารถเปลี่ยนไปเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ไม่ยากนัก

2.2 อุปสงค์ที่ถูกผัดผ่อน (deferred demand) หมายถึง อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ถูกเลื่อนออกไป เนื่องจากปัญหาบางประการทางด้านอุปทานหรือสิ่งแวดล้อม ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เช่น ที่พักรับไม่สะดวกสบาย ปัญหาสภาพดินฟ้าอากาศ หรือปัญหาการก่อการร้าย ซึ่งอุปสงค์ที่ถูกผัดผ่อนจะสามารถเปลี่ยนไปเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ในอนาคต หากมีการจัดการแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้

3. ไม่มีอุปสงค์ (no demand) หมายถึง ผู้ซึ่งไม่ปรารถนาจะเดินทางท่องเที่ยว ณ สถานที่จุดหมายปลายทางแห่งใดแห่งหนึ่ง

## แนวความคิดเกี่ยวกับความยืดหยุ่นของอุปสงค์

สำหรับการวิเคราะห์ว่า ในการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระมีผลต่อปริมาณอุปสงค์หรือตัวแปรตามมากหรือน้อยเพียงใด จะใช้แนวความคิดเรื่องความยืดหยุ่นของอุปสงค์ เป็นมาตรในการวัด

### ความหมายของความยืดหยุ่นของอุปสงค์

Perloff (2004, pp. 48-53) ได้อธิบายความหมายของความยืดหยุ่นของอุปสงค์ไว้ว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ คือ ค่าที่ใช้วัดร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่จะมีผู้ต้องการเสนอซื้อ ณ ขณะใดขณะหนึ่งต่อร้อยละการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่น ๆ ที่เป็นตัวกำหนดปริมาณเสนอซื้อนั้น ๆ ซึ่งค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ สามารถแบ่งได้ 5 ลักษณะ คือ

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง (relatively elastic) หมายความว่า ถ้าหากราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามมากกว่าร้อยละ 1 โดยทั่วไปจะเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย
2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง (relatively inelastic) หมายความว่า ถ้าหากราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่าร้อยละ 1 โดยทั่วไปจะเป็นสินค้าประเภทที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ
3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับหนึ่ง (unitary elastic) หมายความว่า ถ้าหากราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณความต้องการสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 1 ด้วยเสมอ
4. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับศูนย์ (perfectly inelastic) หมายความว่า ไม่ว่าราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปมากขึ้นหรือน้อยลงเท่าไรก็ตาม จะไม่มีผลทำให้ปริมาณสินค้าเปลี่ยนแปลงเลย

5. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับอนันต์ (perfectly or infinity elastic) หมายความว่า ถึงแม้จะไม่มี การเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าเลย แต่ปริมาณสินค้าจะ สามารถเปลี่ยนแปลงไปได้มีค่าไม่จำกัด

### ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว

โดยทั่วไปค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว จะมีค่ามากกว่าหนึ่ง เนื่องจาก (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2531, หน้า 23-24)

1. ความสามารถทดแทนได้ของสินค้าอื่น หรือแม้แต่สินค้าการท่องเที่ยว ประเภทเดียวกันต่อตัวสินค้าการท่องเที่ยว (the possibility to be substituted) หากสินค้า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทนได้แล้ว ผู้บริโภคก็จะต้อง อุปโภคและบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวโดยไม่มีสิทธิ์เลย
2. ขนาดของความจำเป็นที่จะแข่งขันกับสินค้าตัวอื่น เนื่องจากสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวยังอยู่ในสถานะที่ไม่สามารถจะแข่งขันกับสินค้าประเภทอื่น ๆ ได้ นักท่องเที่ยวที่เก็บสะสมเงินทองไว้เพื่อการท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนใจไม่เดินทางได้ หากมี ความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายเงินด้านอื่น
3. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ในกรณีเกิดภาวะความผันผวนที่ทำให้รายรับ รายจ่ายของครอบครัวเปลี่ยนไป ก็จะส่งผลกระทบต่อ การขยายหรือหดตัวของอุปสงค์ ด้วย โดยปกติรายรับของครอบครัวอาจเปลี่ยนแปลงได้ด้วยสาเหตุประการ ได้แก่ รายได้ ลดลงจากที่เคยได้รับ หรือรายได้คงเดิมแต่รายจ่ายเพิ่มขึ้น การที่รายได้เปลี่ยนแปลงไปนี้ จะมีส่วนทำให้ความต้องการซื้อเปลี่ยนตามไปด้วย โดยเฉพาะในภาวะที่ราคาสินค้าเพิ่ม สูงขึ้นเป็นผลทำให้ค่าของเงินลดลง รายการค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหมวด ค่าใช้จ่ายหมวดแรกที่จะถูกตัดทอน หรือในทางตรงกันข้าม เมื่อคนมีรายได้มากขึ้น อุปสงค์การท่องเที่ยวก็น่าจะขยายออกได้มากเช่นกัน
4. ความต้องการเดินทางท่องเที่ยวตามสมัยนิยม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้น ๆ อยู่ในสมัยนิยมของผู้คนในยุคนั้นมากน้อยเพียงไร

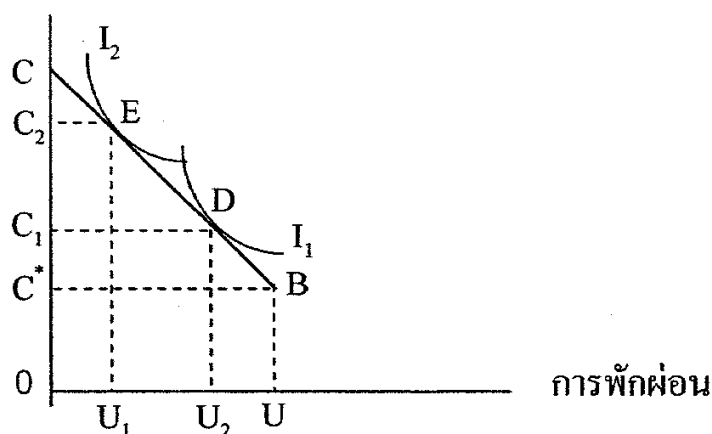
## แนวความคิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องทางด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว

### ทฤษฎีทางเลือกของผู้บริโภค (theory of consumers' behavior)

Pindyck and Rubinfeld (2005, p. 145) กล่าวว่า ทฤษฎีทางเลือกของผู้บริโภคนี้เป็นการอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภค ในการเลือกบริโภคสินค้าสองชนิด เพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดหรือความพอใจสูงสุด โดยอยู่ภายใต้การจัดสรรงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด

Sinclair and Stabler (1997, p. 19) นำทฤษฎีนี้มาประยุกต์ ใช้กับทางเลือกของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคสินค้าสองชนิดคือ การทำงานกับการท่องเที่ยวหรือการพักผ่อน ซึ่งลักษณะของสินค้าทั้งสองชนิดสามารถทดแทนกันได้ในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ หากเลือกการทำงานก็จะได้รับรายได้หรือผลงานที่สามารถสัมผัสได้แต่ก็จะไม่ได้การพักผ่อนหรือท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันหากเลือกที่จะพักผ่อนหรือท่องเที่ยวก็ย่อมไม่ได้รับรายได้หรือผลงาน

การทำงาน, รายได้



ภาพ 6 การทำงานและการพักผ่อน

ที่มา. จาก *The Economics of Tourism* (p. 17), by M. T. Sinclair and M. Stabler, 1997, London: Routledge.

โดยที่

OC คือ รายได้สูงสุดที่เป็นไปได้

OC\* คือ การได้รับค่าตอบแทนในกรณีทำงาน

CBU คือ เส้นงบประมาณ (budget line)

CB คือ เส้นแสดงถึงการแลกเปลี่ยนระหว่างการทำงานกับการพักผ่อน

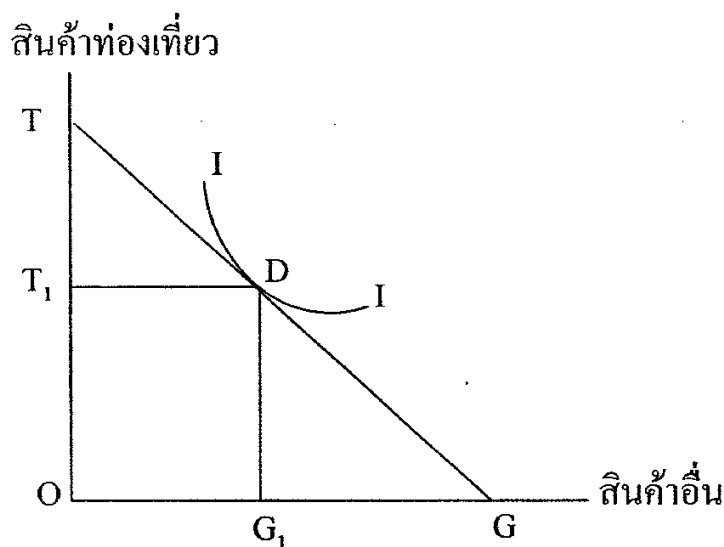
$I_1$  และ  $I_2$  คือ เส้นความพอใจเท่ากัน (indifference curve)

E และ D คือ จุดดุลยภาพจากการผสมระหว่างการทำงานและการพักผ่อน

จากภาพ 6 แทนการทำงานและรายได้ แทนนอนแทนช่วงเวลาของการพักผ่อนซึ่งไม่ได้รับเงิน (จากซ้ายไปขวาคือการพักผ่อนเพิ่มขึ้น และจากขวาไปซ้ายคือการได้รับเงินเพิ่มขึ้น) ผู้บริโภคบางคนอาจจะทำงานที่  $C_1$  มีเวลาว่างที่  $U_2$  ในขณะที่ผู้บริโภคบางคนอาจทำงานที่  $C_2$  มีเวลาว่างที่  $U_1$

ณ จุด E ผู้บริโภคจะทำงานที่  $C_2$  ซึ่งมากกว่า ณ จุด D ที่ผู้บริโภคจะทำงานเพียง  $C_1$  สำหรับการทำงานมากจะมีเวลาพักผ่อนน้อย ดังนั้น ณ จุด E ผู้บริโภคจะมีเวลาพักผ่อนเพียง  $U_1$  ซึ่งน้อยกว่า ณ จุด D ที่ผู้บริโภคจะมีเวลาพักผ่อนที่  $U_2$

อย่างไรก็ตามในกรณีที่ผู้บริโภคเลือกการพักผ่อน ก็จะมีทางเลือกกว่าผู้บริโภคจะบริโภคสินค้าท่องเที่ยวหรือสินค้าอื่นที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว



ภาพ 7 การบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและสินค้าอื่น ๆ ที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว

ที่มา. จาก *The Economics of Tourism* (p. 19), by M. T. Sinclair and M. Stabler, 1997, London: Routledge.

โดยที่

TG คือ เส้นงบประมาณและเป็นเส้นที่แสดงการแลกเปลี่ยนระหว่างสินค้าท่องเที่ยวกับสินค้าอื่น ๆ

OT คือ การท่องเที่ยวอย่างเดียว

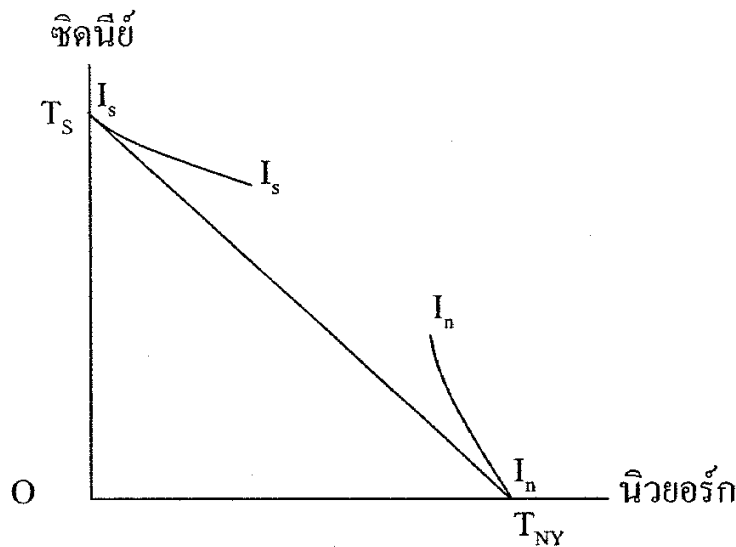
OG คือ การซื้อสินค้าอื่นอย่างเดียว

II คือ เส้นความพอใจเท่ากัน

จากภาพ 7 ทางเลือกของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคสินค้าสองชนิด คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนกับการบริโภคสินค้าอื่น ซึ่งลักษณะของสินค้าทั้งสองชนิดสามารถทดแทนกันได้ไม่สมบูรณ์ แทนนอนแทนสินค้าอื่น จากการผสมกันระหว่างสินค้าท่องเที่ยวกับสินค้าอื่น จะได้รับความพอใจเท่ากัน เช่น ณ จุด D เป็นจุดที่ผู้บริโภคเลือกที่ได้รับความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้าท่องเที่ยวที่  $T_1$  และสินค้าอื่นที่  $G_1$

อย่างไรก็ตาม ในกรณีที่ผู้บริโภคเลือกสินค้าท่องเที่ยวแล้ว แต่ขณะเดียวกันสินค้าท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีรูปแบบหลากหลายและมีจุดหมายปลายทางให้เลือกมากมาย

ดังนั้นในการบริโภคสินค้าท่องเที่ยว ผู้บริโภคอาจจะผสมผสานการบริโภคการท่องเที่ยว ณ จุดปลายทางทั้งสองอย่างลงตัว หรืออาจเลือกบริโภค ณ จุดปลายทางแห่งใดแห่งหนึ่ง



ภาพ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างการไปท่องเที่ยวที่ชดนิย์ และนิวยอร์ก

ที่มา. จาก *The Economics of Tourism* (p. 22), by M. T. Sinclair and M. Stabler, 1997, London: Routledge.

โดย

$T_s T_{NY}$  คือ เส้นงบประมาณของสินค้าการท่องเที่ยวที่ชดนิย์ และการท่องเที่ยวที่นิวยอร์ก

$I_s I_s$  คือ ความต้องการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวชดนิย์โดยไม่บริโภคการท่องเที่ยวที่นิวยอร์ก โดยเส้นความพอใจเท่ากัน มีลักษณะเป็นคอร์เนอร์โซลูชัน (corner solution) หมายถึง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการบริโภคการท่องเที่ยวชดนิย์เพียงแห่งเดียว

$I_n I_n$  คือ ความต้องการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวนิวยอร์กโดยไม่บริโภคการท่องเที่ยวชดนิย์ โดยเส้นความพอใจเท่ากัน มีลักษณะเป็นคอร์เนอร์โซลูชัน (corner solution) หมายถึง ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการบริโภคการท่องเที่ยวนิวยอร์กเพียงแห่งเดียว



จากภาพ 8 ทางเลือกของผู้บริโภคในการเลือกบริโภคสินค้าสองชนิด คือ การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่ซิดนีย์กับการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนที่นิวยอร์ก ซึ่งลักษณะของสินค้าทั้งสองชนิดไม่สามารถทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ ในกรณีนี้ ผู้บริโภคจะเลือกการไปท่องเที่ยวที่ซิดนีย์ หรือที่นิวยอร์กเพียงแห่งเดียว

### **แนวความคิดปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (Push/Pull Model)**

Epperson (1983, p. 127) ได้เสนอ ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (push/pull model) เพื่ออธิบายสาเหตุของความต้องการเดินทาง โดยมีปัจจัยที่สำคัญ 2 ประการ คือ

1. ปัจจัยผลักดัน (push factor) เป็นสภาพเงื่อนไขที่เกิดจากความต้องการส่วนบุคคล (personal needs) หรือจากตัวผู้เดินทางเองที่กระตุ้นให้เกิดอุปสงค์การเดินทาง ได้แก่ ความต้องการหลีกเลี่ยงความจำเจ ความต้องการหยุดพักเพื่อผ่อนคลาย ความต้องการเดินทางด้วยเหตุผลทางชื่อเสียงเกียรติยศของตนเอง รวมทั้งความต้องการผจญภัยและท้าทาย

2. ปัจจัยดึงดูด (pull factor) เป็นสภาพเงื่อนไขที่ทำให้สถานที่นั้น ๆ เป็นแหล่งดึงดูดใจแก่นักท่องเที่ยว โดยปัจจัยที่ดึงดูดนั้นมีมากมายทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูมิประเทศที่งดงาม และที่เกิดขึ้นโดยมนุษย์สร้าง เช่น การจัดการแข่งขันกีฬา กิจกรรมทางวัฒนธรรม หรือสวนสนุก เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ผู้บริโภคจะถูกกระตุ้นได้ด้วยปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดไปพร้อม ๆ กันได้ เช่น ความต้องการไปพักผ่อนตามภูเขา อาจเกิดจากปัจจัยผลักดันคือ ความต้องการหลบหนีความจำเจ ร่วมกับปัจจัยดึงดูดคือทัศนียภาพที่สวยงาม

### **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในตลาดโลก**

องค์การการท่องเที่ยวโลก ได้ประเมินการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและได้ทำนายพัฒนาการของการท่องเที่ยวจนถึงปี 2020 (ดูตาราง 4) ว่าจะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติประมาณหนึ่งพันห้าล้านคนใน ค.ศ. 2020 โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางไป

ยุโรปจะเพิ่มขึ้นจาก 338.40 ล้านคนใน ค.ศ. 1995 เป็น 717 ล้านคนใน ค.ศ. 2020 (World Tourism Organization, 2000)

จากตาราง 4 แสดงให้เห็นว่าภายใน ค.ศ. 2020 พื้นที่ที่มีแนวโน้มว่าจะมีนักท่องเที่ยวมากที่สุดสามอันดับแรกคือ ยุโรป (717 ล้านคน) แอฟริกาตะวันออกและแปซิฟิก (397 ล้านคน) และ อเมริกา (282 ล้านคน) ซึ่งยุโรปอยู่ในอันดับสูงสุดของเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว

สำหรับการศึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของยุโรป อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่น่าสนใจในการพัฒนาการท่องเที่ยวคือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของราชอาณาจักรสเปน (สเปน) ซึ่งตั้งอยู่ในยุโรปได้เป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลกด้วยความแตกต่างทางสิ่งแวดล้อม สภาพอากาศที่เหมาะสม ทรัพยากรธรรมชาติ และมรดกทางวัฒนธรรมมากกว่ายุโรปเหนือ (Handelskammer, 2003)

ตาราง 4

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาตามจุดหมายปลายทางในแต่ละภูมิภาค

(หน่วย: ล้านคน)

	การพยากรณ์			อัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (ร้อยละ)				ส่วนแบ่งการตลาด			
	ค.ศ.	1999	2000	2010	2020	1995-2000	1999-2000	1995-2020	1995	2010	2020
โลก	565.40	650.40	698.80	1,006.40	561.10	4.30	7.40	4.10	100.00	100.00	100.00
แอฟริกา	20.10	26.50	27.60	47.00	77.30	6.50	4.20	5.50	3.60	4.67	5.00
อเมริกา	108.90	122.20	129.00	190.40	282.30	3.40	5.60	3.90	19.30	18.90	18.10
แอฟริกาตะวันออกและ											
แปซิฟิก	81.40	97.60	111.90	195.20	397.20	6.60	14.70	6.50	14.40	19.41	25.40
ยุโรป	338.40	380.20	403.30	527.30	717.00	3.60	6.10	3.00	59.80	52.40	45.90
ตะวันออกกลาง	12.40	18.20	20.60	35.90	68.50	10.70	13.20	7.10	2.20	3.57	4.40
เอเชียใต้	4.20	5.80	6.40	10.60	18.80	8.80	10.30	6.20	0.70	1.05	1.20

ที่มา. จาก *WTO World Tourism Barometer*, by World Tourism Organization, 2004, Retrieved January 15, 2006, from <http://www.wttc.org/publications/pdf/03EgyptAviation.pdf>

## ตาราง 5

ประเทศจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนสูงสุด 10 ลำดับ

ลำดับ	ปีที่สำรวจ (ค.ศ.)			
	1950	1970	1990	2003
1	อเมริกา	อิตาลี	ฝรั่งเศส	ฝรั่งเศส
2	แคนาดา	แคนาดา	อเมริกา	สเปน
3	อิตาลี	ฝรั่งเศส	สเปน	อเมริกา
4	ฝรั่งเศส	สเปน	อิตาลี	อิตาลี
5	สวีตเซอร์แลนด์	อเมริกา	ฮ่องกง	จีน
6	ไอร์แลนด์	ออสเตรีย	ออสเตรีย	อังกฤษ
7	ออสเตรีย	เยอรมนี	จีน	แคนาดา
8	สเปน	สวีตเซอร์แลนด์	เม็กซิโก	เม็กซิโก
9	เยอรมนี	ยูโกสลาเวีย	เยอรมนี	ออสเตรีย
10	อังกฤษ	อังกฤษ	แคนาดา	เยอรมนี

ที่มา. จาก *Study on Electronic Commerce in the Value Chain of the Tourism Sector*, by Spanish Institute for Prospective Technological Studies, 2001, Retrieved January 15, 2006, from <http://www.cerna.ensmp.fr/Enseignement/CoursModelesEcoNumerique/TD/4-Constantelou.pdf>

ในช่วงกว่า 50 ปีที่ผ่านมา (ดูตาราง 5) พบว่า สเปนมีอัตราการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่อง และยังคงเป็นหนึ่งในสิบประเทศที่มีการเยี่ยมชมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยการท่องเที่ยวของสเปนใหญ่อยู่ในอันดับสองในเรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ดูตาราง 6) ใน ค.ศ. 2003 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 52.40 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นจาก 52.30 ล้านคนใน ค.ศ. 2002 หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.19 ถึงแม้ว่าร้อยละของการเพิ่มขึ้นจะน้อยกว่าเมื่อเทียบกับช่วง ค.ศ. 1999 เป็นต้นมา แต่หากเทียบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทั่วโลกซึ่งลดลงทั่วโลก เนื่องจากความไม่แน่นอนของการเมืองและความไม่มั่นคง

ทางเศรษฐกิจโลก นับได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสเปน ไม่ได้ค่อยลงแต่อย่างใด (Ministry of Economy, 2004) นอกจากนี้ในแง่ของรายได้จากการท่องเที่ยว (ดูตาราง 7) การท่องเที่ยวของสเปนเป็นอันดับสองรองจากสหรัฐอเมริกา

#### ตาราง 6

จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนสูงสุด 10 ลำดับใน ค.ศ. 1998-2003

(หน่วย: ล้านคน)

ลำดับ	ประเทศ	ปีที่สำรวจ (ค.ศ.)					
		1998	1999	2000	2001	2002	2003
1	ฝรั่งเศส	70.04	73.04	75.50	76.50	77.00	75.00
2	สเปน	43.39	46.77	48.20	49.50	52.30	52.40
3	อเมริกา	46.39	48.49	50.89	45.50	41.90	40.40
4	อิตาลี	34.93	36.51	41.18	39.10	39.80	39.60
5	จีน	25.07	27.04	31.22	33.20	36.80	33.00
6	อังกฤษ	25.74	25.39	25.19	22.80	24.20	24.80
7	แคนาดา	18.85	19.46	20.42	19.70	20.10	17.50
8	เม็กซิโก	19.39	19.04	20.64	19.80	19.70	18.70
9	ออสเตรเลีย	17.35	17.46	17.98	18.20	18.60	19.10
10	เยอรมนี	16.51	17.11	18.98	17.90	18.00	18.40

ที่มา. จาก *Long-term Prospects: Tourism 2020 Vision*, by World Tourism Organization, 2000, Retrieved January 15, 2006, from [http://www.world-tourism.org/market\\_research/facts/market\\_trends.htm](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/market_trends.htm)

## ตาราง 7

รายรับจากการท่องเที่ยวของประเทศจุดหมายปลายทางที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน  
สูงสุด 10 ลำดับใน ค.ศ. 1995-2002

(หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐอเมริกา)

ลำดับ	ประเทศ	ปีที่สำรวจ (ค.ศ.)							
		1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002
1	สหรัฐอเมริกา	63.39	69.80	73.42	71.28	74.73	82.04	72.29	66.50
2	สเปน	25.38	26.69	26.65	29.83	32.49	31.45	32.87	33.60
3	ฝรั่งเศส	27.52	28.35	28.00	29.93	31.50	30.75	29.97	32.30
4	อิตาลี	28.72	30.01	29.71	29.86	28.35	27.50	25.78	26.90
5	จีน	8.73	10.20	12.07	12.60	14.09	16.22	17.79	20.40
6	เยอรมนี	18.13	17.70	16.69	16.76	18.11	18.48	17.22	19.20
7	อังกฤษ	18.55	19.17	20.03	20.97	20.22	19.54	16.28	17.80
8	ตุรกี	4.95	5.96	8.08	7.80	5.20	7.63	8.93	11.90
9	ออสเตรเลีย	12.92	12.48	11.05	11.27	11.03	9.93	10.11	11.20
10	ฮ่องกง	9.60	11.99	9.97	7.49	7.21	7.88	8.24	10.10

ที่มา. จาก *Long-term Prospects: Tourism 2020 Vision*, by World Tourism Organization, 2000, Retrieved January 15, 2006, from [http://www.world-tourism.org/market\\_research/facts/market\\_trends.htm](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/market_trends.htm)

ตาราง 8

รายได้จากกิจกรรมภาคบริการกับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศสเปน ค.ศ. 1995-2003

(หน่วย: ล้านยูโร)

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ	ปีสำรวจ (ค.ศ.)								
	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
เกษตรกรรมและการประมง	18,568	22,199	23,153	23,910	23,470	24,984	25,405	25,628	25,880
พลังงาน	16,159	16,593	16,785	15,915	15,304	15,802	16,335	17,219	17,914
อุตสาหกรรม	74,147	78,906	85,532	91,049	96,766	103,415	108,955	112,386	116,527
การก่อสร้าง	30,874	31,431	32,848	36,139	41,252	47,584	54,901	62,401	70,589
บริการ	272,600	286,757	303,318	324,729	348,324	378,775	411,995	443,906	473,769
อัตราการเติบโตของภาคบริการ	5.19	5.78	7.06	8.74	8.77	8.74	8.77	7.75	6.73
ผลิตภัณฑ์มวลรวม	447,206	473,826	503,875	539,519	579,983	630,263	679,842	729,021	780,550

ที่มา. จาก Study on Electronic Commerce in the Value Chain of the Tourism Sector, by Spanish Institute For Prospective

Technological Studies, 2001, Retrieved January 15, 2006, from <http://www.cerna.ensmp.fr/Enseignement/CoursModelesEcoNumerique/TD/4-Constantelou.pdf>

จากตาราง 8 ในการพิจารณาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสเปน พบว่า รายได้จากภาคบริการใน ค.ศ. 2003 มีมูลค่า 473,769 ล้านยูโร เพิ่มขึ้นจาก 443,906 ล้านยูโรใน ค.ศ. 2002 หรือเติบโตร้อยละ 6.73 ซึ่งภาคบริการใน ค.ศ. 2003 ทำรายได้ให้สเปน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 60.69 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product--GDP)

นอกจากนี้ (ดูตาราง 9) สเปนเป็นหนึ่งในประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของโลก โดยเฉพาะความที่เป็นประเทศผู้นำในแหล่งพักผ่อนทางชายหาด (Handelskammer, 2003)

#### ตาราง 9

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในตลาดแสงแดด หาดทรายและทะเล ใน ค.ศ. 2003

(หน่วย: คน)

ประเทศ	จำนวน
มอลตา	1,133,814
ราชอาณาจักรโมร็อกโก	1,965,338
ไซปรัส	2,418,233
สาธารณรัฐบัลแกเรีย	3,337,750
สหรัฐอเมริกาฮิปปี้	4,906,000
คูเวต	5,063,600
สาธารณรัฐโครเอเชีย	6,960,350
สาธารณรัฐตุรกี	13,248,176
รวมประเทศคู่แข่ง	39,033,261
สเปน	52,083,443

ที่มา. จาก *General Directorate for Commerce and Investments "Tourism"*, by Ministry of Economy, 2004, Retrieved January 15, 2006, from <http://www.turismojerez.com/index.php?id = 533&L=1>



ทั้งหมดแสดงให้เห็นถึงประสบการณ์อย่างมากมายของประเทศสเปนที่ได้จากภาคการท่องเที่ยว (Spanish Institute for Prospective Technological Studies, 2001) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าข้อมูลตัวเลขในปัจจุบันจะแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวของสเปนอยู่ในอันดับต้น ๆ แต่ในอดีต เมื่อต้นทศวรรษ 1990 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสเปนถูกมองว่าล้าหลัง ระบบสาธารณูปโภคไม่มีประสิทธิภาพ และไม่สามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมากได้ รวมทั้งภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของสเปนถดถอยเนื่องจากปัญหามลภาวะทางน้ำ เสียง ทัศนียภาพ โดยทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนของสเปนมีความเห็นร่วมกันว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสเปนไม่สามารถแข่งขันกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ซึ่งมีความทันสมัยและมีรูปแบบเหมาะสมสำหรับความต้องการใหม่ ๆ ได้ (Porras, 2000) เนื่องจากแสงแดด ทะเลและหาดทราย ซึ่งเป็นจุดขายของสเปนมีอยู่อย่างจำกัด สเปนจึงได้มีการออกนโยบายหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อตอบสนองความต้องการการพักผ่อนในรูปแบบอื่น ๆ นอกเหนือจากฤดูกาลท่องเที่ยว โดยนโยบายดังกล่าวช่วยบรรเทารายได้ที่ตกต่ำจากการท่องเที่ยวเฉพาะฤดูของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ (Handelskammer, 2003)

นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสเปนยังได้มุ่งเน้นการพัฒนาในเรื่องคุณภาพ และเพิ่มการลงทุนจำนวนมากเพื่อปรับปรุงภาคการท่องเที่ยวให้สามารถดำเนินการได้ดี แม้อยู่ในสภาวะการตกต่ำของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก ซึ่งผลของการพัฒนา แสดงให้เห็นถึงความสามารถในเรื่องของการแข่งขันและคุณภาพของสเปน (Ministry of Economy, 2004)

สำหรับแนวทางของสเปนในการนำมาสู่ความสำเร็จที่กล่าวมาข้างต้นมี 2 ขั้นตอนด้วยกันคือ (Porras, 2000)

ขั้นตอนแรก คือ การวิเคราะห์ปัญหาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยระบุปัญหาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสเปนใน ค.ศ. 1990 คือ (1) จุดขายของการท่องเที่ยวในสเปนมีความล้าสมัย โดยเฉพาะจุดขายเรื่องแสงแดดทะเลและหาดทราย (2) เกิดความไม่สมดุลระหว่างโครงสร้างพื้นฐานที่รัฐบาลสร้างกับความต้องการใช้โครงสร้างพื้นฐาน

ของนักท่องเที่ยว เช่น การขาดแคลนน้ำที่สะอาด สนามบิน ถนน เป็นต้น (3) ภาพลักษณ์ของประเทศสเปนที่คลบ

ขั้นตอนที่ 2 คือ การประกาศแผนการดำเนินงาน 8 แผน ได้แก่

1. แผนความร่วมมือกันทั้งหน่วยงานภาครัฐและเอกชน
2. แผนปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์
3. แผนการพัฒนาทางเทคนิคด้านการบริการการท่องเที่ยว
4. แผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว
5. แผนความร่วมมือระหว่างประเทศ
6. แผนการฝึกอบรมพนักงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว
7. แผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่
8. แผนการใช้การวิเคราะห์ทางสถิติและเศรษฐศาสตร์เพื่อการท่องเที่ยว

ซึ่งแผนการพัฒนาดังกล่าวทำให้สเปนสามารถยืดระยะเวลาของฤดูกาลท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้ให้สเปนตลอดปี (Ministry of Economy, 2004)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

จากการศึกษาถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศสามารถจำแนกการทบทวนออกเป็น 3 ส่วนคือ

1. เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว
2. การวัดอุปสงค์การท่องเที่ยว
3. ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

#### เทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศพบว่า มีเทคนิคหลายวิธีที่ถูกนำมาใช้ ได้แก่

1. การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วยวิธีแบบการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบปกติ (ordinary multiple regression analysis) (Anastasopoulos, 1984; Maguire, 1990; Martin & Witt, 1987; Mortazavi, 1999; Qiu, 1994; Quayson & Var, 1982; Stronge & Redman, 1982; Sawamiphakdi, 1989; Smeral, 1988, 1992; Tan, 2001)
2. การวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดสองชั้น (two-stage least square regression) (Ibrahim, 1998; Smeral, 1988)
3. การวิเคราะห์ด้วยวิธีความสัมพันธ์ที่ไม่ใช่เชิงเส้น (nonlinear regression) (Bakkalsalihoglu, 1988)
4. การวิเคราะห์ด้วยวิธีเคนนอนนิคัล (canonical analysis) (Uysal and O'Leary, 1986)
5. การวิเคราะห์โดยใช้วิธีการประมาณการภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (maximum likelihood estimation) (Christine & McAleer, 2001)
6. การวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง The Almost Ideal Demand System--AIDS (Deaton & Muellbauer, 1980, pp. 312-326; Fujii, Khaled & Mak, 1985; Syriopoulos & Sinclair, 1993)
7. การวิเคราะห์โดยใช้วิธีการถดถอยโลจิท โพรบิท (logit regression, probit regression) (Cha, 1984; Lundgren, 1990) วิธีการถดถอยโลจิทแบบसान (nested logit) หรือ การวิเคราะห์โลจิทเรียงลำดับ (sequential binary logit) (Eymann & Ronning, 1997; Saiyed, 2000; Siddiqui, 2000)
8. การวิเคราะห์โดยใช้วิธีการมัลติโนเมียลโลจิท (multinomial logit) (Damodaran, 1989; Nerhagen, 2001)
9. การวิเคราะห์โดยใช้วิธีการโทบิท (tobit method) (Riyadi, 1993)

#### **การวัดอุปสงค์การท่องเที่ยว (measuring total tourism demand)**

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า การวัดอุปสงค์การท่องเที่ยวมีวิธีการวัดหลายรูปแบบ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว (tourist numbers) ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (tourist

expenditures) รายรับจากนักท่องเที่ยว (tourist receipts) และจำนวนวันพัก (length of stay) โดยอาจใช้ตัวแปรเพียง 1 ตัว หรือมากกว่า 1 ตัว แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว พบการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ใช้ตัวแปรเพียง 1 ตัว แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว ดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยว (Abu-Ghazaleh, 1985; Akis, 1998; Anastasopoulos, 1984; Archer, 1987; Armstrong, 1972; Bakalis, Morris, & Wilson, 1994; Bakkalsalihoglu, 1988; Bang-ornrat Rojwannasin, 1982; Blaine, Mohammed, Ruppel, & Var, 1995; Bechdolt, 1973; Christine & McAleer, 2001; Cigliano, 1980; Crampon & Tan, 1973; Diamond, 1977; Edwards, 1979; Fujii & Mak, 1981; Gunadhi & Chow, 1986; Hollander, 1982; Industries Assistance Commission, 1989; Jud, 1974; Kanafani, 1980; Kliman, 1981; Martin & Witt, 1987, 1988; Mutti & Murai, 1977; Papadopoulos & Witt, 1985; Papadopoulos, 1987, 1989a, 1989b; Phu, 1992; Pizam, 2000; Pyo, 1990; Qiu, 1994; Qu & Lam, 1997; Rosensweig, 1988; Smith & Toms, 1978; Sawamiphakdi, 1989; Strazheim, 1978; Summary, 1987; Truett, L. J. & Truett, D. B., 1982; Williams & Zelinsky, 1970; Witt & Martin, 1985, 1987; Witt, Martin, Uysal, & Crompton, 1987)

2. ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Agarwal & Yochum, 1998, 1999; Bakkal, 1991; Deaton & Muellbauer, 1980; Downward & Lumsdon, 2001; Fujii, Khaled, & Mak, 1985; Kwack, 1972; Lee, Var, & Blaine, 1996; Oliver, 1971; Pyo, Uysal, & McLellan, 1991; Rugg, 1972; Syriopoulos & Sinclair, 1993)

3. รายรับจากนักท่องเที่ยว (Gerakis as cited in Tan, McCahon, & Miller, 2002, p. 367; Quayson and Var, 1982; Smeral, 1988; 1992; Smeral, Witt, S. F., & Witt, C. A., 1992; Tremblay, 1989, p. 479)

4. จำนวนวันพัก (Clarke, 1979)

กรณีของการใช้ตัวแปรมากกว่า 2 ตัวแปรขึ้นไป แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว ดังนี้

4.1 จำนวนนักท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Cleverdon & Adwards, 1983; Gonzalez & Moral, 1995; Jud & Joseph, 1974; Marche & Bernard, 1968; Metzgen Quemarez, 1989; Mohammad, 1990; Taplin, 1980; Uysal & O'Leary, 1986; Vanegas & Croes, 2000)

4.2 จำนวนนักท่องเที่ยว และจำนวนวันพัก (Noval, 1976)

4.3 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และรายรับจากนักท่องเที่ยว (Artus, 1970, 1972; Bond & Ladman, 1972; Carey, 1991; Kwack, 1972; Loeb, 1982; O'Hagan & Harrison, 1984; Stronge & Redman, 1982; Truett, D. B. & Truett, L. J., 1987; White, 1985; White & Walker, 1982)

4.4 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวและจำนวนวันพัก (Moncure, 1978; Shaw, 1991; Sumathi, 1991; Sunday & Johnson, 1975; Woo, 1992)

4.5 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และรายรับจากนักท่องเที่ยว (Barry & O'Hagan, 1972; Chadeeand & Mieczkowski, 1987; Jud, 1972; Jud & Joseph, 1974)

4.6 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และจำนวนวันพัก (Laber, 1969)

4.7 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว รายรับจากนักท่องเที่ยว และจำนวนวันพัก (Askari, 1971; Schulmeister, 1979; Tan, 2001)

### **ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ**

ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีหลายปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบสำคัญ ซึ่งสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ดังนี้

#### **1. ปัจจัยคุณลักษณะทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย**

##### **1.1 ราคาและความยืดหยุ่นต่อราคา**

ราคาเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

(Bang-ornrat Rojwannasin, 1982; Barry & O'Hagan, 1972; Bond & Ladman, 1972;

Crampon & Tan, 1973; Hollander, 1982; Industries Assistance Commission, 1989; Jud & Joseph, 1974; Kliman, 1981; Martin & Witt, 1987, 1988; Maguire, 1990; Mutti & Murai, 1977; Oliver, 1971; Phu, 1992; Schulmeister, 1979; Smeral, 1988; Strazheim, 1978; Tan, 2001; White & Walker 1982) โดยเป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว (Clawson & Knetsch, 1966 อ้างถึงใน สุชาติ สัยละมัย, 2531, หน้า 15; สมบัติ แซ่แฮ, 2539, หน้า 25; Mortazavi, 1999; Papatheodorou, 2001) นอกจากนี้ Metzgen Quemarez (1990) พบว่า ราคาหรือค่าใช้จ่ายในประเทศปลายทางเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จากการศึกษาของ Barry and O'Hagan (1972), Blaine et al. (1995), Gonzalez and Moral (1995), Kwack (1972) และ Seddighi and Shearing (1997) พบว่า หากราคาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบ ณ ประเทศปลายทางถูกกว่าประเทศต้นทาง จะทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางสู่ประเทศปลายทางมากขึ้น

สำหรับราคาที่นำมาใช้ในการศึกษา Sawamiphakdi (1989) ซึ่งให้เห็นว่าการใช้ดัชนีราคา ไม่ว่าจะเป็น ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป ดัชนีราคาผู้บริโภคด้านการโดยสารรถประจำทางสาธารณะ ดัชนีราคาผู้บริโภคสินค้าอาหาร ไกลบ้าน ดัชนีราคารถยนต์นั่งส่วนบุคคล ล้วนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งสิ้น สอดคล้องกับ Gunadhi and Chow (1986) ที่พบว่า ดัชนีราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และดัชนีราคาโรงแรม มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม การเลือกข้อมูลในรูปของ ดัชนีราคาของการท่องเที่ยว จะมีความเหมาะสมมากกว่า ดัชนีราคาผู้บริโภค (Witt & Martin, 1987; Witt, Martin, Uysal, & Crompton, 1987) ในขณะที่ Qu and Lam (1997) พบว่า ราคาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ณ ประเทศปลายทางเมื่อเทียบกับราคาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ณ ประเทศต้นทาง ไม่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวฮ่องกงของนักท่องเที่ยวชาวจีน นอกจากนี้ ปัจจัยราคาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางส่งผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มไม่เท่ากัน โดย Morley (1998), Kanafani (1980), Prousaloglou (1992) และ Turner and Witt (2001) พบว่า กลุ่มนักเดินทางเพื่อทำธุรกิจ

นักเดินทางเพื่อทำธุรกิจจะมีความยืดหยุ่นต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางน้อยกว่ากลุ่มนักเดินทางเพื่อพักผ่อนและเพื่อเยี่ยมญาติ

ในการทบทวนวรรณกรรมความยืดหยุ่นต่อราคา พบว่า การเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าและบริการของจุดหมายปลายทางแต่ละสถานที่ มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันไป โดยความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับราคาหรือค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในส่วนนี้ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงลบ (Martin & Witt, 1988; Quaysan & Var, 1982; Stronge & Redman, 1982; Taplin, 1980; Taylor, Fletcher, & Clabaugh, 1993) (เครื่องหมายลบในเรื่องค่าความยืดหยุ่นต่อราคา หมายถึง ตัวแปรราคาสินค้าและปริมาณซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม) Vanegas and Croes (2000) และ Artus (1972) พบว่า ความแตกต่างของค่าความยืดหยุ่นต่อราคาเกิดจากความนิยมของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งที่ไม่เท่ากัน

อย่างไรก็ตาม มีงานศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่พบว่า ค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าเป็นบวก (Bakkal, 1991; Chadeeand & Mieczkowski, 1987; Papadopoulos, 1987; Syriopoulos & Sinclair, 1993) (เครื่องหมายบวกในเรื่องค่าความยืดหยุ่นต่อราคา หมายถึง ตัวแปรราคาสินค้าและปริมาณซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน)

สำหรับการประมาณการความยืดหยุ่นต่อราคาที่มีค่าแตกต่างกันค่อนข้างมากนั้น Archer (1987), Edwards (1979), Kwack (1972) พบว่า เกิดจากความแตกต่างในเทคนิคที่ใช้ในการวิเคราะห์รวมทั้งดัชนีที่ใช้ในการคำนวณหาราคาที่แท้จริงในแต่ละสถานที่ นอกจากนี้ Vogt and Wittayakorn (1998) ยังพบอีกว่าหากนำแบบจำลองในการศึกษามาทดสอบ Stationary และ Cointegration ผลการศึกษาจะแตกต่างกันไปจากการไม่ทดสอบ อย่างไรก็ตาม Pyo (1990) พบว่า ราคาจะไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของในประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน จะไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

## 1.2 รายได้และความยืดหยุ่นต่อรายได้

จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า ปัจจัยรายได้ เป็นปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Abu-Ghazaleh, 1986; Armstrong, 1972; Akis, 1998; Artus, 1972; Barry & O'Hagan, 1972; Bakalis et al., 1994; Bakkal, 1991; Bechdolt, 1973; Bond & Ladman, 1972; Christine & McAleer, 2001; Cleverdon & Adwards, 1983; Crampon & Tan, 1973; Gray, as cited in Crouch & Shaw, 1992; Gunadhi & Chow, 1986; Hollander, 1982; Jud, 1972, 1974; Jud & Joseph, 1974; Kointarangkul, 1990; Kwack, 1972; Laber, 1969; Loeb, 1982; Martin & Witt, 1987, 1988; Morley, 1998; Mutti & Murai, 1977; Noval, 1976; Papadopoulos, 1987; Pyo, 1990; Qiu, 1994; Qu & Lam, 1997; Quayson & Var, 1982; Sawamiphakdi, 1989; Seddighi & Shearing, 1997; Smeral et al., 1992; Tan, 2001; Truett, D. B. & Truett, L. J., 1987; Truett, L. J. & Truett, D. B., 1982; Turner & Witt, 2001; Woo, 1992) อย่างไรก็ตาม Chadeeand and Mieczkowski (1987) กลับพบว่า รายได้ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์ในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ในการทบทวนวรรณกรรมความยืดหยุ่นต่อรายได้ พบว่า การเปลี่ยนแปลงรายได้ของนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแตกต่างกันไป โดยความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การท่องเที่ยวกับรายได้ของนักท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงบวก (Artus, 1972; Gray as cited in Crouch & Shaw, 1990; Martin and Witt, 1987; Vanegas and Croes, 2000) (เครื่องหมายบวกในเรื่องค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้หมายถึง เมื่อรายได้เพิ่มขึ้นผู้บริโภคก็จะทำการบริโภคสินค้านั้นมากขึ้น)

## 1.3 อัตราแลกเปลี่ยนและความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยน

นโยบายเรื่องอัตราแลกเปลี่ยน เป็นปัจจัยหลักที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ความต้องการสินค้าและบริการ (Metzgen Quemarez, 1989) และเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่งสู่อีกประเทศหนึ่ง (Abu-Ghazaleh, 1986; Maguire, 1990; Kointavangkul, 1990; Christine & McAleer, 2001;



Coshall, 2000) สำหรับการศึกษาอิทธิพลของอัตราแลกเปลี่ยนต่ออุปสงค์สำหรับการเดินทางระหว่างประเทศ พบอิทธิพลหลายแบบ เช่น กรณีอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศปลายทางแข็งค่าขึ้น มีอิทธิพลทำให้อุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากประเทศต้นทางลดลง ผู้บริโภคจะลดการใช้จ่ายหรือลดระยะเวลาการพักในประเทศปลายทางลง (Artus, 1970) และทำให้ผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงในแบบแผนของเวลาในการท่องเที่ยวและลดค่าใช้จ่ายในการเดินทางที่เป็นการเดินทางเพื่อทำธุรกิจลง (Chadeeand & Mieczkowski, 1987) ในทางกลับกัน Gerakis (as cited in Tan, McCahon, & Miller, 2002, p. 369) พบว่า หากอัตราแลกเปลี่ยนในประเทศปลายทางอ่อนค่าลง ทำให้มีการใช้จ่ายในสินค้าและบริการในประเทศปลายทางมากขึ้น มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และมีการใช้จ่ายสินค้าเพิ่มขึ้น

ในการทบทวนวรรณกรรมความยืดหยุ่นของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวนั้นพบว่า หากอัตราแลกเปลี่ยนเปลี่ยนแปลงไปจะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับสถานที่ปลายทางที่ต่างกัน โดยความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การท่องเที่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนนั้น พบทั้งความสัมพันธ์เชิงลบ (เครื่องหมายลบในเรื่องค่าความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยน หมายถึง ตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนและปริมาณความต้องการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม) และเชิงบวก (Loeb, 1982; Tremblay, 1989) (เครื่องหมายบวกในเรื่องค่าความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยน หมายถึง ตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนและปริมาณซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน)

นอกจากนี้ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราเงินเฟ้อและอัตราแลกเปลี่ยนก็มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ นักท่องเที่ยวมักมีความรู้เกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนดีแต่ไม่มีความรู้อย่างสมบูรณ์ในเรื่องอัตราเงินเฟ้อ ดังนั้นนักท่องเที่ยวมักตัดสินใจท่องเที่ยวบนพื้นฐานความรู้เรื่องอัตราแลกเปลี่ยน แต่อาจจะมีจำนวนวันพักนานขึ้นถ้าระดับค่าครองชีพของประเทศที่ไปท่องเที่ยวมีค่า (Lin & Sung, 1983; Tremblay, 1989; Truett, D. B. & Truett, L. J., 1987) นอกจากนี้แล้วการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในนาม (nominal exchange-rate) จะถูกนำไปทำนายผลกระทบของค่าใช้จ่าย

ของนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวจะคิดว่าราคาสินค้าถูกกว่าราคาปกติ ก็ต่อเมื่อเกิดอัตราแลกเปลี่ยนอ่อนตัวลง อย่างไรก็ตามอัตราเงินเฟ้ออาจมีความสำคัญมากกว่าที่สมมติก็ได้ โดยเชื่อว่าทั้งอัตราแลกเปลี่ยน และอัตราเงินเฟ้อมีความสำคัญพอ ๆ กันในระยะยาว แต่ในระยะสั้น อัตราแลกเปลี่ยนจะมีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากกว่าอัตราเงินเฟ้อ หากมีการรวมอัตราแลกเปลี่ยนเข้าไปในแบบจำลอง อุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ การอธิบายตัวแปรจะไม่มี ความชัดเจนเพราะมีความสัมพันธ์ระหว่างอัตราแลกเปลี่ยน และอัตราเงินเฟ้อ (Martin & Witt, 1987) อย่างไรก็ตามมีงานศึกษาที่พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนไม่มีนัยสำคัญทางสถิติต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว (Gunadhi & Chow, 1986); Quayson & Var, 1982) และพบผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว จะเกิดขึ้นในระยะยาว (Syriopoulos, 1995)

## 2. ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

McIntosh et al. (1995) พบว่า ปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยทางด้านคุณลักษณะเศรษฐกิจและสังคมส่วนบุคคล ซึ่งประกอบด้วย เพศ อายุ การศึกษา ระดับรายได้ และการครองชีพ สถานภาพในครอบครัว ขนาดของครอบครัว ระยะเวลาในวันหยุด รวมทั้งรสนิยมในการท่องเที่ยว และ Clawson & Knetsch (อ้างถึงใน สุชาติ สัยละมัย, 2531, หน้า 15 และ สมบัติ แซ่แฮ, 2539, หน้า 25) พบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวผลักดันให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว มี 2 ประการ ได้แก่

2.1 ปัจจัยแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวและลักษณะทางจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวเอง (รสนิยมและความปรารถนาในการพักผ่อน ความเครียด ความรู้เกี่ยวกับแหล่งพักผ่อน ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน) เป็นแรงผลักดันให้เกิดการไปท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการของตน

2.2 ปัจจัยสถานภาพทางสังคม (อายุ เพศ อาชีพ ขนาดครอบครัว ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส) สถานภาพทางเศรษฐกิจ (รายได้) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ (จำนวนประชากรในพื้นที่แหล่งพักผ่อน การกระจายของประชากรทางภูมิศาสตร์ภายในพื้นที่

เมือง) และการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของชีวิต การลดเวลาทำงานลง ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

### 2.2.1 เพศ

การศึกษาของ McGehee, Loker-Murphy, and Uysal (1996) และ Square (1994) พบว่า เพศที่แตกต่างกันอาจมีลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Blazey (1987) ที่พบว่า กลุ่มที่มีความสัมพันธ์กับการเดินทางท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ กลุ่มผู้หญิง ในทางตรงกันข้ามผู้ที่ไม่ชอบท่องเที่ยวจะเป็นกลุ่มผู้ชาย สอดคล้องกับ Lehto, O'leary, and Lee (2001) ที่พบว่า คนตะวันออกที่ชอบเดินทางท่องเที่ยวจะเป็นผู้หญิง เนื่องจากเป็นผู้ที่ยอมรับความไม่แน่นอนและความยุ่งยากในการเดินทางท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ Gustin and Weaver (1993) ยังพบว่า เพศหญิงมักจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย ในขณะที่เพศชายจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง

### 2.2.2 อายุ

การศึกษาของ Norvell (1985), Romsa and Blenman (1989), Taylor et al (1993) และ Fleischer and Pizam (2002) พบว่า อายุของคนในแต่ละช่วงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป โดยอายุของเด็กในครัวเรือนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวของหัวหน้าครัวเรือนในทางบวก (Moncure, 1978) ในขณะที่ Shaw (1991) พบว่า อายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวมากกว่าสถานะทางการแต่งงาน (สมรส โสด หย่า หม้าย) อย่างไรก็ตาม Moscardo and Green (1999) พบว่า อายุเป็นปัจจัยที่สัมพันธ์กับจำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวในสัดส่วนที่น้อย หรือ ไม่ใช่ปัจจัยสำคัญในการกำหนดความแปรผันของจำนวนครั้งในการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาที่ศึกษาในเรื่องการท่องเที่ยวของกลุ่มผู้สูงอายุโดยเฉพาะ พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในกลุ่มผู้สูงอายุเองก็ยังมีความแตกต่างกัน Hawes (1988) และ Javalgi, Thomas, and Rao (1992) พบว่า ผู้หญิงที่มีอายุในช่วง 55-59 ปี เป็นผู้ที่มีความสนใจท่องเที่ยวในต่างประเทศน้อยกว่า

ผู้หญิงที่มีอายุในกลุ่มอายุมากกว่า 60 ปี K. F. Backman, S. J. Backman, and Silverberd (1999) พบว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 55-64 ปี และกลุ่มอายุ 65 ปี ขึ้นไปจะให้ความสนใจเรื่องการรักษาสิ่งแวดล้อมมาก อย่างไรก็ตาม Hong, Kim, and Lee (1999) พบว่าช่วงอายุไม่มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องการที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว

### 2.2.3 อาชีพและการศึกษา

อาชีพและการศึกษาเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับรายได้ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีอาชีพและการศึกษาอยู่ในระดับสูงมักมีระดับรายได้ที่ดี การศึกษาจึงมีผลต่อการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว (Hong, Kim, & Lee, 1999; Zimmer, Brayley, & Searle, 1995) ในขณะที่ Moisey and Bichis (1999) พบว่า ผู้สูงอายุชอบท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมากกว่าคนวัยหนุ่มสาว และผู้สูงอายุที่ชอบท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูง ในขณะที่ Rubin and Neiswiadomy (1994) พบว่า กลุ่มผู้กำลังศึกษา และกลุ่มผู้ที่ไม่ได้อยู่ในช่วงศึกษา จะมีนิสัยการใช้จ่ายใช้สอยที่แตกต่างกัน เช่น กลุ่มผู้ที่ไม่ได้ศึกษาแล้วจะใช้จ่ายเกี่ยวกับเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ยานพาหนะ และความบันเทิง มากกว่าการใช้จ่ายในเรื่องการดูแลรักษาสุขภาพ และเครื่องนุ่งห่ม

### 2.2.4 สถานภาพสมรส

การศึกษาของ Hong, Kim, and Lee (1999) พบว่า สถานภาพสมรสเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว

### 2.2.5 รสนิยม

การศึกษาของ Richards (1996) พบว่า หากทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามประเภทรสนิยม โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวประเภทมรดกโลก จะทำให้มีการบริโภคการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นทันที

### 2.2.6 ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

การศึกษาของ Papatheodorou (2001) พบว่า จำนวนวันพักผ่อนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลก่อให้เกิดอุปสงค์การเดินทาง ความยาวนานของระยะเวลาในการ

พักผ่อนที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคมีอุปสงค์ในการบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและบริการที่แตกต่างกัน หากผู้บริโภคมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก จะบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและบริการมาก ในทางตรงกันข้าม หากมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนน้อย จะบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและบริการลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ McIntosh et al. (1995) ที่พบว่า ปัจจัยจำนวนวันพักผ่อน เป็นปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเชิงส่งเสริมการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ Eymann and Ronning (1997) พบว่า จำนวนวันพักผ่อนประจำปี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการตัดสินใจเลือกเดินทาง และ Damodaran (1989) พบว่า จำนวนวันหยุดในสัปดาห์ เป็นปัจจัยในทางส่งเสริมต่ออุปสงค์การเดินทางจากเมืองหนึ่งไปยังอีกเมืองหนึ่ง (การเดินทางระหว่างเมือง)

### 3. ปัจจัยความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว

#### 3.1 สถานที่ท่องเที่ยว

การศึกษาของ Smeral (1988, 1992) พบว่า การเปรียบเทียบความพึงพอใจและคุณภาพสิ่งแวดล้อม ในประเทศปลายทางจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สอดคล้องกับงานศึกษาของ Armstrong (1972) พบว่า ความพึงพอใจในประเทศปลายทางจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แต่สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมทั้งจำนวนและคุณภาพของระบบการขนส่งที่ดี จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Salah, 1975) นอกจากนี้แล้ว ปัจจัยภายในของสถานที่ท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะภูมิประเทศ ภูมิอากาศ จำนวนสถานที่ท่องเที่ยว ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ระยะเวลาในการเดินทางไปกลับระหว่างที่พักกับสถานที่ท่องเที่ยว ความยากลำบากในการเดินทาง และ ความปลอดภัย ล้วนเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งสิ้น (McIntosh et al., 1995) สอดคล้องกับงานศึกษาของ Eymann and Ronning (1997) พบว่า สถานที่ที่บริษัทจัดนำเที่ยวเลือกหยุดแวะพักเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทาง และ Papatheodorou (2001) พบว่า คุณภาพ

ของแหล่งท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่ ๆ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางทั้งสิ้น

### 3.2 ข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยว

การศึกษาของ Barry and O'Hagan (1972) และ Carey (1991) พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ดังนั้น การเข้าถึงแหล่งข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศหนึ่งสู่ประเทศหนึ่ง (Kointarangkul, 1990) โดยในการศึกษาของ Papadopoulos and Witt (1985) พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และค่าความยืดหยุ่นของค่าโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์เป็นบวก (เครื่องหมายบวกในเรื่องค่าความยืดหยุ่นต่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางโทรทัศน์ หมายถึงตัวแปรการโฆษณาและปริมาณการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน) โดย Papadopoulos (1987) และ Crouch, Schultz, and Valerio (1992) พบว่า ค่าใช้จ่ายด้านการโฆษณาให้ผลกระทบต่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมากกว่าค่าใช้จ่ายด้านการประชาสัมพันธ์

ในขณะที่ Sunday and Johnson (1975) พบว่า การโฆษณามีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญในการท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา แต่ไม่มีผลข้ามปี สอดคล้องกับ Sumathi (1991) ที่พบว่า อิทธิพลจากการโฆษณาจะมีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวครั้งแรกเท่านั้น และ Papadopoulos (1989) ที่เห็นว่าการตลาดจะไม่มีผลข้ามปี และผลของการโฆษณาจะลดลงตามระยะทางที่ไกลขึ้นระหว่างประเทศต้นทางกับประเทศปลายทาง รวมทั้งการโฆษณาเกิดผลกระทบต่อส่งเสริมการท่องเที่ยวล่าช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้

อย่างไรก็ตาม Uysal and O'Leary (1986) พบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ ไม่ใช่ปัจจัยที่สำคัญมากนัก ซึ่งสอดคล้องกับ Woo (1994) ที่พบว่า ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

การโฆษณาประชาสัมพันธ์ทางวิทยุ โทรทัศน์ มีความสำคัญไม่มากนักต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

สำหรับภาครัฐบาล การทำนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวของ ภาครัฐบาลอย่างต่อเนื่อง มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว (Darnell & Johnson, 2001) สอดคล้องกับ Evan and Stabler (1995), McIntosh et al. (1995), Morley (1998), Sheldon (1994, 1986) และ Smeral (1992) ที่พบว่า การจัดงานเทศกาลส่งเสริม การท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยการผ่อนปรนกฎระเบียบความยุ่งยากในการขอวีซ่า เป็นปัจจัยสำคัญต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากจีนแผ่นดินใหญ่ไปยังฮ่องกง (Qu & Lam, 1997) อย่างไรก็ตาม Loeb (1982) พบว่า การจัดงานโอลิมปิกและงานเอ็กซ์โปมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวอย่างมาก

### 3.3 เส้นทางการเดินทาง

เส้นทางบินจากประเทศต้นทางสู่ประเทศปลายทาง เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิด อุปสงค์การท่องเที่ยว (O'Hagen and Harrison, 1984; Smeral, 1988, 1992; Var, Currie, Watt, & Stribling, 1998)

### 3.4 ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

การศึกษาของ Gunadhi and Chow (1986), McIntosh et al. (1995), Morley, (1998), Pizam (2000), Salah, (1975) และ Smeral (1992) พบว่า ความปลอดภัยเป็น ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อ อุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

## 4. ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

### 4.1 ธุรกิจการท่องเที่ยว

การศึกษาของ Cai and Woods (1993), Carey, Gountas, and Gilbert (1997), Rugg (1972) และ Smith and Toms (1978) พบว่า จำนวนและความสามารถในการเชื่อมโยงกันของ ธุรกิจการจัดการการท่องเที่ยว และธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว มีอิทธิพล ในทางบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 4.2 โรงแรมและที่พัก

ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของโรงแรมและที่พัก เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Truett, D. B. & Truett, L. J., 1987; Truett, L. J. & Truett, D. B., 1982; Tsaur, Chiu, & Huang, 2002)

#### 5. ปัจจัยอื่น ๆ

##### 5.1 รูปแบบการเดินทาง

การศึกษาของ Eymann and Ronning (1997) พบว่า รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวประเภทการท่องเที่ยวเหมารวม เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว

##### 5.2 ประสบการณ์ในการเดินทาง

การศึกษาของ Williams and Zelinsky (1970) พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับประสบการณ์ในการเดินทางการท่องเที่ยวในอดีต การไหลของนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ เป็นผลจากนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Bakkalsalihoglu (1988) และ Witt and Martin (1987)

### งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือหรือการรวม กลุ่มทางเศรษฐกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

#### ความร่วมมือของภาครัฐบาลและภาคเอกชน

การศึกษาของ Fayos-Solá (1996) พบว่า นโยบายของภาครัฐบาลในการผลักดันความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสำเร็จไม่ได้หาก (1) ภาครัฐบาลทำเองเพียงลำพัง (2) ภาคเอกชนและกลุ่มอาสาสมัครไม่ให้ความร่วมมือ ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ Papatheodorou (2001) และ Richard (1992)



### **ความร่วมมือจากการรวมกลุ่มเศรษฐกิจ**

การศึกษาของ Ratliff (1993) พบว่า การรวมกลุ่มในข้อตกลงการค้าเสรีในอเมริกาเหนือ (NAFTA) ระหว่างสหรัฐอเมริกา แคนาดา และเม็กซิโก มีผลกระทบในด้านบวกไม่เพียงแต่ในเศรษฐกิจตะวันตก แต่ส่งผลกระทบด้านบวกต่อเศรษฐกิจโลกด้วย สอดคล้องกับ Mihalik (1992) และ Rätz and Puczkó (1999) ที่พบว่า การรวมกลุ่มประชาคมยุโรปส่งผลกระทบในแง่บวกต่อการท่องเที่ยว

ในขณะที่ Anastasopoulos (1984), Clarke (1979) และ Wang (1991) พบว่าความร่วมมือกันระหว่างประเทศเพื่อนบ้านให้ สินค้าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าประกอบกัน จะก่อให้เกิดความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ผลของการรวมกลุ่ม ไม่ใช่จะทำให้ทุกฝ่ายได้ประโยชน์เท่าเทียมกัน Khalaf (1984) พบว่า การรวมกันแบบตลาดร่วมของกลุ่มอาหรับนั้น จอร์แดนได้รับผลประโยชน์จากการส่งออกมากที่สุด

### **งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเทศในอินโดจีน**

ในการทบทวนวรรณกรรม แบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ งานที่ศึกษาด้านโครงสร้างโดยรวมในอินโดจีน และงานพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในอินโดจีน

#### **งานที่ศึกษาด้านโครงสร้างโดยรวมในอินโดจีน**

จากงานศึกษาของ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์ (2548), สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540), สมคิด หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2541) และสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2542) ที่ทำการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและอินโดจีน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง วางกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในการผลักดันแผนการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาสามเหลี่ยมท่องเที่ยวเชื่อมโยง กัมพูชา สปป. ลาว และประเทศไทย ตามลำดับ ผลการศึกษาพบว่า สภาพพื้นที่และทรัพยากรทางด้านท่องเที่ยว มีศักยภาพเพียงพอในการพัฒนา หากมีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน กฎหมาย และการตลาดร่วมกันโดยเน้นจุดขาย มรดกทางวัฒนธรรมของโลกในช่วง 3 ปีแรก และเน้นจุดขายเรื่องการพักผ่อนและการเรียนรู้ ในช่วงปีถัดไป

### **งานพัฒนาการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศในอินโดจีน**

ในงานการพัฒนาการท่องเที่ยวของเวียคนาม Cooper (1999) และ Hoa (1997) พบว่า เวียดนามเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงมากในการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่เวียดนามยังขาดโครงสร้างพื้นฐาน และการรองรับที่ได้มาตรฐานทั้งในเรื่องโรงแรมที่พัก และพนักงาน (แรงงานมีฝีมือ) สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของสปป. ลาว และกัมพูชา นั้น Hall and Ringer (2000) พบว่า ทั้งสองประเทศจะได้รับประโยชน์จากโครงการ GMS-EC ซึ่งทั้งสองประเทศยังต้องการนวัตกรรมใหม่ ๆ ทางการบิน และทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตามประเทศในภูมิภาคนี้ก็ยังคงมีภาพลักษณ์เรื่องการก่อการร้ายอยู่

## **บทบาทของภาครัฐบาลไทยในการส่งเสริมประเทศไทย เป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน**

### **บทบาทของภาครัฐบาลตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ**

เพื่อความสอดคล้องในการพัฒนา ประเทศไทยได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยมีเป้าหมายในการรวมกลุ่มกันในอนุภูมิภาค โดยวางแผนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2534) เน้นพัฒนาวงการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดร่วมกันระหว่างประเทศไทย กลุ่มประเทศอาเซียน และอินโดจีน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2539, 2544) นอกจากนี้ยังมีการวางแผนสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้วางแนวทางเกี่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต โดยเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวและศูนย์กลางการบินในภูมิภาค (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2548ก)

### **บทบาทตามกรอบความร่วมมือในโครงการ ACMECS**

**ความร่วมมือในโครงการ ACMECS** โดยประเทศสมาชิก ACMECS ได้จัดการประชุมสุดยอด ACMECS (ACMECS Summit) ครั้งที่ 1 เมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2546 ณ เมืองพุกาม พม่า โดยผู้นำของประเทศสมาชิก ACMECS ได้ร่วมกันออกปฏิญญาพุกาม Bagan Declaration และแผนปฏิบัติการ (plan of action) เพื่อเป็นแนวทางในการดำเนินโครงการและกิจกรรมความร่วมมือร่วมกัน สำหรับสาขาการท่องเที่ยวได้มีการลงนามในบันทึกความเข้าใจในโครงการนำร่อง ACMECS Single Visa ระหว่างกัมพูชาและประเทศไทย (กระทรวงการต่างประเทศ, 2547)

### **บทบาทตามกรอบความร่วมมือในโครงการ GMS-EC**

**สาขาการท่องเที่ยว** สำหรับการพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวตามกรอบโครงการ GMS-EC นั้น เป้าหมายสำคัญของโครงการ GMS-EC ในสาขาการท่องเที่ยว อยู่ที่การเป็นตลาดเดี่ยว (single tourism market) หมายถึงการที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้แหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน จัดระบบบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกันและมีมาตรฐาน คุณภาพในราคาเดียวกัน (Asian Development Bank, 1995) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 รูปแบบการพัฒนาเป็นขั้นตอนเน้นการมีบทบาทประจักษ์ภูมิภาคเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีระดับและความสามารถของแต่ละประเทศไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งทำให้มีประเทศที่มีบทบาทหลักเป็นประจักษ์ภูมิภาค

ขั้นตอนที่ 2 เป็นขั้นตอนที่พัฒนาจากขั้นตอนแรก เกิดการพัฒนาเมืองศูนย์กลางรองรับด้านการท่องเที่ยวกระจายครอบคลุมภูมิภาคอย่างเป็นระบบ

## ตาราง 10

แผนการดำเนินงานไปสู่การเป็นตลาดเดียวของโครงการ *GMS-EC* สาขาการท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่	เป้าหมาย	ช่วงเวลา (ค.ศ.)
1	Gateway	1999-2001
2	Hubs and Sub-hubs	2002-2006
3	GMS Tourism Circuit	2007-2013

ที่มา. จาก โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาครุ่มน้ำโขง 6 ประเทศ (กัมพูชา-ลาว-พม่า-เวียดนาม-มณฑลยูนนาน) (หน้า 8-9), โดย สำนักงานคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2544, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

ขั้นตอนที่ 3 เป็นแบบโครงข่ายและวงรอบมีโครงข่ายการขนส่งนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบและนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างเป็นวงรอบทั้งในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวและระหว่างกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว

**ความก้าวหน้าของความร่วมมือในโครงการ *GMS-EC* ในสาขาการท่องเที่ยว**

1. ความคืบหน้าการประชุมระดับรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่อาวุโส

ที่ผ่านมาได้มีการประชุมระดับรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่อาวุโส มาแล้วทั้งหมด 13 ครั้ง สำหรับผลการประชุมรัฐมนตรีในโครงการ *GMS-EC* เฉพาะสาขาการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการประชุมครั้งที่ 5 ขึ้นไป เนื่องจาก การประชุมครั้งที่ 1-4 (Asian Development Bank, 1992, 1993, 1994a, 1994b) เป็นการประชุมเพื่อพัฒนาโครงการ โดยรวม ยังไม่ได้เน้นไปที่สาขาท่องเที่ยวมากนัก

ผลการประชุมครั้งที่ 5 ระหว่างวันที่ 9-10 พฤศจิกายน พ.ศ. 2538 (ค.ศ. 1995) เห็นชอบรายงานการศึกษาฉบับสมบูรณ์ ประกอบด้วย 5 โครงการ ประกอบด้วย (Asian Development Bank, 1995)

1. โครงการส่งเสริมอนุภูมิภาคให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของโลก (Promoting the subregional as a tourist destination)

2. โครงการองค์การประชุมด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค  
(Subregional tourism forum)
3. โครงการอบรม ความรู้พื้นฐานด้านการท่องเที่ยว (Training the trainer in the basic skills of tourism)
4. โครงการผู้จัดการทรัพยากรด้านการอนุรักษ์และการท่องเที่ยว  
(Training resource managers conservation and tourism)
5. โครงการศึกษาเพื่อการวางแผนการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง  
(Mekong river tourism planning study)

ผลการประชุมครั้งที่ 6 ระหว่างวันที่ 28-30 สิงหาคม พ.ศ. 2539 (ค.ศ. 1996) เห็นชอบตามข้อเสนอของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2 โครงการได้แก่ (Asian Development Bank, 1996)

1. โครงการศึกษาและวิเคราะห์ทิศทางการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (GMS North-South tourism flow study)
2. โครงการจัดตั้งศูนย์ประสานงานโครงการด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Agency for Coordinating Mekong Tourism Activities--AMTA )

ผลการประชุมครั้งที่ 7 ระหว่างวันที่ 7-11 เมษายน พ.ศ. 2540 (ค.ศ. 1997) ประเทศไทยเสนอความก้าวหน้าของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งได้เปิดดำเนินงานศูนย์ประสานงานโครงการด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2540 ตามความเห็นของที่ประชุมระดับรัฐมนตรี ครั้งที่ 6 (Asian Development Bank, 1997)

ผลการประชุมครั้งที่ 8 ระหว่างวันที่ 30 กันยายน - 2 ตุลาคม พ.ศ. 2541 (ค.ศ. 1998) (Asian Development Bank, 1998) เห็นชอบให้ความร่วมมือด้านท่องเที่ยวเป็นตัวนำในการพัฒนาแก๊วกฤตการณ์ เศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยวและให้ความช่วยเหลือในการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาแผนท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย นอกจากนี้ประเทศไทยเสนอให้มีการลดอัตราค่าโดยสารของสายการบินร่วมในภูมิภาค (เนื่องจาก

การบินประเทศไทย ได้ทำการตกลงกับสายการบินหลักของประเทศในโครงการ GMS กำหนดราคาค่าโดยสารร่วมกัน (GMS Fares) ขึ้น แต่ราคาตั๋วโดยสารดังกล่าว ส่วนใหญ่มีราคาสูงกว่าราคาปกติ จึงเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว)

ผลการประชุมครั้งที่ 9 ใน วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2543 (ค.ศ. 2000) เห็นชอบให้ (Asian Development Bank, 2000)

1. ส่งเสริมธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อแก้ปัญหาวิกฤตการณ์เศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียโดยสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประเพณีระหว่างกัน ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ ในรูปการท่องเที่ยวเหมารวม พร้อมขยายแก่นักท่องเที่ยวและพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าที่ระลึกควบคู่ไปด้วย
2. จัดทำแผนแม่บทท่องเที่ยวตามพื้นที่เศรษฐกิจแนวตะวันออก-ตะวันตก โดยผนวกไว้ในการศึกษาการเตรียมการก่อนการลงทุน เพื่อส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวในรูปแบบการท่องเที่ยวเหมารวมให้เป็นรูปธรรม

ผลการประชุมครั้งที่ 10 ใน วันที่ 27-29 พฤศจิกายน พ.ศ. 2544 (ค.ศ. 2001) เห็นชอบให้ (Asian Development Bank, 2001)

1. สนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยวที่รักษาสิ่งแวดล้อม
2. พัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวไปพร้อมกับการพัฒนาการท่องเที่ยว

ผลการประชุมครั้งที่ 11 ใน วันที่ 23-25 กันยายน พ.ศ. 2545 (ค.ศ. 2002) เห็นชอบให้ (Asian Development Bank, 2002)

1. ส่งเสริมภาคเอกชนเปิดธุรกิจท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมประเพณีระหว่างกัน ทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ และพัฒนาอุตสาหกรรมสินค้าที่ระลึกควบคู่ไปด้วย
2. ปรับปรุงและอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวได้แก่ กำหนดเส้นทางการบินใหม่และการอำนวยความสะดวกด้านการผ่านแดน
3. เสริมสร้างบทบาทและขีดความสามารถของ AMTA ให้เป็นกลไกการประสานงานหลัก

4. ปรับปรุงรูปแบบการดำเนินงาน จากระดับโครงการเป็นระดับแผนงานรวม เพื่อให้เป็นแผนงานแบบผสมผสานครอบคลุมและเชื่อมโยงระหว่างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับสาขาความร่วมมืออื่น ๆ ในโครงการ GMS-EC

5. ADB และเจ้าหน้าที่อาวุโสทำการสำรวจความเป็นไปได้ของแนวคิดที่จะให้มีสายการบิน GMS โดยให้ทุกประเทศสมาชิกมีส่วนร่วมเท่าเทียมกัน ทั้งนี้ให้คณะทำงานด้านการท่องเที่ยวนำประเด็นนี้ขึ้นหารือในการประชุมครั้งต่อไป โดยรัฐมนตรีกัมพูชาได้เสนอให้มีการใช้ GMS Visa เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการประชุมครั้งที่ 12 ใน วันที่ 17-19 กันยายน พ.ศ. 2546 (ค.ศ. 2003) เห็นชอบให้ทำการศึกษาเพื่อวางแนวทางการดำเนินงาน GMS Visa เพื่ออำนวยความสะดวกและส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค (Asian Development Bank, 2003)

ผลการประชุมครั้งที่ 13 ใน วันที่ 14-16 ธันวาคม พ.ศ. 2547 (ค.ศ. 2004) เห็นชอบให้ (Asian Development Bank, 2004)

1. ใช้ GMS Visa เป็นบัตร Visa ใบเดียวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคได้

2. ให้ AMTA เป็นสถาบันที่จัดทำกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันในกลุ่ม GMS

2. ความคืบหน้าการประชุมคณะทำงานร่วมระหว่าง 6 ประเทศ เฉพาะสาขาการท่องเที่ยว

ในการประชุมคณะทำงานร่วมระหว่าง 6 ประเทศ เฉพาะสาขาการท่องเที่ยว มีการประชุมครั้งล่าสุดครั้งที่ 16 วันที่ 25-27 มีนาคม พ.ศ. 2548 (ค.ศ. 2005) ณ เสียมราชกัมพูชา โดยมีรายละเอียดความคืบหน้าดังนี้ (Asian Development Bank, 2005)

1. จัดทำแผนปฏิบัติและกลยุทธ์ในการพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2548-2549 (ค.ศ. 2005-2006) ร่วมกัน

2. พิจารณาและหาข้อสรุปในเรื่องของระเบียบ พิธีการเข้าเมือง ในการใช้ GMS Visa ร่วมกัน โดยเริ่มต้นจากความร่วมมืออย่างน้อย 3 ประเทศ คือ กัมพูชา สหภาพพม่า และประเทศไทย

2. พิจารณาและหาข้อสรุปในเรื่องของระเบียบ พิธีการเข้าเมือง ในการใช้ GMS Visa ร่วมกัน โดยเริ่มต้นจากความร่วมมืออย่างน้อย 3 ประเทศ คือ กัมพูชา สหภาพพม่า และประเทศไทย

3. พิจารณาและหาข้อสรุปในการใช้ AMTA เป็นสถาบันที่จัดทำกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันในกลุ่ม GMS

4. จัดเตรียมการดำเนินงานโครงการพัฒนาทางการตลาดสาขาการท่องเที่ยวใน GMS อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะ โครงการ Village-based tourism ซึ่งนำชุมชนที่ยากจนเข้าร่วมเป็นแหล่งท่องเที่ยวในโครงการ

**บทบาทของหน่วยงานภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนการดำเนินโครงการ GMS-EC สำหรับสาขาการท่องเที่ยว (เฉพาะหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน)**

1. สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงมหาดไทย มีบทบาทในการเป็นผู้ประสานงานหลักในการอำนวยความสะดวกในการผ่านแดนของประชาชน นักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และแรงงานในการผ่านแดนในพื้นที่ตาม โครงการ GMS-EC โดยเฉพาะ ณ ด่านผ่านแดน (วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ, 2545, หน้า 94)

2. กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม มีบทบาทในการสนับสนุน โครงการ GMS-EC โดยดำเนินการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยง ระหว่างประเทศไทยกับพื้นที่ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มโครงการ GMS-EC (วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ, 2545, หน้า 97-100)

3. กองกิจการระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงคมนาคม มีบทบาทในการ ติดตามการเร่งพัฒนาเส้นทางเดินเรือในลำน้ำโขงเพื่อการท่องเที่ยว (วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ, 2545, หน้า 100-101)

4. กรมการขนส่งทางอากาศ กระทรวงคมนาคม มีบทบาทในการ พัฒนาการทำ อากาศยานแห่งประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางเพื่อเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มโครงการ GMS-EC โดยได้วางกลยุทธ์สนามบิน ใน ประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านต่าง ๆ ของการเดินทางไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มโครงการ GMS-EC (วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ, 2545, หน้า 101-102)



เศรษฐกิจ และแผนปฏิบัติการในแบบทวิภาคี ภายใต้โครงการ GMS-EC (วัลย์ลดา วัฒนพงษ์ชาติ, 2545, หน้า 102)

6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีบทบาทในการเป็นหน่วยประสานงานหลัก ในความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวประเทศไทยกับประเทศกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ตามโครงการ GMS-EC และเป็นศูนย์กลางในการทำการตลาดในภูมิภาค โดยมีโครงการสำคัญ ๆ และความก้าวหน้าในการดำเนินงาน ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการ เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักพัฒนาพื้นที่เฉพาะสำนักพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยงทาง เศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านและพื้นที่ชายแดน, 2544)

#### ตาราง 11

โครงการและความก้าวหน้าในการดำเนินงานในการส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการ ท่องเที่ยวในภูมิภาคของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โครงการ	ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน
1. โครงการส่งเสริมอนุภูมิภาคให้เป็น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ	ดำเนินการแล้ว
2. ศูนย์กลางในการทำการตลาดในภูมิภาค	อยู่ในระหว่างดำเนินงาน
3. จัดตั้งองค์การประชุมด้านการท่องเที่ยว ในอนุภูมิภาค	ดำเนินการแล้ว
4. ขออนุญาตปรับระเบียบการเข้าเมือง สำหรับนักท่องเที่ยว	ดำเนินการแล้ว
5. ร่วมสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยง ระหว่างประเทศสมาชิกที่มีพรมแดน ติดต่อกัน	เส้นทางเชื่อมโยงทางน้ำ (ดำเนินการแล้ว) เส้นทางเชื่อมโยงทางรถยนต์ (ดำเนินการแล้ว) เส้นทางเชื่อมโยงทางรถไฟ (อยู่ในระหว่าง ดำเนินงาน)

## ตาราง 11 (ต่อ)

โครงการ	ความก้าวหน้าในการดำเนินงาน
6. ศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เมืองเว้	ดำเนินการแล้ว
7. โครงการ Three Countries-One Destination	ดำเนินการแล้ว
8. การพัฒนาสามเหลี่ยมท่องเที่ยว เชื่อมโยงอีสานตอนล่าง	ดำเนินการแล้ว
9. โครงการ Village-based Tourism	ดำเนินการแล้ว
10. การจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยว	ดำเนินการแล้ว

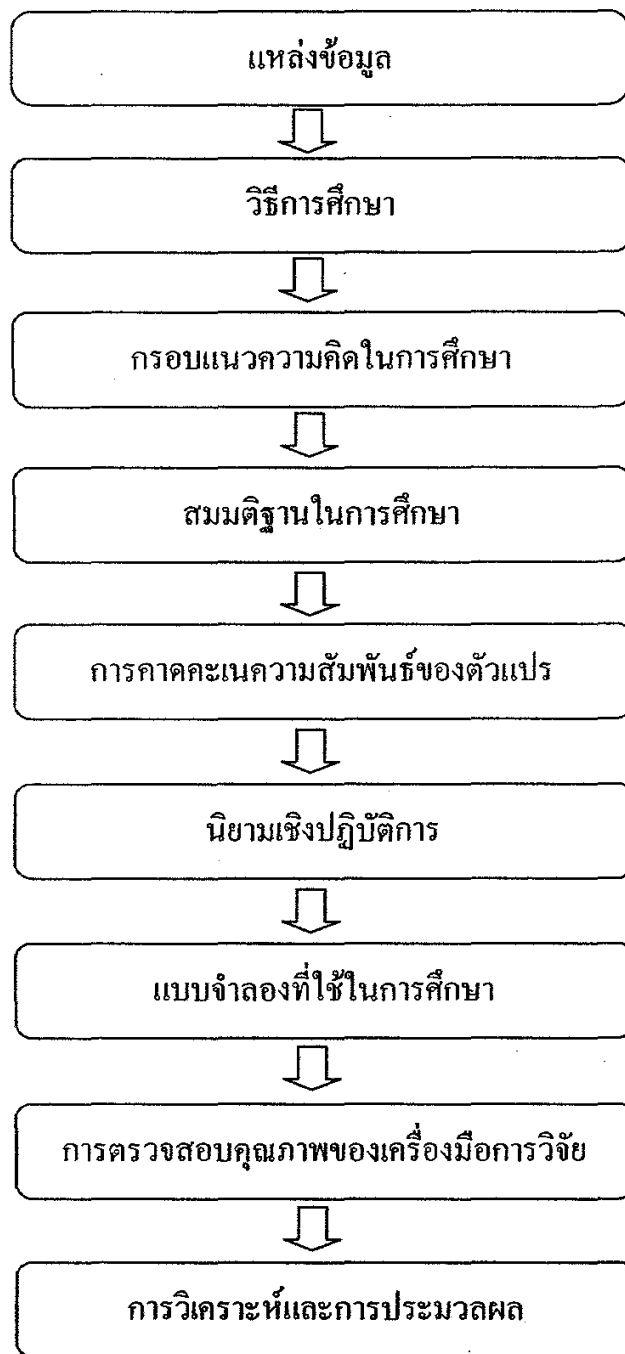
ที่มา. จาก ความก้าวหน้าการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจเฉพาะและพื้นที่เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (หน้า 26-30), โดย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักพัฒนาพื้นที่เฉพาะสำนักพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านและพื้นที่ชายแดน, 2544, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีการศึกษา

ในการศึกษาหาแนวทางเพื่อส่งเสริมให้การท่องเที่ยวไทยได้รับประโยชน์จากการเป็นประตูอิน โดจีนนั้น จำเป็นต้องศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐบาลและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย ในฐานะเป็นประตูอิน โดจีน และศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน การศึกษานี้แบ่งนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่อิน โดจีนตามลักษณะการเดินทางออกเป็น 2 กลุ่ม คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีน และนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน

ทั้งนี้อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีน ใช้จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมแทนความหมายของอุปสงค์ และอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน ใช้สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งในประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน และสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีนรวมแทนความหมายของอุปสงค์ ซึ่งแนวคิดนี้ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2



ภาพ 9 โครงสร้างบทที่ 3

## แหล่งข้อมูล

### **การดำเนินงานของภาครัฐบาลในการส่งเสริมไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่อินโดจีน**

รวบรวมข้อมูลในรูปของข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) เน้นการวิจัยเอกสารในด้านนโยบายและมาตรการของภาครัฐบาล แหล่งที่มาของข้อมูลมาจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย

### **การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการสนับสนุนไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่อินโดจีน**

รวบรวมข้อมูลในรูปของข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยออกแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน ด้วยเทคนิคการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) 3 กลุ่ม คือ กลุ่มธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จำนวน 53 ราย (จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบบริษัทที่ทำการขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบ การนำเที่ยวต่างประเทศกับประเทศในอินโดจีน จำนวน 102 ราย แต่จากการตรวจสอบข้อมูลพบว่า มีบริษัทที่ยังดำเนินการในธุรกิจมีเพียง 53 ราย) ได้รับการตอบกลับ 9 ราย กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก จำนวน 10 ราย ได้รับการตอบกลับ 8 ราย และ กลุ่มธุรกิจสายการบิน จำนวน 9 ราย ได้รับการตอบกลับ 7 ราย

### **อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน**

**การรวบรวมข้อมูล** ทำการรวบรวมข้อมูลในรูปข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน ณ สนามบินนานาชาติดอนเมือง ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูลปฐมภูมิ คือ ช่วงเดือนพฤศจิกายน 2546 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2547

**ประชากรกลุ่มตัวอย่าง** ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางทั้งในรูปแบบหมู่คณะหรือด้วยตนเอง สู่ประเทศในอินโดจีน ซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม ทำการเลือกพิจารณาเฉพาะจากจำนวนนักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติ ที่มีสถิติการเดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนมากที่สุดเรียงตามลำดับ 10 อันดับแรกใน พ.ศ. 2545 รวมทั้งสิ้น จำนวน 2,508,727 ล้านคน (ใน พ.ศ. 2545) กำหนดความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมรับได้เท่ากับ 0.05 และความแปรปรวนของตัวแปรที่วัดเท่ากับ 0.25 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 จะได้ขนาดอย่างน้อยที่สุด 384 ตัวอย่าง

การสุ่มตัวอย่าง ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีแบบโควต้า (quota sampling) โดยสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวเป็นรายบุคคล ไม่รวมผู้ร่วมคณะหรือผู้ติดตาม ทั้งนี้โดยยึดสัดส่วนตามสถิติสูงสุด ของการกระจายของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มายังประเทศในอินโดจีนตามสัญชาติต่าง ๆ 10 อันดับแรก และใช้วิธีการคำนวณจำนวนตัวอย่างตามสูตรของ Yamane (1973, p. 727)

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{z_{\alpha}^2 \sigma^2 N}{d^2 (N-1) + z_{\alpha}^2 \sigma^2} \\
 &= \frac{1.96^2 \times 0.25 \times 2,508,727}{0.05^2 (2,508,727 - 1) + 1.96^2 \times 0.25} \\
 &= 384
 \end{aligned}$$

- โดยที่
- n คือ ขนาดตัวอย่างที่ควรสุ่ม (384 คน)
  - N คือ ขนาดของประชากรทั้งหมด (2,508,727 คน)
  - z คือ ตัวแปรเชิงสุ่มของการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน (1.96)
  - $\sigma^2$  คือ ความแปรปรวนของตัวแปรเชิงสุ่มที่ศึกษา (0.25)
  - d คือ ความคลาดเคลื่อนสูงสุดที่ยอมให้ค่าสถิติต่างจากค่าพารามิเตอร์ (0.05)
  - $\alpha$  คือ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ (0.05)

## ตาราง 12

จำนวนตัวอย่างการสำรวจแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติแยกตามสัญชาติที่  
เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในอินโดจีน พ.ศ. 2545

(หน่วย: คน)

ลำดับ	สัญชาติ	กัมพูชา <sup>1</sup>	สปป. ลาว <sup>2</sup>	เวียดนาม <sup>3</sup>	อินโดจีน <sup>4</sup>	สัดส่วน <sup>4</sup>	จำนวน ตัวอย่าง <sup>4</sup>	ขนาด ตัวอย่าง หลัง ปรับ <sup>4</sup>	ขนาด ตัวอย่าง จริง <sup>4</sup>
1	จีน	35,124	21,724	724,385	781,233	31.14%	120	120	126
2	ญี่ปุ่น	96,796	19,801	279,769	396,366	15.80%	61	61	73
3	สหรัฐอเมริกา	79,363	35,734	259,967	375,064	14.95%	57	57	92
4	ไต้หวัน	32,149	3,918	211,072	247,139	9.85%	38	38	41
5	ฝรั่งเศส	49,165	26,748	111,546	187,459	7.47%	29	30	60
6	อังกฤษ	25,861	4,891	105,060	135,182	5.41%	21	30	64
7	ออสเตรเลีย	22,240	12,611	96,624	131,475	5.24%	20	30	54
8	เกาหลี	24,565	21,749	69,682	115,996	4.62%	18	30	36
9	เยอรมนี	15,137	12,777	46,327	74,241	2.96%	11	30	52
10	แคนาดา	11,330	9,060	43,552	63,942	2.55%	10	30	36
	รวม	391,730	169,013	1,947,984	2,508,727	100%	384	456	634

ที่มา. จาก 1. *International Visitor Arrivals to Cambodia by Month in 2002*, by Ministry of Tourism of the Kingdom of Cambodia, 2003, Retrieved June 3, 2003, from [http://www.mot.gov.kh/statistics/international\\_visitor\\_2002.asp](http://www.mot.gov.kh/statistics/international_visitor_2002.asp)

2. *Visitors Arrival to Lao PDR by Country of Origin and Year During 1995-2003*, by Association of Southeast Asian Nations, 2004a, Retrieved December 25, 2004, from [http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08\\_Tourism.pdf](http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08_Tourism.pdf)

3. *International Visitors to Vietnam in 2002*, by Vietnam national Administration of tourism, 2003, Retrieved June 3, 2003, from [http://www.vietnamtourism.com/e\\_pages/news/index.asp?loai=2&uid=904](http://www.vietnamtourism.com/e_pages/news/index.asp?loai=2&uid=904)

## 4. การคำนวณ

หากทำการสุ่มตัวอย่างจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีสถิติการเดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนมากที่สุดเรียงตามลำดับ 10 อันดับแรกตามสถิติจะได้จำนวนตัวอย่างอย่างน้อยที่สุด 384 ตัวอย่าง (ดูตาราง 12) แต่เนื่องจาก ฝรั่งเศส อังกฤษ ออสเตรเลีย สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลี) สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี (เยอรมนี) และแคนาดา จำนวนได้ตัวอย่างต่ำกว่า 30 ตัวอย่าง

ดังนั้นเพื่อสร้างความมั่นใจในการวิเคราะห์ทางสถิติ จึงเพิ่มจำนวนตัวอย่างของประเทศดังกล่าวให้ครบ 30 ตัวอย่าง ซึ่งจะได้ขนาดตัวอย่างหลังปรับ (ดูตาราง 12) และจะได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อยที่สุด 456 ตัวอย่าง

อย่างไรก็ตาม ในการเก็บตัวอย่างผู้วิจัยเกรงว่าบางตัวอย่างอาจตอบคำถามได้ไม่สมบูรณ์จึงได้เก็บตัวอย่างมาทั้งสิ้น 634 ตัวอย่าง ประกอบด้วย จีน จำนวน 126 ตัวอย่าง ญี่ปุ่น จำนวน 73 ตัวอย่าง สหรัฐอเมริกา จำนวน 92 ตัวอย่าง ไต้หวัน จำนวน 41 ตัวอย่าง ฝรั่งเศส จำนวน 60 ตัวอย่าง อังกฤษ จำนวน 64 ตัวอย่าง ออสเตรเลีย จำนวน 54 ตัวอย่าง เกาหลี จำนวน 36 ตัวอย่าง เยอรมนี จำนวน 52 ตัวอย่าง และแคนาดา จำนวน 36 ตัวอย่าง (ดูตาราง 12)

## วิธีการศึกษา

**การศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐบาล และการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน ตามวัตถุประสงค์ข้อ 1**

ศึกษาถึงการดำเนินงานของภาครัฐบาลเพื่อส่งเสริมไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่อินโดจีน โดยทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับนโยบาย มาตรการของภาครัฐบาลในการส่งเสริมไทยให้เป็นประตูท่องเที่ยวสู่อินโดจีน

ศึกษาถึงการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน ผู้ประกอบการในการส่งเสริมไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่อินโดจีน โดยทำการวิเคราะห์เชิงสถิติพรรณนา ในการสรุปบทบาท และความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน ซึ่งได้รับจากการตอบแบบสอบถามทางไปรษณีย์



## การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน ตามวัตถุประสงค์ข้อ 2

ผู้วิจัยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน เพื่อทดสอบสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน และเพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในเรื่องขนาดของตัวแปร จึงทำตัวแปรให้มีค่ามาตรฐาน (standardized value)

สำหรับการคัดเลือกปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้คัดเลือก

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วยค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรายได้ของนักท่องเที่ยว
2. ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วยเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รสนิยม และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนหรือท่องเที่ยว
3. ปัจจัยความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน และความปลอดภัย
4. ปัจจัยในการเลือกใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยโดยไม่แวะท่องเที่ยว ประกอบด้วย การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน แรงดันในการท่องเที่ยวประเทศไทย และเส้นทางการบิน
5. ปัจจัยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วยธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก
6. ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง

โดยการคัดเลือกดังกล่าว อยู่ภายใต้ข้อสมมติฐานที่ทำการศึกษาเฉพาะสมการอุปสงค์เท่านั้น เนื่องจากผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะนำผลการศึกษามาเพื่อใช้ในการส่งเสริมและวางแผนนโยบายสำหรับการท่องเที่ยวที่เกิดจากอุปสงค์ ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่ได้ทำการ Identify ในแต่ละปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ แต่ใช้การพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์จากการทบทวนวรรณกรรม ดังนั้นผู้วิจัยจึงข้ามขั้นตอนการ Identify ไป และคัดเลือกปัจจัยจากการวิจัยซึ่งมีผู้วิจัยไว้ก่อนแล้วว่า เป็นปัจจัยซึ่งมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

นอกจากนี้ ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ เป็นข้อมูลส่วนบุคคล (individual demand) ซึ่งไม่ใช่อุปสงค์ของตลาด ทำให้ไม่เกิดปัญหาการไม่สามารถระบุประเภทสมการ (identification problem) ได้

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีการใช้จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว รายรับจากนักท่องเที่ยว จำนวนวันพัก แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว แต่ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ จำนวนวันพัก กับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว เนื่องจาก

1. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยใช้การเก็บข้อมูลแบบ Cross Section Data ดังนั้นจึงไม่สามารถใช้จำนวนนักท่องเที่ยว และรายรับจากนักท่องเที่ยว แทนความหมายอุปสงค์การท่องเที่ยวได้

2. ในการศึกษาแต่ละครั้งผู้วิจัยเลือกใช้ ทั้งจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการให้การเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนครอบคลุมมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ กล่าวคือ ปัจจัยกำหนดจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว มีทั้งปัจจัยที่เหมือนและแตกต่างกัน ดังนั้น หากสามารถส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวมีทั้งจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายเพิ่มสูงขึ้น ย่อมจะเกิดประโยชน์ในการทำการศึกษามากกว่าปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งเพียงอย่างเดียว

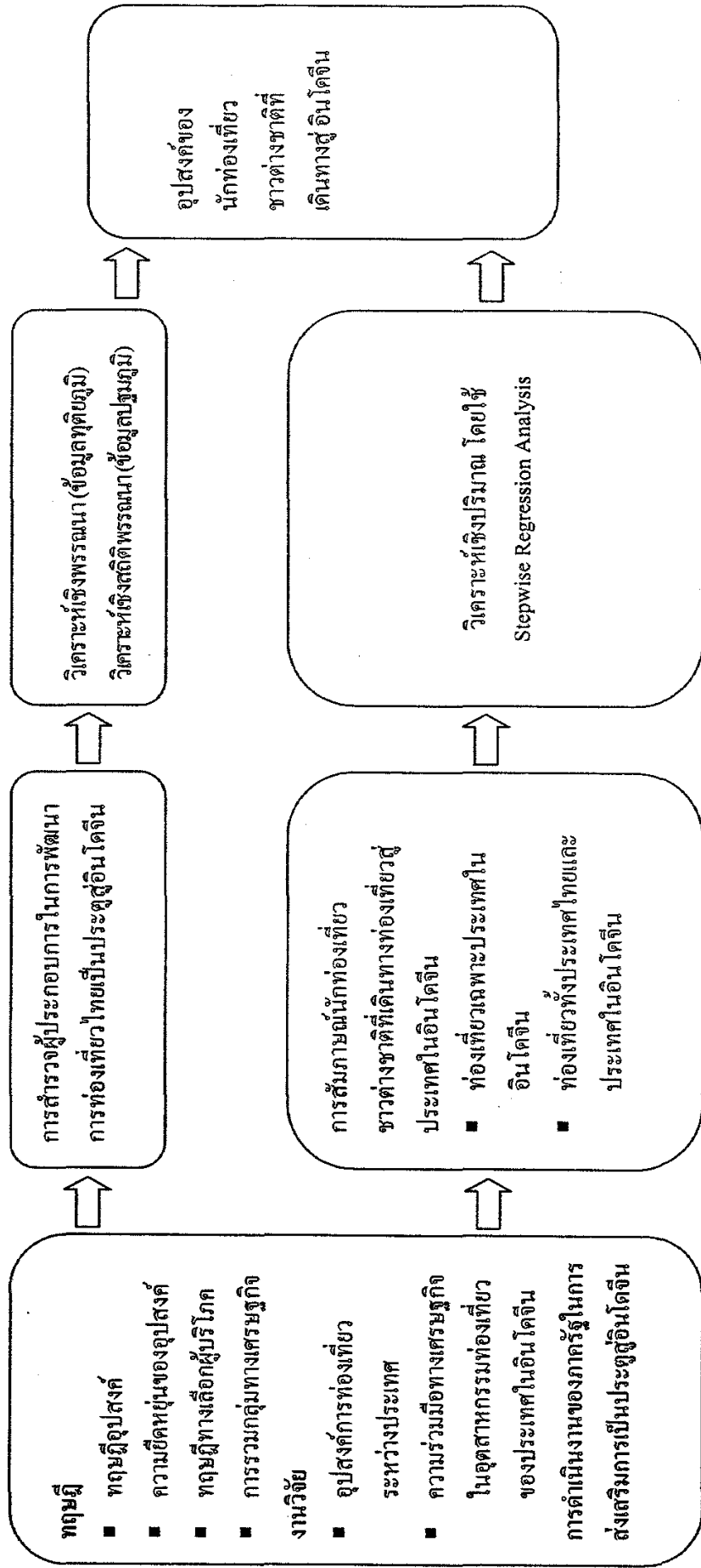
### **การศึกษาหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีน ตามวัตถุประสงค์ข้อ 3**

ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อ 1 และ 2 มาทำการวิเคราะห์ประมวลผล เพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้เกิดประสิทธิภาพในเชิงปฏิบัติ

## กรอบแนวความคิดในการศึกษา

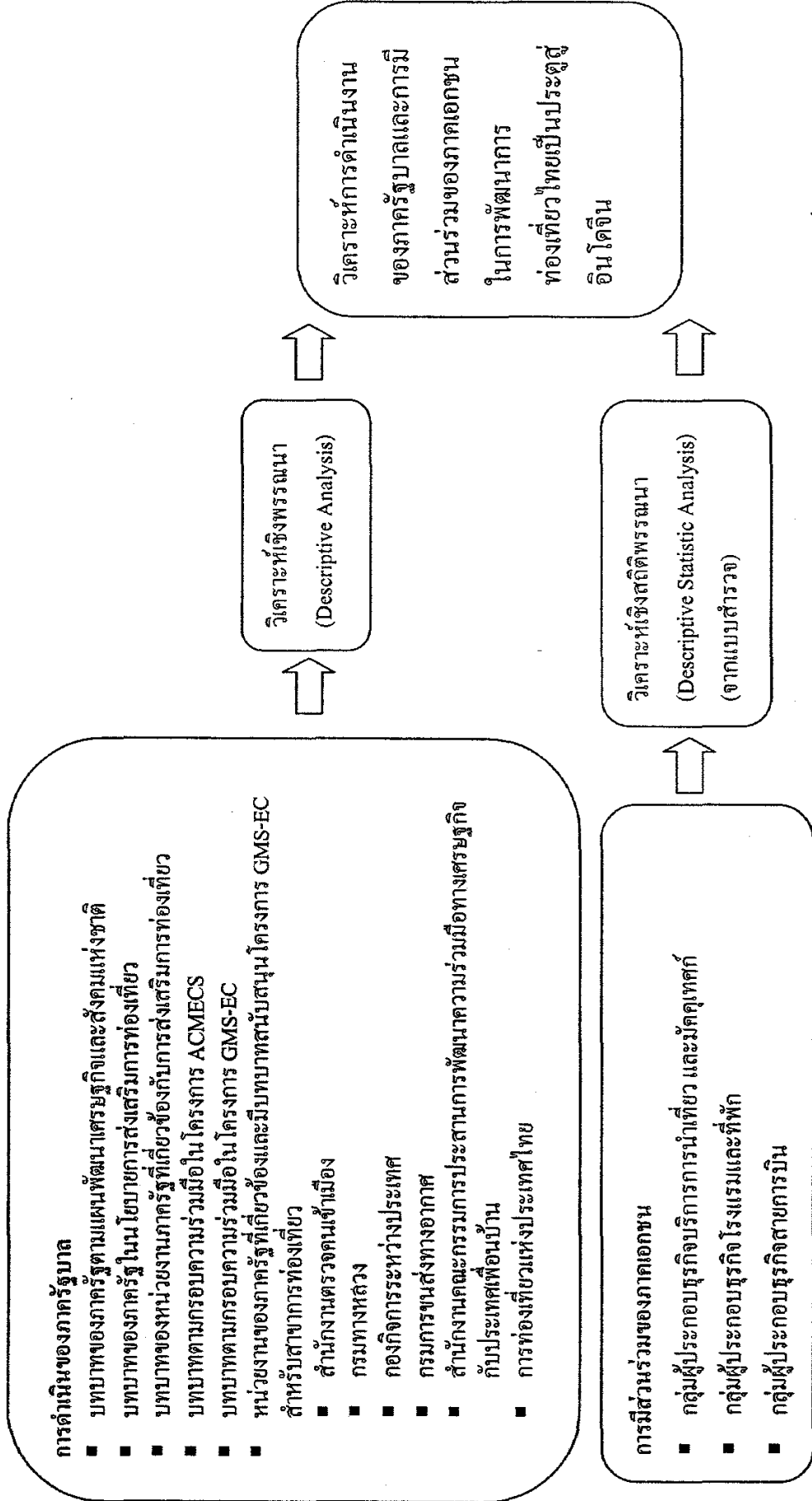
อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน ประกอบด้วยกรอบแนวความคิด 5 กรอบ คือ

1. ภาพรวมการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีนตั้งเสนอในกรอบแนวความคิด 1
2. การดำเนินงานของภาครัฐบาลและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่อินโดจีน ตั้งเสนอในกรอบแนวความคิด 2
3. อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวสู่ประเทศในอินโดจีน ตั้งเสนอในกรอบแนวความคิด 3
4. อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน โดยไม่มีประเทศไทยเป็นส่วนร่วมในการเดินทาง เพียงแต่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูสู่ประเทศในอินโดจีน หรือใช้เป็นจุดแวะพักต่อเครื่อง (แวะเปลี่ยนเครื่อง) เท่านั้น โดยอุปสงค์การท่องเที่ยว (ใช้จำนวนวันพัก และค่าใช้จ่ายรวมแทนความหมายของอุปสงค์) ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยความพึงพอใจในทางผ่านและแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และปัจจัยอื่น ๆ ตั้งเสนอในกรอบแนวความคิด 4
5. อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย และประเทศในอินโดจีน โดยมีประเทศในอินโดจีนเป็นพื้นที่หลักในการเดินทางร่วมกับประเทศไทย อุปสงค์การท่องเที่ยว (ใช้สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด และสัดส่วนค่าใช้จ่ายในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด แทนความหมายของอุปสงค์) ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วย ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ปัจจัยความพึงพอใจในทางผ่านและแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและปัจจัยอื่น ๆ ตั้งเสนอในกรอบแนวความคิด 5



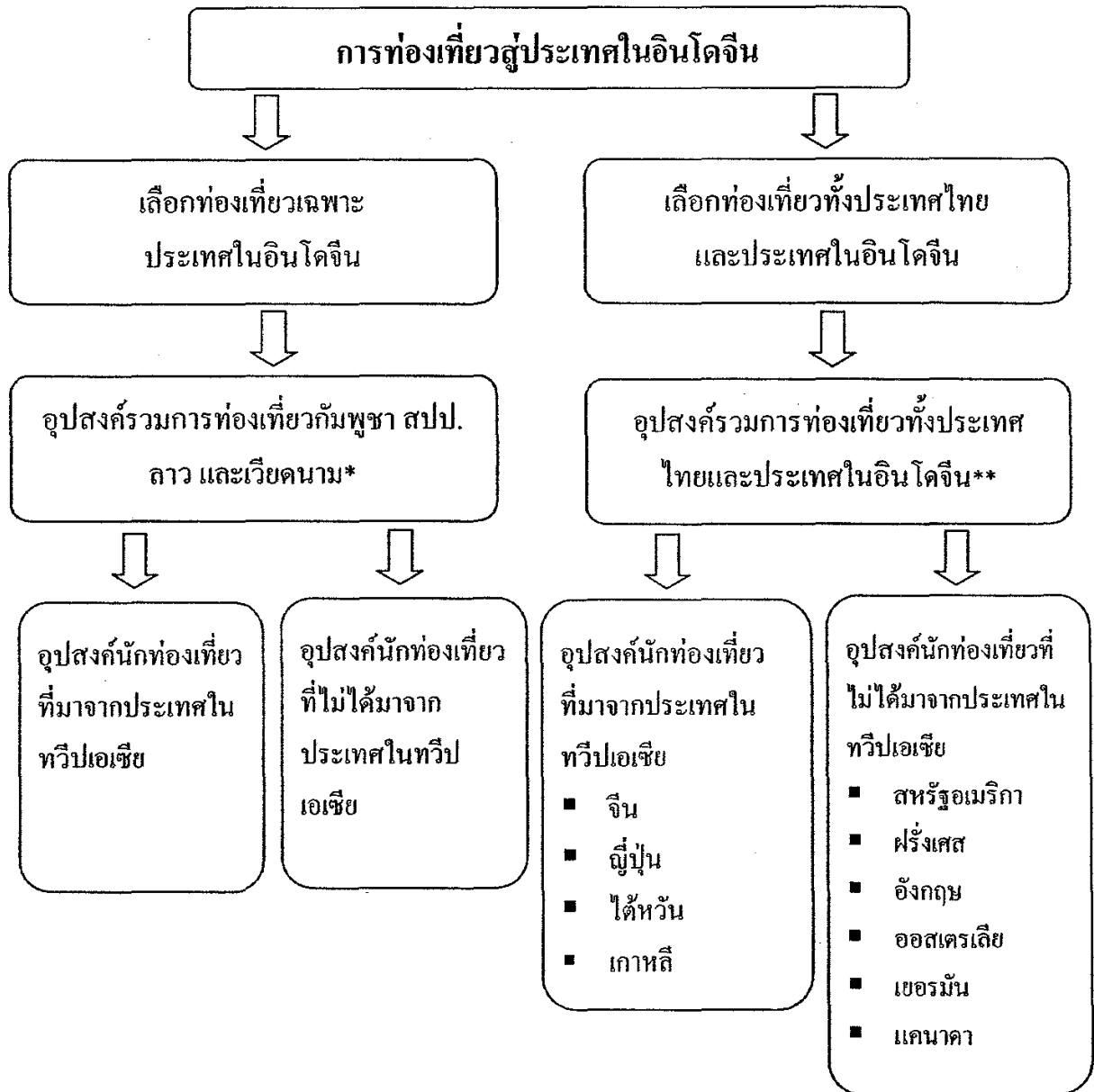
ภาพ 10 กรอบแนวความคิด 1 ภาพรวมการศึกษ อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน

ที่มา. จากการศึกษาวิเคราะห์



ภาพ II กรอบแนวความคิด 2 การดำเนินงานของภาคีรัฐบาลและการมีส่วนร่วมภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูอินโดจีน

ที่มา. จากการสังเคราะห์

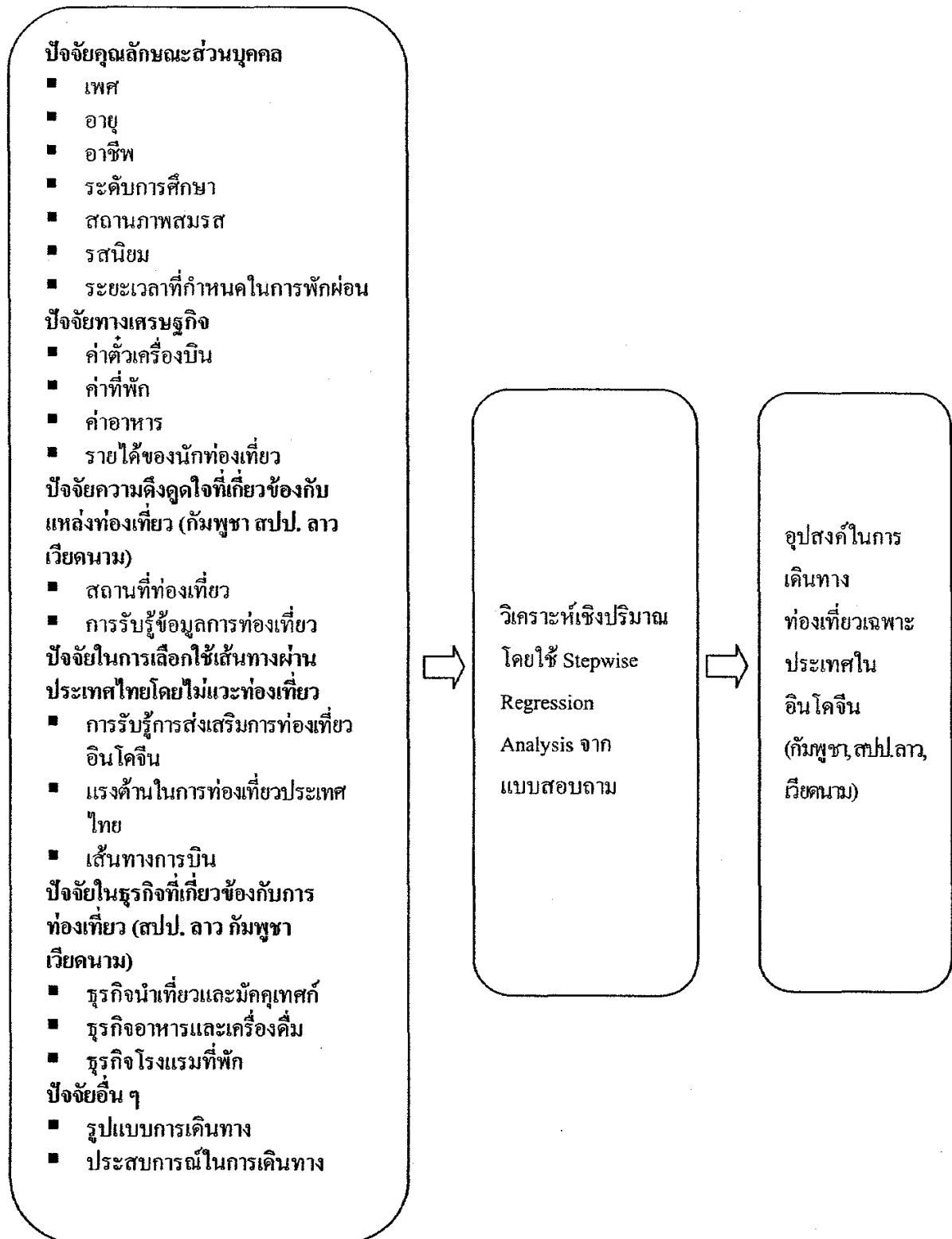


ภาพ 12 กรอบแนวความคิด 3 ภาพรวมการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวสู่ประเทศในอินโดจีน

ที่มา. จากการสังเคราะห์

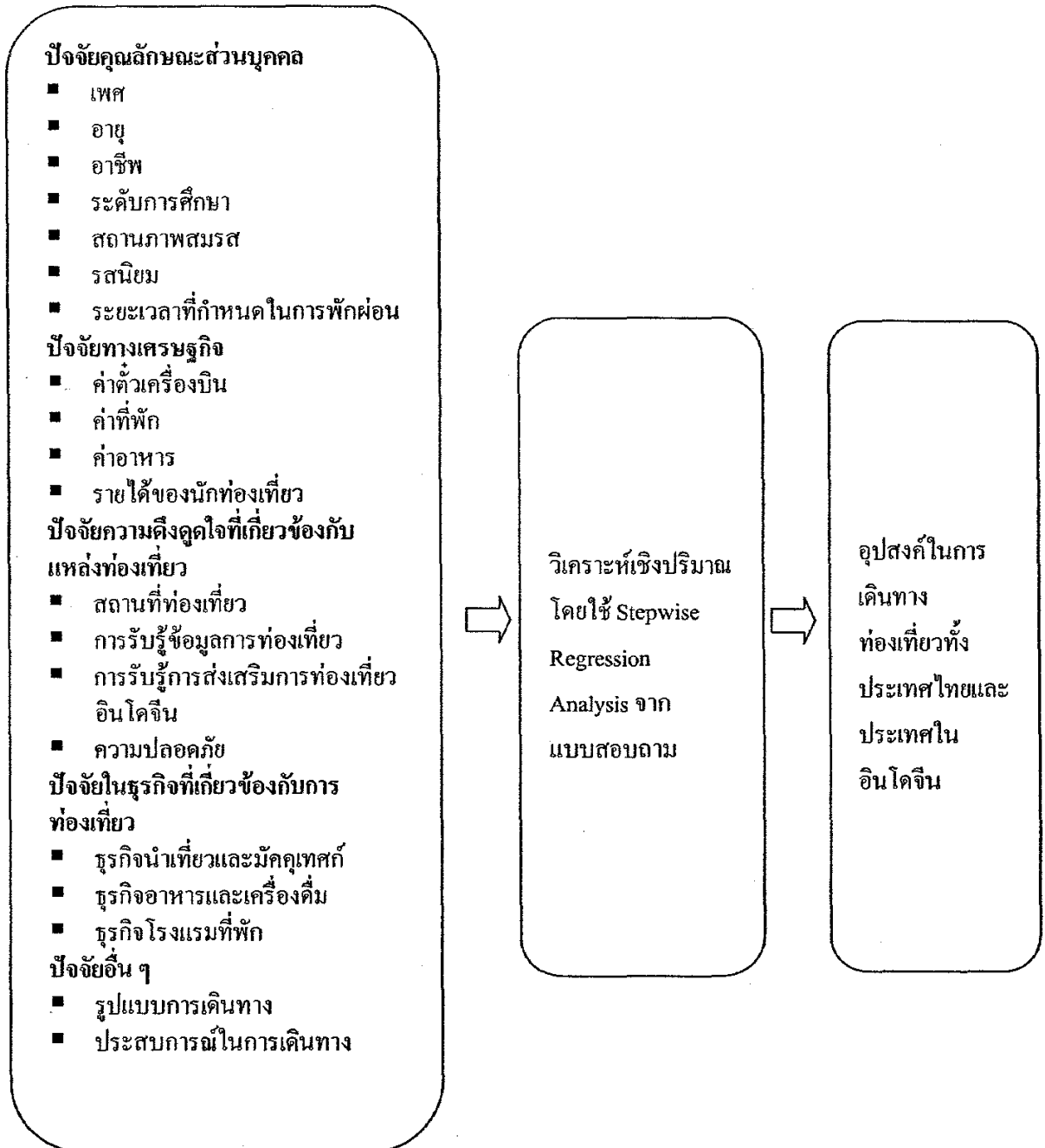
หมายเหตุ: \*ใช้จำนวนวันพัก และค่าใช้จ่ายรวม แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว

\*\*ใช้สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด และสัดส่วนค่าใช้จ่ายในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด แทนความหมายของอุปสงค์



ภาพ 13 กรอบแนวความคิด 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทาง

ที่มา. จากการสังเคราะห์



ภาพ 14 กรอบแนวความคิด 5 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

ที่มา. จากการสังเคราะห์



## สมมติฐานในการศึกษา

### สมมติฐานหลักที่ต้องการศึกษา

**กรณีท่องเที่ยวเฉพาะอินโดจีน** ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ประกอบด้วยค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรายได้ของนักท่องเที่ยว) ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล (ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รสนิยม และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนหรือท่องเที่ยว) ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว (ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว และความปลอดภัย) ปัจจัยในการเลือกใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยโดยไม่แวะท่องเที่ยว (ประกอบด้วย การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน แรงต้านในการท่องเที่ยวประเทศไทย และเส้นทางการบิน) ปัจจัยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ประกอบด้วย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก) และปัจจัยอื่น ๆ (ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

**กรณีท่องเที่ยวทั้งไทยและอินโดจีน** ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (ประกอบด้วยค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรายได้ของนักท่องเที่ยว) ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล (ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส รสนิยม และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนหรือท่องเที่ยว) ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว (ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน และความปลอดภัย) ปัจจัยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (ประกอบด้วย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก) และปัจจัยอื่น ๆ (ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง) เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แต่ละทวีปจะแตกต่างกันตามปัจจัยต่าง ๆ ดังสมมติฐานข้อ 1 และ 2 แต่ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศจะแตกต่างกันตามปัจจัยต่าง ๆ ดังสมมติฐานข้อ 2

## การคาดคะเนความสัมพันธ์ของตัวแปร

สำหรับการคาดคะเนความสัมพันธ์ของตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ในแบบจำลองปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน สามารถแสดงการคาดคะเนได้ดังนี้

### 1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

1.1 รายได้ของนักท่องเที่ยว (income) ในทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เชื่อว่า การบริโภคเป็นฟังก์ชันขึ้นอยู่กับการรายได้ หากผู้บริโภคมีรายได้มากขึ้น จะบริโภคสินค้าและบริการมากขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากมีรายได้ลดลงจะบริโภคสินค้าและบริการลดลง ดังนั้นข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีนจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

1.2 ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พักและค่าอาหาร (ticket accommodations and food) จากกฎของอุปสงค์ (law of demand) ที่กล่าวไว้ว่า เมื่อราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น ปริมาณเสนอซื้อสินค้าและบริการก็จะต่ำลง ในทางตรงกันข้าม เมื่อราคาสินค้าและบริการต่ำลง ปริมาณเสนอซื้อสินค้าและบริการก็จะสูงขึ้น ดังนั้นข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก และค่าอาหาร จะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

### 2. ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

2.1 เพศ (sex) เพศที่แตกต่างกันอาจมีลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไป เช่น

เพศชาย เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยสามารถเดินทางได้ทั้งตามลำพังหรือเดินทางเป็นกลุ่ม มักกระจายตัวไปได้แทบทุกแหล่งท่องเที่ยว และสามารถทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายได้มากกว่า

เพศหญิงซึ่งมีความคล่องตัวน้อยกว่ามักเดินทางกับเพื่อนหรือบริษัทนำเที่ยว โดยจะพิถีพิถันและรอบคอบในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเป็นพิเศษ มักเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยและสามารถเดินทางได้สะดวก

ดังนั้นสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ เพศของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์ได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

2.2 อายุ (age) ช่วงอายุที่แตกต่างกันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เนื่องจากช่วงอายุเป็นสิ่งสะท้อนถึงรายได้ การใช้จ่ายและเวลาว่างของบุคคลนั้น ๆ นอกจากนี้ช่วงอายุที่แตกต่างกันก็จะมีความสามารถในการเดินทางได้แตกต่างกัน เช่น

2.2.1 กลุ่มวัยรุ่น ช่วงอายุ ต่ำกว่า 25 ปี เป็นวัยที่กำลังศึกษาอยู่ หรือเพิ่งจบการศึกษา จึงยังไม่มีทุนทรัพย์ในการเดินทางด้วยตนเอง ส่วนใหญ่มักเดินทางมากับบิดามารดา หรือโรงเรียน หรือสถาบันที่จัดอบรมต่าง ๆ หรือเดินทางมาพักอาศัยอยู่กับครอบครัวอุปถัมภ์ตามโครงการแลกเปลี่ยนทางการศึกษาต่าง ๆ

2.2.2 กลุ่มวัยทำงานตอนต้น ช่วงอายุ 25-34 ปี เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเงินได้สูง เพราะมีรายได้เป็นของตนเองแล้ว ลักษณะกิจกรรมที่เลือกก็ยังสามารถทำได้หลากหลาย เพราะสุขภาพเอื้ออำนวย

2.2.3 กลุ่มทำงานตอนกลาง ช่วงอายุ 35-44 ปี เป็นกลุ่มที่มีภาระครอบครัวที่รับผิดชอบมากฐานะทางการเงินเริ่มมั่นคงแต่เป็นช่วงที่สร้างบ้านสร้างฐานะครอบครัว ทำให้มีความถี่ในการเดินทางลดลง

2.2.4 กลุ่มทำงานตอนปลาย ช่วงอายุ 45-54 ปี เป็นกลุ่มที่มีการเดินทางค่อนข้างสูง ตามภาระหน้าที่การงานที่ได้รับผิดชอบมากขึ้น ประกอบกับมีฐานะทางการเงินและการเงินที่ค่อนข้างมั่นคงแล้ว

2.2.5 กลุ่มวัยเกษียณ ช่วงอายุ 55 ปีขึ้นไป เป็นกลุ่มที่มีความถี่ในการเดินทางลดลง เนื่องจากสุขภาพที่ไม่เอื้ออำนวย แต่จะมีวันหยุดผ่อนนันทกว่ากลุ่มวัยอื่น ๆ เพราะไม่มีภาระการทำงานที่จะต้องรับผิดชอบแล้ว

ดังนั้น ข้อเสนอแนะของความสัมพันธ์นี้คือ อายุ จะมีความสัมพันธ์ได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

2.3 อาชีพ (occupation) เป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับรายได้ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีอาชีพอยู่ในระดับสูงมักมีระดับรายได้ที่ดี สามารถเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่มีความสะดวกสบายมากกว่า และมักเดินทางได้บ่อยครั้งกว่าบุคคลที่มีอาชีพอยู่ในระดับกลางและล่าง นอกจากนี้อาชีพที่แตกต่างย่อมมีภาระหน้าที่การทำงานที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อโอกาสในการเดินทางที่แตกต่างกันด้วย โดยกลุ่มคนที่ทำงานในอาชีพกลุ่มระดับผู้บริหาร และกลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะ มีโอกาสเดินทางได้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพราะมีทุนทรัพย์มากกว่า มีภาระหน้าที่การทำงานที่ต้องเดินทางบ่อย ดังนั้นภาระหน้าที่การทำงานที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวย่อมส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังนี้

2.3.1 กลุ่มระดับผู้บริหาร และกลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะ กลุ่มนี้จะมีทุนทรัพย์มาก และมีภาระหน้าที่การทำงานกำหนดให้ต้องเดินทางไปติดต่อกิจการบ่อยครั้ง จึงมีโอกาสเดินทางได้มากกว่ากลุ่มอื่น ๆ และอาจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความสะดวกสบาย

2.3.2 กลุ่มผู้ใช้แรงงาน เกษตรกร ชาวประมง กลุ่มนี้จะมีโอกาสเดินทางได้น้อยกว่ากลุ่มอื่น ๆ เพราะมีทุนทรัพย์น้อย แต่อาจเลือกเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีค่าครองชีพต่ำ

2.3.3 กลุ่มพนักงานบริษัท พนักงานของรัฐบาล กลุ่มนี้จะเป็นพนักงานประจำที่มีระยะเวลาวันหยุดประจำปี และมักเป็นคนวัยหนุ่มสาว ดังนั้น กลุ่มนี้อาจเลือกเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่ท้าทาย มีกิจกรรมหลากหลาย

2.3.4 กลุ่มพนักงานบริการ กลุ่มนี้มักเป็นคนวัยหนุ่มสาว ดังนั้น อาจเลือกเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่ท้าทาย มีกิจกรรมหลากหลาย

2.3.5 กลุ่มแม่บ้าน กลุ่มนี้มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมาก แต่ไม่มีรายได้เป็นของตนเอง ดังนั้นจึงอาจเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่ไม่ไกลมากนัก

2.3.6 กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มนี้จะไม่มีรายได้ประจำ ดังนั้นกลุ่มนี้อาจเลือกเดินทางไปในสถานที่ที่มีค่าครองชีพต่ำได้

2.3.7 กลุ่มเกษียณอายุ กลุ่มนี้จะมีความพร้อมทั้งด้านทุนทรัพย์และเวลาในการเดินทาง แต่อาจต้องระมัดระวังปัญหาสุขภาพ ดังนั้น จึงอาจเลือกเดินทางไปในสถานที่ที่มีความสะดวกสบายรองรับ

2.3.8 กลุ่มผู้ประกอบการกิจส่วนตัว กลุ่มนี้มักเป็นกลุ่มที่มีการเดินทางในช่วงวันหยุดประจำปี หรือช่วงเทศกาลต่าง ๆ ทั้งนี้การเลือกเดินทางไปในสถานที่ที่ทำงานเทศกาลที่น่าสนใจ

ดังนั้น ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ อาชีพ จะมีความสัมพันธ์ทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

2.4 ระดับการศึกษา (education) ระดับการศึกษาเป็นตัวแปรที่สอดคล้องกับอาชีพและรายได้ โดยส่วนใหญ่บุคคลที่มีระดับการศึกษาสูง มักจะมีอาชีพและระดับรายได้ที่ดี ส่งผลให้เดินทางได้บ่อยกว่าบุคคลที่มีการศึกษาดำกว่า ในขณะที่บุคคลที่มีระดับการศึกษาดำกั่มักจะมีอาชีพและระดับรายได้ที่ไม่ดีนัก ส่งผลให้เลือกเดินทางได้ไม่บ่อยและมักเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่มีค่าครองชีพต่ำ นอกจากนี้ ระดับการศึกษายังเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงคุณภาพของนักท่องเที่ยว ด้วยสมมติฐานที่ว่าผู้ที่มีการศึกษาสูงมักจะเป็นผู้ที่มีความคิดและวิถีชีวิตที่ดี ซึ่งจะแสดงออกถึงทัศนคติและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ดี เช่น มีแนวคิดเกี่ยวกับการอนุรักษ์รักษาสิ่งแวดล้อม มีความเข้าใจในสังคมและวัฒนธรรมที่แตกต่าง เป็นต้น ดังนั้นระดับการศึกษาที่มีความแตกต่างกันย่อมส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป เช่น นักท่องเที่ยวผู้มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรีจะมีอุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อยกว่าและไปในสถานที่ที่มีค่าครองชีพสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาดำกว่าปริญญาตรี

ดังนั้น ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ ระดับการศึกษา จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

2.5 สถานภาพสมรส (marital status) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสที่แตกต่างกันจะมีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวที่ต่างกัน กลุ่มคนโสดมีโอกาสในการเดินทางได้บ่อยครั้งและพักได้ยาวนานกว่ากลุ่มที่แต่งงานแล้ว เนื่องจากสามารถตัดสินใจได้โดยลำพังและไม่มีภาระทางครอบครัวที่จะต้องดูแลมาก ในขณะที่กลุ่มที่แต่งงานแล้วก็อาจจะเดินทางน้อยลง แต่เมื่อมีการเดินทางก็มักจะไปเป็นครอบครัว (กรณีที่มีบุตร) หรือ ไปเป็นคู่ (กรณีที่ไม่มีบุตร) ดังนั้น ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์ได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

2.6 รสนิยม (preference) อุปสงค์ของการท่องเที่ยวแตกต่างกันไปตามรสนิยม ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทของการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ โดยมีข้อสมมติฐานว่า รสนิยม จะมีความสัมพันธ์ได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

2.7 ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน (vacation) ความยาวนานของระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนที่แตกต่างกัน ทำให้ผู้บริโภคมีอุปสงค์ในการบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและบริการที่แตกต่างกัน หากผู้บริโภคมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก จะบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและบริการมาก ในทางตรงกันข้าม หากมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนน้อย จะบริโภคสินค้าท่องเที่ยวและบริการลดลง ดังนั้น ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

### 3. ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

3.1 สถานที่ท่องเที่ยว (place) สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ นับเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกปลายทางของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยมี

ข้อสมมติฐานว่า สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

3.2 การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว (information) ข้อมูลการท่องเที่ยวจากแหล่งต่าง ๆ อาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ แตกต่างกันไปตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน ดังนั้น ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

3.3 การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย-อินโดจีน (กรณีเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน) (promotion) การที่นักท่องเที่ยวทราบข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงของประเทศไทยและประเทศอินโดจีน และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง อาจส่งผลต่อการตัดสินใจให้เกิดการท่องเที่ยวร่วมกันหลายประเทศ ดังนั้น ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันไทย-อินโดจีน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

3.4 ความปลอดภัย (safety) ความปลอดภัยนับเป็นปัจจัยหลักส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว หากแหล่งท่องเที่ยวเกิดภาวะสงคราม การประท้วง การก่อการร้ายข้ามชาติ การลอบวางระเบิด หรือมีสถิติการก่ออาชญากรรมในระดับสูง รวมทั้งมีการระบาดของโรคติดต่อ แหล่งท่องเที่ยวนั้นก็มักไม่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยว ดังนั้น ความรู้สึกปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวในประเทศปลายทาง ย่อมส่งผลทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยมีข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์คือ ความรู้สึกปลอดภัยต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

4. ปัจจัยในการเลือกใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยโดยไม่แวะท่องเที่ยว (กรณีเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน)

4.1 การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย-อินโดจีน (promotion) (กรณีเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน) การที่นักท่องเที่ยวไม่ทราบข้อมูลการส่งเสริม

การท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นประตูสู่อิน โดจีน และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง อาจส่งผลต่อการตัดสินใจไม่แวะท่องเที่ยวประเทศไทย ดังนั้นข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน

4.2 แรงต้านในการท่องเที่ยวประเทศไทย (resistance) ในการเดินทางผ่านสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง แล้วไม่แวะที่นั่น อาจเกิดจากปัจจัยหลายประการ เช่น ไม่มีเวลาเพียงพอ ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่จูงใจ ทำให้ต้นทุนค่าใช้จ่ายสูงขึ้น หรือรับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่นั้น ๆ ในด้านลบ ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาเหล่านี้ล้วนส่งผลต่อการต้านทานการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ดังนั้นข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ แรงต้านในการท่องเที่ยวประเทศไทย จะมีความสัมพันธ์เชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน

4.3 เส้นทางการบิน (route) ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวอาจจะมีทางเลือกใช้เส้นทางอื่น ๆ เดินทางมาท่องเที่ยวอิน โดจีน แต่ประเทศไทยมีความได้เปรียบของแหล่งที่ตั้งทางภูมิศาสตร์เหมาะสมกับการเป็นประตูสู่ประเทศในอิน โดจีน ดังนั้นข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์นี้คือ เส้นทางบินจะความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน

## 5. ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

การบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศปลายทาง ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก ย่อมส่งผลทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์คือ การบริการทั้งในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอิน โดจีน

## 6. ปัจจัยอื่น ๆ

6.1 รูปแบบการเดินทาง (type) นักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกันออกไป ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางคนเดียว เดินทางกับ



เพื่อนหรือญาติและเดินทางกับครอบครัว ย่อมส่งผลทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป ซึ่งการตัดสินใจเลือกการเดินทางโดยอิสระหรือการเดินทางคนเดียวย่อมมีอิสระต่อการเพิ่มหรือลดระยะเวลาในการท่องเที่ยวได้มากกว่าการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์คือ รูปแบบการเดินทาง จะมีความสัมพันธ์ได้ทั้งเชิงบวกและเชิงลบกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

6.2 ประสบการณ์ในการเดินทาง (travel experience) นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางและมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศปลายทาง จะเดินทางมาท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศปลายทาง ข้อสมมติฐานของความสัมพันธ์คือ ประสบการณ์ในการเดินทาง จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

### นิยามเชิงปฏิบัติการ

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน โดยไม่มีประเทศไทยเป็นส่วนร่วมในการเดินทาง เพียงแต่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูสู่ประเทศในอินโดจีน หรือใช้เป็นจุดแวะพักต่อเครื่อง (แวะเปลี่ยนเครื่อง) เท่านั้น

1.2 นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน โดยมีประเทศในอินโดจีนเป็นพื้นที่หลักในการเดินทางร่วมกับประเทศไทย

2. ตัวแปรตาม (dependent variables)

อุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand) สำหรับการวิจัยนี้ มีแบบจำลองที่ต้องการวัดอุปสงค์การท่องเที่ยว 2 แบบ ดังนั้นตัวแปรตามที่ใช้วัดอุปสงค์การท่องเที่ยวก็จะแตกต่างกันไป ดังนี้

2.1 แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

ตัวแปรตาม คือ

2.1.1 จำนวนวันพัก โดยระยะเวลาในการพักมีหน่วยเป็นจำนวนวัน

2.1.2 ค่าใช้จ่ายรวม โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีหน่วยเป็นเงินสกุล

ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

2.2 แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

ตัวแปรตาม คือ

2.2.1 สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด โดยจำนวนวันพักมีหน่วยเป็นจำนวนวัน

2.2.2 สัดส่วนค่าใช้จ่ายในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีหน่วยเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

3. ตัวแปรอิสระ (independent variables)

ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวทั้ง 2 แบบจำลองประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

3.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

3.1.1 เพศ ในการวิจัยนี้กำหนดให้ มีเพศชาย และเพศหญิง

3.1.2 อายุ ในการวิจัยนี้ใช้อายุจริงของนักท่องเที่ยว ณ วันที่สัมภาษณ์ โดยสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยว

3.1.3 อาชีพ ในการวิจัยนี้ใช้อชีพในปัจจุบันของนักท่องเที่ยว โดยสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยว

3.1.4 การศึกษา ในการวิจัยนี้ใช้ระดับการศึกษาสูงสุดของนักท่องเที่ยว โดยสอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยว

3.1.5 สถานภาพสมรส ในการวิจัยนี้แบ่งสถานภาพสมรส ออกเป็นสมรส และอื่น ๆ

3.1.6 รสนิยม ในการวิจัยนี้แบ่งรสนิยมในการท่องเที่ยวออกตามประเภท แหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชื่นชอบ โดยแบ่งออกเป็น 6 ประเภท

3.1.6.1 ประเภทธรรมชาติ

3.1.6.2 ประเภทโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์

3.1.6.3 ประเภทวัฒนธรรมประเพณี

3.1.6.4 ประเภทศิลปหัตถกรรม

3.1.6.5 ประเภทแหล่งบันเทิง

3.1.6.6 อื่น ๆ

3.1.7 ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ในการวิจัยนี้ใช้ระยะเวลาที่ นักท่องเที่ยวกำหนดในการพักผ่อนในปีปัจจุบัน สอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยว

### 3.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

3.2.1 ค่าตัวเครื่องบิน ในการวิจัยนี้ใช้สัดส่วนเปรียบเทียบของค่าตัว เครื่องบินกับรายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งราคาค่าตัวเครื่องบิน ประมาณการตามจ่ายจริงที่ บินจากประเทศต้นทางสู่ประเทศในอินโดจีน หรือตามจ่ายจริงที่บินจากประเทศต้น ทางผ่านประเทศไทยสู่ประเทศในอินโดจีน สอบถามจากนักท่องเที่ยวโดยตรง โดย ค่าใช้จ่ายทั้งหมดเทียบเป็นเงินสกุลดอลลาร์สหรัฐอเมริกาก่อนนำไปประมวลผล

3.2.2 ค่าที่พัก ในการวิจัยนี้ใช้สัดส่วนเปรียบเทียบของค่าที่พักกับรายได้ ของนักท่องเที่ยว ซึ่งค่าที่พักประมาณการตามจ่ายจริงทั้งหมดในประเทศไทยและ ประเทศที่พักในอินโดจีน หรือตามจ่ายจริงทั้งหมดในประเทศที่พักในอินโดจีน โดย สอบถามจากนักท่องเที่ยวโดยตรง

3.2.3 ค่าอาหาร ในการวิจัยนี้ใช้สัดส่วนเปรียบเทียบของค่าอาหารกับ รายได้ของนักท่องเที่ยว ซึ่งค่าอาหารประมาณการตามจ่ายจริงทั้งหมดในประเทศไทย และประเทศที่พักในอินโดจีน หรือตามจ่ายจริงทั้งหมดในประเทศที่พักในอินโดจีน โดย สอบถามจากนักท่องเที่ยวโดยตรง

3.2.4 รายได้ของนักท่องเที่ยว ในการวิจัยนี้ใช้รายได้สุทธิต่อปีของ นักท่องเที่ยวโดยสอบถามจากนักท่องเที่ยวโดยตรง

โดยในงานวิจัยนี้จะใช้อัตราแลกเปลี่ยนตามจริง ณ วันที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทย

สำหรับการใช้จ่ายในกรณีเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว สัมภาษณ์กับบริษัทนำเที่ยวโดยตรงเพื่อประมาณการการใช้จ่าย

### 3.3 ปัจจัยความดึงดูดใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

3.3.1 สถานที่ท่องเที่ยว ในการวิจัยนี้ หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยว ณ ประเทศปลายทาง สอบถามโดยตรงจากนักท่องเที่ยว

3.3.2 การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว ในการวิจัยนี้จะหมายถึงการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศปลายทาง โดยแบ่งการรับรู้ข้อมูลตามสื่อต่าง ๆ ได้ 6 ประเภท คือ

3.3.2.1 อินเทอร์เน็ต

3.3.2.2 วิทยุหรือโทรทัศน์

3.3.2.3 หนังสือพิมพ์หรือสิ่งพิมพ์

3.3.2.4 การจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.3.2.5 บุคคลรอบข้าง

3.3.2.6 อื่น ๆ

3.3.3 การรับรู้ข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ในการวิจัยนี้จะหมายถึง การรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ภายใต้กรอบโครงการการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยแบ่งการรับรู้ข้อมูลออกเป็น รับรู้และไม่รับรู้ หากรับรู้ประโยชน์ที่ได้รับจากการรับรู้ถึงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แบ่งออกเป็น ราคาถูกลงเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวแต่ละประเทศ ได้รับความสะดวกในการข้ามผ่านแดนแต่ละประเทศ ได้รับการอำนวยความสะดวกในการติดต่อที่พักในแต่ละประเทศ และอื่น ๆ

3.3.4 ความปลอดภัย โดยวัดจาก ความรู้สึกปลอดภัยในการท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 5 ระดับ คือ ความรู้สึกปลอดภัยมากที่สุด ความรู้สึก

ปลอดภัยมาก ความรู้สึกปลอดภัยปานกลาง ความรู้สึกปลอดภัยน้อย และความรู้สึก  
ปลอดภัยน้อยที่สุด

### 3.4 ปัจจัยในการเลือกใช้เส้นทางผ่านไทยโดยไม่แวะเที่ยวไทย

3.4.1 การรับรู้ข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันไทย-อินโดจีนใน  
การวิจัยนี้ หมายถึง การรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวร่วมกันไทย-  
อินโดจีน ภายใต้กรอบโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน และการ  
ท่องเที่ยวเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยแบ่งการรับรู้ข้อมูลออกเป็น รับรู้  
และไม่รับรู้

3.4.2 แรงดันในการท่องเที่ยวประเทศไทย ในการวิจัยนี้จะหมายถึง  
ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่แวะเที่ยวประเทศไทย ประกอบด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยว 2  
กลุ่มคือ กลุ่มที่เคยเที่ยวประเทศไทย ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยการเคยเที่ยวประเทศไทย  
จึงไม่อยากเที่ยวซ้ำ แหล่งท่องเที่ยวของไทยที่ไม่ดึงดูดใจ ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวใน  
ประเทศไทยสูง เวลาไม่เพียงพอ การไม่ประทับใจในบริการของธุรกิจท่องเที่ยวประเทศ  
ไทย และอื่น ๆ สำหรับกลุ่มที่ไม่เคยเที่ยวประเทศไทย ปัจจัยต่าง ๆ ประกอบด้วยปัจจัย  
ด้านแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ไม่ดึงดูดใจ เวลาไม่เพียงพอ การรับรู้ข้อมูล  
เกี่ยวกับประเทศไทยในด้านลบ คาดว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยสูง และ  
อื่น ๆ

3.4.3 เส้นทางการบิน ในการวิจัยนี้จะหมายถึง การทราบข้อมูลเส้นทาง  
การบินสู่ประเทศปลายทางโดยใช้เส้นทางอื่น และปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เส้นทาง  
การบินที่ผ่านประเทศไทย ประกอบด้วยราคาค่าโดยสารถูก จำนวนความถี่ของจำนวน  
เที่ยวบินที่บริการจากประเทศต้นทางกับประเทศปลายทาง (โดยผ่านประเทศไทย) การ  
ประหยัด เวลาในการเดินทาง ความสะดวกในการแวะเปลี่ยนเครื่อง ความพึงพอใจใน  
สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสนามบินประเทศไทย และอื่น ๆ

### 3.5 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ในการวิจัยนี้แบ่งลักษณะของธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว  
ออกเป็น 3 ประเภท คือ ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจร้านอาหาร และธุรกิจโรงแรม  
ที่พัก

3.5.1 ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในการวิจัยนี้จะหมายถึงเฉพาะธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ที่ได้รับอนุญาตให้ประกอบธุรกิจนำเที่ยวและเป็นมัคคุเทศก์ในประเทศปลายทาง โดยจะวัดก็ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้บริการ ในการวัดบริการของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จะวัดจากความพอใจของนักท่องเที่ยวโดยแบ่งความพอใจออกเป็น 5 ระดับ คือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย และพอใจน้อยที่สุด ทำการวัดในด้าน

#### 3.5.1.1 ความพอใจต่อมัคคุเทศก์

##### 3.5.1.1.1 ความรู้ของมัคคุเทศก์

##### 3.5.1.1.2 การบริการ และความรับผิดชอบของมัคคุเทศก์

##### 3.5.1.1.3 การใช้ภาษาของมัคคุเทศก์

#### 3.5.1.2 ความพอใจต่อธุรกิจนำเที่ยว

##### 3.5.1.2.1 สถานที่ท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวจัดให้

##### 3.5.1.2.2 ความหลากหลายของโปรแกรมการท่องเที่ยวที่ธุรกิจ

นำเที่ยวนำเสนอ

3.5.2 ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในการวิจัยนี้จะหมายถึงเฉพาะธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ที่ประเทศปลายทาง การวัดบริการของธุรกิจร้านอาหาร วัดจากความพอใจของนักท่องเที่ยว แบ่งความพอใจออกเป็น 5 ระดับคือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย และพอใจน้อยที่สุด ทำการวัดในด้าน

#### 3.5.2.1 ความสะอาด

#### 3.5.2.2 รสชาติ

3.5.3 ธุรกิจโรงแรมที่พัก ในการวิจัยนี้จะหมายถึงเฉพาะธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศปลายทาง การวัดการบริการของธุรกิจโรงแรมที่พัก วัดจากความพอใจของนักท่องเที่ยว แบ่งความพอใจออกเป็น 5 ระดับคือ พอใจมากที่สุด พอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย และพอใจน้อยที่สุด ทำการวัดในด้าน

#### 3.5.3.1 ความเพียงพอของจำนวนห้อง

#### 3.5.3.2 ความสะอาด

#### 3.5.3.3 การบริการของพนักงาน

### 3.6 ปัจจัยอื่น ๆ

ในการวิจัยนี้ได้แบ่งปัจจัยอื่น ๆ ออกเป็น

3.6.1 รูปแบบการเดินทาง ในการวิจัยนี้แบ่งรูปแบบการเดินทาง ออกเป็น 2 ประเภทคือ

3.6.1.1 ประเภทการเดินทาง โดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ การเดินทางโดยอิสระ และการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว

3.6.1.2 ลักษณะการเดินทาง โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ เดินทางคนเดียว เดินทางกับเพื่อนหรือญาติ และเดินทางกับครอบครัว

3.6.2 ประสบการณ์ในการเดินทาง ในการวิจัยนี้ใช้ประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศปลายทาง โดยแบ่งออกเป็น เดินทางมาครั้งแรก และเคยเดินทางมาแล้วจำนวนกี่ครั้ง

## แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อสร้างแบบจำลอง โดยใช้จำนวนวันพัก (length of stay) และค่าใช้จ่ายรวม (total expenditures) แทนความหมายอุปสงค์ และแบ่งแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาตามลักษณะการเดินทางออกเป็น 2 แบบจำลองหลัก คือ

1. แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

2. แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

โดยมีรายละเอียดในแบบจำลองดังนี้

1. แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

1.1 สมการรวมอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

สมการรวมอุปสงค์การท่องเที่ยวหาได้จากสมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่การท่องเที่ยวของกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม ดังนี้

$$LS_n^G = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, TICK}_n, \text{ACCO}_n, \text{FOOD}_n, \text{INCO, PLAC}_n, \text{INFO}_n, \text{SAFT}_n, \text{PROM, RESI}_n, \text{ROUT}_{1n}, \text{ROUT}_{2n}, \text{AGEN}_n, \text{FANB}_n, \text{HTEL}_n, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_n) \quad \dots(1)$$

$$TE_n^G = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, INCO, PLAC}_n, \text{INFO}_n, \text{SAFT}_n, \text{PROM, RESI}_n, \text{ROUT}_{1n}, \text{ROUT}_{2n}, \text{AGEN}_n, \text{FANB}_n, \text{HTEL}_n, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_n) \quad \dots(2)$$

โดยที่

$$n = \text{ประเทศที่ 1-3 โดย}$$

$$1 = \text{กัมพูชา}$$

$$2 = \text{สปป. ลาว}$$

$$3 = \text{เวียดนาม}$$

$$LS_n^G = \text{จำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในประเทศ } n \text{ (length of stay)}$$

$$TE_n^G = \text{ค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวในประเทศ } n \text{ (total expenditures)}$$

$$\text{SEX} = \text{เพศ (sex)}$$

$$1 = \text{เพศชาย}$$

$$0 = \text{เพศหญิง}$$

$$\text{AGE} = \text{อายุ (age)}$$

โดยที่

$$\text{AGE}_1 \quad 1 = \text{อายุต่ำกว่า 25 ปี}$$

$$0 = \text{ไม่ใช่}$$

$$\text{AGE}_2 \quad 1 = \text{อายุ 25-34 ปี}$$

$$0 = \text{ไม่ใช่}$$



AGE <sub>3</sub>	1	=	อายุ 35-44 ปี
	0	=	ไม่ใช่
AGE <sub>4</sub>	1	=	อายุ 45-54 ปี
	0	=	ไม่ใช่
AGE <sub>5</sub>	1	=	อายุมากกว่า 55 ปี
	0	=	ไม่ใช่
OCCU	= อาชีพ (occupation)		
โดยที่			
OCCU <sub>1</sub>	1	=	ประกอบอาชีพกลุ่มระดับผู้บริหารนักวิชาชีพ เฉพาะ
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>2</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นแรงงาน เกษตรกร ชาวประมง
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>3</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท พนักงานของ รัฐบาล
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>4</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริการ
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>5</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นแม่บ้าน
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>6</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>7</sub>	1	=	เกษียณอายุ
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>8</sub>	1	=	ประกอบอาชีพ เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว
	0	=	ไม่ใช่
EDU	= การศึกษา (education)		

	1	=	จบการศึกษาระดับประถมศึกษา
	2	=	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
	3	=	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
	4	=	จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตร
	5	=	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
	6	=	จบการศึกษาระดับปริญญาโท
	7	=	จบการศึกษาระดับปริญญาเอก
MARI	=		สถานภาพสมรส (marital status)
	1	=	สมรส
	0	=	อื่นๆ เช่น โสด หย่า ม่าย
PREF	=		รสนิยม (preference)
โดยที่			
PREF <sub>1</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
	0	=	ไม่ใช่
PREF <sub>2</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
	0	=	ไม่ใช่
PREF <sub>3</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม
	0	=	ไม่ใช่
PREF <sub>4</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี ศิลปะ หัตถกรรม
	0	=	ไม่ใช่
PREF <sub>5</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทแหล่งบันเทิง
	0	=	ไม่ใช่
VACA	=		ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน (vacation)
TICK <sub>n</sub>	=		สัดส่วนค่าตัวเครื่องบินจากประเทศต้นทางสู่ประเทศ n เทียบกับ รายได้ของนักท่องเที่ยว (ticket)

- $ACCO_n$  = สัดส่วนค่าที่พักประเทศ  $n$  เทียบกับรายได้ของนักท่องเที่ยว  
 (accommodations)
- $FOOD_n$  = สัดส่วนค่าอาหารประเทศ  $n$  เทียบกับรายได้ของนักท่องเที่ยว (food)
- $INCO$  = รายได้ของนักท่องเที่ยว (income)
- $1$  = ถ้าตัวอย่างมีรายได้สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของรายได้  
 ในกลุ่มตัวอย่าง
- $0$  = ถ้าตัวอย่างมีรายได้ต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยของรายได้  
 ในกลุ่มตัวอย่าง
- $PLAC_n$  = สถานที่ท่องเที่ยว ณ ประเทศ  $n$  (place)
- $INFO_n$  = การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศ  $n$  (information)  
 โดยที่
- $INFO_{n1}$
- $1$  = รับทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
- $0$  = ไม่ใช่
- $INFO_{n2}$
- $1$  = รับทราบข้อมูลจาก วิทยุหรือโทรทัศน์
- $0$  = ไม่ใช่
- $INFO_{n3}$
- $1$  = รับทราบข้อมูลจากหนังสือหรือสิ่งพิมพ์
- $0$  = ไม่ใช่
- $INFO_{n4}$
- $1$  = รับทราบข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
- $0$  = ไม่ใช่
- $INFO_{n5}$
- $1$  = รับทราบข้อมูลจากบุคคลรอบข้าง
- $0$  = ไม่ใช่
- $SAFT_n$  = ความปลอดภัย ณ ประเทศ  $n$  (safety)
- $PROM$  = การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน  
 (promotion)
- $1$  = ทราบ
- $0$  = ไม่ทราบ
- $RESI_i$  = การตัดสินใจไม่เลือกท่องเที่ยวไทย (resistance)

โดยที่

$RESI_{11}$  = ปัจจัยที่ไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย เพราะเคยท่องเที่ยวหมดแล้ว

1 = ใช่

0 = ไม่ใช่

$RESI_{12}$  = ปัจจัยที่ไม่ท่องเที่ยวประเทศไทยเพราะไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ

1 = ใช่

0 = ไม่ใช่

$RESI_{13}$  = ปัจจัยที่ไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย เพราะค่าครองชีพสูง

1 = ใช่

0 = ไม่ใช่

$RESI_{14}$  = ปัจจัยที่ไม่ท่องเที่ยวประเทศไทยเพราะไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการเดินทางครั้งนี้

1 = ใช่

0 = ไม่ใช่

$RESI_{15}$  = ปัจจัยที่ไม่ท่องเที่ยวประเทศไทยเพราะรับทราบข้อมูลในแง่ลบ

1 = ใช่

0 = ไม่ใช่

$ROUT_{21}$  = เส้นทางการบินผ่านประเทศไทย ( $route_{11}$ )

1 = ทราบเส้นทางบินตรงสู่ประเทศปลายทาง

0 = ไม่ทราบ

$ROUT_{22}$  = การตัดสินใจเลือกใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทย ( $route_{22}$ )

โดยที่

$ROUT_{221}$  1 = เนื่องจาก ราคาต่ำโดยสารถูก

0 = ไม่ใช่

$ROUT_{222}$  1 = เนื่องจาก ความถี่ของเที่ยวบิน

0 = ไม่ใช่

ROUT <sub>23</sub>	1	=	เนื่องจาก ประหยัดเวลา
	0	=	ไม่ใช่
ROUT <sub>24</sub>	1	=	เนื่องจาก ความสะดวกในการแวะเปลี่ยนเครื่อง
	0	=	ไม่ใช่
ROUT <sub>24</sub>	1	=	เนื่องจาก สิ่งอำนวยความสะดวกของสนามบิน
	0	=	ไม่ใช่
AGEN <sub>n</sub>	=		การบริการของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ของประเทศ n (travel agency and tourist guide)
FANB <sub>n</sub>	=		การบริการของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของประเทศ n (food and beverage)
HTEL <sub>n</sub>	=		การบริการของธุรกิจโรงแรมที่พักของประเทศ n (hotel)
TYPE <sub>1</sub>	=		ประเภทการเดินทาง (type <sub>1</sub> )
	1	=	เดินทางโดยอิสระ
	0	=	เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
TYPE <sub>2</sub>	=		ลักษณะการเดินทาง (type <sub>2</sub> )
	1	=	เดินทางคนเดียว
	0	=	เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว
EXPR <sub>n</sub>	=		ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ n
	1	=	มี
	0	=	ไม่มี

จากสมการที่ 1 และ 2 ข้างต้น ซึ่งแสดงจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของ  
 กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม สามารถหาสมการรวมอุปสงค์การท่องเที่ยวของ  
 นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน ได้ดังนี้

$$LS^R = f(LS_1^G, LS_2^G, LS_3^G) \quad \dots (3)$$

$$TE^R = f(TE_1^G, TE_2^G, TE_3^G) \quad \dots (4)$$

โดยที่

$LS^R$  = จำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศใน  
อินโดจีน

$TE^R$  = ค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศใน  
อินโดจีน

1.2 สมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่การ  
ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน จำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศ  
ในทวีปเอเชียและไม่ใช่ทวีปเอเชีย

$$LS_m^H = f(LS^R) \quad \dots(5)$$

$$TE_m^H = f(TE^R) \quad \dots(6)$$

โดยที่

$$m = 1-2 \text{ โดย}$$

1 = ประเทศที่อยู่ในทวีปเอเชีย (ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น  
ไต้หวัน และ เกาหลี)

2 = ประเทศที่ไม่อยู่ในทวีปเอเชีย (ได้แก่ สหรัฐอเมริกา  
ฝรั่งเศส อังกฤษ ออสเตรเลีย เยอรมนี และ แคนาดา)

$$LS_m^H = \text{จำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวที่มาจาก } m \text{ (length of stay)}$$

$$TE_m^H = \text{ค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่มาจาก } m \text{ (total expenditures)}$$

2. แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทาง  
ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

2.1 สมการรวมอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทาง  
ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ประกอบด้วย 2 สมการ

$$LS^P = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, TICK, ACCO}_q, \text{FOOD}_q, \text{INCO, PLAC}_p, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \quad \dots(7)$$

$$TE^P = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, INCO, PLAC}_f, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \quad \dots(8)$$

- TYPE<sub>1</sub> = ประเภทการเดินทาง (type<sub>1</sub>)
- 1 = เดินทางโดยอิสระ
- 0 = เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- TYPE<sub>2</sub> = ลักษณะการเดินทาง (type<sub>2</sub>)
- 1 = เดินทางคนเดียว
- 0 = เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว
- EXPR<sub>f</sub> = ประสบการณ์ในการเดินทาง ณ ประเทศ f (travel experience)
- 1 = มี
- 0 = ไม่มี

2.2 สมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน จำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชียและไม่ใช่ทวีปเอเชีย

$$LS_m^K = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, TICK, ACCO}_q, \text{FOOD}_q, \text{INCO, PLAC}_p, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \dots (9)$$

$$TE_m^K = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, INCO, PLAC}_p, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \dots (10)$$

โดยที่

- m = 1-2 โดย
- 1 = ประเทศที่อยู่ในทวีปเอเชีย (ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลี)
- 2 = ประเทศที่ไม่อยู่ในทวีปเอเชีย (ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส อังกฤษ ออสเตรเลีย เยอรมนี และแคนาดา)

$$LS_m^K = \text{สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวที่มาจาก } m$$

โดยที่

$q = 1-2$  โดย

1 = ประเทศไทย

2 = ประเทศในอินโดจีน

$f = 1-4$  โดย

1 = ประเทศไทย

2 = กัมพูชา

3 = สปป. ลาว

4 = เวียดนาม

$LS^P =$  สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน (length of stay)

$TE^P =$  สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน (tourist expenditures)

TICK = สัดส่วนค่าตัวเครื่องบินรวมที่ใช้จ่ายทั้งหมดเทียบกับรายได้ของนักท่องเที่ยว (ticket)

$ACCO_q =$  ค่าที่พัก (accommodation) ใน  $q$  เทียบกับรายได้ของนักท่องเที่ยว

$FOOD_q =$  ค่าอาหาร (food) ใน  $q$  เทียบกับรายได้ของนักท่องเที่ยว

INCO = รายได้ของนักท่องเที่ยว (income)

1 = มีรายได้สูงกว่ารายได้เฉลี่ยของรายได้ในกลุ่มตัวอย่าง

0 = มีรายได้ต่ำกว่ารายได้เฉลี่ยของรายได้ในกลุ่มตัวอย่าง

SEX = เพศ (sex)

1 = เพศชาย

0 = เพศหญิง

AGE = อายุ (age)

โดยที่



AGE <sub>1</sub>	1	=	อายุต่ำกว่า 25 ปี
	0	=	ไม่ใช่
AGE <sub>2</sub>	1	=	อายุ 25-34 ปี
	0	=	ไม่ใช่
AGE <sub>3</sub>	1	=	อายุ 35-44 ปี
	0	=	ไม่ใช่
AGE <sub>4</sub>	1	=	อายุ 45-54 ปี
	0	=	ไม่ใช่
AGE <sub>5</sub>	1	=	อายุมากกว่า 55 ปี
	0	=	ไม่ใช่
OCCU	=		อาชีพ (occupation)
			โดยที่
OCCU <sub>1</sub>	1	=	ประกอบอาชีพกลุ่มระดับผู้บริหาร นักวิชาชีพ เฉพาะ
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>2</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นแรงงาน เกษตรกร ชาวประมง
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>3</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท พนักงานของ รัฐบาล
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>4</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริการ
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>5</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นแม่บ้าน
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>6</sub>	1	=	ประกอบอาชีพเป็นนักเรียน นักศึกษา
	0	=	ไม่ใช่

OCCU <sub>7</sub>	1	=	เกษียณอายุ
	0	=	ไม่ใช่
OCCU <sub>8</sub>	1	=	ประกอบอาชีพ เป็นผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว
	0	=	ไม่ใช่
EDU	=		การศึกษา (education)
	1	=	จบการศึกษาระดับประถมศึกษา
	2	=	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนต้น
	3	=	จบการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
	4	=	จบการศึกษาระดับประกาศนียบัตร
	5	=	จบการศึกษาระดับปริญญาตรี
	6	=	จบการศึกษาระดับปริญญาโท
	7	=	จบการศึกษาระดับปริญญาเอก
MARI	=		สถานภาพสมรส (marital status)
	1	=	สมรส
	0	=	กรณีอื่น ๆ (โสด หย่า ม่าย)
PREF	=		รสนิยม (preference)
โดยที่			
PREF <sub>1</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ
	0	=	ไม่ใช่
PREF <sub>2</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์
	0	=	ไม่ใช่
PREF <sub>3</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม
	0	=	ไม่ใช่
PREF <sub>4</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี ศิลปหัตถกรรม
	0	=	ไม่ใช่

PREF <sub>s</sub>	1	=	รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทแหล่งบันเทิง
	0	=	ไม่ใช่
VACA	=		ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน (vacation)
PLAC <sub>f</sub>	=		สถานที่ท่องเที่ยว ณ ประเทศ f (place)
INFO <sub>f</sub>	=		การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศ f (information)
	โดยที่		
INFO <sub>1</sub>	1	=	รับทราบข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต
	0	=	ไม่ใช่
INFO <sub>2</sub>	1	=	รับทราบข้อมูลจาก วิทยุหรือโทรทัศน์
	0	=	ไม่ใช่
INFO <sub>3</sub>	1	=	รับทราบข้อมูลจากหนังสือหรือสิ่งพิมพ์
	0	=	ไม่ใช่
INFO <sub>4</sub>	1	=	รับทราบข้อมูลจากการจัดงานส่งเสริมการท่องเที่ยว
	0	=	ไม่ใช่
INFO <sub>5</sub>	1	=	รับทราบข้อมูลจากบุคคลรอบข้าง
	0	=	ไม่ใช่
PROM	=		การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (promotion)
	1	=	ทราบ
	0	=	ไม่ทราบ
SAFT <sub>f</sub>	=		ความปลอดภัย ณ ประเทศ f (safety)
AGEN <sub>f</sub>	=		การบริการของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ณ ประเทศ f (tour agency and tourguide)
FANB <sub>f</sub>	=		การบริการของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ณ ประเทศ f (food and beverage)
HTEL <sub>f</sub>	=		การบริการของธุรกิจโรงแรมที่พัก ณ ประเทศ f (hotel)

- TYPE<sub>1</sub> = ประเภทการเดินทาง (type<sub>1</sub>)
- 1 = เดินทางโดยอิสระ
- 0 = เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- TYPE<sub>2</sub> = ลักษณะการเดินทาง (type<sub>2</sub>)
- 1 = เดินทางคนเดียว
- 0 = เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว
- EXPR<sub>f</sub> = ประสบการณ์ในการเดินทาง ณ ประเทศ f (travel experience)
- 1 = มี
- 0 = ไม่มี

2.2 สมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน จำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชียและไม่ใช่ทวีปเอเชีย

$$LS_m^K = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, TICK, ACCO}_q, \text{FOOD}_q, \text{INCO, PLAC}_p, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \dots (9)$$

$$TE_m^K = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, INCO, PLAC}_p, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \dots (10)$$

โดยที่

$$m = 1-2 \text{ โดย}$$

$$1 = \text{ประเทศที่อยู่ในทวีปเอเชีย (ได้แก่ จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลี)}$$

$$2 = \text{ประเทศที่ไม่อยู่ในทวีปเอเชีย (ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส อังกฤษ ออสเตรเลีย เยอรมนี และแคนาดา)}$$

$$LS_m^K = \text{สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวที่มาจาก } m$$

$$TE_m^K = \text{สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวที่มาจาก } m$$

2.3 สมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจำแนกเป็นรายประเทศ

$$LS_s^L = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, TICK, ACCO}_q, \text{FOOD}_q, \text{INCO, PLAC}_p, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \dots (11)$$

$$TE_s^L = f(\text{SEX, AGE, OCCU, EDU, MARI, PREF, VACA, INCO, PLAC}_p, \text{INFO}_p, \text{PROM, SAFT}_p, \text{AGEN}_p, \text{FANB}_p, \text{HTEL}_p, \text{TYPE}_1, \text{TYPE}_2, \text{EXPR}_p) \dots (12)$$

โดยที่

$$s = \begin{array}{ll} 1-10 \text{ โดย} & \\ 1 & = \text{จีน} \\ 2 & = \text{ญี่ปุ่น} \\ 3 & = \text{สหรัฐอเมริกา} \\ 4 & = \text{ไต้หวัน} \\ 5 & = \text{ฝรั่งเศส} \\ 6 & = \text{อังกฤษ} \\ 7 & = \text{ออสเตรเลีย} \\ 8 & = \text{เกาหลี} \\ 9 & = \text{เยอรมนี} \\ 10 & = \text{แคนาดา} \end{array}$$

$$LS_s^L = \text{สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศ } s$$

$TE_s^L$  = สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศ s

### เครื่องมือการวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

สำหรับการวิจัยบางส่วนที่เป็นการแสดงความคิดเห็น จะกำหนดแบบสอบถามด้วยข้อคำถาม แต่ละข้อมีส่วนของคำตอบเป็นระดับ โดยแบ่งความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ใช้คะแนน 1-5 เป็นมาตรฐานประเมินค่า (rating scale) ของคำตอบ คือ (สุบรรณ พันธ์วิศาล, 2522, หน้า 250)

ความคิดเห็นที่เห็นด้วยหรือพอใจมากที่สุด	เท่ากับ	5	คะแนน
ความคิดเห็นที่เห็นด้วยหรือพอใจมาก	เท่ากับ	4	คะแนน
ความคิดเห็นที่เห็นด้วยหรือพอใจปานกลาง	เท่ากับ	3	คะแนน
ความคิดเห็นที่เห็นด้วยหรือพอใจน้อย	เท่ากับ	2	คะแนน
ความคิดเห็นที่ไม่เห็นด้วยหรือไม่พอใจอย่างยิ่ง	เท่ากับ	1	คะแนน

สำหรับการพิจารณาใช้กำหนดคะแนนเฉลี่ยตามการแบ่งอันตรภาคชั้น ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด}-\text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

ดังนั้น การนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลด้วยการนำคะแนนแต่ละข้อมาหาค่าเฉลี่ย จากนั้นนำมาแบ่งเป็น 5 กลุ่ม โดยกำหนดให้

ระดับคะแนนที่อยู่ระหว่าง	4.24-5.00	เป็นความเห็นในระดับมากที่สุด
ระดับคะแนนที่อยู่ระหว่าง	3.43-4.23	เป็นความเห็นในระดับมาก

ระดับคะแนนที่อยู่ระหว่าง	2.62-3.42	เป็นความเห็นในระดับปานกลาง
ระดับคะแนนที่อยู่ระหว่าง	1.81-2.61	เป็นความเห็นในระดับน้อย
ระดับคะแนนที่อยู่ระหว่าง	1.00-1.80	เป็นความเห็นในระดับน้อยที่สุด หรือไม่มีผล

ซึ่งมาตรวัดความพึงพอใจที่ใช้เป็นนิยามปฏิบัติการ จะผ่านการทดสอบความเชื่อถือได้ด้วยมาตรวัดสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟา (Cronbach- $\alpha$ ) ดังนี้

### ตาราง 13

ค่าสัมประสิทธิ์ครอนบาคอัลฟาของแต่ละมาตรวัดที่ใช้เป็นเครื่องมือวิจัย

ปัจจัย	จำนวนรายการ	ค่าสัมประสิทธิ์ ครอนบาคอัลฟา
ความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการค้าต่าง ๆ ต่อการ เป็นประจักษ์อื่น โฉม	12	0.881
ระดับความปลอดภัย	4	0.830
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	20	0.950
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม	8	0.834
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พัก	12	0.868

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 13 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของความเที่ยงในแบบสอบถามชุดความคิดเห็นของผู้ประกอบธุรกิจการค้าต่าง ๆ ต่อการที่ประเทศไทยจะเป็นประจักษ์อื่น โฉมอธิบายตัวแปรได้ถึงร้อยละ 77.61

สำหรับ ค่าสัมประสิทธิ์ของความเที่ยงในแบบสอบถามชุดระดับความปลอดภัย ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม อธิบายตัวแปรได้ถึงร้อยละ 68.89, 90.25, 69.55 และ 75.34 ตามลำดับ

นอกจากนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทำการทดสอบเบื้องต้น (pilot study) โดยทดลองสำรวจ ซึ่งใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศใน

อินโดจีน จำนวน 30 ชุด เพื่อปรับปรุงตัวแปร และจัดลำดับคำถามให้ชัดเจนสอดคล้อง และต่อเนื่อง

### การวิเคราะห์และการประมวลผล

การวิเคราะห์ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 การดำเนินงานของภาครัฐบาล และการมีส่วนร่วมของเอกชนประเทศไทยในการส่งเสริมประเทศไทยในการเป็นประตู ท่องเที่ยวสู่อินโดจีน ใช้การศึกษาเชิงพรรณนา สำหรับบทบาทของภาครัฐบาล ส่วนบทบาท ของภาคเอกชนนั้น ใช้การศึกษาเชิงพรรณนาโดยใช้สถิติพรรณนา สำหรับการวิเคราะห์ ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีนนั้น ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ในการทดสอบสมมติฐาน และแก้ไขปัญหาในเรื่องขนาดของ ตัวแปร โดยการทำให้ตัวแปรให้มีค่ามาตรฐาน โดยข้อมูลที่ผ่านมาการตรวจแล้ว จะนำมาลง รหัสข้อมูลตามคู่มือการลงรหัสที่สร้างขึ้น และทำการบันทึกและประมวลผลข้อมูล และ นำผลข้อมูลที่ได้จากการสรุปตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อ 1 และ 2 มาทำการ วิเคราะห์ประมวลผลหาข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้เกิด ประสิทธิภาพในเชิงปฏิบัติ ตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อ 3



## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

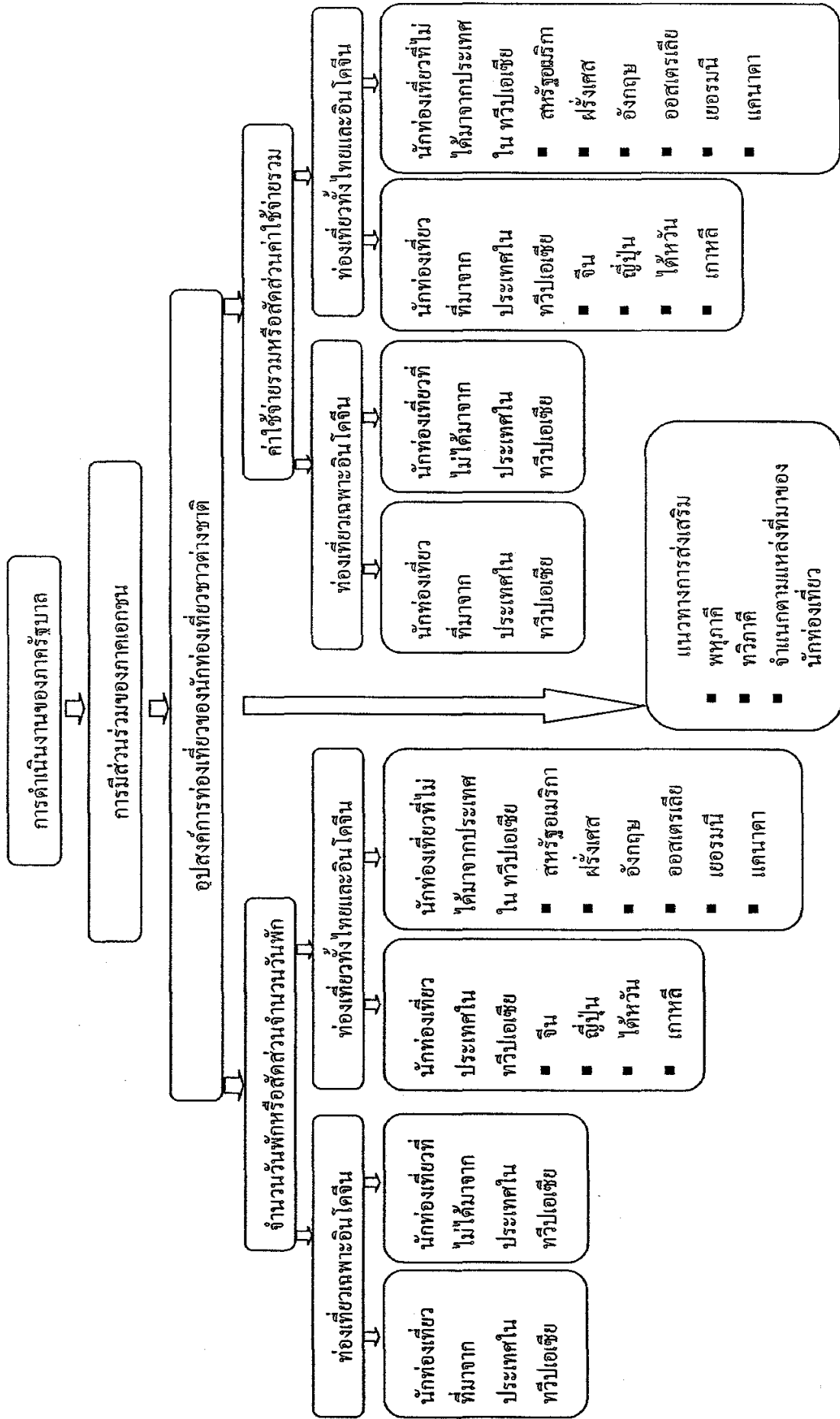
การดำเนินงานของภาครัฐบาลและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเท่ี่ยวสู่อินโดจีน

การดำเนินงานของภาครัฐบาลในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเท่ี่ยวสู่อินโดจีน (การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 กรอบแนวความคิด 2)

จากการทบทวนวรรณกรรมในบทที่ 2 พบว่า ภาครัฐบาลได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเท่ี่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศในอินโดจีน ดังจะเห็นได้จากการบรรจุเป้าหมายการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเท่ี่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 7 ถึงฉบับที่ 9 รวมทั้งมีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเท่ี่ยวตามกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในโครงการ GMS-EC ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาสาขาการท่องเท่ี่ยวให้เป็นตลาดเดียว

สำหรับประเทศไทยมีหลายหน่วยงานของภาครัฐบาลที่เกี่ยวข้องกับการสนับสนุนโครงการ GMS-EC สาขาการท่องเท่ี่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการเป็นตลาดเดียว ซึ่งมีแผนการดำเนินงานสู่การเป็นตลาดเดียว ดังนี้

1. พัฒนาประเทศไทยให้มีบทบาทหลักในการเป็นประตูสู่ภูมิภาค
2. พัฒนาเมืองศูนย์กลางรองรับด้านการท่องเท่ี่ยวกระจายครอบคลุมภูมิภาคอย่างเป็นระบบ
3. พัฒนาโครงข่ายและวงรอบ โดยมีโครงข่ายการขนส่งนักท่องเท่ี่ยวอย่างเป็นระบบ



ภาพ 15 โครงสร้างบทที่ 4

อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินการของภาครัฐบาลในการส่งเสริมประเทศไทยเป็น  
ประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนที่ผ่านมา ผู้วิจัยพบปัญหาอุปสรรคและ  
ข้อจำกัดของแต่ละหน่วยเกี่ยวข้อง ดังนี้

### 1. สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงมหาดไทย

การดำเนินงานภายใต้โครงการ GMS-EC ในการพัฒนาการเตรียมมาตรการ  
อำนวยความสะดวกในการผ่านแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน  
พบปัญหาการเตรียมมาตรการอำนวยความสะดวกในการผ่านแดนที่ยังไม่สะดวกและ  
รวดเร็วนัก

### 2. กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม

การดำเนินงานภายใต้โครงการ GMS-EC ในการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงทางบก  
พบปัญหาด้านสัมปทานระหว่างภาคเอกชนประเทศไทยและรัฐบาลสปป.ลาว ในการ  
ปรับปรุงก่อสร้างถนนเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างประเทศไทย-สปป.ลาว-จีนตอนใต้  
ช่วงในสปป.ลาว การก่อสร้างไม่คืบหน้า ต่อมา ADB เป็นคนกลางจัดประชุมกรอบ  
แก้ไขปัญหาด้านสัมปทาน โดยให้ประเทศไทยและจีนจัดสรรเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำแก่รัฐบาลสปป.  
ลาว ชื้อหุ้นภาคเอกชนประเทศไทย ซึ่งไปลงทุนในสปป.ลาว เพื่อให้รัฐบาลสปป.ลาว  
ถือหุ้นร้อยละ 100 สำหรับเส้นทางเชื่อมประเทศไทย-กัมพูชา ช่วงปอยเปต-ศรีโสภณ  
อยู่ระหว่างขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลญี่ปุ่น และอยู่ในระหว่างก่อสร้างบางเส้นทาง

### 3. กองกิจการระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงคมนาคม

การดำเนินงานภายใต้โครงการ GMS-EC ในข้อตกลงร่วมกันของรัฐบาลของ  
ทั้งจีน สปป.ลาว พม่า และประเทศไทย เมื่อ 20 เมษายน 2543 ว่าด้วยการเดินเรือพาณิชย์  
ในแม่น้ำโขงพบว่า เป็นไปเพื่อประโยชน์ในการขนส่งสินค้ามากกว่าการท่องเที่ยว  
นอกจากนั้น โฆษณของจีนที่ต้องการทำการระเบิดเกาะแก่งในลำน้ำโขง เพื่อความสะดวก  
ในการเดินเรือ โดยเริ่มทำการปิดเขื่อนเหนือน้ำเพื่อทำการระเบิดนั้น พบว่ามีผลกระทบ  
ทำให้ระดับน้ำแม่น้ำโขงระหว่าง สปป.ลาว-ประเทศไทย ลดลงอย่างเห็นได้ชัด บางช่วง  
ลดลงเหลือเพียงหนึ่งเมตรเศษ ๆ เป็นอุปสรรคต่อการเดินเรือในช่วงนั้น ๆ

#### 4. กรมการขนส่งทางอากาศ กระทรวงคมนาคม

ในการพัฒนาศูนย์กลางทางการบินในภูมิภาคตามกรอบโครงการ GMS-EC กรมการขนส่งทางอากาศรับผิดชอบในการลงทุนสร้างศูนย์กลางการบินแห่งใหม่ สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ โดยใช้งบประมาณในการลงทุนสูง ซึ่งมีกำหนดการเปิดดำเนินการได้ในปี 2549 แต่ในปัจจุบันยังไม่สามารถเปิดใช้งานได้

#### 5. สำนักคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

ในการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านนั้น ภาครัฐบาลคาดหวังการลงทุนร่วมอย่างต่อเนื่องจากภาคเอกชน ในขณะที่ภาคเอกชนไม่สามารถลงทุนอย่างต่อเนื่องได้ เนื่องจากได้รับผลกระทบในช่วงวิกฤติเศรษฐกิจ นอกจากนี้ความช่วยเหลือขององค์กรระหว่างประเทศที่จัดสรรให้สำหรับการลงทุนในโครงการต่าง ๆ ในกัมพูชา และสปป. ลาว มีน้อย รวมทั้งข้อมูลด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม ภายในของกัมพูชา และสปป. ลาว ยังไม่เพียงพอ ทำให้การจัดลำดับความสำคัญของโครงการกระทำได้ยาก และมีผลต่อเนื่องต่อการกำหนดกลยุทธ์ดึงดูดการลงทุนจากภายนอก

#### 6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน ยังพบระเบียบและข้อปฏิบัติของการให้วีซ่าของสมาชิกบางประเทศยังไม่มีความพร้อม และมีขั้นตอนของการขอวีซ่าที่ซับซ้อน ปัจจุบันมีเพียง สปป. ลาวและประเทศไทยเท่านั้นที่เปิดเสรีวีซ่า (เริ่มใช้ 1 มกราคม พ.ศ. 2548) นอกจากนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังประสบปัญหาการเกิดวิกฤติต่าง ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น โรค SARS โรคไข้หวัดนก (avian influenza) เป็นต้น การขาดบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสามารถด้านภาษาและการบริการที่ได้มาตรฐาน และปัญหาการเอาเปรียบกันเองของผู้ประกอบการ รวมทั้งโครงการต่าง ๆ ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้ส่วนใหญ่จะเป็นงานที่ต้องอาศัยหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรับไปดำเนินการ เช่น โครงการเชื่อมวงจรท่องเที่ยวทางรถไฟในอินโดจีน ซึ่งจะต้องได้รับการสนับสนุนจากการรถไฟแห่งประเทศไทย สถาบันการเงินและองค์กรต่างประเทศ

การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนไทยในการสนับสนุนประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลาง การท่องเที่ยวสู่อินโดจีน (การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 1 กรอบแนวความคิด 2)

จากผลการประชุมระดับรัฐมนตรี ในโครงการ GMS-EC ครั้งที่ 8 ระหว่างวันที่ 30 กันยายน - 2 ตุลาคม พ.ศ. 2540 เห็นชอบให้มีการจัดตั้ง GMS Business Forum ขึ้น เพื่อเปิดโอกาสและดึงดูดให้ภาคเอกชนได้เข้ามาลงทุนและเพื่อเป็นการสร้างเครือข่าย สำหรับนักลงทุนทั้งจากภายในและภายนอกกลุ่ม GMS

สำหรับประเทศไทยภาคเอกชนได้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยว ร่วมกันกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยร่วมมือกับ สปป. ลาว พยายามรวบรวมพันธมิตรธุรกิจ ในการท่องเที่ยว เพื่อจัดตั้งพันธมิตรธุรกิจในกลุ่มลุ่มแม่น้ำโขง (The Greater Mekong Subregional Alliance--GMSA) เมื่อ 12 เมษายน พ.ศ. 2544 เพื่อพัฒนาภาคอีสานเป็น ประตูไปสู่อินโดจีน คือ กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม โดยให้อินโดจีนเป็นจุดหมาย ปลายทางของการท่องเที่ยวโลก หรือ Indochina the World Destination

อย่างไรก็ตาม ความร่วมมือของภาคเอกชนในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยว กับประเทศเพื่อนบ้านยังไม่เด่นชัดนัก ประกอบกับ GMS Business Forum จัดตั้งขึ้นมา ไม่นาน และได้มีการประชุม GMS Business Forum Core Group Meeting เมื่อวันที่ 4-7 มีนาคม พ.ศ. 2547 ทำให้ยังมองไม่เห็นบทบาทที่สำคัญในการพัฒนามากนัก

ดังนั้น งานวิจัยนี้ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นและความร่วมมือของภาคเอกชน โดยการทอแบบสำรวจ ไปยังผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน 3 กลุ่ม ประกอบด้วย ธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ จำนวน 53 ราย ได้รับตอบ กลับคืนมา 9 ราย (ร้อยละ 16.98) ธุรกิจโรงแรมและที่พัก จำนวน 10 ราย ได้รับตอบกลับ คืนมา 8 ราย (ร้อยละ 80.00) และ ธุรกิจสายการบิน จำนวน 9 ราย ได้รับตอบกลับคืนมา 7 ราย (ร้อยละ 77.77) ดังแสดงในตาราง 14

## ตาราง 14

## ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ

ประเภทธุรกิจ	จำนวน (ราย)	ตอบกลับ (ราย)	อัตราร้อยละ
ธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์	53	9	16.98
ธุรกิจโรงแรมและที่พัก	10	8	80.00
ธุรกิจสายการบิน	9	7	77.77

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 15 เจ้าของกิจการที่ทำธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เป็นผู้ตอบแบบสอบถามเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 55.56) แสดงว่าเจ้าของกิจการมีความสนใจในความร่วมมือสนับสนุนประเทศไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่อินโดจีน หรือเป็นธุรกิจที่ใกล้ชิดกับการท่องเที่ยวมากกว่าธุรกิจอื่น สำหรับระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจนั้น พบว่า ธุรกิจโรงแรมและที่พัก (ร้อยละ 75.00) และธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (ร้อยละ 55.56) มีอายุของการประกอบธุรกิจประมาณ 10-19 ปี

ในส่วนของการรับทราบ การมีส่วนร่วม และประโยชน์ที่ได้รับของโครงการตามกรอบความร่วมมือในโครงการ GMS-EC ซึ่งทั้งกัมพูชา สปป. ลาวและเวียดนามได้ร่วมเป็นสมาชิกอยู่ด้วยนั้น (ดูตาราง 16) ได้มีการแบ่งลักษณะของโครงการออกเป็นโครงการด้านวิชาการ ด้านการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยง และด้านการตลาด พบว่าโดยภาพรวมแล้ว ผู้ประกอบธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ทราบและไม่มีส่วนร่วมในการดำเนินงานของโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามกรอบความร่วมมือในโครงการ GMS-EC ยกเว้น โครงการด้านการตลาด การเผยแพร่เอกสาร โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศสมาชิก ที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก และผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ทราบร้อยละ 66.67, 75.00 และ 71.43 ตามลำดับ ขณะที่ การดำเนินของโครงการ Village-based tourism นั้น เป็นโครงการที่ผู้ประกอบการรับทราบน้อยที่สุด กล่าวคือ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก และ

ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินรับทราบเพียงร้อยละ 11.11, 25.00 และ 28.57 ตามลำดับ และเป็นโครงการที่ผู้ประกอบการมีส่วนร่วมน้อยที่สุด โดยผู้ประกอบการธุรกิจบริการ การนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และธุรกิจโรงแรมและที่พัก ไม่มีส่วนร่วมเลย (ร้อยละ 0.00) และผู้ประกอบการธุรกิจสายการบินมีส่วนร่วมเพียงร้อยละ 14.29

### ตาราง 15

สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจในแต่ละประเภทธุรกิจ

ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถามและ ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ	ประเภทธุรกิจ (%)		
	ธุรกิจบริการการนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์ n = 9	ธุรกิจโรงแรม และที่พัก n = 8	ธุรกิจสายการบิน n = 7
<b>ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม</b>			
เจ้าของกิจการ	5 (55.56)	2 (25.00)	2 (28.57)
ผู้บริหารระดับสูง	2 (22.22)	2 (25.00)	1 (14.29)
ผู้จัดการ	2 (22.22)	2 (25.00)	2 (28.57)
เจ้าหน้าที่	0 (0.00)	2 (25.00)	2 (28.57)
รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
<b>ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ</b>			
ต่ำกว่า 10 ปี	2 (22.22)	1 (12.50)	2 (28.58)
10-19 ปี	5 (55.56)	6 (75.00)	2 (28.58)
20-29 ปี	1 (11.11)	0 (0.00)	1 (14.28)
30-39 ปี	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (14.28)
40 ขึ้นไป	1 (11.11)	1 (12.50)	1 (14.28)
รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการที่มีส่วนร่วมในโครงการต่าง ๆ ระบุการเข้าร่วมทำกิจกรรมว่า (1) ได้เข้าร่วมประชุม-สัมมนา (2) เข้าร่วมในกิจกรรมส่งเสริมอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้แก่สมาชิกในหมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการ Village-based tourism (3) ให้ข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงแก่นักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรม (4) ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยส่งรายชื่อนักท่องเที่ยวระดับเจ้าหน้าที่หรือเจ้าหน้าที่ระดับอาวุโสของประเทศสมาชิกที่เข้าพักในโรงแรมให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

นอกจากนี้ ในโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวภายใต้กรอบโครงการ GMS-EC นั้น ผู้ประกอบการธุรกิจให้ความเห็นว่า โครงการด้านการตลาด เป็นโครงการที่สร้างประโยชน์แก่ผู้ประกอบการมากที่สุด โดยผู้ประกอบการธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก และผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ให้ความเห็นว่าเป็นโครงการที่สร้างประโยชน์แก่ผู้ประกอบการร้อยละ 66.67, 87.50 และ 57.14 ตามลำดับ โดยปรากฏในรูปของการทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ โอกาสในการทำธุรกิจร่วมกับประเทศในอินโดจีน และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมเพิ่มขึ้น



## ตาราง 16

การรับทราบ การมีส่วนร่วม และประโยชน์ที่ได้รับของผู้ประกอบการธุรกิจด้านต่าง ๆ จากโครงการ GMS-EC

(%)

ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในโครงการ GMS-EC				
	การรับทราบ การมีส่วนร่วม และ ประโยชน์	ธุรกิจบริการการนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์ (n = 9)	ธุรกิจโรงแรม และที่พัก (n = 8)	ธุรกิจสาย การบิน (n = 7)
1. โครงการด้านวิชาการ	ทราบ	5 (55.60)	2 (25.00)	3 (42.86)
โครงการฝึกอบรม	ไม่ทราบ	4 (44.40)	6 (75.00)	4 (57.14)
ความรู้พื้นฐานด้าน	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
การท่องเที่ยวแก่	มีส่วนร่วม	1 (11.11)	1 (12.50)	1 (14.29)
ประเทศสมาชิก	ไม่มีส่วนร่วม	8 (88.89)	7 (87.50)	6 (85.71)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
	ได้รับประโยชน์	2 (22.22)	1 (12.50)	2 (28.57)
	ไม่ได้รับประโยชน์	7 (77.78)	7 (87.50)	5 (71.43)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
2. โครงการด้านวิชาการ	ทราบ	4 (44.44)	1 (12.50)	3 (42.86)
โครงการฝึกอบรม	ไม่ทราบ	5 (55.56)	7 (87.50)	4 (57.14)
ผู้จัดการทรัพยากรด้าน	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
อนุรักษ์และการ	มีส่วนร่วม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (14.29)
ท่องเที่ยว	ไม่มีส่วนร่วม	9 (100.00)	8 (100.00)	6 (85.71)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
	ได้รับประโยชน์	1 (11.11)	0 (0.00)	1 (14.29)
	ไม่ได้รับประโยชน์	8 (88.89)	8 (100.00)	6 (85.71)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)

ตาราง 16 (ต่อ)

(%)

ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในโครงการ GMS-EC				
	การรับทราบ การมีส่วนร่วม และ ประโยชน์	ธุรกิจบริการการนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์ (n = 9)	ธุรกิจโรงแรม และที่พัก (n = 8)	ธุรกิจสาย การบิน (n = 7)
3. โครงการด้านการ พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวเชื่อมโยง	ทราบ	1 (11.11)	2 (25.00)	2 (28.57)
	ไม่ทราบ	8 (88.89)	6 (75.00)	5 (71.43)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
โครงการ Village- based Tourism	มีส่วนร่วม	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (14.29)
	ไม่มีส่วนร่วม	9 (100.00)	8 (100.00)	6 (85.71)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
	ได้รับประโยชน์	0 (0.00)	0 (0.00)	1 (14.29)
	ไม่ได้รับประโยชน์	9 (100.00)	8 (100.00)	6 (85.71)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
4. โครงการด้าน การตลาด	ทราบ	6 (66.67)	2 (75.00)	5 (71.43)
	ไม่ทราบ	3 (33.33)	6 (35.00)	2 (28.57)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
เผยแพร่โครงการ พัฒนาแหล่ง ท่องเที่ยวและ เส้นทางท่องเที่ยว เชื่อมโยงระหว่าง ประเทศสมาชิก	มีส่วนร่วม	1 (11.11)	0 (0.00)	1 (14.29)
	ไม่มีส่วนร่วม	8 (88.89)	8 (100.00)	6 (85.71)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)
	ได้รับประโยชน์	6 (66.67)	7 (87.50)	4 (57.14)
	ไม่ได้รับประโยชน์	3 (33.33)	1 (12.50)	3 (42.86)
	รวม	9 (100.00)	8 (100.00)	7 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

## ตาราง 17

ความคิดเห็นของผู้ประกอบการธุรกิจด้านต่าง ๆ ต่อการที่ประเทศไทยจะเป็นประตูและศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน

ความคิดเห็นต่อการที่ ประเทศไทยเป็นประตู และ ศูนย์กลางการ ท่องเที่ยวสู่อินโดจีน	ธุรกิจบริการการนำ เที่ยวและมัคคุเทศก์ (n = 9)		ธุรกิจโรงแรม และที่พัก (n = 8)		ธุรกิจสาย การบิน (n = 7)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยว ประเทศไทย เพิ่มขึ้น	4.11 มีผลมาก	.928	4.25 มีผลมากที่สุด	.886	3.86 มีผลมาก	1.215
2. ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางท่องเที่ยว กัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม เพิ่มขึ้น	4.33 มีผลมากที่สุด	.707	4.25 มีผลมากที่สุด	1.035	3.86 มีผลมาก	1.069
3. ทำให้จำนวนเที่ยวบิน และเส้นทางบิน ระหว่างประเทศไทย กัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม เพิ่มขึ้น	4.44 มีผลมากที่สุด	.882	4.00 มีผลมาก	1.069	3.86 มีผลมาก	1.215
4. ทำให้นักท่องเที่ยวเดิน ทางทางบกจากประเทศ ไทยไปยังกัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม เพิ่มขึ้น	4.22 มีผลมาก	.833	4.00 มีผลมาก	1.069	3.86 มีผลมาก	1.215
5. ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางทางน้ำจาก ประเทศไทยไปยัง กัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม เพิ่มขึ้น	2.67 ไม่แน่ใจ	1.118	2.88 ไม่แน่ใจ	.835	2.43 มีผลน้อย	.787

ตาราง 17 (ต่อ)

ความคิดเห็นต่อการที่ ประเทศไทยเป็นประตู และ ศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อิน โดจีน	ธุรกิจบริการการนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ (n = 9)		ธุรกิจโรงแรม และที่พัก (n = 8)		ธุรกิจสายการบิน (n = 7)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
6. ทำให้นักท่องเที่ยว เดินทางทางรถไฟจาก ประเทศไทยไปยังกัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม เพิ่มขึ้น	2.56		2.38		2.43	
	มีผลน้อย	1.130	มีผลน้อย	.744	มีผลน้อย	.976
7. ทำให้การส่งเสริม การตลาดร่วมกันในด้าน การท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศไทยและ กัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม เพิ่มขึ้น	3.78		3.63		3.57	
	มีผลมาก	1.202	มีผลมาก	1.188	มีผลมาก	1.512
8. ช่วยให้มีการพัฒนา บุคลากรด้านการ ท่องเที่ยวของประเทศ ไทย เพิ่มขึ้น	3.56		3.50		3.29	
	มีผลมาก	1.130	มีผลมาก	.756	ไม่แน่ใจ	1.113
9. ช่วยให้มีการพัฒนา บุคลากรด้านการ ท่องเที่ยวของกัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม เพิ่มขึ้น	4.00		3.88		3.57	
	มีผลมาก	.866	มีผลมาก	1.126	มีผลมาก	1.272
10. ทำให้เกิดการผ่อนปรน ระเบียบการเข้าเมือง สำหรับนักท่องเที่ยวที่ เดินทางในกลุ่มประเทศ ลุ่มน้ำโขง เพิ่มขึ้น	3.78		3.25		3.71	
	มีผลมาก	.441	ไม่แน่ใจ	1.286	มีผลมาก	.951

ที่มา. จากการคำนวณ

ตาราง 17 และตาราง 18 เป็นการวิเคราะห์แบบสอบถามในส่วนที่เป็น Likert Scale จึงได้มีการจัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามโดยใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย	4.24-5.00	มีผลมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย	3.43-4.23	มีผลมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย	2.62-3.42	ไม่แน่ใจ
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.81-2.61	มีผลน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย	1.00-1.80	ไม่มีผล

ข้อมูลจากตาราง 17 จากการสอบถามผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่มคือ ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการธุรกิจ โรงแรมและที่พัก และผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ได้แสดงความเห็นว่า นโยบายการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูและศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน ตามกรอบโครงการ GMS-EC จะมีผลมาก, มากที่สุด ต่อการทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย-กัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนาม และต่อการทำให้จำนวนเที่ยวบินและเส้นทางบินระหว่างประเทศไทย-กัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนาม เพิ่มขึ้น ส่วนการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศไทยไปยังกัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนามนั้น นโยบายดังกล่าวจะอยู่ในระดับมีผลมาก อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการมีความเห็นว่านโยบายนั้นจะมีผลระดับน้อยต่อการเพิ่มการเดินทางทางรถไฟ สำหรับความเห็นต่อการเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน เห็นว่านโยบายดังกล่าวจะส่งผลในระดับน้อย ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และธุรกิจโรงแรมและที่พัก ไม่แน่ใจว่านโยบายดังกล่าวจะส่งผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการเห็นว่าโครงการ GMS-EC จะทำให้ความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างประเทศไทย กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม และการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งของประเทศไทย และกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนามอยู่ในระดับมีผลมาก (ยกเว้นผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ที่ไม่แน่ใจว่าโครงการจะช่วยให้เกิดการพัฒนาบุคลากรทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการยังเห็นว่าโครงการจะมีผลมาก ถ้ามีการผ่อนปรนระเบียบการเข้าเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงเพิ่มขึ้น (ยกเว้นผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมและที่พักที่ไม่แน่ใจว่า โครงการจะช่วยให้เกิดการผ่อนปรนระเบียบการเข้าเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง)

### ตาราง 18

#### การมีส่วนร่วมและประโยชน์จากการพัฒนาต่อธุรกิจด้านต่าง ๆ

การมีส่วนร่วมและประโยชน์	ธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ (n = 9)		ธุรกิจโรงแรมและที่พัก (n = 8)		ธุรกิจสายการบิน (n = 7)	
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.
1. การมีส่วนร่วมในการพัฒนา	2.22	.972	2.13	.835	1.86	.690
2. ประโยชน์จากการพัฒนา	2.33	.866	2.50	1.195	2.14	.690
	มีส่วนร่วมน้อย		มีส่วนร่วมน้อย		มีส่วนร่วมน้อย	
	ได้รับประโยชน์น้อย		ได้รับประโยชน์น้อย		ได้รับประโยชน์น้อย	

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: เกณฑ์ในการพิจารณาระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.24-5.00 มีส่วนร่วมหรือได้รับประโยชน์มากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.43-4.23 มีส่วนร่วมหรือได้รับประโยชน์มาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.62-3.42 มีส่วนร่วมหรือได้รับประโยชน์ปานกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.61 มีส่วนร่วมหรือได้รับประโยชน์น้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 ไม่มีส่วนร่วมหรือไม่ได้รับประโยชน์

ข้อมูลจากตาราง 18 จากการสอบถามผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่ม พบว่าผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการน้อย แต่ก็ได้ระบุการมีบทบาทหรือส่วนร่วมในการสนับสนุนหรือส่งเสริมนโยบายการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนไว้ดังนี้

1. ทำการประชาสัมพันธ์ให้กับนักท่องเที่ยว (ธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์)
2. การเปิดบริการห้องพักเพิ่มเติม (ธุรกิจโรงแรมและที่พัก)
3. การพิจารณาเปิดเส้นทางบินเพิ่ม (ธุรกิจสายการบิน)
4. จัดทำรายการท่องเที่ยวให้ขยายตัวออกทั้งแนวกว้าง คือ แหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นและในแนวลึก คือ พัฒนาการบริการการท่องเที่ยวให้ครบวงจร
5. ทำธุรกิจเพิ่มเติมเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชื่อมโยง

สำหรับข้อคิดเห็นด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนนั้น โดยภาพรวมผู้ประกอบการส่วนใหญ่ เห็นว่านโยบายการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนยังมีประโยชน์แก่ธุรกิจของตนเองน้อย แต่อย่างไรก็ตามผู้ตอบแบบสอบถามในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และธุรกิจโรงแรมที่พักที่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนนั้น เห็นว่านโยบายดังกล่าวจะช่วยส่งเสริมให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และก่อให้เกิดศักยภาพ และประสิทธิภาพในด้านการบริการเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ กลุ่มธุรกิจสายการบินที่ได้รับประโยชน์จากการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนนั้น เห็นว่า จะเป็นการนำร่องเพื่อขยายในโอกาสที่จะเปิดเที่ยวบินเพิ่มขึ้น

### **ปัญหาและอุปสรรคในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน**

จากการสอบถามผู้ประกอบการถึงปัญหาหรืออุปสรรคในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้พบปัญหาหรืออุปสรรค ดังนี้

1. การคมนาคมที่ยังไม่สะดวกทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ
2. ความไม่สะดวกในการทำเอกสารเข้าประเทศ (วีซ่า)
3. ความไม่สมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารในแหล่งท่องเที่ยว และการประชาสัมพันธ์ที่ยังไม่ทั่วถึง

4. ความไม่เข้าใจในวัฒนธรรมประเพณี
5. ความล่าช้าในการติดต่อสื่อสาร
6. ความไม่เพียงพอและไม่พร้อมของโรงแรมที่พัก
7. ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว
8. บริษัททัวร์ในประเทศไทยคัดราคากันเอง

### **ข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูอินโดจีน**

เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูอินโดจีน ผู้ประกอบการมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ในกรณีเดินทางหลายประเทศในอินโดจีน ควรยกเลิกการขอวีซ่าเข้าแต่ละประเทศในอินโดจีน และควรให้มีวีซ่าในประเทศไทยใบเดียว โดยสามารถใช้ในอินโดจีนได้
2. ควรเปิดเสรีในการเดินทางในทางบก และเปิดน่านฟ้าเสรี
3. ควรให้การส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูอินโดจีน อยู่ในแผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยว ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. ควรเพิ่มการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้มากขึ้นและต่อเนื่อง
5. ควรพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดชายแดนที่มีศักยภาพให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น
6. ประเทศไทยควรลงทุนสร้างเส้นทางคมนาคมเชื่อมโยงในอินโดจีน
7. ส่งเสริมการเดินทางเป็นหมู่คณะ
8. รัฐบาลเข้าควบคุมราคาการจัดการการจ้ดนำเที่ยวอย่างเหมาะสม

### **อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศไทยในอินโดจีน**

(การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กรอบแนวความคิด 3)

ในการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีนในครั้งนี้ ได้ทำการใช้แบบสอบถาม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน ซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม หลักการเลือกสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจะพิจารณาเลือกจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีสถิติการเดินทางท่องเที่ยวอินโดจีนมากที่สุด



10 อันดับแรกใน พ.ศ. 2545 รวมทั้งสิ้น 634 คน ประกอบด้วย ประเทศจีน จำนวน 126 คน ญี่ปุ่น จำนวน 73 คน สหรัฐอเมริกา จำนวน 91 คน ไต้หวัน จำนวน 41 คน ฝรั่งเศส จำนวน 60 คน อังกฤษ จำนวน 65 คน ออสเตรเลีย จำนวน 54 คน เกาหลี จำนวน 36 คน เยอรมนี จำนวน 52 คน และแคนาดา จำนวน 36 คน ด้วยแบบสอบถามจำนวน 634 ชุด ผลการสำรวจมีรายละเอียดดังตาราง 19

### ตาราง 19

ลักษณะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสู่ประเทศในอินโดจีนจำแนกตามสัญชาตินักท่องเที่ยว

สัญชาติ	ลักษณะในการเดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน		n = 634 (%)
	ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศ	ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ	รวม
	ในอินโดจีน	ประเทศในอินโดจีน	
จีน	39 (30.95)	87 (69.05)	126 (100.00)
ญี่ปุ่น	21 (28.76)	52 (71.24)	73 (100.00)
สหรัฐอเมริกา	7 (7.69)	84 (92.31)	91 (100.00)
ไต้หวัน	14 (34.14)	27 (65.86)	41 (100.00)
ฝรั่งเศส	28 (46.66)	32 (53.34)	60 (100.00)
เกาหลี	5 (13.89)	31 (86.11)	36 (100.00)
ออสเตรเลีย	9 (16.67)	45 (83.33)	54 (100.00)
อังกฤษ	11 (16.92)	54 (83.08)	65 (100.00)
เยอรมนี	12 (23.07)	40 (76.93)	52 (100.00)
แคนาดา	2 (5.55)	34 (94.45)	36 (100.00)
รวม	148 (23.34)	486 (76.66)	634 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 19 พบว่า ลักษณะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปต่างประเทศในอินโดจีน แบ่งได้เป็น 2 กรณี คือ (1) ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน จำนวนทั้งหมด 148 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 23.34 (2) ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน จำนวนทั้งหมด 486 ตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 76.66

## ตาราง 20

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางจำแนกตามประเทศปลายทาง

ประเทศ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง					รวม
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม		
ประเทศไทย	406 (83.19)	29 (5.94)	46 (9.42)	7 (1.45)		488 (100.00)
กัมพูชา	302 (89.34)	11 (3.25)	22 (6.50)	3 (0.91)		338 (100.00)
สปป. ลาว	184 (86.38)	11 (5.16)	17 (7.98)	1 (0.48)		213 (100.00)
เวียดนาม	321 (82.94)	9 (2.32)	51 (13.18)	6 (1.56)		387 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางได้หลายประเทศ

จากตาราง 20 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (ร้อยละ 83.19) กัมพูชา (ร้อยละ 89.34) สปป. ลาว (ร้อยละ 86.38) และเวียดนาม (ร้อยละ 82.94) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน

## ตาราง 21

## วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทยจำแนกตามประเทศต้นทาง

n = 486 (%)

ประเทศต้นทาง	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	รวม
จีน	73 (83.90)	7 (8.05)	5 (5.75)	2 (2.30)	87 (100.00)
ญี่ปุ่น	42 (80.77)	3 (5.77)	7 (13.46)	0 (0.00)	52 (100.00)
สหรัฐอเมริกา	71 (83.53)	2 (2.35)	9 (10.59)	3 (3.53)	85 (100.00)
ไต้หวัน	21 (77.78)	1 (3.70)	5 (18.52)	0 (0.00)	27 (100.00)
ฝรั่งเศส	24 (75.00)	2 (6.25)	6 (18.75)	0 (0.00)	32 (100.00)
อังกฤษ	44 (83.02)	7 (13.20)	1 (1.89)	1 (1.89)	53 (100.00)
ออสเตรเลีย	36 (80.00)	3 (6.67)	5 (11.11)	1 (2.22)	45 (100.00)
เกาหลี	24 (77.42)	1 (3.23)	6 (19.35)	0 (0.00)	31 (100.00)
เยอรมนี	40 (100.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	0 (0.00)	40 (100.00)
แคนาดา	30 (88.24)	2 (5.88)	2 (5.88)	0 (0.00)	34 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 21 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน แคนาดา จีน สหรัฐอเมริกาและอังกฤษ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 100.00, 88.24, 83.90, 83.53 และ 83.02 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ฝรั่งเศส ไต้หวันมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อติดต่อธุรกิจ (ร้อยละ 19.35, 18.75 และ 18.52 ตามลำดับ)

จากตาราง 22 พบว่า นักท่องเที่ยวชาว จีน สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย เกาหลี และแคนาดา มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 88.37, 86.68, 83.33, 84.38, 96.15, 91.67, และ 87.50 ตามลำดับ) รองลงมา คือ ทำธุรกิจ (ร้อยละ 11.63, 6.66, 16.67, 9.37, 3.85, 8.33 และ 8.33 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาว ญี่ปุ่น มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 89.13 รองลงมา คือ เยี่ยมเพื่อน (ร้อยละ 8.70) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน มีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

เพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 93.94) รองลงมา คือ เยี่ยมเพื่อน และทำธุรกิจเท่ากัน (ร้อยละ 3.03)

จากตาราง 23 พบว่า นักท่องเที่ยวชาว จีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน และเกาหลี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 78.26, 75.00, 92.31 และ 85.71 ตามลำดับ) รองลงมา คือ ทำธุรกิจ (ร้อยละ 21.74, 20.00, 7.69 และ 14.29 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาว สหรัฐอเมริกา อังกฤษ และเยอรมนี มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 84.21, 88.46 และ 91.31) รองลงมา คือ เยี่ยมเพื่อน (ร้อยละ 10.53, 7.69 และ 8.69 ) สำหรับนักท่องเที่ยวชาว ฝรั่งเศส และออสเตรเลีย มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 83.34 และ 89.46) รองลงมา คือ เยี่ยมเพื่อน และทำธุรกิจเท่ากัน (ร้อยละ 8.33 และ 5.27) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวแคนาดามีวัตถุประสงค์เดียวในการเดินทาง คือ เพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 100.00)

## ตาราง 22

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมากรุงเทพฯ จำแนกตามประเทศต้นทาง

n = 338 (%)

ประเทศต้นทาง	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	รวม
จีน	38 (88.37)	0 (0.00)	5 (11.63)	0 (0.00)	43 (100.00)
ญี่ปุ่น	41 (89.13)	4 (8.70)	1 (2.17)	0 (0.00)	46 (100.00)
สหรัฐอเมริกา	52 (86.68)	2 (3.33)	4 (6.66)	2 (3.33)	60 (100.00)
ไต้หวัน	5 (83.33)	0 (0.00)	1 (16.67)	0 (0.00)	6 (100.00)
ฝรั่งเศส	27 (84.38)	2 (6.25)	3 (9.37)	0 (0.00)	32 (100.00)
อังกฤษ	40 (90.90)	2 (4.55)	2 (4.55)	0 (0.00)	44 (100.00)
ออสเตรเลีย	25 (96.15)	0 (0.00)	1 (3.85)	0 (0.00)	26 (100.00)
เกาหลี	22 (91.67)	0 (0.00)	2 (8.33)	0 (0.00)	24 (100.00)
เยอรมนี	31 (93.94)	1 (3.03)	1 (3.03)	0 (0.00)	33 (100.00)
แคนาดา	21 (87.50)	0 (0.00)	2 (8.33)	1 (4.17)	24 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

## ตาราง 23

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาสปป. ลาวจำแนกตามประเทศต้นทาง

n = 213 (%)

ประเทศต้นทาง	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	รวม
จีน	18 (78.26)	0 (0.00)	5 (21.74)	0 (0.00)	23 (100.00)
ญี่ปุ่น	15 (75.00)	0 (0.00)	4 (20.00)	1 (5.00)	20 (100.00)
สหรัฐอเมริกา	32 (84.21)	4 (10.53)	2 (5.26)	0 (0.00)	38 (100.00)
ไต้หวัน	12 (92.31)	0 (0.00)	1 (7.69)	0 (0.00)	13 (100.00)
ฝรั่งเศส	20 (83.34)	2 (8.33)	2 (8.33)	0 (0.00)	24 (100.00)
อังกฤษ	23 (88.46)	2 (7.69)	1 (3.85)	0 (0.00)	26 (100.00)
ออสเตรเลีย	17 (89.46)	1 (5.27)	1 (5.27)	0 (0.00)	19 (100.00)
เกาหลี	6 (85.71)	0 (0.00)	1 (14.29)	0 (0.00)	7 (100.00)
เยอรมนี	21 (91.31)	2 (8.69)	0 (0.00)	0 (0.00)	23 (100.00)
แคนาดา	20 (100.00)	0 (0.00)	0 (100.00)	0 (100.00)	20 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

## ตาราง 24

## วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเวียดนามจำแนกตามประเทศต้นทาง

n = 387 (%)

ประเทศต้นทาง	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	รวม
จีน	84 (87.50)	1 (1.04)	11 (11.46)	0 (0.00)	96 (100.00)
ญี่ปุ่น	27 (84.37)	1 (3.13)	4 (12.50)	0 (0.00)	32 (100.00)
สหรัฐอเมริกา	40 (81.64)	1 (2.04)	5 (10.20)	3 (6.22)	49 (100.00)
ไต้หวัน	20 (66.67)	1 (3.33)	9 (30.00)	0 (0.00)	30 (100.00)
ฝรั่งเศส	26 (78.79)	1 (3.03)	6 (18.18)	0 (0.00)	33 (100.00)
อังกฤษ	36 (90.00)	1 (4.75)	2 (5.00)	1 (4.75)	40 (100.00)
ออสเตรเลีย	23 (71.88)	2 (6.25)	6 (18.75)	1 (3.12)	32 (100.00)
เกาหลี	12 (63.16)	1 (5.26)	6 (31.58)	0 (0.00)	19 (100.00)
เยอรมนี	30 (96.77)	0 (0.00)	1 (3.23)	0 (0.00)	31 (100.00)
แคนาดา	23 (92.00)	0 (0.00)	1 (4.00)	1 (4.00)	25 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 24 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีน ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ไต้หวัน ฝรั่งเศส อังกฤษ ออสเตรเลีย เกาหลี และเยอรมนี ที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 87.50, 84.37, 81.64, 66.67, 78.79, 90.00, 71.88, 63.16 และ 96.77 ตามลำดับ) รองลงมา คือ ทำธุรกิจ (ร้อยละ 11.46, 12.50, 10.20, 30.00, 18.18, 5.00, 18.75, 31.58 และ 3.23 ตามลำดับ) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวแคนาดาและ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการพักผ่อน (ร้อยละ 92.00) รองลงมา คือ เยี่ยมเพื่อน และทำธุรกิจเท่ากัน (ร้อยละ 4.00)

## ตาราง 25

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาประเทศไทย จำแนกตามอายุและวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

อายุ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				รวม
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	
ต่ำกว่า 25	18.32 (93.67)	6.90 (02.53)	6.52 (03.80)	00.00 (00.00)	100.00
25-34	44.06 (88.12)	37.93 (05.45)	21.74 (04.95)	42.86 (01.49)	100.00
35-44	20.54 (79.05)	24.14 (06.67)	28.26 (12.38)	28.57 (01.90)	100.00
45-54	11.88 (65.75)	24.14 (09.59)	34.78 (21.92)	28.57 (02.74)	100.00
มากกว่า 55	5.20 (77.78)	6.90 (07.41)	8.70 (14.81)	00.00 (00.00)	100.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 486

จากตาราง 25 พบว่า ผู้ที่เดินทางมาประเทศไทยในทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน โดยผู้ที่เดินทางที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และมีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี เดินทางเพื่อการพักผ่อนถึงร้อยละ 93.67 และร้อยละ 88.12 ตามลำดับ นอกจากนี้พบว่า ผู้ที่เดินทางมาประเทศไทยเพื่อทำธุรกิจ มากที่สุดจะมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 34.78) และรองลงมา อยู่ช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 28.26)

## ตาราง 26

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมากัมพูชาจำแนกตามอายุและวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

อายุ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง					(%)
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	รวม	
ต่ำกว่า 25	17.94 (90.00)	18.18 (3.33)	18.18 (06.67)	0.00 (0.00)	100.00	
25-34	45.85 (92.00)	54.55 (4.00)	18.18 (02.67)	66.67 (1.33)	100.00	
35-44	18.94 (87.69)	27.27 (4.62)	22.73 (07.69)	0.00 (0.00)	100.00	
45-54	12.29 (86.05)	0.00 (0.00)	27.27 (13.95)	0.00 (0.00)	100.00	
มากกว่า 55	4.98 (78.95)	0.00 (0.00)	13.64 (15.79)	33.33 (5.26)	100.00	
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00	

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 338

จากตาราง 26 พบว่า ผู้ที่เดินทางมากัมพูชาในทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน โดยผู้ที่เดินทางที่มีอายุอยู่ในช่วง 25-34 ปี และมีอายุต่ำกว่า 25 ปี เดินทางเพื่อการพักผ่อน ถึงร้อยละ 92.00 และร้อยละ 90.00 ตามลำดับ นอกจากนี้ พบว่า ผู้ที่เดินทางมากัมพูชาเพื่อทำธุรกิจมากที่สุดจะมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 27.27) และรองลงมา อยู่ช่วงอายุ 35-44 ปี (ร้อยละ 22.73)

จากตาราง 27 พบว่า ผู้ที่เดินทางมา สปป. ลาวในทุกช่วงอายุ ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน โดยผู้ที่เดินทางที่มีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปี และมีอายุต่ำกว่า 25 ปี เดินทางเพื่อการพักผ่อน ถึงร้อยละ 93.02 และร้อยละ 92.31 ตามลำดับ นอกจากนี้ พบว่า ผู้ที่เดินทางมา สปป. ลาวเพื่อทำธุรกิจมากที่สุดจะมีอายุอยู่ในช่วงอายุ 45-54 ปี (ร้อยละ 23.81) และรองลงมา อยู่ช่วงอายุ มากกว่า 55 ปี (ร้อยละ 12.50)



## ตาราง 27

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา สปป. ลาว จำแนกตามอายุและวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

(%)

อายุ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	รวม
ต่ำกว่า 25	19.67 (92.31)	18.18 (5.13)	5.88 (2.56)	0.00 (0.00)	100.00
25-34	44.26 (87.10)	45.45 (5.38)	35.29 (6.45)	100.00 (1.08)	100.00
35-44	21.86 (93.02)	0.00 (0.00)	17.65 (6.98)	0.00 (0.00)	100.00
45-54	7.10 (61.90)	27.27 (14.29)	29.41 (23.81)	0.00 (0.00)	100.00
มากกว่า 55	7.10 (81.25)	9.09 (6.25)	11.76 (12.50)	0.00 (0.00)	100.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 213

## ตาราง 28

วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาเวียดนาม จำแนกตามอายุและวัตถุประสงค์ในการเดินทาง

(%)

อายุ	วัตถุประสงค์ในการเดินทาง				
	พักผ่อน	เยี่ยมเพื่อน	ธุรกิจ	ประชุม	รวม
ต่ำกว่า 25	15.00 (87.27)	22.22 (3.64)	5.88 (5.45)	33.33 (3.64)	100.00
25-34	42.19 (85.44)	33.33 (1.90)	35.29 (11.39)	33.33 (1.27)	100.00
35-44	21.25 (78.16)	22.22 (2.30)	29.41 (17.24)	33.33 (2.30)	100.00
45-54	14.69 (75.81)	22.22 (3.23)	25.49 (20.97)	0.00 (0.00)	100.00
มากกว่า 55	6.88 (91.67)	0.00 (0.00)	3.92 (8.33)	0.00 (0.00)	100.00
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 387

## ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

## ตาราง 29

ลักษณะในการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอินโดจีนจำแนกตามเพศ และสถานภาพสมรส

เพศ และ สถานภาพสมรส	ลักษณะในการเดินทางท่องเที่ยว		อัตราร้อยละ (รวม 100%)
	สู่ประเทศในอินโดจีน		
	ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศใน อินโดจีน	ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย และประเทศในอินโดจีน	
เพศ			
ชาย	59.46 (22.55)	62.14 (77.45)	61.51 (100.00)
หญิง	40.54 (24.60)	37.86 (75.40)	38.49 (100.00)
รวม	100.00 (23.34)	100.00 (76.66)	100.00 (100.00)
สถานภาพสมรส			
โสด	58.04 (22.23)	61.83 (77.77)	61.04 (100.00)
แต่งงาน	38.48 (25.23)	34.54 (74.77)	35.48 (100.00)
อื่น ๆ	3.48 (22.71)	3.63 (77.29)	3.48 (100.00)
รวม	100.00 (23.34)	100.00 (76.66)	100.00 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 634

จากตาราง 29 พบว่า ภาพรวมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในอินโดจีนส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาย (ร้อยละ 61.51) และนักท่องเที่ยวชายร้อยละ 77.45 นักท่องเที่ยวหญิง ร้อยละ 75.40 จะท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน และส่วนใหญ่เป็นคนโสด (ร้อยละ 61.04)

## ตาราง 30

นักท่องเที่ยวไปต่างประเทศในอินโดจีนจำแนกตามอายุ

(%)

อายุ	ลักษณะในการเดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน		อัตราร้อยละ (รวม 100%)
	ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน	ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน	
ต่ำกว่า 25 ปี	12.81 (19.46)	16.29 (80.54)	15.50 (100.00)
25-34 ปี	45.88 (25.31)	41.45 (74.69)	42.56 (100.00)
35-44 ปี	18.19 (20.56)	21.52 (79.44)	20.72 (100.00)
45-54 ปี	14.87 (23.25)	15.03 (76.75)	15.03 (100.00)
มากกว่า 55 ปี	8.25 (30.85)	5.71 (69.15)	6.19 (100.00)
รวม	100.00 (23.41)	100.00 (76.59)	100.00 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 632

## ตาราง 31

นักท่องเที่ยวไปต่างประเทศในอินโดจีนจำแนกตามอาชีพ

(%)

อาชีพ	ลักษณะในการเดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน		อัตราร้อยละ (รวม 100%)
	ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศ ในอินโดจีน	ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน	
เกษตรกร	0.64 (100.00)	0.00 (0.00)	0.16 (100.00)
พนักงานของรัฐ	2.70 (17.33)	3.97 (82.67)	3.66 (100.00)
แม่บ้าน	2.70 (30.84)	1.91 (69.16)	2.07 (100.00)
นักเรียน นักศึกษา	9.54 (23.69)	9.38 (76.31)	9.38 (100.00)
ผู้เกษียณอายุ	0.64 (7.63)	2.54 (92.37)	2.06 (100.00)
พนักงานบริการ	10.17 (24.16)	9.86 (75.84)	9.85 (100.00)
ธุรกิจส่วนตัว	5.41 (21.14)	6.20 (78.86)	6.04 (100.00)
รวม	100.00 (23.37)	100.00 (76.63)	100.00 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 629

จากตาราง 30 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี (ร้อยละ 42.56) รองลงมาคือกลุ่มที่มีอายุอยู่ระหว่าง 35-44 ปี (ร้อยละ 20.72)

จากตาราง 31 พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทาง สู่อินโดจีนจะเป็นกลุ่มนักวิชาชีพ (ร้อยละ 29.73) รองลงมาคือกลุ่มพนักงานบริษัท (ร้อยละ 26.39) และเมื่อพิจารณาตาม ลักษณะของการเดินทางพบว่าไม่แตกต่างกัน

จากตาราง 32 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีนจะเป็นผู้มีการศึกษา ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด (ร้อยละ 54.05) รองลงมา คือ กลุ่มที่สำเร็จการศึกษาระดับ มัธยมศึกษาตอนปลาย (ร้อยละ 24.00) ปริญญาโท (ร้อยละ 9.53) ประกาศนียบัตร (ร้อยละ 9.22) ส่วนผู้ที่สำเร็จการศึกษาระดับประถมศึกษาจะไม่ท่องเที่ยวอินโดจีนเลย (ร้อยละ 0.00)

## ตาราง 32

นักท่องเที่ยว ไปสู่ประเทศในอินโดจีนจำแนกตามการศึกษา

การศึกษา	ลักษณะการเดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน		อัตราร้อยละ (รวม 100%)
	ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศ ในอินโดจีน	ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย และประเทศในอินโดจีน	
	ประถมศึกษา	0.00 ( 0.00)	
มัธยมศึกษาตอนต้น	0.79 (12.55)	1.58 (87.45)	1.27 (100.00)
มัธยมศึกษาตอนปลาย	23.84 (23.53)	23.68 (76.47)	24.00 (100.00)
ประกาศนียบัตร	13.51 (35.13)	7.63 (64.87)	9.22 (100.00)
ปริญญาตรี	51.75 (22.25)	55.16 (77.75)	54.05 (100.00)
ปริญญาโท	9.53 (23.05)	9.85 (76.95)	9.53 (100.00)
ปริญญาเอก	0.58 (11.12)	1.47 (88.88)	1.46 (100.00)
รวม	100.00 (23.37)	100.00 (76.63)	100.00 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 629

## ตาราง 33

นักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอินโดจีนจำแนกตามรสนิยม

รสนิยม	ลักษณะในการเดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน		อัตราร้อยละ (รวม 100%)
	ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศ ในอินโดจีน	ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย และประเทศในอินโดจีน	
	ธรรมชาติ	33.75 (21.13)	
โบราณสถานฯ	33.93 (26.81)	27.91 (73.19)	29.33 (100.00)
วัฒนธรรม	22.23 (23.66)	21.92 (76.34)	22.08 (100.00)
ประเพณี	4.10 (23.97)	3.94 (76.03)	3.94 (100.00)
บันเทิง	5.99 (19.08)	7.90 (80.92)	7.43 (100.00)
รวม	100.00 (23.34)	100.00 (76.66)	100.00 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 634

จากตาราง 33 พบว่า นักท่องเที่ยวมีรสนิยมชอบท่องเที่ยวธรรมชาติ (ร้อยละ 37.22) มากที่สุด รองลงมาคือชอบท่องเที่ยวโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ (ร้อยละ 29.33)

จากตาราง 34 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน อยู่ระหว่าง 22-30 วัน (ร้อยละ 25.36) รองลงมา คือ 15-21 วัน (ร้อยละ 18.66) หากมาพิจารณาระยะเวลาในการหยุดพักช่วงวันพัก 1-7 วัน พบว่านักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน 1-7 วัน จะนิยมเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ร้อยละ 75.00)

## ตาราง 34

นักท่องเที่ยวไปสู่ประเทศในอินโดจีนจำแนกตามระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

(%)

ระยะเวลาที่ กำหนดใน การพักผ่อน	ลักษณะในการเดินทางสู่ประเทศอินโดจีน		อัตราร้อยละ (รวม 100%)
	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน	ท่องเที่ยวทั้งประเทศ ไทยและอินโดจีน	
1-7 วัน	4.14 (75.00)	0.31 (25.00)	1.27 (100.00)
8-14 วัน	21.69 (43.22)	8.77 (56.78)	11.80 (100.00)
15-21 วัน	13.55 (17.06)	20.25 (82.94)	18.66 (100.00)
22-30 วัน	26.47 (24.56)	25.03 (75.44)	25.36 (100.00)
31-45 วัน	14.99 (26.47)	12.60 (73.53)	13.23 (100.00)
46-60 วัน	6.06 (12.92)	12.44 (87.08)	11.00 (100.00)
61-90 วัน	2.07 (7.81)	7.33 (92.19)	6.06 (100.00)
91-180 วัน	11.03 (23.12)	11.00 (76.88)	11.00 (100.00)
181-270 วัน	0.00 (0.00)	1.43 (100.00)	1.11 (100.00)
271-365 วัน	0.00 (0.00)	0.84 (100.00)	0.51 (100.00)
รวม	100.00 (23.44)	100.00 (76.56)	100.00 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: n = 627

ตาราง 35 เมื่อพิจารณาแยกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวแคนาดา มีค่าเฉลี่ยวันพักสูงสุด (ร้อยละ 72.69) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ (ร้อยละ 53.27) ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันมีค่าเฉลี่ยของวันพำน้อยที่สุด (ร้อยละ 24.41) สำหรับภาพรวมพบว่า ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนคือช่วง 46.93 วัน โดยมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนต่ำสุดคือ 5 วันสูงสุดคือ 365 วัน

## ตาราง 35

จำนวน ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

(n = 627)

สัญชาติ	ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน				
	จำนวน	ค่าต่ำสุด (วัน)	ค่าสูงสุด (วัน)	ค่าเฉลี่ย (วัน)	S.D.
จีน	123	6	180	28.35	25.621
ญี่ปุ่น	72	5	180	54.53	46.610
สหรัฐอเมริกา	91	10	365	51.85	65.011
ไต้หวัน	41	10	110	24.41	21.227
ฝรั่งเศส	60	20	240	58.45	49.320
อังกฤษ	64	20	240	53.27	47.592
ออสเตรเลีย	50	10	200	60.16	50.186
เกาหลี	35	5	110	36.40	27.795
เยอรมนี	52	21	270	46.02	41.250
แคนาดา	36	16	210	72.69	47.316
รวม	627	5	365	46.93	46.497

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 36 พบว่า โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ร้อยละ 64.83 มีผู้ร่วมเดินทางด้วย นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษจะเป็นกลุ่มที่นิยมเดินทางร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัวมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีและจีน ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่นิยมเดินทางคนเดียวสูงสุด คือ นักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน เยอรมนี ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกาและออสเตรเลีย

ตาราง 36

## ลักษณะในการเดินทางจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	ลักษณะในการเดินทาง		รวม (100%)
	เดินทางคนเดียว	เดินทางกับเพื่อนหรือ ครอบครัว	
จีน	37 (29.36)	89 (70.64)	126 (100.00)
ญี่ปุ่น	24 (32.87)	49 (67.13)	73 (100.00)
สหรัฐอเมริกา	33 (36.26)	84 (63.74)	91 (100.00)
ไต้หวัน	20 (48.78)	27 (51.22)	41 (100.00)
ฝรั่งเศส	27 (45.00)	32 (55.00)	60 (100.00)
อังกฤษ	11 (16.92)	54 (83.08)	65 (100.00)
ออสเตรเลีย	18 (33.33)	45 (66.67)	63 (100.00)
เกาหลี	9 (25.00)	27 (75.00)	36 (100.00)
เยอรมนี	25 (48.07)	27 (51.93)	52 (100.00)
แคนาดา	15 (28.84)	21 (71.16)	36 (100.00)
รวม	223 (35.17)	411 (64.83)	634 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 37 พบว่าโดยภาพรวมนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยอิสระ (ร้อยละ 78.93) และเมื่อพิจารณาแยกตามสัญชาติพบว่านักท่องเที่ยวจากออสเตรเลียนิยมเดินทางด้วยตนเองสูงสุด (ร้อยละ 94.45) รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากเยอรมนี (ร้อยละ 88.00) อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านบริษัทนำเที่ยวพบว่าโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น (ร้อยละ 38.35)



## ตาราง 37

## ประเภทของการเดินทางจำแนกตามสัญชาติ

สัญชาติ	ประเภทของการเดินทาง		รวม (100%)
	เดินทางโดยกลุ่มทัวร์	เดินทางโดยอิสระ	
จีน	47 (37.30)	79 (62.70)	126 (100.00)
ญี่ปุ่น	28 (38.35)	45 (61.65)	73 (100.00)
สหรัฐอเมริกา	11 (12.08)	80 (87.92)	91 (100.00)
ไต้หวัน	5 (12.19)	36 (87.81)	41 (100.00)
ฝรั่งเศส	8 (13.33)	52 (86.67)	60 (100.00)
อังกฤษ	10 (15.62)	54 (84.38)	64 (100.00)
ออสเตรเลีย	3 (5.55)	51 (94.45)	54 (100.00)
เกาหลี	10 (27.77)	26 (72.23)	36 (100.00)
เยอรมนี	6 (12.00)	44 (88.00)	50 (100.00)
แคนาดา	5 (13.89)	31 (86.11)	36 (100.00)
รวม	133 (21.07)	498 (78.93)	631 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

## ตาราง 38

## จำนวนครั้งที่เดินทางมายังประเทศปลายทาง

ประเทศ	จำนวนครั้งที่เดินทาง			รวม (100%)
	ครั้งแรก	ครั้งที่สอง	มากกว่า 2 ครั้ง	
ประเทศไทย	163 (33.67)	118 (24.38)	203 (41.95)	484 (100.00)
กัมพูชา	302 (89.61)	15 (4.45)	20 (5.94)	337 (100.00)
สปป. ลาว	173 (83.57)	21 (10.14)	13 (6.29)	207 (100.00)
เวียดนาม	312 (81.04)	28 (7.27)	45 (11.69)	385 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินทางได้หลายประเทศ

จากตาราง 38 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้มีจำนวนครั้งที่เดินทางมายังประเทศไทยมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป (ร้อยละ 41.95) โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเยือนกัมพูชา (ร้อยละ 89.61) สปป. ลาว (ร้อยละ 83.57) และ เวียดนาม (ร้อยละ 81.04) เป็นการเดินทางครั้งแรก

ตาราง 39

จำนวน ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของรายได้ และค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน และท่องเที่ยว  
ทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจำนวนตามสถิติของนักท่องเที่ยว

รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
ภาพรวม										
- ค่าตัว	148	58.00	3,985.76	777.36	544.07	486	72.50	6,815.00	973.30	654.36
- ค่าที่พัก	148	12.00	2,520.00	293.07	371.71	486	33.00	11,000.00	646.92	969.25
- ค่าอาหาร	148	10.00	2,382.96	236.48	369.29	486	10.00	2,100.00	475.83	626.98
- ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ	148	10.00	1,370.00	114.30	209.50	486	8.00	6,400.00	301.76	499.57
- ค่าใช้จ่ายรวม	148	144.00	8,198.00	1,421.22	1,239.21	486	242.00	18,214.00	2,397.81	2,145.38
- รายได้	142	899.00	343,620.00	28,740.83	37,752.17	443	1030.00	279,440.00	37,567.96	40,667.23

ตาราง 39 (ต่อ)

รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	Max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
- ค่าตัว	39	83.00	983.00	385.46	246.50	87	140.36	1157.00	546.49	204.19
- ค่าที่พัก	39	12.00	1000.00	185.88	222.97	87	36.00	1030.00	312.84	226.37
- ค่าอาหาร	39	10.00	580.00	117.28	122.19	87	36.00	750.00	197.59	126.90
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	39	29.00	387.00	61.41	109.48	87	8.00	1200.00	135.01	204.88
- ค่าใช้จ่ายรวม	39	144.00	2563.00	750.05	540.10	87	242.00	2703.00	1191.94	547.38
- รายได้	39	1000.00	14499.00	4418.82	2906.24	87	1030.00	38621.00	5108.17	5117.62

ตาราง 39 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายและ รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
ญี่ปุ่น										
- ค่าตัว	21	58.00	1,200.00	560.94	303.98	52	290.00	1,260.00	699.29	233.21
- ค่าที่พัก	21	36.00	463.00	198.10	114.40	52	50.00	1,400.00	421.10	365.98
- ค่าอาหาร	21	27.00	300.00	144.13	78.06	52	13.00	910.00	285.53	230.03
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	21	20.00	250.00	65.00	70.84	52	36.00	1,440.00	224.88	342.53
- ค่าใช้จ่ายรวม	21	200.00	1,651.00	968.19	378.44	52	457.00	3,955.00	1,630.81	736.64
- รายได้	20	899.00	90,000.00	32,249.30	18,203.69	51	3,600.00	268,641.00	46,274.13	42,438.82

ตาราง 39 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายและ รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
สหรัฐอเมริกา										
- ค่าตัว	7	580.00	1,940.00	1,197.14	543.59	85	232.00	2,900.00	1,119.35	682.18
- ค่าที่พัก	7	60.00	920.00	237.85	307.43	85	66.00	10,200.00	934.03	1,365.74
- ค่าอาหาร	7	40.00	740.00	165.71	257.99	85	40.00	5,100.00	638.02	852.46
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	7	20.00	1,000.00	160.00	370.80	85	28.00	6,400.00	480.74	792.51
- ค่าใช้จ่ายรวม	7	580.00	3,400.00	1,760.71	1,014.43	85	400.00	1,7950.00	3,172.15	2,893.20
- รายได้	7	12,000.00	120,000.00	50,657.14	48,635.61	78	6,000.00	200,000.00	64,090.70	45,118.80

ตาราง 39 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายและ รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
- ค่าตัว	14	170.52	671.00	516.53	153.38	27	209.96	1,025.00	599.93	194.08
- ค่าที่พัก	14	70.56	350.00	153.82	72.84	27	62.00	700.00	272.27	158.16
- ค่าอาหาร	14	50.00	200.00	92.78	44.97	27	50.00	350.00	165.07	86.70
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	14	10.00	100.00	26.07	30.01	27	20.00	1,056.00	120.59	224.25
- ค่าใช้จ่ายรวม	14	294.00	1,320.00	789.21	252.42	27	362.00	2,210.00	1,157.88	438.03
- รายได้	14	6,000.00	22,000.00	13,846.64	4,072.50	26	9,710.00	35,000.00	17,544.84	7,002.83

\* ใต้หัว

ตาราง 39 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายและ รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
- ค่าตัว	28	232.00	3,985.76	1,258.95	672.43	32	544.00	2,900.00	1,131.12	588.41
- ค่าที่พัก	28	80.00	2,520.00	473.74	549.51	32	191.25	11,000.00	1,171.30	1,880.53
- ค่าอาหาร	28	21.00	2,382.00	474.97	624.60	32	120.00	4,812.00	891.29	902.06
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	28	0.00	1,370.00	191.00	311.41	32	105.00	2,520.00	457.98	545.78
- ค่าใช้จ่ายรวม	28	490.00	8,198.00	2,398.67	1,808.00	32	1,193.00	13,434.00	3,651.71	2,599.23
- รายได้	27	9,000.00	343,620.00	45,702.14	64,579.55	29	9,600.00	250,000.00	45,929.41	46,279.13

ฝรั่งเศส



ตาราง 39 (ต่อ)

รายได้	ท้องที่เฉพาะในอินโดจีน				ท้องที่ทั่วประเทศและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
อังกฤษ										
- ค่าตัว	11	360.00	1,947.06	1,035.46	511.79	53	406.00	6,815.00	1,286.47	1,225.95
- ค่าที่พัก	11	50.00	805.68	373.24	276.09	53	58.00	6,848.00	631.74	1,192.94
- ค่าอาหาร	11	100.00	1,154.26	316.20	306.55	53	38.00	3,879.00	521.01	771.49
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	11	50.00	700.00	202.27	281.17	53	20.00	1,360.00	204.64	279.64
- ค่าใช้จ่ายรวม	11	728.00	4,357.00	1,927.18	1,126.85	53	613.00	18,214.00	2,643.86	3,073.34
- รายได้	10	11,750.00	80,000.00	39,927.50	22,125.50	41	8,760.00	251,790.00	53,338.19	43,982.03

ตาราง 39 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายและ รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
ออกเตรเลีย										
- ค่าตัว	9	696.00	1,301.00	1,077.88	217.22	45	465.00	2,320.00	1,295.10	411.54
- ค่าที่พัก	9	60.00	2,500.00	499.77	764.52	45	62.00	2,796.00	724.60	639.53
- ค่าอาหาร	9	30.00	2,000.00	386.77	622.56	45	30.00	2,900.00	549.42	595.17
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	9	30.00	1,000.00	183.33	319.33	45	100.00	1,350.00	363.93	352.28
- ค่าใช้จ่ายรวม	9	1,252.00	6,800.00	2,147.77	1,769.53	45	1,022.00	6,713.00	2,933.06	1,454.20
- รายได้	9	14,034.00	100,000.00	36,000.11	27,396.88	37	9,965.00	279,440.00	45,739.18	50,709.18

ตาราง 39 (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายและ รายได้	ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
เกาหลี่										
- ค่าตัว	5	522.50	835.00	636.00	130.82	31	72.50	1,250.00	633.81	238.29
- ค่าที่พัก	5	20.00	776.00	367.00	355.31	31	33.00	4,850.00	677.57	1,014.81
- ค่าอาหาร	5	40.00	740.00	268.00	279.23	31	10.00	2,600.00	438.48	562.31
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	5	80.00	350.00	160.00	144.71	31	20.00	3,125.00	373.00	671.52
- ค่าใช้จ่ายรวม	5	632.50	2,621.00	1,431.20	860.45	31	425.00	11,375.00	2,122.87	2,264.84
- รายได้	5	4,167.50	48,000.00	30,633.50	18,373.29	29	2,760.00	100,000.00	30,295.86	28,327.44

ตาราง 39 (ต่อ)

รายได้	ค่าใช้จ่ายและ				ท่องเที่ยวต่างประเทศในอินโดจีน				ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน						
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
เยอรมนี															
- ค่าตัว	12	400.00	2,030.00	958.58	524.92	40	575.00	2,035.22	1,106.85	380.27					
- ค่าที่พัก	12	92.00	966.00	328.58	294.88	40	96.00	2,070.00	658.86	553.56					
- ค่าอาหาร	12	20.00	1,104.00	257.58	310.04	40	98.00	1,714.00	424.13	393.33					
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	12	700.00	280.00	137.41	109.21	40	100.00	1,470.00	236.40	303.14					
- ค่าใช้จ่ายรวม	12	700.00	3,500.00	1,682.16	930.49	40	920.00	5,730.00	2,426.25	1,276.73					
- รายได้	10	15,176.00	120,000.00	54,502.40	37,752.93	32	6,725.00	115,000.00	36,731.28	26,287.36					

## ตาราง 39 (ต่อ)

รายได้	ห้องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน				ห้องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน					
	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.	n (คน)	min (เหรียญ สหรัฐ)	max (เหรียญ สหรัฐ)	$\bar{X}$ (เหรียญ สหรัฐ)	S.D.
- ค่าตัว	1	1,600.00	1,600.00	1,600.00	0.00	34	800.00	2,861.00	1,505.65	481.64
- ค่าที่พัก	1	500.00	500.00	500.00	0.00	34	148.00	2,290.00	812.17	533.48
- ค่าอาหาร	1	250.00	250.00	250.00	0.00	34	160.00	2,950.00	856.11	643.10
- ค่าใช้จ่ายอื่นๆ	1	0.00	0.00	0.00	0.00	34	100.00	3,000.00	476.47	611.84
- ค่าใช้จ่ายรวม	1	2,350.00	2,350.00	2,350.00	0.00	34	1,816.00	8,181.00	3,650.41	1,632.27
- รายได้	1	60,000.00	60,000.00	60,000.00	0.00	33	9,507.00	160,000.00	33,873.54	30,298.23

ที่มา. จากการคำนวณ

### ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

**ภาพรวม** จากตาราง 39 หากแบ่งนักท่องเที่ยวที่ выезออกตามลักษณะของการเดินทาง เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนและท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน พบว่า นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,421.22 เหรียญสหรัฐฯ ค่าใช้จ่ายต่ำสุด คือ 144.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 8,198.00 เหรียญสหรัฐฯ หากพิจารณาค่าใช้จ่ายแต่ละประเภท พบว่า ค่าตัวเป็นค่าใช้จ่ายที่มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงถึง 777.36 เหรียญสหรัฐฯ รองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อาหาร และอื่น ๆ ตามลำดับ แต่ถ้าพิจารณาทางด้านรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน พบว่า รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เท่ากับ 28,740.83 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี รายได้ต่ำสุด 899.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี และสูงสุด 343,620.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน พบว่า มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยถึง 2,397.81 เหรียญสหรัฐฯ โดยมีค่าใช้จ่ายต่ำสุด 242.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 18,214.00 เหรียญสหรัฐฯ หากพิจารณาค่าใช้จ่ายแต่ละประเภท พบว่า ค่าตัวเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่มากที่สุดคือ 973.30 เหรียญสหรัฐฯ รองลงมาเป็นค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ หากพิจารณาด้านรายได้ พบว่า รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะมีรายได้เฉลี่ยสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนคือ 37,567.96 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี รายได้ต่ำสุด 1,030.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 279,440.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

### วิเคราะห์นักท่องเที่ยวจำแนกตามสัญชาติ

#### จีน

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ยคนละ 750.05 เหรียญสหรัฐฯ ค่าใช้จ่ายต่ำสุด 144.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 2,563.00 เหรียญสหรัฐฯ มีรายได้เฉลี่ย 4,418.82 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี รายได้ต่ำสุด 1,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 14,499.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สำหรับ

นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,191.94 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 242.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 2,703.00 เหรียญสหรัฐฯ มีรายได้เฉลี่ย 5,108.17 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 1,030.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 38,621.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี โดยทั้งสองกลุ่มมีค่าใช้จ่ายด้านค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

### **ญี่ปุ่น**

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศใน อิน โดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 968.19 เหรียญสหรัฐฯ ค่าใช้จ่ายต่ำสุด 200.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 1,651.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,630.81 เหรียญสหรัฐฯ ค่าใช้จ่ายต่ำสุด 457.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 3,955.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นทั้งสองกลุ่มมีค่าใช้จ่ายด้านค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีนมีรายได้เฉลี่ย 32,249.30 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 899.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 90,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีนจะสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศอิน โดจีน โดยมีรายได้เฉลี่ย 46,274.13 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 3,600.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 268,641.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

### **สหรัฐอเมริกา**

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,760.71 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 580.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 3,400.00 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 3,172.15 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 400.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 17,950.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสอง

กลุ่มมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 50,657.14 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 12,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 120,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศอินโดจีน โดยมีรายได้เฉลี่ยถึง 64,090.70 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 6,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 200,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

#### ไต้หวัน

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 789.21 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 294.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 1,320.00 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,157.88 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 362.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 2,210.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 13,846.64 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 6,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 22,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศอินโดจีน โดยมีรายได้เฉลี่ยถึง 17,544.84 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 9,710.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 35,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

#### ฝรั่งเศส



จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศใน  
อินโดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 2,398.67 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 490.00 เหรียญสหรัฐฯ  
สูงสุด 8,198.00 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้ง  
ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 3,651.71 เหรียญสหรัฐฯ  
ต่ำสุด 1,193.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 13,434.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสอง  
กลุ่มมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่าย  
อื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยว  
เฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 45,702.14 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 9,000.00  
เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 343,620.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของ  
นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะสูงกว่า  
กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศอินโดจีน โดยมีรายได้เฉลี่ยถึง 45,929.41  
เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 9,600.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 250,000.00 เหรียญ  
สหรัฐฯ ต่อปี

### อังกฤษ

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศใน  
อินโดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,927.18 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 728.00 เหรียญสหรัฐฯ  
สูงสุด 4,357.00 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้ง  
ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 2,643.86 เหรียญสหรัฐฯ  
ต่ำสุด 613.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 18,214.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสอง  
กลุ่มมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ  
ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยว  
เฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 39,927.50 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด  
11,750.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 80,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้  
ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะสูง

กว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศอินโดจีน โดยมีรายได้เฉลี่ยถึง 53,338.19 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 8,760.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 251,790.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

#### ออสเตรเลีย

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 2,147.77 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 1,252.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 6,800.00 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 2,933.06 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 1,022.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 6,713.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 36,000.11 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 14,034.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 100,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะสูงกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศอินโดจีน โดยมีรายได้เฉลี่ยถึง 45,739.18 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 9,965.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 279,440.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

#### เกาหลี

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,431.20 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 632.50 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 2,621.00 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 2,122.87 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 425.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 11,375.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 30,633.50 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 4,167.50 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 48,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าเฉลี่ย 30,295.86 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 2,760.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 100,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

#### **เยอรมนี**

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 1,682.16 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 700.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 3,500.00 เหรียญสหรัฐฯ ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 2,426.25 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 920.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 5,730.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 54,502.40 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 15,176.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 120,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าเฉลี่ย 36,731.28 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 6,725.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 115,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

#### **แคนาดา**

จากตาราง 39 นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน มีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 2,350.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 2,350.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 2,350.00 เหรียญสหรัฐฯ (เนื่องจาก มีนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนเพียง 1 คน ตอบแบบสอบถามในส่วนของค่าใช้จ่ายกับรายได้) ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศ

ในอินโดจีนมีค่าใช้จ่ายรวมเฉลี่ย 3,650.41 เหรียญสหรัฐฯ ต่ำสุด 1,816.00 เหรียญสหรัฐฯ สูงสุด 8,181.00 เหรียญสหรัฐฯ โดยนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีส่วนค่าใช้จ่ายค่าตัวมากที่สุด รองลงมาคือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ

หากพิจารณาถึงรายได้ พบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนมีรายได้เฉลี่ย 60,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ในขณะที่รายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่าเฉลี่ย 33,873.54 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ต่ำสุด 9,507.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี สูงสุด 160,000.00 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

### ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

#### ตาราง 40

ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย กัมพูชา สปป. ลาวและเวียดนาม

แหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเทศ	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
ประเทศไทย		
- อัญญา	55	11.31
- กรุงเทพมหานคร	153	31.48
- ชะอำ	4	0.82
- เชียงใหม่	62	12.76
- เชียงราย	11	2.24
- หัวหิน	10	2.05
- กาญจนบุรี	9	1.85
- กระบี่	40	8.23
- เกาะเสม็ด	2	0.41
- เกาะสมุย	17	3.50
- เกาะเต่า	10	2.05
- แม่ฮ่องสอน	10	2.05
- หนองคาย	3	0.61

## ตาราง 40 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเทศ	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
- พัทยา	15	3.08
- พังงา	15	3.08
- ภูเก็ต	27	5.55
- ตรัง	10	2.05
- สุโขทัย	33	6.88
รวม	486	100.00
ราชอาณาจักรกัมพูชา		
- Angkor Borai	10	2.95
- Angkor Thom, Wat	229	67.55
- Anlong Veng	8	2.36
- Makong Island	2	0.59
- Phnom Penh	33	9.73
- Prasat Bayon	8	2.36
- Phnom Chisor	1	0.29
- Siam Reap	24	7.11
- The National Museum	1	0.29
- The Royal Palace	1	0.29
- Tonel Sap	2	0.59
- Wat Ounalom	3	0.88
รวม	339	100.00
สปป. ลาว		
- Ang Nam Ngum	2	0.95
- Champasak	3	1.43
- Don Khog	7	3.33
- Khon Phapeng	1	0.47
- Li Phi Falls	8	3.81
- Luang Nam Tha	4	1.90
- Luang Phabang	77	36.66
- Pakbeng	3	1.43
- Pakse	1	0.47
- Plain of Jars	2	0.95

## ตาราง 40 (ต่อ)

แหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเทศ	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
- Savannakhet	1	0.47
- Vang Viang	39	18.57
- Vieng Xai	5	2.38
- Vientiane	55	26.23
- Xieng Khvan	2	0.95
รวม	210	100.00
เวียดนาม		
- Cu Chi Tunnel	45	11.66
- Halong Bay	54	13.98
- Da Lat	4	1.03
- Danang	9	2.33
- Hanoi	63	16.32
- Ho Chi Minh City	113	29.27
- Hue	23	5.95
- Long Xuyen	6	1.55
- Mui Ne	2	0.52
- My Son	1	0.26
- Mytho	3	0.77
- Nha Trang	8	2.07
- Quang Ninh	2	0.52
- Sa Pa	11	2.89
รวม	386	100.00

## ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 40 หากพิจารณาสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว พบว่า สำหรับประเทศไทย กรุงเทพมหานคร มีผู้สนใจอยากเที่ยวมากที่สุด (ร้อยละ 31.48) รองลงมาคือ เชียงใหม่ (ร้อยละ 12.76) และพระนครศรีอยุธยา (ร้อยละ 11.31) ตามลำดับ สำหรับกัมพูชา พบว่า นครวัด นครธม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจได้มากที่สุด (ร้อยละ 67.55) รองลงมาคือ พนมเปญ (ร้อยละ 9.73) และเสียมราช (ร้อยละ 7.11) ตามลำดับ

สำหรับ สปป. ลาว เมืองที่นักท่องเที่ยวปรารถนาเดินทางมากที่สุดคือหลวงพระบาง (ร้อยละ 36.66) รองลงมาคือเวียงจันทน์ (ร้อยละ 26.23) และวังเวียง (ร้อยละ 18.57) ตามลำดับ ในขณะที่เวียดนาม นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยวที่โฮจิมินห์ซิตี้มากที่สุด (ร้อยละ 29.27) รองลงมาคือฮานอย (ร้อยละ 16.32) และฮาลองเบย์ (ร้อยละ 13.98) ตามลำดับ

#### ตาราง 41

การรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศปลายทาง

(หน่วย: คน) (%)

ประเทศ	อินเทอร์เน็ต	วิทยุ โทรทัศน์	หนังสือ	นิตรสาร	ญาติ พี่น้อง	รวม
ประเทศไทย	279 (32.06)	66 (7.58)	250 (28.73)	56 (6.40)	219 (25.17)	870 (100.00)
กัมพูชา	169 (31.06)	37 (6.80)	183 (33.56)	24 (4.41)	131 (24.17)	544 (100.00)
สปป. ลาว	93 (27.51)	20 (5.91)	125 (36.98)	10 (2.95)	90 (26.65)	338 (100.00)
เวียดนาม	199 (31.99)	41 (6.59)	187 (30.06)	45 (7.23)	150 (24.13)	622 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 41 การรับทราบข้อมูลของนักท่องเที่ยวพบว่า มีความแตกต่างกัน ในการรับทราบข้อมูลในการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ สำหรับประเทศไทย และเวียดนาม นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตมากที่สุด (ประเทศไทย ร้อยละ 32.06 และ เวียดนาม ร้อยละ 31.99) รองลงมารับทราบข้อมูลจากหนังสือแนะนำการนำเที่ยว (ประเทศไทย ร้อยละ 28.73 และเวียดนาม ร้อยละ 30.06) ในขณะที่กัมพูชา และสปป. ลาว นักท่องเที่ยวรับทราบข้อมูลจากหนังสือแนะนำเที่ยวมากที่สุด (กัมพูชา ร้อยละ 33.56 และ สปป. ลาว ร้อยละ 36.98) รองลงมาคือการรับทราบข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต (กัมพูชา ร้อยละ 31.06 และสปป. ลาว ร้อยละ 27.51)

## ตาราง 42

## ระดับความปลอดภัยในการท่องเที่ยวของประเทศปลายทาง

ระดับความปลอดภัย ในประเทศ	จำนวน (คน)	$\bar{X}$	S.D.
ประเทศไทย	486	4.04 (ปลอดภัยมาก)	0.902
กัมพูชา	338	3.27 (ปลอดภัยปานกลาง)	1.192
สปป. ลาว	211	3.56 (ปลอดภัยมาก)	1.138
เวียดนาม	385	3.66 (ปลอดภัยมาก)	1.058

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: เกณฑ์ในการพิจารณาระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.24-5.00 ระดับความปลอดภัยมากที่สุด

ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.43-4.23 ระดับความปลอดภัยมาก

ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.62-3.42 ระดับความปลอดภัยกลาง

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81-2.61 ระดับความปลอดภัยน้อย

ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.80 ระดับความปลอดภัยน้อยที่สุด

จากตาราง 42 ในการวัดระดับความคิดเห็นเรื่องความปลอดภัยในแต่ละประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า ประเทศไทย สปป. ลาว เวียดนาม มีความปลอดภัยมากในระดับเฉลี่ยที่ 4.04, 3.56 และ 3.66 ในขณะที่กัมพูชามีความปลอดภัยปานกลางในระดับเฉลี่ยที่ 3.27



## ตาราง 43

การรับทราบข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (กรณีท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน)

ข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
การรับทราบข้อมูลการส่งเสริม		
รับทราบ	103	21.20
ไม่รับทราบ	383	78.80
รวม	486	100.00
ประโยชน์ที่ได้รับ (กรณีได้รับประโยชน์)*		
ราคาถูกลงเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยว		
แยกแต่ละประเทศ	64	43.83
ได้รับความสะดวกในการข้ามผ่านแดน	59	40.41
ได้รับความสะดวกในการติดต่อที่พัก	23	15.76
รวม	146	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: \*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ปัจจัยในการใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยโดยไม่แวะท่องเที่ยวประเทศไทย

## ตาราง 44

การรับทราบข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (กรณีท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน)

ข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
การรับทราบข้อมูลการส่งเสริม		
รับทราบ	27	18.24
ไม่รับทราบ	121	81.76
รวม	148	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 43 และ 44 ในการพิจารณาแก่นักท่องเที่ยวที่ขั้วออกตามลักษณะการเดินทาง เป็นกรณีท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน และกรณีท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทั้งสองกลุ่มไม่ทราบข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีนร้อยละ 78.80 และร้อยละ 81.76 ตามลำดับ และหากพิจารณาในรายละเอียดการท่องเที่ยวกลุ่มที่ท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน พบว่า กลุ่มนี้ทราบข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงได้รับประโยชน์จากการส่งเสริมถึงร้อยละ 88.23 โดยประโยชน์ที่ได้รับมากที่สุดคือราคาของการท่องเที่ยวจะถูกลงเมื่อเปรียบเทียบกับการท่องเที่ยวที่ละประเทศ (ร้อยละ 43.83) รองลงมาคือประโยชน์จากความสะดวกในการข้ามผ่านแดน (ร้อยละ 40.41)

#### ตาราง 45

การรับทราบข้อมูลเส้นทางบินอื่น ๆ สู่อินโดจีนโดยไม่ผ่านประเทศไทย

การรับทราบข้อมูลเส้นทางบิน	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
การรับทราบข้อมูล		
ทราบ	64	43.24
ไม่ทราบ	84	56.76
รวม	148	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

#### ตาราง 46

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เส้นทางการบินที่ผ่านประเทศไทย

ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวใช้เส้นทางการบินที่ผ่านประเทศไทย	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
ความเหมาะสมของราคา	28	14.89
จำนวนความถี่ของเที่ยวบิน	57	30.32
ประหยัดเวลา	11	5.85
ความสะดวกในการแวะเปลี่ยนเครื่องและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในสนามบิน	49	26.07
ความพอใจในความเป็นสนามบินนานาชาติ	43	22.87
รวม	188	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

## ตาราง 47

## แรงต้านในการท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงต้านในการท่องเที่ยวประเทศไทย	จำนวน (คน)	อัตราร้อยละ
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย		
เคยท่องเที่ยวประเทศไทย	96	64.86
ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทย	52	35.14
รวม	148	100.00
การที่ไม่ท่องเที่ยว (กรณีเคยท่องเที่ยวประเทศไทย)*		
เคยท่องเที่ยวแล้ว	14	13.09
ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	2	1.87
ค่าครองชีพสูง	4	3.73
ไม่มีเวลาเพียงพอ	87	81.31
รวม	107	100.00
การที่ไม่ท่องเที่ยว (กรณีไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทย)*		
ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	1	1.89
ไม่มีเวลาเพียงพอ	43	81.13
รับทราบข้อมูลในแง่ลบ	4	7.54
ค่าครองชีพสูง	5	9.44
รวม	53	100.00

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: \*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ในการพิจารณานักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ดูตาราง 45) พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไม่ทราบว่าเส้นทางบินอื่น ๆ จากประเทศต้นทางสู่ประเทศในอินโดจีน (ทราบเพียงเส้นทางผ่านประเทศไทย) ร้อยละ 56.76 ทราบว่ามีเส้นทางบินอื่น ๆ จากประเทศต้นทางสู่ประเทศในอินโดจีนร้อยละ 43.24 อย่างไรก็ตามปัจจัยการพิจารณาที่ทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เส้นทางประเทศไทยเป็นทางผ่าน (ดูตาราง 46) พบว่า ร้อยละ 30.32 มีความพอใจในจำนวนความถี่ของเที่ยวบินที่มี ณ ท่าอากาศยานนานาชาติแห่งประเทศไทยคอนเมือง รองลงมาร้อยละ 26.07 มีความพอใจในความสะดวกสบายในการแวะเปลี่ยนเครื่องและสิ่งอำนวยความสะดวกในสนามบิน และเมื่อพิจารณาถึง

ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย (ดูตาราง 77) พบว่า ร้อยละ 64.86 เคยท่องเที่ยว ประเทศไทยมาก่อนและปัจจัยที่ทำให้ไม่ได้แวะท่องเที่ยวประเทศไทยในการเดินทางครั้งนี้ ร้อยละ 81.31 ตอบว่าเกิดจากการไม่มีเวลาเพียงพอ มีเพียงร้อยละ 1.89 เท่านั้นที่เห็น ประเทศไทยไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ไม่ได้แวะท่องเที่ยวประเทศไทยในการเดินทางครั้งนี้ ร้อยละ 81.13 ตอบว่าไม่มีเวลาเพียงพอ

### **ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว**

ในการพิจารณาความพอใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 ธุรกิจ (ดูตาราง 48) คือ ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก พบว่า สำหรับประเทศไทยและเวียดนาม โดยภาพรวมแล้วนักท่องเที่ยวมีความพอใจในธุรกิจทั้ง 3 ประเภทอยู่ในระดับมาก โดยความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ประเทศไทยและเวียดนามอยู่ในระดับเฉลี่ยที่ 3.84 และ 3.68 ตามลำดับ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มประเทศไทยและเวียดนามอยู่ในระดับเฉลี่ยที่ 4.02 และ 3.64 ตามลำดับ และความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักประเทศไทยและเวียดนามอยู่ในระดับเฉลี่ยที่ 3.94 และ 3.67 ตามลำดับ สำหรับกัมพูชาและสปป. ลาว โดยภาพรวมนักท่องเที่ยวมีความพอใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 ธุรกิจในระดับปานกลาง ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กัมพูชาและสปป. ลาว อยู่ในระดับเฉลี่ยที่ 3.56 และ 3.37 ตามลำดับ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มกัมพูชาและสปป. ลาวอยู่ในระดับเฉลี่ยที่ 3.14 และ 3.39 ตามลำดับ และความพอใจในธุรกิจ โรงแรมที่พักกัมพูชาและสปป. ลาว อยู่ในระดับเฉลี่ยที่ 3.35 และ 3.41 ตามลำดับ

ตาราง 48

ความพอใจของนักท่องเที่ยวในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย

	ประเทศไทย			กัมพูชา			สปป.ลาว			เวียดนาม		
	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.
ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์												
ความรู้	293	3.95	.934	199	3.62	1.022	115	3.49	1.079	261	3.76	1.033
การบริการ	293	3.93	.989	199	3.56	1.071	115	3.41	1.139	261	3.74	1.082
การใช้ภาษา	293	3.75	1.012	199	3.48	.999	115	3.27	1.003	261	3.58	1.070
สถานที่ท่องเที่ยว	293	3.82	.904	199	3.70	1.010	115	3.41	1.075	261	3.71	1.003
โปรแกรมท่องเที่ยว	293	3.76	.971	199	3.44	1.037	115	3.28	1.039	261	3.59	1.040
รวม	293	3.84	4.126	199	3.56	4.313	115	3.37	4.313	261	3.68	4.585
		พอใจมาก			พอใจมาก			ปานกลาง			พอใจมาก	
		พอใจมาก			พอใจมาก			ปานกลาง			พอใจมาก	
		พอใจมาก			พอใจมาก			ปานกลาง			พอใจมาก	

ตาราง 48 (ต่อ)

	ประเทศไทย			กัมพูชา			สปป.ลาว			เวียดนาม		
	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.	n (คน)	$\bar{X}$	S.D.
<b>ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม</b>												
ความสะอาด	486	3.83	.922	338	2.99	.974	211	3.17	.980	385	3.46	.984
		พอใจมาก			ปานกลาง			ปานกลาง			พอใจมาก	
รสชาติ	486	4.22	.876	338	3.30	1.024	211	3.61	1.034	385	3.83	.981
		พอใจมาก			ปานกลาง			พอใจมาก			พอใจมาก	
รวม	486	4.02	1.583	338	3.14	1.781	211	3.39	1.829	385	3.64	1.734
		พอใจมาก			ปานกลาง			ปานกลาง			พอใจมาก	
<b>ธุรกิจโรงแรมที่พัก</b>												
จำนวนห้อง	486	3.95	.827	338	3.41	.911	211	3.45	.936	385	3.72	.952
		พอใจมาก			ปานกลาง			พอใจมาก			พอใจมาก	
ความสะอาด	486	3.88	.895	338	3.24	.972	211	3.31	.908	385	3.66	.942
		พอใจมาก			ปานกลาง			ปานกลาง			พอใจมาก	
การบริการ	486	3.99	.891	338	3.38	1.007	211	3.49	.973	385	3.64	1.019
		พอใจมาก			ปานกลาง			พอใจมาก			พอใจมาก	
รวม	486	3.94	2.383	338	3.35	2.383	211	3.41	2.551	385	3.67	2.668
		พอใจมาก			ปานกลาง			ปานกลาง			พอใจมาก	

ที่มา. จากการศึกษา

หมายเหตุ: เกณฑ์วัดระดับความคิดเห็นของแบบสอบถาม ระดับเฉลี่ย 4.24-5.00 ระดับความพอใจมากที่สุด ระดับเฉลี่ย 3.43-4.23 ระดับความพอใจมาก ระดับเฉลี่ย 2.62-3.42 ระดับความพอใจปานกลาง ระดับเฉลี่ย 1.81-2.61 ระดับความพอใจน้อย ระดับเฉลี่ย 1.00-1.80 ระดับความพอใจน้อยที่สุด

## ปัจจัยอื่น ๆ

## ตาราง 49

## จำนวนวันพักในประเทศปลายทาง

	n (คน)	min (วัน)	max (วัน)	$\bar{X}$ (วัน)	S.D.
วันพักในประเทศไทย					
เดินทางด้วยตนเอง	394	1	180	16.58	21.798
เดินทางกับกลุ่มทัวร์	83	1	90	10.83	16.236
รวม	480	1	180	15.55	20.993
วันพักในกัมพูชา					
เดินทางด้วยตนเอง	276	1	60	8.01	7.629
เดินทางกับกลุ่มทัวร์	59	1	21	4.66	3.507
รวม	336	1	180	7.44	7.187
วันพักในสปป. ลาว					
เดินทางด้วยตนเอง	191	1	80	10.90	10.084
เดินทางกับกลุ่มทัวร์	17	1	21	7.18	5.703
รวม	209	1	180	10.61	9.822
วันพักในเวียดนาม					
เดินทางด้วยตนเอง	288	1	180	14.53	20.836
เดินทางกับกลุ่มทัวร์	91	2	30	7.26	5.374
รวม	382	1	180	12.84	18.577

## ที่มา. จากการคำนวณ

จากการพิจารณา จำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเทศ (ดูตาราง 49) พบว่า ระยะเวลาพักเฉลี่ยในประเทศไทยสูงสุดคือ 15.55 วัน รองลงมา คือ เวียดนาม 12.84 วัน สปป. ลาว 10.61 วัน และ กัมพูชา 7.44 วัน โดย นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระจะมีวันพักโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวในทุกประเทศ

## ตาราง 50

## ความปรารถนาในการเดินทางมาเยือนอีกครั้งจำแนกตามประเทศปลายทาง

	กลับมา (คน)	ไม่กลับมา (คน)	รวม (คน)
ความปรารถนาในการเดินทางมาเยือนอีกครั้ง*			
ประเทศไทย	328 (99.09)	3 (0.91)	331 (100.00)
กัมพูชา	149 (90.85)	15 (9.15)	164 (100.00)
สปป. ลาว	120 (96.77)	4 (3.23)	124 (100.00)
เวียดนาม	155 (91.72)	14 (8.28)	169 (100.00)

ที่มา. จากการคำนวณ

หมายเหตุ: \*ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

จากตาราง 50 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในทุกประเทศที่มาเยือนประเทศไทย (ร้อยละ 99.09) กัมพูชา (ร้อยละ 90.85) สปป. ลาว (ร้อยละ 96.77) และเวียดนาม (ร้อยละ 91.72) มีความปรารถนาในการเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้ง

โดยให้เหตุผลสำหรับความต้องการเดินทางมาเยือนประเทศไทยอีกครั้งดังนี้

1. อุปนิสัยรวมทั้งการบริการของผู้คน “เป็นมิตร เหมือนเป็นครอบครัวเดียวกัน ประชาชนเป็นคนใจดี อ่อนโยน ผู้คนพูดภาษาอังกฤษได้ทำให้สามารถสื่อสารได้ง่าย การบริการดี ประทับใจ มีการบริการดีมาก ๆ”
2. ลักษณะภูมิประเทศ “ประเทศสวย เป็นธรรมชาติ เกะและหาดสวย เหมาะสำหรับการพักผ่อนที่ดี ธรรมชาติน่าดึงดูดใจ ชอบสภาพแวดล้อม มีที่เที่ยวน่าชม และเดินทางง่าย”
3. ค่าครองชีพ “ค่าครองชีพต่ำ ราคาสินค้าถูกมาก ที่พักราคาถูก เหมาะกับการช้อปปิ้ง และเป็นแหล่งช้อปปิ้ง”
4. อาหาร “อร่อยน่าเหลือเชื่อ ชอบอาหารไทย”
5. วัฒนธรรมและประเพณี “วัฒนธรรมน่าดึงดูดใจ เป็นสถานที่ประวัติศาสตร์ ชอบศาสนาพุทธในไทย ชอบวัดในประเทศไทย มีศิลปะทุกสิ่งทุกอย่างที่สวยงาม”



6. ความปลอดภัย “มีความปลอดภัยสูง มีอาชญากรรมน้อย ง่ายต่อการท่องเที่ยว และการเดินทาง”

7. อื่น ๆ “น่าเที่ยวกว่าประเทศอื่น มีโรงพยาบาลที่ดีและบริการทางการแพทย์ที่ดี และต้องการกลับมาเยือนเพราะมาเยี่ยมญาติพี่น้อง”

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ปรารถนาจะมาเยือนอีก ให้เหตุผลสำหรับประเทศไทยว่าการค่าบริการซึ่งไม่ดีและไม่ได้รับการสถาปนาคุ้มครองต่าง ๆ ที่มีอยู่

ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แนะนำประเทศไทยไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่อง

1. ความปลอดภัย “เพิ่มความปลอดภัยในประเทศให้มากกว่านี้ โดยเฉพาะรถตุ๊กตุ๊กและรถมินิบัสที่วิ่งเร็ว เรือหางยาวควรจะมีจำกัดคนและควรมีไฟตอนกลางคืน ควรตรวจตราคนขณะเดินทางออกประเทศให้มากกว่านี้”

2. การค้าประเวณี “ควรควบคุมการค้าประเวณี หยุดการค้าบริการทางเพศ”

3. มลภาวะ “ควรทำความสะอาดบ้านเมืองให้มากกว่านี้ ขยะมากถึงขยะก็ล้นรถมินิบัสทำให้เกิดมลพิษ ในกรุงเทพควรลดมลพิษให้น้อยลง”

4. การบริการแก่นักท่องเที่ยว “ควรมีห้องน้ำเพิ่มและปรับปรุงห้องน้ำ ควรปรับปรุงถนน ควรมีหนังสือแนะนำการเดินทางในกรุงเทพให้มากกว่านี้ ควรพัฒนาโครงการการท่องเที่ยวรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติให้มากกว่านี้ เป้าหมายของรัฐควรมุ่งเน้นด้านท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ควรปรับปรุงการบริการในระบบสนามบิน”

5. วัฒนธรรม “ควรส่งเสริมวัฒนธรรมให้มากกว่าส่งเสริมชายหาด”

6. อื่น ๆ “ควรมีโปรแกรมทัวร์ให้หลากหลายกว่านี้”

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ชื่นชมระบบการจัดการที่ส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ว่า

1. สภาพแวดล้อม “มีการรีไซเคิลขยะประเภทขวดพลาสติกซึ่งดีมาก”

2. การใช้ภาษาอังกฤษ “การพูดภาษาอังกฤษของคนไทยอยู่ในระดับมาตรฐาน”

สำหรับความต้องการเดินทางมาเยือนกับพู่ชาอีกครั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลไว้ดังนี้

1. อุปนิสัยของผู้คน “ดี ประชาชนเป็นมิตร”
2. ลักษณะภูมิประเทศ “ประเทศสวย เหมาะกับการผจญภัย สถานที่สวยและดูยิ่งใหญ่”
3. ค่าครองชีพ “ที่พักราคาถูก”
4. วัฒนธรรม “อยากมาดูความยิ่งใหญ่ของสถาปัตยกรรมในอดีตที่สร้างไว้อีกครั้ง วัฒนธรรมน่าดึงดูดใจมาก วัดเป็นที่แสดงประวัติศาสตร์ได้น่าสนใจมาก มีประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจมาก วัฒนธรรมหาดูได้ยาก มีชีวิตชีวน่าสนใจมาก นครวัดมหัศจรรย์มาก ได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดีมาก”

5. ความสะดวกสบายในการเดินทาง “เดินทางง่าย บริการรถบัสดีมาก”

ให้เหตุผลสำหรับกัมพูชา สำหรับการไม่ปรารถนามาเยือนอีก ในเรื่องความไม่ปลอดภัยและความไม่สะดวกในการเดินทาง

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แนะนำกัมพูชาไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่อง

1. สาธารณูปโภค “ต้องการสาธารณูปโภคพื้นฐาน ถนนดี ๆ ควรพัฒนาระบบการขนส่งมวลชน”
2. สิ่งแวดล้อม “ต้องการให้ทำความสะอาดถนน ทำความสะอาดเมืองปอยเปต”  
อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ชื่นชมระบบการจัดการการท่องเที่ยวของกัมพูชาไว้ว่า
1. การจัดการการท่องเที่ยว “วางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ดีมาก ทำให้ระบบการจัดการการนำเที่ยวไม่ติดขัด แม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก”

ในความต้องการเดินทางมาเยือนสปป. ลาวอีกครั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลไว้ดังนี้

1. อุปนิสัยรวมทั้งการบริการของผู้คน “เป็นมิตร ประชาชนเป็นคนใจดี อยากกลับมาสัมผัสผู้คน”
2. ลักษณะภูมิประเทศ “ประเทศสวย ทิวทัศน์น่าดึงดูดและสวย เป็นธรรมชาติ เยียบสงบทำให้ผ่อนคลายหายเครียด เป็นสถานที่ที่ดีบริสุทธิ์ หลวงพระบางเป็นเมืองที่น่ามหัศจรรย์มาก อยากกลับมาสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้สัมผัส”

3. ค่าครองชีพ “ราคาสินค้าถูกมาก”
4. อาหาร “อร่อย”
5. วิถีความเป็นอยู่ของประชาชน “ชอบวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของหมู่บ้าน ชอบวิถีชีวิตที่ดำเนินชีวิตศาสนาพุทธ ชอบหลวงพระบางเพราะมีพิธีกรรมเวียนเทียนที่ดีมาก อยากกลับมาสัมผัสวัฒนธรรม”

โดยให้เหตุผลสำหรับความไม่ปรารถนามาเยือนสปป. ลาว อีกครั้งว่า เป็นเพราะความไม่สะดวกในการเดินทาง และความปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง”

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แนะนำสปป. ลาว ไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่อง

1. สาธารณูปโภค “ปรับปรุงเรื่องโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทาง การส่งเสริมการท่องเที่ยวและมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เข้มงวด ควรมีห้องน้ำเพิ่ม ปรับปรุงเส้นทางระหว่างเมือง เพิ่มบริการความสะดวกในการโอนเงิน ถอนเงิน เพิ่มตู้ ATM”
2. การใช้ภาษาอังกฤษ “ประชาชนควรรู้ภาษาอังกฤษให้มากกว่านี้”
3. อื่น ๆ “ควรมีการส่งเสริม โปรแกรมทัวร์ให้มากกว่านี้”

สำหรับความต้องการเดินทางมาเยือนเวียดนามอีกครั้ง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ให้เหตุผลไว้ดังนี้

1. ลักษณะภูมิประเทศ “มีความเป็นธรรมชาติมาก เมืองโฮจิมินห์ ฮานอย และฮาลองเบย์ น่าเที่ยวมาก เมืองสะฮาด มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจ”
2. ค่าครองชีพ “ค่าครองชีพต่ำ ราคาสินค้าถูกมากเหมาะกับการเป็นแหล่งช้อปปิ้ง”
3. ประวัติศาสตร์ “นำศึกษาประวัติศาสตร์”
4. สถานบันเทิง “มีสถานบันเทิงมาก”

โดยให้เหตุผลสำหรับการไม่ปรารถนามาเยือนเวียดนามอีก ในเรื่องความความไม่ซื่อสัตย์ของประชาชนในเวียดนาม”

ทั้งนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แนะนำเวียดนามไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่อง

1. อุปนิสัยรวมทั้งการบริการของผู้คน “ต้องการให้ประชาชนเป็นมิตรและช่วยเหลือมากกว่านี้ ต้องการให้ประชาชนเป็นคนซื่อสัตย์ ประชาชนหิวเงินและพูดจาก้าวร้าว”

2. สาธารณูปโภคและการบริการแก่นักท่องเที่ยว “บางเมืองยังไม่สามารถใช้โทรศัพท์ได้ ควรควบคุมมอเตอร์ไซค์ และควบคุมคนขับรถเนื่องจากขับรถนำกลัวนำหวาดเสียวมาก การบริการไม่ดีควรเพิ่มการบริการให้มากกว่านี้ ควรปรับปรุงระบบการขนส่งมวลชนและปรับปรุงห้องน้ำ”
3. ความปลอดภัย “ความความปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง”
4. อื่น ๆ “ควรมีแนวทางในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวให้มากกว่านี้”

การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน (การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 ตามกรอบแนวความคิด 4 และ 5)

ในส่วนนี้จะนำเสนอผลการวิเคราะห์ ปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน โดยใช้เครื่องมือทางสถิติ (stepwise regression) ในการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวใช้ (1) จำนวนวันพักหรือสัดส่วนจำนวนวันพัก (2) ค่าใช้จ่ายรวมหรือสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยแบ่งลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวสู่ประเทศในอินโดจีน ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน โดยแยกพิจารณาเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผู้วิจัยใช้จำนวนวันพัก และค่าใช้จ่ายรวม แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ

- 1.1 การวิเคราะห์อุปสงค์ร่วมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (โดยอุปสงค์ร่วม กำหนดจากอุปสงค์การท่องเที่ยวในกัมพูชา อุปสงค์การท่องเที่ยวใน สปป. ลาว และอุปสงค์การท่องเที่ยวในเวียดนาม)

1.2 การวิเคราะห์อุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน แบ่งเป็น อุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่มาประเทศในทวีปเอเชีย และอุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

2. นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน โดยแยกพิจารณาเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชียและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้ศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแยกเป็นรายประเทศ สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ผู้วิจัยใช้สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน และสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน แทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ในการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วน คือ

2.1 การวิเคราะห์อุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

2.2 การวิเคราะห์อุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน แบ่งเป็น อุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่มาประเทศในทวีปเอเชียและอุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

2.3 การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน จำแนกตามสัญชาติ

กรณีนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

(การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กรอบแนวความคิด 4)

การวิเคราะห์อุปสรรครวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

1. การวิเคราะห์อุปสรรคการท่องเที่ยวในกัมพูชา

1.1 การวิเคราะห์จำนวนวันพัก

ตาราง 51

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในกัมพูชา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.313	2.451	.018
รสนิยม (วัฒนธรรม)	.291	3.630	.001
ลักษณะการเดินทาง	-.407	-4.105	.000
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ			
กัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์	.253	3.313	.002
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว			
กัมพูชาจากบุคคลรอบข้าง	.247	2.973	.005
ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช			
กัมพูชา)	.201	2.784	.008
ค่าอาหาร	.276	3.138	.003
เส้นทางการบิน	.204	2.466	.017
อายุ (มากกว่า 55 ปี)	-.186	-2.364	.022
$R^2 = .771, SEE = 5.89507, F = 18.664, Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 51 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้จำนวนวันพักในกัมพูชาเพิ่มขึ้น คือ ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน รสนิยม ค่าอาหาร การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์และจากบุคคลรอบข้าง เส้นทางการบิน และความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวในกัมพูชา ส่วนลักษณะการเดินทาง และอายุ (มากกว่า 55 ปี) ทำให้จำนวนวันพักในกัมพูชาลดลง ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม (จำนวนวันพักในกัมพูชา) ได้ร้อยละ 77.10

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายรวมด้านอาหารมาก มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางโทรทัศน์และจากบุคคลรอบข้าง ชอบการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม ประทับใจในเสียมราฐ กัมพูชา รวมถึงทราบว่าเส้นทางบินจากประเทศต้นทางสู่ประเทศปลายทางในอินโดจีนโดยตรง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะมีจำนวนวันพักในกัมพูชานานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว และอายุมากกว่า 55 ปี จะมีจำนวนวันพักในอินโดจีนน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

อย่างไรก็ตาม โดยปกติอุปสงค์การท่องเที่ยวมักจะแปรผกผันในทางตรงกันข้ามกับราคาค่าใช้จ่าย แต่การที่ค่าใช้จ่ายด้านอาหารมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนวันพัก เนื่องจากค่าครองชีพในกัมพูชาต่ำมาก โดยค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายที่มีสัดส่วนมากที่สุดในการใช้จ่ายทั้ง 3 ทาง (ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ) คือ ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร แต่โดยภาพรวมแล้ว ค่าใช้จ่ายทั้งหมดก็ยังต่ำมาก ดังนั้นค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชาที่ต่ำจะมีผลต่อระยะเวลาพักในทิศทางเดียวกัน (ค่าใช้จ่ายโดยภาพรวมที่ต่ำ โดยมีค่าใช้จ่ายค่าอาหารที่สูง ทำให้นักท่องเที่ยวพักในกัมพูชานานกว่า)

## 1.2 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายรวม

## ตาราง 52

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
อาชีพ (เกษียณอายุ)	.320	6.949	.000
รสนิยม (บันเทิง)	.279	5.979	.000
ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา	.478	5.743	.000
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ กัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์	.213	4.139	.000
ประเภทการเดินทาง	.332	4.454	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย	-.150	-2.804	.007

$R^2 = .895$ ,  $SEE = 459.629$ ,  $F = 75.038$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 52 พบว่า ปัจจัยที่เพิ่มค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชา คือ ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา ประเภทการเดินทาง อาชีพ รสนิยม และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ส่วนการมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยทำให้ลดค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชา ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชาได้ร้อยละ 89.50

หมายความว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกษียณอายุ ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวเคยเที่ยวประเทศไทย มีค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชามากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ชอบการท่องเที่ยวประเภทบันเทิง และเชื่อมั่นในความปลอดภัยของกัมพูชา จะมีค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชาน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

ทั้งนี้ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยเที่ยวประเทศไทยและมีค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชา น้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ นั้น จะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่า 40,000 เหรียญ



สหรัฐฯ ต่อปี จึงจำเป็นต้องมีความระมัดระวังในเรื่องค่าใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ทำให้มีโอกาในการใช้จ่ายน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้มากกว่า

## 2. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว

### 2.1 การวิเคราะห์จำนวนวันพัก

#### ตาราง 53

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในสปป. ลาว

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	1.493	9.579	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย	-470	-3.712	.001
เพศ	-343	-2.839	.009
การไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีเคยท่องเที่ยวประเทศไทย)			
- ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	.173	2.242	.034
$R^2 = .867$ , $SEE = 7.35414$ , $F = 42.263$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 53 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้จำนวนวันพักในสปป. ลาวเพิ่มขึ้น คือ ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน และการไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ ส่วนประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย และเพศ ทำให้ลดจำนวนวันพักในสปป. ลาว ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม (จำนวนวันพักในสปป. ลาว) ได้ร้อยละ 86.70

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก ไม่เที่ยวประเทศไทยเนื่องจากประเทศไทยไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจเพียงพอในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในสปป. ลาวนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม

อื่น ๆ และนักท่องเที่ยวชาย มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมาก่อน จะมีจำนวนวันพักในสปป. ลาวน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 2.2 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ยรวม

### ตาราง 54

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ค่าใช้จ่ยรวมใน สปป. ลาว

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ประเภทการเดินทาง	.460	4.414	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว)	.467	6.673	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว)	.310	4.800	.000
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวทางวิทยุหรือ โทรทัศน์	.361	4.773	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (วังเวียง สปป. ลาว)	.293	4.354	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว	-.286	-2.731	.009
อายุ (มากกว่า 55 ปี)	.142	2.144	.037

$R^2 = .792$ ,  $SEE = 352.128$ ,  $F = 28.205$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 54 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้เพิ่มค่าใช้จ่ยรวมในสปป. ลาวคือ ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว หลวงพระบางในสปป. ลาว ประเภทการเดินทาง การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวทางวิทยุหรือโทรทัศน์ อายุ (มากกว่า 55 ปี) ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวเวียงจันทน์และวังเวียงในสปป. ลาว แต่ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว ทำให้ลดค่าใช้จ่ยรวมในสปป. ลาว ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของค่าใช้จ่ยรวมในสปป. ลาวได้ร้อยละ 79.20

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่อายุมากกว่า 55 ปี ประทับใจในหลวงพระบาง เวียงจันทน์ และวังเวียง สปป. ลาว ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสาร ผ่านทางวิทยุหรือโทรทัศน์ และไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว จะมี ค่าใช้จ่ายรวมในสปป. ลาวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่มีอายุในช่วงวัยเกษียณอายุขึ้นไปจะมีความ มั่นคงทางการเงินค่อนข้างสูง ประกอบกับการรับรู้ข้อมูลข่าวสารในประเทศปลายทาง ผ่านวิทยุหรือโทรทัศน์ ซึ่งมีการโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจและมีแหล่งสินค้า มากมาย รวมทั้งการไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาวมาก่อน ทำให้ นักท่องเที่ยวมีความตื่นตาตื่นใจในการรู้จักแหล่งสินค้า จึงมีความต้องการใช้จ่ายเพิ่ม สูงขึ้น

### 3. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวในเวียดนาม

#### 3.1 การวิเคราะห์จำนวนวันพัก

#### ตาราง 55

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในเวียดนาม

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.596	4.483	.000
การไม่ท่องเที่ยวไทย (กรณีไม่เคย ท่องเที่ยวประเทศไทย)			
-ค่าครองชีพสูง	.382	5.759	.000
รสนิยม (ประเพณี)	.355	6.100	.000
การไม่ท่องเที่ยวไทย (กรณีไม่เคย ท่องเที่ยวประเทศไทย)			
-ไม่มีเวลาเพียงพอ	-.664	-2.917	.005
ระดับความปลอดภัยในเวียดนาม	1.621	6.182	.000
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์ในเวียดนาม	-.625	-1.688	.095

ตาราง 55 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.172	2.384	.019
อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	.191	3.086	.003
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ			
เครื่องดื่มในเวียดนาม	-.704	-2.349	.021
ค่าที่พัก	.203	2.788	.007
ค่าตัวเครื่องบิน	-.210	-2.122	.037

$R^2 = .748$ , SEE = 16.07671, F = 22.994, Sig of F = .000

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 55 พบว่า ปัจจัยที่ทำให้จำนวนวันพักในเวียดนามเพิ่มขึ้น คือ ความปลอดภัยในเวียดนาม ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ค่าครองชีพสูง รสนิยมค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา) และรายได้ของนักท่องเที่ยว ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม การไม่มีเวลาเพียงพอ ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และค่าใช้จ่ายด้านตัวเครื่องบิน มีผลต่อการลดจำนวนวันพักในเวียดนาม ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของจำนวนวันพักในเวียดนามได้ร้อยละ 74.80

หมายความว่า นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักมาก ชอบการท่องเที่ยวทางด้านประเพณี เชื่อมั่นในความปลอดภัยในเวียดนาม เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเที่ยวประเทศไทยทั้งที่ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน โดยให้เหตุผลของการไม่เที่ยวประเทศไทยว่าเนื่องจากค่าครองชีพสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในเวียดนามนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายด้านตัวเครื่องบินมาก มีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามในด้านลบ และไม่ต้องการเที่ยวประเทศไทยทั้งที่ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน โดยให้เหตุผลของการไม่เที่ยว

ประเทศไทยว่าเนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ จะมีจำนวนวันพักในเวียดนามน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

ทั้งนี้การที่ค่าใช้จ่ายด้านที่พักมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนวันพัก เนื่องจากค่าครองชีพในเวียดนามต่ำมาก โดยค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนมากที่สุดในการใช้จ่ายทั้ง 3 ทาง (ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ) คือ ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก แต่โดยภาพรวมแล้ว ค่าใช้จ่ายทั้งหมดก็ยังต่ำมาก ดังนั้นค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนามที่ต่ำ จะมีผลต่อระยะเวลาพักในทิศทางเดียวกัน (ค่าใช้จ่ายโดยภาพรวมที่ต่ำ แต่ค่าใช้จ่ายค่าที่พักที่สูง ทำให้นักท่องเที่ยวพักในเวียดนามในทิศทางเดียวกัน) นอกจากนี้แม้ว่านักท่องเที่ยวจะมีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก แต่ยังมีจำนวนวันพักในเวียดนามน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเวียดนามและเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวจะมีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระ อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะมีจำนวนวันพักที่แน่นอนไม่สามารถยืดหยุ่นได้ ดังนั้นทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม กับจำนวนวันพักในอินโดจีนซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม

### 3.2 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายรวม

#### ตาราง 56

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนาม

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.234	4.690	.000
รสนิยม (ประเพณี)	.210	4.629	.000
อาชีพ (เกษียณอายุ)	.247	5.458	.000
ประเภทการเดินทาง	.212	3.334	.001

ตาราง 56 (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
อายุ (45-54 ปี)	.159	3.411	.001
การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจาก ความเหมาะสมของราคา	.162	3.518	.001
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของเวียดนามทาง หนังสือหรือสิ่งพิมพ์	.145	2.880	.005
การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเพราะ จำนวนความถี่ของเที่ยวบิน	.134	2.635	.010
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลรอบข้าง ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม)	.138	2.722	.008
	.106	2.122	.037

$R^2 = .841$ , SEE = 664.03101, F = 45.564, Sig of F = .000

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 56 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนาม คือ อาชีพ (เกษียณอายุ) รายได้ ประเภทการเดินทาง รสนิยม การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคา อายุ (45-54 ปี) การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของเวียดนามทางหนังสือหรือสิ่งพิมพ์ การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวจากบุคคลรอบข้าง การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน และ ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนามได้ร้อยละ 84.10

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐ ต่อปี ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว ชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี ใช้เส้นทางบินที่บินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน และความเหมาะสมของราคา รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวทางหนังสือหรือสิ่งพิมพ์และบุคคลรอบข้าง และ

ประทับใจในฮาลองเบย์ เวียดนาม จะมีค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนามสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### 4. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน

##### 4.1 การวิเคราะห์จำนวนวันพัก

#### ตาราง 57

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในประเทศในอินโดจีน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.458	4.540	.000
รสนิยม (ประเพณี)	.216	3.821	.000
ลักษณะการเดินทาง	-.332	-3.921	.000
ระดับความปลอดภัยในเวียดนาม	1.023	4.774	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในเวียดนาม	-.640	-2.958	.004
อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	.190	3.064	.003
การไม่ท่องเที่ยวไทย (กรณีไม่เคย ท่องเที่ยวประเทศไทย)			
-ค่าครองชีพสูง	.206	3.532	.001
ค่าตัวเครื่องบิน	-.180	-2.513	.013
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช กัมพูชา)	.143	2.551	.012
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์	.127	2.128	.035
$R^2 = .598$ , $SEE = 19.641$ , $F = 20.487$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 57) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มจำนวนวันพักในอินโดจีน คือ ระดับความปลอดภัยในเวียดนาม ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

รสนิยม การไม่เที่ยวประเทศไทยเนื่องจากค่าครองชีพในประเทศไทยสูง อาชีพ ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวในกัมพูชา และการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ลักษณะการเดินทางและค่าตัวเครื่องบิน มีผลลดจำนวนวันพักในอินโดจีน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของจำนวนวันพักในเวียดนาม ได้ร้อยละ 59.80

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก เป็นกลุ่มนักเรียน-นักศึกษา รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาผ่านทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ประทับใจในเสียมราช กัมพูชา ชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี เชื่อมั่นในความปลอดภัยของเวียดนาม และไม่เที่ยวประเทศไทยเนื่องจากเห็นว่าค่าครองชีพในประเทศไทยสูง จะมีจำนวนวันพักในประเทศในอินโดจีนนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว มีค่าใช้จ่ายด้านตั๋วเครื่องบินมาก พยายามในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก จะมีจำนวนวันพักในประเทศในอินโดจีนน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### 4.2 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายรวม

จากตาราง 58 พบว่า ประเภทของการเดินทาง รายได้ อาชีพ ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว) การใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคา และจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของสปป. ลาวทางวิทยุหรือโทรทัศน์ การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ มีผลเพิ่มค่าใช้จ่ายรวมในประเทศในอินโดจีน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของค่าใช้จ่ายรวมในประเทศในอินโดจีนได้ร้อยละ 78.00

หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุ มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐ ต่อปี ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายรวมในประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ประทับใจในหลวงพระบาง สปป. ลาว และใช้เส้นทางบินที่บินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบินมากและมีความเหมาะสมของราคา จะมีค่าใช้จ่ายรวมในกลุ่มประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ นั้น



## ตาราง 58

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ค่าใช้จ่ายรวมในประเทศในอินโดจีน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.333	5.495	.000
ประเภทของการเดินทาง	.361	5.999	.000
อาชีพ (เกษียณอายุ)	.250	6.289	.000
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของสปป.			
ลาวทางวิทยุหรือโทรทัศน์	.097	2.290	.024
ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว			
(หลวงพระบาง สปป. ลาว)	.111	2.557	.012
การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของ			
กัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์	.092	2.224	.028
การใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทย			
เนื่องจากความเหมาะสมของราคา	.106	2.459	.015
การใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทย			
เพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน	.104	2.140	.034
$R^2 = .780$ , $SEE = 1199.70377631$ , $F = 62.219$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน แบ่งเป็น อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย และอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

1. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

### 1.1 การวิเคราะห์จำนวนวันพัก

#### ตาราง 59

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.285	2.914	.005
เพศ	-.248	-2.788	.007
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.359	4.253	.000
การไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีเคยท่องเที่ยวประเทศไทย)			
- ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	-.274	-3.426	.001
อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	.178	2.527	.014
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย	-.209	-2.056	.043
$R^2 = .696$ , $SEE = 5.03160$ , $F = 27.912$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 59) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มจำนวนวันพักในประเทศอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชีย คือ รายได้ของนักท่องเที่ยว ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนประจำปี และอาชีพ (นักเรียน นักศึกษา) ส่วนการไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ เพศ และประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีผลลด

จำนวนวันพัก ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของจำนวนวันพักในอินโดจีนได้มากถึงร้อยละ 69.60

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก และเป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา จะมีจำนวนวันพักในอินโดจีนนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวชาย ที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมาก่อน และไม่เที่ยวประเทศไทยเนื่องจากประเทศไทยไม่มีสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจเพียงพอในการท่องเที่ยว จะมีจำนวนวันพักในอินโดจีนน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 1.2 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ยรวม

### ตาราง 60

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ค่าใช้จ่ยรวมในประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ประเภทการเดินทาง	.512	9.881	.000
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.266	4.678	.000
ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา	.229	4.844	.000
การใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทยเพราะ			
จำนวนความถี่ของเที่ยวบิน	.146	3.232	.002
$R^2 = .897$ , $SEE = 471.35546591$ , $F = 163.782$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 60 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ยรวมในประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย คือ ประเภทการเดินทาง รายได้ของนักท่องเที่ยว ระดับความพอใจในความปลอดภัยในกัมพูชา และการใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของค่าใช้จ่ยรวมในเวียดนามได้ร้อยละ 89.70

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว เชื้อมันั้นในความปลอดภัยของกัมพูชา ใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบินมาก จะมีค่าใช้จ่ายรวมในอิน โดจิ้นสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

2. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

### 2.1 การวิเคราะห์จำนวนวันพัก

#### ตาราง 61

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนจำนวนวันพักในประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.692	7.020	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เลียมราช กัมพูชา)	.366	5.619	.000
รสนิยม (ประเพณี)	.294	4.611	.000
การไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีไม่ เคยท่องเที่ยวประเทศไทย)			
-ไม่มีเวลาเพียงพอ	.168	2.557	.013
ลักษณะการเดินทาง	.228	2.436	.018
$R^2 = .762$ , $SEE = 21.94701$ , $F = 39.785$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 61 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มจำนวนวันพักในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย คือ ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวในกัมพูชา รสนิยม (ประเพณี) ลักษณะการเดินทาง การ

ไม่มีเวลาเพียงพอ ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของจำนวนวันพักในอินโดจีนได้ร้อยละ 76.20

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว จะมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนนาน ชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี ประทับใจใน เสียมราช กัมพูชา และ ไม่ท่องเที่ยวประเทศไทยเนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ จะมีจำนวนวันพักในอินโดจีนนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 2.2 การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ยรวม

### ตาราง 62

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ค่าใช้จ่ยรวม ในประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.265	2.887	.005
ประเภทการเดินทาง	.342	3.763	.000
อาชีพ (เกษียณอายุ)	.279	4.812	.000
การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคา	.229	3.590	.001
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์	.140	2.219	.030
การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน	.164	2.200	.031

$R^2 = .791$ ,  $SEE = 1581.94981381$ ,  $F = 39.828$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 62) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายรวมในประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย คือ ประเภทการเดินทาง อาชีพ รายได้ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคาและจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของค่าใช้จ่ายรวมในประเทศในอินโดจีนได้ร้อยละ 79.10

หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุ มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ และใช้เส้นทางบินที่บินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบินมากและมีความเหมาะสมของราคา จะมีค่าใช้จ่ายรวมในประเทศในอินโดจีน สูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

**กรณีนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน  
(การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 2 กรอบแนวความคิด 5)**

1. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

1.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 63) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารในประเทศไทย ค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักในประเทศไทย ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน การท่องเที่ยวเวียงจันทน์ในสปป. ลาว รายได้ และอาชีพ (แม่บ้าน) ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ค่าอาหารในอินโดจีน การท่องเที่ยวนครวัด นครธม ในกัมพูชา ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสปป. ลาว เพศ และค่าที่พักในอินโดจีน มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักใน

ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของ  
สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้ร้อยละ 88.50

### ตาราง 63

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อระยะเวลา  
วันพักทั้งหมด

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.983	16.506	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มใน เวียดนาม	-.209	-8.027	.000
ค่าที่พักในประเทศไทย	.094	3.082	.002
ค่าอาหารในอินโดจีน	-.137	-4.534	.000
ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา)	-.102	-4.863	.000
ค่าอาหาร ในประเทศไทย	.141	4.007	.000
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมีคุณภาพใน ประเทศไทย	.090	3.587	.000
อาชีพ (แม่บ้าน)	.037	2.291	.022
ค่าที่พักในอินโดจีน	-.049	-2.124	.034
ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว)	.049	2.737	.006
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในสปป. ลาว	-.056	-2.579	.010
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.047	2.279	.023
เพศ	-.055	-2.054	.040
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.090	1.978	.049

$R^2 = .885$ ,  $SEE = .183911098$ ,  $F 258.995$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มแม่บ้าน มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนประจำปีมาก มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐ ต่อปี มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักและอาหารในประเทศไทยสูงกว่าค่าใช้จ่ายด้านที่พักและอาหารในอินโดจีน รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต มีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยมากกว่า และประทับใจใน เวียงจันทน์ สปป. ลาว จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดคนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวชาย ที่มีค่าใช้จ่ายด้านอาหารในอินโดจีนมาก มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสปป. ลาว และเวียดนามมาก และประทับใจ นครวัด นครธม ในกัมพูชา จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### 1.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

จากตาราง 64 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ประเภทการเดินทาง ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน อายุ (ต่ำกว่า 25 ปี และ 45-54 ปี) ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย และรสนิยม ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว และกัมพูชา ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา และประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนามและสปป. ลาว มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 95.50

หมายความว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปีและกลุ่ม 45-54 ปี มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ พื่อใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มรวมทั้งธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยมาก



จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่พอใจธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจ โรงแรมที่พักในกัมพูชาและธุรกิจโรงแรมที่พักใน สปป. ลาวมาก พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก และหากเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวใน สปป. ลาว และเวียดนาม จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### ตาราง 64

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.824	13.361	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.200	-12.127	.000
ประเภทการเดินทาง	.185	7.281	.000
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชา	-.062	-2.916	.004
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน สปป. ลาว	-.065	-4.767	.000
อายุ (ต่ำกว่า 25 ปี)	.041	3.688	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม	-.028	-2.581	.010
อายุ (45-54 ปี)	.032	2.924	.004
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา	-.054	-2.967	.003
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย	.106	2.027	.043
รสนิยม (ธรรมชาติ)	.029	2.324	.021
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.075	2.612	.009
ประสบการณ์การท่องเที่ยวใน สปป. ลาว	-.024	-2.285	.023
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย	.039	2.027	.043

$R^2 = .955$ ,  $SEE = .127916047$ ,  $F = 723.558$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน แบ่งเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชียและอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

2. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

### 2.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

#### ตาราง 65

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อระยะเวลาวันพักทั้งหมด ของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.969	26.994	.000
ค่าที่พักในประเทศไทย	.156	2.861	.005
ค่าอาหารในอินโดจีน	-.315	-7.837	.000
ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา)	-.088	-3.309	.001
ค่าอาหารในประเทศไทย	.174	2.931	.004
อาชีพ (แม่บ้าน)	.064	2.891	.004
$R^2 = .913$ , $SEE = .153564154$ , $F = 335.723$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 65 พบว่า ปัจจัยที่มีผลเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ค่าอาหารในประเทศไทย ค่าที่พักในประเทศไทย และอาชีพ ส่วนค่าอาหารในอินโดจีน และความตั้งใจใน

แหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา) มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทย ต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้สูงถึงร้อยละ 91.30

หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มแม่บ้าน มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักและอาหารในประเทศไทยมาก และทราบข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายด้านอาหารในอินโดจีนมาก และมีความประทับใจในนครวัด นครธม กัมพูชา จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 2.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 66) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ประเภทการเดินทาง อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา) และอายุ (45-54 ปี) ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามและกัมพูชา และความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป.ลาว มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 96.60

หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มอายุ 45-54 ปี ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มใน

กัมพูชาและเวียดนาม และพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน สปป. ลาวมาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### ตาราง 66

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	1.101	29.954	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.173	-7.098	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา	-.123	-6.462	.000
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว	-.078	-4.694	.000
ประเภทการเดินทาง	.113	4.104	.000
อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	.054	3.550	.000
อายุ (45-54 ปี)	.030	2.033	.043

$R^2 = .966$ ,  $SEE = .104309379$ ,  $F = 769.716$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

3. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

#### 3.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

จากตาราง 67 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย คือ

การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ค่าที่พักในประเทศไทย รายได้ของนักท่องเที่ยว และความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม ในกัมพูชา) ค่าที่พักในอิน โดจีน ลักษณะการเดินทาง และการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย-อิน โดจีน มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้ร้อยละ 87.40

#### ตาราง 67

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อระยะเวลาวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.852	9.571	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.308	-9.482	.000
ค่าที่พักในประเทศไทย	.126	4.826	.000
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย	.102	3.333	.001
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา)	-.100	-3.410	.001
ค่าที่พักในอิน โดจีน	-.084	-3.423	.001
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.213	2.880	.004
การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย-อิน โดจีน	-.057	-2.263	.024
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.113	2.580	.010
ลักษณะการเดินทาง	-.059	-2.130	.034

$R^2 = .874$ ,  $SEE = .197709937$ ,  $F = 193.672$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนนานกว่า มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักในประเทศไทยมาก มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยมากกว่า จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักในประเทศในอินโดจีนมาก มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก ประทับใจในนครวัด นครธม กำพูชา และรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

### 3.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 68) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทย และประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ประเภทการเดินทาง ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย และอายุ (ต่ำกว่า 25 ปี) ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามและสปป. ลาว ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกำพูชา ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสปป. ลาว และประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบาย การผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทย และประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 95.50

หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุต่ำกว่า 25 ปี ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และมีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยมาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความพอใจ

ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามและใน สปป. ลาวมาก มีความพอใจในธุรกิจ  
โรงแรมที่พักในกัมพูชามาก และหากเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม จะมี  
สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่ม  
อื่น ๆ

#### ตาราง 68

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่าย  
รวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจาก  
ประเทศในทวีปเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.825	9.545	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในเวียดนาม	-.212	-10.923	.000
ประเภทการเดินทาง	.257	6.402	.000
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน กัมพูชา	-.097	-4.556	.000
อายุ (ต่ำกว่า 25 ปี)	.053	3.753	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในสปป. ลาว	-.072	-4.215	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวใน เวียดนาม	-.043	-2.888	.004
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในประเทศไทย	.173	2.280	.023

$R^2 = .955$ , SEE = .135308378, F = 738.006, Sig of F = .000

ที่มา. จากการสังเคราะห์

การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย  
และประเทศในอินโดจีน จำแนกตามสัญชาติ

1. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

1.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

ตาราง 69

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวน  
วันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.996	13.732	.000
ค่าที่พักในประเทศไทย	.273	5.922	.000
ค่าอาหารในอินโดจีน	-.258	-5.178	.000
อายุ (มากกว่า 55 ปี)	.065	2.721	.008
ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว)	.079	3.140	.002
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชา	-.107	-3.273	.002
อายุ (25-34 ปี)	-.122	-3.912	.000
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในประเทศไทย	.315	4.608	.000
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในเวียดนาม	-.286	-4.905	.000
อาชีพ (แรงงาน เกษตรกรและชาวประมง)	-.069	-2.772	.007
$R^2 = .959$ , $SEE = .111468865$ , $F = 180.109$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 69 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการ



ท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในประเทศไทย ค่าที่พักในประเทศไทย ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวเวียงจันทน์ สปป. ลาว และ อายุ (มากกว่า 55 ปี) ส่วนความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ใน เวียดนาม ค่าอาหารในอินโดจีน อายุ (25-34 ปี) ความพอใจในธุรกิจ โรงแรมที่พักใน กัมพูชา และอาชีพ (แรงงาน เกษตรกรและชาวประมง) มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักใน ประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมด อธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้ สูงถึงร้อยละ 95.90

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุมากกว่า 55 ปี มีค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ในประเทศไทยมาก รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต มีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยมาก และประทับใจใน เวียงจันทน์ สปป. ลาว จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด นานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี ประกอบอาชีพเป็นกลุ่ม แรงงาน-เกษตรกรและชาวประมง มีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ในเวียดนาม และธุรกิจ โรงแรมที่พักในกัมพูชามาก มีค่าใช้จ่ายด้าน ค่าอาหารของประเทศในอินโดจีนมาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อ จำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 1.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 70) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่าย รวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทย และประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทาง อินเทอร์เน็ต ประเภทการเดินทาง ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย สถานภาพสมรส และความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (พระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย) ส่วนความพอใจ ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม และกัมพูชา และความพอใจในธุรกิจ โรงแรม ที่พักในสปป. ลาว มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งใน ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของ

สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศใน  
อินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 98.70

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่สมรส ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว รับรู้ข้อมูล  
ข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ประทับใจใน พระนครศรีอยุธยา  
ประเทศไทย และเชื่อมั่นในความปลอดภัยในประเทศไทยมาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่าย  
รวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วน  
นักท่องเที่ยวที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชาและเวียดนามมาก และพอใจใน  
ธุรกิจโรงแรมที่พักใน สปป. ลาวมาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อ  
ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### ตาราง 70

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่าย  
รวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวจีน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.834	11.766	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา	-.153	-8.803	.000
ประเภทการเดินทาง	.175	7.184	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเวียดนาม	-.218	-7.629	.000
สถานภาพสมรส	.144	3.453	.001
ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย	.173	2.832	.006
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน สปป. ลาว	-.094	-5.865	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (พระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย)	.036	2.634	.010

$R^2 = .987$ ,  $SEE = .065805784$ ,  $F = 750.833$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

2. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น  
 2.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

ตาราง 71

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.842	10.539	.000
ค่าที่พักในประเทศไทย	.273	4.187	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในกัมพูชา	-.233	-3.017	.004
รสนิยม (ธรรมชาติ)	.144	2.814	.007
รสนิยม (ประเพณี)	.108	2.239	.030

$R^2 = .897$ ,  $SEE = .162242136$ ,  $F = 81.434$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 71 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ค่าที่พักในประเทศไทย และรสนิยม (ธรรมชาติและประเพณี) แต่ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้ร้อยละ 89.70

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักในประเทศไทยมากกว่า รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเพณี และมีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในกัมพูชาน้อย จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดคนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 2.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

### ตาราง 72

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	1.131	18.163	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในเวียดนาม	-.171	-3.879	.000
อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	.118	3.411	.001
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในกัมพูชา	-.132	-2.696	.010
$R^2 = .958, SEE = .120873380, F = 273.429, Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 72) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และอาชีพ (นักเรียน นักศึกษา) แต่ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามและกัมพูชา มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้ร้อยละ 95.80

หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียน นักศึกษา รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อ

ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามและกัมพูชามาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

### 3. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

#### 3.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

#### ตาราง 73

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	t	Sig. t
	ถดถอย		
ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย	.588	3.692	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.228	-4.496	.000
อาชีพ (ธุรกิจส่วนตัว)	-.124	-3.600	.001
ค่าอาหารในประเทศไทย	.240	5.071	.000
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย	.185	4.082	.000
ระดับความปลอดภัยในสปป. ลาว	.578	3.673	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (กรุงเทพ ประเทศไทย)	-.153	-3.901	.000
ค่าอาหารในอินโดจีน	-.227	-4.127	.000
การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน	-.090	-2.246	.028
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม	-.079	-2.204	.031

$R^2 = .924$ ,  $SEE = .162367862$ ,  $F = 91.221$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 73 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน คือ ระดับความปลอดภัยในสปป. ลาว ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย ค่าอาหารในประเทศไทย และความ

พอใจในธุรกิจนำเข้าเที่ยวและมักคุเทศก์ในประเทศไทย ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในเวียดนาม ค่าอาหารของประเทศในอินโดจีน ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (กรุงเทพฯ ประเทศไทย) อาชีพ (ธุรกิจส่วนตัว) การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยไทย-อินโดจีน และประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้ร้อยละ 92.40

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันกลุ่มอื่น ๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว มีค่าใช้จ่ายรวมด้านอาหารในประเทศไทยมาก มีความพอใจในธุรกิจนำเข้าเที่ยวและมักคุเทศก์ในประเทศไทยมาก เชื่อมันในระดับความปลอดภัยของสปป.ลาวและประเทศไทย และไม่เคยท่องเที่ยวในเวียดนามมาก่อน จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารของประเทศในอินโดจีนมาก มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในเวียดนามมาก ประทับใจในกรุงเทพฯ ประเทศไทย ประกอบธุรกิจส่วนตัว รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยไทย-อินโดจีน และมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

### 3.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 74) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีเพียงการรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ส่วนปัจจัยที่มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน คือ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในเวียดนาม ความพอใจในธุรกิจนำเข้าเที่ยวและมักคุเทศก์ในกัมพูชา ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เชียงใหม่ ประเทศไทย) และอายุ (25-34 ปี) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน

ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 95.60

#### ตาราง 74

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	1.270	29.356	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในเวียดนาม	-.234	-6.718	.000
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์ในกัมพูชา	-.141	-4.839	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เชียงใหม่ ประเทศไทย)	-.068	-2.647	.010
อายุ (25-34 ปี)	-.067	-2.327	.023
$R^2 = .956$ , $SEE = .134140110$ , $F = 347.961$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 25-34 ปี ประทับใจในเชียงใหม่ ประเทศไทย พื่อใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก และพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชามาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### 4. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

##### 4.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

## ตาราง 75

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย	.822	12.681	.000
รสนิยม (โบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์)	.192	3.376	.003
ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา	-.132	-2.871	.009
อายุ (35-44 ปี)	.122	2.460	.022

$R^2 = .961$ ,  $SEE = .108894877$ ,  $F = 140.763$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 75 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน คือ ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย รสนิยม (โบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์) และ อายุ (35-44 ปี) แต่ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้สูงถึงร้อยละ 96.10

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวไต้หวันที่มีอายุ 35-44 ปี มีความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทยมาก ชอบการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ และจะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชามาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ



## 4.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

## ตาราง 76

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย			
ทางอินเทอร์เน็ต	1.195	28.335	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.111	-3.717	.002
ลักษณะการเดินทาง	.142	5.196	.000
ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม			
กัมพูชา)	-.109	-5.550	.000
รสนิยม (ประเพณี)	-.078	-4.513	.000
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว	-.112	-4.467	.000
รสนิยม (ธรรมชาติและ)	-.069	-3.423	.003
อายุ (45-54 ปี)	-.063	-2.997	.008
$R^2 = .996$ , $SEE = .042363840$ , $F = 523.819$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 76) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทย และประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทย ทางอินเทอร์เน็ต และลักษณะการเดินทาง ส่วนความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน สปป. ลาว ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา) รสนิยม (ประเพณี และธรรมชาติและ) อายุ (45-54 ปี) มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทย และประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบาย การผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทย และประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 99.60

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว และรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี ชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณีและธรรมชาติ ประทับใจในนครวัด นครธม กัมพูชา พื่อใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม และธุรกิจ โรงแรมที่พักในสปป.ลาว มาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 5. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

### 5.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

จากตาราง 77 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส คือ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา และรายได้ ส่วนความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชา ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม อาชีพ (พนักงานของรัฐและภาคเอกชน และผู้บริหารและนักวิชาชีพเฉพาะ) อายุ (35-44 ปี) และความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮานอย เวียดนาม) มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ได้สูงถึงร้อยละ 97.90

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่มีรายได้สูงกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐ ต่อปี มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยมาก และเชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในกัมพูชา จะมีต่อสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุ 35-44 ปี กลุ่มผู้บริหารและกลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะรวมทั้งพนักงานภาครัฐและภาคเอกชน ประทับใจใน ฮานอย เวียดนาม และพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม และธุรกิจ โรงแรมที่พักในกัมพูชามาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด น้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## ตาราง 77

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย	1.374	9.342	.000
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชา	-.497	-8.469	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.310	-5.947	.000
อายุ (35-44 ปี)	-.190	-5.161	.000
รายได้ของนักท่องเที่ยว	.234	4.768	.000
อาชีพ (พนักงานของรัฐและภาคเอกชน)	-.269	-5.053	.000
ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮานอย เวียดนาม)	-.140	-3.190	.004
อาชีพ (ผู้บริหารและนักวิชาชีพเฉพาะ)	-.175	-3.225	.004
ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา	.334	2.150	.042

$R^2 = .979$ ,  $SEE = .099514630$ ,  $F = 116.614$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

### 5.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 78) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส คือ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย ระดับการศึกษา ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว) และอาชีพ (เกษียณอายุ) ส่วนระดับความปลอดภัยในกัมพูชา ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (พนมเปญ กัมพูชา) และประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 98.50

## ตาราง 78

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม			
ในประเทศไทย	1.124	7.321	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว			
(พนมเปญ กัมพูชา)	-.182	-6.891	.000
ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา	-.625	-5.288	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว			
(เวียงจันทน์ สปป. ลาว)	.164	5.963	.000
อาชีพ (เกษียณอายุ)	.159	5.602	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา	-.167	-4.992	.000
ระดับการศึกษา	.476	3.061	.005
$R^2 = .985$ , $SEE = .083964532$ , $F = 241.312$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกษียณอายุ มีระดับการศึกษาสูงกว่าประทับใจใน เวียงจันทน์ สปป. ลาว พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยมาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่ประทับใจใน พนมเปญ กัมพูชา เชื่อมั่นในความปลอดภัยในกัมพูชามาก และหากเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางไปยังกัมพูชา จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 6. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

### 6.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

## ตาราง 79

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.366	10.844	.000
ประเภทการเดินทาง	-.321	-2.624	.012
ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในเวียดนาม	-.272	-4.667	.000
ค่าอาหารในประเทศไทย	.238	4.677	.000
อาชีพ (แรงงาน เกษตรกรและ ชาวประมง)	-.111	-2.798	.007
ค่าอาหารในอิน โดจีน	-.113	-2.306	.026
$R^2 = .937$ , $SEE = .148412327$ , $F = 116.567$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 79 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารในประเทศไทย ส่วนประเภทการเดินทาง ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารของประเทศในอิน โดจีน และอาชีพ (แรงงาน เกษตรกรและชาวประมง) มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้สูงถึงร้อยละ 93.70

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่มีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารในประเทศไทยสูงกว่าประเทศในอิน โดจีน และรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพัก

ทั้งหมดนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่ม แรงงาน เกษตรกร หรือ ชาวประมง ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารของประเทศใน อินโดจีนมากกว่าในประเทศไทย และพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม มาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 6.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

### ตาราง 80

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่าย รวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ			
ประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.467	4.765	.000
ประเภทการเดินทาง	.437	4.828	.000
รสนิยม (แหล่งบันเทิง)	.111	3.565	.001
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย	.094	2.032	.048
R2 = .961, SEE = .134100245, F = 305.018, Sig of F = .000			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 80) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่าย รวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ของ นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทาง อินเทอร์เน็ต ประเภทการเดินทาง รสนิยม (แหล่งบันเทิง) และประสบการณ์การท่องเที่ยว ในประเทศไทย ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 96.10

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว ชอบการท่องเที่ยวประเภทแหล่งบันเทิง รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และหากเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางมาประเทศไทย จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 7. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

### 7.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

#### ตาราง 81

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	.996	5.683	.000
การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงไทย-อินโดจีน	-.223	-3.457	.001
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน ประเทศไทย	.764	3.299	.002
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม)	-.180	-3.061	.004
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (กรุงเทพฯ ประเทศไทย)	-.122	-1.982	.055
ประสบการณ์การท่องเที่ยวใน สปป. ลาว	-.148	-2.510	.016
ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา	-.565	-2.049	.047
$R^2 = .896$ , $SEE = .188726665$ , $F = 46.813$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 81 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย คือ ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนประจำปี และความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย ส่วนระดับความปลอดภัยในกัมพูชา การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม และกรุงเทพฯ ประเทศไทย) ในประเทศไทย และประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้ร้อยละ 89.60

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก และพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทยมาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในกัมพูชา รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ประทับใจใน ฮาลองเบย์ เวียดนามและกรุงเทพฯ ประเทศไทย รวมทั้งเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาวมาก่อน จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 7.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 82) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน และระดับความปลอดภัยในประเทศไทย ส่วนประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน อาชีพ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม และความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช กัมพูชา) มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรสัดส่วน



ค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน  
ได้สูงถึงร้อยละ 98.10

## ตาราง 82

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่าย  
รวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	.681	4.296	.000
อาชีพ (ผู้บริหาร นักวิชาชีพเฉพาะ)	-.103	-2.546	.015
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช กัมพูชา)	-.155	-5.949	.000
การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย-อินโดจีน	-.062	-2.475	.018
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	-.117	-4.277	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มใน เวียดนาม	.285	3.109	.004
ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย	-.103	-2.853	.007
	.283	2.147	.038

$R^2 = .981$ ,  $SEE = .099817632$ ,  $F = 234.775$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนนาน รับรู้  
ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และเชื่อมั่นในความ  
ปลอดภัยในประเทศไทยมาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวม  
ทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มประกอบอาชีพเป็น  
ผู้บริหารและนักวิชาชีพเฉพาะ ประทับใจในเสียมราช กัมพูชา รับรู้การส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม และหากเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางไปยังสปป. ลาว จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมคน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### 8. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

##### 8.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

จากตาราง 83 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี คือ ระดับการศึกษา ค่าอาหารในประเทศไทย และประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม ส่วนค่าที่พักในอินโดจีน ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (วังเวียงและเวียงจันทน์ สปป. ลาว) มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปร ของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้สูงถึงร้อยละ 96.10

#### ตาราง 83

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
ระดับการศึกษา	.957	14.055	.000
ค่าที่พักในอินโดจีน	-.260	-4.662	.000
ค่าอาหารในประเทศไทย	.223	4.272	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม	.107	2.289	.031
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว			
วังเวียง สปป. ลาว	-.106	-2.581	.016
เวียงจันทน์ สปป. ลาว	-.092	-2.278	.032

$R^2 = .961$ ,  $SEE = .122825257$ ,  $F = 103.726$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีที่มีระดับการศึกษาสูงกว่า มีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารในประเทศไทยมากกว่าประเทศในอินโดจีน และหากเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนามมาก่อน จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่ประทับใจใน เวียดนาม และเวียงจันทน์ สปป. ลาว มีค่าใช้จ่ายสำหรับค่าที่พักประเทศในอินโดจีนมากกว่าในประเทศไทย จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 8.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลจากวิเคราะห์ (ดูตาราง 84) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และอาชีพ (นักเรียน นักศึกษา) ส่วนระดับความปลอดภัยใน สปป. ลาว และประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี คือ ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้มากถึงร้อยละ 96.00

หมายความว่า นักท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียน นักศึกษา และรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เชื่อมั่นในความปลอดภัยใน สปป. ลาวมาก และหากเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางไปยังกัมพูชา จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## ตาราง 84

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	1.508	5.371	.000
อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	.167	3.542	.001
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา	-.117	-2.941	.007
ระดับความปลอดภัยในสปป. ลาว	-.610	-2.132	.042
$R^2 = .960$ , $SEE = .115902058$ , $F = 163.794$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

### 9. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

#### 9.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

## ตาราง 85

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทาง อินเทอร์เน็ต	2.596	9.227	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.283	-3.481	.001
ระดับการศึกษา	-.781	-3.424	.002
ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว)	-.152	-2.754	.009
ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย	.682	3.149	.003
ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช กัมพูชา)	.137	2.720	.010
$R^2 = .926$ , $SEE = .146796388$ , $F = 71.396$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 85 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย และความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช ในกัมพูชา) ส่วนระดับการศึกษา ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ปัจจัยความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง ในสปป. ลาว) มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน คือ ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้สูงถึงร้อยละ 92.60

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เที่ยว เสียมราช กัมพูชา รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทยมาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด นานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวมีระดับการศึกษาสูงกว่า ประทับใจในหลวงพระบาง สปป. ลาว และพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมด น้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 9.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ผลการวิเคราะห์ (ดูตาราง 86) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ประเภทการเดินทาง และอายุ (45-54 ปี) ส่วนความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ และฮานอย เวียดนาม) ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว รสนิยม (บันเทิง) และความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (โฮจิมินห์ เวียดนาม) มีผลลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้สูงถึงร้อยละ 99.30

## ตาราง 86

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศ ไทยทางอินเทอร์เน็ต	.694	10.199	.000
ความพอใจในธุรกิจ โรงแรมที่พักในสปป. ลาว	-.124	-5.890	.000
ประเภทการเดินทาง	.516	9.002	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม)	-.168	-9.328	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮานอย เวียดนาม)	-.134	-7.195	.000
รสนิยม (บันเทิง)	-.078	-4.873	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (โฮจิมินห์ เวียดนาม)	-.059	-3.538	.001
อายุ (45-54 ปี)	.066	2.820	.008
$R^2 = .993$ , $SEE = .057091524$ , $F = 531.090$ , $Sig\ of\ F = .000$			

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอายุ 45-54 ปี ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว และรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่พอใจในธุรกิจ โรงแรมที่พักในสปป. ลาวมาก ชอบการท่องเที่ยวประเภทแหล่งบันเทิงมาก และประทับใจในฮาลองเบย์ ฮานอย และ โฮจิมินห์ เวียดนาม จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## 10. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

## 10.1 การวิเคราะห์สัดส่วนจำนวนวันพัก

## ตาราง 87

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	1.267	14.996	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.557	-7.581	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา	-.190	-4.410	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว)	.188	3.754	.001
ค่าอาหารในประเทศไทย	.118	2.228	.034
อาชีพ (พนักงานบริการ)	-.107	-2.187	.037

$R^2 = .954$ ,  $SEE = .131341840$ ,  $F = 96.851$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 87 พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว) และค่าอาหารในประเทศไทย ส่วนความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา อาชีพ (พนักงานบริการ) มีผลลดสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดได้สูงถึงร้อยละ 95.40

หมายความว่า นักท่องเที่ยวชาวแคนาดาที่มีสัดส่วนค่าใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารในประเทศไทยมาก ประทับใจในเวียงจันทน์ สปป. ลาว และรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดนานกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานบริการ พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียงจันทน์มาก และหากเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชามาก่อน จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

#### 10.2 การวิเคราะห์สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

จากตาราง 88 ผลจากการวิเคราะห์ปรากฏว่า ในบรรดาตัวแปรอิสระทั้งหมด มีตัวแปรอิสระที่มีผลเชิงบวกหรือมีผลต่อการเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา คือ การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต รสนิยม (ธรรมชาติ) ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงเวียง สปป. ลาว) การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน และความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (พนมเปญ กัมพูชา) ส่วนตัวแปรอิสระที่มีผลเชิงลบหรือมีผลต่อการลดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน คือ ระดับความปลอดภัยใน สปป. ลาว ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียงจันทน์ ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา และความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว) ซึ่งตัวแปรอิสระทั้งหมดอธิบายการผันแปรของสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนได้มากถึงร้อยละ 99.70



## ตาราง 88

การสังเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย	t	Sig. t
การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศ			
ไทยทางอินเทอร์เน็ต	1.161	16.859	.000
รสนิยม (ธรรมชาติ)	.133	6.903	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา	-.166	-12.672	.000
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม	-.115	-4.410	.000
ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย	.104	5.363	.000
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว			
(วังเวียง สปป. ลาว)	.059	3.855	.001
ระดับความปลอดภัยใน สปป. ลาว	-.231	-3.420	.002
ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา	-.096	-4.365	.000
การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง			
ไทย-อินโดจีน	.052	3.400	.002
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (พนมเปญ กัมพูชา)	.041	3.188	.004
ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว)	-.037	-2.693	.013

$R^2 = .997$ ,  $SEE = .039571115$ ,  $F = 724.639$ ,  $Sig\ of\ F = .000$

ที่มา. จากการสังเคราะห์

หมายความว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ประทับใจในวังเวียง สปป. ลาว และพนมเปญ กัมพูชา และหากเคยมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ส่วนนักท่องเที่ยวที่เชื่อมั่นในความปลอดภัยใน สปป. ลาว ประทับใจในหลวงพระบาง สปป. ลาว พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชาและเวียดนามมาก และหากเคย

มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวกับพู่ชามาก่อน จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

## การพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว

### การพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้ในการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้ของนักท่องเที่ยว ต้องการศึกษาว่า ปัจจัยรายได้จะส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ ว่าหากรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่เปลี่ยนแปลงไป จะส่งผลทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปเพียงใด โดยจะศึกษา (1) อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน ทั้งในภาพรวมและเป็นรายประเทศ คือ กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม (2) อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน โดยจะพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้ ทั้งในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยและในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน

ในการศึกษาปัจจัยรายได้ที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะอินโดจีน (ตามกรอบแนวความคิด 4) จากตาราง 89 พบว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะอินโดจีน (ในภาพรวม) ต่อรายได้ของนักท่องเที่ยว โดยแทนอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วยจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวม มีค่า 0.268 และ 0.374 ตามลำดับ หมายความว่า เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่จะท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.268 และ 0.374 ตามลำดับ แสดงว่า การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนเป็นสินค้าปกติ

## ตาราง 89

## ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้

การท่องเที่ยว	แทนความหมายอุปสงค์โดย	
	จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน	0.268	0.374
- กัมพูชา	0.079	0.063
- สปป. ลาว	-0.026	0.078
- เวียดนาม	0.293	0.392
ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน	0.137	0.308
- ประเทศไทย	0.099	0.312
- ประเทศในอินโดจีน	0.121	0.268

ที่มา. จากการคำนวณ

หากพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้ โดยแทนอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วยจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวกัมพูชา และเวียดนามมีค่า 0.079, 0.063 และ 0.293, 0.392 ตามลำดับ หมายความว่า เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวกัมพูชาจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.079 และ 0.063 ตามลำดับ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเวียดนาม เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเวียดนามจะเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.293 และ 0.392 ตามลำดับ แสดงว่า การท่องเที่ยวในกัมพูชาและเวียดนามเป็นสินค้าปกติ ในขณะที่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว สปป. ลาว ต่อรายได้ โดยใช้จำนวนวันพักแทนอุปสงค์การท่องเที่ยวมีค่า -0.026 หมายความว่า เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยว สปป. ลาว จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ -0.026 แสดงว่า การท่องเที่ยวใน สปป. ลาว เป็นสินค้าด้อย แต่ถ้าพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แทนด้วยค่าใช้จ่ายรวม ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว สปป. ลาว ต่อรายได้ มีค่า 0.078 หมายความว่า เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไป

ร้อยละ 1 ค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวสปป. ลาว จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 0.078 ในกรณีนี้แสดงว่า การท่องเที่ยวใน สปป. ลาว เป็นสินค้าปกติ อาจกล่าวได้ว่าเมื่อรายได้ของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยว สปป. ลาว สูงขึ้น นักท่องเที่ยวจะลดจำนวนวันพักแต่ไม่ได้ลดค่าใช้จ่ายรวมลง

จากการพิจารณาค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้ ของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน (ตามกรอบแนวความคิด 5) จากตาราง 89 พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนต่อรายได้ โดยแทนอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วยจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวมีค่า 0.137 และ 0.308 ตามลำดับ หมายความว่า เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.137 และ 0.308 ตามลำดับ และหากพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย โดยแทนอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วยจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีค่า 0.099 และ 0.312 ตามลำดับ หมายความว่า เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.099 และ 0.312 ตามลำดับ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน โดยแทนอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วยจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีค่า 0.121 และ 0.268 ตามลำดับ หมายความว่า เมื่อรายได้เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.121 และ 0.268 ตามลำดับ แสดงว่า การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เป็นสินค้าปกติ

**ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคา** ในการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด ต้องการศึกษาว่าปัจจัยราคาจะส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ ว่าหาก

ราคาของการท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่เปลี่ยนแปลงไปจะส่งผลทำให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปเพียงใด รวมทั้งศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบินด้วย (ค่าธรรมเนียมทางอากาศ) เนื่องจาก ข้อมูลค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยวที่ได้จากการเก็บข้อมูลนั้น พบว่าราคาค่าตัวเครื่องบินเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายที่สูงที่สุดเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อาหาร และอื่น ๆ

โดยการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคา จะศึกษาเฉพาะอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แทนด้วยจำนวนวันพักเท่านั้น เนื่องจากราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเป็นฟังก์ชันเฉพาะอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แทนด้วยจำนวนวันพัก

#### ตาราง 90

##### ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคา

การท่องเที่ยว	ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อ	
	ราคาหรือค่าใช้จ่ายใน การท่องเที่ยวทั้งหมด	ราคาตัวเครื่องบิน
ท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน	-0.462	-0.362
- กัมพูชา	-0.346	-0.237
- สปป. ลาว	-0.390	0.154
- เวียดนาม	-0.545	-0.498
ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน	-0.602	-0.966
- ประเทศไทย	-0.444	-0.343
- ประเทศในอินโดจีน	-0.510	-0.517

##### ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 90 ผลการศึกษา พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ตามกรอบแนวความคิด 4) มีค่า -0.462 หมายความว่า เมื่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศในอินโดจีน เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์ของการท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนในภาพรวม เปลี่ยนแปลงไปใน

ทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ 0.462 แสดงว่า การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีนเป็นสินค้าจำเป็น หากพิจารณาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่จุดหมายปลายทาง พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม มีค่า -0.346, -0.390 และ -0.545 ตามลำดับ หมายความว่า เมื่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดของกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ 0.346, 0.390 และ 0.545 ตามลำดับ แสดงว่าการท่องเที่ยวกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนามเป็นสินค้าจำเป็น

ส่วนความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบินสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีน มีค่า -0.362 หมายความว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศในอิน โดจีนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอิน โดจีนในภาพรวมจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.362 หากพิจารณา ค่าความยืดหยุ่นในแต่ละสถานที่จุดหมายปลายทาง พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบิน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว กัมพูชา และเวียดนาม มีค่า -0.237 และ -0.498 ตามลำดับ หมายความว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินของกัมพูชา และเวียดนาม เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวกัมพูชา และเวียดนาม เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้าม ร้อยละ 0.237 และ 0.498 ตามลำดับ แสดงว่า หากทั้งสองประเทศลดราคาค่าตัวเครื่องบินลดลง อุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนามจะเพิ่มขึ้นมากกว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวกัมพูชา

ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบิน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยว สปป. ลาว มีค่า 0.154 หมายความว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินของ สปป. ลาว เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยว สปป. ลาว เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 0.154 ซึ่งขัดกับกฎของอุปสงค์ที่ว่า เมื่อราคาสินค้าเพิ่มขึ้นปริมาณความต้องการซื้อสินค้านั้นจะลดลง การที่ผลการวิเคราะห์นี้ไม่สอดคล้องกับกฎอุปสงค์นี้ อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจในความปลอดภัย

จากการบินของสายการบิน สปป. ลาว ดังนั้น หากราคาค่าตัวเครื่องบินลดลง ก็จะทำให้ นักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น ส่งผลอุปสงค์การท่องเที่ยว สปป. ลาว ลดลง ในทางตรงกันข้ามหากราคาค่าตัวเครื่องบินเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจ ในความปลอดภัยจากการบินของสายการบิน สปป. ลาว เพิ่มมากขึ้น ส่งผลอุปสงค์การ ท่องเที่ยว สปป. ลาว เพิ่มขึ้น

ในการศึกษาความยืดหยุ่นของราคาที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน (กรอบแนวความคิด 5) จากตาราง 90 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมีค่า -0.602 หมายความว่า เมื่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดของทั้งประเทศไทย และประเทศในอินโดจีน เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย และประเทศในอินโดจีน จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.602 แสดงว่า การท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนเป็นสินค้าจำเป็น และหากพิจารณา อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว ต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ทั้งหมด มีค่า -0.444 หมายความว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ถ้าราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศไทย เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทาง ตรงกันข้ามร้อยละ 0.444 และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาหรือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน ของ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีค่า -0.510 หมายความว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว ประเทศในอินโดจีน ถ้าราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศในอินโดจีน เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้ จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.510 แสดงว่า การท่องเที่ยวทั้ง ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เป็นสินค้าจำเป็น

ส่วนความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบินสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน มีค่า  $-0.966$  หมายความว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินของทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ  $0.966$  และหากพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบิน ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีค่า  $-0.343$  หมายความว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ถ้าราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ  $0.343$  และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบิน ในขณะที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีค่า  $-0.517$  หมายความว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน ถ้าราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศในอินโดจีนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ  $0.517$

**ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาของสินค้าชนิดอื่น** ในการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาของสินค้าชนิดอื่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เพื่อต้องการศึกษาว่า ปัจจัยราคาของการท่องเที่ยวในสถานที่หนึ่ง จะส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอีกสถานที่หนึ่ง รวมทั้งศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวในสถานที่หนึ่งต่อราคาค่าตัวเครื่องบิน (ค่าธรรมเนียมทางอากาศ) ในอีกสถานที่หนึ่ง โดยจะศึกษา (1) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศในอินโดจีน (2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่อราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศในอินโดจีน (3) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ



ไทย 4) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอิน โดจีนต่อราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศไทย

#### ตาราง 91

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาของสินค้าชนิดอื่น

อุปสงค์การท่องเที่ยว	ราคาของประเทศไทย		ราคาของประเทศในอิน โดจีน	
	ราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด	ราคาตัวเครื่องบิน	ราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมด	ราคาตัวเครื่องบิน
ประเทศไทย	-0.444	-0.343	0.228	0.194
ประเทศในอิน โดจีน	0.308	0.362	-0.510	-0.517

ที่มา. จากการคำนวณ

จากตาราง 91 พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศในอิน โดจีน มีค่า 0.228 หมายความว่า เมื่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศในอิน โดจีนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.228 และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่อราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศในอิน โดจีน มีค่า 0.194 หมายความว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศในอิน โดจีนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.194

จากการวิเคราะห์ พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอิน โดจีนต่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย มีค่า 0.308 หมายความว่า เมื่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอิน โดจีนจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.308 และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอิน โดจีนต่อราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศไทย มีค่า 0.362 หมายความว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1

อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.362

แสดงว่า การท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เป็นสินค้าทดแทนกัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่า โดยทั่วไป ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวจะมีค่ามากกว่าหนึ่ง แต่ในข้อค้นพบกลับพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวมีค่าน้อยกว่าหนึ่ง ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจาก

1. ความสามารถในการทดแทนกันได้ของสินค้า กล่าวคือ ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนเป็นประเทศที่มีสินค้าการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกัน และสามารถทดแทนกันได้เกือบสมบูรณ์

2. ค่าครองชีพในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนไม่สูงนัก ดังนั้นในบางครั้งเมื่อเกิดการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจของผู้บริโภค รายรับรายจ่ายของผู้บริโภคเปลี่ยนไป ก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อ การขยายหรือหดตัวของอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนมากนัก

3. ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวที่หลากหลายได้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับมติดจากองค์การเพื่อการศึกษาและวัฒนธรรมของสหประชาชาติ ให้เป็นมรดกโลก รวมทั้งนครวัด นครธม ในประเทศกัมพูชา ยังเป็น 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลกในยุคใหม่ ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนอยู่ในภาวะที่สามารถจะแข่งขันกับสินค้าประเภทอื่น ๆ ได้ นักท่องเที่ยวที่เก็บสะสมเงินทองไว้เพื่อการท่องเที่ยวมักไม่ค่อยเปลี่ยนใจไม่เดินทาง

## ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศไทยในอินโดจีน

เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้จำนวนวันพักหรือสัดส่วนวันพัก และค่าใช้จ่ายรวมหรือสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมแทนความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการนำผลการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในแต่ละความหมายมาแสดงพร้อมกัน เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในภาพรวมของทั้งสองความหมายของอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีน

### กรณีนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทยในอินโดจีน

#### ตาราง 92

#### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวกับพหุชา

จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
- อายุ (กลุ่มมากกว่า 55 ปี) (-)	- อาชีพ (เกษียณอายุ)
- รสนิยม (วัฒนธรรม)	- รสนิยม (บันเทิง)
- เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชา วิทยุหรือโทรทัศน์	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชา ทางวิทยุหรือโทรทัศน์
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชา จากบุคคลรอบข้าง	- ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราฐ กัมพูชา)	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย (-)
- ค่าอาหาร	
- เส้นทางการบิน	
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 92 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพญา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เกษียณอายุ จะมีค่าใช้จ่ายรวมมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น แต่จะมีจำนวนวันพักน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในกัมพูชา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม กลุ่มที่เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว กลุ่มที่มีความประทับใจในเสียมราช (กัมพูชา) กลุ่มที่ทราบเส้นทางบินจากประเทศต้นทางสู่ประเทศปลายทางในอินโดจีน โดยตรง และกลุ่มที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในกัมพูชามากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทบันเทิง กลุ่มที่เชื่อมั่นในความปลอดภัยในกัมพูชา และกลุ่มที่ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน จะมีค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชามากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ จะมีทั้งจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมในกัมพูชามากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

### ตาราง 93

#### ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวสปป. ลาว

จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- ประสบการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย (-)	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว (-)
- เพศหญิง	- อายุ (มากกว่า 55 ปี)
- การไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีเคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจาก ไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว)
	- ปัจจัยความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (วังเวียง สปป. ลาว)
	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว)
	- การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวทางวิทยุหรือโทรทัศน์

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 93 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวสปป. ลาว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเพศหญิง กลุ่มมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน กลุ่มที่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยและไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้เนื่องจากไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักใน สปป. ลาวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 55 ปี กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางเที่ยว สปป. ลาวมาก่อน กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่มีความประทับใจในเวียงจันทน์ (สปป. ลาว) เวียง (สปป. ลาว) รวมทั้งหลวงพระบาง (สปป. ลาว) และกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวทางวิทยุหรือโทรทัศน์ จะมีค่าใช้จ่ายรวมในสปป. ลาวมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

#### ตาราง 94

##### ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม

จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	- อายุ (45-54 ปี)
- อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	- อาชีพ (เกษียณอายุ)
- รสนิยม (ประเพณี)	- รสนิยม (ประเพณี)
- รายได้ของนักท่องเที่ยว	- รายได้ของนักท่องเที่ยว
- ค่าที่พัก	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- ค่าตัวเครื่องบิน (-)	- การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคา
- การไม่ท่องเที่ยว (กรณีไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจากค่าครองชีพสูง	- การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน
- การไม่ท่องเที่ยว (กรณีไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ (-)	- การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของเวียดนามทางหนังสือหรือสิ่งพิมพ์
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในเวียดนาม (-)	- การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของเวียดนามจากบุคคลรอบข้าง
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม)
- ระดับความปลอดภัยในเวียดนาม	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 94 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นนักเรียนนักศึกษา กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในเวียดนาม กลุ่มที่ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อนและไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีค่าครองชีพสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในเวียดนามมากกว่ากลุ่มอื่น ส่วนกลุ่มที่ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อนและไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้เนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์รวมทั้งธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในเวียดนามน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุตั้งแต่ 45 ปีขึ้นไป กลุ่มที่ใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคาและจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน กลุ่มที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของเวียดนามทางหนังสือหรือสิ่งพิมพ์และจากบุคคลรอบข้าง กลุ่มที่มีความประทับใจในฮาลองเบย์ (เวียดนาม) จะมีค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนามมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม และกลุ่มมีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐต่อปี จะมีทั้งจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนามมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

## ตาราง 95

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน

จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
- อาชีพ (กลุ่มนักเรียน นักศึกษา)	- อาชีพ (เกษียณอายุ)
- รสนิยม (ประเพณี)	- รายได้ของนักท่องเที่ยว
- เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์	- การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์

## ตาราง 95 (ต่อ)

จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)	- การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของสปป. ลาวทางวิทยุหรือโทรทัศน์
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราษ กัมพูชา)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว)
- การไม่ท่องเที่ยว(กรณีไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจากค่าครองชีพสูง	- การใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคา
- ค่าใช้จ่ายด้านค่าตัวเครื่องบิน (-)	- การใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	
- ระดับความปลอดภัยในเวียดนาม	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 95 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา กลุ่มเกษียณอายุ กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี กลุ่มที่เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่มีความประทับใจในเสียมราษ (กัมพูชา) กลุ่มที่มีความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในเวียดนาม กลุ่มที่ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อนและไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีค่าครองชีพสูง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในอินโดจีนมากกว่ากลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของ สปป. ลาวทางวิทยุหรือโทรทัศน์ กลุ่มที่มีความประทับใจในหลวงพระบาง (สปป. ลาว) กลุ่มที่ใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคาและจำนวนความถี่ของเที่ยวบินจะมีค่าใช้จ่ายรวมในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์ จะมีจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

## ตาราง 96

## ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชีย

จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
- อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)	- ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา
- รายได้ของนักท่องเที่ยว	- รายได้ของนักท่องเที่ยว
- เพศหญิง	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- การไม่เที่ยวประเทศไทย (กรณีเคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจากไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ (-)	- การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน
- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย (-)	
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	

## ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 96 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชีย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา กลุ่มที่เป็นเพศหญิง กลุ่มที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก และกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมาก่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชีย กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่ใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเพราะมีจำนวนความถี่ของเที่ยวบินมาก และกลุ่มที่เชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในกัมพูชา จะมีค่าใช้จ่ายรวมในอินโดจีนมากกว่ากลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาจากประเทศในเอเชียที่มีจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี



## ตาราง 97

## ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในเอเชีย

จำนวนวันพัก	ค่าใช้จ่ายรวม
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	- รายได้ของนักท่องเที่ยว
- เดินทางคนเดียว	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- รสนิยม (ประเพณี)	- อาชีพ (เกษียณอายุ)
- การไม่เที่ยวประเทศไทย (กรณีไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ	- การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคา
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช กัมพูชา)	- การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน
	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาทางวิทยุหรือโทรทัศน์

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 97 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในเอเชีย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก กลุ่มที่เดินทางคนเดียว กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี กลุ่มที่มีความประทับใจในเสียมราช (กัมพูชา) และกลุ่มที่ไม่เที่ยวประเทศไทยเนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ (แม้ไม่เคยท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในอินโดจีนมากกว่ากลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในเอเชีย กลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่เกษียณอายุ และกลุ่มที่ใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทยเนื่องจากความเหมาะสมของราคาและจำนวนความถี่ของเที่ยวบินมาก จะมีค่าใช้จ่ายรวมในอินโดจีนมากกว่ากลุ่มอื่น

## กรณีนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

### ตาราง 98

#### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวม

สัดส่วนจำนวนวันหยุด	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย
- รายได้ของนักท่องเที่ยว	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- เพศหญิง	- อายุ (ต่ำกว่า 25 ปี)
- อาชีพ (แม่บ้าน)	- อายุ (45-54 ปี)
- ค่าอาหารในอินโดจีน (-)	- รสนิยม (ธรรมชาติ)
- ค่าที่พักในอินโดจีน (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย
- ค่าอาหารในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชา (-)
- ค่าที่พักในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป.ลาว (-)
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสปป.ลาว (-)	- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา (-)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา) (-)	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป.ลาว (-)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป.ลาว)	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม (-)

#### ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 98 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี กลุ่มที่เป็นเพศหญิง กลุ่มที่เป็นแม่บ้าน

กลุ่มที่จ่ายค่าอาหารและที่พักในอิน โดจิ้นน้อย กลุ่มที่จ่ายค่าอาหารและที่พักในประเทศ ไทยมาก กลุ่มที่มีความประทับใจในเวียงจันทน์ (สปป. ลาว) มาก นครวัด นครธม (กัมพูชา) น้อย และกลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมใน สปป. ลาวน้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอิน โดจิ้น มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี และกลุ่มที่มีอายุช่วง 45 – 54 ปี กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่มีรสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวใน สปป. ลาวและเวียคนามมาก่อน กลุ่มที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในประเทศไทยมาก กลุ่มที่พอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน กัมพูชาและ สปป. ลาวน้อย และกลุ่มที่พอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา น้อย จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอิน โดจิ้น มากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน ประเทศไทยต่อประเทศในอิน โดจิ้นมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในเวียคนามน้อย และกลุ่มที่มีความพอใจใน ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยมาก

จากตาราง 99 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่มาจาก ประเทศในเอเชีย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นแม่บ้าน กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พัก และค่าอาหารในประเทศไทยมาก กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารของประเทศใน อิน โดจิ้นน้อย กลุ่มที่มีความประทับใจในนครวัด นครธม (กัมพูชา) น้อย นักท่องเที่ยว กลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอิน โดจิ้น มากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นนักเรียน นักศึกษา กลุ่มที่มีอายุช่วง 45-54 ปี กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมใน กัมพูชาและเวียคนาม รวมทั้งกลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจ โรงแรมที่พักในสปป. ลาวน้อย

จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีน มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชียที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต

## ตาราง 99

### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในเอเชีย

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- อาชีพ (แม่บ้าน)	- อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)
- ค่าที่พักในประเทศไทย	- อายุ (45-54 ปี)
- ค่าอาหารในประเทศไทย	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- ค่าอาหารในอินโดจีน (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา) (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา (-)
	- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว (-)

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 100 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในเอเชีย พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่พอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย กลุ่มมีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก กลุ่มมีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี กลุ่มที่เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านที่พักในประเทศไทยมาก กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พักในอินโดจีนน้อย กลุ่มที่มีความประทับใจในนครวัด นครธม (กัมพูชา) น้อย กลุ่มที่รับรู้การส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีนน้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีน มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

### ตาราง 100

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในเอเชีย

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย
- ค่าที่พักในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชา (-)
- ค่าที่พักในอินโดจีน (-)	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- เดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม (-)
- รายได้ของนักท่องเที่ยว	- อายุ (ต่ำกว่า 25 ปี)
- ปัจจัยความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา) (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสปป.ลาว (-)
- การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (-)	
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยมาก กลุ่มที่พอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชาน้อย กลุ่มที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มใน สปป.ลาวน้อย กลุ่มมีอายุต่ำกว่า 25 ปี กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนามมาก่อน จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในเอเชียที่มีสัดส่วนจำนวนวันพัก และสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และกลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามน้อย

### การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

#### ตาราง 101

#### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ ในสปป. ลาว)	- ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (พระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย)
- อายุ (กลุ่มมากกว่า 55 ปี)	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- อายุ (กลุ่ม 25-34 ปี) (-)	- สถานภาพสมรส
- อาชีพ (แรงงาน เกษตรกรและชาวประมง) (-)	- ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย
- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในกัมพูชา (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา (-)
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมีคุณภาพในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมีคุณภาพในเวียดนาม (-)	- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว (-)
- ค่าอาหารในอินโดจีน	
- ค่าที่พักในประเทศไทย	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 101 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความประทับใจในเวียงจันทน์ (สปป. ลาว) กลุ่มมีอายุมากกว่า 55 ปีและกลุ่มที่ไม่ได้มีอายุช่วง 25-34 ปี กลุ่มที่ไม่ได้ประกอบอาชีพแรงงาน

เกษตรกรและชาวประมง กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พักในประเทศไทยและค่าอาหารในอินโดจีนมาก กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยมาก กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจ โรงแรมที่พักในกัมพูชาและธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในเวียดนามน้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีความประทับใจในพระนครศรีอยุธยา (ประเทศไทย) กลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่สมรสแล้ว กลุ่มที่เชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในประเทศไทย กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา และเวียดนามน้อย และกลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจ โรงแรมที่พักใน สปป. ลาวน้อย จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีน มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต

## ตาราง 102

### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา (-)
- ค่าที่พักในประเทศไทย	- อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)
- รสนิยม (ธรรมชาติ)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- รสนิยม (ประเพณี)	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 102 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเพณี กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พักในประเทศไทยมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เป็นนักเรียนนักศึกษา กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามน้อย จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น เป็นกลุ่มที่รับข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต และมีความพอใจในธุรกิจอาหารเครื่องดื่มในกัมพูชาน้อย

### ตาราง 103

#### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (กรุงเทพฯ ประเทศไทย) (-)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เชียงใหม่ ประเทศไทย) (-)
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา (-)
- อาชีพ (ธุรกิจส่วนตัว) (-)	- อายุ (25-34 ปี) (-)
- การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (-)	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ค่าอาหารในประเทศไทย	
- ค่าอาหารในอินโดจีน (-)	
- ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย	
- ระดับความปลอดภัยในสปป. ลาว	
- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม (-)	

ที่มา. จากการสังเคราะห์



จากตาราง 103 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวอเมริกัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน กลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มประกอบธุรกิจส่วนตัว กลุ่มที่มีความประทับใจในกรุงเทพฯ (ประเทศไทย) น้อย กลุ่มมีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยมาก กลุ่มที่ไม่รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารในประเทศไทยมาก กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารในอินโดจีนน้อย กลุ่มที่เชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในสปป. ลาวและประเทศไทย และกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนามมาก่อน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุช่วง 25-34 ปี กลุ่มที่มีความประทับใจในเชียงใหม่ (ประเทศไทย) น้อย กลุ่มมีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชาน้อย กลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามน้อย

## ตาราง 104

## ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- อายุ (กลุ่ม 35-44 ปี)	- อายุ (45-54 ปี) (-)
- รสนิยม (โบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (นครวัด นครธม กัมพูชา) (-)
- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย	- รสนิยม (ประเพณี) (-)
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชา (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
	- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พัก ในสปป. ลาว (-)
	- รสนิยม (ธรรมชาติ) (-)
	- เดินทางคนเดียว
	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต

## ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 104 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย กลุ่มที่เชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในกัมพูชา กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ กลุ่มที่พอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทยมาก และกลุ่มที่พอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชาน้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเพณี กลุ่มที่เดินทางคนเดียว กลุ่มที่พอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาวและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามน้อย จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

## ตาราง 105

## ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย
- ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา	- ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา (-)
- อายุ (35-44 ปี) (-)	- อาชีพ (เกษียณอายุ)
- อาชีพ (พนักงานของรัฐและภาคเอกชน) (-)	- ระดับการศึกษา
- อาชีพ (ผู้บริหารและนักวิชาชีพเฉพาะ) (-)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (พนมเปญ กัมพูชา) (-)
- รายได้ของนักท่องเที่ยว	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ซานอย เวียดนาม) (-)	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา (-)
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)	

## ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 105 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส พบว่า นักท่องเที่ยว กลุ่มที่เชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในกัมพูชามาก จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น แต่จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนน้อยกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับปัจจัยอื่น ๆ ที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส คือ นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอายุช่วง 35-44 ปี กลุ่มที่เป็นพนักงานของรัฐและภาคเอกชน เป็นกลุ่มบริหารและนักวิชาชีพเฉพาะ กลุ่มมีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี กลุ่มมีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามน้อย กลุ่มที่มีความประทับใจในซานอย (เวียดนาม) น้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เกษียณอายุ กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวกัมพูชา กลุ่มที่มีความประทับใจในพนมเปญน้อย

(กัมพูชา) และเวียงจันทน์ (สปป. ลาว) มาก จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีน มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในประเทศไทยมาก

#### ตาราง 106

##### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอังกฤษ

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในเวียดนาม (-)	- รสนิยม (แหล่งบันเทิง)
- ค่าอาหารในประเทศไทย	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย
- ค่าอาหารในอินโดจีน (-)	
- อาชีพ (แรงงาน เกษตรกรและชาวประมง) (-)	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 106 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวอังกฤษ พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารในประเทศไทยมากและในอินโดจีนน้อย กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องคืมในเวียดนามน้อย เป็นกลุ่มแรงงาน เกษตรกรและชาวประมง นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทบันเทิง กลุ่มมีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม

ในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต

### ตาราง 107

#### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน	- ระยะเวลาในการพักผ่อน
- การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (-)	- การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน (-)
- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว (-)	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาว (-)
- ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา (-)	- ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย
- ปัจจัยความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม) (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (กรุงเทพฯ ประเทศไทย) (-)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช กัมพูชา) (-)
- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
	- อาชีพ (ผู้บริหาร นักวิชาชีพเฉพาะ) (-)

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 107 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย กลุ่มที่เชื่อมั่นในระดับความปลอดภัยในกัมพูชาน้อย กลุ่มที่มีความประทับใจในฮาลองเบย์ (เวียดนาม) และกรุงเทพฯ (ประเทศไทย) น้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่เชื่อมั่นในความปลอดภัยในประเทศไทยมาก กลุ่มที่มีความประทับใจในเสียมราช (กัมพูชา) น้อย กลุ่มที่เป็นนักบริหารและนักวิชาชีพเฉพาะ กลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีน มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนมาก กลุ่มที่ทราบการส่งเสริมท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน และกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาวมาก่อน

#### ตาราง 108

##### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนาม	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา (-)
- ระดับการศึกษา	- อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)
- ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (วังเวียง สปป. ลาว) (-)	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ความพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว) (-)	- ระดับความปลอดภัยในสปป. ลาว (-)
- ค่าที่พักในอินโดจีน (-)	
- ค่าอาหารในประเทศไทย	

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 108 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีกลุ่มมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนามมาก่อน กลุ่มที่มีระดับการศึกษาสูง กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารในประเทศไทยมาก กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าที่พักในประเทศในอินโดจีนน้อย กลุ่มที่มีความประทับใจในวังเวียง (สปป. ลาว) และเวียงจันทน์ (สปป. ลาว) น้อย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวกัมพูชามาก่อน กลุ่มที่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มที่ไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยในสปป. ลาว จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

## ตาราง 109

## ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

สัดส่วนจำนวนวันพัก	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศ ไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศ ไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว) (-)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม) (-)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราช กัมพูชา)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮานอย เวียดนาม) (-)
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มใน เวียดนาม (-)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (โฮจิมินห์ เวียดนาม) (-)
- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทย	- ความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว (-)
- ระดับการศึกษา (-)	- อายุ (45-54 ปี)
*	- รสนิยม (บ้านเท็ง) (-)
	- ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 109 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน กลุ่มที่มีความประทับใจในหลวงพระบาง (สปป. ลาว) น้อย ในเสียมราช (กัมพูชา) มาก กลุ่มที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามน้อย กลุ่มที่พอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในประเทศไทยมาก กลุ่มที่มีระดับการศึกษาต่ำ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทบ้านเท็ง กลุ่มที่มีความประทับใจในฮาลองเบย์ (เวียดนาม) ฮานอย (เวียดนาม) และโฮจิมินห์ (เวียดนาม) น้อย กลุ่มที่มีอายุในช่วง 45-54 ปี กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักในสปป. ลาว น้อย และกลุ่มที่ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่มีสัดส่วนจำนวนวันหยุดและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต

#### ตาราง 110

##### ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

สัดส่วนจำนวนวันหยุด	สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต	- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต
- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา (-)	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา (-)
- ค่าอาหารในประเทศไทย	- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย
- อาชีพ (พนักงานบริการ) (-)	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (เวียงจันทน์ สปป. ลาว)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (หลวงพระบาง สปป. ลาว) (-)
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (วังเวียง สปป. ลาว)
	- ความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว (พนมเปญ กัมพูชา)
	- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชา (-)
	- การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน
	- ระดับความปลอดภัยในสปป. ลาว (-)
	- รสนิยม (ธรรมชาติ)

ที่มา. จากการสังเคราะห์

จากตาราง 110 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา กลุ่มที่มีความประทับใจในเวียงจันทน์ (สปป. ลาว) กลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มพนักงานบริการ กลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายด้านค่าอาหารในประเทศไทยมาก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีสัดส่วนจำนวนวันหยุดในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น



ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมาก่อน กลุ่มที่มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชาน้อย กลุ่มที่มีความประทับใจในวังเวียง (สปป. ลาว) และพนมเปญ (กัมพูชา) มาก และกลุ่มที่มีความประทับใจในหลวงพระบาง (สปป. ลาว) น้อย กลุ่มที่ทราบการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน กลุ่มที่เชื่อมั่นในความปลอดภัยในสปป. ลาวน้อย กลุ่มที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ จะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวแคนาดาที่มีสัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากขึ้น จะเป็นกลุ่มที่รับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยทางอินเทอร์เน็ต กลุ่มที่ไม่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในกัมพูชา และกลุ่มที่พอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามน้อย

### **แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีน (การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 3)**

สำหรับแนวทางการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนใน แบ่งแนวทางการส่งเสริมออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับพหุภาคี ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนร่วมกัน
2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับทวิภาคี โดยแบ่งออกเป็น
  - 2.1 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและกัมพูชา
  - 2.2 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและสปป. ลาว
  - 2.3 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและเวียดนาม
3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว
  - 3.1 นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย
  - 3.2 นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

### 3.3 ตามสัญชาติ

#### แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับพหุภาคี

ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นอกจากจะใช้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนแล้ว นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ยังตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยควบคู่ด้วย โดยจากการวิเคราะห์ผลการศึกษา ทำให้ทราบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางผ่านประเทศไทยสู่ประเทศในอินโดจีนนั้น นักท่องเที่ยวร้อยละ 76.7 เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน มีเพียงร้อยละ 23.3 ที่เลือกเดินทางเฉพาะประเทศในอินโดจีน ซึ่งผลการศึกษานี้ถือได้ว่าเป็นประโยชน์ต่อประเทศไทย และเป็นไปตามแผนการผลักดันของรัฐบาลประเทศไทย ที่ได้พยายามพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคนี้ โดยอาศัยศักยภาพความหลากหลายของทรัพยากรการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศที่มีอยู่ภายในกลุ่มอนุภูมิภาคนำมาผสมผสานร่วมกันให้เกิดประโยชน์สูงสุด

ถึงแม้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวในบางส่วนที่ไม่ได้เลือกเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย เพียงแต่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูเพื่อเดินทางไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านโดยการแวะเปลี่ยนเครื่องเท่านั้น ซึ่งอาจทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ไม่เต็มที่มากนักเมื่อเทียบกับการที่นักท่องเที่ยว แวะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองประเทศไทย แต่ประโยชน์ที่ประเทศไทยจะได้รับจากการเป็นประตูสู่อินโดจีน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้สนามบินของประเทศไทย ซึ่งมีความพร้อมมากกว่าประเทศในอินโดจีนในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกทางด้านบริการท่องเที่ยวอันได้แก่ โรงแรม ภัตตาคาร ร้านค้าปลอดภาษี ที่อยู่ในระดับมาตรฐาน ทำให้ประเทศไทยมีความได้เปรียบทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพที่มากกว่าประเทศเพื่อนบ้านในอินโดจีน

ผลวิเคราะห์จากการศึกษานักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางเฉพาะประเทศในอินโดจีนพบว่า การใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทยเป็นปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนค่าใช้จ่ายในเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นโอกาสความเป็นไปได้ที่ประเทศไทยจะได้รับผลประโยชน์

จากการใช้จ่ายส่วนนี้บ้าง โดยการเร่งกระตุ้นหรือประชาสัมพันธ์ให้เกิดการใช้จ่าย ใช้สอยภายในสนามบินในประเทศไทย ในรูปของการจำหน่ายสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ ของประเทศไทย และสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

นอกเหนือไปจากผลประโยชน์จากการเป็นประตูรับนักท่องเที่ยวกระจายไปยัง ประเทศเพื่อนบ้านแล้ว การรวมกลุ่มเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันของประเทศ สมาชิกโครงการ GMS-EC และ ACMECS จะส่งผลให้มีการกระจาย ในการส่งเสริม ระหว่างกันแก่ประเทศสมาชิกในกลุ่มอีกด้วย กล่าวคือ ในการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจ เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะเป็นประโยชน์ ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงให้สามารถขยายตัวอย่าง ต่อเนื่องในระดับระหว่างประเทศและระดับอุตสาหกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ในอนาคต หากจะทำการพิจารณาถึง อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไม่ ได้มาจากประเทศในเอเชียที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศใน อินโดจีน พบว่า ปัจจัยที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนระยะเวลาพัก ในประเทศไทยต่อระยะเวลาพักทั้งหมด คือ ปัจจัยการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงไทย-อินโดจีน นั่นคือ นักท่องเที่ยวที่รับรู้ข่าวสารการส่งเสริมการท่องเที่ยว เชื่อมโยงไทย-อินโดจีน จะมีระยะเวลาพักในประเทศไทยนานขึ้น แต่ผลศึกษาพบว่า มี นักท่องเที่ยวที่รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งหมดเพียงร้อยละ 18.02 เท่านั้น ทั้งนี้อาจ เนื่องมาจากการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในประเทศไทย-อินโดจีน ถือเป็นสินค้าทางการ ท่องเที่ยวแบบใหม่ที่มีคนรู้จักน้อย การเผยแพร่ข่าวสารดังกล่าวกระจายไปยังประเทศ ต่าง ๆ ยังไม่แพร่หลาย นอกจากนี้การขาดความพร้อมในโครงสร้างพื้นฐานที่ส่งเสริม การเชื่อมโยง ดังนั้น หากต้องการจะทำให้โอกาสในการขยายตัวของสัดส่วนระยะเวลา พักในประเทศไทยต่อระยะเวลาพักทั้งหมดเพิ่มขึ้น ก็ควรมีการจัดวางนโยบายส่งเสริม การท่องเที่ยวร่วมกันให้เหมาะสม โดยใช้ปัจจัยที่ได้รับจากการศึกษามาเป็นตัวกำหนด การวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทั้งของประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนให้เชื่อมโยงกันและเติบโตได้ อย่างยั่งยืน เพื่อที่จะสามารถแข่งขันกับตลาดการท่องเที่ยวอื่นของโลกได้ ซึ่งโอกาสที่

ประเทศไทยจะได้รับผลประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาค  
ก็จะมีตามมาด้วย

จากผลการศึกษาที่ผ่านมาข้างต้น สามารถนำผลการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปร  
ต่าง ๆ และผลการวิเคราะห์ทางสถิติที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายส่งเสริม  
อุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางผ่านประเทศไทยสู่  
ประเทศในอินโดจีน โดยมีทั้งสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพัก  
ทั้งหมดทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน และสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมใน  
ประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนเพิ่ม  
สูงขึ้น หรือมีประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางของการท่องเที่ยวต่อไป

จากแนวนโยบายที่กล่าวไปในข้างต้นทั้งหมดนั้น เป็นเพียงแนวทางหนึ่งของการ  
นำผลการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ  
ที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน มาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวซึ่งอาจ  
ทำให้แนวนโยบายที่ออกมามีผลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับพหุภาคี  
ดังนี้

1. กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการแข่งขันในตลาดโลกร่วมกัน โดยกำหนดรูปแบบ  
เป็นสินค้าขายร่วมกัน โดยวางอินโดจีน (เวียดนาม กัมพูชา และสปป. ลาว) เป็นจุดขาย  
และประเทศไทยเป็นประตูสู่จุดขาย จากการศึกษา พบว่า ภาครัฐบาลได้ให้ความสำคัญ  
ในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะประเทศใน  
อินโดจีน ดังจะเห็นได้จากการบรรจุเป้าหมาย การพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยว  
ไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 7 ถึงฉบับที่ 9 รวมทั้งมีส่วน  
ร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจใน  
โครงการ GMS-EC ซึ่งมีเป้าหมายในการพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวให้เป็นตลาดเดียว  
รวมทั้งการสนับสนุนโครงการ GMS-EC สาขาการท่องเที่ยวเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการ  
เป็นตลาดเดียว ซึ่งมีแผนการดำเนินงานสู่การเป็นตลาดเดียว โดยการพัฒนาประเทศไทย  
ให้มีบทบาทหลักในการเป็นประตูภูมิภาค

นอกจากนี้จากผลการศึกษายังพบว่า เสียมราช (กัมพูชา) และ หลวงพระบาง (สปป. ลาว) เป็นปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เลือกท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน และนครวัด นครธม (กัมพูชา) เป็นปัจจัยที่ทำให้สัดส่วนจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและอินโดจีนลดลง แม้ว่าจากผลการศึกษาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาของสินค้าชนิดอื่น พบว่า ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะเป็นสินค้าทดแทนกัน แต่ไม่มีสินค้าท่องเที่ยวใดที่ทดแทนกันได้อย่างสมบูรณ์ เพราะแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละประเทศจะมีเอกลักษณ์และจุดขายเป็นของตนเอง ประกอบกับประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนยังคงมีระดับ และความสามารถในการพัฒนาการท่องเที่ยวไม่เท่าเทียมกัน ดังนั้น จึงเป็นโอกาสที่ดีของประเทศไทยในการจะเป็นผู้นำด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้ประโยชน์จากการเป็นประตูสู่อินโดจีน

2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง โดยให้ความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวทั้งทางอากาศและทางบก เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน มีความคิดเห็นว่า การพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงตามกรอบโครงการ GMS-EC ส่งผลต่อการทำให้จำนวนเที่ยวบินและเส้นทางบินระหว่างประเทศไทย-กัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนามเพิ่มขึ้น รวมทั้งส่งผลต่อการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศไทยไปยังกัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนามเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานในโครงการ GMS-EC ที่ดำเนินงานในการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยงทั้งทางบกและทางอากาศ แม้ว่าการดำเนินงานดังกล่าวยังประสบปัญหาในการก่อสร้างเส้นทางเชื่อมโยงทางบกบางเส้นทาง รวมทั้งการดำเนินงานพัฒนาสนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิที่ยังไม่สามารถเปิดใช้งานในปัจจุบันได้ และแม้ว่าจากการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบิน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน พบว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่าร้อยละ 1 แต่แนวทางการส่งเสริมการเดินทางทางอากาศไม่ควรถูกละเลย เนื่องจากพบผลการศึกษา การใช้เส้นทางบินผ่าน

ประเทศไทยด้วยเหตุผลด้านความเหมาะสมของราคาและความถี่ของจำนวนเที่ยวบินมีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน โดยประเทศไทยเองควรใช้ความได้เปรียบในการเป็นศูนย์กลางทางการบิน ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยสายการบินของประเทศไทยให้มากที่สุดเพื่อผลประโยชน์สูงสุดของประเทศ สำหรับประเทศต่าง ๆ ในอินโดจีนควรเร่งปรับปรุงสนามบินของประเทศตนให้มีความสะดวกสบาย รวมทั้งส่งเสริมให้มีสินค้าต่าง ๆ จัดจำหน่ายในท่าอากาศยาน เพื่อกระตุ้นยอดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานให้เพิ่มขึ้น เน้นให้มีจำนวนเที่ยวบินระหว่างประเทศในอินโดจีนกันเองเพิ่มขึ้นด้วย นอกจากนี้รัฐบาลทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนควรร่วมมือกันเปิดเสรีการเดินทางในทางบก และเปิดเสรีทางการบินในภูมิภาค ตามข้อเสนอแนะของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน

3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะ VISA ไทยใบเดียวเที่ยวอินโดจีนได้ มาเป็นจุดขาย เนื่องจากในงานศึกษารัชนี พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน พบปัญหาของความไม่สะดวกในการทำเอกสารเข้าประเทศ (วีซ่า) ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน ที่ยังพบปัญหาระเบียบและข้อปฏิบัติของการให้วีซ่าของสมาชิกบางประเทศยังไม่มีความพร้อม และมีขั้นตอนของการขอวีซ่าที่ซับซ้อน รวมทั้งสอดคล้องกับปัญหาของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงมหาดไทย ซึ่งพบปัญหาการเตรียมมาตรการอำนวยความสะดวกในการผ่านแดนที่ยังไม่สะดวกและรวดเร็วนัก นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน ได้เสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนไว้ว่า ในกรณีเดินทางหลายประเทศในอินโดจีน ควรยกเลิกการขอวีซ่าเข้าแต่ละประเทศในอินโดจีน และควรให้มีวีซ่าในประเทศไทยใบเดียว โดยสามารถใช้ในอินโดจีนได้

ดังนั้น ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนควรร่วมมือกันในระดับรัฐบาลต่อรัฐบาล (G to G) หาข้อสรุปทั้งในการผ่อนปรนระเบียบการเข้าเมือง (VISA Formalities) และการใช้วีซ่าร่วมกัน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านประเทศไทยสู่อินโดจีน

สามารถนำวีซ่าประเทศไทยไปใช้ได้กับทุกประเทศในอินโดจีน ก็จะทำให้ลดความยุ่งยากในการขอวีซ่าในแต่ละประเทศและนำมาซึ่งการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนที่แท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางในการส่งเสริมของโครงการ GMS-EC รวมทั้งสอดคล้องกับการประชุมกลุ่ม ACMECS เมื่อวันที่ 2-3 พฤศจิกายน 2548 ประเทศไทยได้ลงนามร่วมกับกัมพูชาเพื่อออก ACMECS Single Visa ส่วนประเทศสมาชิกอื่น ๆ จะลงนามในโอกาสต่อไป

4. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจ โรงแรม และที่พัก และธุรกิจสายการบินในประเทศไทย เป็นผู้นำในการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศไทย-อินโดจีน ร่วมกับผู้ประกอบการในอินโดจีน โดยใช้ GMS Business Forum เป็นเวทีที่สำคัญในการส่งเสริมความสามัคคีในกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจ ให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าวจะส่งผลให้ประเทศไทยเป็นเมืองศูนย์กลางการบิน โรงแรมที่พัก และการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในภูมิภาคอินโดจีนที่แท้จริง เนื่องจากในการศึกษาคั้งนี้ พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีนยังมีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการ GMS- EC น้อย

5. การร่วมมือกันในระดับภาคีรัฐบาลในการติดตามข้อมูลและโครงการ GMS-EC และ ACMECS ในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางให้ครบครัน เนื่องจากในงานศึกษาคั้งนี้ พบว่า ความปลอดภัยในประเทศเวียดนามเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะอินโดจีน และสอดคล้องกับข้อเสนอแนะปรับปรุงของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้ประเทศในอินโดจีนร่วมกันสร้างภาพพจน์ของอินโดจีนในด้านโครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางและความปลอดภัย รวมทั้งสอดคล้องกับความพยายามในการดำเนินงานของภาคีรัฐบาลตามโครงการ GMS-EC ในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทาง

6. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นจุดขายของประเทศในอินโดจีนและประเทศไทย เนื่องจากในการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวประเภท

ประเพณี-วัฒนธรรมจะมีอุปสงค์การท่องเที่ยวในอินโดจีน กัมพูชาและเวียดนามมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชียที่ ชอบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจะมีอุปสงค์การท่องเที่ยวในอินโดจีนมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวไต้หวันที่ชอบการท่องเที่ยวประเภท ประเพณีจะมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดน้อยกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น สอดคล้องกับเหตุผลที่นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางกลับมาเยือน ประเทศไทยว่าเป็นเพราะ “วัฒนธรรมน่าดึงดูดใจ เป็นสถานที่ประวัติศาสตร์ ชอบ ศาสนาพุทธในไทย ชอบวัดในประเทศไทย มีศิลปะทุกสิ่งทุกอย่างที่สวยงาม” เหตุผล สำหรับความต้องการเดินทางมาเยือนกัมพูชาอีกครั้งว่าเป็นเพราะ “อยากมาดูความ ยิ่งใหญ่ของสถาปัตยกรรมในอดีตที่สร้างไว้อีกครั้ง วัฒนธรรมน่าดึงดูดใจมาก วัดเป็นที่ แสดงประวัติศาสตร์ได้น่าสนใจมาก มีประวัติศาสตร์น่าสนใจมาก วัฒนธรรมหาดูได้ยาก มีชีวิตชีวน่าสนใจมาก นครวัด มหาเจดีย์มาก ได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่ดีมาก” และเหตุผล ในความต้องการเดินทางมาเยือนสปป. ลาวอีกครั้งว่าเป็นเพราะ “ชอบวัฒนธรรมความ เป็นอยู่ของหมู่บ้าน ชอบวิถีชีวิตที่ดำเนินชีวิตศาสนาพุทธ ชอบหลวงพระบางเพราะมี พิธีกรรมเวียนเทียนที่ดีมาก อยากกลับมาสัมผัสวัฒนธรรม”

7. ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่ยังคงรักษา สิ่งแวดล้อม เนื่องจากในการศึกษาพบว่า รสนิยมประเภทธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อ การเพิ่มสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยว ชาวไต้หวันและชาวแคนาดาและนักท่องเที่ยวทั้งหมด และเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดนานขึ้น ซึ่ง สอดคล้องกับการแสดงความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาเยือนประเทศไทย อีกครั้งว่าเป็นเพราะสภาพแวดล้อม ลักษณะภูมิประเทศของประเทศไทยเป็นธรรมชาติ เหมาะสำหรับการพักผ่อนที่ดี และชื่นชมประเทศไทยในการนำขยะประเภทขวดพลาสติก กลับมาใช้ใหม่ อย่างไรก็ตามได้แนะนำประเทศไทยไว้ว่า ให้ทำความสะอาดบ้านเมือง ให้มากกว่านี้ เนื่องจากมีขยะมากล้นถังขยะและควรลดมลพิษในกรุงเทพฯ ให้น้อยลง รวมทั้งแนะนำกัมพูชาไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่องความสะอาดบนท้องถนนและในเขตเมือง



8. สร้างความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวในการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เนื่องจากในงานศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวได้แนะนำประเทศไทยและสปป. ลาวไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่องโปรแกรมทัวร์ให้หลากหลายและมีปริมาณมากกว่าในปัจจุบัน

9. การจัดทำโครงการด้านการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการแก่ประเทศในอินโดจีน เนื่องจากในงานศึกษา พบว่า ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอินโดจีน คือ การขาดการบริการที่ได้มาตรฐาน ดังนั้นประเทศไทยในฐานะศูนย์ประสานงานโครงการด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว จึงควรดำเนินการโครงการดังกล่าวเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอินโดจีนให้มีคุณภาพและมีมาตรฐานในการบริการด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น

9.1 การจัดอบรมมัคคุเทศก์ร่วมกันเพื่อสร้างคุณภาพและมาตรฐานการบริการที่เท่าเทียมกัน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ในการพิจารณาความพอใจของนักท่องเที่ยวในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในประเทศไทย กัมพูชา และเวียดนามโดยภาพรวมแล้วมีความพอใจในอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ความพอใจของนักท่องเที่ยวในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ในสปป. ลาวอยู่ในระดับปานกลาง

9.2 เรื่องการจัดระบบเรื่องการรักษาความปลอดภัย เนื่องจากในการศึกษาพบว่า ความปลอดภัยในเวียดนามเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะปรับปรุงของนักท่องเที่ยวที่ต้องการให้ประเทศในอินโดจีนร่วมกันสร้างภาพพจน์ด้านความปลอดภัย

9.3 การร่วมสร้างภาพลักษณ์ เรื่องความซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เนื่องจากในการศึกษาพบว่าเหตุผลที่นักท่องเที่ยวไม่ปรารถนาเยือนเวียดนามอีก คือ ความไม่ซื่อสัตย์ของประชาชนในเวียดนาม ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวได้แนะนำเวียดนามไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่อง อุปนิสัยรวมทั้งการบริการของผู้คน โดย

ต้องการให้ประชาชนเป็นมิตร ช่วยเหลือ ซื่อสัตย์ ไม่หิวเงินและไม่พุงควาจาก้าวร้าว ทั้งนี้ ประเทศไทยเอง ควรเร่งแก้ไขปัญหาการค้าบริการทางเพศ เพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ของ ประเทศด้านการค้าบริการทางเพศให้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่ปรารถนามาเยือนประเทศไทยอีก ให้เหตุผลในปัญหาการค้าบริการทางเพศ

9.4 การจัดทำข้อมูลให้มีความสมบูรณ์และส่งผ่านข้อมูลที่เป็นระบบและมี ประสิทธิภาพ โดยการจัดการระบบฐานข้อมูลการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวสามารถ เข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวอย่างง่ายดาย เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวได้ แนะนำเวียดนามให้ปรับปรุงเรื่อง การเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว

10. ทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน ไม่ควรใช้กลยุทธ์การลดราคาสินค้า การท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากในการศึกษาความยืดหยุ่นใน การศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคา พบว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ การท่องเที่ยวต่อราคา สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งเฉพาะประเทศในอิน โดจีน และท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน เมื่อราคาหรือค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยวทั้งหมดเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์ของการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไป ในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่าร้อยละ 1 หมายความว่า หากประเทศไทยและประเทศใน อิน โดจีนใช้กลยุทธ์การลดราคาสินค้าการท่องเที่ยวลงร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวจะ เพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 1

11. ประเทศไทย กัมพูชา และเวียดนาม ไม่ควรใช้กลยุทธ์การลดราคาค่าตัว เครื่องบินในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากในการศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์ การท่องเที่ยวต่อราคาค่าตัวเครื่องบินสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งเฉพาะ ประเทศในอิน โดจีน และท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน พบว่า เมื่อ ราคาค่าตัวเครื่องบินเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปใน ทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่า 1 หากประเทศใดประเทศหนึ่งลดราคาค่าตัวเครื่องบินลง อุปสงค์การท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 1

12. การประชาสัมพันธ์โครงการ “ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง” ควร ประชาสัมพันธ์ไปยังนักท่องเที่ยวทั่วโลกในฐานะผู้บริโภคสินค้าซึ่งยังไม่ทราบโครงการ

นี้มากนัก รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ไปยังภาคเอกชนทั้งในประเทศไทยและประเทศใน  
อินโดจีนในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวร่วมกัน โดยการ

12.1 สร้างนโยบายเชิงรุกในการประชาสัมพันธ์โครงการส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่รับรู้การ  
ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน จะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วน  
ระยะเวลาพักในประเทศไทยต่อระยะเวลาพักทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน แต่มีนักท่องเที่ยวที่  
รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งหมดเพียงร้อยละ 18.02 เท่านั้น ดังนั้นประเทศไทยใน  
ฐานะผู้นำความร่วมมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ตามโครงการ GMS-EC  
ควรจัดให้มีการจัดวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างประเทศไทยและ  
ประเทศในอินโดจีนให้เหมาะสม เช่น สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น  
สนามบิน โรงแรม VISA ร่วมกัน รวมทั้งการเป็นผู้นำในการจัดเทศกาลร่วมกัน เช่น  
เทศกาลสงกรานต์ งานบุญ ลอยกระทง และ งานบวช โดยใช้ปัจจัยที่ได้รับจากการศึกษา  
มาเป็นตัวกำหนดการวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ในการพัฒนา  
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งของประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนให้เติบโตได้  
อย่างยั่งยืนและสามารถแข่งขันกับตลาดการท่องเที่ยวอื่นของโลกได้ ซึ่งโอกาสที่  
ประเทศไทยจะได้รับผลประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคนี้  
จะมีตามมาด้วย

12.2 การมีนโยบายเชิงรับในการช่วยประเทศในอินโดจีนวางยุทธศาสตร์การ  
ประชาสัมพันธ์ข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศในอินโดจีน โดยช่วยให้มีช่องทางในการ  
ประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายมากขึ้น เนื่องจากในงานศึกษาครั้งนี้ พบว่าจากการศึกษา  
แนวทางการส่งเสริมประเทศในอินโดจีน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศใน  
อินโดจีน ส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหนังสือและเพื่อน ดังนั้น  
ควรนำเสนอช่องทาง การประชาสัมพันธ์ให้หลากหลายขึ้น โดยอาจนำเสนอในช่องทาง  
อื่นเพิ่มเติม เช่น ทางอินเทอร์เน็ต เป็นต้น รวมทั้งมีนโยบายเชิงรับให้ความช่วยเหลือ  
เท่าที่ทำได้เมื่อเขาร้องขอ หรือหากนักท่องเที่ยวมีจุดหมายหลักที่ประเทศในอินโดจีน

มากกว่าประเทศไทย ประเทศไทยก็ควรให้ความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยวร่วมกัน โดยใช้เทศกาลในอินโดจีนเป็นหลัก

สำหรับประเทศไทย ควรตั้งศูนย์แสดงสินค้าประเทศไทย-อินโดจีน รวมทั้ง ศูนย์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศไทย-อินโดจีน ณ ท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทย เพื่อเร่งกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้ประเทศไทยเป็นเพียงประตูทางผ่านสู่ประเทศในอินโดจีนให้มีสัดส่วนการใช้จ่ายในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนสูงขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังคงมีสัดส่วนการใช้จ่ายในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนต่ำ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวของประเทศในอินโดจีนมีความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนสูงมาก ปัจจัยประสพการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนามและสปป.ลาว จึงเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น หากนักท่องเที่ยวมีประสพการณ์การท่องเที่ยวในประเทศในอินโดจีนแล้ว ยังคงกลับมาท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนอีก และยังคงใช้ประเทศไทยเป็นเส้นทางผ่านเช่นเดิม ประเทศไทยก็จะได้รับประโยชน์จากนโยบายการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานนานาชาติในประเทศไทยดังกล่าว

13. การสร้างการเรียนรู้ในแง่ของอารมณ์ (perception) ในความเป็นภูมิภาคแห่งอารยธรรมของอินโดจีน เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า เสียมราช (กัมพูชา) และหลวงพระบาง (สปป.ลาว) เป็นปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน และนครวัด นครธม (กัมพูชา) เป็นปัจจัยที่ทำให้สัดส่วนจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เลือกท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและอินโดจีนลดลง สอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม-ประเพณี จะมีจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมในอินโดจีนมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น และในผลการศึกษาค่าความยืดหยุ่นของราคาหรือค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดทั้งนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเฉพาะประเทศในอินโดจีน พบว่า ถ้าราคาหรือ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวทั้งหมดเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามมากกว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทย และจากผลการศึกษาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาตั๋วเครื่องบิน พบว่า เมื่อราคาค่าตั๋วเครื่องบินของอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามมากกว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน จึงกล่าวได้ว่าผู้บริโภคสินค้าท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนมีความภักดีต่อสินค้ามาก ดังนั้นเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวยิ่งขึ้น อาจทำการส่งเสริมคิประ โยคหรือวลีที่เป็นตัวแทนของความเป็นภูมิภาคแห่งอารยธรรมของอินโดจีนเสมือนที่ประเทศไทยเคยใช้คำ “สยามเมืองยิ้ม (land of smile)” เป็นตัวบ่งชี้ถึงวัฒนธรรมไทยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและประสบความสำเร็จมาแล้ว

14. การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี เนื่องจากในงานศึกษาคั้งนี้ พบว่าเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังคงมีสัดส่วนเพียงร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีนทั้งหมด (ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพกลุ่มนักวิชาชีพเฉพาะและนักธุรกิจ) เพศหญิง และแม่บ้าน ซึ่งมีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อาจนำเสนอการท่องเที่ยวที่ให้ความสะดวกสบายหรือปลอดการเดินทาง โดยเร่งประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางประชาสัมพันธ์ที่สามารถกระตุ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ในระยะสั้น

15. การร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มเกษียณอายุ เนื่องจากในงานศึกษาคั้งนี้ พบว่ากลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มเกษียณอายุเป็นกลุ่มที่นิยมท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน โดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนสำหรับกลุ่มนักเรียน-นักศึกษานั้น ควรสนับสนุนการท่องเที่ยวของนักเรียน-นักศึกษาทั่วโลก หากนักท่องเที่ยวใช้บัตรนักเรียน-นักศึกษาสามารถลดราคาห้องพักหรือสะสมสำหรับการส่งเสริมการขายอื่น ๆ หรือใช้เป็นส่วนลดในการเดินทางทางบกที่เชื่อมประเทศต่าง ๆ เข้าด้วยกันตามโครงการ GMS-EC สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เกษียณอายุ

กลุ่มนี้จะมีความมั่นคงทางการเงินและมีอายุค่อนข้างมาก ดังนั้นจึงสามารถนำเสนอ บริการที่ราคาค่อนข้างสูงและมีความสะดวกสบาย ในกรณีจัดเป็นกลุ่มทัวร์อาจเป็นกลุ่ม ทัวร์แบบส่วนตัวเพียงแค่ 2-5 คน เพื่อให้สามารถบริการได้อย่างมีคุณภาพ

จากแนวนโยบายที่กล่าวไปในข้างต้นทั้งหมดนั้น เป็นเพียงแนวทางหนึ่งของการ นำผลการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางผ่านประเทศไทยสู่ประเทศในอินโดจีน มาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวซึ่งอาจทำให้แนวนโยบายที่ออกมามีผลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นไปใน ทิศทางที่ดีขึ้น

### แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค แบ่งออกเป็น

#### 1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและกัมพูชา

1.1 ส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุ และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มวัย ทำงานตอนต้นช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปีให้ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย และกัมพูชา เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุจะใช้จ่ายในกัมพูชามาก แต่ยังมีจำนวนวันพักน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและความมั่นคงทางการเงินสูง และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภท บ้านเทิงจะใช้จ่ายในกัมพูชามาก และเมื่อพิจารณาในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบการ ท่องเที่ยวประเภทบ้านเทิง พบว่า เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานตอนต้นช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปี หากทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้สามารถใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวได้ทั้งใน ประเทศไทย และกัมพูชาก็จะเป็นประโยชน์แก่ทั้งสองประเทศ

1.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทยกับกัมพูชา นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทาง ประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมจำพวกปราสาทขอม โบราณ ในประเทศไทยร่วมกับ เสียมราช (หรือเสียมราชู) นครวัด นครธม และพนมเปญ ในกัมพูชา เนื่องจากผล การศึกษาพบว่า เมืองเสียมราช เป็นปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวใน กัมพูชาในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ทั้งนครวัด นครธม เป็นปัจจัยที่มีผลต่อสัดส่วน

จำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนในทิศทางตรงกันข้าม ในขณะที่พจนมเปญเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสในทิศทางเดียวกัน และเป็นปัจจัยที่มีผลต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในประเทศไทยต่อการใช้จ่ายทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวแคนาดาในทิศทางตรงกันข้าม

1.3 การร่วมกันพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ทั้งประเทศไทยและกัมพูชา เนื่องจากผลการศึกษพบว่า ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงว่าธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทย เป็นที่ยอมรับอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยว และจากการศึกษายังพบว่า ความพอใจธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในกัมพูชามีผลเชิงลบต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมการท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อการท่องเที่ยวทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ในการพิจารณาความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ของประเทศไทยและกัมพูชา พบว่า อยู่ในระดับพอใจมาก ดังนั้นหากประเทศไทยและกัมพูชาจะร่วมกันพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ก็จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวทั้งสองประเทศ

1.4 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย โดยเน้นทางอินเทอร์เน็ตและวิทยุหรือโทรทัศน์และจากบุคคลรอบข้างอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน อีกทั้งเป็นสื่อที่มีบทบาทมากต่อการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่า การประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวของกัมพูชาประสบความสำเร็จในการทำประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุหรือ

โทรทัศน์และจากบุคคลรอบข้าง จึงควรใช้แนวทางนี้ในการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยว

1.5 การส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตามรสนิยม จากการวิเคราะห์ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มกับเพื่อนหรือญาติจะมีจำนวนวันพักในกัมพูชา นานกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางคนเดียว หากสามารถนำกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มาท่องเที่ยวประเทศไทยได้ด้วยก็จะเป็นผลดีต่อประเทศไทย ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้เดินทางท่องเที่ยวทั้งสองประเทศควบคู่กันไป เช่น กลุ่มผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถาน สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือบันเทิง และควรนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่หลากหลายประกอบการท่องเที่ยว ซึ่งอาจสามารถกระตุ้นยอดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามรสนิยมของกลุ่มนั้น ๆ ได้

1.6 การพัฒนาระบบความปลอดภัย ควรมีการจัดเตรียมความพร้อมของเจ้าหน้าที่ตำรวจ การเข้าถึงการให้บริการของเจ้าหน้าที่ของทางราชการที่สามารถเข้าถึงและให้การช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วในกรณีเกิดเหตุความไม่ปลอดภัยใดขึ้นในกัมพูชา เพื่อที่จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยมากขึ้น และจะทำให้ประเทศไทยและกัมพูชา ได้ประโยชน์ร่วมกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากขึ้น เนื่องจากในผลการศึกษาพบเหตุผล สำหรับการไม่ปรารถนาจะมาเยือนกัมพูชาอีกครั้งด้วยเหตุผลในเรื่องความไม่ปลอดภัย

## 2. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและสปป. ลาว

2.1 ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุพักทั้งในประเทศไทย และ สปป. ลาวมากขึ้น โดยอาจนำเสนอบริการที่เหมาะสมกับผู้สูงวัยในบริเวณ โรงแรมที่พัก เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุจะใช้จ่ายในสปป. ลาวมากแต่ยังมีจำนวนวันพักน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ

2.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทยกับสปป. ลาว โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหลักคือ เมืองหลวงพระบาง เวียงจันทน์ และวังเวียง ควบคู่ไปกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อัญมณีและวิถีชีวิตอันเรียบง่ายในหมู่บ้านชนบทในประเทศไทย เนื่องจากสปป. ลาว



เป็นประเทศที่มีความใกล้ชิดทั้งทางด้านภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมกับประเทศไทยเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเวียงจันทน์ซึ่งมีสถานที่ตั้งอยู่ใกล้ประเทศไทยเป็นอย่างมาก อีกทั้งจากผลการศึกษา ยังพบว่าเมืองหลวงพระบาง เวียงจันทน์ และวังเวียง เป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในสปป. ลาวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยที่ไม่ท่องเที่ยวประเทศไทยในการเดินทางครั้งนี้ มีผลเชิงบวกต่อจำนวนวันพักในสปป. ลาว (หมายความว่าหากนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย จำนวนวันพักในสปป. ลาวจะลดลง) แต่ในขณะเดียวกันเวียงจันทน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดสัดส่วนระยะเวลาในการพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และประสบการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยจะเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงลบต่อจำนวนวันพักในสปป. ลาว

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวแคนาดาแล้ว เวียงจันทน์เป็นปัจจัยที่มีผลทั้งเชิงบวกต่อสัดส่วนวันพักในประเทศไทยต่อวันพักทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน มีเพียงนักท่องเที่ยวเกาหลีเท่านั้นที่เวียงจันทน์เป็นปัจจัยที่มีผลทั้งเชิงลบต่อสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อวันพักทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ดังนั้น อาจแนะนำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจุดกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและให้เมืองเวียงจันทน์เป็นเมืองประกอบในการท่องเที่ยว

2.3 การร่วมมือกับโครงการ GMS-EC และ ACMECS ในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางให้ครบครัน เนื่องจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่สปป. ลาวอีกครั้ง โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้แนะนำให้สปป. ลาว ควรปรับปรุงเรื่องโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางและเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้เข้มงวด ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในโครงการ GMS-EC ซึ่งมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานในภูมิภาคนี้

2.4 การร่วมกันพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประเทศไทย และสปป. ลาว ควรร่วมมือกันส่งเสริมและยกระดับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้

อยู่ในระดับดีมาก เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า ความพอใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจ โรงแรมที่พัก มีผลเชิงลบต่อสัดส่วนการใช้จ่ายในประเทศไทยต่อการใช้จ่ายทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถกล่าวเป็นนัยได้ว่าความพอใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลโดยตรงต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวสปป. ลาว นอกจากนี้จากการศึกษาโดยเปรียบเทียบระหว่างความพอใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของสปป. ลาวกับประเทศไทยและเวียดนามแล้ว พบว่า สำหรับสปป. ลาว นักท่องเที่ยวมีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจ โรงแรมและที่พัก และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในระดับปานกลาง ในขณะที่ประเทศไทยและเวียดนามโดยภาพรวมแล้ว นักท่องเที่ยวมีความพอใจในธุรกิจทั้ง 3 ประเภทอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ถ้าหากประเทศไทยให้ความร่วมมือกับสปป. ลาวร่วมกันพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานให้อยู่ในระดับดีมาก ก็จะมีผลดีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ

2.5 การรักษาไว้ซึ่งคุณภาพ คุณภาพของสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมที่ดีและการทำนุบำรุงรักษาไว้ซึ่งสถาปัตยกรรมต่าง ๆ เนื่องจากในงานศึกษาครั้งนี้พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาวมาแล้วจะมีความปรารถนาเดินทางกลับมาเยือนสปป. ลาวอีกครั้ง ด้วยเหตุผลอยากมา ประชาชนเป็นคนใจดี อยากกลับมาสัมผัสผู้คน และชอบวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของหมู่บ้าน ชอบวิถีชีวิตที่ดำเนินชีวิตศาสนาพุทธ ชอบหลวงพระบางเพราะมีพิธีกรรมเวียนเทียนที่ดีมาก อยากกลับมาสัมผัสวัฒนธรรม นอกจากนี้ในงานศึกษาครั้งนี้ยังพบอีกว่านักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์การท่องเที่ยวในสปป. ลาวมาแล้วจะมีค่าใช้จ่ายรวมในสปป. ลาวมากขึ้น ซึ่งทั้งหมดจะเป็นผลดีต่อการท่องเที่ยวสปป. ลาว หากรักษาคุณภาพของสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมที่ดีไว้ได้ ส่วนนักท่องเที่ยวที่ไม่ปรารถนาจะมาเยือนประเทศไทยอีก ให้เหตุผลถึงความไม่พอใจว่า ประเทศไทยไม่ได้รักษาทำนุบำรุงสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ที่มีให้คงสภาพไว้ ดังนั้น หากทั้งสองประเทศได้ร่วมมือกันรักษาไว้ซึ่งคุณภาพคุณภาพของสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมที่ดีและการทำนุบำรุงรักษาไว้ซึ่งสถาปัตยกรรมต่าง ๆ ก็จะทำให้

ให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างยั่งยืน และจะเป็นการจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวอีก

2.6 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย โดยเน้นทางอินเทอร์เน็ตและทางวิทยุหรือโทรทัศน์ เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า การรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ อุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน อีกทั้งเป็นสื่อที่มีบทบาทมากต่อการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังพบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านทางวิทยุหรือ โทรทัศน์เป็นช่องทางเดียวที่มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวสปป. ลาว

2.7 การส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทาง โดยอิสระ (ไม่ได้ใช้บริการของบริษัทจัดนำเที่ยว) เนื่องจากผลการศึกษาครั้งนี้พบว่า การเดินทางโดยอิสระ (ไม่ได้ใช้บริการของบริษัทจัดนำเที่ยว) เป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว สปป. ลาว และอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและอิน โดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรเน้นการให้บริการที่สะดวกและกระชับง่ายต่อกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยอิสระด้วย

2.8 การส่งเสริมการขายไปยังนักท่องเที่ยวเพศชายให้มากขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงมีจำนวนวันพักในสปป. ลาว และสัดส่วนวันพักในประเทศไทยและอิน โดจีน นานกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย จึงควรทำการประชาสัมพันธ์เผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในกลุ่มนักเรียนนักศึกษาที่เป็นเพศชาย โดยเน้นส่งเสริมยอดขายในด้านวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์

2.9 ปรับปรุงคุณภาพการบินและใช้นโยบายการเพิ่มราคาค่าตัวเครื่องบิน เพื่อปรับเปลี่ยนภาพพจน์ของสายการบิน สปป. ลาว เนื่องจากในการศึกษา พบว่า เมื่อราคาค่าตัวเครื่องบินของสปป. ลาว เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยว สปป. ลาว เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 0.154 อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจในความปลอดภัยจากการบินของสายการบิน สปป. ลาว ดังนั้น หากราคาค่าตัวเครื่องบินลดลง ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจเพิ่มมากขึ้น ส่งผล

อุปสงค์การท่องเที่ยว สปป. ลาว ลดลง ในทางตรงกันข้ามหากราคาค่าตั๋วเครื่องบินเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในความปลอดภัยจากการบินของสายการบิน สปป. ลาว เพิ่มมากขึ้น ส่งผลอุปสงค์การท่องเที่ยว สปป. ลาว เพิ่มขึ้น

### 3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและเวียดนาม

3.1 ส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย (ช่วงอายุ 45-54 ปี) และกลุ่มเกษียณอายุให้มีวันหยุดทั้งในประเทศไทยและเวียดนามมากขึ้น เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย (ช่วงอายุ 45-54 ปี) และกลุ่มเกษียณอายุจะใช้จ่ายในเวียดนามมากแต่ยังมีจำนวนวันหยุดน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ จึงควรทำการส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย (ช่วงอายุ 45-54 ปี) และกลุ่มเกษียณอายุซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและความมั่นคงทางการเงินสูง โดยมุ่งเน้นนำเสนอสินค้าการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีคุณภาพ ไม่ว่าจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยว อาหาร รวมทั้งเน้นความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทั้งในประเทศไทย กัมพูชา สปป. ลาวและเวียดนาม

3.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทย กับเวียดนาม โดยประเทศไทยควรร่วมมือกับเวียดนาม นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเมืองพี่เมืองน้องระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย กับ ฮาลองเบย์ ฮานอย และ โฮจิมินห์ ในเวียดนาม

เนื่องจากผลการศึกษา พบว่า ฮาลองเบย์ยังเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงลบต่อสัดส่วนจำนวนวันหยุดในประเทศไทยต่อจำนวนวันหยุดทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียและนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ฮาลองเบย์ มีเนื้อที่ประมาณ 4,000 ตารางกิโลเมตร มีเกาะหินปูนน้อยใหญ่ กระจายอยู่กว่า 1,000 เกาะ ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติโดยองค์การยูเนสโก ฮานอย ก็เป็นอีกแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งที่มีผลเชิงลบต่อสัดส่วนจำนวนวันหยุดในประเทศไทยต่อจำนวนวันหยุดทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศสอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และมีผลเชิงลบต่อสัดส่วนจำนวนค่าใช้จ่ายในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

ของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถกล่าวเป็นนัยได้ว่า ฮานอยมีอิทธิพลโดยตรงต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม ฮานอยเป็นเมืองหลักในเวียดนามเหนือ เป็นเมืองโบราณที่ดั้งมาเกือบพันปีที่ผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมตะวันตกและตะวันออก เป็นมรดกประวัติศาสตร์ต่างยุคต่างสมัยที่สะท้อนออกมาในสถาปัตยกรรมที่เกี่ยวกับวิศวกรรมและเจดีย์ในสิ่งที่เหลือจากอดีตสมัยเป็นอาณานิคมฝรั่งเศส ถึงแม้ฮานอยจะเป็นเมืองที่มีคนอยู่หนาแน่นแต่เมื่อออกจากเขตเมืองจะสัมผัสกับชนบทที่งดงามซึ่ง เป็นเสน่ห์อย่างหนึ่งของฮานอย นอกจากนี้ฮาลองเบย์และฮานอยแล้ว โฮจิมินห์ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่ง ที่มีผลเชิงลบต่อสัดส่วนจำนวนค่าใช้จ่ายในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถกล่าวเป็นนัยได้ว่าโฮจิมินห์มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม โฮจิมินห์ตั้งอยู่บนพื้นที่ของเมืองกัมพูชาเก่า ปัจจุบันเป็นศูนย์กลางทางการค้าและมีความเป็นเมืองที่ทันสมัย โดยตามมุมมองต่าง ๆ ของเมืองมีกัตดาการ บาร์และคาเฟ่มากมาย

ที่กล่าวมาทั้งหมดนี้ต้องการแสดงให้เห็นว่า เวียดนามเป็นเมืองที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจมากมาย และมีประวัติศาสตร์ของประเทศที่น่าสนใจ โดยจากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความปรารถนากลับมาเยือนเวียดนามอีกครั้งเพราะชอบประวัติศาสตร์ของประเทศ ถ้าประเทศไทยสามารถร่วมกันนำเสนอการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแบบ Two countries-one destination กับเมืองเหล่านี้ได้ ก็อาจจะปรับเปลี่ยนการท่องเที่ยวในเวียดนาม ซึ่งเป็นเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยให้กลับมาส่งผลดีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศ

3.3 การร่วมมือกับ โครงการ GMS-EC และ ACMECS ในการปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพการท่องเที่ยว เพื่อรายได้จากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของทั้งประเทศไทยและเวียดนาม เนื่องจากในการศึกษาคั้งนี้พบว่า ประสพการณ์การท่องเที่ยวเวียดนามจะเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงลบต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังมีผลเชิงลบต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศใน

อิน โดจิ้นของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีผลเชิงลบต่อสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดในประเทศไทย และประเทศในอิน โดจิ้นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ ประสบการณ์การท่องเที่ยวในเวียดนามจะเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อสัดส่วนจำนวน วันพักในประเทศไทยต่อวันพักทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอิน โดจิ้นของ นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.4 การรักษาไว้ซึ่งคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จากการศึกษา โดยเปรียบเทียบระหว่างความพอใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของกัมพูชา สปป. ลาว เวียดนาม และประเทศไทย พบว่า สำหรับประเทศไทยและเวียดนาม นักท่องเที่ยวมีความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก และ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในระดับมาก

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยควรเร่งพัฒนาเรื่องนี้ ให้เร็วที่สุด เนื่องจากผล การศึกษาในนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอิน โดจิ้นพบว่า ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามจะมีผลเชิงลบต่อสัดส่วนอุปสงค์ การท่องเที่ยว (สัดส่วนจำนวนวันพักและสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวม) ในประเทศไทยต่ออุปสงค์ การท่องเที่ยวทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอิน โดจิ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้วยเช่นกัน โดยเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ในเวียดนามจะมีผลเชิงลบต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่าย รวมทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอิน โดจิ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้หวัน อเมริกัน แคนาดา ออสเตรเลีย และส่งผลสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศ ในทวีปเอเชียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในขณะที่ความพอใจในธุรกิจอาหารและ เครื่องดื่มในเวียดนามจะมีผลเชิงลบต่อสัดส่วนวันพักในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่าย ทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอิน โดจิ้นของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน แคนาดา ฝรั่งเศส อังกฤษ เยอรมัน และส่งผลสำหรับกลุ่มที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ด้วยกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และยังพบว่า ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและ มัคคุเทศก์ในเวียดนามจะมีผลเชิงลบต่อสัดส่วนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพัก

ทั้งหมดในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนของนักท่องเที่ยวชาวจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติอีกด้วย

สังเกตได้ว่าความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามเป็นปัจจัยที่ทำให้สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดลดลง ในขณะที่เดียวกัน ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามเป็นปัจจัยที่ทำให้จำนวนวันพักในเวียดนามและสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดลดลงด้วย ซึ่งเป็นผลมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีอิทธิพลส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ซึ่งส่วนใหญ่จะมีจำนวนวันพักที่ได้วางแผนมาแล้วอย่างแน่นอน ยืดหยุ่นได้ไม่มากทำให้ไม่สามารถพักต่อได้ยาวนานได้ สำหรับเวียดนามควรเร่งพัฒนาธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากในการศึกษาพบว่า ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม จะมีผลเชิงลบต่อจำนวนวันพักในเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และสำหรับความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม จะมีผลเชิงลบต่อจำนวนวันพักในประเทศในอินโดจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย

3.5 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย โดยเน้นทางอินเทอร์เน็ต หนังสือหรือสิ่งพิมพ์และจากบุคคลรอบข้างอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้พบว่า การประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือหรือสิ่งพิมพ์และผ่านทางบุคคลรอบข้างเป็นช่องทางที่มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม และยังพบอีกว่า การรับรู้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน อีกทั้งเป็นสื่อที่มีบทบาทมากต่อการรับรู้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น อาจนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริการท่องเที่ยวประชาสัมพันธ์ผ่านสิ่งพิมพ์ อินเทอร์เน็ต หรือควบคู่ไปกับสินค้าอื่น ๆ เช่น บัตรเครดิต สินค้าแคมป์ สินค้าการท่องเที่ยวอื่น ๆ หรือทางนิตยสารต่าง ๆ เป็นต้น สำหรับการรับรู้ข้อมูลผ่านทางบุคคลรอบข้างนั้น เป็นสื่อที่ต้องระมัดระวังเป็นพิเศษเนื่องจากต้องทำให้คนที่มาเที่ยวเวียดนามประทับใจเวียดนามในทุก ๆ ด้านให้มากที่สุด

3.6 การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตามรายได้ของนักท่องเที่ยวร่วมกัน เช่น อาจจัดสถานที่ท่องเที่ยวที่เดียวกัน แต่จัดบริการประกอบการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันตามระดับรายได้และความพึงพอใจในการจ่าย โดยเน้นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี เนื่องจากในการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี มีผลเชิงบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเวียดนาม ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีสัดส่วนเพียงร้อยละ 25 ของนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวเฉพาะเวียดนาม และยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี (ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นนักวิชาชีพเฉพาะและนักธุรกิจ) เพศหญิง และแม่บ้าน ที่ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน มีสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.7 การร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มวัยรุ่น โดยอาจเน้นกิจกรรมนันทนาการประกอบการท่องเที่ยวธรรมชาติ เช่น การท่องเที่ยวธรรมชาติที่อยู่ในรูปโฮมสเตย์ ในราคาที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มวัยรุ่นหรือเร่งส่งเสริมสินค้าที่มีวางขายในท้องตลาดของเวียดนามแต่ออกแบบมาเพื่อที่สามารถเจาะตลาดเหล่านี้ได้อย่างรวดเร็ว เช่น รองเท้า หรือของใช้สำหรับสุภาพสตรีที่มีลักษณะความเป็นเวียดนาม เป็นต้น เนื่องจากผลการศึกษา พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน นักศึกษาที่เดินทางท่องเที่ยวเวียดนาม จะมีจำนวนวันพักมากแต่ยังมีค่าใช้จ่ายรวมน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มอื่น ๆ และยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น (ช่วงอายุต่ำกว่า 25 ปี) ที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวแบบธรรมชาติ ที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนจะมีสัดส่วนใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อประเทศในอินโดจีนมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

3.8 การร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทประเพณี วัฒนธรรม และศาสนา เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณีเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายรวมในเวียดนาม รวมทั้งประเทศไทยและเวียดนาม มีการจัดงานเทศกาลทางประเพณีและวัฒนธรรม ขึ้นมากมายตลอดทั้งรอบปี



เช่น เวียดนาม ที่มีการจัดเทศกาลเต็ต (Tet) ซึ่งจัดขึ้นในภาคเหนือตอนในและรอบ ๆ กรุงเทพมหานครทุก ๆ ปี ตามปกติจะตรงกับเดือนแรกในปฏิทินทางจันทรคติ รวมทั้งยังมีการแสดงหุ่นกระบอกน้ำซึ่งถือได้ว่าเป็นการแสดงหุ่นกระบอกน้ำที่มีเพียงแห่งเดียวในโลก สำหรับประเทศไทย ก็มีเทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง งานบุญและงานบวช รวมทั้งการแสดงพื้นบ้านต่าง ๆ ที่สวยงามและหลากหลายกันไปในแต่ละท้องถิ่น

3.9 การร่วมกันพัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัย โดยจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความปรารถนากลับมาเยือนเวียดนามอีกครั้งเพราะลักษณะของภูมิประเทศที่มีความเป็นธรรมชาติ น่าเที่ยว สะอาด และมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าดึงดูดใจ รวมทั้งมีประวัติศาสตร์ของประเทศที่น่าศึกษา อย่างไรก็ตามคำว่านักท่องเที่ยวไม่ได้มีเพียงสถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจแห่งเดียวเท่านั้น ยังมีส่วนประกอบอื่น ๆ ที่ประกอบกันขึ้นมาเป็นการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นความปลอดภัยในการท่องเที่ยวหรือปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งสอดคล้องกับผลการรักษาความปลอดภัยในเวียดนามเป็นปัจจัยที่มีผลเชิงบวกต่อจำนวนวันพักในเวียดนาม และนักท่องเที่ยวได้แนะนำเวียดนามไว้ว่า ควรปรับปรุงเรื่อง ความความปลอดภัยในระหว่างการเดินทาง ดังนั้นหากทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในระบบความปลอดภัยมากขึ้น และจะทำให้ประเทศไทยและเวียดนามได้ประโยชน์ร่วมกันในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.10 การร่วมสร้างภาพลักษณ์ เรื่องความซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบต่อนักท่องเที่ยว จากการศึกษาค้นคว้า นักท่องเที่ยวที่ไม่ปรารถนาจะมาเยือนเวียดนามอีกครั้ง ได้ให้เหตุผลเอาไว้ว่าเป็นเพราะความไม่ซื่อสัตย์และการบริการที่ไม่ดีของประชาชนในเวียดนาม และจากข้อเสนอแนะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ก็ต้องการให้ปรับปรุงในเรื่องนี้

### **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว**

#### **1. นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย**

1.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มแม่บ้าน เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนักเรียน นักศึกษา มีจำนวนวันพักประเทศในอินโดจีนและมี

สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมด มากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ดังนั้นอาจวางแนวทางในการส่งเสริมให้สามารถเพิ่มยอดขายในกลุ่มนี้ให้มากขึ้น (up-selling) ได้ โดยเน้นการส่งเสริมเป็นพิเศษในช่วงปิดเทอม เน้นการมีกิจกรรมหลากหลาย นำเสนอรูปแบบการพักผ่อนโฮมสเตย์ หรือการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เป็นต้น รวมทั้งเร่งประชาสัมพันธ์ถึงตัวผู้บริโภค ในโรงเรียน มหาวิทยาลัย โดยนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวหรือบริการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับสินค้าอื่น ๆ ที่วัยรุ่นนิยม เช่น สินค้าแฟชั่น สินค้าการท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นต้น นอกจากนี้อาจมีสินค้าสมนาคุณ หรือ การชิงโชค เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายได้อีกทางหนึ่ง และควรส่งเสริมการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มแม่บ้านให้มากขึ้น เนื่องจาก การศึกษาพบว่ามีส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักรวมทั้งหมดของกลุ่มแม่บ้านมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

1.2 การส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระ เนื่องจาก การศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะของการเดินทางโดยอิสระมีส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดเพิ่มขึ้นมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะประเทศในทวีปเอเชียด้วยกันไม่ใช้เวลาในการเดินทางมากนัก ประกอบกับต้นทุนในการเดินทางไม่สูงมากนัก อาจทำให้นักท่องเที่ยวมีความกล้าที่จะตัดสินใจใช้จ่ายเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีน สังเกตได้จากนครวัด นครธม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักรวมทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้าม รวมทั้งความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในกัมพูชาและเวียดนามรวมทั้งธุรกิจ โรงแรมที่พักในสปป.ลาว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้ามเช่นกัน ดังนั้นประเทศไทยจึงควรพัฒนาธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ และนำเสนอการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวแบบ Two countries-one destination ในประเทศไทยกับนครวัด นครธม

1.3 การสร้างความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นสำคัญ ถ้าหากต้องการเพิ่มการเดินทางแบบเชื่อมโยงกับนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย จึงควรเน้น

ให้เห็นถึงความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางเป็นหลัก โดยการส่งเสริมให้เผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวหลักที่น่าสนใจและสะดวกในการเข้าถึง ตลอดจนสิ่งอำนวยความสะดวกในการรองรับ พร้อมแผนที่ และวิธีการเดินทาง ซึ่งน่าจะเป็นการจูงใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย มีสัดส่วนจำนวนวันพักยาวนานขึ้นและมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมเพิ่มสูงขึ้นด้วย นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้สื่ออินเทอร์เน็ตเป็นตัวประชาสัมพันธ์ก็จะสามารถเข้าถึงตัวนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชียได้มากที่สุด

1.4 การเพิ่มการส่งเสริมการขายในการเดินทางทางอากาศให้มากขึ้น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชียนิยมใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทย เพราะมีความถี่ของจำนวนเที่ยวบินมาก ดังนั้น จึงควรส่งเสริมการขายในการเดินทางทางอากาศโดยสายการบินของประเทศไทยให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มจำนวนผู้ใช้บริการ เช่น นำเสนอการขายในลักษณะ ค่าตัวเครื่องบินราคาประหยัด ชื่อหนึ่งแถมหนึ่ง หรือซื้อตัวเครื่องบินแถมที่พัก เป็นต้น

1.5 การส่งเสริมการเดินทางแบบเชื่อมโยง โดยการสร้างความสะดวกสบายในการเดินทาง และเน้นให้เห็นถึงความปลอดภัย โดยการส่งเสริมให้เผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานที่นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อขามูลงเงินได้สะดวก พร้อมทั้งแผนที่ และวิธีการเดินทาง ซึ่งน่าจะเป็นการจูงใจและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย มีสัดส่วนจำนวนวันพักและมีสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย

## 2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

2.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มเกษียณอายุ โดยนำเสนอการเดินทางชมประเพณีแบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทยกับเลียมราช กัมพูชา เนื่องจากเลียมราช กัมพูชา และรสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักในอิน โดจีนในทิศทางเดียวกัน และกลุ่มผู้เกษียณอายุ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายรวมในประเทศอิน โดจีนในทิศทางเดียวกัน ประกอบกับการใช้เส้นทางบินผ่านประเทศไทย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายรวมในอิน โดจีนในทิศทางเดียวกันด้วย

2.2 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย ทางวิทยุหรือโทรทัศน์ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายรวมในประเทศอินโดจีนในทิศทางเดียวกันให้มากขึ้น รวมทั้งประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน โดยนำเสนอผ่านศูนย์แสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ หรือร้านอาหารไทยในต่างประเทศ เป็นต้น

2.3 การส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐต่อปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง โดยนำเสนอการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้หลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคนี้

### 3. จำแนกตามสัญชาติ

#### 3.1 นักท่องเที่ยวชาวจีน

แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางสู่ประเทศไทย ต้องเน้นการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ประเทศไทยผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น รวมทั้งอาจทำ CD เกี่ยวกับการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ประเทศไทย เพื่อแจกแก่นักท่องเที่ยวเน้นการส่งเสริมแบบปากต่อปากและเน้นการส่งเสริมเพิ่มเติมผ่านทางโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์เพื่อกระตุ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวรวมทั้งการสร้างภาพพจน์ของประเทศด้านความสะดวกและความปลอดภัย เนื่องจากในการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนที่สมรสแล้ว มีอายุในช่วง 25-34 ปี และมากกว่า 55 ปี เดินทางโดยอิสระ ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพเป็นกลุ่มแรงงานมีความพอใจ ในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และความปลอดภัยในประเทศไทยมาก นิยมการท่องเที่ยวพระนครหรืออยุธยาในประเทศไทยและเวียงจันทน์ในสปป. ลาว มีสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่าประเทศในอินโดจีน

#### 3.2 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

เน้นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยเน้นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับธรรมชาติ ประเพณีของประเทศไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากการศึกษาพบว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เป็นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา รับทราบข้อมูลการ

ท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีรสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเพณี มีสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่าประเทศในอินโดจีน นักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน ต้องเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น เนื่องจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน ที่เป็นกลุ่มวัยทำงานตอนกลางช่วงอายุ 35-44 ปี รับประทานข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีรสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เดินทางคนเดียว และมีความพอใจในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเภทโรงแรมที่พักในประเทศไทย มีสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่าประเทศในอินโดจีน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่นิยมนครวัด นครธม ในกัมพูชา และเวียงจันทน์ ในสปป. ลาว มีรสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเพณี มีสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่าประเทศไทย ดังนั้นประเทศไทยต้องเร่งประชาสัมพันธ์สินค้าการท่องเที่ยวประเทศไทยให้เป็นเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวนครวัด นครธม ในกัมพูชาและเวียงจันทน์ในสปป. ลาว ให้มากขึ้น

### 3.3 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีนั้น ประเทศไทยควรส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและโบราณสถาน และสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นสินค้าการท่องเที่ยวประกอบกรท่องเที่ยวในสปป. ลาว โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น ซึ่งจากการศึกษาพบว่า กลุ่มนักเรียนนักศึกษา รับประทานข้อมูลการท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ตเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมท่องเที่ยววังเวียงและเวียงจันทน์ในสปป. ลาว

### 3.4 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

ประเทศไทยต้องเน้นการสร้างภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกสบาย โดยเน้นไปยังกลุ่มเกษียณอายุที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ

ปี โดยประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต สิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ นอกจากนี้ต้องส่งเสริมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันกลุ่มที่ใช้ประเทศไทยเป็นเพียงประตูทางผ่านสู่อินโดจีนให้มากขึ้น เช่น การแสดงสินค้าการท่องเที่ยวที่สนามบิน เป็นต้น เนื่องจากการศึกษาพบว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันแล้ว ปัจจัยความปลอดภัยมีความสำคัญมาก ระดับความปลอดภัยในประเทศไทยและสปป.ลาว มีอิทธิพลต่อสัดส่วนระยะเวลาพักในประเทศไทยต่อระยะเวลาพักทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในประเทศไทยก็เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยในทิศทางเดียวกันด้วย อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นิยมการท่องเที่ยวเวียดนามมากและประเทศในอินโดจีนมากกว่าประเทศไทย รวมทั้งการรับรู้การส่งเสริมเชื่อมโยงเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยในอินโดจีนมากขึ้น

### 3.5 นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียต้องเน้นการสร้างภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกสบายและศูนย์กลางทางการบินอินโดจีน เน้นการส่งเสริมโดยประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างประเทศไทยและเวียดนาม ควรเน้นการส่งเสริมโดยใช้ฮาลองเบย์ เวียดนาม เป็นตัวหลัก ประเทศไทยก็นำเสนอสินค้าท่องเที่ยวประเทศไทยที่มีความเหมาะสมเสริมเข้าไป หรือในการส่งเสริมร่วมกันระหว่างประเทศไทยกับสปป.ลาว ควรเน้นการส่งเสริมโดยใช้ประเทศไทยเป็นตัวหลักและสปป.ลาวก็นำเสนอสินค้าท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมเสริมเข้าไปเป็นต้น นอกจากนี้ต้องส่งเสริมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ใช้ประเทศไทยเป็นเพียงทางผ่านให้มากขึ้น เช่น การแสดงสินค้าการท่องเที่ยวที่สนามบิน เป็นต้น

เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า สำหรับนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียแล้ว ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ระดับความปลอดภัยในประเทศไทย ความพอใจในโรงแรมที่พักในประเทศไทยและการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดในทิศทาง

เดียวกัน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพอใจ ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามมาก นิยมการท่องเที่ยวฮาลาลอบะฮ์ในเวียดนามและเลียมราชในกัมพูชา และใช้กรุงเทพเป็น จุดแวะพักหรือทางผ่าน (จากการศึกษาพบว่ากรุงเทพฯ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วน จำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้าม) รวมทั้งการ รับรู้การส่งเสริมเชื่อมโยงประเทศไทย-อินโดจีนเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดอุปสงค์การ ท่องเที่ยวประเทศในอินโดจีนมากขึ้น อย่างไรก็ตามประสบการณ์การเดินทางในสปป. ลาว กลับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่ออุปสงค์การ ท่องเที่ยวทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้าม

### 3.6 นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาว ฝรั่งเศสต้องเน้นภาพพจน์การรักษาความปลอดภัยทางด้านการท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี นำเสนอบริการอาหารที่สะอาด อร่อยและมี คุณภาพร่วมกับประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดย นำเสนอเป็นสินค้าประกอบกับเวียดนาม โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตและหนังสือนำ เที่ยว เนื่องจากผลการศึกษาพบว่า พนมเปญในกัมพูชา และฮานอยในเวียดนามเป็น แหล่งท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่ออุปสงค์การ ท่องเที่ยวทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้าม ในขณะที่เวียงจันทน์ในสปป. ลาวกลับมีอิทธิพล ต่อสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งหมดในทิศทาง เดียวกัน นอกจากนี้รายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ระดับการศึกษา กลุ่ม เกษียณอายุ และความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทย เป็นปัจจัยที่มี อิทธิพลต่อสัดส่วนอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่ออุปสงค์ ในการท่องเที่ยวทั้งหมด ในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ สัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยวประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายรวมในการท่องเที่ยว ทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้าม แต่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนระยะเวลาพักในการท่องเที่ยว ประเทศไทยต่อระยะเวลาพักในการท่องเที่ยวทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน

### 3.7 นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษต้องเน้นการท่องเที่ยวประเภทแหล่งบันเทิงซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยต้องเน้นการส่งเสริมไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุในช่วง 25-34 ปีโดยประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล ภูเขา เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักในประเทศไทยยาวนานขึ้น โดยให้ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและอาหารในประเทศไทยควบคู่กันไป เนื่องจากในการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่มีประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย และนักท่องเที่ยวที่มีรสนิยมประเภทบันเทิง เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน นอกจากนี้ในการศึกษายังพบว่าการเดินทางโดยอิสระเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อจำนวนวันพักทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้าม แต่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน และนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษจะรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของประเทศไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ต

### 3.8 นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันต้องเน้นการส่งเสริมอาหารประเทศไทยควบคู่ไปกับอาหารเวียดนาม ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปี นอกจากนี้เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเหมารวมทางด้านธรรมชาติและประวัติศาสตร์ ร่วมกับการท่องเที่ยวเวียดนามและเสริมการท่องเที่ยวเหมารวมทางด้านประวัติศาสตร์ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สำคัญร่วมกับการท่องเที่ยวสปป. ลาว เนื่องจากในการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันนิยมท่องเที่ยวฮาลองเบย์ ฮานอย และ โฮจิมินห์ ในเวียดนาม และหลวงพระบางในสปป. ลาว อย่างไรก็ตามเสียมราชในกัมพูชากลับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนจำนวนวันพักในประเทศไทยต่อสัดส่วนจำนวนวันพักทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปี การศึกษาดำกว่าปริญญาตรี เดินทางโดยอิสระ มีความพอใจในธุรกิจโรงแรมที่พักใน



ประเทศไทย มีอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยมากกว่าประเทศในอินโดจีน ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม

### 3.9 นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา จะเน้นไปยังการเสนอทางเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายในประเทศไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เช่น พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย เป็นต้น รวมทั้งส่งเสริมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยที่สะอาด อร่อย และมีคุณภาพ เนื่องจากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวแคนาดาเป็นนักท่องเที่ยวที่นิยมการท่องเที่ยวประเทศไทย โดยประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อสัดส่วนค่าใช้จ่ายรวมในประเทศไทยต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในทิศทางเดียวกัน และประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวกัมพูชา เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งหมดในทิศทางตรงกันข้าม นักท่องเที่ยวชาวแคนาดานิยมการท่องเที่ยวเวียงจันทน์ เวียงเวียง หลวงพระบางในสปป. ลาว และพนมเปญในกัมพูชา โดยปัจจัยสถานที่ท่องเที่ยวในสปป. ลาวและกัมพูชากลับมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน (ยกเว้นหลวงพระบางที่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม) นอกจากนี้การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ทั้งนี้ผลการศึกษายังพบอีกว่าชาวแคนาดามีรสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ มีความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนามและกัมพูชา รวมทั้งรับรู้ข้อมูลการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต ประทับใจในพระนครศรีอยุธยา

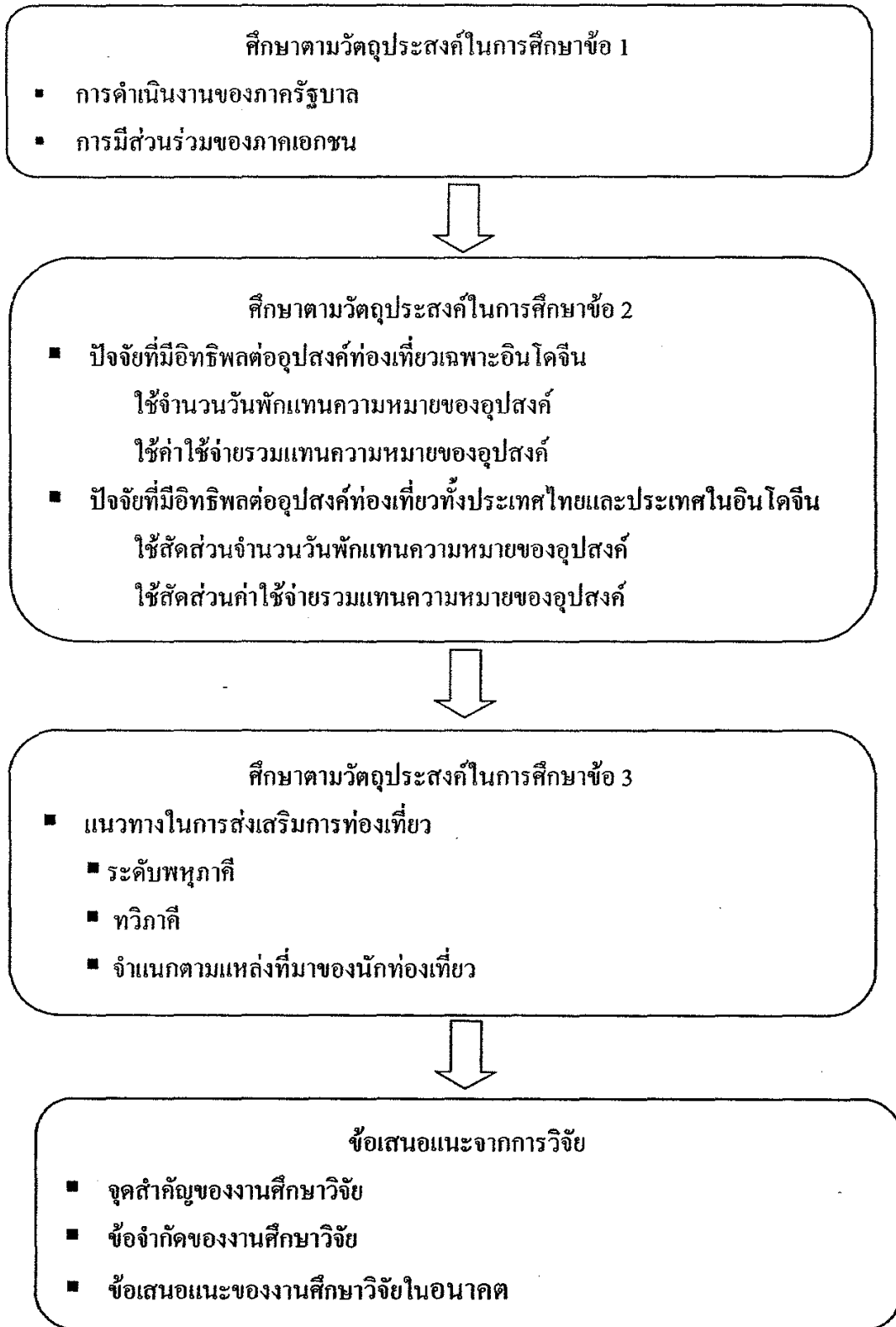
## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐบาลและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน และเพื่อหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้น เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีจำนวนวันพักและใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้น

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐบาลในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนนั้น ทำการรวบรวมข้อมูล นโยบาย มาตรการ และบทบาทของภาครัฐบาลในรูปแบบข้อมูลทุติยภูมิ และนำข้อมูลมาสรุปเชิงพรรณนา สำหรับการศึกษานี้มีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีนทำการรวบรวมข้อมูลในรูปแบบข้อมูลปฐมภูมิ โดยออกแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน 3 กลุ่ม คือ กลุ่มธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก และกลุ่มธุรกิจสายการบิน และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ในการสรุปบทบาทและความคิดเห็นของผู้ประกอบการ

สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน ได้ทำการทำการรวบรวมข้อมูลในรูปแบบข้อมูลปฐมภูมิ โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน จำนวน 10 สัญชาติ และนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน ผลที่ได้ทั้งหมดนำมาวิเคราะห์ประมวลผลหาข้อเสนอแนะในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งผลการศึกษาทั้งหมดสามารถสรุปได้ดังนี้



ภาพ 16 โครงสร้างบทที่ 5

**ศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อ 1 ศึกษาการดำเนินงาน  
ของภาครัฐบาลและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนใน  
การส่งเสริมไทยเป็นประตูอินโดจีน**

**ข้อค้นพบจากการศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐบาล**

การดำเนินงานของภาครัฐบาล รัฐบาลของประเทศไทยมีบทบาทมากในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในอินโดจีน ไม่ว่าจะบรรจุอยู่ในรูปของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ ความร่วมมือระหว่างประเทศตามกรอบความร่วมมือใน โครงการ GMS-EC และ ACMECS

สำหรับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติสามารถสรุปนโยบาย มาตรการ และบทบาทของภาครัฐบาลได้ดังนี้

1. ดำเนินการให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
2. ร่วมมือกับกลุ่มประเทศอาเซียนและอินโดจีนเพื่อพัฒนาวงการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนและอินโดจีน โดยใช้กลยุทธ์ด้านการตลาดร่วมกัน
3. ร่วมมือกับกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงพัฒนาโครงข่ายการคมนาคมและโครงข่ายโครงสร้างพื้นฐานระหว่างเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคให้เชื่อมโยงกับเมืองอื่น ๆ ในประเทศและประเทศเพื่อนบ้านและส่งเสริมให้ ประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศในกลุ่ม โดยเฉพาะการสนับสนุนการดำเนินการด้านการตลาดร่วมกันเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค
4. ร่วมมือกับประเทศที่สามหรือองค์กรระหว่างประเทศในการฟื้นฟูภาวะเศรษฐกิจของประเทศเพื่อนบ้าน โดยการกระตุ้นธุรกิจ ด้านการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวในพื้นที่เศรษฐกิจที่มีศักยภาพ

สำหรับหน่วยงานของภาครัฐบาลในที่เกี่ยวข้องและมีบทบาทสนับสนุนในการดำเนินโครงการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนประกอบด้วย

1. สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงมหาดไทย ซึ่งมีบทบาทเป็นผู้ประสานงานหลักในการอำนวยความสะดวกในการผ่านแดนของประชาชนนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ และแรงงานในการผ่านแดนในพื้นที่ GMS-EC โดยเฉพาะ ณ ด่านผ่านแดน และเพื่อให้การผ่านแดนมีความสะดวกรวดเร็ว ปัจจุบันจึงมีการเตรียมศึกษารูปแบบการอำนวยความสะดวกด้านระเบียบพิธีการเข้าเมืองที่สะดวกรวดเร็ว เช่น VISA on Arrival

2. กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม มีบทบาทในการสนับสนุน ดำเนินการพัฒนาเส้นทางเชื่อมโยง ระหว่างประเทศไทยกับพื้นที่ประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม GMS-EC โดยติดตามการจัดลำดับความสำคัญของเส้นทางคมนาคมตลอดจนช่วยศึกษาและออกแบบเส้นทางที่มีความตกลงระหว่างประเทศ เพื่อเปิดช่องทางการติดต่อการค้าขายระหว่างประเทศในกลุ่ม GMS-EC กับประเทศไทย ปัจจุบันมีความก้าวหน้ามาก แม้จะมีปัญหาอุปสรรคด้านแหล่งเงินทุนบ้างก็ตาม

3. กองกิจการระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงกระทรวงคมนาคม มีบทบาทในการติดตามการเร่งพัฒนาเส้นทางเดินเรือในลำน้ำโขง ตามข้อตกลงเดินเรือพาณิชย์ 4 ฝ่าย (จีน-สปป. ลาว-พม่า-ประเทศไทย) และศึกษาความเหมาะสมการปรับปรุงร่องน้ำเดินเรือ ดัดสัญญาณช่วงเดินเรือ ทำเรือ สิ่งอำนวยความสะดวก และอบรมเจ้าหน้าที่เดินเรือ แม้ปัจจุบันจะมีการเปิดเดินเรือในลำน้ำโขงแล้ว แต่มักเป็นไปในประโยชน์การขนส่งสินค้ามากกว่าการท่องเที่ยว นอกจากนี้ นโยบายของจีนที่ต้องการทำการระเบิดเกาะแก่งในลำน้ำโขงในส่วนของตน เพื่อความสะดวกในการเดินเรือ โดยเริ่มทำการปิดเขื่อนเหนื่อน้ำเพื่อทำการระเบิดนั้น ทำให้มีผลกระทบต่อระดับน้ำในแม่น้ำโขงระหว่าง สปป. ลาว-ประเทศไทย ลดลงอย่างเห็นได้ชัด บางช่วงลดลงเหลือเพียงหนึ่งเมตรเศษ ๆ เป็นอุปสรรคต่อการเดินเรือในช่วงนั้น ๆ

4. กรมการขนส่งทางอากาศ กระทรวงคมนาคม มีบทบาทในการสนับสนุนพัฒนาการทำอากาศยานแห่งประเทศไทย ให้เป็นศูนย์กลางเพื่อเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม GMS-EC โดยได้วางกลยุทธ์

สนามบินในประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านต่าง ๆ ของการเดินทางไปยังประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่ม GMS-EC ปัจจุบันอยู่ในระหว่างการพัฒนาท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ เพื่อเป็นศูนย์กลางการบินและประตูสู่เอเชีย (โดยสนามบินคอนเมืองจะถูกใช้เป็นส่วนย่อย)

5. สำนักงานคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน มีบทบาทในการเป็นฝ่ายประสานการดำเนินการต่าง ๆ ของคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน (กพบ.) เพื่อแปลงยุทธศาสตร์และแผนงานภายใต้โครงการ GMS-EC และเป็นหน่วยประสานงานหลักกับ ADB ในการสร้างกลยุทธ์การพัฒนาตามกรอบความร่วมมือ และเป็นหน่วยประสานความร่วมมือระหว่าง ADB กับหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนในแต่ละสาขาของการพัฒนา เพื่อกำหนดเป็นรูปแบบแนวทางปฏิบัติ และการจัดลำดับความสำคัญของโครงการเพื่อรับการสนับสนุนเงินกู้จาก ADB และการสนับสนุนงบประมาณโดยภาครัฐบาลของแต่ละประเทศในโครงการต่าง ๆ อย่างไรก็ตามในปัจจุบันยังมีความร่วมมือกับภาคเอกชนไม่มากนัก นอกจากนี้ยังขาดข้อมูลด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคมภายในของประเทศใน GMS-EC มีผลทำให้การจัดลำดับความสำคัญของโครงการกระทำได้ยาก และมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ดึงดูดการลงทุนจากภายนอก

6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีบทบาทในการเป็นศูนย์กลางประสานงานโครงการด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาค เป็นหน่วยประสานงานหลัก องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกและเป็นศูนย์กลางในการทำการตลาดในภูมิภาค อย่างไรก็ตามปัจจุบันยังมีอุปสรรคในการดำเนินงานอยู่บ้าง เช่น ระเบียบและข้อปฏิบัติของการให้วีซ่าในสมาชิกบางประเทศที่ยังไม่มีความพร้อมและมีขั้นตอนของการขอวีซ่าที่ซับซ้อน การขาดความพร้อมของระบบโครงสร้างพื้นฐานด้านการขนส่ง ขาดบุคลากรในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวที่มีความสามารถด้านภาษาและการบริการที่ได้มาตรฐาน รวมถึงการเกิดวิกฤติต่าง ๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในภูมิภาค เช่น โรค SARS

สำหรับบทบาทของภาครัฐบาลในการพัฒนาสาขาการท่องเที่ยวตามกรอบความร่วมมือในโครงการ GMS-EC นั้น เป้าหมายที่สำคัญของโครงการ GMS-EC ในสาขา

การท่องเที่ยวอยู่ที่การเป็นตลาดเดียว หมายถึงการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถใช้แหล่งท่องเที่ยวร่วมกัน จัดระบบบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้สอดคล้องกัน มีมาตรฐานและคุณภาพในราคาเดียวกัน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. เน้นการมีบทบาทประจักษ์ภูมิภาค โดยมีประเทศไทยเป็นประเทศที่มีบทบาทหลักในการเป็นประจักษ์ภูมิภาค

2. เป็นขั้นตอนที่พัฒนาจากขั้นตอนแรก เกิดการพัฒนาเมืองศูนย์กลางและเมืองบริวารรองรับด้านการท่องเที่ยวกระจายครอบคลุมภูมิภาคอย่างเป็นระบบ และ 3) ขั้นตอนสุดท้ายเป็นโครงข่ายการขนส่งนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นอย่างเป็นระบบและวงรอบ นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างเป็นวงรอบ ทั้งในกลุ่มแหล่งท่องเที่ยวและระหว่างกลุ่มแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันความร่วมมือในโครงการGMS-EC ในสาขาการท่องเที่ยวมีความคืบหน้าค่อนข้างมาก มีการพัฒนาโครงการต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย อาทิ โครงการส่งเสริมอนุภูมิภาคให้เป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวของโลก โครงการการประชุมด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค โครงการอบรมความรู้พื้นฐานด้านการท่องเที่ยว โครงการจัดตั้งศูนย์ประสานงาน โครงการด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาค ลุ่มน้ำโขง มีการประชุมระดับรัฐมนตรีและเจ้าหน้าที่อาวุโสมาแล้วทั้งหมด 13 ครั้ง

อย่างไรก็ตาม ในช่วง พ.ศ. 2541 ได้เกิดวิกฤตการณ์เศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย ประเทศสมาชิกเห็นชอบให้ ความร่วมมือด้านท่องเที่ยวเป็นตัวนำ ในการพัฒนาแก้วิกฤตการณ์เศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชีย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะทำหน้าที่เป็นศูนย์ประสานงานด้านการท่องเที่ยว ให้ความช่วยเหลือในการศึกษากลยุทธ์การพัฒนาแผนท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย และเป็นศูนย์กลางในการทำการตลาดในภูมิภาค เนื่องจากประเทศไทยมีความพร้อมและศักยภาพมากที่สุด โดยที่จะมีตัวแทนจากประเทศสมาชิกเข้าร่วมทำงานด้วย ไทยจะดำเนินการเชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกผ่านเว็บไซต์ Mekong.com เป็นครั้งแรก นอกจากนี้ มีการจัดทำแผนการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางของนักท่องเที่ยวภายนอกและภายในภูมิภาค เช่น การพิจารณาในเรื่องของระเบียบพิธีการเข้าเมือง (VISA formalities) รวมทั้งจัดหาข้อสรุปในการหาวิธีป้องกันปัญหาวิกฤติต่าง ๆ ที่เป็นผลต่อการท่องเที่ยว

ในภูมิภาค วิธีการทำการตลาด กำหนดจุดยุทธศาสตร์ในการแข่งขันกับตลาดโลกและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

### **ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการแก้ไข**

#### **1. สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง กระทรวงมหาดไทย**

เตรียมศึกษารูปแบบการอำนวยความสะดวกด้านระเบียบพิธีการเข้าเมืองที่สะดวกรวดเร็วสำหรับนักท่องเที่ยวที่จะมีเพิ่มขึ้น เช่น (VISA on Arrival)

#### **2. กรมทางหลวง กระทรวงคมนาคม**

2.1 เส้นทางห้วยทราย-หลวงน้ำทา-บ่อเต็น ที่มีปัญหาจากการที่ กพบ. ได้อนุมัติให้ สพบ.กรมทางหลวง สำนักงานเงินทุนช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้าน กระทรวงการคลัง และกระทรวงการต่างประเทศ ประสานสปป. ลาว จีน และ ADB เพื่อหาข้อยุติโดยอาจได้รับผิดชอบค่าลงทุนเท่า ๆ กัน โดยประเทศไทยอาจพิจารณาให้ความช่วยเหลือแบบ Tied loan หรือ ผสมกันระหว่างเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำ และเงินช่วยเหลือเพื่อให้ สปป. ลาว ยอมรับและสามารถก่อสร้างต่อไปได้ ส่วนในเรื่องการเจรจาขอชดเชยค่าลงทุนและการซื้อหุ้นภาคเอกชนประเทศไทย ควรให้ สปป. ลาว เจรจากับภาคเอกชนประเทศไทย และควรดูแลภาคเอกชนให้ก่อสร้างเป็นไปตามแบบที่กรมทางหลวงสำรวจออกแบบในรายละเอียดร่วมกับผู้แทน ADB และ สปป. ลาว

2.2 เร่งเจรจาเรื่องขอความช่วยเหลือจากรัฐบาลประเทศญี่ปุ่น เส้นทาง ปอยเปต-ศรีโสภณ ส่วนช่วงตราด-เกาะกง ควรเร่งพัฒนาเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของพื้นที่ชายฝั่งทะเลตะวันออกของประเทศไทย

2.3 เร่งติดตามงานการก่อสร้างต่าง ๆ ที่ยังไม่แล้วเสร็จ

#### **3. กองกิจการระหว่างประเทศ สำนักงานปลัดกระทรวงกระทรวงคมนาคม**

ประเทศไทยควรทราบแผนการปิดเขื่อน เพื่อระเบิดเกาะแก่งในลำน้ำโขงของจีน และควรเสนอการศึกษาผลกระทบของการระเบิดเกาะแก่งด้วย

#### **4. กรมการขนส่งทางอากาศ กระทรวงคมนาคม**

4.1 ในระยะแรกของการพัฒนาสนามบินให้เป็นศูนย์กลางทางการบิน ควรมีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าในการก่อสร้าง โดยคำนึงถึงจำนวนท่าอากาศยานที่มีอยู่เดิม



การกระจุกตัวของท่าอากาศยานในแต่ละภูมิภาค การคมนาคมขนส่งรูปแบบอื่น ๆ รวมถึงความเป็นไปได้ในเชิงพาณิชย์ที่บริษัทสายการบินต่าง ๆ จะเข้ามาให้บริการ

4.2 ภาครัฐบาลก็ควรมีนโยบายการลงทุนขั้นพื้นฐานในด้านการคมนาคมขนส่งทางอากาศที่ชัดเจน

4.3 สำหรับสนามบินบางแห่ง หากประเมินแล้วพบว่า การพัฒนาสนามบินดังกล่าวยังไม่คุ้มค่าการลงทุนเนื่องจากผู้โดยสารที่จะใช้บริการยังมีน้อยก็ควรมีการใช้ประโยชน์จากโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกเดิมที่มีอยู่ไปก่อน

4.4 ควรปรับบทบาทการบริหารท่าอากาศยานในเชิงรุก โดยจัดทำกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อดึงดูดบริษัทสายการบินต่าง ๆ ให้เข้ามาทำการบินเพิ่มขึ้น และชักชวนพันธมิตรทางการบินให้มาร่วมทุนในการพัฒนาศูนย์กลางทางการบิน

5. สำนักงานคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน

5.1 การดำเนินการเชิงรุกโดยภาครัฐบาล ส่งเสริมความร่วมมือแบบทวิภาคี ประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อเป็นการเพิ่มความมั่นใจของภาคเอกชนในการลงทุน

5.2 การส่งเสริมความร่วมมือทวิภาคี จะลดช่องว่างด้านข้อมูลเศรษฐกิจสังคมภายในและช่วยสร้างโอกาสในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

6. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

6.1 เร่งเจรจาผ่อนปรนมาตรการการผ่านแดนกับประเทศสมาชิก โดยเฉพาะความร่วมมือกันก่อให้เกิด GMS VISA ในประเทศสมาชิก

6.2 เร่งหามาตรการป้องกันทั้งภัยที่เกิดจากโรคระบาดและปัจจัยด้านลบ เช่น การก่อการร้ายข้ามชาติ ตลอดจนการกำหนดจุดยุทธศาสตร์ด้านการแข่งขันในตลาดโลก และส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคให้เข้มแข็ง

6.3 เร่งส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อม ได้มีการพัฒนาและมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว ตลอดจนความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน ในการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยว

6.4 เร่งจัดตั้งสถาบันเพื่อการพัฒนาบุคลากรด้านการบริการ เพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการบริการให้สามารถแข่งขันกับตลาดโลกและสอดคล้องกับลักษณะของ

ภูมิภาคด้วยความร่วมมือของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนได้ นอกจากนี้ประเทศไทย  
ต้องเร่งให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้านในการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรใน  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

6.5 เร่งพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานเชื่อมโยงในระหว่างประเทศสมาชิก  
ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ

#### ข้อค้นพบการออกแบบสอบถามการมีส่วนร่วมของภาคเอกชน

สำหรับการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการสนับสนุนประเทศไทยเป็นประตู  
ท่องเที่ยวสู่อิน โดจีน พบว่า ภาคเอกชนในประเทศไทยยังมีบทบาทในการสนับสนุน  
โครงการ GMS-EC ไม่มากนัก แต่อย่างไรก็ตาม ได้มีความร่วมมือกันระหว่างภาคเอกชน  
ในประเทศไทย กับ ภาคเอกชนของสปป. ลาว จัดตั้งพันธมิตรธุรกิจในกลุ่มลุ่มแม่น้ำโขง  
(The Greater Mekong Sub-regional Alliance--GMSA) ขึ้น เพื่อพัฒนาภาคอีสานเป็น  
ประตูไปสู่อิน โดจีน นอกจากนี้ภาคเอกชนในประเทศสมาชิกโครงการ GMS-EC ยังได้  
จัดตั้ง GMS Business-forum เพื่อมีบทบาทในการเข้าร่วมการพัฒนาให้มากขึ้น อย่างไรก็ตาม  
ตาม GMS Business-forum เพิ่งจัดตั้งขึ้น ยังมองไม่เห็นบทบาทที่สำคัญในการพัฒนา  
มากนัก ในการศึกษาบทบาทของภาคเอกชนในประเทศไทยในงานวิจัยนี้ ได้ทำการ  
สำรวจความคิดเห็นและความร่วมมือของภาคเอกชนไทย โดยการออกแบบสอบถามไป  
ยังผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอิน โดจีน 3 กลุ่ม ประกอบด้วยธุรกิจ  
บริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจ โรงแรมและที่พัก และธุรกิจสายการบิน พบว่า  
โดยภาพรวมแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ มีส่วนร่วมในการพัฒนาโครงการน้อย  
และเห็นว่านโยบายการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อิน โดจีนยังมีประโยชน์แก่ธุรกิจ  
ของตนเองน้อย นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ไม่ทราบและไม่มีส่วนร่วมในการ  
ดำเนินงานของโครงการต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามกรอบความร่วมมือในโครงการ GMS-EC  
ยกเว้นโครงการด้านการตลาด การเผยแพร่เอกสาร โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและ  
เส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศสมาชิกที่ผู้ประกอบการทราบถึงร้อยละ 54.2  
และเห็นว่านโยบายการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูและศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่  
อิน โดจีน ตามกรอบโครงการ GMS-EC นั้น ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว

ประเทศไทย-กัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนามเพิ่มขึ้นมากถึงมากที่สุด ทำให้จำนวนเที่ยวบิน และเส้นทางบินระหว่างประเทศไทย-กัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนาม เพิ่มขึ้นมากถึงมากที่สุด ทำให้เกิดการเดินทางเชื่อมโยงทางบกจากประเทศไทยไปยังกัมพูชา-สปป. ลาว-เวียดนาม เพิ่มขึ้นมาก แต่ไม่แน่ใจและเห็นว่าโครงการจะมีผลน้อยต่อการเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำ และเห็นว่าโครงการจะมีผลน้อยต่อการเพิ่มการเดินทางทางรถไฟ อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการเห็นว่าโครงการ GMS-EC จะทำให้ความร่วมมือในการส่งเสริมการตลาด ร่วมกันระหว่างประเทศไทยและกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม เพิ่มขึ้นมาก และช่วยให้มีการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวทั้งของประเทศไทย กัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนามเพิ่มขึ้นมาก (ยกเว้นผู้ประกอบการธุรกิจสายการบิน ที่ไม่แน่ใจว่าโครงการจะช่วยให้เกิดการพัฒนาศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย)

นอกจากนี้ ผู้ประกอบการ ยังเห็นว่า โครงการจะมีผลอย่างมากต่อการผ่อนปรนระเบียบการเข้าเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขงเพิ่มขึ้น (ยกเว้นผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมและที่พักที่ไม่แน่ใจว่าโครงการจะช่วยให้เกิดการผ่อนปรนระเบียบการเข้าเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง)

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้น จะเห็นได้ว่าในภาพรวม ภาครัฐบาลมีบทบาทนำ ทั้งในกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจในโครงการ GMS-EC และ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน โดยมีโครงการที่รัฐบาลเสนอไว้ทั้งตามโครงการ GMS-EC และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่สอดคล้องกัน หลาย ๆ โครงการก็ได้รับปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทางคมนาคมทั้งทางบก-น้ำ-อากาศ อย่างไรก็ตามโครงการที่ไม่ได้รับการปฏิบัติส่วนใหญ่เป็นงานที่ต้องอาศัยหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องรับไปดำเนินการ เช่น โครงการที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดเกณฑ์และมาตรฐานของบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การออก GMS VISA ในกลุ่มประเทศในอินโดจีน เป็นต้น

ภาคเอกชนเองยังมีส่วนร่วมในการให้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจใน โครงการ GMS-EC และ โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน น้อย ยังต้องอาศัยการชี้แนะและการส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐบาลอยู่

ดังนั้นภาครัฐบาลและเอกชนควรร่วมกัน ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยวและเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมได้มีการพัฒนาและมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว กำหนดจุดยุทธศาสตร์ด้านการแข่งขันในตลาดโลกเพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการบริการให้สอดคล้องกับลักษณะของภูมิภาค และสามารถแข่งขันกับตลาดโลกได้ โดยรัฐบาลไทยในฐานะผู้นำและประเทศประตูสู่อินโดจีน อาจสนับสนุนการทำแผนที่ท่องเที่ยวร่วมกันของ GMS-EC จัดทำ การท่องเที่ยวเหมารวม ซึ่งใช้ประโยชน์ร่วมกันในทุกประเทศในอินโดจีนได้และที่สำคัญต้องร่วมมือกันทำการตลาดและเร่งทำประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้น

## ศึกษาตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน

จากการค้นพบในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยแบ่งลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวสู่ประเทศในอินโดจีนออกเป็น 2 ลักษณะ คือ การเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน และการเดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน สามารถสรุปปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน แบ่งการวิเคราะห์ปัจจัยออกเป็น 2 ส่วน คือ

1.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (โดยอุปสงค์รวม คำนวณจากอุปสงค์การท่องเที่ยวในกัมพูชา อุปสงค์การท่องเที่ยวใน สปป. ลาว และ อุปสงค์การท่องเที่ยวในเวียดนาม) ได้แก่

1.1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อาชีพ ทัศนियม และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

1.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าตัวเครื่องบิน และรายได้

1.1.3 ปัจจัยความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว และความปลอดภัย

1.1.4 ปัจจัยในการเลือกใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยโดยไม่แวะท่องเที่ยว ประกอบด้วย แรงต้านในการท่องเที่ยวไทย และเส้นทางการบิน

1.1.5 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

1.1.6 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง

1.2 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น

1.2.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ได้แก่

1.2.1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อาชีพ และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

1.2.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้

1.2.1.3 ปัจจัยความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย ความปลอดภัย

1.2.1.4 ปัจจัยในการเลือกใช้เส้นทางผ่านประเทศไทยโดยไม่แวะท่องเที่ยว ประกอบด้วย แรงต้านในการท่องเที่ยวไทย และเส้นทางการบิน

1.2.1.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง

1.2.2 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ได้แก่

1.2.2.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อาชีพ รสนิยม และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

1.2.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย รายได้

1.2.2.3 ปัจจัยความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว

1.2.2.4 ปัจจัยในการเลือกใช้เส้นทางผ่านประเทศไทย โดยไม่แวะ  
ท่องเที่ยว ประกอบด้วย แรงต้านในการท่องเที่ยวไทย และเส้นทางการบิน

1.2.2.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง

2. ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย  
และประเทศในอินโดจีน แบ่งการวิเคราะห์ปัจจัยออกเป็น 3 ส่วน คือ

2.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์รวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้ง  
ประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ได้แก่

2.1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ ทัศนคติ  
และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

2.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรายได้

2.1.3 ปัจจัยความดึงดูดใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย  
สถานที่ท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว

2.1.4 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ธุรกิจนำ  
เที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก

2.1.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์  
ในการเดินทาง

2.2 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม  
แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว แบ่งเป็น

2.2.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีป  
เอเชีย ได้แก่

2.2.1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ และอาชีพ

2.2.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าที่พัก ค่าอาหาร

2.2.1.3 ปัจจัยความดึงดูดใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว  
ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว

2.2.1.4 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย  
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก

2.2.1.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง

2.2.2 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ได้แก่

2.2.2.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน

2.2.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าที่พัก และรายได้

2.2.2.3 ปัจจัยความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว และการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทยอินโดจีน

2.2.2.4 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก

2.2.2.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง

2.3 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว จำแนกตามสัญชาติ แบ่งเป็น

2.3.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ได้แก่

2.3.1.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ อาชีพ และสถานภาพสมรส

2.3.1.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าที่พัก และค่าอาหาร

2.3.1.3 ปัจจัยความตั้งใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว และความปลอดภัย

2.3.1.4 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก

2.3.1.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง

2.3.2 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่

2.3.2.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อาชีพ และรสนิยม

2.3.2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าที่พัก

- 2.3.2.3 ปึงจัยความคึงคุดใจที่เก็ยวข้องกับแหล่งท่องเท็ยว  
ประกอบคัวย การรับรู้อัอมูลการท่องเท็ยว
- 2.3.2.4 ปึงจัยในธุรกิจที่เก็ยวข้องกับการท่องเท็ยว ประกอบคัวย  
ธุรกิจอาหารและเครื่องคั้ม
- 2.3.3 ปึงจัยที่กำหนคุดปึงส้งคั้ของนักท่องเท็ยวชาวอเมริกัน ได้แก
- 2.3.3.1 ปึงจัยคุณคั้ลักษณะส่วนบุคคุด ประกอบคัวย อายุ และอาชีพ
- 2.3.3.2 ปึงจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบคัวย คั้าอาหาร
- 2.3.3.3 ปึงจัยความคึงคุดใจที่เก็ยวข้องกับแหล่งท่องเท็ยว  
ประกอบคัวย สถานที่ท่องเท็ยว การรับรู้อัอมูลการท่องเท็ยว และความปลอดคัย
- 2.3.3.4 ปึงจัยในธุรกิจที่เก็ยวข้องกับการท่องเท็ยว ประกอบคัวย  
ธุรกิจนำเท็ยวและมัคคุดเทศคั้ และธุรกิจอาหารและเครื่องคั้ม
- 2.3.3.5 ปึงจัยอื่่น ๆ ประกอบคัวย ประสบการณั้ในการเดินทาง
- 2.3.4 ปึงจัยที่กำหนคุดปึงส้งคั้ของนักท่องเท็ยวชาวไค้หวัน ได้แก
- 2.3.4.1 ปึงจัยคุณคั้ลักษณะส่วนบุคคุด ประกอบคัวย อายุ และรสนิยม
- 2.3.4.2 ปึงจัยความคึงคุดใจที่เก็ยวข้องกับแหล่งท่องเท็ยว  
ประกอบคัวย สถานที่ท่องเท็ยว และการรับรู้อัอมูลการท่องเท็ยว
- 2.3.4.3 ปึงจัยในธุรกิจที่เก็ยวข้องกับการท่องเท็ยว ประกอบคัวย  
ธุรกิจนำเท็ยวและมัคคุดเทศคั้ ธุรกิจอาหารและเครื่องคั้ม และธุรกิจโรงเรئمที่พัก
- 2.3.4.4 ปึงจัยอื่่น ๆ ประกอบคัวย รูปแบบการเดินทาง
- 2.3.5 ปึงจัยที่กำหนคุดปึงส้งคั้ของนักท่องเท็ยวชาวฝรังเศส ได้แก
- 2.3.5.1 ปึงจัยคุณคั้ลักษณะส่วนบุคคุด ประกอบคัวย อายุ อาชีพ และ  
การศึ้กษา
- 2.3.5.2 ปึงจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบคัวย รายได้
- 2.3.5.3 ปึงจัยความคึงคุดใจที่เก็ยวข้องกับแหล่งท่องเท็ยว  
ประกอบคัวย สถานที่ท่องเท็ยว และความปลอดคัย
- 2.3.5.4 ปึงจัยในธุรกิจที่เก็ยวข้องกับการท่องเท็ยว ประกอบคัวย  
ธุรกิจอาหารและเครื่องคั้ม และธุรกิจโรงเรئمที่พัก



- 2.3.5.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการเดินทาง
- 2.3.6 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ ได้แก่
- 2.3.6.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อาชีพ และ  
รสนิยม
- 2.3.6.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าอาหาร
- 2.3.6.3 ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว  
ประกอบด้วย การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว
- 2.3.6.4 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย  
ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- 2.3.6.5 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย รูปแบบการเดินทาง และ  
ประสบการณ์ในการเดินทาง
- 2.3.7 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ได้แก่
- 2.3.7.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อาชีพ และ  
ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน
- 2.3.7.2 ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว  
ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และความ  
ปลอดภัย
- 2.3.7.3 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย  
ธุรกิจโรงแรมที่พัก และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
- 2.3.7.4 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการเดินทาง
- 2.3.8 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวเกาหลี ได้แก่
- 2.3.8.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อาชีพ และ  
การศึกษา
- 2.3.8.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าที่พัก และค่าอาหาร
- 2.3.8.3 ปัจจัยความพึงพอใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว  
ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว และความ  
ปลอดภัย

2.3.8.4 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการเดินทาง

2.3.9 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน ได้แก่

2.3.9.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อายุ การศึกษา

และรสนิยม

2.3.9.2 ปัจจัยความคึงดูใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว และการรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

2.3.9.3 ปัจจัยในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

ธุรกิจ โรงแรมที่พัก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

2.3.9.4 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วยรูปแบบการเดินทาง

2.3.10 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวแคนาดา ได้แก่

2.3.10.1 ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย อาชีพ และ

รสนิยม

2.3.10.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย ค่าอาหาร

2.3.10.3 ปัจจัยความคึงดูใจที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว

ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และความปลอดภัย

2.3.10.4 ปัจจัยอื่น ๆ ประกอบด้วย ประสบการณ์ในการเดินทาง

(ปัจจัยที่กำหนดจำนวนวันพัก)



- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน
- รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม
- ลักษณะการเดินทางกับเพื่อนหรือครอบครัว
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกรมพินิจฯ/โทรทัศน์
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกรมพินิจฯจากบุคคลรอบข้าง
- ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (เสียมราฐ กัมพูชา)
- ค่าอาหาร
- เส้นทางการบิน
- อายุมากกว่า 55 ปี (-)

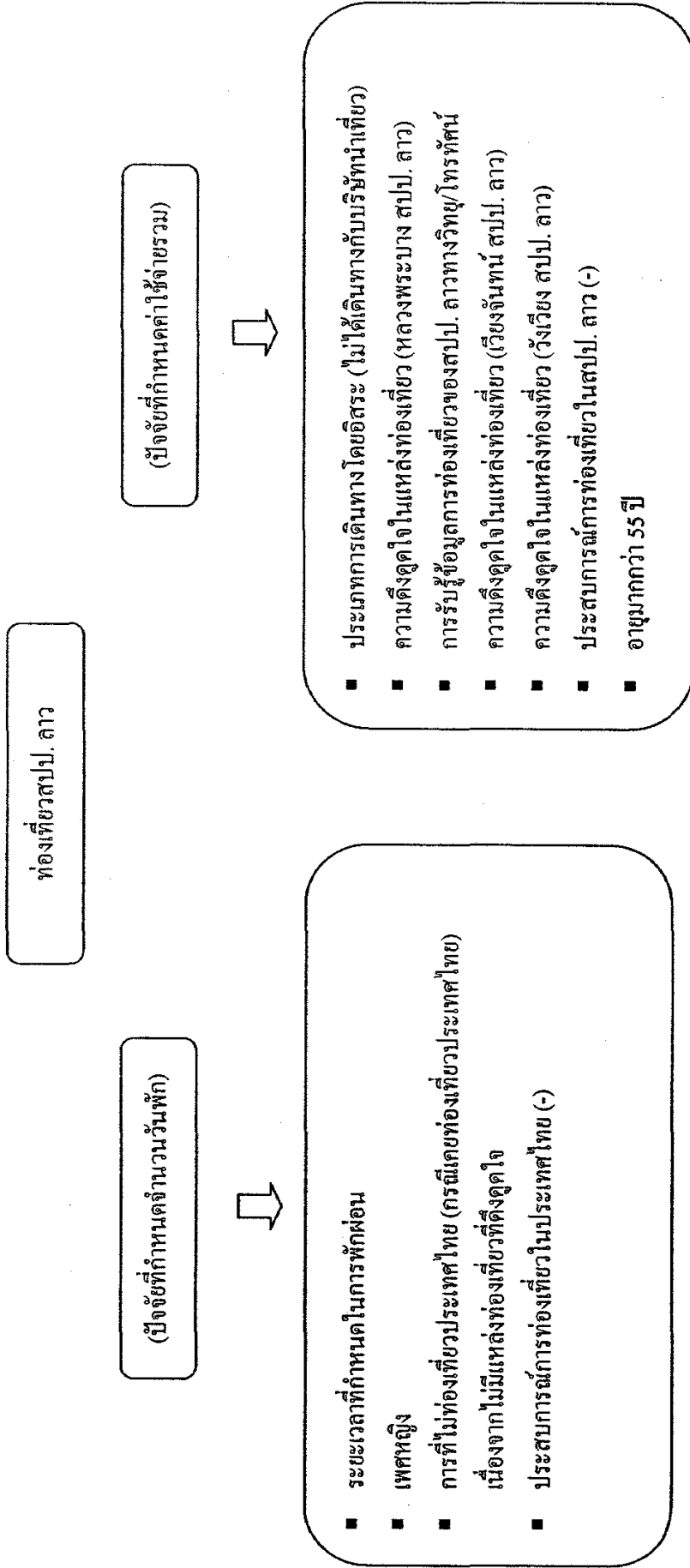
(ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายรวม)



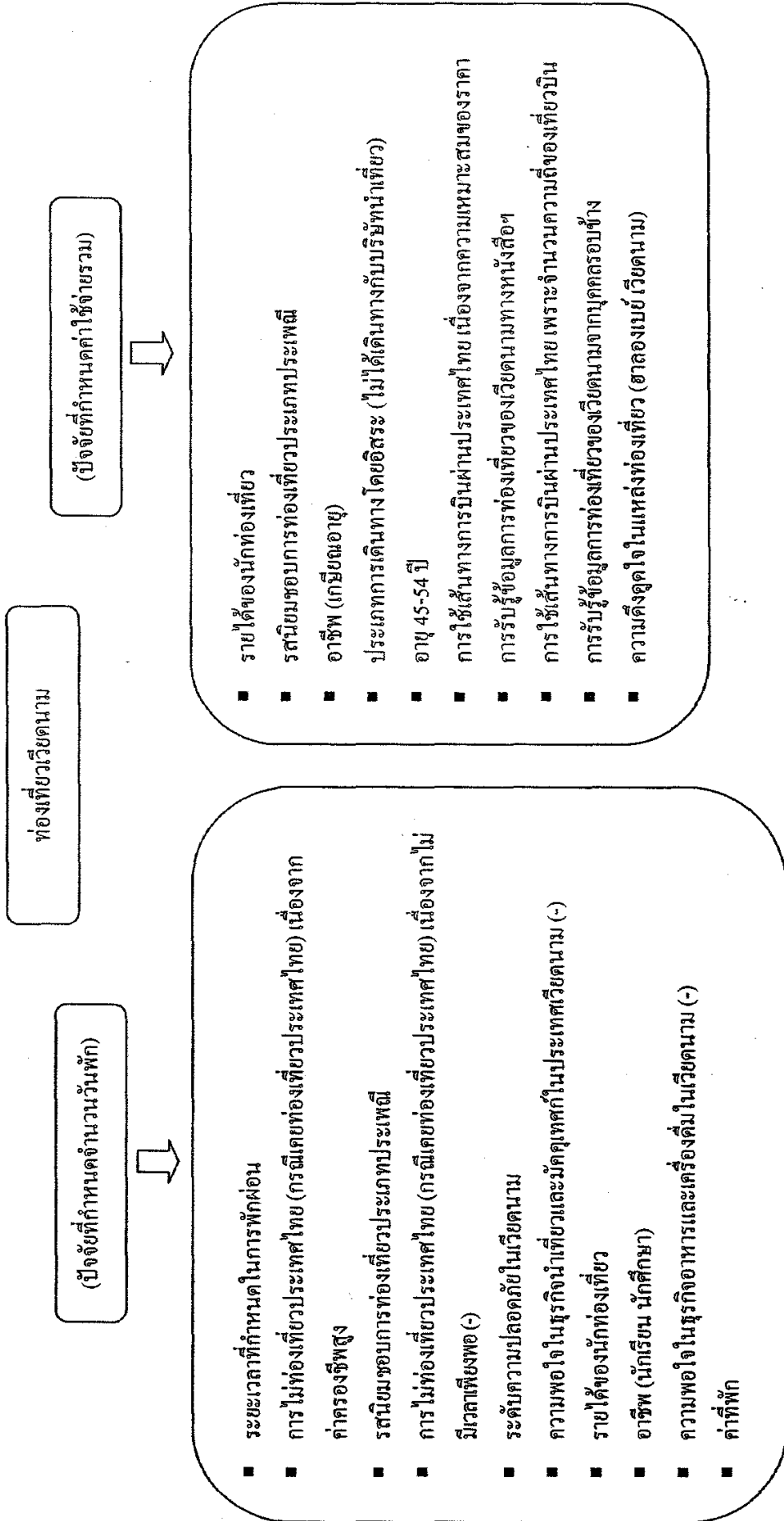
- อาชีพ (เกษียณอายุ)
- รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทบันเทิง
- ระดับความปลอดภัยในกัมพูชา
- การรับรู้ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวของกรมพินิจฯ/โทรทัศน์
- ประเภทการเดินทางโดยอิสระ (ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว)
- ประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย (-)

ภาพ 17 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวกัมพูชา

ที่มา. จากการศึกษา



ภาพ 18 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวสป. ลาว  
ที่มา. จากการสัมภาษณ์



(ปัจจัยที่กำหนดจำนวนวันพัก)

- ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน
- การไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีเคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจากค่าครองชีพสูง
- รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี
- การไม่ท่องเที่ยวประเทศไทย (กรณีเคยท่องเที่ยวประเทศไทย) เนื่องจากไม่มีเวลาเพียงพอ (-)
- ระดับความปลอดภัยในเวียดนาม
- ความพอใจในธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ในเวียดนาม (-)
- รายได้ของนักท่องเที่ยว
- อาชีพ (นักเรียน นักศึกษา)
- ความพอใจในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม (-)
- ค่าที่พัก

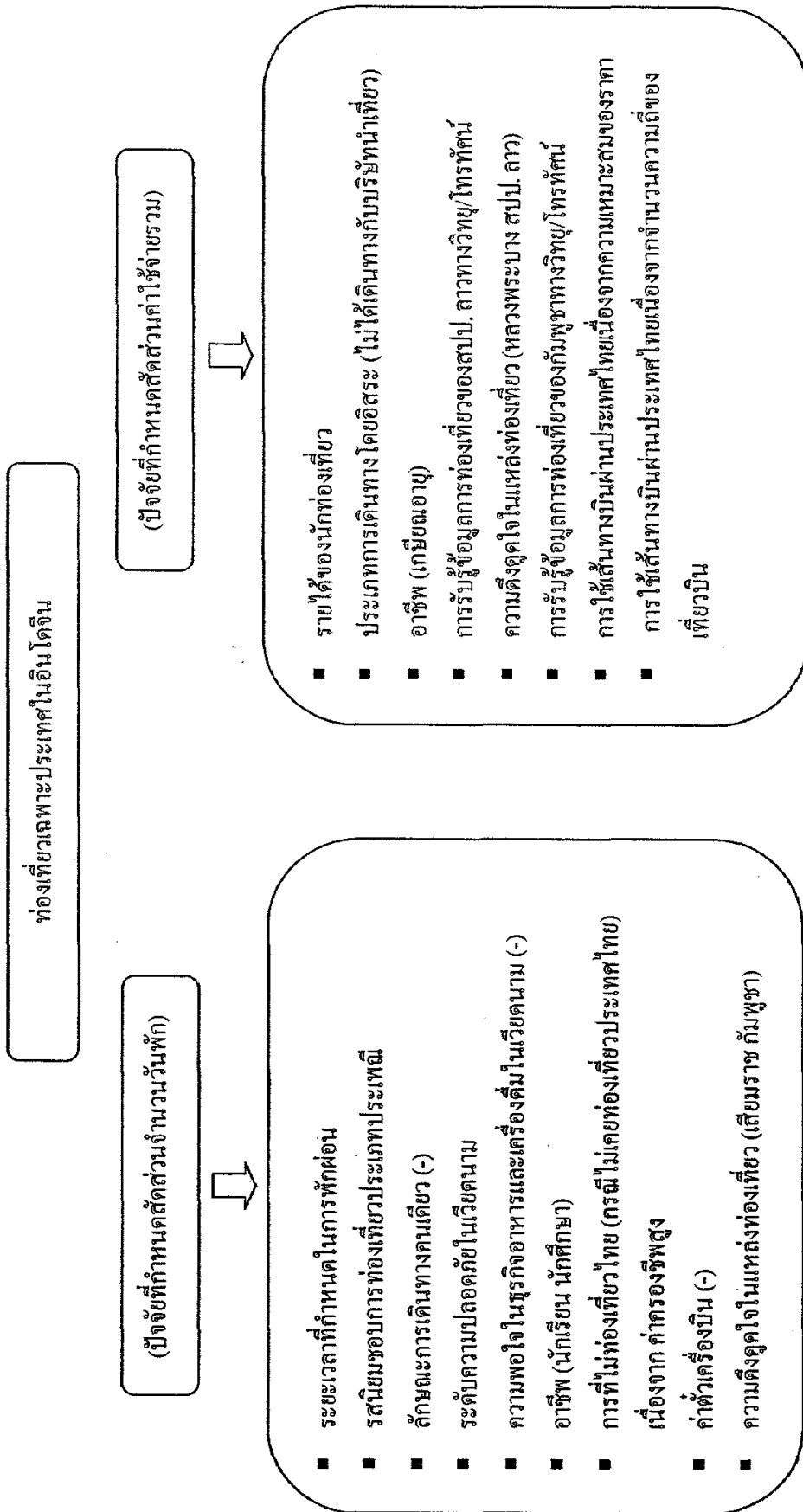
ท่องเที่ยวเวียดนาม

(ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายรวม)

- รายได้ของนักท่องเที่ยว
- รสนิยมชอบการท่องเที่ยวประเภทประเพณี
- อาชีพ (เกษียณอายุ)
- ประเภทการเดินทางโดยอิสระ (ไม่ได้เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว)
- อายุ 45-54 ปี
- การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทย เนื่องจากความเหมาะสมของราคา
- การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของเวียดนามทางหนังสือฯ
- การใช้เส้นทางการบินผ่านประเทศไทย เพราะจำนวนความถี่ของเที่ยวบิน
- การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวของเวียดนามจากบุคคลรอบข้าง
- ความตั้งใจในแหล่งท่องเที่ยว (ฮาลองเบย์ เวียดนาม)

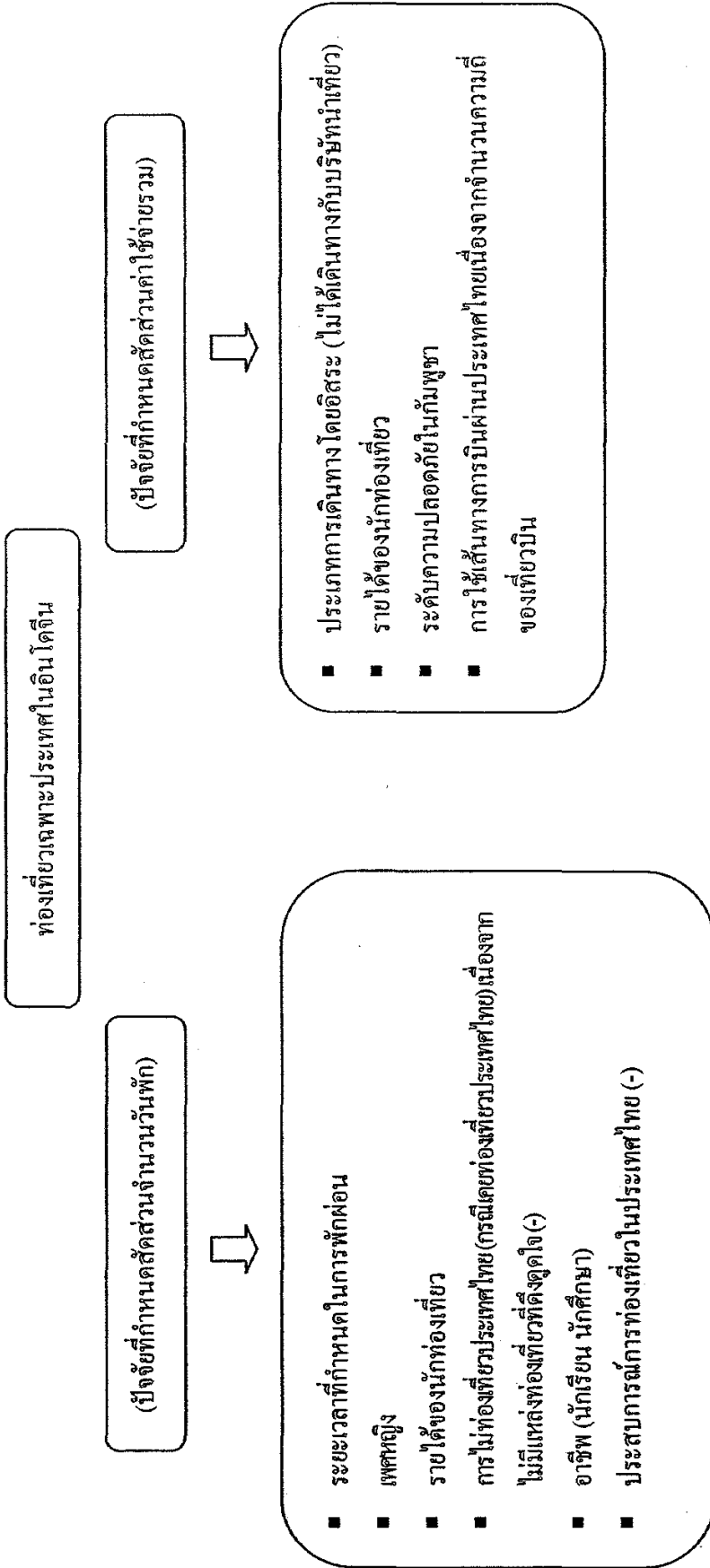
ภาพ 19 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวเวียดนาม

ที่มา. จากการศึกษา

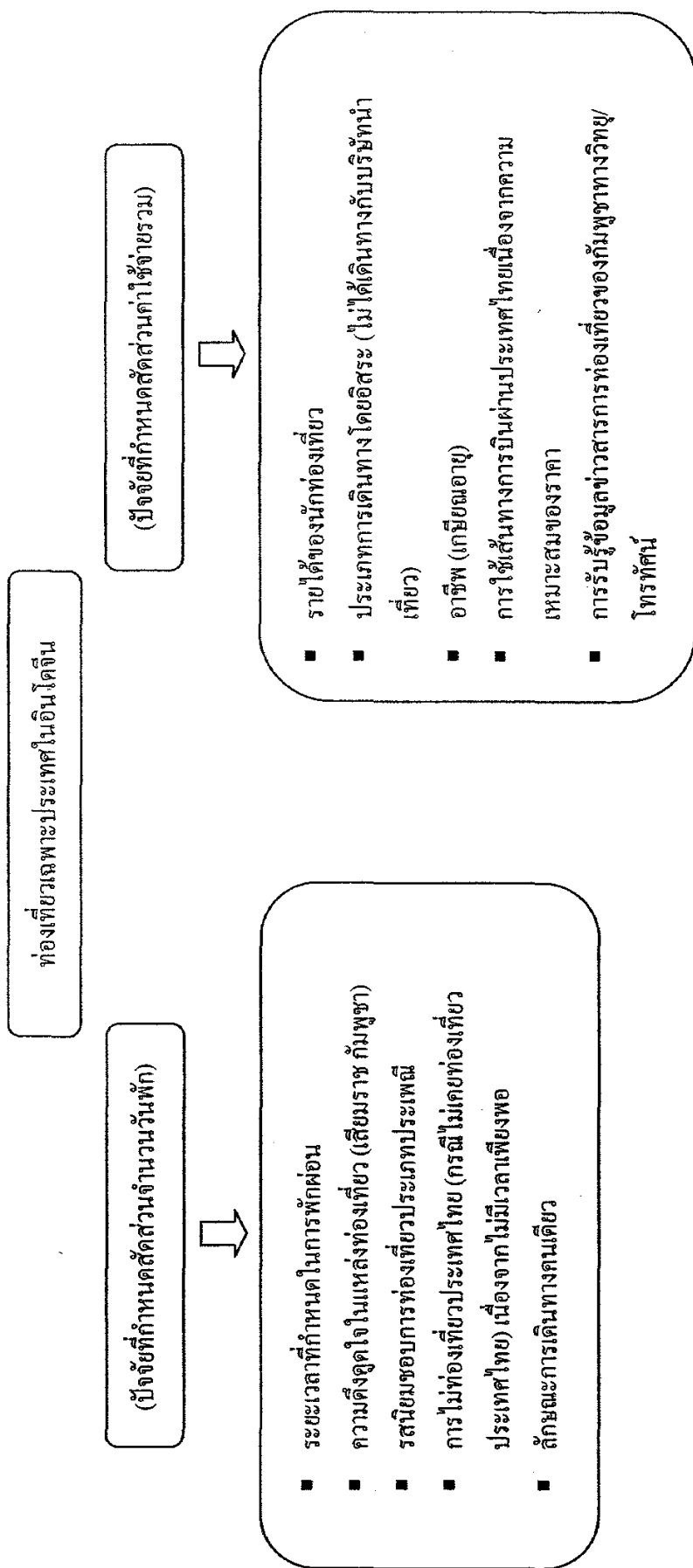


ภาพ 20 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน

ที่มา. จากการศึกษา



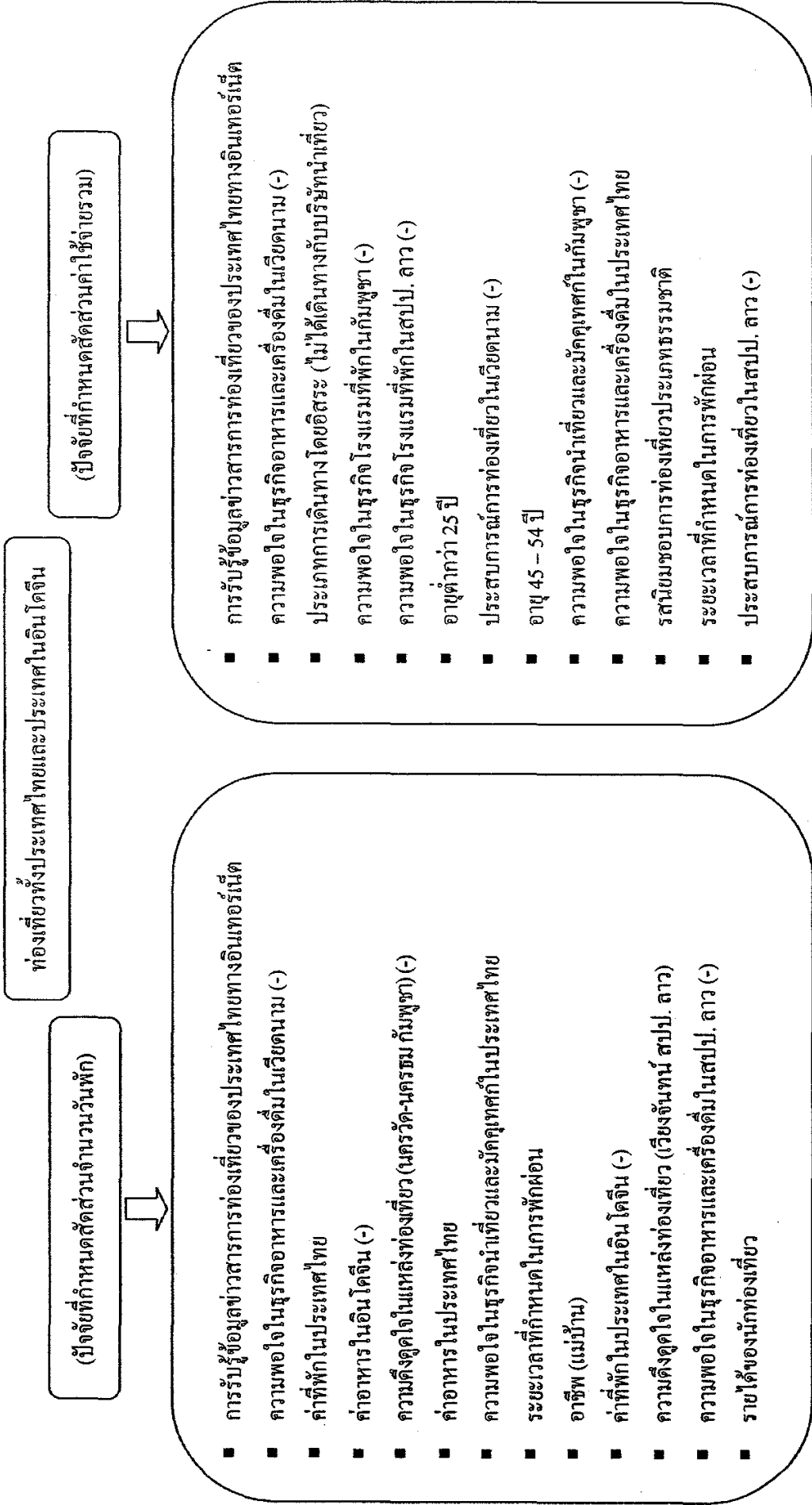
ภาพ 21 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย ที่มา. จากการศึกษา



ภาพ 22 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเฉพาะในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

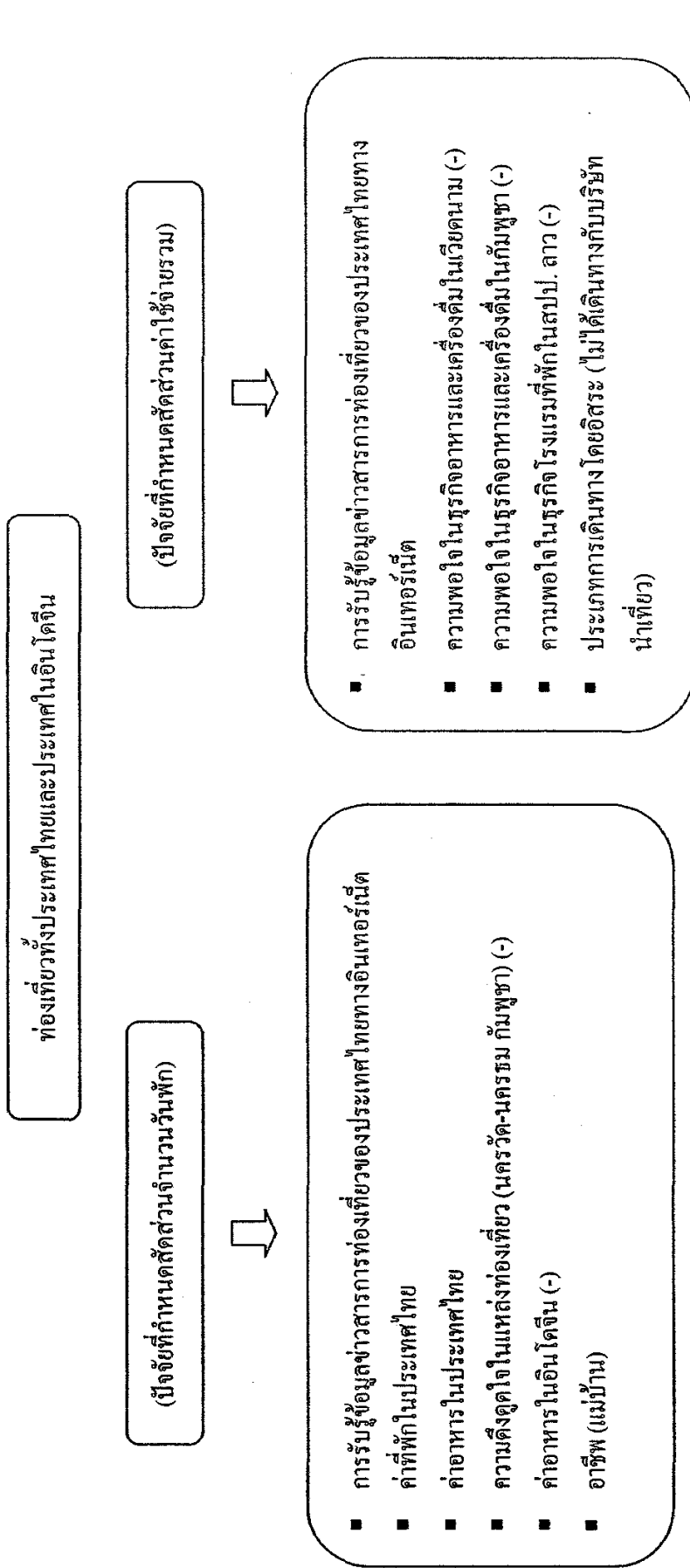
ที่มา. จากการสังเคราะห์





ภาพ 23 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน

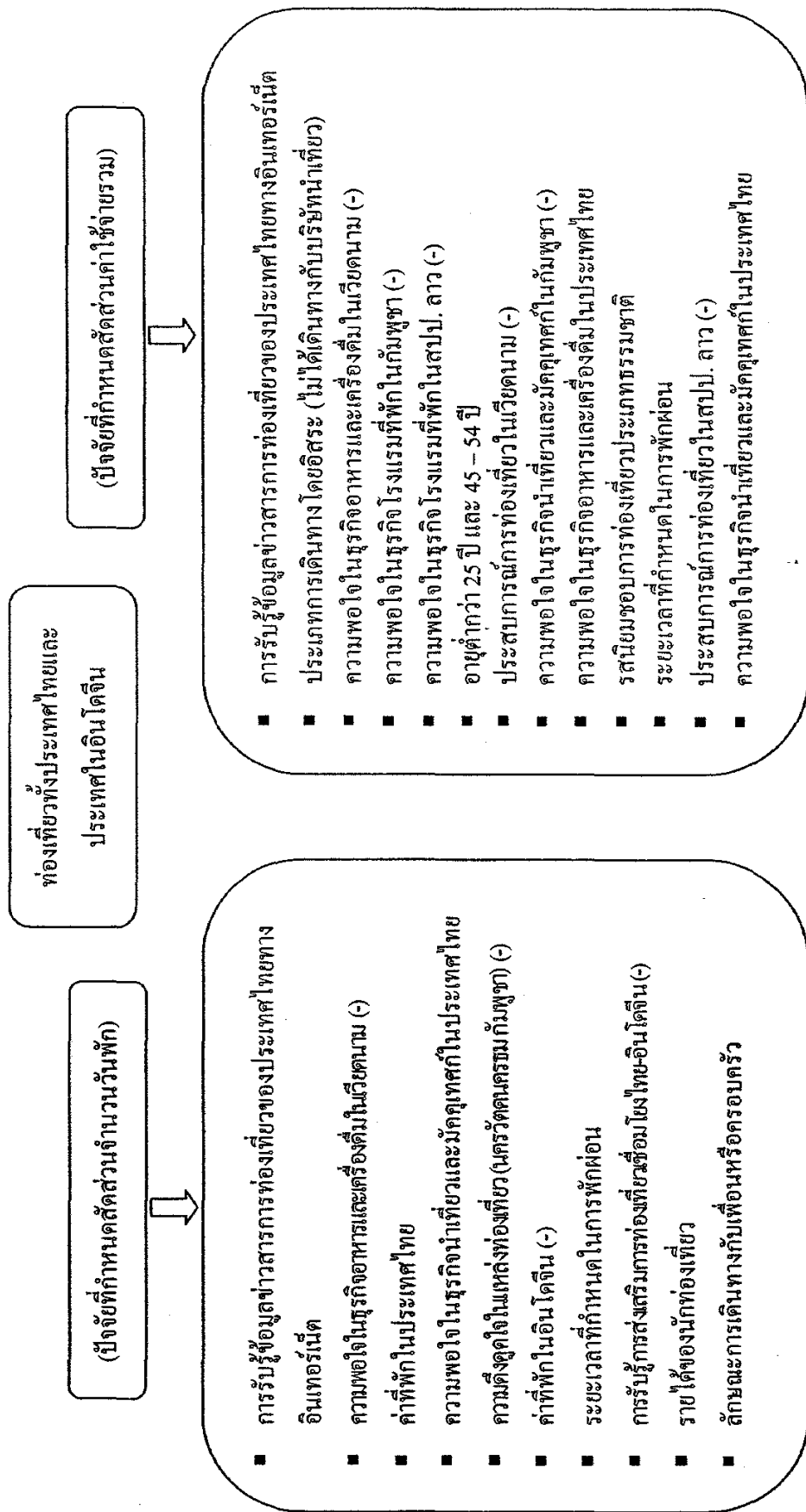
ที่มา. จากการศึกษา



ภาพ 24 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีป

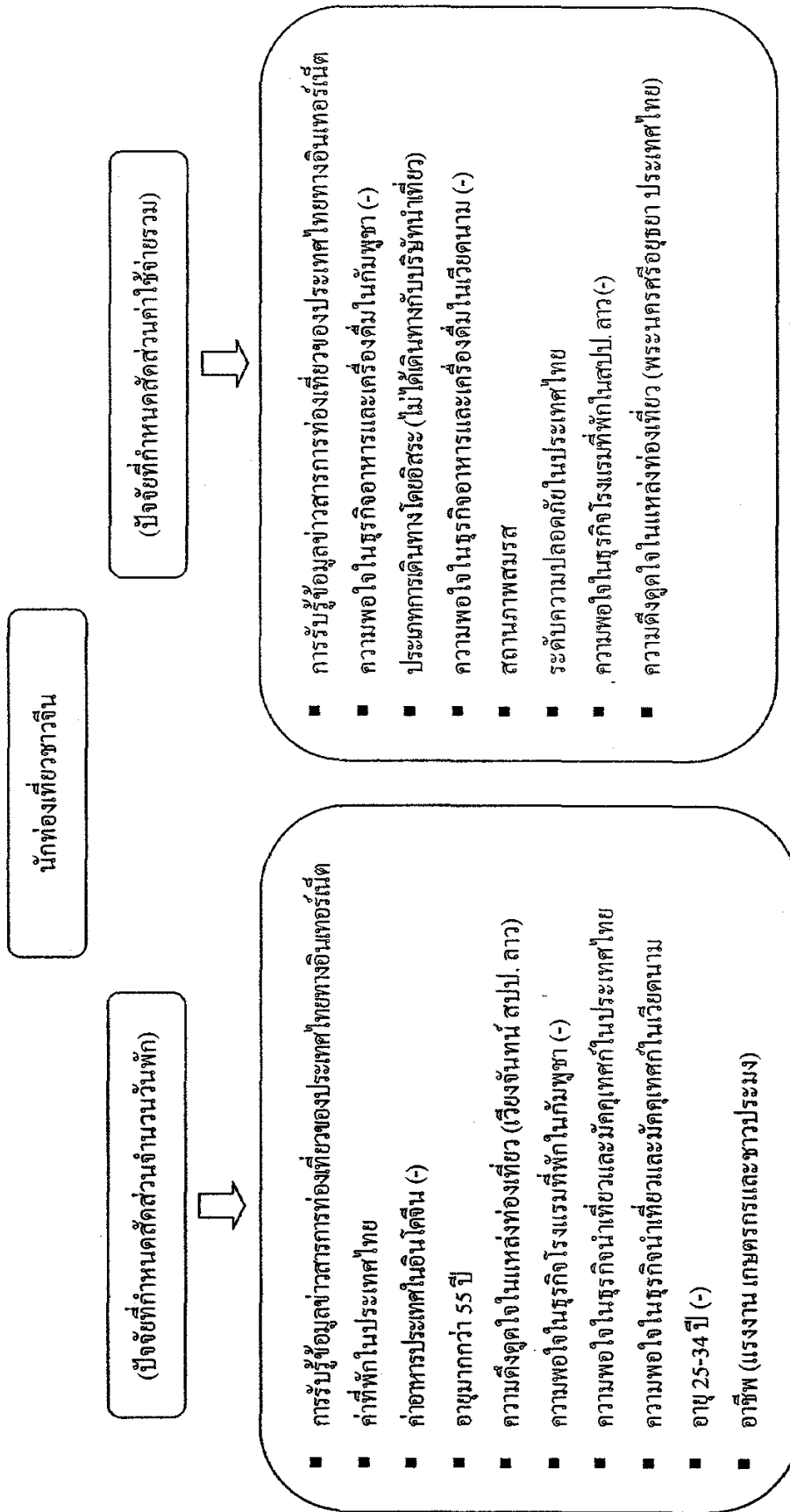
เอเชีย

ที่มา. จากการศึกษาวิเคราะห์



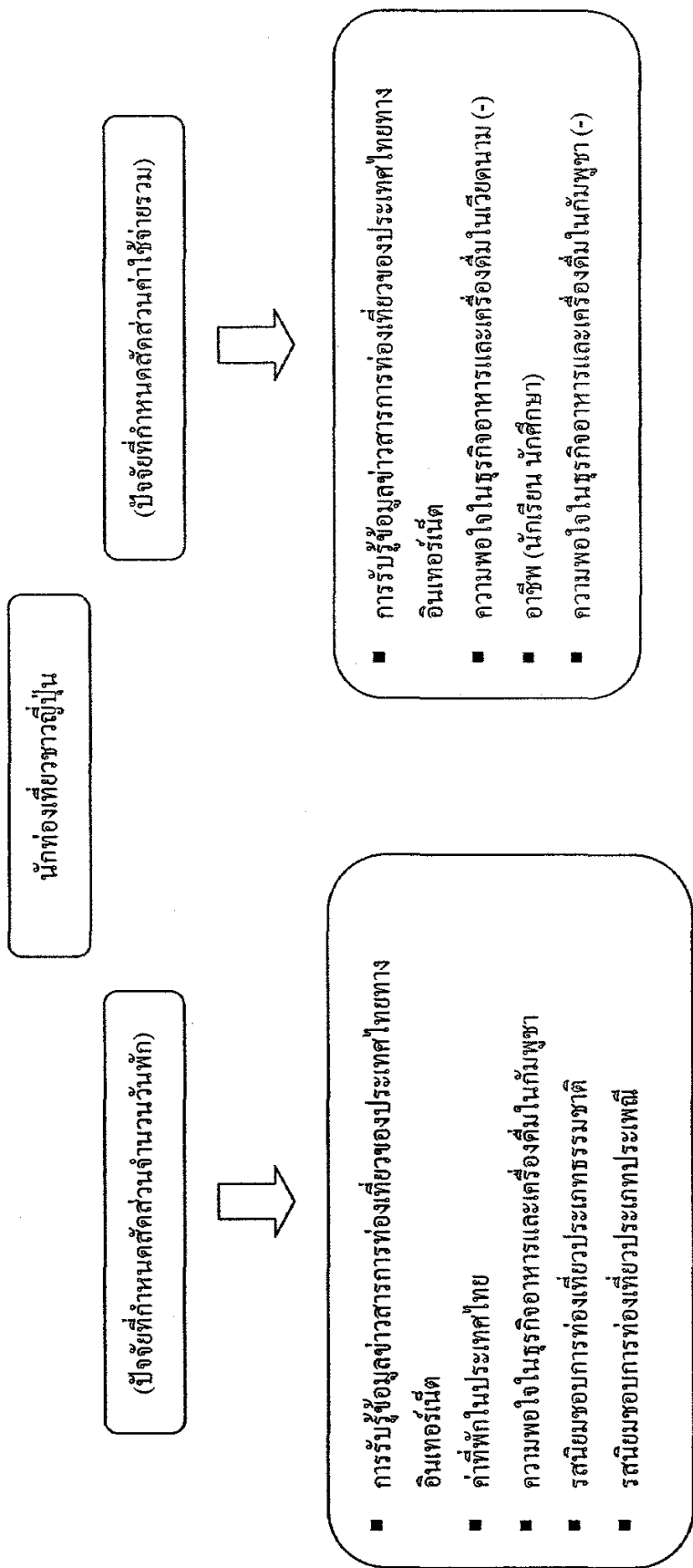
ภาพ 25 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศไทย เอเชีย

ที่มา. จากการศึกษา



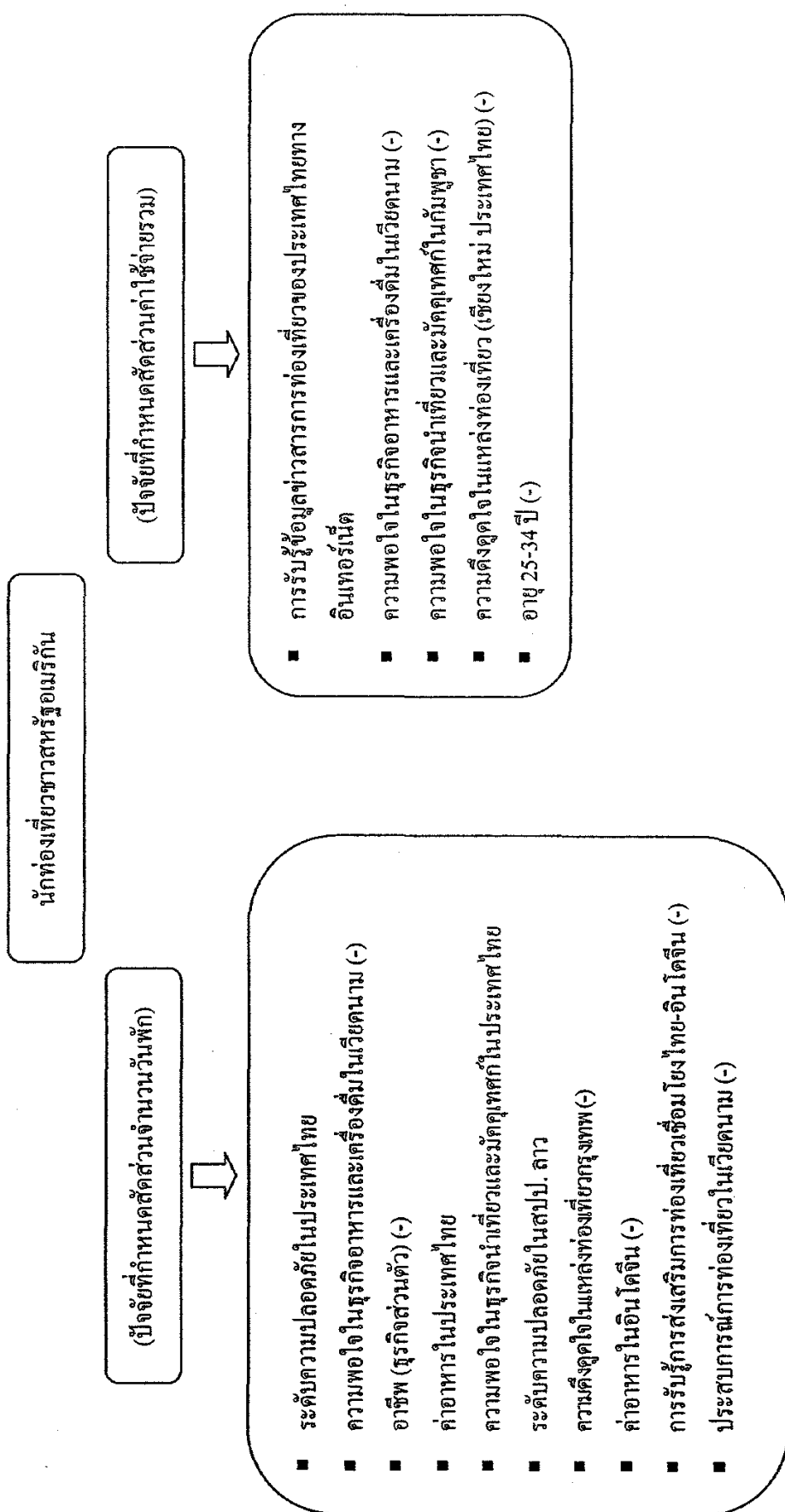
ภาพ 26 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวยุโรป

ที่มา. จากการศึกษา



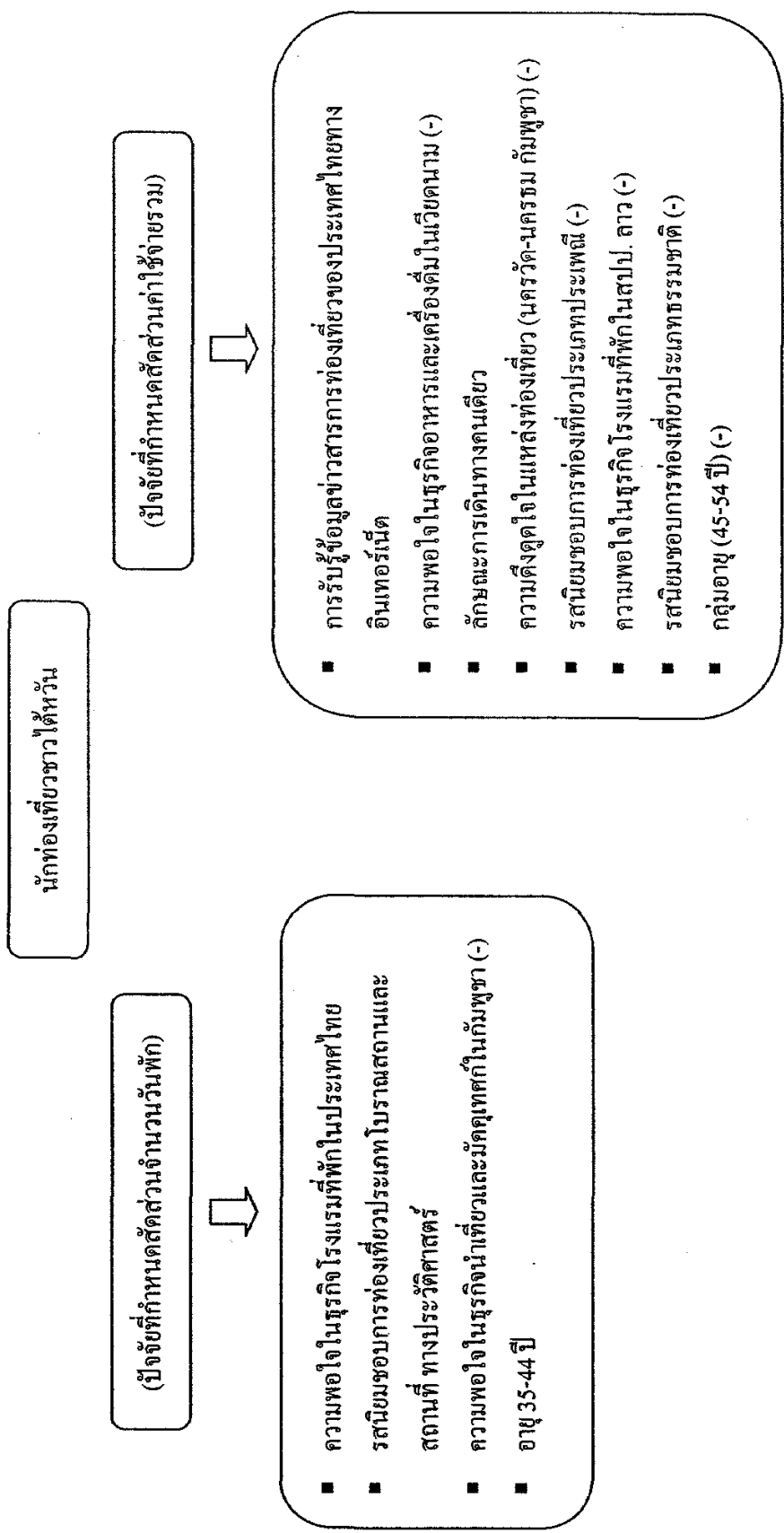
ภาพ 27 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศไต้หวัน: นักท่องเที่ยวชาวจีน

ที่มา. จากการศึกษา



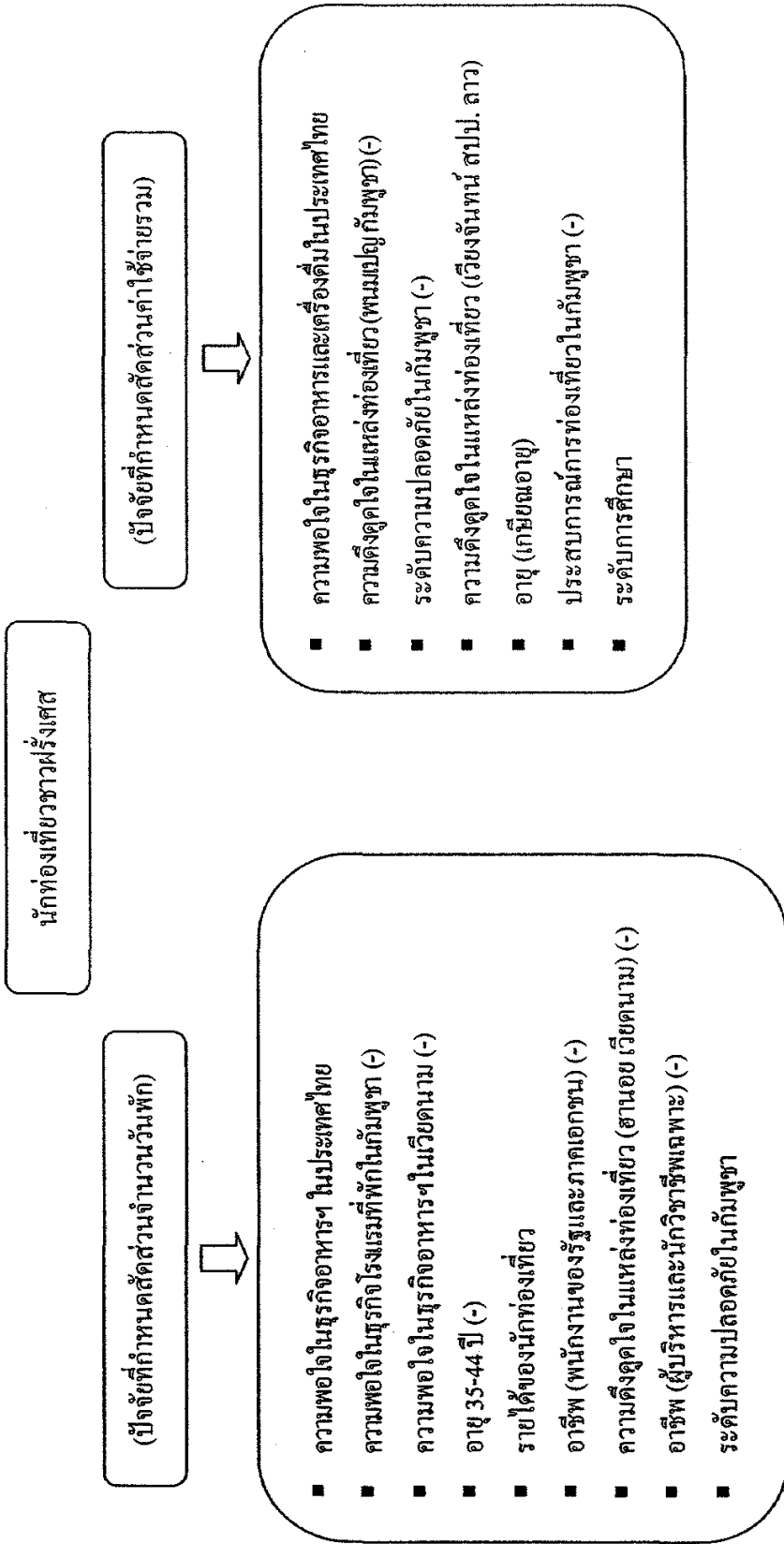
ภาพ 28 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

ที่มา. จากการสังเคราะห์



ภาพ 29 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศไต้หวันและประเทศไต้หวัน

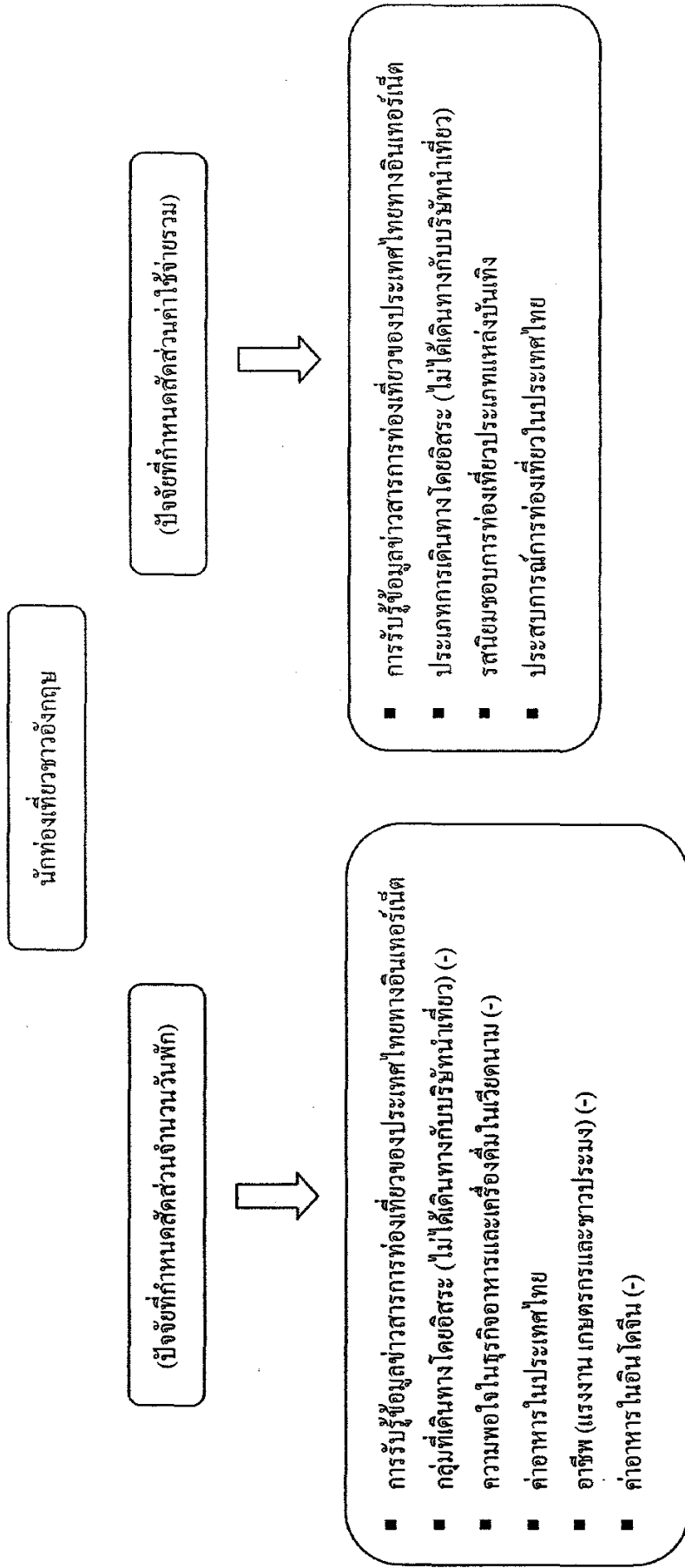
ที่มา. จากการศึกษา



ภาพ 30 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศกัมพูชาในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

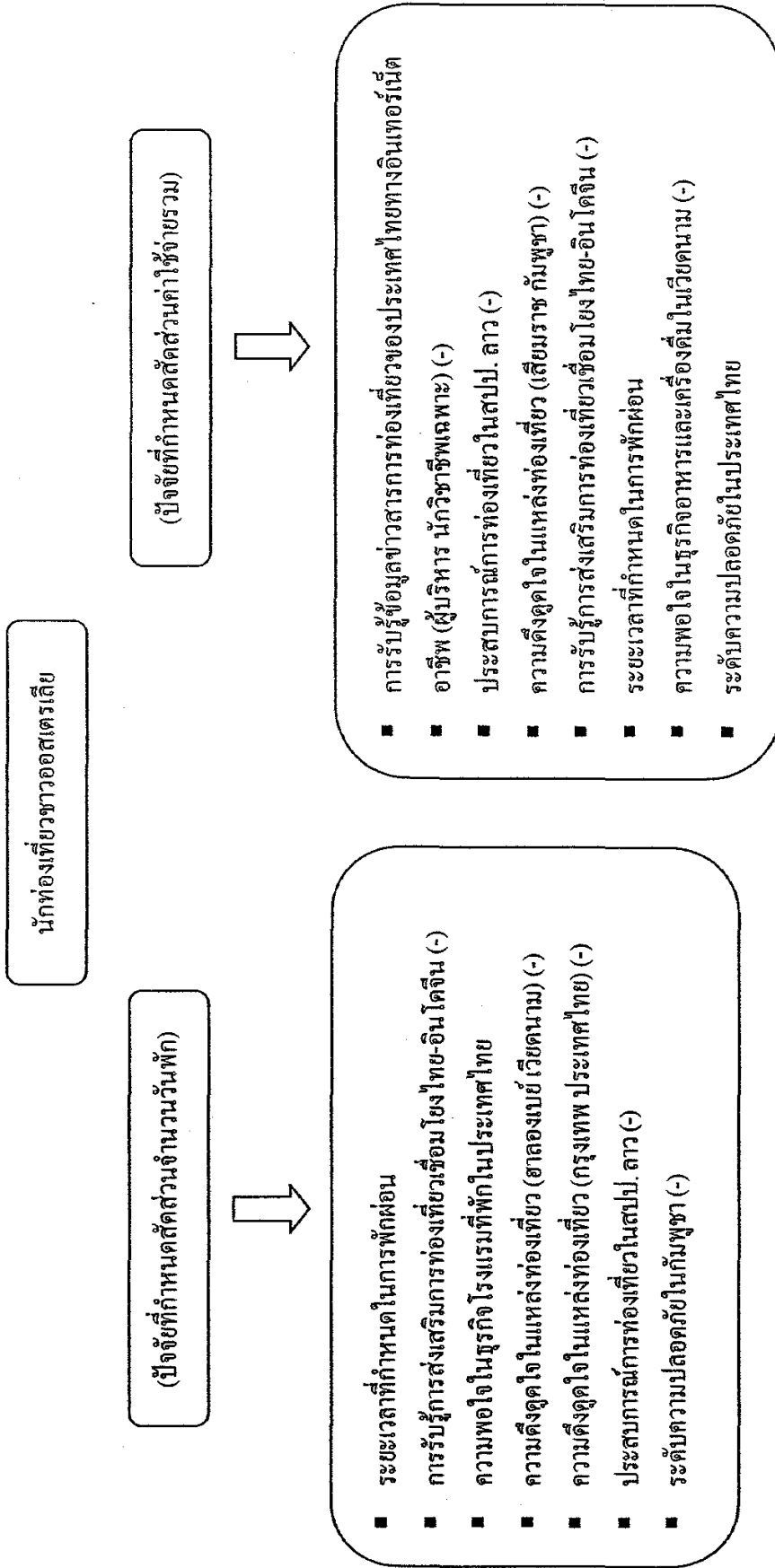
ที่มา. จากการศึกษา





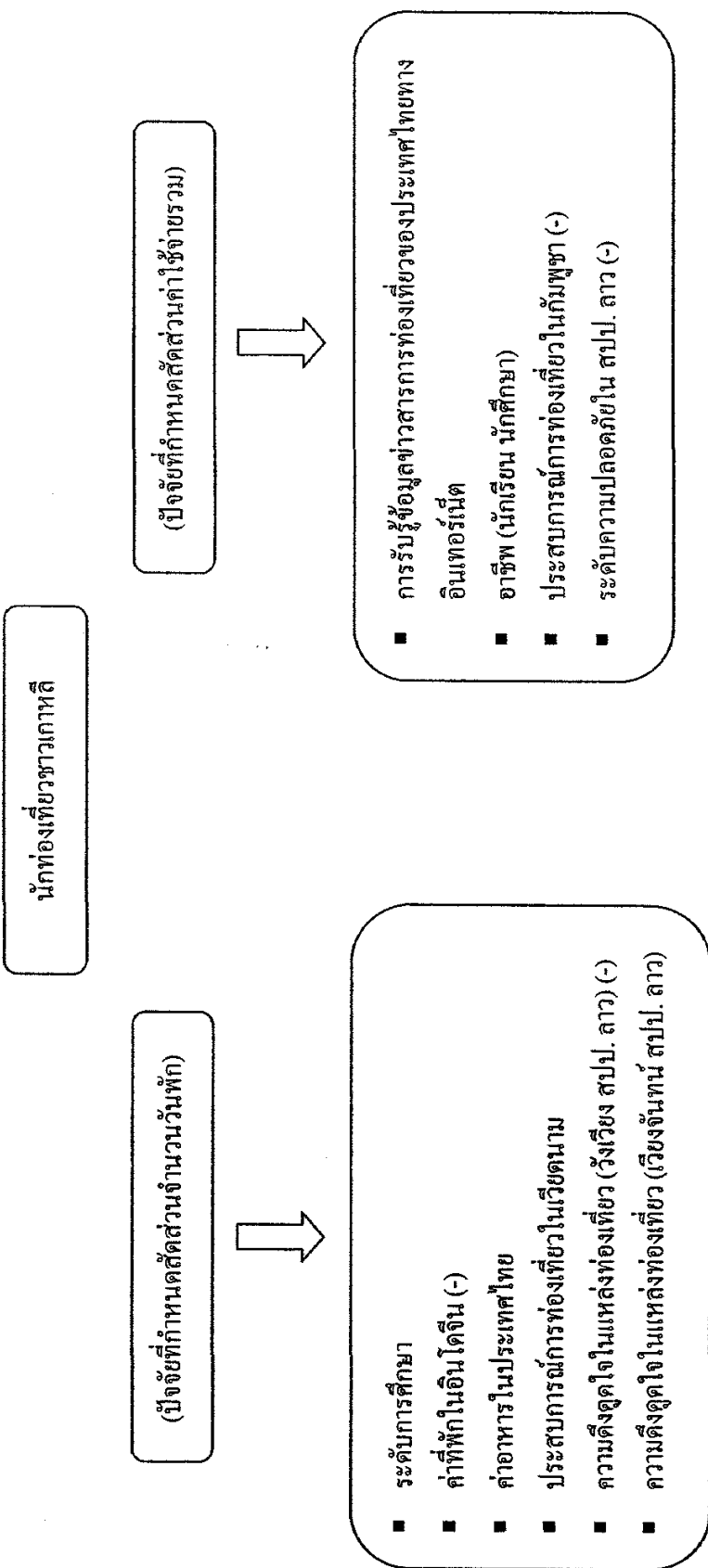
ภาพ 31 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

ที่มา. จากการตั้งเคราะห์



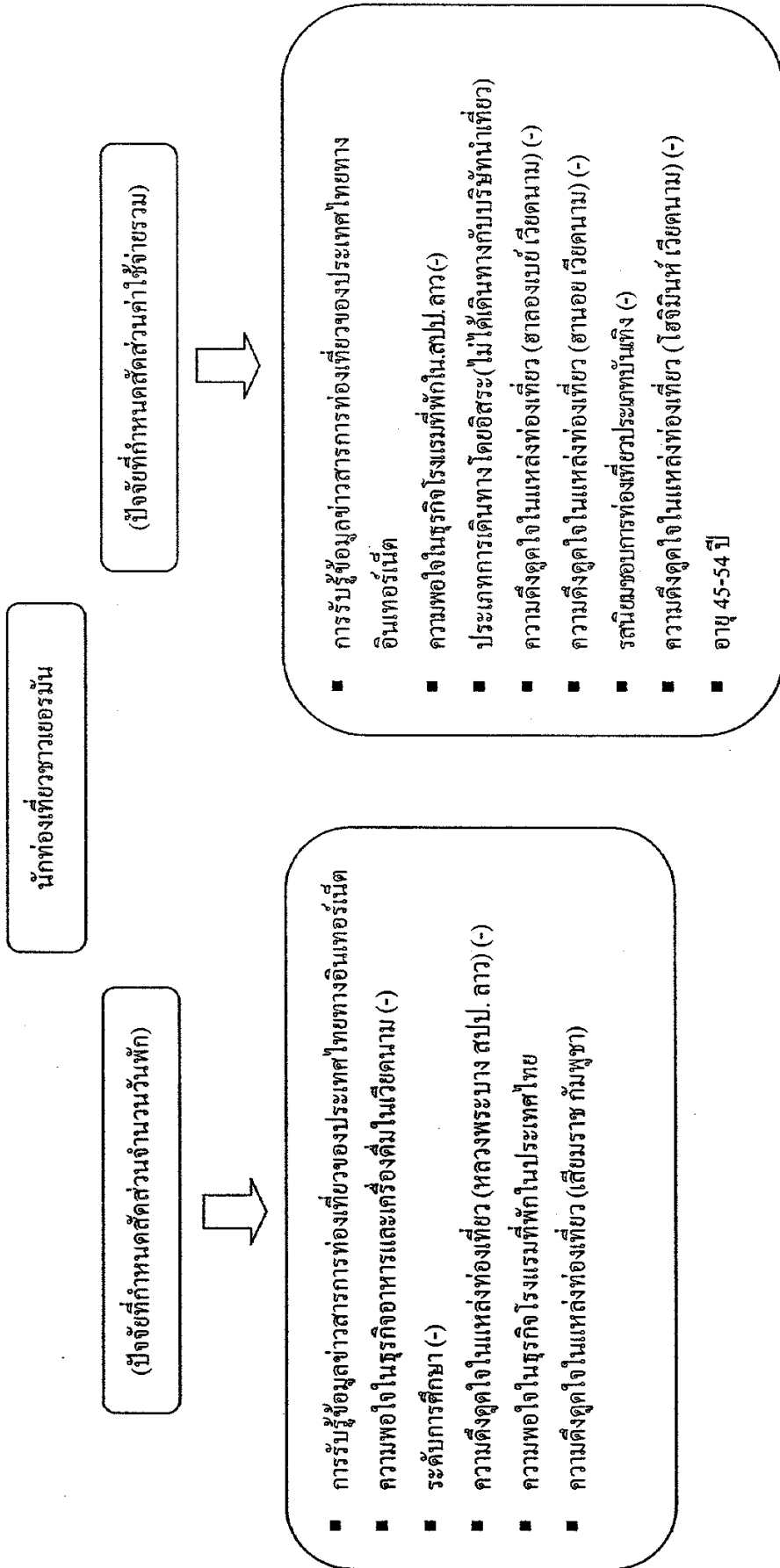
ภาพ 32 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

ที่มา. จากกำลังตระหนั



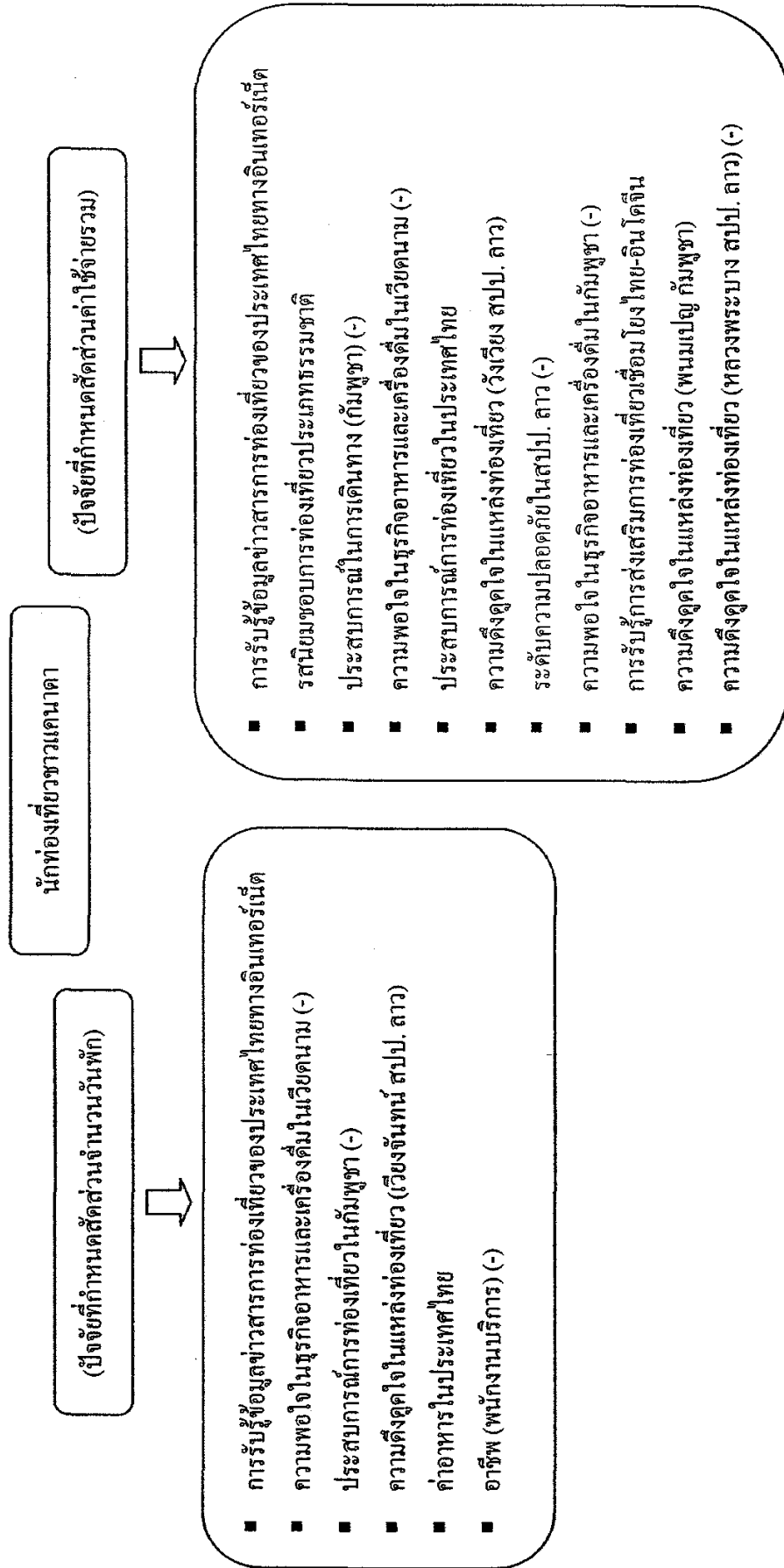
ภาพ 33 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

ที่มา. จากการสังเคราะห์



ภาพ 34 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

ที่มา. จากการตั้งเคราะห์



ภาพ 35 รายละเอียดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน: นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

ที่มา: จากการศึกษา

## ผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว

### 1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอนของอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 4) พบว่า ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรายได้ มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย และสำหรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งไทยและประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 4) พบว่า ค่าที่พัก ค่าอาหาร และรายได้ มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในงานศึกษาของ Abu-Ghazaleh (1985), Akis (1998), Artus (1972), Bakalis, Morris, and Wilson (1994), Bakkal, (1991), Blaine et al. (1995), Christine and McAleer (2001), Clawson and Knetsch (อ้างถึงใน สุชาติ สัยละมัย, 2531 และสมบัติ แซ่แฮ, 2539), Gonzalez and Moral (1995), Gray (อ้างถึงใน Crouch & Shaw, 1990), Gunadhi and Chow (1986), Kointarangkul (1990), Kwack (1972), Loeb (1982), Martin and Witt (1987, 1988), Metzgen Quemarez (1990), Morley (1998), Mortazavi (1999), Papadopoulos (1987), Papatheodorou (2001), Pyo (1990), Qiu (1994), Qu and Lam (1997), Quayson and Var (1982), Sawamiphakdi (1989), Seddighi and Shearing (1997), Smeral et al. (1992), Tan (2001), Truett D. B. and Truett L. J. (1987), Truett L. J. and Truett D. B. (1982), Turner and Witt (2001) และ Woo (1994) อย่างไรก็ตามปัจจัยค่าตัวเครื่องบิน ไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

### 2. ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคล

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 4) พบว่า เพศ อายุ อาชีพ

ที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย อย่างไรก็ตามปัจจัยระดับการศึกษาและสถานภาพสมรส ไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 5) พบว่า เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส รสนิยม และระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในงานศึกษาของ Blaine et al. (1995), Clawson and Knetsch (อ้างถึงใน สุชาติ สัยละมัย, 2531 และสมบัติ แซ่เฮ, 2539), Eymann and Ronning (1997), Kilman (1981), McIntosh and Goelder (1995), Moncure (1978), Papatheodorou (2001), Richards (1996), Smeral (1992) และ Taylor et al. (1993)

### 3. ปัจจัยความดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 4) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว และระดับความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย

สำหรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งไทยและอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 5) พบว่า สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน และระดับความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในงานศึกษาของ Eymann and Ronning (1997), Kointarangkul (1990), McIntosh and Goelder (1986), Morley (1998), Papadopoulos (1989c), Papatheodorou (2001), Papadopoulos and Witt (1985), Pizam (2000), Salah (1975) และ Sunday and Johnson (1975)

#### 4. ปัจจัยการเลือกใช้เส้นทางผ่านประเทศในไทยโดยไม่แวะท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 4) พบว่า แรงดันในการท่องเที่ยวไทย และเส้นทางการบิน มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในงานศึกษาของ Downward and Lumsdon (2001), O'Hagan and Harrison (1984) และ Var et al. (1998) อย่างไรก็ตาม การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

#### 5. ปัจจัยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 4) พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมที่พัก ไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 5) พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พักมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในงานศึกษาของ Carey, Gountas, and Gilbert (1997), Rugg (1972), Smith and Toms (1978), Truett D. B. and Truett L. J. (1987), Truett L. J. and Truett D. B. (1982), และ Tsaur et al. (2002)



## 6. ปัจจัยอื่น ๆ

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 4) พบว่า รูปแบบการเดินทางมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพในการเดินทางไม่มีอิทธิพลต่อ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งไทยและอินโดจีน (ในกรอบแนวความคิดที่ 5) พบว่า รูปแบบการเดินทาง และประสิทธิภาพในการเดินทาง มีความสัมพันธ์กับ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมในงานศึกษาของ Bakkalsalihoglu (1988), Eymann and Ronning (1997), Williams and Zelinsky, (1970) และ Witt and Martin (1987)

## การวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อ 3 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีน

สำหรับแนวทางการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนใน แบ่งแนวทางการส่งเสริมออกเป็น 3 ส่วน คือ

1. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับพหุภาคี ซึ่งเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนร่วมกัน
2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับทวิภาคี โดยแบ่งออกเป็น
  - 2.1 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและกัมพูชา
  - 2.2 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและสปป. ลาว
  - 2.3 แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและเวียดนาม
3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวแยกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว

- 3.1 นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย
- 3.2 นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย
- 3.3 ตามสัญชาติ

### **แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับพหุภาคี**

ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับพหุภาคี ดังนี้

1. กำหนดยุทธศาสตร์ด้านการแข่งขันในตลาดโลกร่วมกันโดยกำหนดรูปแบบเป็นสินค้าขายร่วมกัน โดยวางอิน โดจีน (เวียดนาม กัมพูชา และสปป. ลาว) เป็นจุดขาย และประเทศไทยเป็นประตูสู่จุดขาย
2. การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงโดยให้ความสำคัญกับการเดินทางท่องเที่ยวทั้งทางอากาศและทางบก
3. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในลักษณะ VISA ไทยใบเดียวเที่ยวอิน โดจีนได้ มาเป็นจุดขาย
4. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจ โรงแรมและที่พัก และธุรกิจสายการบินในประเทศไทย เป็นผู้ดำเนินการจัดการเครือข่ายการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศไทย-อิน โดจีน ร่วมกับผู้ประกอบการในอิน โดจีน โดยใช้ GMS Business Forum เป็นเวทีที่สำคัญในการส่งเสริมความสามัคคีในกลุ่มผู้ประกอบการ ธุรกิจ ให้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน
5. การร่วมมือกันในระดับภาครัฐบาลในการติดตามข้อมูลและโครงการ GMS-EC และ ACMECS ในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางให้ครบครัน
6. ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเป็นจุดขายของประเทศในอิน โดจีนและ ประเทศไทย
7. ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยเน้นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่ยังคงรักษาสิ่งแวดล้อม
8. สร้างความหลากหลายของโปรแกรมนำเที่ยวในการท่องเที่ยวเชื่อมโยง ประเทศไทยและประเทศในอิน โดจีน

9. การจัดทำโครงการด้านการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการแก่ประเทศในอินโดจีน ปัญหาที่สำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอินโดจีน คือ การขาดการบริการที่ได้มาตรฐาน รวมทั้งการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านต่าง ๆ ดังนี้

9.1 การอบรมมัคคุเทศก์ร่วมกัน

9.2 เรื่องความปลอดภัย

9.3 ร่วมสร้างภาพลักษณ์ เรื่องความซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ไม่มีการเอารัดเอาเปรียบ ต่อนักท่องเที่ยว

9.4 การจัดทำข้อมูลให้มีความสมบูรณ์และส่งผ่านข้อมูลที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

สำหรับประเทศ ควรแก้ไขปัญหาค้าบริการทางเพศ เพื่อปรับปรุงภาพลักษณ์ของประเทศให้ดียิ่ง

10. ทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ไม่ควรใช้กลยุทธ์การลดราคาสินค้าการท่องเที่ยวในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากหากประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนใช้กลยุทธ์การลดราคาสินค้าการท่องเที่ยวลงร้อยละ 1 อุปสงค์การท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่าร้อยละ 1

11. ประเทศไทย กัมพูชา และเวียดนาม ไม่ควรใช้กลยุทธ์การลดราคาค่าตัวเครื่องบินในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เนื่องจากในการศึกษา พบว่า หากประเทศใดประเทศหนึ่งลดราคาค่าตัวเครื่องบินลง อุปสงค์การท่องเที่ยวของประเทศนั้นจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่า 1

12. การประชาสัมพันธ์โครงการ “ด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวเชื่อมโยง” ไปยังนักท่องเที่ยวทั่วโลกในฐานะผู้บริโภคนสินค้าซึ่งยังไม่ทราบโครงการนี้มากนัก และภาคเอกชนทั้งในประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกัน รวมทั้งมีการจัดทำข้อมูลให้มีความสมบูรณ์และส่งผ่านข้อมูลที่เป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

13. การสร้างการเรียนรู้ในแง่ของอารมณ์ (perception) ในความเป็นภูมิภาคแห่งอารยธรรมของอินโดจีน

14. การส่งเสริมการท่องเที่ยวไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี นำเสนอในรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสะดวกสบายหรูหราตลอดการเดินทาง โดยเร่งประชาสัมพันธ์ผ่านทางช่องทางประชาสัมพันธ์ที่สามารถกระตุ้นอุปสงค์ได้ในระยะสั้น

15. การร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มเกษียณอายุ

### แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับทวิภาคี โดยแบ่งออกเป็น

#### 1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและกัมพูชา

1.1 ส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มเกษียณอายุ และกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานตอนต้นช่วงอายุระหว่าง 25-34 ปีให้ท่องเที่ยวทั้งประเทศไทย และกัมพูชา

1.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทย กับกัมพูชา นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และสถาปัตยกรรมจำพวกปราสาทขอมโบราณ ในประเทศไทยร่วมกับเสียมราช (หรือเสียมราชู) นครวัด นครธม และพนมเปญ ในกัมพูชา

1.3 การร่วมกันพัฒนาและรักษาไว้ซึ่งคุณภาพและมาตรฐานของธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ทั้งประเทศไทยและกัมพูชา

1.4 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย ได้แก่ ทางอินเทอร์เน็ต วิทยุ โทรทัศน์ และจากบุคคลรอบข้างอย่างต่อเนื่อง

1.5 การส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มตามรสนิยม โดยให้เดินทางท่องเที่ยวทั้งสองประเทศ เช่น กลุ่มผู้ชื่นชอบการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม หรือบันเทิง

1.6 การพัฒนาระบบความปลอดภัย ความพร้อมของเจ้าหน้าที่ตำรวจ การเข้าถึงเจ้าหน้าที่ของทางราชการที่สามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วในกรณีเกิดเหตุความไม่ปลอดภัยใดขึ้น

2. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย และสปป. ลาว

2.1 ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวในกลุ่มเกษียณอายุพักทั้งในประเทศไทยและสปป. ลาวมากขึ้น

2.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทย กับสปป. ลาว โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหลัก คือ เมืองหลวงพระบาง เวียงจันทน์ และวังเวียง ร่วมกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอันงดงามและวิถีชีวิตอันเรียบง่ายในหมู่บ้านชนบทในประเทศไทย

2.3 การร่วมมือกับ โครงการ GMS-EC และ ACMECS ในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการเดินทางให้ครบครัน เนื่องจากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวที่สปป. ลาวอีกครั้ง ให้เหตุผลว่าอยากกลับมาสัมผัสผู้คนวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้สัมผัสโดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังได้แนะนำให้สปป. ลาวควรปรับปรุงเรื่องโครงสร้างพื้นฐานในการเดินทางและเพิ่มมาตรการรักษาความปลอดภัยให้เข้มงวด

2.4 การร่วมกันพัฒนาธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเทศไทย และสปป. ลาว ควรร่วมมือกันส่งเสริมและยกระดับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้อยู่ในระดับดีมาก

2.5 การรักษาไว้ซึ่งคุณภาพ คุณภาพของสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมที่ดี และการทำนุบำรุงรักษาไว้ซึ่งสถาปัตยกรรมต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก

2.6 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย ได้แก่ ทางอินเทอร์เน็ต วิทยุ และโทรทัศน์

2.7 การส่งเสริมกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการของบริษัทจัดนำเที่ยวประเทศไทยและสปป. ลาว

2.8 การส่งเสริมการขายไปยังนักท่องเที่ยวเพศชายให้มากขึ้น

2.9 ปรับปรุงคุณภาพการบินและใช้ นโยบายการเพิ่มราคาค่าตัวเครื่องบิน เพื่อปรับเปลี่ยนภาพพจน์ของสายการบิน สปป. ลาว

### 3. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทยและเวียดนาม

3.1 ส่งเสริมนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยทำงานตอนปลาย (ช่วงอายุ 45-54 ปี) และกลุ่มเกษียณอายุให้มีวันพักทั้งในประเทศไทยและเวียดนามมากขึ้น เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและความมั่นคงทางการเงินสูง

3.2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยง แบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทย กับเวียดนาม โดยประเทศไทยควรร่วมมือกับเวียดนาม นำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวเป็นเมืองพี่เมืองน้องกัน ระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทย กับ ฮาลองเบย์ ฮานอย และ โฮจิมินห์ ในเวียดนาม

3.3 การร่วมมือกับโครงการ GMS-EC และ ACMECS ในการปรับปรุงมาตรฐานและคุณภาพการท่องเที่ยว

3.4 การรักษาไว้ซึ่งคุณภาพของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

3.5 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย ได้แก่ ทางอินเทอร์เน็ต หนังสือ สิ่งพิมพ์ และบุคคลรอบข้างอย่างต่อเนื่อง

3.6 การจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตามรายได้ของนักท่องเที่ยวร่วมกัน

3.7 การร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียนนักศึกษาและกลุ่มวัยรุ่น

3.8 การร่วมกันส่งเสริมการท่องเที่ยวประเภทประเพณี วัฒนธรรม และศาสนา

3.9 การร่วมกันพัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัย

3.10 การร่วมสร้างภาพลักษณ์ เรื่องความซื่อสัตย์ ตรงไปตรงมา ไม่มีการเอาเปรียบ ต่อนักท่องเที่ยว

### แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย

จำแนกตามสัญชาติ

1. นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในทวีปเอเชีย
  - 1.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักเรียนนักศึกษา และกลุ่มแม่บ้าน
  - 1.2 การส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระ
  - 1.3 การสร้างความสะดวกสบายในการเดินทางเป็นสำคัญ เน้นให้เห็นถึงความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทางเป็นหลัก
  - 1.4 การเพิ่มการส่งเสริมการขายในการเดินทางทางอากาศให้มากขึ้น
  - 1.5 การส่งเสริมการเดินทางแบบเชื่อมโยง ส่งเสริมให้เผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานที่นักท่องเที่ยวสามารถติดต่อขอยืมเงินได้สะดวก พร้อมทั้งแผนที่ และวิธีการเดินทาง
2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มาจากประเทศในทวีปเอเชีย
  - 2.1 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มเกษียณอายุ นำเสนอการท่องเที่ยวประเภทประเพณีแบบ Two countries-one destination ระหว่างประเทศไทยกับเลียมราชกัมพูชา
  - 2.2 การเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เชื่อมโยงและหลากหลาย ทั้งทางวิทยุและโทรทัศน์
  - 2.3 การส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง โดยนำเสนอการท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวได้หลาย ๆ ประเทศในภูมิภาคนี้
3. จำแนกตามสัญชาติ
  - 3.1 นักท่องเที่ยวชาวจีน
 

เน้นการเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ประเทศไทยผ่านทางช่องทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น และเน้นการส่งเสริมเพิ่มเติมผ่านทางโทรทัศน์และสิ่งพิมพ์เพื่อกระตุ้นอุปสงค์รวมทั้งการสร้างภาพพจน์ของประเทศด้านความสะดวกและความปลอดภัย
  - 3.2 นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
 

เน้นประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยเน้นกลุ่มนักเรียนนักศึกษา นำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับธรรมชาติ ประเพณีของประเทศไทยผ่านทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น

### 3.3 นักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

เน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวทางด้านโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ โดยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น

### 3.4 นักท่องเที่ยวชาวเกาหลี

ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เป็นสินค้าการท่องเที่ยวประกอบการท่องเที่ยวในสปป.ลาว โดยเน้นส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น

### 3.5 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

ประเทศไทยต้องเน้นการสร้างภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกสบาย โดยเน้นไปยังกลุ่มเกษียณอายุที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี โดยประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต สิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ นอกจากนี้ต้องส่งเสริมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอเมริกันกลุ่มที่ใช้ประเทศไทยเป็นเพียงประตูทางผ่านสู่อินโดจีนให้มากขึ้น

### 3.6 นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

เน้นการสร้างภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัย การเดินทางที่สะดวกสบาย และศูนย์กลางการบินในอินโดจีน เน้นการส่งเสริมโดยประชาสัมพันธ์ผ่านทางอินเทอร์เน็ต

### 3.7 นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

เน้นภาพพจน์การรักษาความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว ความสะดวกสบาย สิทธิประโยชน์อื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ โดยเน้นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี

### 3.8 นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

เน้นการท่องเที่ยวประเภทแหล่งบันเทิงซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยต้องเน้นการส่งเสริมไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุในช่วง 25-34 ปีโดยประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทะเล ภูเขา เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพักในประเทศไทยยาวขึ้น สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มแรงงาน ที่มีรายได้มากกว่า 40,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อปี ที่นิยมชอบการท่องเที่ยว



อาหารและเครื่องดื่มในเวียดนาม ให้ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวและอาหารในประเทศไทยควบคู่กันไป

### 3.9 นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

เน้นการส่งเสริมอาหารประเทศไทยควบคู่ไปกับอาหารเวียดนาม ส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วง 45-54 ปี นอกจากนี้เน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวเหมารวมทางด้านธรรมชาติและประวัติศาสตร์ร่วมกับการท่องเที่ยวเวียดนามและเสริมการท่องเที่ยวเหมารวมทางด้านประวัติศาสตร์ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่สำคัญร่วมกับการท่องเที่ยวสปป. ลาว

### 3.10 นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

เน้นไปยังการเสนอทางเลือกการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่หลากหลายในประเทศไทยผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตรวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงโบราณสถานและสถานที่ทางประวัติศาสตร์ เช่น พระนครศรีอยุธยาและสุโขทัย เป็นต้น รวมทั้งส่งเสริมธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในประเทศไทยที่สะอาด อบอุ่น และมีคุณภาพ

## ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีข้อสังเกตเพื่อเป็นประโยชน์กับผู้สนใจศึกษาวิจัยในเรื่องตลาดการท่องเที่ยวไทย-อินโดจีน ผู้วิจัยจึงสรุปข้อสังเกตสำหรับงานวิจัยในอนาคตไว้ 3 ประการด้วยกันคือ ประการที่หนึ่ง นำเสนอจุดเด่นของงานศึกษาวิจัย ประการที่สอง นำเสนอข้อจำกัดของงานศึกษาวิจัย ประการสุดท้าย เป็นข้อเสนอแนะของการศึกษาวิจัยในอนาคต

### จุดสำคัญของงานศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เก็บและรวบรวมข้อมูลทั้งในรูปแบบของข้อมูลทุติยภูมิสำหรับการวิจัยเอกสารในด้านนโยบาย และมาตรการของภาครัฐบาล และข้อมูลปฐมภูมิสำหรับบทบาทของภาคเอกชนไทยในฐานะผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทย-อินโดจีนในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูท่องเที่ยวสู่ประเทศใน

อินโดจีน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน ทำให้การศึกษาในครั้งนี้ ทราบถึงลักษณะแนวนโยบายในการพัฒนาเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีน ทราบถึงความร่วมมือของผู้ประกอบการภาคเอกชนในการพัฒนา นโยบายดังกล่าว ทราบถึงอุปสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีนทั้งในลักษณะเดินทาง โดยไม่มีประเทศไทยเป็นส่วนร่วม ในการเดินทางเพียงแต่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูสู่ประเทศในอินโดจีนหรือใช้เป็นจุด แวะพักต่อเครื่อง(แวะเปลี่ยนเครื่อง)และ เลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศในอินโดจีน และในประเทศไทย โดยมีประเทศในอินโดจีนเป็นพื้นที่หลักในการเดินทางร่วมกับ ประเทศไทย รวมทั้งทราบลักษณะของสินค้าท่องเที่ยวประเทศไทยและประเทศใน อินโดจีน ซึ่งนำไปสู่การเสนอแนะเชิงนโยบายในการท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและ ประเทศในอินโดจีนได้เป็นอย่างดี

#### ข้อจำกัดของงานศึกษา

1. ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีนโดยแยกตามช่วงเวลาฤดูกาลท่องเที่ยว ซึ่งทำการเก็บข้อมูล ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2546 ถึง เดือนกุมภาพันธ์ 2547 เป็นช่วงเวลาที่คาบเกี่ยว ระหว่างฤดูท่องเที่ยวและนอกฤดูท่องเที่ยว
2. ช่วงเวลาในการศึกษาครั้งนี้เป็นช่วงเวลาที่มีการระบาดของโรค SARS และ โรคไข้หวัดนก (avian influenza) ในเอเชีย ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวใน ภูมิภาคเอเชียน้อย การเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวได้ครบถ้วนจึงล่าช้ากว่ากำหนดการ
3. ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาถึงผลกระทบของรายจ่ายในนโยบายการรณรงค์ส่งเสริม การท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีนที่มีต่อรายรับจากการท่องเที่ยวไทย
4. ผู้วิจัยไม่ได้ศึกษาสมการด้านอุปทาน
5. ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อจำกัดในการเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการกลุ่ม ธุรกิจบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ซึ่งได้รับการตอบกลับเพียง 9 รายจาก ผู้ประกอบการที่ขึ้นทะเบียนขอเป็นผู้ประกอบการ การนำเที่ยวต่างประเทศกับประเทศ ในอินโดจีนจำนวน 53 ราย

## ข้อเสนอแนะของการศึกษาในอนาคต

1. ผู้สนใจสามารถนำผลการศึกษาไปศึกษาเพิ่มเติมในแหล่งท่องเที่ยว ประเทศไทย (supply side) ที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทย-อินโดจีนให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น หรือ แหล่งท่องเที่ยวกลุ่มพหุชาติ สปป. ลาว และเวียดนาม ที่มีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงภายในอินโดจีน เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอินโดจีนให้มีศักยภาพยิ่งขึ้น และเป็นกรรวมกลุ่มเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันของประเทศสมาชิกในอินโดจีน และสามารถสร้างผลของการกระจาย (spread effect) ในทางที่ส่งเสริมกันและกัน ในกลุ่มอีกด้วย กล่าวคือ ในการที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งสามประเทศจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงให้สามารถขยายตัว อย่างต่อเนื่องได้ในอนาคต
2. ควรศึกษาเพิ่มเติมการท่องเที่ยวทางน้ำในแม่น้ำโขง ซึ่งเป็นแม่น้ำนานาชาติเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน
3. ควรศึกษาเพิ่มเติมเส้นทางท่องเที่ยวทางบกเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน
4. ศึกษาต่อยอดในด้านผลกระทบของรายจ่ายในนโยบายการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีนที่มีต่อรายรับจากการท่องเที่ยวของประเทศไทย
5. ศึกษาต่อยอดในด้านผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อรายได้ประชาชาติ การจ้างงาน ราคาสินค้าบริการ ฯลฯ ของทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ซึ่งน่าจะเป็นงานวิจัยที่น่าสนใจในการวัดผลกระทบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
6. ศึกษาต่อยอดในด้านประสิทธิภาพความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐบาล ภาคเอกชน และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับโครงการ GMS-EC
7. ศึกษาต่อยอดในด้านการใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องร่วมกัน ระหว่างประเทศต่าง ๆ ที่เป็นสมาชิกในโครงการ GMS-EC เพื่อเอื้ออำนวยต่อการรวมกลุ่มทางการท่องเที่ยว

8. ศึกษาต่อยอดเรื่องการรวมกลุ่มทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับประเทศต่าง ๆ ที่มีวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน เช่น จีน อินเดีย หรืออาจรวมกลุ่มกับประเทศที่มีการลงนามสร้างความสัมพันธ์เมืองน้องเมืองพี่ เพื่อสร้างเครือข่ายทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

9. ควรศึกษาเพิ่มเติม ประเทศไทยในฐานะการเป็นประตูสู่เอเชียทั้งเอเชียใต้และเอเชียกลาง

ภาคผนวก ก

แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

## แบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

“ภายใต้นโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นประตู (GATEWAY) สู่อินโดจีน ตามกรอบความร่วมมือ  
โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (GMS-EC)”

คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในคำตอบ □ และ เติมข้อความลงในช่องว่าง

### ตอน 1 ข้อมูลผู้ประกอบการ

1. สถานที่ทำงาน/บริษัท.....  
เบอร์โทรศัพท์ที่ทำงาน ..... E-mail address .....
2. ตำแหน่งผู้ตอบแบบสอบถาม
  - เจ้าของกิจการ
  - ผู้บริหารระดับสูง
  - ผู้จัดการ
  - เจ้าหน้าที่
  - อื่น ๆ โปรดระบุ .....
3. ประเภทของธุรกิจ
  - ธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
  - ธุรกิจโรงแรมและที่พัก
  - ธุรกิจสายการบิน
4. ระยะเวลาที่ธุรกิจของท่านก่อตั้ง (ปี) .....

### ตอน 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายใต้กรอบความร่วมมือ โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ (GMS-EC)

5. โครงการอบรมความรู้พื้นฐานพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวแก่ประเทศสมาชิก GMS
  - ทราบ  ไม่ทราบ  
ท่านมีบทบาท/มีส่วนร่วมในโครงการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร
  - มี (โปรดระบุ) 1. ....  
2. ....
  - ไม่มี  
ท่านได้รับประโยชน์จากโครงการดังกล่าวหรือไม่ อย่างไร
  - ได้รับ (โปรดระบุ) 1. ....  
2. ....
  - ไม่ได้รับ



ตอน 3 ความคิดเห็นต่อนโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตู (Gateway) และศูนย์กลางการท่องเที่ยว (Hub) สู่อินโดจีน ภายใต้กรอบความร่วมมือโครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ คำชี้แจง โปรดเขียนเครื่องหมาย ✓ ลงในหมายเลข ตามความคิดเห็นของท่าน โดยมีคะแนนเต็ม 5 คะแนน  
5 = มีผลอย่างมาก 4 = มีผลปานกลาง 3 = ไม่น่าใจ 2 = มีผลน้อย 1 = ไม่มีผล

	5	4	3	2	1
9. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น					
10. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวกับพม่า ลาว และ เวียดนาม เพิ่มขึ้น					
11. ท่านคิดว่าการเป็นนโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ทำให้จำนวนเที่ยวบินระหว่างไทย กับ กัมพูชา ลาว และ เวียดนาม เพิ่มขึ้น					
12. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ทางบก จากประเทศไทย ไปยังประเทศ กัมพูชา ลาว และ เวียดนาม มากขึ้น					
13. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ทางน้ำ จากประเทศไทย ไปยังประเทศ กัมพูชา ลาว และ เวียดนาม มากขึ้น					
14. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทาง ทางรถไฟ จากประเทศไทย ไปยังประเทศ กัมพูชา ลาว และ เวียดนาม มากขึ้น					
15. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ให้ความร่วมมือทางด้านท่องเที่ยว ในการส่งเสริมการตลาดร่วมกัน ระหว่างไทยและประเทศกัมพูชา ลาว และ เวียดนาม เพิ่มขึ้น					
16. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ช่วยให้มีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้น					
17. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ช่วยให้มีการพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยวของประเทศ กัมพูชา ลาว และ เวียดนาม เพิ่มขึ้น					
18. ท่านคิดว่านโยบายพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีนฯ ทำให้เกิดการผ่อนปรนระเบียบการเข้าเมืองสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง					



ตอน 4 บทบาทของผู้ประกอบการในการสนับสนุนนโยบายการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นประตู (Gateway) และศูนย์กลางการท่องเที่ยว (Hub) สู่อินโดจีน

19. ท่านมีบทบาทหรือมีส่วนร่วมในการส่งเสริม การพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูและศูนย์กลางการท่องเที่ยว สู่อินโดจีน มากน้อยเพียงใด

มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด

โปรดระบุบทบาทหรือการมีส่วนร่วม

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

20. ท่านได้รับประโยชน์ จากโครงการ GMS-EC โดยเฉพาะในการพัฒนาประเทศไทย เป็นประตูและศูนย์กลางการท่องเที่ยว สู่อินโดจีน มากน้อยเพียงใด

มากที่สุด  มาก  ปานกลาง  น้อย  น้อยที่สุด

โปรดระบุประโยชน์

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

ตอน 5 ปัญหาอุปสรรค และ ข้อเสนอแนะ

21. โปรดระบุ ปัญหา หรือ อุปสรรคที่เกิดขึ้น จากการทำธุรกิจเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทยและอินโดจีน

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

22. โปรดระบุ ข้อเสนอแนะ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็นประตูทางออกสู่อินโดจีนและเดินทางกลับเข้าสู่ไทย

1. ....
2. ....
3. ....
4. ....

ภาคผนวก ข  
แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาอังกฤษ)

## แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาอังกฤษ)

## Questionnaire

## "Demand for Foreign Tourists Travelling through Thailand to Indochina"

**Part A. About Yourself**

1. Sex  Male  Female
2. Date of Birth .....
3. Marital Status  Single  Married  Other (Please specify) .....
4. Level of education attained .....
5. Occupation.....
6. Country of residence ..... Nationality.....
7. E-mail address : .....
8. Annual income before taxes (own currency or U.S.\$).....
9. How many days do you have any vacation this year? .....

**Part B. About this trip**

10. Please specify and rank your touring route by putting "1" that respond to your first visit to each country and "2" for your second visit and so on , specify date of arrival. Also tick the number of times you have visited each country and specify the number of nights that you stayed on each trip

		1 times	2 times	more than 2 times	Length of stay (night)
<input type="checkbox"/>	To Thailand date of arrival .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<input type="checkbox"/>	To Cambodia date of arrival .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<input type="checkbox"/>	To Lao P.D.R. date of arrival .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<input type="checkbox"/>	To Vietnam date of arrival .....	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

11. Which airline did you take in flying this route (please specify)? And what type of ticket did you purchase ?

- |                       |              |               |                                  |
|-----------------------|--------------|---------------|----------------------------------|
| <input type="radio"/> | .....airline | To Thailand   | <input type="radio"/> One Way    |
|                       |              |               | <input type="radio"/> Round Trip |
| <input type="radio"/> | .....airline | To Cambodia   | <input type="radio"/> One Way    |
|                       |              |               | <input type="radio"/> Round Trip |
| <input type="radio"/> | .....airline | To Lao P.D.R. | <input type="radio"/> One Way    |
|                       |              |               | <input type="radio"/> Round Trip |
| <input type="radio"/> | .....airline | To Vietnam    | <input type="radio"/> One Way    |
|                       |              |               | <input type="radio"/> Round Trip |

12. How did you arrange your trip? (If group tour, please answer in left box; otherwise ( i.e. non group tour) please answer in right box

**Group tour** ↓

**Non group tour** ↓

<p>13. What was the name of your travel agency ? .....</p> <p>14. How much money did you spend on your trip? .....</p> <p>15. Except for the cost of the package itself, what else you spend ? (Please specify amount and currency)</p> <p style="text-align: center;">accommodation drinks&amp;meals others</p> <p>Thailand ..... Cambodia ..... Lao P.D.R ..... Vietnam .....</p>	<p>16. Please specify point of departure and amount of money you spent on airline fare</p> <p>a. departure from ..... To Thailand cost of airline fare.....</p> <p>b. departure from ..... To Cambodia cost of airline fare.....</p> <p>c. departure from ..... To Lao P.D.R cost of airline fare.....</p> <p>d. departure from ..... To Vietnam cost of airline fare.....</p> <p>17. Please specify expenses and currency ( excluding airline fare) for your trip</p> <p style="text-align: center;">accommodation drinks&amp;meals others</p> <p>Thailand ..... Cambodia ..... Lao P.D.R ..... Vietnam .....</p>
---	--

18-21. What tourist attractions impressed you most in the following countries (please tick only one answer for each country )

18. Thailand	19. Camdodia	20. Laos P.D.R.	21. Vietnam
<input type="radio"/> Ayuttaya	<input type="radio"/> Angkor Borai	<input type="radio"/> Ang Nam Ngum	<input type="radio"/> Hoi An
<input type="radio"/> Bangkok	<input type="radio"/> Angkor Thom , Wat	<input type="radio"/> Champasak	<input type="radio"/> Cu Chi Tunnel
<input type="radio"/> Cha Am	<input type="radio"/> Anlong Veng	<input type="radio"/> Don Khong	<input type="radio"/> Da Lat
<input type="radio"/> Chiang Mai	<input type="radio"/> Banteay Srei	<input type="radio"/> Khon Phapeng	<input type="radio"/> Danang
<input type="radio"/> Chiang Rai	<input type="radio"/> Kompong Som	<input type="radio"/> Li Phi Falls	<input type="radio"/> Do Son
<input type="radio"/> Hua Hin	<input type="radio"/> Makong Island	<input type="radio"/> Luang Nam Tha	<input type="radio"/> Halong Bay
<input type="radio"/> Kanchanaburi	<input type="radio"/> Phnom Penh	<input type="radio"/> Luang Phabang	<input type="radio"/> Hanoi
<input type="radio"/> Krabi	<input type="radio"/> Prasat Bayon	<input type="radio"/> Pakbeng	<input type="radio"/> Ho Chi Minh City
<input type="radio"/> Ko Samed	<input type="radio"/> Phnom Chisor	<input type="radio"/> Pakse	<input type="radio"/> Hue
<input type="radio"/> Ko Samui	<input type="radio"/> Siam Reap	<input type="radio"/> Plain of Jars	<input type="radio"/> Long Xuyen
<input type="radio"/> Ko Tao	<input type="radio"/> The National Museum	<input type="radio"/> Salavan	<input type="radio"/> Mui Ne
<input type="radio"/> Mae Hong Son	<input type="radio"/> The Royal Palace	<input type="radio"/> Savannakhet	<input type="radio"/> My Son
<input type="radio"/> Nong Kai	<input type="radio"/> The Siver Pagoda	<input type="radio"/> That Luang	<input type="radio"/> Mytho
<input type="radio"/> Pattaya	<input type="radio"/> Tonel Bati	<input type="radio"/> Vang Viang	<input type="radio"/> Nha Trang
<input type="radio"/> Phang Nga	<input type="radio"/> Tonel Sap	<input type="radio"/> Vieng Xai	<input type="radio"/> Quang Ninh
<input type="radio"/> Phuket	<input type="radio"/> Wat Oumalom	<input type="radio"/> Vientiane	<input type="radio"/> Sa Pa
<input type="radio"/> Trad	<input type="radio"/> Others (please specify).....	<input type="radio"/> Xieng Khvan	<input type="radio"/> Others (please specify)
<input type="radio"/> Others (please specify).....		<input type="radio"/> Others (please specify).....	.....

22. On this trip, Did you visit Thailand? (If 'Yes,' please answer in left box and if 'No,' please answer in right box)  Yes. visit Thailand ↓  No. ↓

23. Do you know about efforts to promote tourism in Thailand, as the Gateway to Indochina (Cambodia, Lao P.D.R. and Vietnam) or the Greater Mekong sub-regional Economic Cooperation?

- Yes. go to No. 24
- No. go to No. 31

24. Are there any benefits to tourists of promoting Thailand as the Gateway to Indochina or the Greater Mekong sub-regional Economic Cooperation?

Yes. The benefits are as follows: (You may choose more than one of the following)

- lower price than travelling breakdown by country
- convenience in obtaining border passes
- convenience in making hotel reservations
- Other (specify).....
- No.

25. Do you know about efforts to promote tourism in Thailand as the Gateway to Indochina (Cambodia, Lao P.D.R. and Vietnam) or the Greater Mekong sub-regional Economic Cooperation?

- Yes.
- No.

26. Do you know about the direct route from your country of origin to Indochina (Cambodia, Lao P.D.R. and Vietnam)?  Yes.  No.

27. Why do you choose Thailand International Airport as a transit point (You may choose more than one of the following)

- Reasonable Price
- A lot of available flights from my country to destination
- Saves time
- Availability of transit facilities
- Thailand has an international airport
- Other (specify).....

28. Have you ever been to Thailand?

- Yes. go to No. 29
- No. go to No. 30

29. In this trip What's the reason that you do not wish to visit Thailand? (You may choose more than one of the following)

- Seen it before
- No attractions
- Higher cost of living
- Limited time
- Service unimpressive (specify).....
- Others (specify).....

} GO TO No. 31

30. What's the reason that you not wish to visit Thailand (You may choose more than one of the following)

- No attractions
- Limited time
- Negative information about Thailand
- Higher cost of living
- Others (specify).....

31. What type of attraction interests you the most?

- Natural Attractions
- Historical Attractions / Architechtural Attractions
- Cultural Attractions
- Traditional Attractions
- Entertainment Attractions
- Other (Please specify).....

32. Were you travelling?

- on your own
- with friends/colleagues
- with family

33. Where do you obtain information about tourism in the following countries? ( You may choose more than one item)

	Internet	TV/Radio	Printed Matter	Tourist Exhibition	Family/Friends	Other(s) (specify)
<b>Thailand</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<b>Cambodia</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<b>Laos P.D.R</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<b>Vietnam</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

34. What was the main reason for your trip? (please tick only one answer for each country)

	Holiday	Visiting friend(s) /Relative(s)	Business	Convention/Conference /Exhibition	Other (specify)
<b>Thailand</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<b>Cambodia</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<b>Laos P.D.R</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
<b>Vietnam</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

**Part C. About Satisfaction**

**Describe** Please evaluate the level of satisfaction and safty for this trip by ticking ✓ in the block

“😊 = 5” for total satisfaction “😊 = 4” for mostly satisfied “😐 = 3” for somewhat satisfied “😓 = 2” for somewhat dissatisfied and “😞 = 1” for very dissatisfied

	<b>Thailand</b> (No. 35-38)					<b>Cambodia</b> (No. 39-42)					<b>Laos P.D.R.</b> (No. 43-46)					<b>Vietnam</b> (No. 47-50)				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>Travel agency and Guide</b>																				
Guide's level of knowledgement																				
Guide's sence of responsibility																				
Command of language																				
Places of interest chosen by agency																				
A lot of package tours																				
<b>Drinks and Meals</b>																				
Hygiene																				
Taste																				
<b>Accomodation</b>																				
Room																				
Hygiene																				
Quality of service																				
<b>Level of safety</b>																				

**Part D. Your recommendations**

51. Do you want to revisit/not want to visit the following countries ?

	<b>Thailand</b>	<b>Cambodia</b>	<b>Laos P.D.R</b>	<b>Vietnam</b>
<b>revisit</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Because ..(please specify)

Thailand .....

Cambodia .....

Laos P.D.R.....

Vietnam .....

52. Do you want **recommend** the following countries to other travelers ?

	<b>Thailand</b>	<b>Cambodia</b>	<b>Laos P.D.R</b>	<b>Vietnam</b>
<b>recommend</b>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Because ..(please specify)

Thailand .....

Cambodia .....

Laos P.D.R.....

Vietnam .....

53. Please make whatever recommendations /suggestions you deem suitable regarding tourism in each of the following countries :

Thailand .....

Cambodia .....

Laos P.D.R.....

Vietnam .....

**THANK YOU VERY MUCH FOR YOUR KINDNESS**

**For the Interviewer's use only**

**Questionnaire No.:** .....

**Nationality :** .....code of nationality.....

**Flight No.:** .....Departure from.....to .....

**Date of interview d/ m/ y**.....**time** .....

**Place of Interview** .....

**Name of Interviewer**.....



ภาคผนวก ค

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาจีน)

## แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาจีน)

外国旅客查询问卷 请途经泰国前往印度支那三国的外国旅客填写

## 第一部分：外国旅客回答的一般资料：

1. 性别：        男        女
2. 出生年份： .....
3. 婚姻状况：   单身   结婚   其他(请注明)： .....
4. 教育程度： .....
5. 职业： .....
6. 现在居住的国家： ..... 国籍： .....
7. 电邮地址(E-mail address): .....
8. 缴税前的年收入(贵国的钱币或美元)： .....
9. 您今年假期的总日数： .....

## 第二部分：旅行资料：

10. 请说明您此次决定前往旅行国家的先后次序和抵达的日期。以及曾经旅游的次数和停留之日数。
- |  | 第一次                   | 第二次                   | 三次以上                  | 停留日数  |
|--|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-------|
| <input type="checkbox"/> 到泰国  抵达日期： .....  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ..... |
| <input type="checkbox"/> 到柬埔寨  抵达日期： ..... | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ..... |
| <input type="checkbox"/> 到老挝  抵达日期： .....  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ..... |
| <input type="checkbox"/> 到越南  抵达日期： .....  | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | ..... |
11. 您乘坐哪一家航空公司的飞机抵达各国及购买何种类型的机票。
- 到泰国：        航空公司名： .....         单程机票         双程机票
- 到老挝：        航空公司名： .....         单程机票         双程机票
- 到柬埔寨：        航空公司名： .....         单程机票         双程机票
- 到越南：        航空公司名： .....         单程机票         双程机票
12. 您此次旅游是否随导游团而来？
- 是         不是

<p>13. 旅游公司名： .....</p> <p>14. 此次旅游，旅游团向您所收的承包费若干？ (请注明何国之钱币及其数量) .....</p> <p>15. 除了承包费之外，您是否还缴付其它费用？ (请注明何国之钱币及其数量)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>住宿费</th> <th>膳食费</th> <th>其它费用</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>泰国： .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>柬埔寨 .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>老挝： .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>越南： .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> </tbody> </table>		住宿费	膳食费	其它费用	泰国： .....	.....	.....	.....	柬埔寨 .....	.....	.....	.....	老挝： .....	.....	.....	.....	越南： .....	.....	.....	.....	<p>16. 请注明您从哪一个国家乘坐航机及机票的价格。 (请注明何国的钱币及数量)</p> <p>1) 到泰国：    出发国家 .....</p> <p>                  钱币数量 .....</p> <p>2) 到老挝：    出发国家 .....</p> <p>                  钱币数量 .....</p> <p>3) 到柬埔寨：  出发国家 .....</p> <p>                  钱币数量 .....</p> <p>4) 到越南：    出发国家 .....</p> <p>                  钱币数量 .....</p> <p>17. 除了机票之外，您此次旅行的其他费用多少？ (请注明何国之钱币及其数量)</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>住宿费</th> <th>膳食费</th> <th>其它费用</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>泰国： .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>柬埔寨 .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>老挝： .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> <tr> <td>越南： .....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> <td>.....</td> </tr> </tbody> </table>		住宿费	膳食费	其它费用	泰国： .....	.....	.....	.....	柬埔寨 .....	.....	.....	.....	老挝： .....	.....	.....	.....	越南： .....	.....	.....	.....
	住宿费	膳食费	其它费用																																						
泰国： .....	.....	.....	.....																																						
柬埔寨 .....	.....	.....	.....																																						
老挝： .....	.....	.....	.....																																						
越南： .....	.....	.....	.....																																						
	住宿费	膳食费	其它费用																																						
泰国： .....	.....	.....	.....																																						
柬埔寨 .....	.....	.....	.....																																						
老挝： .....	.....	.....	.....																																						
越南： .....	.....	.....	.....																																						

18-21. 泰国、老挝、柬埔寨、越南等四国，何国之旅游胜地是您最感兴趣的？（仅选择一国一个旅游点）。

18. 泰国 (Thailand)	19. 柬埔寨 (Cambodia)	20. 老挝 (Lao. P.D.R)	21. 越南 (Vietnam)
<input type="radio"/> 大城府 (Ayuttaya) <input type="radio"/> 曼谷 (Bangkok) <input type="radio"/> 佛丕府差庵县 (Cha Am) <input type="radio"/> 清迈府 (Chiang Mai) <input type="radio"/> 昌莱府 (Chiang Rai) <input type="radio"/> 巴蜀府华欣县 (Hua Hin) <input type="radio"/> 北碧府 (Kanchanaburi) <input type="radio"/> 甲米府 (Krabi) <input type="radio"/> 罗勇府沙默岛 (Ko Samed) <input type="radio"/> 素叻府苏梅岛 (Ko Samui) <input type="radio"/> 素叻府阁岛 (Ko Tao) <input type="radio"/> 夜丰颂府 (Mac Hong Son) <input type="radio"/> 廊开府 (Nong Khai) <input type="radio"/> 春武里府芭堤雅 (Pattaya) <input type="radio"/> 攀牙府 (Phang Nga) <input type="radio"/> 普吉府 (Phu Ket) <input type="radio"/> 桐艾府 (Trad) <input type="radio"/> 其他地方(请注明).....	<input type="radio"/> Angkor Borai <input type="radio"/> Angkor Thom, Wat <input type="radio"/> Anlong Veng <input type="radio"/> Bantcay Srei <input type="radio"/> Kompong Som <input type="radio"/> Makong Island <input type="radio"/> Phnom Penh <input type="radio"/> Prasat Bayon <input type="radio"/> Phnom Chisor <input type="radio"/> Siam Reap <input type="radio"/> The National Museum <input type="radio"/> The Royal Palace <input type="radio"/> The Siver Pagoda <input type="radio"/> Tonel Bati <input type="radio"/> Tonel Sap <input type="radio"/> Wat Ounalom <input type="radio"/> 其他地方(请注明).....	<input type="radio"/> Ang Nam Ngum <input type="radio"/> Champasak <input type="radio"/> Don Khong <input type="radio"/> Khon Phapeng <input type="radio"/> Li Phi Falls <input type="radio"/> Luang Nam Tha <input type="radio"/> Luang Phabang <input type="radio"/> Pakbeng <input type="radio"/> Pakse <input type="radio"/> Plain of Jars <input type="radio"/> Salavan <input type="radio"/> Savannakhet <input type="radio"/> That Luang <input type="radio"/> Vang Viang <input type="radio"/> Vieng Xai <input type="radio"/> Vientianc <input type="radio"/> Xieng Khvan <input type="radio"/> 其他地方(请注明).....	<input type="radio"/> Hoi An <input type="radio"/> Cu Chi <input type="radio"/> Da Lat <input type="radio"/> Danang <input type="radio"/> Do Son <input type="radio"/> Halong Bay <input type="radio"/> Hanoi <input type="radio"/> Ho Chi Minh City <input type="radio"/> Hue <input type="radio"/> Long Xuyen <input type="radio"/> Mui Ne <input type="radio"/> My Son <input type="radio"/> Mytho <input type="radio"/> Nha Trang <input type="radio"/> Quang Ninh <input type="radio"/> Sa Pa <input type="radio"/> 其他地方(请注明).....

22. 您此次到泰国，曾否到泰国各地旅游？

是

不是

<p>23. 您是否知道本区域泰国与印度支那三国联合共同促进旅游事业？</p> <p><input type="radio"/> 知道。(请回答第 24. 题之提问)</p> <p><input type="radio"/> 不知道。(请回答第 31. 之提问)</p> <p>24. 泰国与印度支那三国联合共同促进旅游事业，您是否通过采用后得到好处？</p> <p><input type="radio"/> 得到。(可回答一个以上的提问)。</p> <p><input type="radio"/> 与分开来旅游各国比较，联合旅游的总费用较为便宜。</p> <p><input type="radio"/> 方便通过各国的边境。</p> <p><input type="radio"/> 方便各国的酒店预订。</p> <p><input type="radio"/> 其他。(请注明) .....</p> <p><input type="radio"/> 没得到。</p>	<p>25. 您是否知道本区域泰国与印度支那三国联合共同促进旅游事业？ <input type="radio"/> 知道 <input type="radio"/> 不知道</p> <p>26. 您是否知道从出发地有航机直飞老挝、柬埔寨及越南，而不必绕道泰国？ <input type="radio"/> 知道 <input type="radio"/> 不知道</p> <p>27. 您为什么决定要选择途经泰国的航线（可回答一个以上的提问）。</p> <p><input type="radio"/> 机票便宜。</p> <p><input type="radio"/> 从出发地途经泰国飞往目的地的航机多。</p> <p><input type="radio"/> 可节省时间。</p> <p><input type="radio"/> 方便转乘其他航机。</p> <p><input type="radio"/> 满意泰国机场的先进设备 方便转机及良好的服务</p> <p><input type="radio"/> 其他 (请注明): .....</p> <p>28. 您曾经来泰国旅游吗？</p> <p><input type="radio"/> 来过。(请回答第 29. 题之提问)</p> <p><input type="radio"/> 没来过。(请回答第 30. 题之提问)</p> <p>29. 您此次旅行，为何不在泰国旅游？其原因是： (可回答一个以上的提问，并请回答第 31. 的提问)。</p> <p><input type="radio"/> 曾旅游过，故不想再次旅游。</p> <p><input type="radio"/> 没有更吸引旅游的旅游胜地。</p> <p><input type="radio"/> 泰国旅游费用过高。</p> <p><input type="radio"/> 时间不够。</p> <p><input type="radio"/> 泰国旅游公司的服务质量不够良好。(请注明) .....</p> <p><input type="radio"/> 其他。(请注明) .....</p> <p>30. 您此次旅行，为何不在泰国旅游？其原因是： (可回答一个以上的提问)：</p> <p><input type="radio"/> 泰国没有更吸引旅游的旅游胜地。</p> <p><input type="radio"/> 时间不够。</p> <p><input type="radio"/> 获悉泰国的负面讯息。</p> <p><input type="radio"/> 预估泰国的旅游费用过高。</p> <p><input type="radio"/> 其他。(请注明) .....</p>
--	---

31. 哪一类旅游是您所最感兴趣的?

- 自然风景
- 历史古迹
- 文化风俗
- 手工艺
- 娱乐场所
- 其它(请注明):.....

32. 此次旅行是否有同伴?

- 单身
- 和朋友
- 和家庭成员

33. 您从何种通讯媒体知悉以下各国的旅游资料。(可回答一个以上的提问)

	电脑网络	无线电/电视	报纸/杂志	旅游促进会	周围亲友	其他(请注明)
泰国:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
柬埔寨	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
老挝:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
越南:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

34. 请注明您的旅行目的(请注明每个国家至少一个旅行目的)。

	旅游/休息	探访亲友	业务	会议	其他(请注明)
泰国:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
柬埔寨	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
老挝:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
越南:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

**第三部分: 对旅游服务的满意程度:**

说明: 请您对于各国所给予的旅游服务之满意程度给以评分。并做记号  于所满意程度分数的  内。满分是 5 分。最满意的给 5 分, 很满意的给 4 分, 中等满意的给 3 分, 满意少的给 2 分, 不满意的给 1 分。

	泰国: (No. 35-38)					柬埔寨: (No. 39-42)					老挝: (No. 43-46)					越南: (No. 47-50)				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>旅游公司及导游员方面:</b>																				
导游员的知识水平:																				
导游员的服务责任心:																				
导游员的汉语讲解水平:																				
旅游公司所选择的旅游点:																				
旅游计划内容的丰富多彩																				
<b>膳食及饮料方面:</b>																				
清洁卫生:																				
伙食味道																				
<b>住宿酒店方面:</b>																				
住宿房间是否足够:																				
整齐清洁:																				
服务员的服务质量:																				
<b>国内的治安水平</b>																				

**第四部分：关于您的宝贵意见：**

51. 如果有机会，您是否再来这几个国家旅游？

	泰国	老挝	柬埔寨	越南
再来旅游	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

请说明理由：

泰国 .....

柬埔寨 .....

老挝 .....

越南 .....

52. 您将介绍亲朋好友或其他旅游者到这几个国家旅游吗？

	泰国	老挝	柬埔寨	越南
介绍	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

请说明理由：

泰国 .....

柬埔寨 .....

老挝 .....

越南 .....

53. 您希望这几个国家，哪一方面的旅游服务应加以改善。

请注明：

泰国 .....

柬埔寨 .....

老挝 .....

越南 .....

**(您花了宝贵的时间。在此，让我致以衷心的感谢！)**

**调查工作人员记录：**

调查问卷列

号： .....

国家： ..... 国家列号： .....

航班列号： ..... 出发地： ..... 目的地： .....

年/月/日： ..... 时间： .....

调查地点： .....

调查者： .....

ภาคผนวก  
แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ภาษาญี่ปุ่น)

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ภาษาญี่ปุ่น)

## アンケート

「タイを経由してインドシナへ行った観光者へのアンケート」

このアンケートは RAMKHAMHEANG 大学の経済学部博士卒業論文を作成するための、データを集める為のものです。ご協力を宜しくお願い致します。

## Part 1 貴殿の個人情報

1. 性別 ○ 男 ○ 女
2. 生まれた年 .....
3. 結婚状態 ○ 独身 ○ 既婚 ○ その他 (明確にしてください).....
4. 最終学歴 .....
5. 職業 .....
6. 在住している国..... 国籍 .....
7. E-mail Address .....
8. 税金を引く前の年間給料 (貴方の国の通貨及び US ドル).....
9. 今年の今日までの休暇日数 ..... (年間有給休暇.....日/年)

## Part 2 旅行先について

10. 貴方の観光ルートにおいて、旅行する国の順番に 〇 の中に番号を書いて下さい。又、到着日、各国へ観光回数及び泊まる日数を教えてください。

		一回目	二回目	二回以上	泊まる日数
<input type="checkbox"/> タイへ	到着日.....	○	○	○	.....
<input type="checkbox"/> カンボジアへ	到着日.....	○	○	○	.....
<input type="checkbox"/> ラオスへ	到着日.....	○	○	○	.....
<input type="checkbox"/> ベトナムへ	到着日.....	○	○	○	.....

11. どの航空会社のサービツを使って、どんな切符を買いましたか。

- |              |       |        |
|--------------|-------|--------|
| タイへ .....    | の航空会社 | ○ 片道切符 |
|              |       | ○ 往復切符 |
| カンボジアへ ..... | の航空会社 | ○ 片道切符 |
|              |       | ○ 往復切符 |
| ラオスへ .....   | の航空会社 | ○ 片道切符 |
|              |       | ○ 往復切符 |
| ベトナムへ .....  | の航空会社 | ○ 片道切符 |
|              |       | ○ 往復切符 |

12. どの形で今回の旅行をアレンジしましたか。(グループツアーの場合は左の欄に答えて下さい。その他は右の欄に答えて下さい。)

○ グループツアーの場合

○ グループツアーではない場合

<p>13. トラベル会社名は何ですか。 .....</p> <p>14. 今回の旅行にいくらぐらい費やしますか。 .....</p> <p>15. Package Tour の値段以外に、他の支払いを教えてください。                  宿泊 食事 その他                  タイ .....                  カンボジア .....                  ラオス .....                  ベトナム .....</p>	<p>16. 出発地及び飛行機代を教えてください。                  a. ....から出発して、タイへ行きました。飛行機代は.....掛かりました。                  b. ....から出発して、カンボジアへ行きました。飛行機代は.....掛かりました。                  c. ....から出発して、ラオスへ行きました。飛行機代は.....掛かりました。                  d. ....から出発して、ベトナムへ行きました。飛行機代は.....掛かりました。</p> <p>17. 観光料金を教えてください。(飛行機代以外)                  宿泊 食事 その他                  タイ .....                  カンボジア .....                  ラオス .....                  ベトナム .....</p>
--	---

18 - 21. 下記の国で一番印象に残った観光地はどこでしょうか。(各国に付き一つだけ御回答下さい。)

18. Thailand	19. Cambodia	20. Laos P.D.R.	21. Vietnam
<input type="radio"/> Ayutthaya	<input type="radio"/> Angkor Borei	<input type="radio"/> Ang Nam Ngum	<input type="radio"/> Hoi An
<input type="radio"/> Bangkok	<input type="radio"/> Angkor Thom, Wat	<input type="radio"/> Champasak	<input type="radio"/> Cu Chi Tunnel
<input type="radio"/> Chi An	<input type="radio"/> Anlong Veng	<input type="radio"/> Don Khong	<input type="radio"/> Da Lat
<input type="radio"/> Chiang Mai	<input type="radio"/> Banteay Srei	<input type="radio"/> Khon Phapeng	<input type="radio"/> Danang
<input type="radio"/> Chiang Rai	<input type="radio"/> Kompong Som	<input type="radio"/> Lu Phib Falls	<input type="radio"/> Da Son
<input type="radio"/> Hua Hin	<input type="radio"/> Makong-Bined	<input type="radio"/> Luang Briaa Thu	<input type="radio"/> Halong Bay
<input type="radio"/> Kaeng Krachan	<input type="radio"/> Phnom Penh	<input type="radio"/> Luang Phabang	<input type="radio"/> Hanoi
<input type="radio"/> Krabi	<input type="radio"/> Prasat Bayon	<input type="radio"/> Pakbeng	<input type="radio"/> Ho Chi Minh City
<input type="radio"/> Koi Samed	<input type="radio"/> Phnom Chisor	<input type="radio"/> Paks	<input type="radio"/> Hue
<input type="radio"/> Ko Samui	<input type="radio"/> Siam Reap	<input type="radio"/> Plain of Jars	<input type="radio"/> Lang Son
<input type="radio"/> Kr. Tao	<input type="radio"/> The National Museum	<input type="radio"/> Salavan	<input type="radio"/> Muoi Ne
<input type="radio"/> Mae Hong Son	<input type="radio"/> The Royal Palace	<input type="radio"/> Savanakheth	<input type="radio"/> My Son
<input type="radio"/> Nang Kr	<input type="radio"/> The Silver Pagoda	<input type="radio"/> Tha Luang	<input type="radio"/> My Tho
<input type="radio"/> Pattaya	<input type="radio"/> Taol Bait	<input type="radio"/> Vong Viang	<input type="radio"/> Nha Trang
<input type="radio"/> Phang Nga	<input type="radio"/> Taol Sap	<input type="radio"/> Vieng Xai	<input type="radio"/> Quang Ninh
<input type="radio"/> Phuket	<input type="radio"/> Wat Omalon	<input type="radio"/> Vientiane	<input type="radio"/> Sa Pa
<input type="radio"/> Trud	<input type="radio"/> Others (please specify) .....	<input type="radio"/> Xieng Khouy	<input type="radio"/> Others (please specify) .....
<input type="radio"/> Others (please specify) .....		<input type="radio"/> Others (please specify) .....	



22. 今回の旅行において、タイを訪問しましたか。(「はい」の場合は左の欄に答えてください。「いいえ」の場合は右に答えてください。)

- はい、タイを訪問しました。  いいえ。

<p>23. 「インドシナの門口のようなタイに観光促進」及び「大メコン地域協力(カンボジア、ラオス、ベトナム)」の運動を知っていますか。</p> <p><input type="radio"/> はい。24 項へ行ってください。</p> <p><input type="radio"/> いいえ。31 項へ行ってください。</p> <p>24. 観光に対して、「インドシナの門口のようなタイに観光促進」及び「大メコン地域協力」の運動は利益があると思いますか。</p> <p><input type="radio"/> はい。利益は下記の通りです。(一つより回答できます。)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> 別々観光より安くなります。</li> <li><input type="radio"/> 国境を越えりやすくなります。</li> <li><input type="radio"/> ホテルを簡単に予約できます。</li> <li><input type="radio"/> その</li> </ul> <p>他 .....</p> <p><input type="radio"/> いいえ。</p>	<p>25. 「インドシナの門口のようなタイに観光促進」及び「大メコン地域協力(カンボジア、ラオス、ベトナム)」の運動を知っていますか。</p> <p><input type="radio"/> はい <span style="margin-left: 50px;"><input type="radio"/> いいえ</span></p> <p>26. 貴方の国からインドシナ(カンボジア、ラオス、ベトナム)までの直便について知っていますか。</p> <p><input type="radio"/> はい <span style="margin-left: 50px;"><input type="radio"/> いいえ</span></p> <p>27. Transit Point として、どうしてタイ国際空港を選択しましたか。(一つより回答できます。)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> 合理的な値段。</li> <li><input type="radio"/> 自国から行き先まで色々な航空便があります。</li> <li><input type="radio"/> 時間が掛かりません。</li> <li><input type="radio"/> 容易な Transit で便利です。</li> <li><input type="radio"/> タイは国際空港があります。</li> <li><input type="radio"/> その他 .....</li> </ul> <p>28. タイへ行った事がありますか。</p> <p><input type="radio"/> はい <span style="margin-left: 50px;"><input type="radio"/> いいえ</span></p> <p>29. 今回の旅行において、どうしてタイへ行く事を希望しませんでしたか。(一つより回答できます。)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> 行った事があります。</li> <li><input type="radio"/> 印象がありません。</li> <li><input type="radio"/> 生活費が高い。</li> <li><input type="radio"/> 時間の制限がありました。</li> <li><input type="radio"/> サービスに対して良い印象がありません。(明確にして下さい。.....)</li> <li><input type="radio"/> その他 .....</li> </ul> <p>30. タイへ行く事を希望しない理由は何ですか。(一つより回答できます。)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="radio"/> 印象しません。</li> <li><input type="radio"/> 時間の限界。</li> <li><input type="radio"/> タイについて否定な情報。</li> <li><input type="radio"/> 生活に対して高い値段。</li> <li><input type="radio"/> その他 .....</li> </ul>
---	--

31 項へ行って下さい。

31. 一番印象に残っているのは何でしょうか。

- 緑や花等の自然が印象に残りました。
- 歴史/建築物が印象に残りました。
- 文化が印象に残りました。
- 伝説が印象に残りました。
- Entertainment が印象に残りました。
- その他 (明確にして下さい。) .....

32. 誰と一緒に観光しましたか。

- 一人で旅行しています。
- 友達と一緒に旅行しています。
- 家族と一緒に旅行しています。

33. 下記の国に関する観光情報はどこから入手しましたか。

	Internet	TV / Radio	本	観光展示会	家族/友達	その他(明確して下さい。)
タイ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
カンボジア	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
ラオス	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
ベトナム	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

34. 今回の旅行の目的は何でしょうか。(各国に一つだけ御回答下さい。)

	Holiday	家族/友達 の訪問	ビジネス	集会/会議/展示会	その他(明確して下さい。)
タイ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
カンボジア	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
ラオス	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
ベトナム	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

Part 3	満足度
--------	-----

説明 貴方の今回の観光に関して、下欄に☑のマーキングにより、今回の旅行の安全性及び満足度を評価して下さい。

「5」大変に満足、「4」満足、「3」まあまあ、「2」不満、「1」非常に不満。

	タイ (No. 35 ~ 38)					カンボジア (No. 39 ~ 42)					ラオス (No. 43 ~ 46)					ベトナム (No. 47 ~ 50)				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
トラベル会社及びガイドさん																				
ガイドさんの知識レベル																				
ガイドさんの責任感																				
言葉（日本語の能力）																				
トラベル会社の選定した 観光地の印象																				
Package Tourの数																				
食事及び飲み物																				
衛生面																				
味																				
宿泊所																				
部屋																				
衛生面																				
サービスの満足度																				
安全性のレベル																				

Part 4	貴方の推薦
--------	-------

51. 下記の国に対して、「再訪問」、「もう行かない」についてお答え下さい。  
「再訪問」 「もう行かない」 理由を教えてください。

タイ			.....
カンボジア	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
ラオス	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....
ベトナム	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	.....

52. 他の観光者にどの国を推薦したいですか。

推薦 理由を教えてください。

タイ		.....
カンボジア	<input type="radio"/>	.....
ラオス	<input type="radio"/>	.....
ベトナム	<input type="radio"/>	.....

53. 下記の国の観光地に関して改善要望がありましたら、遠慮なく、アドバイスして頂きたいです。

タイ	.....
	.....
カンボジア	.....
	.....
ラオス	.....
	.....
ベトナム	.....
	.....

お忙しい所、ご協力を頂いて、本当に有難う御座いました。

面接する人及び研究者のみ

Questionnaire No. ....

Nationality ..... Code of Nationality .....

Flight No. .... Departure from ..... to .....

Date of interview ..... time .....

Place of interview .....

Name of Interviewer .....

ภาคผนวก จ  
แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (ภาษาเกาหลี)



12.당신은 여행을 어떻게 준비했습니까? (단체여행사를 통하여 그룹투어를 하셨다면 왼쪽공란설문에 응해 주시고, 개인투어를 하셨다면 오른쪽 공란에작성하여 주십시오)

왼쪽 (13-15)	오른쪽 (16-17)
<p>13.여행사의 이름은 무엇입니까?_____</p> <hr/> <p>14. 여행지출비용이 얼마나 들었습니까?_____</p> <p>15. 패키지에 포함되는 금액을 제외한 추가로 지출된 비용은 얼마입니까?(자세히 설명해주시시오.)</p> <p style="text-align: center;">숙박편의시설 료/식사 기타</p> <p>태국 _____</p> <p>캄보디아 _____</p> <p>라오스 _____</p> <p>베트남 _____</p>	<p>16. 본인 출발지와 목적지를 명확하게 기재하여 주시고 항공요금도 기재해 주십시오.</p> <p>A 출발지 _____ 태국으로 항공요금 _____</p> <p>B 출발지 _____ 캄보디아로 항공요금 _____</p> <p>C 출발지 _____ 라오스로 항공요금 _____</p> <p>D 출발지 _____ 베트남 항공요금 _____</p> <p>17. 항공요금을 제외한 추가로 지출한 비용을 기재해 주십시오.</p> <p style="text-align: center;">숙박편의시설 음료/식사 기타</p> <p>태국 _____</p> <p>캄보디아 _____</p> <p>라오스 _____</p> <p>베트남 _____</p>

18~21 가장인상깊었던 나라와 그 나라의 지명 및 장소를 체크해 주십시오.

<p>18. 태국</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 아유티야</li> <li>○ 방콕</li> <li>○ 차암</li> <li>○ 치앙마이</li> <li>○ 치앙라이</li> <li>○ 호아힌</li> <li>○ 칸짜나부리</li> <li>○ 끄라비</li> <li>○ 씨멧 섬</li> <li>○ 타우 섬</li> <li>○ 데형션</li> <li>○ 넝카이</li> <li>○ 파타야</li> <li>○ 팡아</li> <li>○ 푸켓</li> <li>○ 프랏</li> <li>○ 기타(자세히 기재해 주십시오)_____</li> </ul>	<p>19. 캄보디아</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 앙코보라이</li> <li>○ 앙코둠 절</li> <li>○ 아롱벤</li> <li>○ 반떠이씨이</li> <li>○ 캄명솜</li> <li>○ 마콩 섬</li> <li>○ 파놈펜</li> <li>○ 파삿바온</li> <li>○ 파놈 씨서</li> <li>○ 씨암랩</li> <li>○ 캄보디아 국립박물관</li> <li>○ 캄보디아 왕궁</li> <li>○ 시버 탐</li> <li>○ 토넬 바티</li> <li>○ 토넬 삼</li> <li>○ 우나롬 절</li> <li>○ 기타(자세히 기재해 주십시오)_____</li> </ul>	<p>20. 라오스</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 앙남눈</li> <li>○ 참파씩</li> <li>○ 턴 코홍</li> <li>○ 고헌 파팽</li> <li>○ 리파 폭포</li> <li>○ 주잉남타</li> <li>○ 루엥파방</li> <li>○ 팍벵</li> <li>○ 패크스</li> <li>○ plain of jars</li> <li>○ 새비안</li> <li>○ 싸바난켓</li> <li>○ that luang</li> <li>○ 방 비앙</li> <li>○ 비앙 아이</li> <li>○ 비안 텐스</li> <li>○ 이양카벤</li> <li>○ 기타(자세히 기재해 주십시오)_____</li> </ul>	<p>21. 베트남</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ 호아힌</li> <li>○ 추 차이 투넬</li> <li>○ 다랏</li> <li>○ 다낭</li> <li>○ 다손</li> <li>○ 하롱베이</li> <li>○ 하노이</li> <li>○ 호지민 도시</li> <li>○ 휴</li> <li>○ 룡수연</li> <li>○ 무이니</li> <li>○ 마이산</li> <li>○ 마이토</li> <li>○ 나땅</li> <li>○ 꽝니치</li> <li>○ 사파</li> <li>○ 기타(자세히 기재해 주십시오)_____</li> </ul>
---	--	---	---





31. 어떤 모습이 가장 기억에 남고 흥미가 있었습니까?

- 자연의 경치
- 역사의 매력/건축물의 매력
- 문화의 매력
- 전통의 매력
- 엔터테인먼트(쇼, 행사..등등)
- 기타 (자세히 기입해주세요) \_\_\_\_\_

32. 누구와 여행했습니까?

- 혼자
- 친구와/학교에서
- 가족과

33. 당신은 어디를 통하여 여행정보를 얻었습니까? (두가지 이상을 체크해 주십시오)

	인터넷	티브이	팜플렛	여행사	가족	기타(자세히)
		라디오		안 내	친구	
태국	○	○	○	○	○	_____
캄보디아	○	○	○	○	○	_____
라오스	○	○	○	○	○	_____
베트남	○	○	○	○	○	_____

34. 여행 목적은?(각나라별로 체크해 주십시오)

	휴가	친구또는친척방문	일(사무)	회의	기타(자세히)
태국	○	○	○	○	_____
캄보디아	○	○	○	○	_____
라오스	○	○	○	○	_____
베트남	○	○	○	○	_____

C면 만족도

여행중에 만족도와 안전성을 평가하여 주시고, 수준별로 체크해 주십시오.

5= 전체다 만족 4= 대체적으로 만족 3= 어떤부분만 만족 2= 어떤 부분만 불만적 1= 매우 불만적

	35~38 태국					39~42 캄보디아					43~46 라오스					47~50 베트남				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
행사측 가이드]																				
가이드의지																				
식 수준																				
가이드의능력																				
언어소통																				
흥미로웠던장소																				
패키지 투어																				
음료/식사]																				
위생상태																				
맛																				
편의시설]																				
방																				
위생상태																				
서비스																				
안전성																				



ภาคผนวก ฉ

อัตราแลกเปลี่ยนตามประกาศของธนาคารกลางสหรัฐอเมริกา

ตาราง 111

อัตราแลกเปลี่ยนตามประกาศของธนาคารกลางสหรัฐอเมริกา

(หน่วย: 1 USD)

date	AUD	EUR	CAD	CNY	HKD	JPB	TAIWAN	GBP
3 November 2003	1.43143	0.873057	1.3323	8.2766	7.7677	111.20	34.02	0.595735
4 November 2003	1.42511	0.869792	1.3321	8.2767	7.7677	109.60	34.00	0.595167
5 November 2003	1.40845	0.871612	1.3312	8.2767	7.7685	109.91	34.06	0.595948
6 November 2003	1.41343	0.875887	1.3362	8.2769	7.7690	110.15	34.00	0.599053
7 November 2003	1.41004	0.869187	1.3237	8.2770	7.7692	109.29	34.00	0.598516
10 November 2003	1.39528	0.868432	1.3108	8.2770	7.7475	107.98	33.95	0.597479
12 November 2003	1.39276	0.85859	1.3007	8.2770	7.7623	108.55	34.00	0.596303
13 November 2003	1.38966	0.853898	1.3000	8.2770	7.7618	108.33	34.00	0.592417
14 November 2003	1.39295	0.851571	1.3034	8.2770	7.7550	108.43	34.00	0.593789
17 November 2003	1.40746	0.851499	1.3143	8.2769	7.7640	108.98	34.01	0.592242
18 November 2003	1.38658	0.840831	1.3025	8.2767	7.7580	108.11	34.00	0.588305
19 November 2003	1.38332	0.839701	1.3040	8.2767	7.7600	109.06	34.00	0.588859
20 November 2003	1.3816	0.840689	1.3031	8.2769	7.7615	108.99	34.03	0.587406

ตาราง 111 (ต่อ)

(หน่วย: 1 USD)

date	AUD	EUR	CAD	CNY	HKD	JPB	TAIWAN	GBP
21 November 2003	1.3837	0.839419	1.3042	8.2770	7.7640	108.87	34.05	0.587372
24 November 2003	1.39353	0.849762	1.3210	8.2771	7.7675	109.39	34.06	0.589971
25 November 2003	1.39159	0.848536	1.3135	8.2770	7.7690	109.72	34.10	0.588824
26 November 2003	1.38179	0.839067	1.3045	8.2772	7.7675	109.11	34.17	0.585138
28 November 2003	1.38198	0.833681	1.2973	8.2770	7.7660	109.53	34.20	0.580754
1 December 2003	1.37646	0.8364	1.3023	8.2772	7.7670	109.61	34.15	0.581091
2 December 2003	1.36649	0.827541	1.2988	8.2772	7.7628	108.82	34.15	0.578336
3 December 2003	1.35906	0.826925	1.3000	8.2771	7.7641	108.17	34.10	0.579777
4 December 2003	1.36314	0.82802	1.3125	8.2770	7.7670	108.19	34.10	0.581395
5 December 2003	1.35906	0.822571	1.3045	8.2769	7.7635	107.78	34.11	0.579039
8 December 2003	1.35099	0.818532	1.2967	8.2771	7.7647	107.23	34.05	0.576901
9 December 2003	1.35172	0.817728	1.3092	8.2771	7.7640	107.30	34.03	0.573723
10 December 2003	1.35172	0.818666	1.3078	8.2770	7.7642	108.40	34.04	0.573197
11 December 2003	1.35962	0.822098	1.3272	8.2771	7.7660	108.23	34.03	0.57323

ตาราง 111 (ต่อ)

(หน่วย: 1 USD)

date	AUD	EUR	CAD	CNY	HKD	JPB	TAIWAN	GBP
12 December 2003	1.3468	0.814067	1.3150	8.2771	7.7635	107.73	34.03	0.572541
15 December 2003	1.34608	0.81367	1.3129	8.2772	7.7635	107.52	34.03	0.573066
16 December 2003	1.34481	0.811162	1.3185	8.2771	7.7630	107.60	34.02	0.571102
17 December 2003	1.34989	0.807689	1.3250	8.2769	7.7637	107.42	34.02	0.567698
18 December 2003	1.35612	0.808016	1.3295	8.2765	7.7654	107.92	34.05	0.565835
19 December 2003	1.35777	0.807754	1.3405	8.2770	7.7651	107.94	34.05	0.565771
22 December 2003	1.3624	0.805477	1.3320	8.2769	7.7641	107.40	34.05	0.567054
23 December 2003	1.35851	0.806062	1.3244	8.2769	7.7637	107.44	34.05	0.566572
24 December 2003	1.3459	0.802311	1.3109	8.2770	7.7665	107.29	34.05	0.563444
26 December 2003	1.34862	0.803794	1.3067	8.2768	7.7655	107.18	34.05	0.564175
29 December 2003	1.34735	0.800961	1.3103	8.2769	7.7635	106.93	34.06	0.564812
30 December 2003	N0 DAY	0.800256	1.3036	8.2767	7.7645	107.00	34.03	N0 DAY
31 December 2003	1.32979	0.79384	1.2923	8.2767	7.7640	107.13	33.99	0.560475



ตาราง 111 (ต่อ)

(หน่วย: 1 USD)

date	AUD	EUR	CAD	CNY	HKD	JPB	TAIWAN	GBP
2 January 2004	1.31996	0.794155	1.2900	8.2769	7.7645	106.95	33.98	0.558597
5 January 2004	1.30174	0.788706	1.2803	8.2770	7.7635	106.10	33.90	0.552944
6 January 2004	1.29836	0.782901	1.2824	8.2771	7.7633	106.20	33.80	0.548095
7 January 2004	1.30124	0.789578	1.2884	8.2772	7.7638	106.19	33.82	0.549662
8 January 2004	1.28949	0.782963	1.2790	8.2772	7.7635	106.17	33.80	0.545316
9 January 2004	1.28584	0.778028	1.2690	8.2770	7.7633	106.54	33.75	0.54136
12 January 2004	1.28403	0.781128	1.2735	8.2770	7.7632	106.48	33.68	0.540219
13 January 2004	1.28667	0.785238	1.2729	8.2768	7.7644	106.25	33.66	0.542535
14 January 2004	1.28551	0.785793	1.2866	8.2768	7.7642	106.06	33.68	0.543213
15 January 2004	1.29836	0.794407	1.2990	8.2767	7.7635	106.10	33.67	0.5493
16 January 2004	1.30497	0.806777	1.2975	8.2767	7.7665	106.87	33.68	0.555679
20 January 2004	1.30022	0.79466	1.2861	8.2770	7.7700	107.17	33.68	0.549843
21 January 2004	1.29316	0.792581	1.3018	8.2771	7.7675	106.84	33.68	0.546597
22 January 2004	1.28353	0.786349	1.2970	8.2771	7.7663	106.08	33.64	0.542123

ตาราง 111 (ต่อ)

(หน่วย: 1 USD)

date	AUD	EUR	CAD	CNY	HKD	JPB	TAIWAN	GBP
20 January 2004	1.30022	0.79466	1.2861	8.2770	7.7700	107.17	33.68	0.549843
21 January 2004	1.29316	0.792581	1.3018	8.2771	7.7675	106.84	33.68	0.546597
22 January 2004	1.28353	0.786349	1.2970	8.2771	7.7663	106.08	33.64	0.542123
23 January 2004	1.29634	0.793021	1.3115	8.2771	7.7665	106.21	33.63	0.54936
26 January 2004	1.29366	0.796686	1.313	8.2771	7.767	106.15	33.73	0.549451
27 January 2004	1.28123	0.790952	1.3048	8.2771	7.7644	105.56	33.51	0.547136
28 January 2004	1.28403	0.792393	1.3218	8.2771	7.768	105.52	33.33	0.544366
29 January 2004	1.31839	0.807168	1.334	8.277	7.775	106.09	33.36	0.55212
30 January 2004	1.31148	0.803084	1.3265	8.2768	7.7775	105.84	33.39	0.548998
02 February 2004	1.3217	0.804764	1.3385	8.277	7.7767	105.59	33.36	0.549995
03 February 2004	1.30702	0.796115	1.3374	8.2772	7.7743	105.36	33.25	0.54407
04 February 2004	1.31165	0.796686	1.333	8.2772	7.7776	105.53	33.25	0.545405
05 February 2004	1.30634	0.793273	1.3318	8.2773	7.7738	105.52	33.25	0.544129
06 February 2004	1.30225	0.787774	1.3297	8.2773	7.7735	105.57	33.3	0.541741
09 February 2004	1.28866	0.789141	1.3304	8.2773	7.7686	105.68	33.2	0.538213

ตาราง 111 (ต่อ)

(หน่วย: 1 USD)

date	AUD	EUR	CAD	CNY	HKD	JPB	TAIWAN	GBP
10 February 2004	1.27975	0.785731	1.3289	8.2772	7.7692	105.55	33.21	0.534845
11 February 2004	1.27226	0.780336	1.3178	8.2771	7.7705	105.37	33.15	0.530504
12 February 2004	1.26791	0.780823	1.3188	8.2772	7.7715	105.42	33.13	0.528821
13 February 2004	1.26984	0.784252	1.3148	8.277	7.771	105.6	33.15	0.531067
17 February 2004	1.25329	0.778331	1.3108	8.277	7.7703	105.8	33.13	0.525072
18 February 2004	1.26103	0.780518	1.3182	8.277	7.7715	106.37	33.1	0.525679
19 February 2004	1.2639	0.788333	1.3283	8.2771	7.7745	107.09	33.11	0.528513
20 February 2004	1.29199	0.795988	1.3442	8.2772	7.7751	108.83	33.13	0.535676
23 February 2004	1.29149	0.795608	1.3363	8.2772	7.7755	108.22	33.28	0.53516
24 February 2004	1.28074	0.787898	1.3283	8.2771	7.778	108.11	33.32	0.529073
25 February 2004	1.295	0.799808	1.337	8.277	7.781	108.99	33.25	0.533134
26 February 2004	1.2982	0.8036	1.3433	8.2771	7.7843	109.59	33.21	0.537374
27 February 2004	1.29584	0.803794	1.3405	8.2769	7.7845	109.26	33.28	0.538358

ที่มา: 10 Exchange Rate, by Federal Reserve Bank of New York, 2004, Retrieved January 4, 2004, from <http://www.ny.frb.org/>

markets/fxrates/noon.cfm

ภาคผนวก ช

รายนามผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

## รายนามผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถาม

### กลุ่มธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

1. ห้างหุ้นส่วนจำกัดวิคเอนด์ ทัวร์ แอนด์ คาร์โก้ เซอร์วิส
2. บริษัท กรีนทัวร์ จำกัด
3. บริษัท กรุงเทพบริการท่องเที่ยว จำกัด
4. บริษัท ไทยเคสดีเนชั่น จำกัด
5. บริษัท ดันธนา จำกัด
6. บริษัท เทพประดิษฐ์ กรุ๊ป(ประเทศไทย) จำกัด
7. บริษัท บุญยวานิช จำกัด
8. บริษัท ชงโค ทราเวลสปอร์ต แอนด์ทัวร์ จำกัด
9. บริษัท ไทยเล็ชเชอร์ จำกัด

### กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก

1. โรงแรมอครแอร์พอร์ท
2. บริษัท ชวมิตร จำกัด
3. บริษัท เอ็ม เค พรอพเพอร์ตี้ จำกัด
4. โรงแรมทอแสงอุบล
5. โรงแรม แสงโขงเจียม รีสอร์ท
6. โรงแรมเจริญศรีแกรนด์รอยัล
7. โรงแรมศรีอีสาน โฮเต็ลอุบล
8. โรงแรมหนองคายแกรนด์โฮเต็ล

### กลุ่มธุรกิจสายการบิน

1. สายการบินเวียดนาม
2. สายการบิน แองเจิล แอร์ไลน์

3. สายการบิน บางกอก แอร์เวย์
4. สายการบินไทย
5. สายการบินพีบีแอร์
6. สายการบินเสียมเรียบแอร์เวย์
7. สายการบินเพรสติเจนท์ แอร์ไลน์

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการต่างประเทศ. (2547). *ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง*. ค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2546, จาก <http://www.mfa.go.th/web/1658.php>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 1997*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1298/nat-1-12.xls>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2542). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 1998*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1299/nat-1-12.xls>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 1999*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1200/nat-1-12.xls>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2544). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 2000*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1201/nat-1-12.xls>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 2001*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1202/nat-1-12.xls>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 2002*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1203/nat-1-12.xls>

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2547). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 2003*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1204/nat-1-12.xls>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548). *International tourist arrivals to Thailand by nationality and mode of transport 2004*. ค้นเมื่อ 2 มิถุนายน 2548, จาก <http://www2.tat.or.th/stat/download/1205/nat-1-12.xls>
- การเปิดสัมปทานให้บริษัทข้ามชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจกาสิโนอย่างถูกกฎหมายของ มาเก๊า. (2549, กันยายน 4). *ผู้จัดการรายวัน*, หน้า 29.
- ชนิษฐา สุวรรณชาติ. (2544). เปิดหน้าต่างเวียดนาม ตามหาเมืองคู่แข่ง เวียดนาม. *อนุสาร อสท*, 42(1), 67-72.
- จินกาดมีนักท่องเที่ยว 150 ล้านคน ในปี 2010. (2547, กรกฎาคม 6). *ผู้จัดการรายวัน*, หน้า 11.
- จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์. (2548). *รายงานฉบับสมบูรณ์ แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและอินโดจีน*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. (2531). อุปสงค์การท่องเที่ยว. *จุลสารการท่องเที่ยว*, 7, 23-36.
- ท้าว-คิสนีย์ช่องกง-การจอง. (2548, กันยายน 11). *ฐานเศรษฐกิจ*, หน้า 28.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2548ก). *มูลค่าและปริมาณสินค้าออก พ.ศ. 2538-2547*. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก <http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/EconData/EconFinance/Download/Tab47.xls>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2548ข). *ดุลการชำระเงิน พ.ศ. 2536-2547*. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2549, จาก <http://www.bot.or.th/BOTHomepage/DataBank/EconData/EconFinance/Download/Tab53.xls>
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2542). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 4)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ผ้าอาณาจักรเซ็นโตซ่าเมืองกาสิโนแห่งใหม่สิงคโปร์. (2548, สิงหาคม 31). *สยามธุรกิจ*, หน้า 25, 27.



- พนิดา สวงนเสรีวานิช. (2548, กรกฎาคม 31). การสร้างเมืองใหม่ “ปุตราจาया” และ  
โครงการเคเบิลคาร์ที่เกาะลังกาวิ ของมาเลเซีย จาก วิทยาลัยศึกษามหาวิทยาลัย  
มติชน, หน้า 23.
- รพีพรรณ ลาวัลย์จรัญโยธิน. (2549). ความรู้รอบตัวสำหรับนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น.  
กรุงเทพมหานคร: รุ่งเรืองสาส์นการพิมพ์.
- วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ. (2545). ศักยภาพการค้าไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน. กรุงเทพ-  
มหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2544). จากเมืองหลวงล้านนาถึงเมืองหลวงพระบาง. *อนุสาร อสท*,  
42(1), 55-56.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2547, พฤษภาคม 3). EU โฉมใหม่ 25 ชาติ ผลกระทบเศรษฐกิจไทย.  
ผู้จัดการรายวัน, หน้า 22.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2544, กรกฎาคม). *โครงการศึกษาเพื่อจัด  
แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ*. เอกสารนำเสนอการ  
ประชุมเพื่อประชาสัมพันธ์และรับฟังความคิดเห็น โครงการศึกษาเพื่อจัดทำ  
แผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ, โรงแรมเรดิสัน,  
กรุงเทพมหานคร.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). รายงานฉบับสมบูรณ์  
*โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่ม  
ประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2542). รายงานฉบับสมบูรณ์  
*โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาสามเหลี่ยมท่องเที่ยวเชื่อม โยง กัมพูชา  
สปป.ลาว และประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2541). *กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในการผลักดันแผนการ  
ท่องเที่ยวในอนุภาคลุ่มน้ำโขง*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.

สมบัติ แซ่เส. (2539). การศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม:  
กรณีศึกษา อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต,  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานคณะกรรมการประสานการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจกับประเทศ  
เพื่อนบ้าน และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.  
(2544). โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภาคลุ่มน้ำโขง 6  
ประเทศ (กัมพูชา-ลาว-พม่า-เวียดนาม-มณฑลยูนนาน). กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักพัฒนาพื้นที่  
เฉพาะสำนักพัฒนาพื้นที่เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้านและพื้นที่  
ชายแดน. (2544). ความก้าวหน้าการพัฒนาพื้นที่เขตเศรษฐกิจเฉพาะและพื้นที่  
เชื่อมโยงทางเศรษฐกิจกับประเทศเพื่อนบ้าน. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2519). แผนพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524). กรุงเทพมหานคร:  
ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2524). แผนพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529). กรุงเทพมหานคร:  
ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2529). แผนพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534). กรุงเทพมหานคร:  
ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2534). แผนพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539). กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2539). แผนพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544). กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2544). แผนพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549). กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2545). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550-2554)*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548ก). *ทิศทางที่ท้าทายแห่งการพัฒนาประเทศในระยะแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10: การเปลี่ยนแปลงของบริบทการพัฒนาต่อทิศทางการพัฒนาประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2548ข). *มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ พ.ศ. 2536-2547, คำนวณเมื่อ 25 มกราคม 2549*, จาก [http://www.nesdb.go.th/econSocial/macro/NAD/1\\_qgdp/data2\\_06/menu.html](http://www.nesdb.go.th/econSocial/macro/NAD/1_qgdp/data2_06/menu.html)

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์. (2546ก). *ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ ราชอาณาจักรกัมพูชา*. คำนวณเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2546, จาก <http://www.ops.moc.go.th/MocCMS/fileupload/ETC/2207.doc>

สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์, สำนักนโยบายเศรษฐกิจการพาณิชย์. (2546ข). *สถานการณ์ด้านเศรษฐกิจของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว*. คำนวณเมื่อ 15 สิงหาคม 2546, จาก <http://www.ops.moc.go.th/MocCMS/fileupload/HTML/2208/lao.htm>

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, สำนักความสัมพันธ์ต่างประเทศ. (2545). *มรดกโลก*. คำนวณเมื่อ 19 กรกฎาคม 2546, จาก <http://http://www.bic.moe.go.th/index.php?id=131&L=2>

สุชาติ สันตะมัย. (2531). *การใช้โมเดลอุปสงค์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางวิเคราะห์แหล่งท่องเที่ยว หัวหิน-ชะอำ*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุบรรณ พันวิสาส. (2522). *ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเคียนสโตร์.

- Abu-Ghazaleh, M. Z. (1986). Economics of tourism in Jordan. *Dissertation Abstracts International*, 46(08), 2371-A. (UMI No. 8522385)
- Agarwal, V. B., & Yochum, G. R. (1998). Tourism and advertising: Evidence from Virginia beach. *International Advances in Economic Research*, 4(4), 384-397.
- Agarwal, V. B., & Yochum, G. R. (1999). Tourism spending and race of visitors. *Journal of Travel Research*, 38(2), 173-176.
- Akis, S. (1998, February). A compact econometric and model of tourism demand for Turkey. *Tourism Management*, 19(1), 99-102.
- Anastasopoulos, P. G. (1984). Interdependencies in international travel: The role of relative prices. A case study of the Mediterranean region (Econometrics, Tourism, Greece). *Dissertation Abstracts International*, 45(05), 1480-A. (UMI No. 8417871)
- Archer, B. H. (1987). Demand forecasting and estimation. In J. R. Brent Ritchie & C. R. Goeldner (Eds.), *Travel tourism and hospitality research* (pp. 77-86). New York: John Wiley & Sons.
- Armstrong, C. W. G. (1972). International tourism: Coming or going. *Future*, 4(2), 115-125.
- Artus, J. R. (1970). The effect of revaluation on the foreign travel balance of Germany. *International Monetary Fund Staff Papers*, 17, 607-619.
- Artus, J. R. (1972). An econometric analysis of international travel. *International Monetary Fund Staff Papers*, 19, 579-614.

- Asian Development Bank. (1992). *First ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/rptcc.asp>
- Asian Development Bank. (1993). *Second ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/rptcc2.asp>
- Asian Development Bank. (1994a). *Third ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/egp3.asp>
- Asian Development Bank. (1994b). *Fourth ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/stf4.asp>
- Asian Development Bank. (1995). *Fifth ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/stf5.asp>
- Asian Development Bank. (1996). *Sixth ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/stf6.asp>
- Asian Development Bank. (1997). *Seventh ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/stf7.asp>

- Asian Development Bank. (1998). *Eighth ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/min8.asp>
- Asian Development Bank. (2000). *Ninth ministerial conference on subregional cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/min9.asp>
- Asian Development Bank. (2001). *Greater Mekong Subregion: Tenth ministerial conference on subregional economic cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/min10.asp>
- Asian Development Bank. (2002). *Greater Mekong Subregion: Eleventh ministerial conference on subregional economic cooperation*. Retrieved November 3, 2002, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/min11.asp>
- Asian Development Bank. (2003). *Greater Mekong Subregion: 12th ministerial conference*. Retrieved September 10, 2004, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/min12.asp>
- Asian Development Bank. (2004). *Greater Mekong Subregion Economic Cooperation Program: 13th ministerial conference*. Retrieved May 15, 2005, from <http://209.225.62.100/Documents/Conference/Mekong/gms-mc-13.pdf>

- Asian Development Bank. (2005). *16th meeting of the working group on the Greater Mekong Subregion tourism sector*. Retrieved June 12, 2005, from <http://www.adb.org/Documents/Events/Mekong/Proceedings/wgt16.asp>
- Askari, H. (1971). Demand for package tours. *Journal of Transport Economics and Policy*, 5(1), 40-51.
- Association of Southeast Asian Nations. (2004a). *Visitors arrival to Lao PDR by country of origin and year during 1995-2003*. Retrieved December 25, 2004, from [http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08\\_Tourism.pdf](http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08_Tourism.pdf)
- Association of Southeast Asian Nations. (2004b). *Visitors arrival to Vietnam by country of origin and year during 1995-2003*. Retrieved December 25, 2004, from [http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08\\_Tourism.pdf](http://www.aseansec.org/Statistics%202004/08_Tourism.pdf)
- Association of Southeast Asian Nations. (2005). *Total international visitor arrivals to ASEAN (2004)*. Retrieved August 25, 2005, from [http://www.aseansec.org/tour\\_stat/Total%20International%20Visitor%20Arrivals%20to%20ASEAN%202005.htm](http://www.aseansec.org/tour_stat/Total%20International%20Visitor%20Arrivals%20to%20ASEAN%202005.htm)
- Backman, K. F., Backman, S. J., & Silverberg, K. E. (1999). An investigation into the psychographics of senior nature-based travellers. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 13-22.
- Bakalis, S., Morris, A., & Wilson, K. (1994). Tourism trends to 2000 from the antipodes to the old continent tourism. In A. V. Seaton (Ed.), *The state of the art* (pp. 415-427). New York: John Wiley & Sons.

- Bakkal, I. (1991, February). Characteristics of West German demand for international tourism in the Northern Mediterranean region. *Applied Economics*, 23, 295-304.
- Bakkalsalihoglu, I. (1988). Analysis of demand for international tourism in northern Mediterranean countries. *Dissertation Abstracts International*, 49(02), 300-A. (UMI No. 8806879)
- Bang-ornrat Rojwannasin. (1982). *Determinants of international tourist flows to Thailand*. Master's thesis, Thammasat University, Bangkok.
- Barry, K., & O'Hagan, J. (1972). An econometric study of British tourist expenditure in Ireland. *Economic and Social Review*, 3(2), 143-161.
- Bechdolt, B. V. (1973). Cross-sectional travel demand function: US visitors to Hawaii, 1961-1970. *Quarterly Review of Economics and Business*, 13(4), 37-47.
- Blaine, T. W., Mohammed, G., Ruppel, F., & Var, T. (1995). US demand for Vietnam tourism. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 933-936.
- Blazey, M. A. (1987). The differences between participants and non-participants in a senior travel program. *Journal of Travel Research*, 26(1), 7-12.
- Bond, M. E., & Ladman, J. R. (1972). International tourism and economic development: A special case for Latin America. *Mississippi Valley Journal of Business and Economics*, 8, 43-55.
- Cai, L. A., & Woods, R. H. (1993). China's tourism-service failure. *Cornell Hotel & Restaurant Administration*, 34(4), 30-39.



- Carey, K. (1991). Estimation of tourism demand. *Atlantic Economic Journal* 19(3), 32-40.
- Carey, S., Gountas, Y., & Gilbert, D. (1997, November). Tour operators and destination sustainability. *Tourism Management*, 18(7), 425-431.
- Cha, D. (1984). Disaggregate, Behavioral, Two-state travel demand model: Choice set identification and choice process. *Dissertation Abstracts International*, 45(05), 1546-A. (UMI No. 8419474)
- Chadeeand, D., & Mieczkowski, Z. (1987). An empirical analysis of the effects of the exchange rate on Canadian tourism. *Journal of Travel Research*, 26(1), 13-17.
- Christine, L., & McAleer, M. (2001, October). Cointegration analysis of quarterly tourism demand by Hong Kong and Singapore for Australia. *Applied Economics*, 33, 1599-1619.
- Cigliano, J. M. (1980). Price and income elasticity's for airline travel: The North Atlantic market. *Business Economics*, 15(4), 17-21.
- Clarke, C. D. (1979). An analysis of the determinants of demand for tourism in Barbados. *Dissertation Abstracts International*, 39(11), 6869-A. (UMI No. 7910683)
- Cooper, M. (1999). Tourism in Vietnam. In C. M. Hall & S. Page (Eds.), *Tourism in South East Asia: Issues and cases* (pp. 167-177). Oxford, England: Butterworth Heinemann.
- Coshall, J. (2000). Spectral analysis of international tourism flows. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 577-589.

- Crampon, L. J., & Tan, K. T. (1973). A model of tourism flow into the Pacific. *Revue de Tourism*, 28, 98-104.
- Crouch G. I., & Shaw, R. N. (1990, June). *Determinants of international tourist flows: Findings from 30 years of empirical research*. Proceedings of The Travel Research Workshop, 21st Annual Conference of the Travel and Tourism Research Association, New Orleans, LA.
- Crouch, G. I., & Shaw, R. N. (1992). International tourism demand: A meta-analytical integration of research findings. In P. Johnson & B. Thomas (Eds.), *Choice and demand in tourism* (pp. 175-207). New York: Mansell Publishing.
- Crouch, G. I., Schultz, L., & Valerio, P. (1992, June). Marketing international tourism to Australia: A regression analysis. *Tourism Management*, 13(2), 196-208.
- Damodaran, S. (1989). A disaggregate model to predict the intercity travel demand. *Dissertation Abstracts International*, 49(07), 2761-B. (UMI No. NL43652)
- Darnell, A. C., & Johnson, P. S. (2001, April). Repeat visits to attractions: A preliminary economic analysis. *Tourism Management*, 22(2), 119-126.
- Deaton, A., & Muellbauer J. (1980). An almost ideal demand system. *American Economic Review*, 70(3), 312-326.
- Diamond, J. (1977). Tourism's role in economic development: The case reexamined. *Economic Development and Cultural Change*, 25(3), 539-553.

- Downward, P., & Lumsdon, L. (2001). The demand for day-visits: An analysis of visitor spending. *Tourism Economics*, 6(3), 251-261.
- Edwards, A. (1979). *International tourism development forecasts to 1990*. London: The Economist Intelligence.
- Epperson, A. (1983). Why people travel. *Leisure Today*, 89, 125-142.
- Evan, N., & Stabler, M. J. (1995). A future for the package tour operator in the 21st century. *Tourism Economics*, 1(3), 245-263.
- Eymann, A., & Ronning, G. (1997). Microeconometric models of tourists' destination choice. *Regional Science & Urban Economics*, 27, 735-761.
- Fayos-Solá, E. (1996, September). Tourism policy: A midsummer night's dream?. *Tourism Management*, 17(6), 405-412.
- Federal Reserve Bank of New York. (2004). *Exchange rate*. Retrieved January 4, 2004, from <http://www.ny.frb.org/markets/fxrates/noon.cfm>
- Fleischer, A., & Pizam, A. (2002). Tourism constraints among Israel seniors. *Annals of Travel Research*, 29(1), 106-123.
- Fujii, E. T., Khaled, M., & Mak, J. (1985). An almost ideal demand system for visitor expenditures. *Journal of Transport Economics and Policy*, 19(2), 161-171.
- Fujii, E. T., & Mak, J. (1981). Forecasting tourism demand: Some methodological issue. *Annals of Regional Science*, 15(2), 72-82.
- Gonzalez, P., & Moral, P. (1995). An analysis of the international tourism demand in Spain. *International Journal of Forecasting*, 11(2), 233-251.
- Gunadhi, H., & Chow, K. B. (1986, December). Demand elasticities of tourism in Singapore. *Tourism Management*, 7(4), 239-253.

- Gustin, M. E., & Weaver, P. A. (1993). The mature market: Underlying dimensions and group difference of a potential market for the hotel industry. *FUI Hospitality Review*, 11(2), 43-48.
- Hall, C. M., & Ringer, G. (2000). Tourism in Cambodia, Laos and Myanmar: From terrorism to tourism?. In C. M. Hall & S. Pagr (Eds.), *Tourism in South East Asia: Issues and cases* (pp. 174-198). New York: Butterworth Heinemann.
- Handelskammer, S. N. (2003). *Tourism in Spain: A solid, continuously growing sector*. Retrieved January 25, 2006, from <http://www.snhk.no/forside.php?aid=3663&k=Nyheter>
- Hawes, D. K. (1988). Travel-related lifestyle profiles of older women. *Journal of Travel Research*, 27(2), 22-32.
- Hoa, T. V. (1997). Improved forecasts of investment and growth in some major ASEAN economics: An economy-wide approach. *Journal of Economics and Finance*, 21, 271-280.
- Hollander, G. (1982). *Determinants of demand for travel to and from Australia*. Canberra, Australia: Bureau of Industry Economics.
- Hong, G. S., Kim, S. Y., & Lee, J. (1999). Travel expenditure patterns of elderly households in the US. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 43-52.
- Ibrahim, A. (1998). Investigation of the relationship between urban spatial structure and travel demand in the GTA. *Master Abstracts International*, 36(06), 1657. (UMI No. MQ28832)

- Industries Assistance Commission. (1989). *Some economic implication of tourism expansion, inquiry into travel and tourism*. Canberra, Australia: Australian Government Publishing.
- Javalgi, R. G., Thomas, E. G., & Rao, S. R. (1992). Consumer behavior in the U.S. pleasure travel marketplace: An analysis of senior and nonsenior travelers. *Journal of Travel Research*, 31(2), 14-19.
- Jud, G. D. (1972). The demand for tourism: The case of Latin America. *Dissertation Abstracts International*, 32(09), 4806-A. (UMI No. 7208267)
- Jud, G. D. (1974). Tourism and economic growth in Mexico since 1950. *Inter-American Economic Affairs*, 28(1), 19-43.
- Jud, G. D., & Joseph, H. (1974). International demand for Latin America tourism. *Growth and Change*, 5(1), 25-31.
- Kanafani, A. (1980). Price elasticities of nonbusiness air travel demand. *Transportation Engineering Journal*, 106(2), 217-225.
- Khalaf, R. (1984). The distribution of the trade effects of the Arab common market (integration). *Dissertation Abstracts International*, 44(12), 3758-A. (UMI No. 8407807)
- Kliman, M. L. (1981). A quantitative analysis of Canadian overseas tourism. *Transportation Research*, 15A, 487-497.

- Kointarangkul, S. (1990). The relationships of certain economic factors to tourism demand as observed in touristic interactions between Japan, West Germany, the United Kingdom, and the United States. *Dissertation Abstracts International*, 51(05), 1700-A. (UMI No. 9017461)
- Kwack, S. Y. (1972). Effects of income and prices on travel spending abroad, 1960 III-1967 IV. *International Economic Review*, 13(2), 245-256.
- Laber, G. (1969). Determinants of international travel between Canada and the United States. *Geographical Analysis*, 1(4), 329-336.
- Lee C., Var T., & Blaine T. W. (1996). Determinants of inbound tourist expenditures. *Annals of Tourism Research*, 23(3), 527-542.
- Lehto, X. Y., O'leary, J. T., & Lee, G. (2001). Mature international travelers: An examination of gender and benefits. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 9(1/2), 23-72.
- Lin, T., & Sung Y. (1983). Hong Kong. In E. A. Pye & L. Tzong-biau (Eds.), *Tourism in Asia: The economic impact* (pp. 1-99). Singapore: Singapore University Press.
- Loeb, P. D. (1982). International travel to the United States: An econometric evaluation. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 7-20.
- Lundgren, J. T. (1990). Optimization approaches to travel demand modelling. *Dissertation Abstracts International*, 51(03), 486-C. (UMI No. C134418)

- Maguire, P. A. (1990). Comparison of outbound tourism generation from newly industrialized countries in East Asia. *Dissertation Abstracts International*, 50(11), 3736-A. (UMI No. 9011647)
- Malhotra, R. K. (1998). *Economic dimensions of tourism*. New Delhi, India: Ammol Publications.
- Marche, R., & Bernard, F. (1968). *Passenger air travel, characteristics and forecasts of demand in Europe*. Paris: Aéroport de Paris.
- Martin, C. A., & Witt, S. F. (1987, September). Tourism demand forecasting models: Choice of appropriate variable to represent tourists' cost of living. *Tourism Management*, 8(3), 233-246.
- Martin, C. A., & Witt, S. F. (1988). Substitution prices in models of tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 15, 255-268.
- McGehee, N. G., Loker-Murphy, L., & Uysal, M. (1996). The Australian international pleasure travel market: Motivations from a gendered perspective. *The Journal of Tourism Studies*, 7(1), 45-57.
- McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J. R. (1995). *Tourism: Principles, practices, philosophies* (7th ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Metzgen Quemarez, Y. A. (1989). The demand for international tourist services: Theory, empirics and policy perspectives. *Dissertation Abstracts International*, 50(03), 745-A. (UMI No. 8910885)
- Metzgen Quemarez, Y. A. (1990). *Estimating the demand for international tourist services: The US and the Caribbean*. Princeton, NJ: Princeton University Press.

- Mihalik, B. J. (1992). Tourism impacts related to EC 92: A look ahead. *Journal of Travel Research*, 31(2), 27-33.
- Ministry of Economy. (2004). *General directorate for commerce and investment "Tourism"*. Retrieved January 25, 2006, from <http://www.turismojerez.com/index.php?id=533&L=1>
- Ministry of Tourism of the Kingdom of Cambodia. (2003). *International visitor arrivals to Cambodia by month in 2002*. Retrieved June 3, 2003, from [http://www.mot.gov.kh/statistics/international\\_visitor\\_2002.asp](http://www.mot.gov.kh/statistics/international_visitor_2002.asp)
- Ministry of Tourism of the Kingdom of Cambodia. (2005). *Visitor arrivals to Cambodia by month from 1994 to 2004*. Retrieved August 25, 2005, from [www.mot.gov.kh/statistics/visitor\\_arrivals\\_94\\_04.htm](http://www.mot.gov.kh/statistics/visitor_arrivals_94_04.htm)
- Mohammad, G. (1990). Estimating recreation demand for Lake Erie charterfishing. *Dissertation Abstracts International*, 50(12), 4099-A. (UMI No. 9011224)
- Moisey, R. N., & Bichis, M. (1999). Psychographics of senior nature tourists: The Katy Nature Trail. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 69-76.
- Moncure, J. E. T. (1978). *Thailand's tourism: An analysis of visitor length of stay and expenditures*. Bangkok: Thammasat University, Faculty of Economics.
- Morley, C. L. (1998). A dynamic international demand model. *Annals of Tourism Research*, 22(1), 70-84.
- Mortazavi, R. (1999). Essays on economic problems in recreation, tourism and transportation. *Dissertation Abstracts International*, 60(02), 254-C. (UMI No. C706546)



- Moscardo, G., & Green, D. (1999). Age and activity participation on the Great Barrier Reef. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 57-68.
- Mutti, J., & Murai, Y. (1977). Airline travel on the North Atlantic: Is profitability possible?. *Journal of Transport Economics and Policy*, 11(1), 45-53.
- Nerhagen, L. B. S. (2001). Travel demand and value of time: Towards an understanding of individuals' choice behavior. *Dissertation Abstracts International*, 62(03), 352-C. (UMI No. C805955)
- Norvell, H. (1985). *Outlook for retired/older traveler market segments*. Washington, DC: U.S. Travel Data Center.
- Noval, S. (1976). The demand for international tourism and travel: Theory and measurement. *Dissertation Abstracts International*, 36(07), 4658-A. (UMI No. 7600263)
- O'Hagan, J. W., & Harrison, M. J. (1984, December). Market shares of US tourist expenditure in Europe: An econometric analysis. *Applied Economics*, 16, 919-931.
- Oliver, F. R. (1971, September). The effectiveness of the U.K. travel allowance. *Applied Economics*, 3(3), 219-226.
- Papadopoulos, S. I. (1987). Strategic marketing techniques in international tourism. *International Marketing Review*, 4(2), 71-85.
- Papadopoulos, S. I. (1989a). A conceptual tourism marketing planning model: Part 1. *European Journal of Marketing*, 23(1), 165-170.
- Papadopoulos, S. I. (1989b). Greek marketing strategies in the European tourism market. *Service Industries Journal*, 9(2), 297-314.

- Papadopoulos, S. I. (1989c). Strategies development and implementation of tourism marketing plans: Part 2. *European Journal of Marketing*, 23(3), 254-262.
- Papadopoulos, S. I., & Witt, S. F. (1985). A marketing analysis of foreign tourism in Greece. In S. Shaw., L. Sparks & E. S. Kaynak (Eds.), *Proceedings of Second World Marketing Congress* (pp. 628-693). Sterling, England: University of Sterling.
- Papatheodorou, A. (2001). Why people travel to different places. *Annals of Tourism Research*, 28(1), 164-179.
- Perloff, M. P. (2004). *Microeconomics* (3rd ed.). Boston: Pearson Addison Wesley.
- Phu, S. H. (1992). The effects of United States airline deregulation on public intercity passenger travel demand: An econometrics analysis. *Dissertation Abstracts International*, 53(01), 234-A. (UMI No. 9217981)
- Pindyck, R. S., & Rubinfeld, D. L. (2005). *Microeconomics* (6th ed.). London: Prentice-Hall.
- Pizam, A. (2000). Tourism and terrorism: A quantitative analysis of major terrorist acts and their impact on tourism destinations. *Tourism Economics*, 6(2), 123-138.
- Porras, G. (2000). *Do countries that promote tourism fare better than those that do not?*. Retrieved January, 25, 2006, from <http://www.sommets-tourisme.org/e/sommetsG/deuxieme-sommet/actes/porras/porras.htm>

- Proussaloglou, K. E. (1993). Air carrier, fare class and flight demand: An individual choice approach. *Dissertation Abstracts International*, 53(11), 5873-B. (UMI No. 9309436)
- Pyo, S. S. (1990). U. S. tourism demand: Seemingly unrelated regression equation models. *Dissertation Abstracts International*, 51(04), 1387-A. (UMI No. 9017802)
- Pyo, S. S., Uysal, M., & McLellan, R. W. (1991). A linear expenditure model for tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 18(3), 443-454.
- Qiu, H. (1994). Determinants of international tourist flows to Canada. *Master Abstracts International*, 32(01), 125. (UMI No. MM81049)
- Qu, H., & Lam, S. (1997, December). A travel demand model for mainland Chinese tourist to Hong Kong. *Tourism Management*, 18(8), 593-597.
- Quayson, J., & Var, T. (1982, June). A tourism demand function for the Okanagan, BC. *Tourism Management*, 3(3), 108-115.
- Ratliff, J. D. (1993). The North American Free Trade Agreement: Integration and issues (Canada, Mexico, United States). *Master Abstracts International*, 31(03), 1097. (UMI No. 1350746)
- Rátz, T., & Puczko, L. (1999). *The future of tourism in the European Monetary Union*. Retrieved January 25, 2005, from <http://www.ratztamara.com/euro.pdf>
- Richard, W. E. (1992). Institutional factors and international planning: A Borderlands case study of Canada and the United States. *Dissertation Abstracts International*, 53(06), 2056-A. (UMI No. NN68990)

- Richards, G. (1996). Production and consumption of European cultural tourism. *Annals of Tourism Research*, 23(2), 261-283.
- Riyadi, D. M. M. (1993). A Monte Carlo study of several methods for estimating linear demand for outdoor recreation from censored and truncated data. *Dissertation Abstracts International*, 53(08), 2916-A. (UMI No. 9238063)
- Romsa, G., & Blenman, M. (1989). Vacation patterns of the elderly German. *Annals of tourism Research*, 16(2), 178-188.
- Rosensweig, J. (1988). Elasticities of substitution in Caribbean tourism. *Journal of Development Economics*, 29(1), 89-120.
- Rubin, R. M., & Neiswiadomy, M. (1994). Expenditure patterns of retired and nonretired persons. *Monthly Labor Review*, 117(4), 10-21.
- Rugg, D. D. (1972). The demand for foreign travel. *Dissertation Abstracts International*, 32(08), 4228-A. (UMI No. 7205861)
- Saiyed, S. (2000). Development of nested logit models for simulating and evaluating vehicle occupancy. *Master Abstracts International*, 38(05), 1342. (UMI No. MQ48458)
- Salah, A. W. (1975). *Tourism management*. London: Tourism International Press.
- Sawamiphakdi, D. (1989). The economic impact of the demand for Arkansas tourism. *Dissertation Abstracts International*, 49(10), 3076-A. (UMI No. 8818312)

- Schulmeister, S. (1979). *Tourism and the business cycle: Econometric models for the purpose of analysis and forecasting of short-term changes in the demand for tourism*. Vienna: Austrian Institute for Economic Research.
- Seddighi, H. R., & Shearing, D. F. (1997, December). The demand for tourism in North East England with special reference to Northumbria: An empirical analysis. *Tourism Management*, 18(8), 499-511.
- Shaw, A. C. (1991). A model of the effect of household interaction on activity-based travel. *Dissertation Abstracts International*, 51(10), 3489-A. (UMI No. 9105207)
- Sheldon, P. J. (1986). The tour operator industry: An analysis. *Annals of Tourism Research*, 13(3), 349-365.
- Sheldon, P. J. (1994). Tour operators. In S. F. Witt & L. Moutinho (Eds.), *Tourism management and marketing handbook* (pp. 399-403). Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Siddiqui, N. H. (2000). Nested logit models for moterized and non-moterized modes. *Master Abstracts International*, 38(05), 1342. (UMI No. MQ48474)
- Sinclair M. T., & Stabler, M. (1997). *The economics of tourism*. London: Routledge.
- Smeral, E. (1988). Tourism demand, economic theory and econometrics: An integrated approach. *Journal of Travel Research*, 26(4), 38-43.
- Smeral, E. (1992). Long-term forecasts for tourism industries: The case of Austria and Switzerland. *Service Industries Journal*, 12(1), 60-77.

- Smeral, E., Witt, S. F., & Witt, C. A. (1992). Econometric forecasts: Tourism trends to 2000. *Annals of Tourism Research*, 19(3), 450-466.
- Smith, A. B., & Toms, J. N. (1978). *Factors affecting demand for international travel to and from Australia*. Canberra, Australia: Australian Government Publishing Service, Bureau of Transport Economics.
- Spanish Institute for Prospective Technological Studies. (2001). *Study on electronic commerce in the value chain of the tourism sector*. Retrieved January 25, 2006, from <http://www.cerna.ensmp.fr/Enseignement/CoursModelesEcoNumerique/TD/4-Constantelou.pdf>
- Square, S. (1994). The cultural values of literary tourism. *Annals of Travel Research*, 21(1), 11-26, 103-120.
- Strazheim, M. R. (1978). Airline demand functions in the North Atlantic and their pricing implications. *Journal of Transport Economics and Policy*, 12(2), 179-195.
- Stronge, W. B., & Redman, M. (1982). U.S. tourism in Mexico: An empirical analysis. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 21-35.
- Sumathi, N. R. (1991). An analysis of the influence of advertising on demand for outdoor recreation. *Dissertation Abstracts International*, 52(02), 626-A. (UMI No. 9119907)
- Summary, R. (1987, December). Estimation of tourism demand by multivariable regression analysis: Evidence from Kenya. *Tourism Management*, 8(4), 317-322.

- Sunday, A. A., & Johnson, J. K. (1975). Advertising and international tourism. In S. P. Ladany (Ed.), *Management science applications to leisure-time operation* (pp. 81-96). New York: North-Holland.
- Syriopoulos, T. C. (1995). A dynamic model of demand for Mediterranean tourism. *International Review of Applied Economics*, 9(3), 318-336.
- Syriopoulos, T. C., & Sinclair, M. T. (1993, December). An econometric study of tourism demand: The AIDS model of US and European tourism in Mediterranean countries. *Applied Economics*, 25, 1541-1552.
- Tan, A. Y. F. (2001). Modeling international tourist flows to Indonesia and Malaysia. *Dissertation Abstracts International*, 61(11), 4479-A. (UMI No. 9995917)
- Tan, A. Y. F., McCahon, C., & Miller, J. (2002). Stability of inbound tourism demand models for Indonesia and Malaysia: The pre- and postformation of tourism development organizations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26(4), 361-378.
- Taplin, J. H. E. (1980). A coherence approach to estimates of price elasticities in the vacation travel market. *Journal of Transport Economics and Policy*, 14(1), 19-35.
- Taylor, D. T., Fletcher, R. R., & Clabaugh, T. (1993). A comparison of characteristics, regional expenditures, and economic impact of visitors to historical sites with other recreational visitors. *Journal of Travel Research*, 32(1), 30-35.

- Tremblay, P. (1989). Pooling international tourism in Western Europe. *Annals of Tourism Research*, 16(4), 477-491.
- Truett, D. B., & Truett, L. J. (1987, January). The response of tourism to international economic conditions: Greece, Mexico, and Spain. *Journal of Developing Areas*, 21(2), 177-189.
- Truett, L. J., & Truett, D. B. (1982). Public policy and the growth of the Mexican tourism industry, 1970-1979. *Journal of Travel Research*, 20(3), 11-19.
- Tsaur, S., Chiu, Y., & Huang, C. (2002, August). Determinants of guest loyalty to international tourist hotels-a neural network approach. *Tourism Management*, 23(4), 397-405.
- Tuan, V. S. (2004). *Country report: Vietnam*. Retrieved June 15, 2004, from <http://www.icriforum.org/secretariat/word/RW69.doc>
- Turner, L. W., & Witt, S. F. (2001). Factors influencing demand for international tourism: Tourism demand analysis using structural equation modelling, revisited. *Tourism Economics*, 7(1), 21-38.
- Uysal, M., & O'Leary, J. T. (1986). A canonical analysis of international tourism demand. *Annals of Tourism Research*, 13(4), 651-655.
- Vanegas, S., & Croes, R. R. (2000). Evaluation of demand: US tourists to Aruba. *Annals of Tourism Research*, 27(4), 946-963.
- Var, T., Currie, R., Watt, C., & Stribling, J. (1998). Variation projections and demand analysis. *Annals of Tourism Research*, 25(1), 235-236.



- Vogt, M. G., & Wittayakorn, C. (1998, June). Determinants of the demand for Thailand's exports of tourism. *Applied Economics*, 30, 711-715.
- Wang, P. C. (1992). An inquiry into the perceived ideals held by experts for regional tourism development in the state of Pennsylvania for the year 2000. *Dissertation Abstracts International*, 52(08), 3073-A. (UMI No. 9204313)
- White, K. J. (1985). An international travel demand model: US travel to Western Europe. *Annals of Tourism Research*, 12(4), 529-545.
- White, K. J., & Walker, M. B. (1982). Trouble in the travel account. *Annals of Tourism Research*, 9(1), 1-24.
- Williams, A. V., & Zelinsky, W. (1970). On some patterns in international tourist flows. *Economic Geography*, 46(4), 549-567.
- Witt, S. F., & Martin, C. A. (1985). Forecasting future trends in European tourist demand. *Revue de Tourisme*, 40(4), 12-20.
- Witt, S. F., & Martin, C. A. (1987). Econometric models for forecasting international tourism demand. *Journal of Travel Research*, 25(3), 23-30.
- Witt, S. F., Martin, C. A., Uysal, M., & Crompton, J. L. (1987). Deriving a relative price index for inclusion in international tourism demand estimation models: Comment. *Journal of Travel Research*, 25(3), 38-40.
- Woo, A. Z. (1994). Canada's international tourism exports: An econometric study of the determinants of demand. *Master Abstracts International*, 32(01), 85. (UMI No. MM80214)

- World Tourism Organization. (2000). *Long-term prospects: Tourism 2020 vision*. Retrieved January 25, 2006, from [http://www.world-tourism.org/market\\_research/facts/market\\_trends.htm](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/market_trends.htm)
- World Tourism Organization. (2001). *Tourism market trends: Asia-2001*. Retrieved July 20, 2003, from <http://www.pub.world-tourism.org:81/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1200/1200-1.pdf>
- World Tourism Organization. (2002). *Overview 2002*. Retrieved January 25, 2006, from <http://www.unwto.org/aboutwto/eng/menu.html>
- World Tourism Organization. (2004). *WTO World Tourism Barometer*. Retrieved January 25, 2006, from [http://www.world-tourism.org/market\\_research/facts/barometer/WTOBarom04\\_2excerpt\\_en.pdf](http://www.world-tourism.org/market_research/facts/barometer/WTOBarom04_2excerpt_en.pdf)
- World Travel and Tourism Council. (2004). *Thailand travel & tourism forging ahead*. Retrieved July 25, 2005, from <http://www.wttc.org/publications/pdf/03EgyptAviation.pdf>
- Yamane<sup>1</sup>, T. (1973). *Statistics: An introductory analysis* (3rd ed.). New York: Harper & Row.
- Zimmer, Z., Brayley, R. E., & Searle, M. S. (1995). Whether to go and where to go: Identification of important influences on seniors' decisions to travel. *Journal of Travel Research*, 33(3), 3-10.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล                      นางสาวนীরนาท แก้วประเสริฐ  
วัน เดือน ปีเกิด                29 มกราคม 2513  
สถานที่เกิด                        จังหวัดนครศรีธรรมราช  
วุฒิการศึกษา                    สำเร็จปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต เกียรตินิยมอันดับ 2 จาก  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2534  
    สำเร็จปริญญาโท พัฒนบริหารศาสตรมหาบัณฑิตทางพัฒนาการ  
    เศรษฐกิจ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ ปีการศึกษา 2537  
  
ตำแหน่งหน้าที่  
    อาจารย์ประจำหลักสูตรเศรษฐศาสตร์ สำนักวิชาการจัดการ  
    มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

