

ออกเมือง ด้านความปลอดภัย ด้านโครงสร้างพื้นฐานและสาธารณูปโภค และ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านบริการข้อมูลข่าวสาร

2. ระดับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย พบว่า การให้ความมั่นใจในการกลับมา พบว่า อยู่ในระดับสูง เรียงลำดับคะแนนจากมากไปหาน้อย 4 ลำดับแรก ดังนี้ ส่วนมากให้คะแนนตัดสินใจอยู่ที่ 8 คะแนน รองลงมา คือ 5 คะแนน ถัดมา คือ 10 คะแนน ถัดมา คือ 6 คะแนน

3. การใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวแต่ละครั้งของนักท่องเที่ยว และ ทศคดีต่อการจัดการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ($p < .01$) และ มีความเข้มของความสัมพันธ์ในระดับค่า และ ระดับปานกลาง ตามลำดับ

4. ปัจจัยส่งผลต่อแนวโน้มการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย ได้แก่ (1) สถานภาพทางการสมรสของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวสมรสและนักท่องเที่ยวหย่าร้างหรือแยกกันอยู่มีแนวโน้มการตัดสินใจที่สูงกว่า (2) อายุของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 45 ปี (อายุสูงขึ้นไป) ขึ้นไปมีแนวโน้มการตัดสินใจที่สูง (3) ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางมา โดยนักท่องเที่ยวเอเชียและยุโรปมีแนวโน้มการตัดสินใจที่สูง (4) จำนวนครั้งที่มาเที่ยวในไทย พบว่า โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมามากกว่า 10 ครั้งมีแนวโน้มการตัดสินใจที่สูงกว่า (5) จำนวนเงินที่ใช้จ่ายแต่ละครั้ง พบว่า โดยนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายในแต่ละครั้งสูงขึ้นไปมีแนวโน้มการตัดสินใจที่สูงขึ้นตามลำดับ

5. ข้อเสนอแนะต่อการให้บริการท่องเที่ยวในจังหวัดหนองคาย เรียงลำดับจากความสำคัญก่อน ไปหลัง ได้แก่ ควรมีมาตรการและเจ้าหน้าที่ควรรักษาความปลอดภัยทั้งชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวให้รัดกุมยิ่งขึ้น ควรปรับปรุงและเพิ่มเติมสัญลักษณ์ ตลอดจนป้ายบอกทิศทาง หรือข้อมูลอื่นๆ เป็นภาษาอังกฤษ คนในพื้นที่ควรพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษเบื้องต้นให้สามารถสื่อสารได้บ้าง จะสะดวกต่อการสอบถามข้อมูลข่าวสารในการเดินทางท่องเที่ยว ควรปรับปรุงการบริการจุดตรวจคนเข้าเมืองให้รวดเร็วและเกิดความประทับใจต่อพฤติกรรมกรให้บริการของเจ้าหน้าที่ตำรวจคนเข้าเมือง และ ควรมีมาตรการป้องกันอาชญากรรมอาชญากรรม โดยเฉพาะการใช้บริการรถรับจ้างมักจะมีการโกงราคาค่าโดยสาร

Title The Factors related to Decisional Feasibility for returning to visit Nongkhai Province; the case of foreign Tourists.

Author Benjawan Cavallero

Degree M.B.A

Advisor Associate Professor Dr. Wongphathana Sriprasert

Rajabhat Maha Sarakham University, 2010

ABSTRACT

The objectives of this study were to explore the foreign tourist's decisional feasibility for returning to visit Nongkhai Province, to study factors related to foreign tourist's decisional feasibility, to compare factors influencing decisional feasibility separated by characteristic and attitude tourists, and to study suggestion for tour services. The sample was 385 foreign tourists who visited Nongkhai, resulted from Taro Yamane formula and sampling with accidental sampling method. The collected instrument was questionnaire with checklist, rating scale and opened end with reliability at 0.92 level. The statistic for analysis was Frequency, Percentage, Median, Mode, Mean and Standard Deviation. Testing hypothesis by Pearson's Product Moment Correlation Coefficient, Independent Sample *t*-test and *F*-test (One-way ANOVA).

The research results were found as follow;

1. The foreigner's attitude toward Nongkhai's tour management was found as a whole and aspects at the good level. Sorting arithmetic mean from high to low namely; food and restaurant, friendship, accommodation, transportation convenience, tour and guide services, migration convenience, safety, basic infrastructure and public utilities and information services.
2. The tourist certainly had a confident to return again in a high level. To sort score from high to low 4 sections namely; 8, 5, 10 and 6 in accordance with scores.

3. The tourist's paying and attitude related to decisional feasibility for returning to visit Nongkhai Province was considered positive ($P < .01$). And the relation was at low and moderate accordingly.

4. The factors influenced to decisional feasibility for returning to visit Nongkhai Province were (1) The marital status; the tourist who married or divorced would had more decisional feasibility for returning, (2) The age; the tourist who was in 45 or upper would had more decisional feasibility for returning, (3) The region; the tourist from Asia and Europe would had more decisional feasibility for returning, (4) Times; the tourist who visit Thailand more than 10 times would had more decisional feasibility for returning, and (5) The paying; the tourist who pay more would had more decisional feasibility for returning.

5. The suggestion for service management improvement was found as follow; should have mission and authority care of safety in tourist's life and property expediently, should improve the signs or other information as English, the interior person should be can speak out English in order to communicate a little bit, should improve the Migration service convenience and should make a method to protect taking advantage of tourist especially carfare.