

รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาตลาดท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน

LAOS



จัดทำเพื่อ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



In-Touch Research & Consultancy Co., Ltd.

สารบัญ

| | หน้า |
|---|------------|
| บทนำ | i |
| วัตถุประสงค์ | ii |
| วิธีการวิจัย | ii |
| นิยามศัพท์ | vi |
| บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ | 1-1 |
| 1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์ | 1-1 |
| 1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์ | 1-3 |
| 1.3 ข้อมูลด้านการเมือง และวัฒนธรรม | 1-5 |
| 1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ | 1-6 |
| 1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว | 1-9 |
| บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว | 2-1 |
| 2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ | 2-2 |
| 2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว | 2-4 |
| 2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว | 2-5 |
| 2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง | 2-6 |
| 2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ | 2-8 |
| 2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันพำนัก | 2-8 |
| 2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม | 2-10 |
| 2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวลาว | 2-12 |
| 2.9 ทักษะ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน | 2-13 |
| บทที่ 3 ทักษะ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ | 3-1 |
| 3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว | 3-1 |
| 3.2 ประเทศ และเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม | 3-6 |
| 3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย | 3-8 |
| 3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 3-10 |
| บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation) | 4-1 |
| 4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวลาว | 4-1 |
| 4.2 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 4-3 |
| 4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง | 4-4 |
| บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว | 5-1 |
| 5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป | 5-3 |
| 5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวลาว | 5-4 |
| บทที่ 6 นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาด | 6-1 |
| 6.1 ผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” | 6-1 |
| 6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” | 6-8 |
| 6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่ | 6-14 |

สารบัญ(ต่อ)

| | หน้า |
|--|------------|
| บทที่ 7 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว | 7-1 |
| 7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์ | 7-1 |
| 7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์ | 7-4 |
| 7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง | 7-6 |
| 7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ | 7-13 |
| ภาคผนวก ก ตารางสถิติ | ก-1 |
| ภาคผนวก ข เอกสารอ้างอิง | ข-1 |
| บรรณานุกรม | |

สารบัญแผนภูมิภาพ

| | หน้า |
|---|------|
| แผนภูมิภาพที่ 1.1 ปีรามิตประชากรลาวปี 2556 | 1-3 |
| แผนภูมิภาพที่ 1.2 แสดงสัดส่วนเชื้อชาติของลาว | 1-4 |
| แผนภูมิภาพที่ 1.3 แสดงสัดส่วนการนับถือศาสนาของลาว | 1-4 |
| แผนภูมิภาพที่ 1.4 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของลาวและอัตราการเติบโต ปี 2548-2555 | 1-7 |
| แผนภูมิภาพที่ 1.5 รายได้ต่อหัวต่อปีและอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555 | 1-8 |
| แผนภูมิภาพที่ 1.6 แสดงสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวลาว | 1-9 |
| แผนภูมิภาพที่ 1.7 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวลาว | 1-10 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวลาว | 2-1 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 2-2 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 2-3 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.4 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 2-3 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.5 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวลาว | 2-4 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวลาว | 2-5 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 2-6 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์ | 2-7 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.9 แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (มีผู้ร่วมทางได้หลากหลายประเภท) | 2-7 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.10 แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 2-8 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.11 แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวลาว | 2-8 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.12 แสดงสัดส่วนระยะเวลาวันพำนัก | 2-9 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.13 แสดงสัดส่วนกิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 2-10 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.14 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวลาวที่นิยมทำกิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก และกิจกรรมทะเลและชายหาด | 2-11 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.15 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาว | 2-13 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.16 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาว จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ | 2-14 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.17 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาว จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ | 2-15 |
| แผนภูมิภาพที่ 2.18 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาว จำแนกตามความแตกต่างของชน | 2-16 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.1 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม | 3-2 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอสังหาริมทรัพย์ และการสื่อสาร | 3-3 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวอดนียมประเภทต่างๆ | 3-4 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ | 3-5 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.5 แสดงสัดส่วนของประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวลาวเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | 3-6 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.6 แสดงสัดส่วนของเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวลาวเดินทางไปในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | 3-7 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.7 แสดงสัดส่วนประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 3-8 |
| แผนภูมิภาพที่ 3.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวลาว กลุ่มที่เคย และไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย | 3-8 |

สารบัญแนภูมิภาคภาพ (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| แผนภูมิภาคภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | 3-9 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 3-9 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 3.11 แสดงสัดส่วนความคิดเห็นที่มีต่อประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 3-10 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 3.12 แสดงภาพจำที่โดดเด่นของชาวลาวที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทย | 3-11 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว | 4-1 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว | 4-2 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว | 4-2 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 4.4 แสดงการเปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว | 4-3 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 4.5 แสดงค่าเฉลี่ยของค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท) | 4-4 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวลาว | 5-1 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวลาวกับภาพรวมทั้งอาเซียน | 5-2 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 5.3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศักยภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป | 5-3 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 5.4 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกตามภูมิภาคหลังด้านประชากรศาสตร์ | 5-4 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวลาว | 6-3 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวลาวที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปี และได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ | 6-5 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว | 6-5 |
| แผนภูมิภาคภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มศักยภาพสูง | 6-7 |

สารบัญตาราง

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ 10 อันดับ | 1-2 |
| ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของลาว | 1-6 |
| ตารางที่ 1.3 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวลาว | 1-9 |
| ตารางที่ 1.4 สัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง | 1-10 |
| ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวลาว | 2-12 |
| ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศลาว | 6-14 |
| ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวลาว และเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง | 7-1 |

สารบัญตาราง

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

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

สารบัญตาราง (ต่อ)

| | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-70 |
| ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-71 |
| ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-72 |
| ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเพลิดเพลินไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-73 |
| ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-74 |
| ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตนนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยังคงดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-75 |
| ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงภาพยนตร์และร้านหนังสือที่ลามกอนาจารควรจะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-76 |
| ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-77 |
| ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-78 |
| ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-79 |
| ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-80 |
| ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-81 |
| ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-82 |
| ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-83 |
| ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว | ก-84 |
| ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล | ก-85 |
| ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาวจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว | ก-86 |
| ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาวจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว | ก-87 |
| ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs) | ก-88 |
| ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามไลฟ์สไตล์ (4Cs) | ก-89 |
| ตารางที่ 74 ร้อยละนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาสูงชาวลาวจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs) | ก-90 |

บทนำ

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

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

ความหมายของ “การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ” คือ การให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่มีการใช้จ่ายในระหว่างการเดินทางมูลค่าสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป รวมถึงการตั้งสมมติฐานที่เชื่อว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้พัฒนาคุณภาพพฤติกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปอีกด้วยนั้น ทำให้ต้องการข้อมูลในมิติต่างๆ มาเพื่อใช้วางแผนกลยุทธ์ที่เหมาะสม สำหรับดำเนินงานผ่านเครื่องมือทางการตลาดและช่องทางการสื่อสารต่างๆ ในการส่งข่าวสารที่มีสาระ เหมาะสมตรงใจนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย รวมทั้งใช้จ่ายในการซื้อสินค้าและบริการ นำรายได้เข้าสู่ประเทศเพิ่มขึ้นในแต่ละปี

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

นอกจากนั้น การนำเสนอผลในรายงานฉบับสมบูรณ์ของ **ประเทศไทย** นี้ ยังได้จำแนกนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ออกเป็นกลุ่มย่อยที่เหมาะสมกับแผนการตลาดอย่างจำเพาะเจาะจง รวมถึงนำเสนอแผนการทำงานแบบเบ็ดเสร็จ (Implementation Plan) เพื่อใช้เป็นกรอบต้นแบบการดำเนินงานสำหรับผู้เกี่ยวข้องตามเหมาะสมต่อไป



วัตถุประสงค์

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

วิธีการวิจัย

1. วิธีการที่ 1 การวิจัยเอกสาร

เป็นการค้นคว้า ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากรายงานสถิติ เอกสารสิ่งพิมพ์ทางวิชาการ ข้อมูลในเว็บไซต์ โดยหาแหล่งข้อมูลทั้งจากในประเทศไทย และจากต่างประเทศ เพื่อให้สามารถนำมาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน สำหรับการวิเคราะห์ร่วมกับผลการศึกษาในส่วนอื่นๆ ประเทศใดก็ได้)

2. วิธีการที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

เป็นการศึกษาที่ครอบคลุมประเทศสมาชิกอาเซียนทั้ง 9 ประเทศ (เว้นประเทศไทย) โดยแสดงรายละเอียดเฉพาะประเทศลาวในส่วนถัดไป



2.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่าง

- อายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป
- ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศลาว
- ต้องเคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อย 1 ครั้ง
- ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องลักษณะทางประชากรศาสตร์ อื่นๆ เช่น เพศ อาชีพ รายได้ หรือ ระดับการศึกษา

2.2 การกำหนดขนาดหน่วยตัวอย่าง (Sample Size) และวิธีการสุ่มเลือก (Sampling Method)

ใช้กฎเกณฑ์การคำนวณขนาดหน่วยตัวอย่าง ด้วยวิธีการมาตรฐานของ Yamane* (ตรวจสอบร่วมกับการใช้ตาราง Krejcie & Morgan**) ภายใต้กรอบแนวคิด และการพิจารณาตามสมมติฐานในภาพรวมของทุกประเทศในภูมิภาคอาเซียนดังนี้

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

สามารถกำหนดจำนวนหน่วยตัวอย่างสำหรับการวิจัยภาคสนามที่เหมาะสม และวิธีการสุ่มเลือกหน่วยตัวอย่าง เป็นรายประเทศและรายเมืองได้ดังนี้

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

* เป็นข้อเสนอให้ปรับลดระดับความเชื่อมั่นลงเป็นมากกว่าร้อยละ 90 เนื่องจากเป็นประเทศที่มีประชากรจำนวนไม่มาก หรือมีสมมติฐานว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงมีจำนวนไม่มาก

3. วิธีการที่ 3 การวิจัยเชิงคุณภาพ

จัดให้มีทั้งการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) โดยแสดงรูปแบบ และจำนวนรายหรือกลุ่มในแต่ละประเทศไว้ในตารางด้านล่าง

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

3.1 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้กำหนดคุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างในส่วนการสัมภาษณ์เชิงลึกไว้ดังนี้

รูปแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

| ทัวร์เอเยนต์ | กลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพ และ FIT |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ ต้องมีถิ่นพำนักและต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ■ เป็นเจ้าของหรือผู้บริหารที่มีประสบการณ์การค้าเนนการกิจการบริษัททัวร์ไม่น้อยกว่า 5 ปี ■ จำหน่ายทัวร์มาประเทศไทยร่วมด้วย | <ul style="list-style-type: none"> ■ อายุตั้งแต่ 20- 45 ปี ■ ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ■ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง ติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ■ เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับAB เท่านั้น ■ วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวเองทั้งหมด ไม่ใช้ความช่วยเหลือใดๆ จากบริษัททัวร์ |

3.2 คุณลักษณะของหน่วยตัวอย่างการสนทนากลุ่ม

รูปแบบการสนทนากลุ่ม

| กลุ่มที่ 1 | กลุ่มที่ 2 |
|--|---|
| นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงต้น | นักท่องเที่ยวศักยภาพในวัยทำงานช่วงปลาย |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ อายุตั้งแต่ 25-40 ปี ▪ ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ ของประเทศนั้นๆ ▪ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ▪ เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น | <ul style="list-style-type: none"> ▪ อายุตั้งแต่ 45-60 ปี ▪ ต้องมีถิ่นพำนัก และต้องเป็นประชากรในทะเบียนราษฎร์ของประเทศนั้นๆ ▪ ต้องเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ไปยังประเทศใดก็ได้) ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา อย่างน้อยปีละ 1 ครั้งติดต่อกันในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ▪ เศรษฐฐานะทางสังคมในระดับ AB เท่านั้น |

3.3 ช่วงเวลาและผลการเก็บข้อมูลในประเทศลาว

| วันที่ | รายละเอียดการดำเนินงาน | จำนวนที่กำหนด | จำนวนที่ได้ |
|-----------------------|---------------------------------|--------------------|--------------------|
| 20 มิ.ย.- 8 ก.ค. 2556 | งานภาคสนาม | รวมจำนวน 1,200 ราย | รวมจำนวน 1,200 ราย |
| | Vientiane | 300 ราย | 300 ราย |
| | | | |
| 18-19 มิ.ย. 2556 | การสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยว | จำนวน 2 ราย | จำนวน 2 ราย |
| | | | |
| 19 มิ.ย. 2556 | การสัมภาษณ์เชิงลึกบริษัททัวร์ | จำนวน 2 ราย | จำนวน 2 ราย |
| | | | |

นิยามศัพท์

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

หมายเหตุ: ใช้การเรียงประเทศตามลำดับอักษรภาษาไทย เว้นเฉพาะเป็นการเรียงตามลำดับปริมาณ หรือความถี่ ซึ่งจะถูกระบุแยกไว้เป็นกรณีไปได้ตาราง

บทที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานรายประเทศ

ประเทศลาว



1.1 ข้อมูลด้านภูมิศาสตร์

ประเทศลาวหรือชื่ออย่างเป็นทางการคือ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (Laos People's Democratic Republic) เป็นประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล มีแนวชายแดนความยาวรวม 5,083 กิโลเมตร ล้อมรอบด้วยเพื่อนบ้าน 5 ประเทศ ทิศเหนือติดกับจีน ทิศตะวันออกติดกับเวียดนาม ทิศใต้ติดกับไทยและกัมพูชา และทิศตะวันตกติดกับไทยและพม่า แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 แขวง และ 1 เขตการปกครองพิเศษ ได้แก่ นครหลวงเวียงจันทร์ซึ่งเป็นเมืองหลวง มีประชากรรวมทั้งสิ้นประมาณ 6.59 ล้านคน¹

ลาวมีพื้นที่ 236,880 ตารางกิโลเมตร² เทียบได้กับขนาดประมาณครึ่งหนึ่งของไทย พื้นที่ส่วนใหญ่ประมาณ 3 ใน 4 เป็นภูเขาและที่ราบสูง และมีเขตที่ราบลุ่มซึ่งเป็นพื้นที่อุดมสมบูรณ์อยู่ตามแนวแม่น้ำต่างๆ แม่น้ำสายหลักของประเทศ คือ แม่น้ำโขง ซึ่งไหลผ่านเป็นระยะทาง 1,835 กิโลเมตร มีความสำคัญทั้งในด้านเกษตรกรรม การประมง การผลิตพลังงานไฟฟ้า และการคมนาคมจากลาวเหนือไปจนถึงลาวใต้ ตลอดจนการใช้เป็นพรมแดนธรรมชาติระหว่างลาวกับประเทศเพื่อนบ้าน



¹ International Cooperation Study Center, Thammasat University. “Knowledge House: ประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว”. (online).

² กระทรวงการต่างประเทศ. “ข้อมูลประเทศและเขตเศรษฐกิจในภูมิภาค: สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว”. (online).

ตารางที่ 1.1 แสดงจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในเมืองใหญ่ 10 อันดับ

| เมืองหลัก | แขวง | จำนวนประชากร |
|-----------------------------------|-----------------|--------------|
| Vientiane City | Vientiane Pref. | 196,731 |
| Pakse District | Champasak | 88,332 |
| Savannakhet Khanthabouly District | Savannakhet | 66,553 |
| Luang Prabang District | Luang Prabang | 47,378 |
| Xam Neua District | Hua Phan | 38,992 |
| Phonsavan | Xiangkhoang | 37,507 |
| Thakhek District | Khammouane | 26,200 |
| Muang Xay District | Oudomxai | 25,000 |
| Vang Vieng | Vientiane | 25,000 |
| Pakxan | Bolikhamsai | 21,967 |

ที่มา: วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “ประเทศลาว”.ปี2556. (Online)



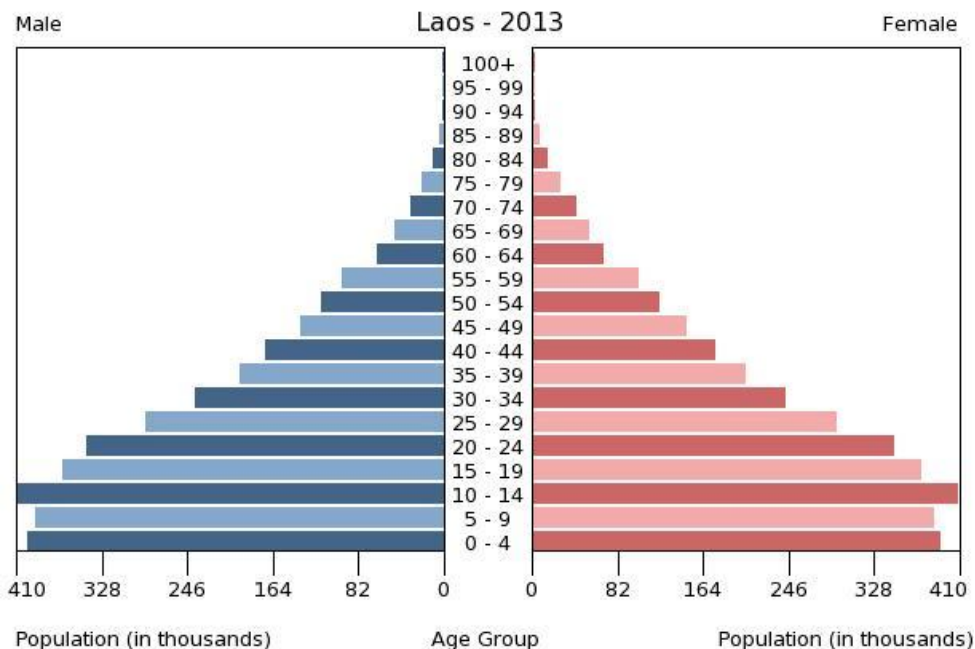
ชาวลาวอายุระหว่าง 15-64 ปี ถือเป็นประชากรส่วนใหญ่ของประเทศ (ร้อยละ 55.2)

1.2 ข้อมูลประชากรศาสตร์

ลาวมีจำนวนประชากร 6,586,266 คน โครงสร้างประชากรมีสัดส่วนเพศชายและหญิงใกล้เคียงกัน โดยเพศหญิงมีจำนวนมากกว่าเล็กน้อย จำนวนเพศหญิง 3,318,301 คน คิดเป็นร้อยละ 50.4 และเพศชาย 3,267,965 คน คิดเป็นร้อยละ 49.6 และเมื่อพิจารณาโครงสร้างประชากรตามอายุจะพบว่าประชากรส่วนใหญ่ของลาวอยู่ในวัยแรงงาน (อายุระหว่าง 15 – 64 ปี) โดยมีสัดส่วนร้อยละ 55.2 ของจำนวนประชากรทั้งหมด หรือประมาณ 3,515,402 คน³

นอกจากนี้ พบว่าในปี 2554 ลาวมีจำนวนประชากรเมือง (Urban population) สัดส่วนร้อยละ 34.3 ของประชากรทั้งหมด และคาดว่าจะมีอัตราการเติบโตร้อยละ 4.41 ต่อปี ในช่วงปี 2553-2558

แผนภูมิภาพที่ 1.1 พีระมิดประชากรลาวปี 2556

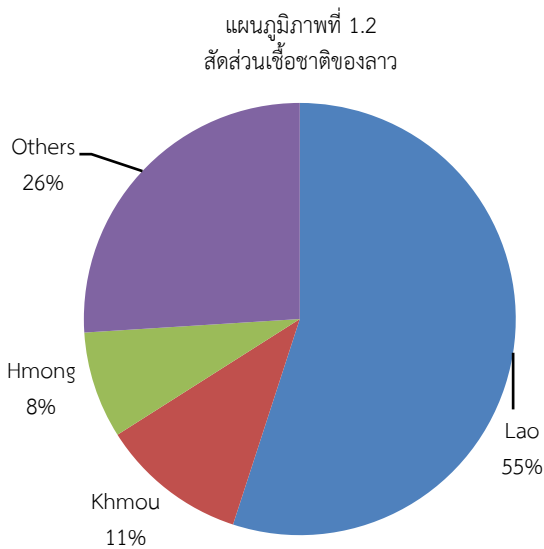


ที่มา: The U.S. Census Bureau. International Database. "Population Pyramid Graph - Custom Region - Laos", 2013

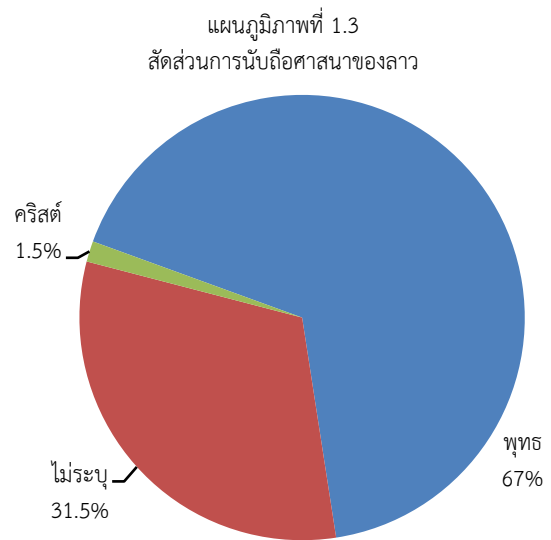
³ index mundi. "Laos Demographics Profile". (online).

ลาวเป็นประเทศที่มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ/ชนเผ่า ประชากรชาวลาวยุโรปประกอบด้วย 3 เชื้อชาติหลัก ได้แก่ Lao ร้อยละ 55 Khmou ร้อยละ 11 Hmong ร้อยละ 8 และยังมีชนเผ่าย่อยๆ อีกมากกว่า 100 ชนเผ่า รวมกันอีกร้อยละ 26

ด้านการนับถือศาสนา ชาวลาวยุโรปส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธนิกายเถรวาท ซึ่งถือว่าเป็นศาสนาประจำชาติ รองลงมาคือไม่ระบุศาสนา ร้อยละ 31.5 ซึ่งการนับถือลักษณะนี้มักเป็นการนับถือผีบรรพบุรุษของชนกลุ่มน้อยในแถบภูเขาสูง ส่วนชาวลาวยุโรปที่นับถือศาสนาคริสต์มีจำนวนค่อนข้างน้อย คิดเป็นสัดส่วนเพียงร้อยละ 1.5



ที่มา: index mundi. Laos Demographics Profile, 2013



ที่มา: index mundi. Laos Demographics Profile, 2013

1.3 ข้อมูลด้านการเมืองและวัฒนธรรม

1.3.1 การเมืองการปกครอง

ลาวมีระบบการปกครองแบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ มีพรรคประชาชนปฏิวัติลาวเป็นองค์กรชั้นนำประเทศ ซึ่งมีอำนาจสูงสุดตั้งแต่ลาวเริ่มปกครองในระบอบสังคมนิยม เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม พ.ศ. 2518 ประธานประเทศ (ประธานาธิบดี) ของลาวคนปัจจุบัน ซึ่งมีวาระการดำรงตำแหน่ง 5 ปี คือ พลโทจุมมะลี ไซยะสอน (ดำรงตำแหน่งเลขาธิการใหญ่คณะกรรมการศูนย์กลางพรรคประชาชนปฏิวัติลาวอีกตำแหน่งหนึ่ง) ส่วนนายกรัฐมนตรีคนปัจจุบันคือ นายทองสิง ทាំมะวง

1.3.2 วัฒนธรรม

วัฒนธรรมของลาวมีความคล้ายคลึงกับภาคเหนือและอีสานของไทย จนมีคำกล่าวที่ว่า “มีลาวอยู่แห่งใด มีม้ดหมี่ และลายจกอยู่ที่นั่น” ในด้านดนตรี ลาวมีแคนเป็นเครื่องดนตรีประจำชาติ มีหมอลำ หมอลำ ลาวมีประเพณีทางพระพุทธศาสนาและอื่นๆ เช่น วันมาฆบูชา วันสงกรานต์ วันออกพรรษา บุญเข้าประดับดิน บุญเข้าฉลาก บุญสว่างเฮือ (แข่งเรือ) บุญธาตุหลวงเวียงจันทน์ ในเดือน 12 เป็นต้น

พุทธศาสนาเถรวาท เป็นแบบแผนหลักของวัฒนธรรมลาว ซึ่งปรากฏให้เห็นทั้งด้านภาษา ศิลปะ วรรณคดี และศิลปะการแสดง สำหรับดนตรีลาวนั้นมีแคน ซึ่งเป็นเครื่องดนตรีประจำชาติ วงดนตรีของลาวก็คือวงหมอลำ มีหมอลำ และหมอลำแคน ท่วงทำนองของการขับลำจะแตกต่างกันไปตามท้องถิ่น ทางภาคเหนือเรียกว่าขับ ภาคใต้จากบริคำไชยลงไปเรียกว่าลำ เช่น ขับงึมเวียงจันทน์ ขับพวน เชียงขวาง ลำสาละวันของแขวงสาระวัน ลำภูไท ลำตั้งหวาย ลำคอนสวรรค์ ลำบ้านซอกของแขวงสุวรรณเขต ลำโสม ลำสีพันดอนของแขวงจำปาศักดิ์ ลำมะหาไชยของแขวงคำม่วน ขับทึมของแขวงหลวงพระบาง ขับลื้อของชาวลื้อ



สำหรับการแต่งกายซึ่งเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของชาวลาวคือผู้หญิงจะนุ่งผ้าซิ่น (ผ้าถุง) โดยนิยมทำเป็นลายทางที่ เข้มผ้าเป็น สีแดงแก่ หรือน้ำตาลเข้ม ถ้าผ้าเป็นไหม เข้มก็จะเป็นไหมด้วย มักจะทอทองและเงินแทรกเข้าไป ไ่ว้ผมเกล้ามวยประดับดอกไม้ ผ้าทอมือบทบาทสำคัญในชีวิตครอบครัวของชาวลาว ทุกวันนี้พิธีแต่งงานแบบดั้งเดิมของ ชาวลาวยังคงใช้เครื่องแต่งกายที่งดงาม ประณีต โดยชุดเจ้าบ่าว และเจ้าสาวจะทอด้วยไหมเส้นละเอียด สอดแทรก ด้วยเส้นเงินเส้นทอง ผ้าเปียง ซิ่น และตีนซิ่น จะมีสี และลวดลายรับกัน

ในส่วนของอาหารของคนลาว ลาวจะทานข้าวเหนียวเป็นหลัก อาหารที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น แจ่ว ส้มตำ ไก่ย่าง ลาบ เป็นต้น

1.4 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

ลาวเป็นประเทศที่ธนาคารโลก (World Bank) จัดให้อยู่ในกลุ่มประเทศรายได้ปานกลางถึงต่ำ (Lower middle income)⁴ มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเพียง 9.17 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นประเทศที่มีขนาดเศรษฐกิจเล็กที่สุดในอาเซียน แต่ประชากรมีรายได้เป็นลำดับที่ 8 มากกว่ากัมพูชา และพม่าที่ประชากรมีรายได้น้อยที่สุด ทั้งนี้ ลาวเป็นประเทศที่มีทรัพยากรอุดมสมบูรณ์ ที่พร้อมรองรับการผลิตในภาคการเกษตร และการทำเหมืองแร่ โดยเฉพาะแร่ทองคำ และทองแดงซึ่งเป็นสินค้าส่งออกสำคัญ ทำให้ในช่วงเวลาที่ผ่านมาลาวมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่จัดอยู่ในกลุ่มที่มีการขยายตัวสูงมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน

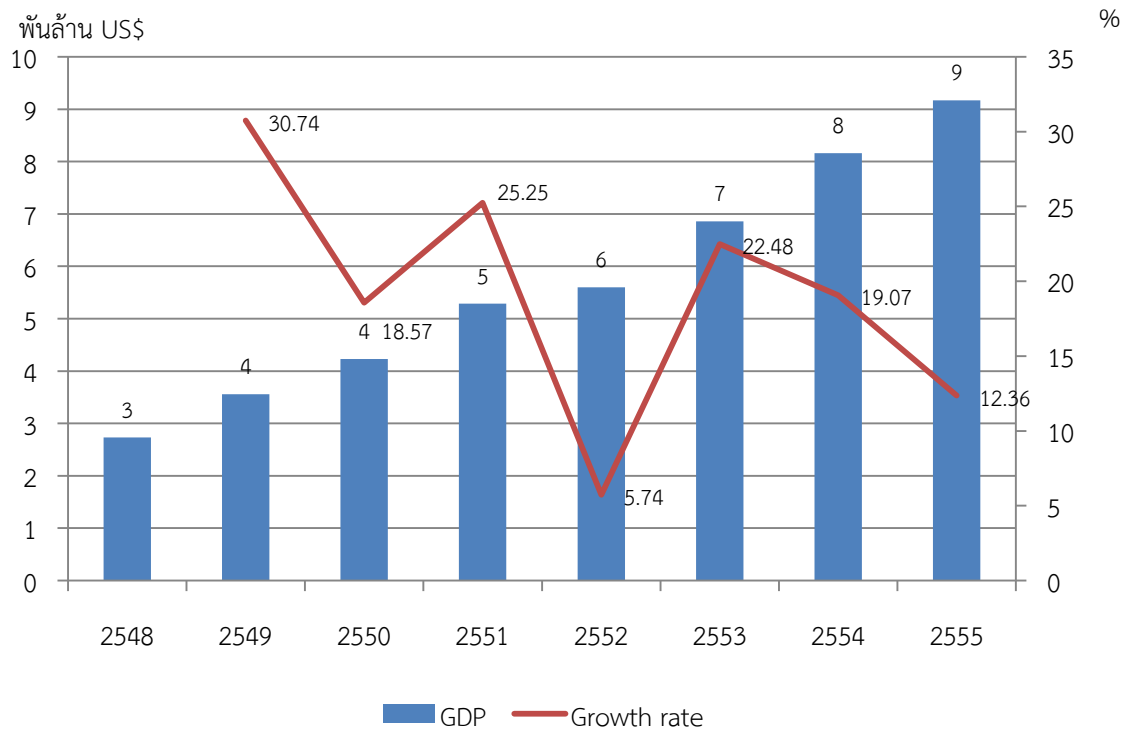
ตารางที่ 1.2 ตัวชี้วัดทางเศรษฐกิจที่สำคัญของลาว

| ตัวชี้วัด | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | 2555 |
|--|------|-------|-------|-------|------|-------|-------|-------|
| Gross domestic product: GDP (Billion US\$) | 2.73 | 3.56 | 4.23 | 5.29 | 5.60 | 6.86 | 8.16 | 9.17 |
| GDP (% change) | | 30.74 | 18.57 | 25.25 | 5.74 | 22.48 | 19.07 | 12.36 |
| GDP per Capita (US\$) | 471 | 604 | 703 | 862 | 893 | 1,072 | 1,252 | 1,380 |
| GDP per Capita (% change) | | 28.42 | 16.25 | 22.69 | 3.57 | 20.02 | 16.78 | 10.25 |
| Inflation (%) | 7.17 | 6.80 | 4.52 | 7.63 | 0.03 | 5.98 | 7.58 | 4.26 |

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

⁴ World Bank. “Data by country: Laos PDR”. (online).

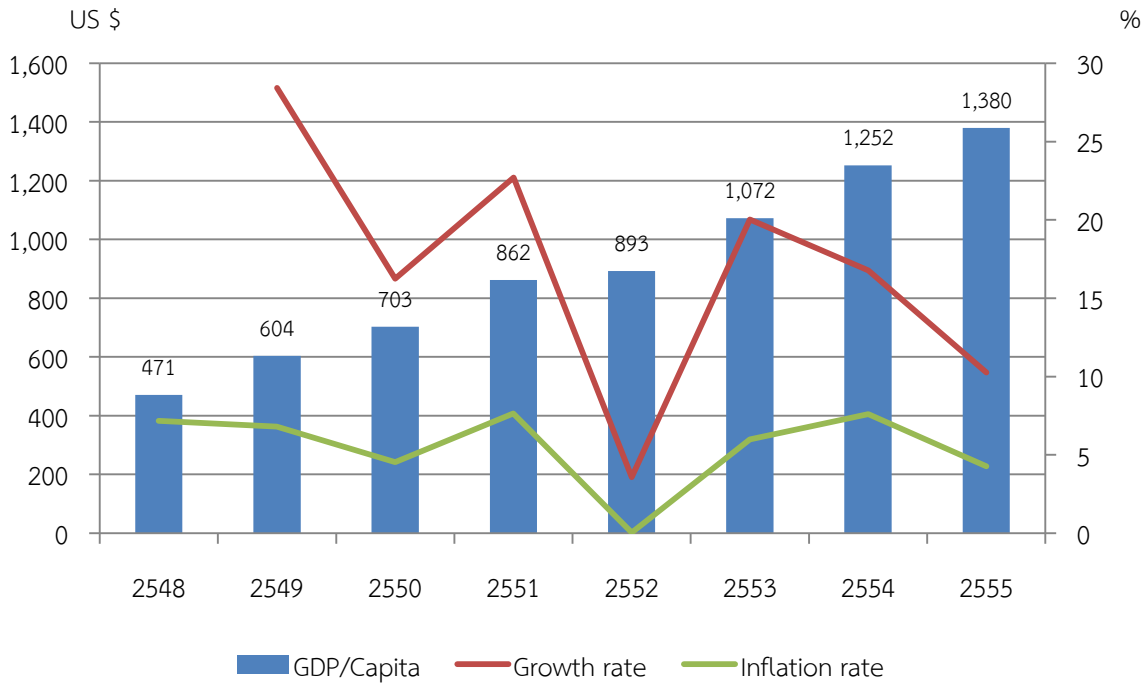
แผนภูมิภาพที่ 1.4 ผลผลิตมวลรวมในประเทศของลาว และอัตราการเติบโต ปี 2548-2555



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

แผนภูมิภาพที่ 1.4 แสดงถึงอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของลาว โดยพบได้ว่าการเติบโตในระดับที่สูงอย่างต่อเนื่องในอัตราที่มากกว่าร้อยละ 10 ตลอดช่วงระยะเวลาที่ผ่านมา ยกเว้นในปี 2552 ที่เกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลก ซึ่งในปีนั้นลาวก็ยังสามารถรักษาระดับเศรษฐกิจให้มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการเติบโตของเศรษฐกิจลาวในอัตราที่ลดลงระหว่างปี 2553-2555 มีสาเหตุส่วนหนึ่งจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่ยังไม่ฟื้นตัวดี ซึ่งสะท้อนว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจของลาวยังมีการพึ่งพาเศรษฐกิจจากต่างประเทศด้วยบ้างพอสมควร เนื่องจากความต้องการการบริโภคภายในประเทศยังมีไม่มากนัก

แผนภูมิภาพที่ 1.5 รายได้ต่อหัวต่อปี และอัตราการเติบโตเปรียบเทียบกับอัตราเงินเฟ้อ ปี 2548-2555



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

ลาวจัดอยู่ในกลุ่มรายได้น้อยเมื่อเทียบกับประเทศอื่นในอาเซียน มีรายได้ต่อหัวต่อปีเฉลี่ยเพียง 1,380 ดอลลาร์สหรัฐ น้อยกว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของสิงคโปร์ซึ่งเป็นประเทศที่มีรายได้มากที่สุดของอาเซียนกว่า 37 เท่า และน้อยกว่าไทยเกือบ 4 เท่า อย่างไรก็ตาม ในช่วงเวลาที่ผ่านมารายได้ต่อหัวของลาวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ในอัตราการเติบโตที่มากกว่าอัตราเงินเฟ้ออย่างชัดเจน ซึ่งสะท้อนถึงมาตรฐานการครองชีพที่ดีขึ้นของประชากรลาว

จากข้อมูลข้างต้น จะเห็นได้ว่าลาวมีพัฒนาการทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง และมีเสถียรภาพ แม้ว่าจะเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจของโลก ลาวก็ได้รับผลกระทบไม่มากนัก นอกจากนี้ ลาวยังมีโครงการลงทุนขนาดใหญ่ ซึ่งจะช่วยนำเงินลงทุนเข้าประเทศอีกเป็นจำนวนมาก อีกทั้งที่ตั้งของลาวยังอยู่ตรงกลางของอนุภูมิภาค ทำให้กลายเป็นเส้นทางเชื่อมต่อ (Land-linked) ซึ่งเมื่อการพัฒนาเส้นทางคมนาคมต่างๆ ภายในภูมิภาคแล้วเสร็จ จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของลาวได้มากยิ่งขึ้นอีกด้วย



1.5 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.5.1 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวลาว

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศในช่วงระหว่างปี 2548-2554 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีขนาดตลาดท่องเที่ยวในปี 2553-2554 มากกว่า 1,000,000 คน-ครั้ง

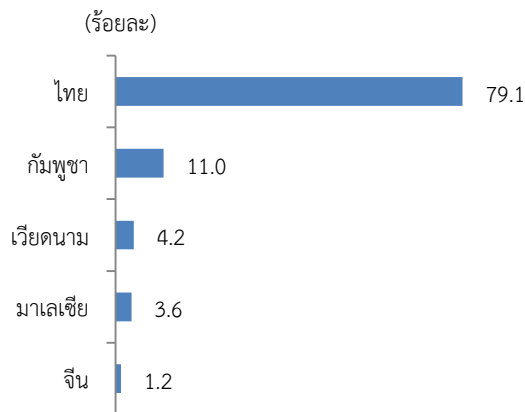
ตารางที่ 1.3 สถิติการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวลาว

| ประเทศ | ลาว | | | | | | | | | | | | |
|----------|---------|---------|------|---------|------|---------|------|---------|---|---------|---|-----------|---|
| | 2548 | 2549 | 2550 | 2551 | 2552 | 2553 | 2554 | | | | | | |
| ไทย | 208,097 | 282,239 | △ | 521,062 | △ | 624,645 | △ | 657,658 | △ | 718,377 | △ | 895,359 | △ |
| กัมพูชา | 2,780 | 7,082 | △ | 23,060 | △ | 60,933 | △ | 94,181 | △ | 92,276 | △ | 128,525 | △ |
| เวียดนาม | 44,462 | 33,980 | × | 31,374 | × | 30,920 | × | 40,000 | * | 40,000 | * | 40,000 | * |
| มาเลเซีย | 1,944 | 4,371 | △ | 11,231 | △ | 26,564 | △ | 36,663 | △ | 38,111 | △ | 29,520 | × |
| จีน | 15,132 | 10,366 | × | 8,465 | × | 8,754 | △ | 9,674 | △ | 11,927 | △ | 14,186 | △ |
| อื่นๆ | 5,679 | 6,520 | △ | 7,627 | △ | 7,339 | × | 7,395 | △ | 7,922 | △ | 9,447 | △ |
| รวม | 283,773 | 351,078 | △ | 610,446 | △ | 766,494 | △ | 812,966 | △ | 876,535 | △ | 1,086,484 | △ |

* ตัวเลขประมาณการ

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ปี 2556

แผนภูมิภาพที่ 1.6 สัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) ของชาวลาว



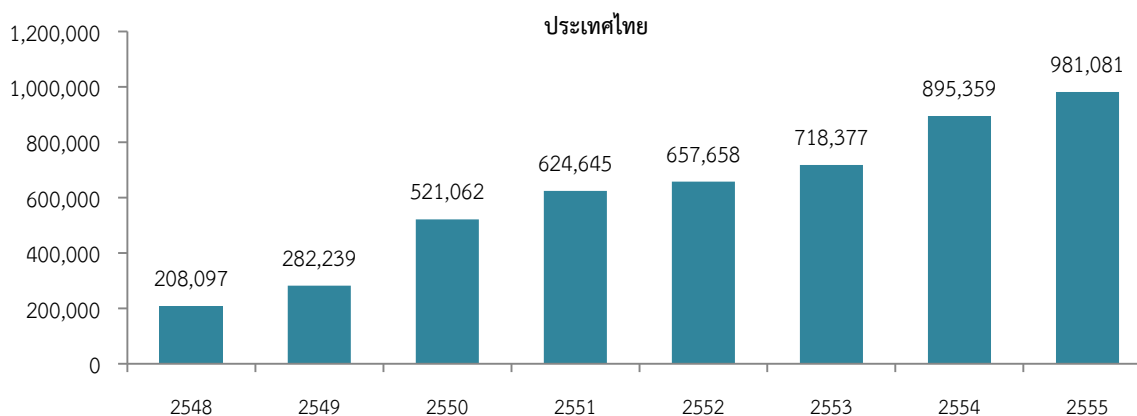
หากพิจารณาสัดส่วนประเทศเป้าหมายการเดินทางเฉลี่ย 3 ปี (2552-2554) พบว่าเป้าหมายการเดินทางยอดนิยม 5 ลำดับแรก ได้แก่ ไทย คิดเป็นร้อยละ 79.1 รองลงมาคือ กัมพูชา คิดเป็นร้อยละ 11.0 เวียดนาม คิดเป็นร้อยละ 4.2 มาเลเซีย คิดเป็นร้อยละ 3.6 และจีน คิดเป็น ร้อยละ 1.2 ตามลำดับ

ที่มา: Pacific Asia Travel Association และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ปี 2556

1.5.2 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวลาว

ชาวลาวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในช่วงระหว่างปี 2548–2555 มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีสถิติการเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยในปี 2555 ถึงเกือบ 1,000,000 คน

แผนภูมิภาพที่ 1.7 สถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยของชาวลาว



ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2013

1.5.3 เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยว

เมืองที่เป็นแหล่งส่งออกนักท่องเที่ยวสำคัญของประเทศลาวคือ นครหลวงเวียงจันทน์ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาไทยเป็นสัดส่วนร้อยละ 61.5 รองลงมาได้แก่ จำปาศักดิ์ ร้อยละ 8.0 สະหวันนะเขต ร้อยละ 7.6 หลวงพระบางและปากเซ เท่ากันในสัดส่วนร้อยละ 5.2 และเมืองอื่นๆ อีกร้อยละ 10.8

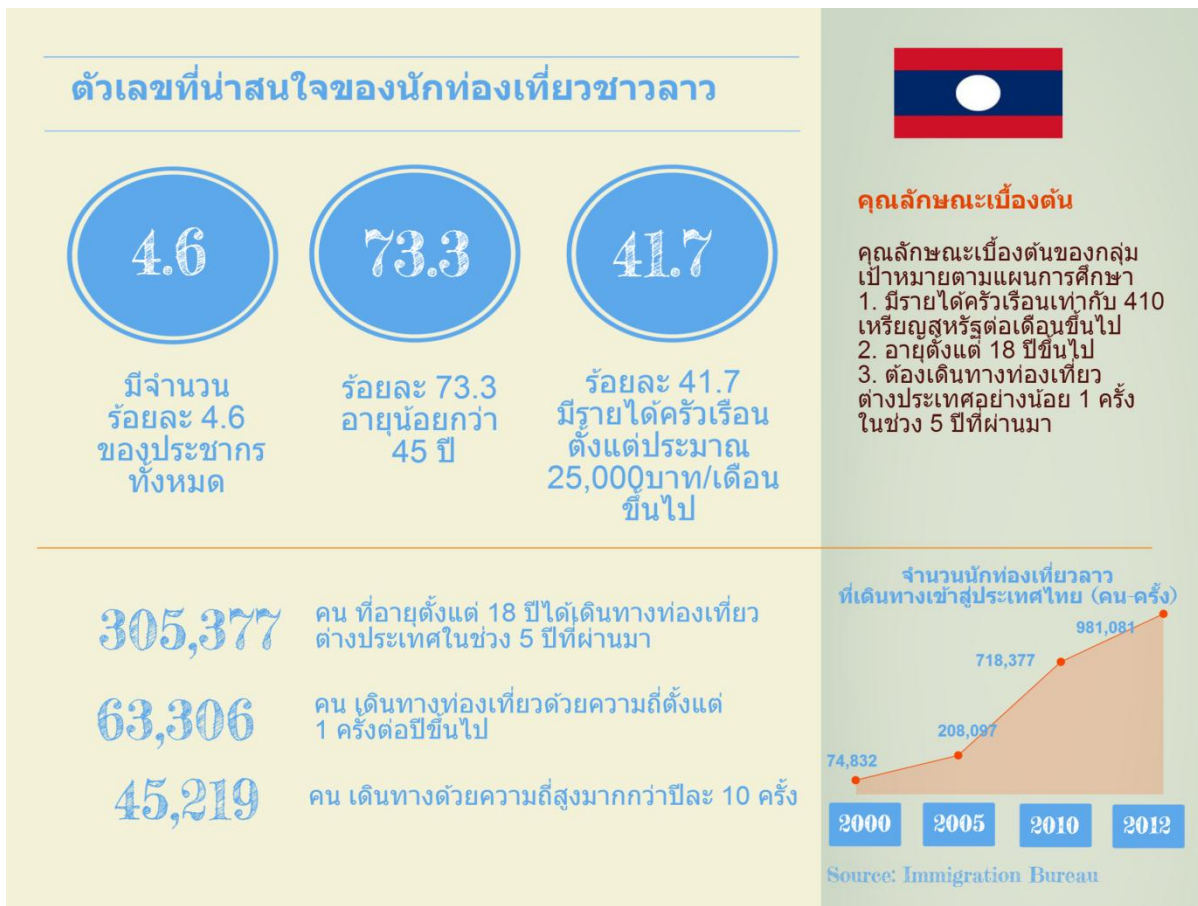
ตารางที่ 1.4 สัดส่วนนักท่องเที่ยวส่งออกจำแนกตามรายเมือง

| Laos | ร้อยละ | คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวปี 2556 (คน-ครั้ง) |
|---------------|----------------------|--|
| Vientiane | 61.5 | 652,266 |
| Champasak | 8.0 | 84,848 |
| Savannakhet | 7.6 | 80,605 |
| Luang Prabang | 5.2 | 55,151 |
| Pakse | 5.2 | 55,151 |
| Sainyabuli | 1.7 | 18,030 |
| อื่นๆ | 10.8 | 114,544 |
| รวม | 100.0 (N=288) | 1,060,596 |

บทที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว

ลาวเป็นอีกชาติหนึ่งในอาเซียนที่ประชากรอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่เคยมีประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ มีสัดส่วนไม่มากนัก เท่ากับร้อยละ 4.6 ของประชากรทั้งประเทศ(หรือคิดเป็นจำนวนประมาณ 305,377 คน จากประชากรทั้งหมดทุกกลุ่มอายุจำนวน 6,586,266 คน)

แผนภูมิภาพที่ 2.1 แสดงตัวเลขที่น่าสนใจเกี่ยวกับสัดส่วนและจำนวนนักท่องเที่ยวชาวลาว



จากแผนภูมิภาพด้านบนเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวลาวส่วนใหญ่ เป็นกลุ่มคนวัยทำงานช่วงกลางไป (สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่า 45 ปี มีถึงร้อยละ 73.3) และแม้ส่วนใหญ่จะมีรายได้เฉลี่ยไม่มาก แต่นักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มใหญ่ (คิดเป็นร้อยละ 41.7) ก็มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยตั้งแต่ประมาณ 25,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

จากประมาณการขนาดตลาดโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวลาวจำนวน 3 แสนคนดังกล่าวนี้ มีนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เดินทางด้วยความถี่ประมาณปีละครั้งขึ้นไป 63,306 ราย และในกลุ่มนี้มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยมากกว่าปีละ 10 ครั้งจำนวนประมาณ 45,219 ราย (ที่มา: ตารางสัดส่วนความถี่และประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มความถี่ในภาคผนวก ข-2)

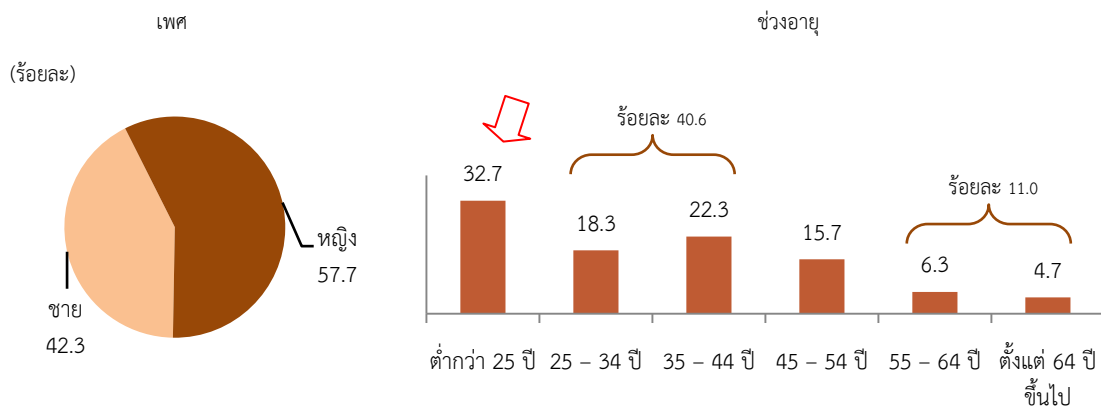
สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวลาว กล่าวได้ว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากเพียง 74,832 คน-ครั้ง ในปี 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 981,081 ในปี 2555 หรือเพิ่มขึ้นประมาณกว่า 10 เท่าในช่วงประมาณ 10 ปีที่ผ่านมา

2.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ และประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ

2.1.1 คุณลักษณะทางประชากรศาสตร์

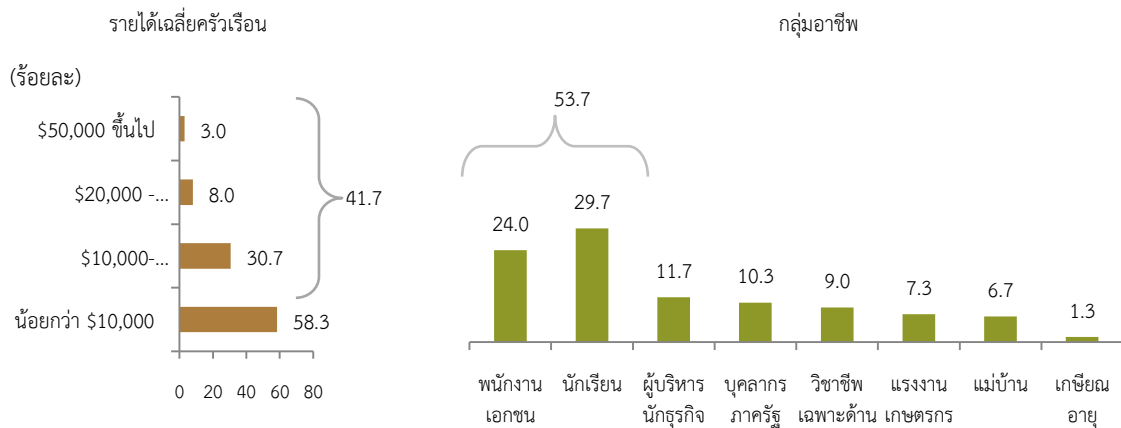
เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์ของนักท่องเที่ยวชาวลาว ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 2.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุของนักท่องเที่ยวชาวลาว



นักท่องเที่ยวชาวลาวกระจายตัวครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชาย ร้อยละ 42.3 หญิง ร้อยละ 57.7) จำแนกได้เป็นกลุ่มเยาวชน หรือนักศึกษาชาวลาว ที่อายุน้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 32.7 (หมายเหตุผู้วิจัย ข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวห้างสรรพสินค้าในประเทศไทย บริเวณจังหวัดขอนแก่น อุรธานี หรือหนองคาย) กับอีกส่วนหนึ่งเป็นกลุ่มคนวัยทำงาน โดยเฉพาะวัยทำงานช่วงต้น-กลาง อายุ 25-44 ปี มีสัดส่วนรวมกันเท่ากับร้อยละ 40.6 กลุ่มคนวัยทำงานช่วงปลายอายุ 45-54 ปี ร้อยละ 15.7 และกลุ่มวัยเกษียณ อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ร้อยละ 11.0 ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 2.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวลาว



การพิจารณารายได้ครัวเรือน พบว่าส่วนหนึ่ง ร้อยละ 41.7 มีรายได้ครัวเรือนตั้งแต่ 10,000 เหยียดสหรัฐต่อปี (ประมาณ 25,000 บาทต่อเดือน) ขึ้นไป จำแนกเป็นกลุ่มรายได้ปานกลาง (ตั้งแต่ \$10,000-\$19,999 ต่อปี) ร้อยละ 30.7 กลุ่มรายได้สูง (ตั้งแต่ \$20,000-\$49,999 ต่อปี) ร้อยละ 8.0 และรายได้สูงมาก (ตั้งแต่ \$50,000 ต่อปีขึ้นไป) ร้อยละ 3.0 ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวลาวส่วนที่เหลือ ร้อยละ 58.3 เป็นกลุ่มที่มีรายได้น้อย (น้อยกว่า \$10,000 ต่อปี)

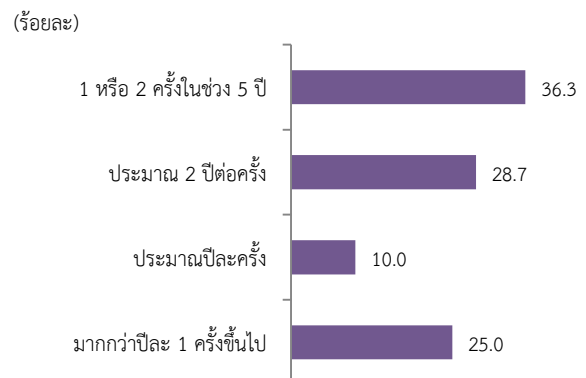
เป็นที่น่าสนใจว่านักท่องเที่ยวชาวลาว มีอายุเฉลี่ยเฉลี่ยค่อนข้างน้อย เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาติอาเซียนอื่นๆ (เว้นเฉพาะกัมพูชา) ซึ่งสอดคล้องกับอาชีพที่เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มใหญ่เป็นเยาวชนนักศึกษา หรือกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้นที่ทำงานในบริษัทเอกชน (มีสัดส่วนรวมกัน ร้อยละ 53.7)

นอกจากนี้ยังพบประเด็นที่น่าสนใจว่านักท่องเที่ยวชาวลาวอีกกลุ่มหนึ่งมีสัดส่วนเฉลี่ยค่อนข้างสูงเมื่อเปรียบเทียบกับสัดส่วนกลุ่มอาชีพเดียวกันของประเทศอาเซียนอื่น ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการหรือบุคลากรภาครัฐ (สัดส่วนร้อยละ 10.3) (หมายเหตุผู้วิจัย อีก 2 ประเทศอาเซียนที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการสูง ได้แก่ สิงคโปร์ ร้อยละ 10.9 และบรูไน ร้อยละ 11.3 ตามลำดับ)

2.1.2 ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

การพิจารณาความถี่การเดินทาง พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 36.3 เดินทางไม่มากเพียง 1 หรือ 2 ครั้งในช่วงตลอด 5 ปีที่ผ่านมา รองลงมา คือ ร้อยละ 28.7 เดินทางประมาณ 2 ปีต่อครั้ง ขณะที่ ร้อยละ 10.0 เดินทางประมาณปีละครั้ง โดยมีชาวลาวเพียงร้อยละ 25.0 ที่เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศบ่อยๆ มากกว่าปีละ 1 ครั้งขึ้นไป

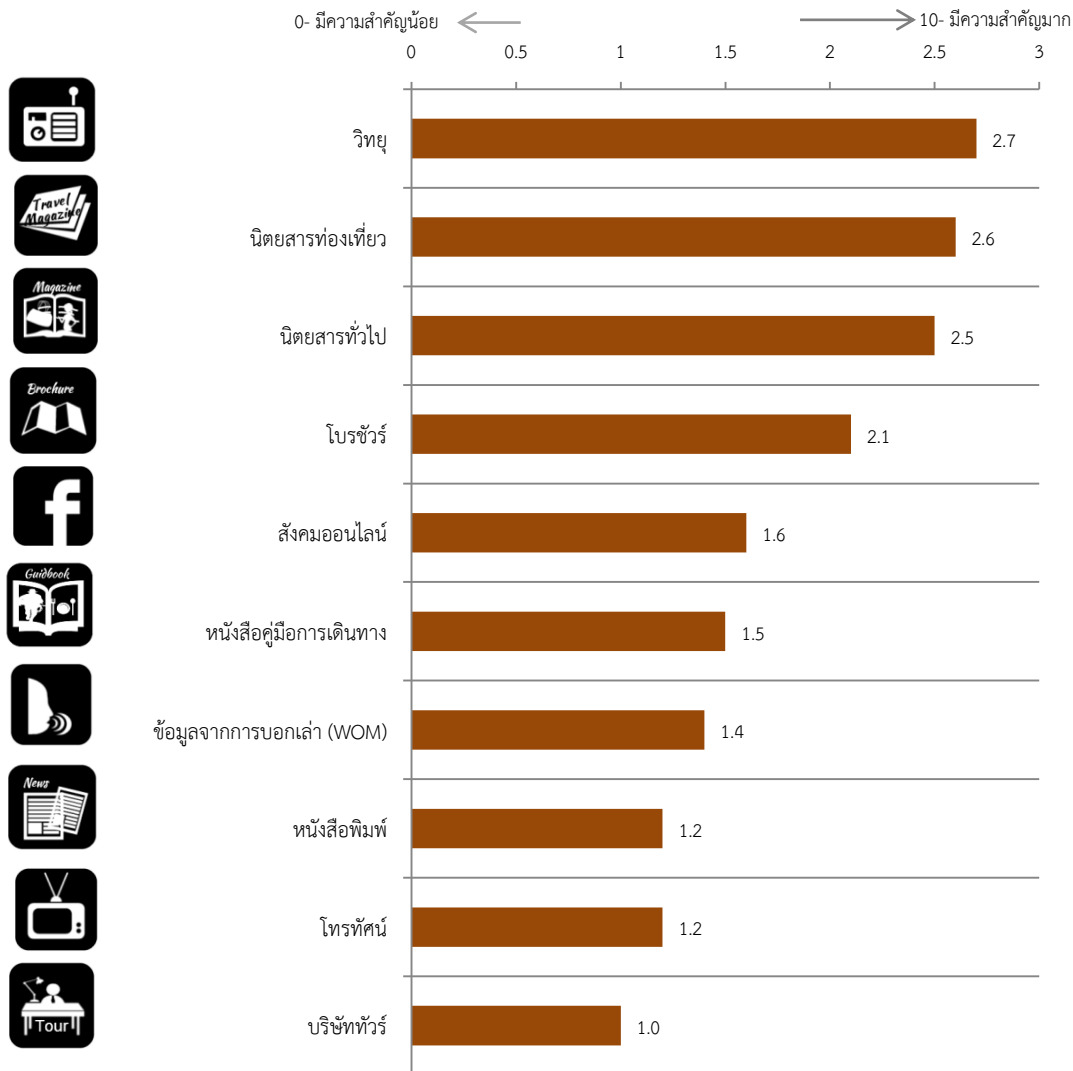
แผนภูมิภาพที่ 2.4 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวลาว



2.2 ช่องทางข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.5 แสดงค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการรับข้อมูลข่าวสารประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวลาว

ค่าเฉลี่ยความสำคัญ (เต็ม 10 คะแนน)



การพิจารณาวิเคราะห์ระดับความสำคัญของช่องทางข้อมูลข่าวสาร ที่นักท่องเที่ยวชาวลาวใช้ประกอบการตัดสินใจเลือกเป้าหมายในการเดินทางต่างประเทศ พบว่าชาวลาวเป็นหนึ่งในสองชาติอาเซียนที่ช่องทางการสื่อสารในรูปแบบ “วิทยุ” (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.7) ยังมีอิทธิพลสูงอยู่มาก (อีกชาติหนึ่ง ได้แก่ กัมพูชา) รองลงมา ได้แก่ ช่องทางนิตยสาร ทั้งนิตยสารท่องเที่ยว และนิตยสารทั่วไป และข้อมูลในแผ่นพับโบรชัวร์ (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 2.6, 2.5 และ 2.1 ตามลำดับ)

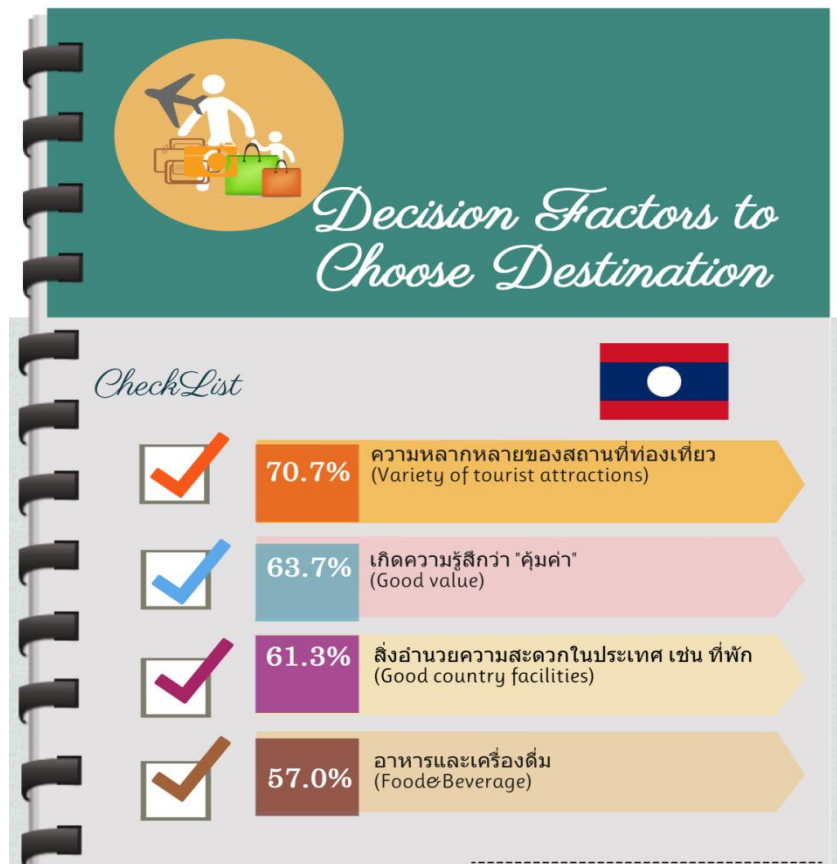
นอกจากนี้ยังพบสาระที่น่าสนใจว่า แม้นักท่องเที่ยวชาวลาวจะมีอายุเฉลี่ยไม่มาก (ดังที่กล่าวไปแล้วในบทที่ผ่านมา) แต่ช่องทางการสื่อสารแบบดิจิทัลออลสมัยใหม่ กลับยังมีบทบาทไม่สูงมากนัก (ค่าเฉลี่ยน้ำหนักตามลำดับความสำคัญ 1.6)

(หมายเหตุผู้วิจัย สะท้อนได้ถึงอุปสรรคด้านอิเล็กทรอนิกส์ ยังไม่แพร่หลายมาก เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอาเซียนอื่นๆ)

*รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่ 13

2.3 ปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยว

แผนภูมิภาพที่ 2.6 แสดงสัดส่วนของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายท่องเที่ยวของชาวลาว



ภายหลังจากกล่าวถึงช่องทางข้อมูลข่าวสารเพื่อประกอบการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแล้ว ครั้งนี้เป็นการพิจารณา “องค์ประกอบของเนื้อหา” ที่นักท่องเที่ยวชาวลาวให้ความสำคัญ โดยพบว่าสาระเกี่ยวกับความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวได้รับความสำคัญในสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 70.7) รวมถึงเนื้อหาการสื่อสารในภาพรวมที่สามารถสื่อได้ถึง “ความคุ้มค่า” ที่เชื่อว่าจะได้รับภายหลังการเดินทาง (ร้อยละ 63.7) และเนื้อหาเกี่ยวกับ “ความสะดวกสบายของการเดินทาง ที่พัก และอาหารการกิน” (ร้อยละ 61.3 และร้อยละ 57.0 ตามลำดับ) สามารถสร้างแรงจูงใจให้เกิดการตัดสินใจเลือกเดินทางไปยังสถานที่นั้นๆ ได้เป็นอย่างดี

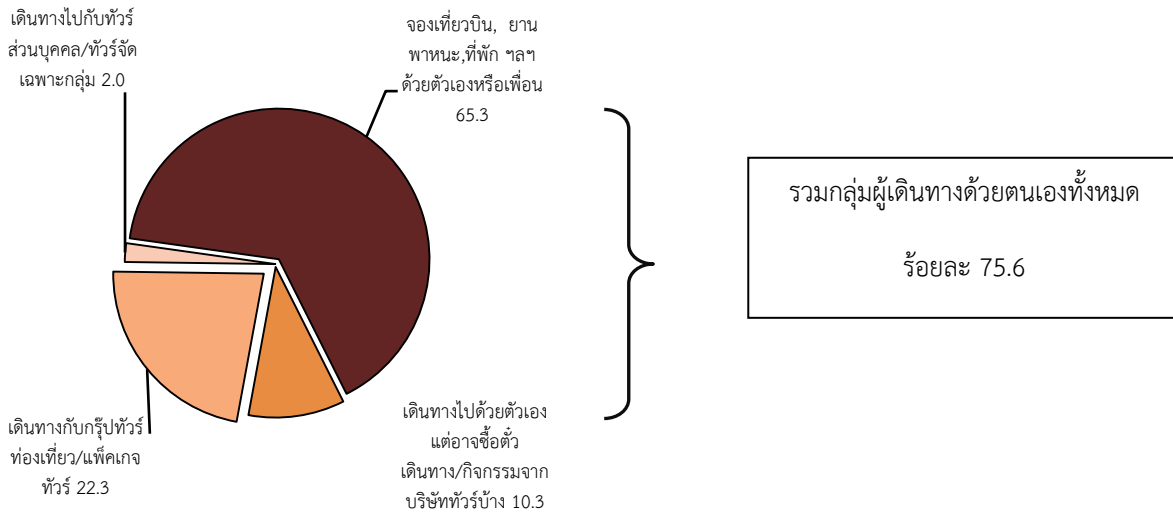
(หมายเหตุผู้วิจัย ประเด็นเนื้อหาปัจจัยที่ใช้เลือกเป้าหมายเดินทางท่องเที่ยวนี้ ได้ละเว้นการกล่าวถึง “ปัจจัยข้อมูลจากการบอกเล่า” เนื่องจากเป็นประเด็นนามธรรมและนำไปประยุกต์ใช้กับการสื่อสารการตลาดได้ยาก)

*รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่ 14

2.4 รูปแบบการเดินทางที่นิยม และผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.7 แสดงรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวลาว

(ร้อยละ)

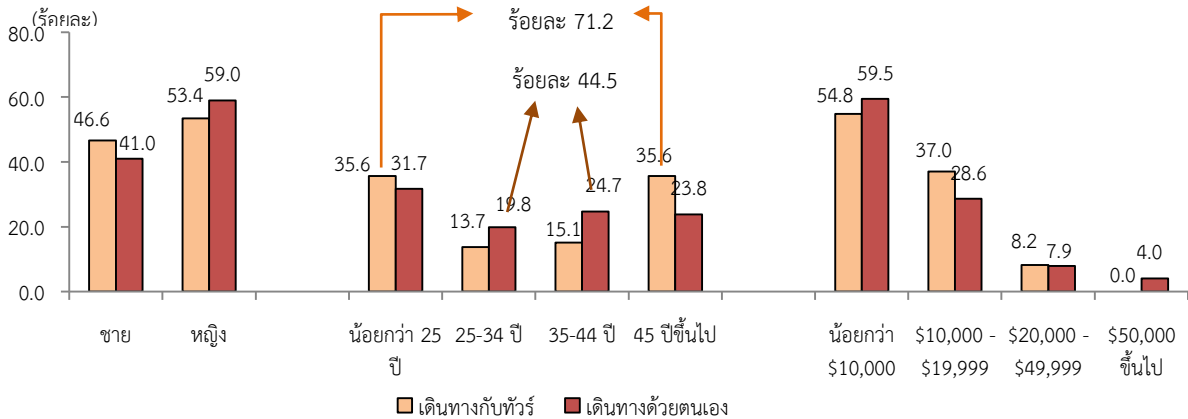


ในภาพรวมกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวชาวลาว ส่วนใหญ่เดินทางด้วยตนเองในสัดส่วนที่สูงกว่าเดินทางในรูปแบบใดๆ เห็นได้จากมีนักท่องเที่ยวชาวลาวร้อยละ 65.3 ที่จัดการเดินทางด้วยตนเองทั้งหมด ขณะที่ร้อยละ 10.3 แม้เลือกเดินทางเอง แต่ก็ใช้การซื้อตั๋วเครื่องบิน หรือค่าใช้จ่ายด้านกิจกรรม สันทนาการ หรือการเดินทางจากบริษัททัวร์ (คิดเป็นสัดส่วนนักท่องเที่ยวลาวที่เดินทางด้วยตนเองรวม ร้อยละ 75.6)

ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวลาวร้อยละ 22.3 เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ และร้อยละ 2.0 ให้บริษัทจัดกรุ๊ปเป็นพิเศษกับคณะของตน หรือบริษัทของตน

2.4.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

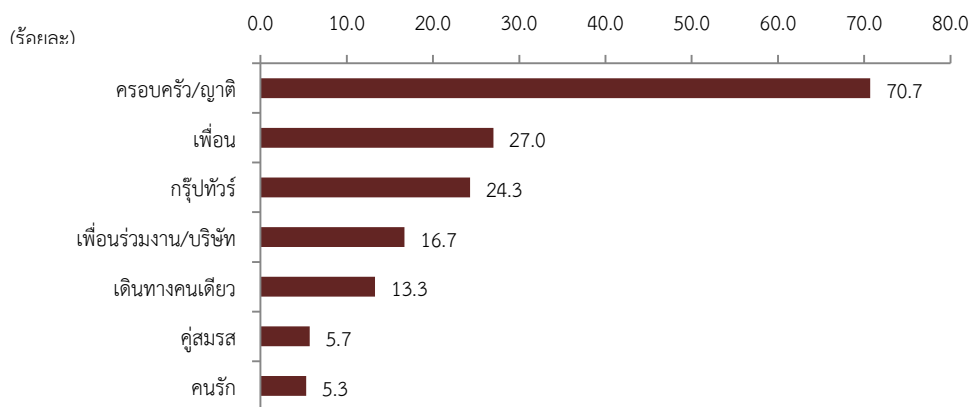
แผนภูมิภาพที่ 2.8 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เดินทางด้วยตนเอง กับเดินทางกับบริษัททัวร์



จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มวัยทำงาน ช่วงอายุตั้งแต่ 25-44 ปี มีแนวโน้มเลือกแผนการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าเดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ที่เลือกเดินทางด้วยตัวเอง มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุ 25-44 ปี รวมกันเท่ากับร้อยละ 44.5 ขณะที่กลุ่มเดินทางกับทัวร์ มีสัดส่วนคนอายุช่วงเดียวกัน เพียงร้อยละ 28.8) ส่วนชาวลาวที่อายุมากกว่ากลุ่มหนึ่ง กับกลุ่มอายุน้อยกว่า 25 ปี อีกกลุ่มหนึ่ง บางส่วนที่เลือกเดินทางกับคณะทัวร์ หรือร่วมการจัดทัวร์เพื่อไปท่องเที่ยวร่วมกันในสัดส่วนที่สูงพอสมควร (กลุ่มที่เลือกเดินทางกับทัวร์ มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อายุน้อยกว่า 25 ปี และมากกว่า 45 ปี รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 71.2)

2.4.2 ประเภทผู้ร่วมเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 2.9 แสดงสัดส่วนประเภทผู้ร่วมการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (มีผู้ร่วมทางได้หลากหลายประเภท)



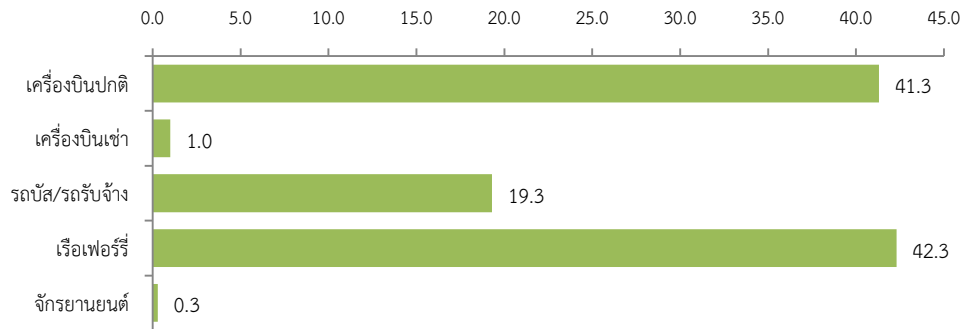
สำหรับประสบการณ์กับผู้ร่วมการเดินทางในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ประเภทผู้ร่วมเดินทางส่วนใหญ่ของชาวลาว ได้แก่ ครอบครัว/ญาติ ในสัดส่วนร้อยละ 70.7 รองลงมาเป็นการเดินทางกับเพื่อนๆ ร้อยละ 27.0 นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสนใจว่า มีชาวลาวในสัดส่วนไม่น้อยถึงร้อยละ 24.3 ที่เลือกเดินทางท่องเที่ยวกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยวซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลประเภทการเดินทางด้านบน

2.5 ประสบการณ์ต่อพาหนะที่ใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

นักท่องเที่ยวชาวลาวเป็นประเทศเดียว ในกลุ่มประเทศอาเซียนที่มีสัดส่วนพาหนะเดินทางประเภทรถยนต์ส่วนตัวในสัดส่วนที่สูงที่สุด (ร้อยละ 42.3) อย่างไรก็ตามในช่วงที่ผ่านมาก็มีชาวลาวในสัดส่วนที่สูงพอสมควร ที่เริ่มมีประสบการณ์เดินทางโดยพาหนะประเภทเครื่องบิน (ประเภทเที่ยวบินปกติร้อยละ 41.3)

แผนภูมิภาพที่ 2.10 แสดงสัดส่วนพาหนะที่ใช้ในการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวลาว

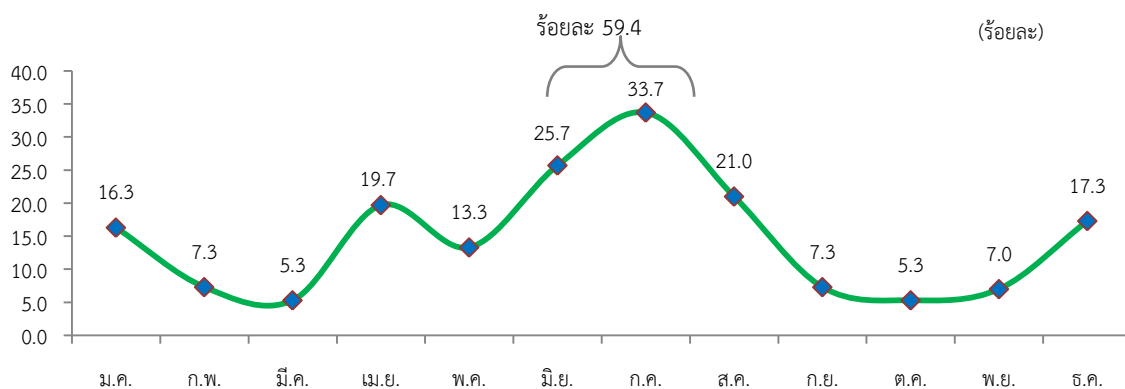
(ร้อยละ)



ส่วนที่เหลือโดยเฉพาะการเดินทางไปประเทศใกล้เคียงที่เลือกใช้รถบัสหรือรถรับจ้าง (ร้อยละ 19.3) รวมถึงบางส่วนไม่มากนักที่เลือกพาหนะประเภทเครื่องบินแบบเช่าเหมาลำ และจักรยานยนต์ในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (ร้อยละ 1.0 และร้อยละ 0.3 ตามลำดับ)

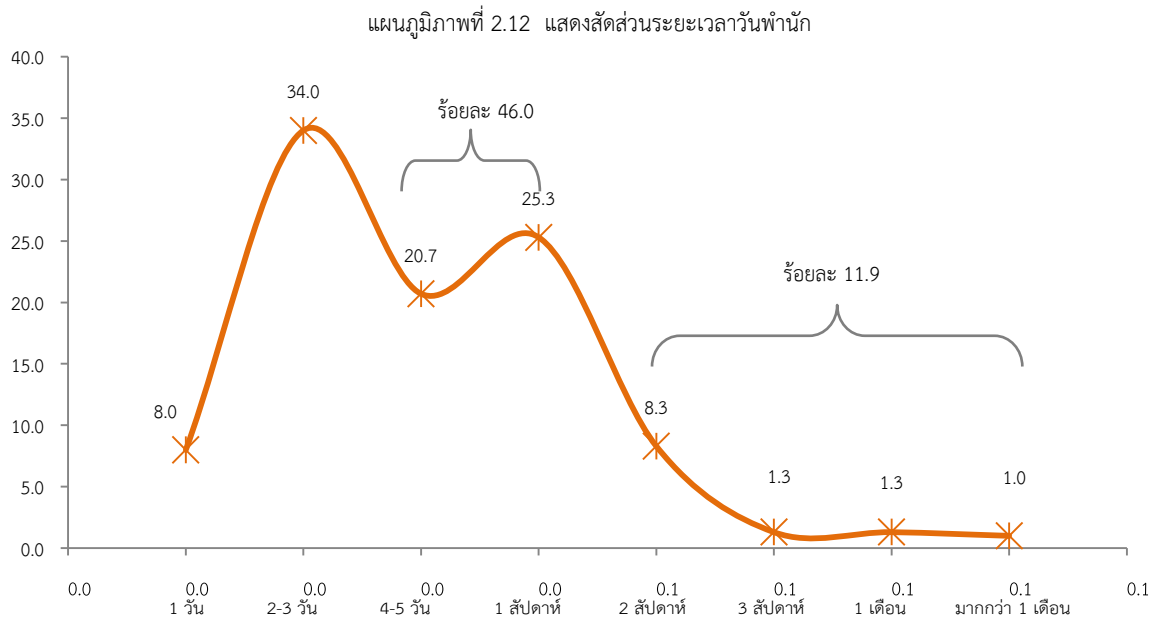
2.6 ช่วงเวลาเดินทาง และระยะเวลาวันพำนัก

แผนภูมิภาพที่ 2.11 แสดงสัดส่วนช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศของชาวลาว



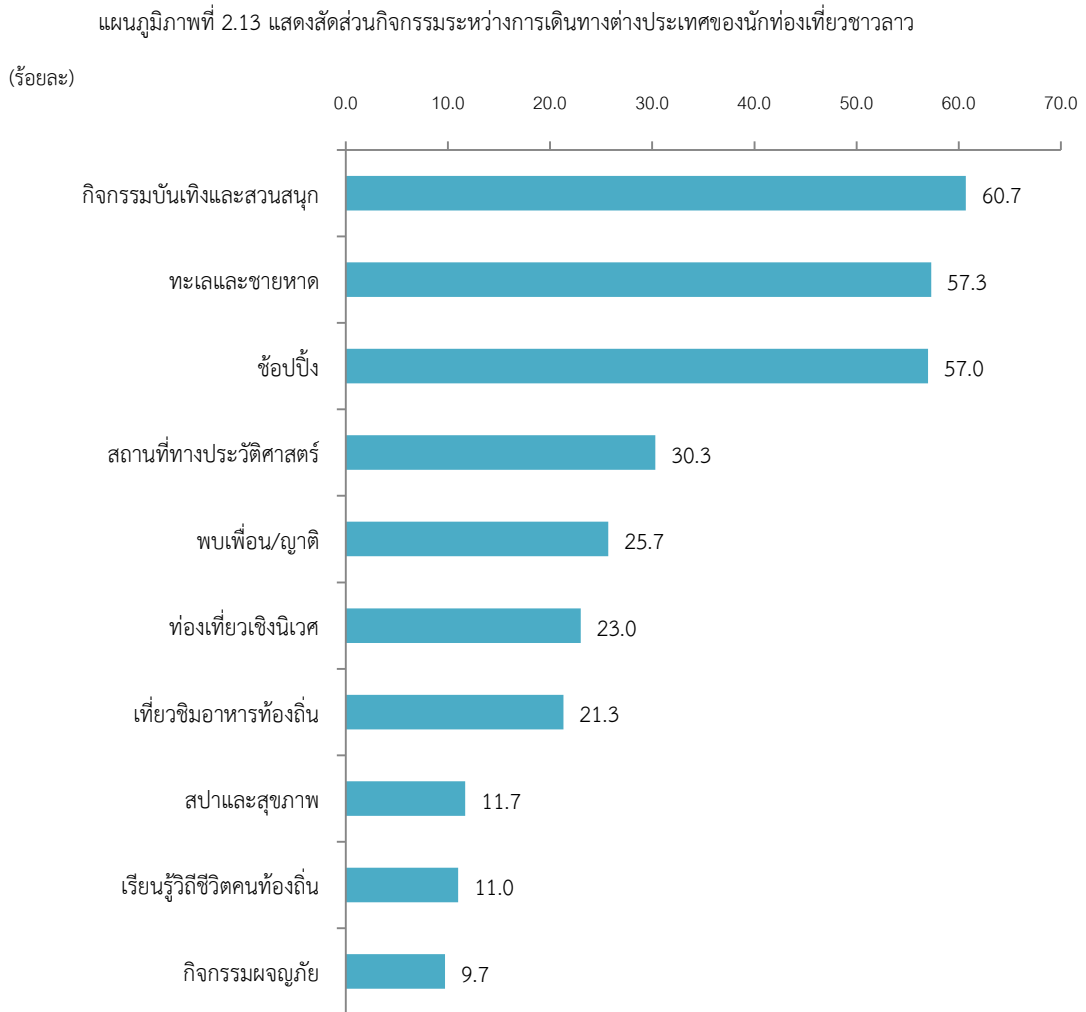
สำหรับชาวลาวแล้วกล่าวได้ว่า ช่วงที่มีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศด้วยความถี่สูง ได้ในช่วงเดือนมิถุนายนถึงเดือนกรกฎาคม (รวมกันเท่ากับร้อยละ 59.4 ของนักท่องเที่ยวชาวลาวเคยเดินทางต่างประเทศช่วงนี้) ขณะที่ชาวลาวอีกส่วนหนึ่งในสัดส่วนที่สูงพอสมควร เลือกเดินทางในช่วงเทศกาลสงกรานต์ และปีใหม่ (ร้อยละ 19.7 เดินทางเดือนเมษายน และร้อยละ 17.3 เดินทางเดือนธันวาคม)

2.6.1 ระยะเวลาวันหยุดพักผ่อน



นักท่องเที่ยวชาวลาวยาวส่วนใหญ่ กลุ่มหนึ่งใช้เวลาพักค้างคืนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละครั้ง ประมาณ 2-3 วัน (ร้อยละ 34.0) ขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งเลือกพักนานกว่านั้นประมาณ 4-5 วัน ถึง 1 สัปดาห์ (รวมกันร้อยละ 46.0) โดยมีนักท่องเที่ยวชาวลาวยาวที่เดินทางพักนานกว่าอาทิตย์ในสัดส่วนที่ไม่สูงมากนัก (รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 11.9)

2.7 กิจกรรมระหว่างการเดินทางต่างประเทศยอดนิยม

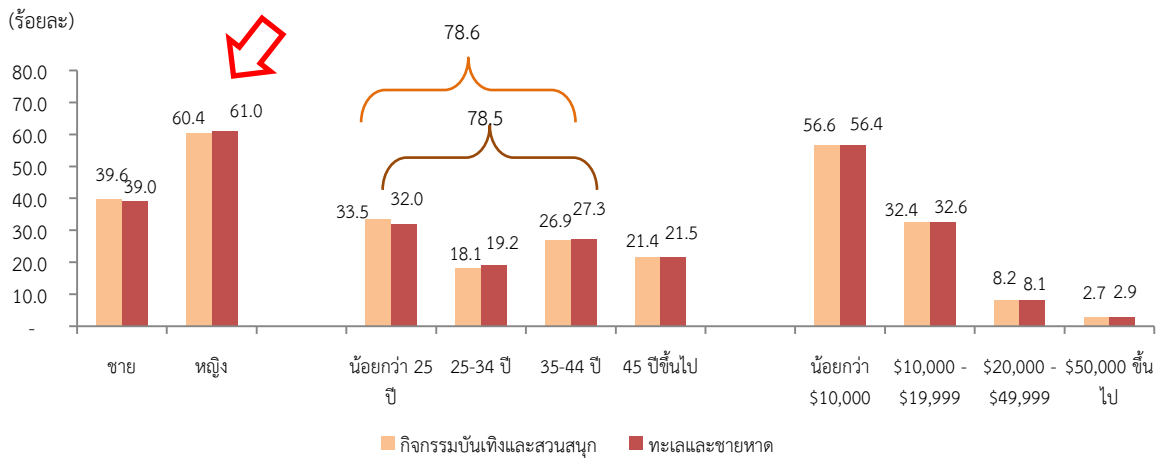


กิจกรรมยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวลาว ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ได้แก่ กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก (ร้อยละ 60.7) กิจกรรมทะเลและชายหาด (ร้อยละ 57.3) และกิจกรรมการช้อปปิ้ง (ร้อยละ 57.0) ที่ได้รับความนิยมในสัดส่วนที่สูงไม่น้อย

ขณะที่กิจกรรมอันเนื่องมาจากการชื่นชมสถานที่ทางประวัติศาสตร์และอารยธรรมก็นับเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวชาวลาวให้ความนิยม (ร้อยละ 30.3) รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวลาวไม่น้อยที่ใช้การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อมาพบเพื่อนหรือญาติพี่น้องที่มีแหล่งพำนัก หรือทำงานในประเทศนั้นๆ (ร้อยละ 25.7)

2.7.1 เปรียบเทียบรูปแบบการเดินทางระหว่างกลุ่มประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง

แผนภูมิภาพที่ 2.14 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวลาวที่นิยมทำกิจกรรม
บันเทิงและสวนสนุก กิจกรรมทะเลและชายหาด



หากพิจารณากิจกรรมยอดนิยมสองกิจกรรมแรก ได้แก่ กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก กับกิจกรรมชายหาด เพื่อค้นหาความชื่นชอบของกลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวลาวตามคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง พบว่ากิจกรรมทั้งสอง ถูกชื่นชอบโดยนักท่องเที่ยวชาวลาวเพศหญิงมากกว่าเพศชายอยู่บ้าง (สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่ชอบกิจกรรมสองนี้ เป็น เพศหญิงร้อยละ 60.4 และ 61.0 ตามลำดับ) โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาวที่อายุน้อยกว่า 45 ปี (สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่ชอบกิจกรรมสอง ที่อายุน้อยกว่า 45 ปี รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 78.6 และ 78.5 ตามลำดับ

นอกจากประเด็นนักท่องเที่ยวชาวลาวที่ชอบกิจกรรมทั้งสองมีคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่คล้ายคลึงกันแล้ว แผนภูมิภาพด้านบนยังแปลความหมายได้อีกว่า “กิจกรรมบันเทิงฯ และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อชื่นชมทะเลและชายหาดเป็นกิจกรรมที่มีความสัมพันธ์กัน (หมายเหตุผู้วิจัย ค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร เท่ากับ 0.933) ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เลือกทำกิจกรรมทะเลและชายหาดก็นิยมแสวงหาความบันเทิงไปด้วยพร้อมๆกัน

(หมายเหตุผู้วิจัย: รวมถึงกิจกรรมช้อปปิ้งด้วย และกิจกรรมทั้งสามนี้ เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวลาวเป็นส่วนใหญ่ หมายถึงหากต้องการสร้างแรงจูงใจ กับนักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มทั่วไป การให้ข้อมูลด้านกิจกรรมทางทะเลที่สนุกสนาน พร้อมความตื่นเต้นใจกับการช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า แวดล้อมไปด้วยความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ เชื่อได้ว่าส่งผลสำเร็จในการสร้างแรงจูงใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวอย่างได้ผล)

2.8 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวลาว

ตารางที่ 2.1 แสดงค่าใช้จ่ายในการเดินทางต่างประเทศของชาวลาว

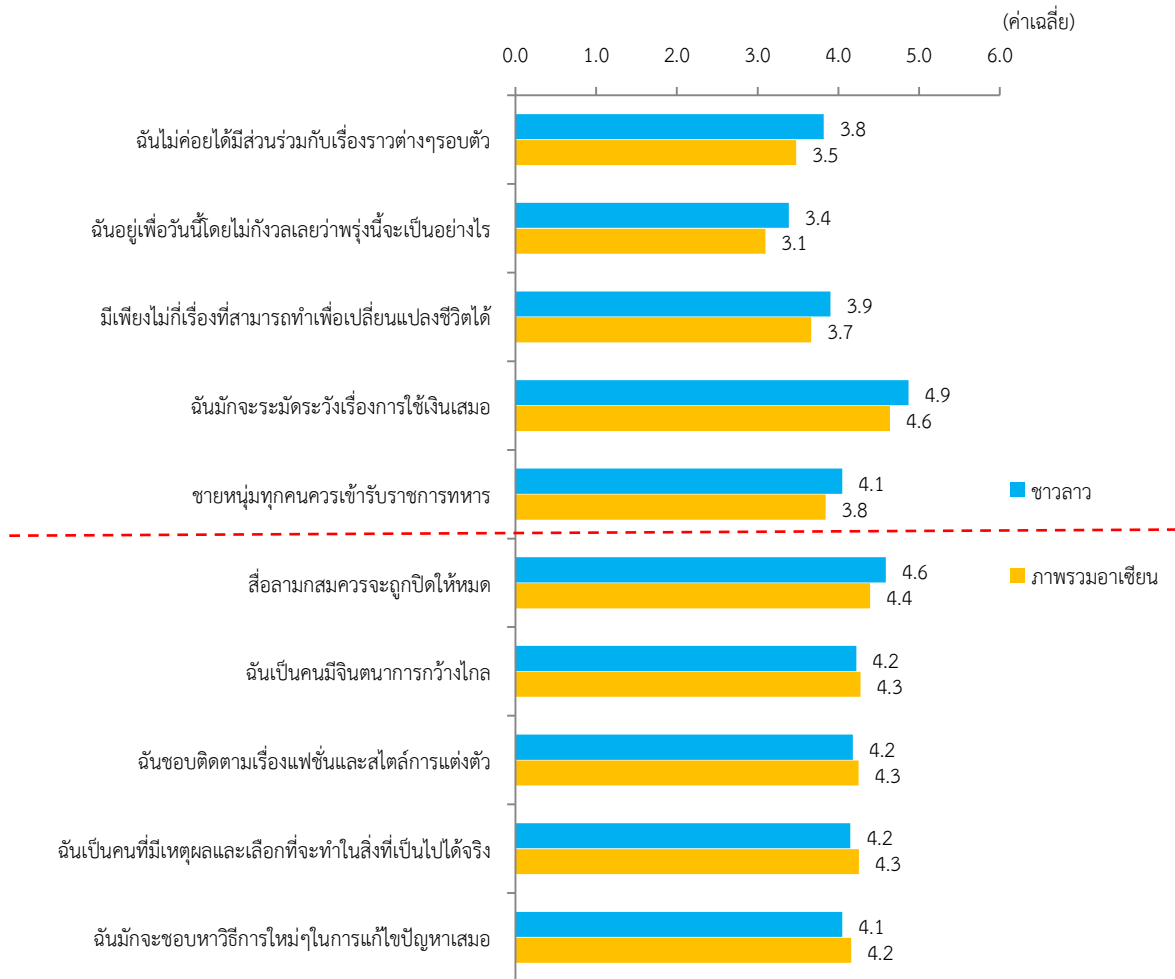
| ข้อมูลส่วนบุคคล | การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) | | | |
|--|--|------------------------------|----------------------|---|
| | ที่พัก (บาท) | อาหารและ เครื่องดื่ม(บาท) | การซื้อป้ัง (บาท) | ความบันเทิง และ กิจกรรมในการ ท่องเที่ยวอื่นๆ(บาท) |
| รวมเฉลี่ยประมาณ 21,755.7 บาทต่อทริป | | | | |
| ภาพรวม | 4,714.6 | 4,875.5 | 8,270.4 | 3,895.2 |
| เพศ | | | | |
| ชาย | 4,570.8 | 4,260.9 | 7,768.0 | 3,914.3 |
| หญิง | 4,823.4 | 5,343.4 | 8,634.7 | 3,881.1 |
| กลุ่มอายุ | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4,079.6 | 4,468.5 | 6,535.5 | 3,588.4 |
| 25 – 34 ปี | 6,076.4 | 7,276.0 | 10,273.3 | 5,587.4 |
| 35 – 44 ปี | 4,364.9 | 4,852.3 | 9,695.5 | 3,759.2 |
| 45 – 54 ปี | 5,304.7 | 4,313.1 | 7,685.4 | 3,607.3 |
| 55 – 64 ปี | 4,695.5 | 3,333.4 | 10,243.1 | 3,358.3 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 3,553.1 | 2,871.1 | 5,152.6 | 1,277.2 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | |
| น้อยกว่า\$10,000 | 3,692.6 | 3,779.6 | 6,792.3 | 2,847.4 |
| \$10,000 - \$19,999 | 6,480.8 | 6,402.1 | 9,136.9 | 4,870.6 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4,814.4 | 6,039.6 | 9,452.4 | 3,221.4 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 5,917.6 | 7,061.1 | 24,180.0 | 12,224.3 |

นักท่องเที่ยวชาวลาวใช้เงินในการเดินทางท่องเที่ยวเฉลี่ยประมาณ 21,755.7 บาทต่อทริป จำแนกเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ประมาณ4,714.6 บาท ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มประมาณ4,875.5 บาท กิจกรรมซื้อป้ัง 8,270.4 บาท และบันเทิง สันทนาการสวนสนุกต่างๆ 3,895.2 บาท

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบอัตราการใช้จ่ายแล้ว ยังพบสาระที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวชาวลาวทั้งชายและหญิง ใช้จ่ายด้านการซื้อป้ังระหว่างการท่องเที่ยวด้วยมูลค่าสูงกว่าค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ ส่วนสำหรับค่าใช้จ่ายด้านสถานที่พักนั้น พบสาระที่น่าสนใจว่ามูลค่าการใช้จ่ายในหมวดนี้ มีแนวโน้มสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยครัวเรือน กล่าวคือนักท่องเที่ยวชาวลาวที่มีรายได้เฉลี่ยครัวเรือนสูงขึ้น มีแนวโน้มใช้จ่ายค่าที่พักระหว่างการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ

2.9 ทักษะคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตประจำวัน

แผนภูมิภาพที่ 2.15 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาว

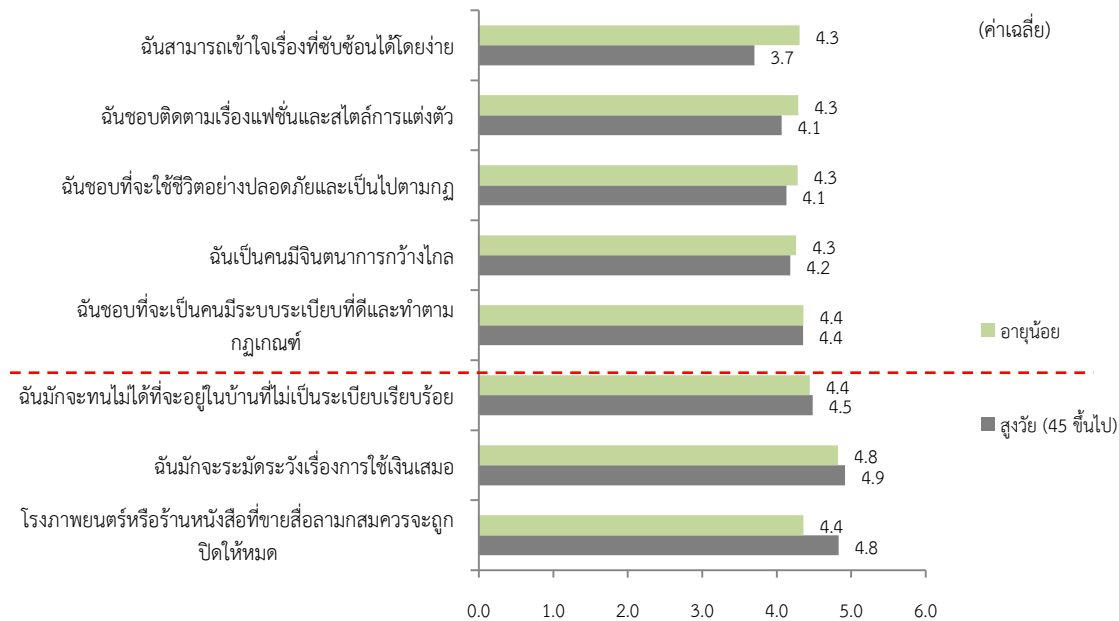


กล่าวในภาพรวมได้ว่านักท่องเที่ยวชาวลาวเป็นคนเก็บตัว สมถะ และยังคงยึดมั่นในแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยม เห็นได้จากมุมมองต่อประเด็นการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับเรื่องราวรอบตัว นิยมอยู่ไปวันวัน ความสะดวกหรือร้อนในการแสวงหาการเปลี่ยนแปลงใหม่ๆมีน้อย และการให้ความสำคัญกับการมัธยัสถ์ ยึดมั่นในระบบเดิมๆ ทั้งระบบทหาร และสื่อลามก มีค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยสูงกว่าค่าเฉลี่ยชาติอาเซียน (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเท่ากับ 3.8, 3.4, 3.9, 4.9, 4.1 และ 4.6 ตามลำดับ)

พัฒนาการทางสังคมแบบเรียบง่ายที่มีมาแต่อดีต ทำให้ชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวลาวเป็นไปอย่างเชื่องช้าเมื่อเปรียบเทียบกับ การเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกในยุคปัจจุบัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มหนึ่งรู้สึกว่ตนขาดการติดต่อกับโลกภายนอก เห็นได้จากความกระตือรือร้นด้านแฟชั่น การใช้ เหตุผลพิจารณาวิเคราะห์สถานการณ์ และการใช้ความคิดแสวงหาแนวทางหรือ วิธีการใหม่ๆในการแก้ไขปัญหา มีน้อยกว่าชาติอาเซียนอื่นๆ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเท่ากับ 4.2, 4.2 และ 4.1 ต่ำกว่าค่าเฉลี่ยในสาระเดียวกันของชาติอาเซียนซึ่งเท่ากับ 4.3, 4.3 และ 4.2 ตามลำดับ)

2.9.1 ความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่ กับกลุ่มคนสูงอายุ

แผนภูมิภาพที่ 2.16 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาว จำแนกตามความแตกต่างระหว่างกลุ่มคนรุ่นใหม่กับกลุ่มคนสูงอายุ

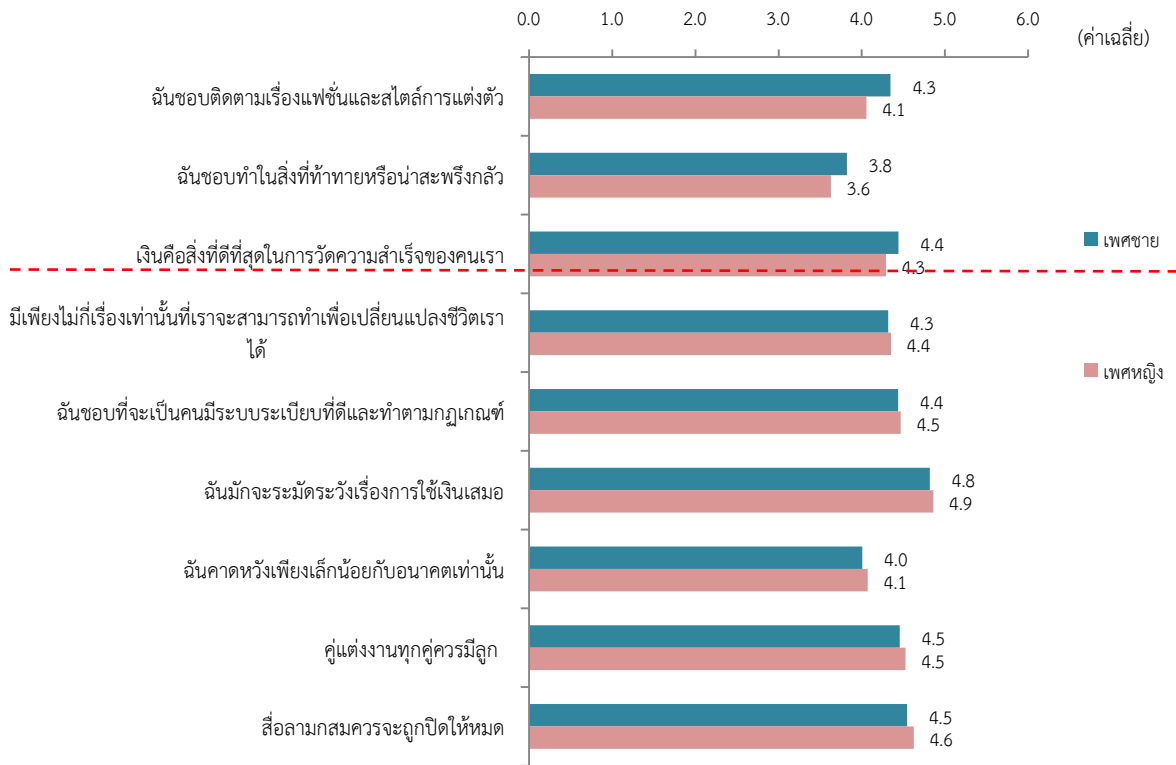


ความเปลี่ยนแปลงของสังคมที่ค่อนข้างชัดเจนประการหนึ่งได้แก่ “การเปิดรับโลกยุคใหม่มากขึ้น” ของกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ยังน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับชาวลาวกลุ่มสูงวัย เห็นได้จากความเห็นด้านจินตนาการที่กว้างไกล และการใช้ความคิดในการแก้ไขปัญหา (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยของกลุ่มชาวลาวอายุน้อยเท่ากับ 4.3 และ 4.3 ตามลำดับ) รวมถึงความเห็นด้านแฟชั่นตามสมัยนิยม (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเท่ากับ 4.3) ที่มีมากกว่ากลุ่มชาวลาวที่สูงวัยกว่า

ขณะที่ชาวลาวกลุ่มสูงวัย ส่วนใหญ่ยังคงแนวคิดแบบอนุรักษ์นิยม (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยด้านการควบคุมสื่อลามก เท่ากับ 4.8) และความมั่งคั่งในการใช้ชีวิตเป็นสาระสำคัญ (ค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยเท่ากับ 4.9) แสดงให้เห็นการเปิดรับการเปลี่ยนแปลงของโลกด้วยมุมมองที่แคบกว่ากลุ่มชาวลาวอายุน้อย

2.9.2 ความแตกต่างระหว่างเพศ

แผนภูมิภาพที่ 2.17 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติ และอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาว จำแนกตามความแตกต่างระหว่างเพศ

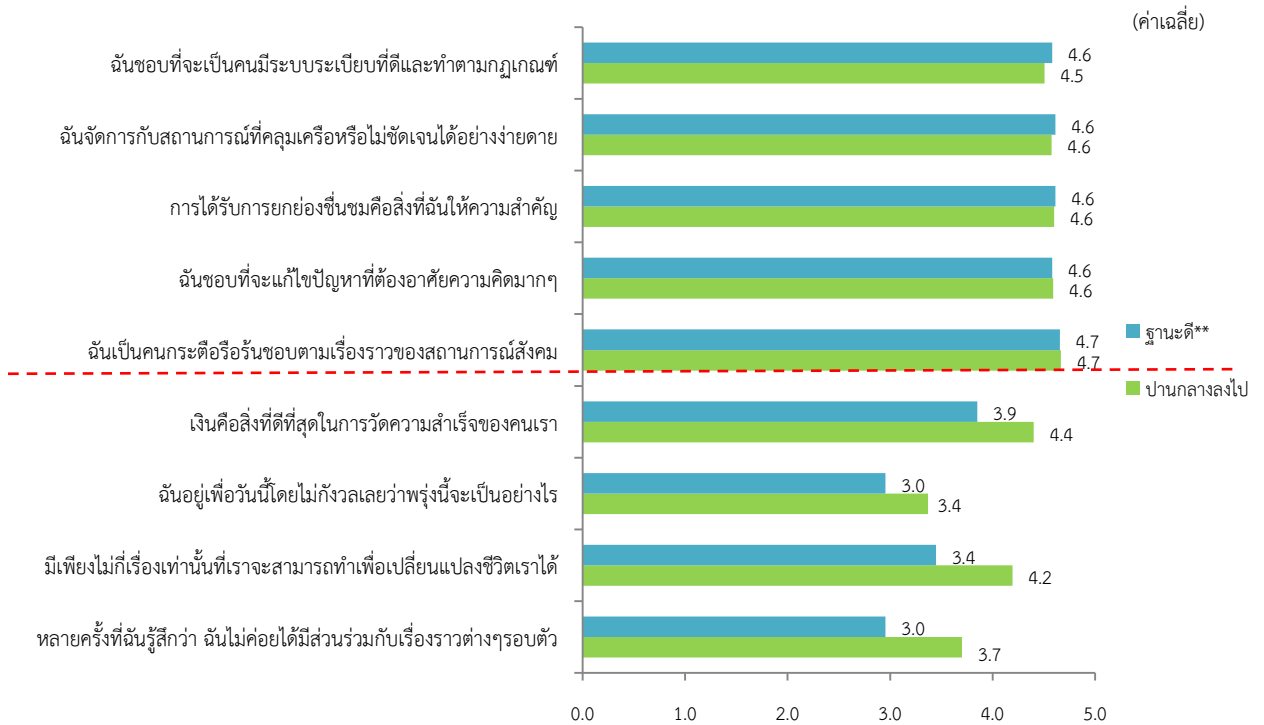


หากพิจารณาการเปิดรับการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ เห็นได้ชัดเจนว่านักท่องเที่ยวชาวลาวเพศชายมีมากกว่าเพศหญิงอยู่พอสมควร พิจารณาได้จากความเห็นต่อประเด็นการเปิดรับแนวคิดด้านแฟชั่น ความรู้สึกอยากออกไปเสี่ยงแสวงโชค และเชื่อถือในระบบวัตถุนิยม (ค่าเฉลี่ยความเห็นต่อประเด็นดังกล่าวของชาวลาวเพศชายมีสูงกว่าเพศหญิง หรือเท่ากับ 4.3, 3.8 และ 4.4 ตามลำดับ)

ขณะที่นักท่องเที่ยวเพศหญิงยังคงยึดมั่นอยู่กับแนวคิดอนุรักษ์นิยม และดำเนินชีวิตอย่างระแวดระวังมากกว่านักท่องเที่ยวชาวลาวเพศชาย เห็นได้จากความเห็นต่อประเด็นการดำรงชีวิตอย่างมัลติสท์ การยอมรับสภาพ ณ ปัจจุบัน และความเห็นต่อแนวคิดเดิม ทั้งเรื่องความสมบูรณ์ของครอบครัว และการสื่อลามก มีค่าเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวลาวเพศชายอยู่พอสมควร (ค่าเฉลี่ยความเห็นต่อประเด็นดังกล่าวของชาวลาวเพศชายมีสูงกว่าเพศหญิง หรือเท่ากับ 4.9, 4.1, 4.5 และ 4.6 ตามลำดับ)

2.9.3 ความแตกต่างของชนชั้น พิจารณาจากรายได้ครัวเรือน

แผนภูมิภาพที่ 2.18 แสดงค่าเฉลี่ยความเห็นด้วยในทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิตของชาวลาวจำแนกตามความแตกต่างของชน



เมื่อเปรียบเทียบอุปนิสัยของชาวลาวระหว่างกลุ่มที่มีเศรษฐกิจฐานดี กับกลุ่มที่มีระดับรายได้ครัวเรือนเพียงระดับปานกลางลงไป ในภาพรวมพบว่าไม่มีความแตกต่างกันมากนัก เว้นเฉพาะความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวลาวที่มีฐานะทั่วไป มีทิศทางที่แสดงถึงความเห็น้อยลงในกาดำรงชีวิต และยังคงให้ความสำคัญกับการใช้ร่างกายแสวงหาวัตถุ เงินทอง มากกว่าการใช้ความคิดค้นหาแนวทางใหม่ๆ (เห็นได้จากความเห็นต่อประเด็น การมีส่วนร่วมเกี่ยวกับเรื่องราวรอบตัว ความกระตือรือร้นในการเปลี่ยนแปลง ยอมรับสภาพแวดล้อมแบบเดิมๆ ยึดมั่นเงินทองเพื่อความสำเร็จ ของนักท่องเที่ยวชาวลาวฐานะทั่วไป มีสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวลาวฐานะดีค่อนข้างมาก หรือเท่ากับ 3.7, 4.2, 3.4 และ 4.4 ตามลำดับ)

บทที่ 3 ทักษะ และมุมมองต่อประเทศไทย และประเทศท่องเที่ยวอื่นๆ

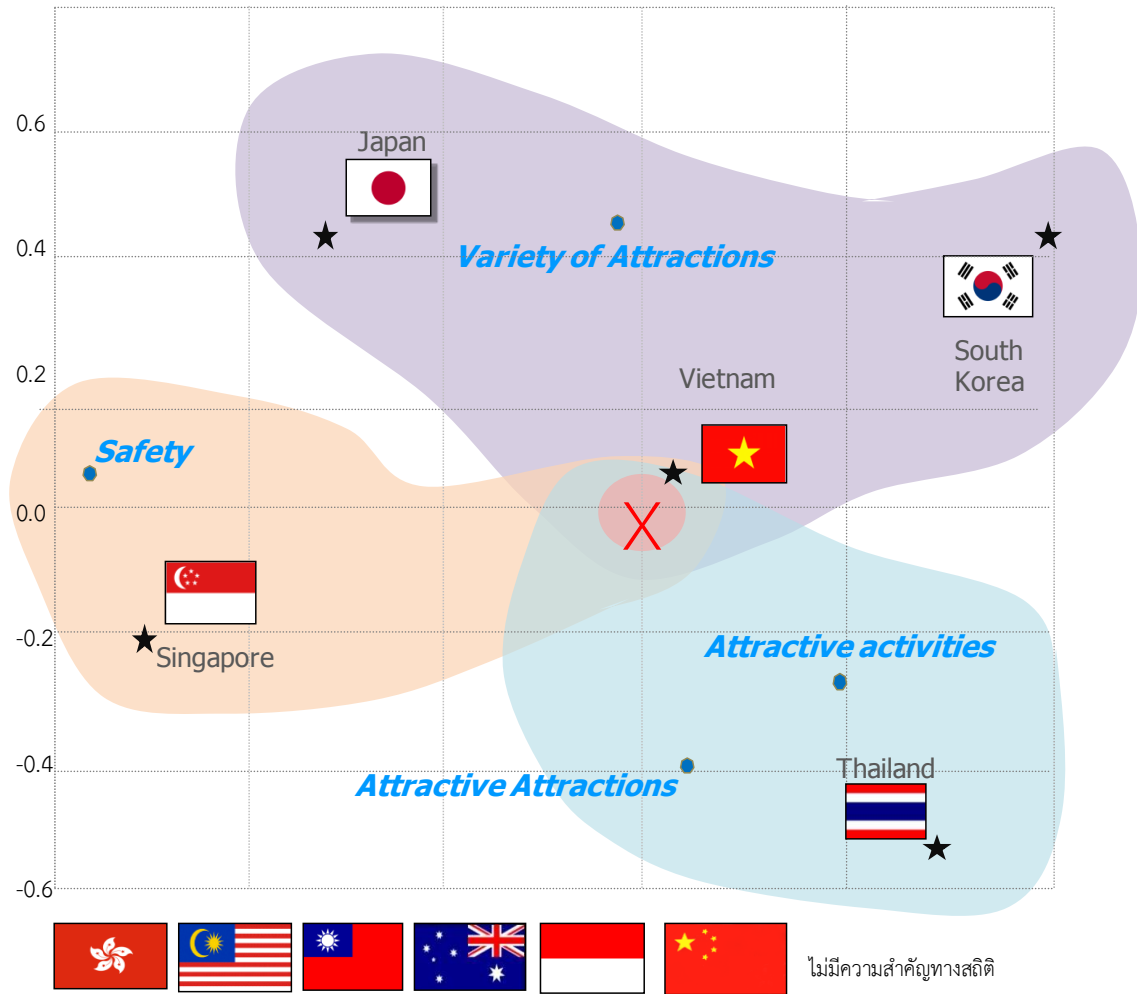
3.1 ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยว

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

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

3.1.1 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม

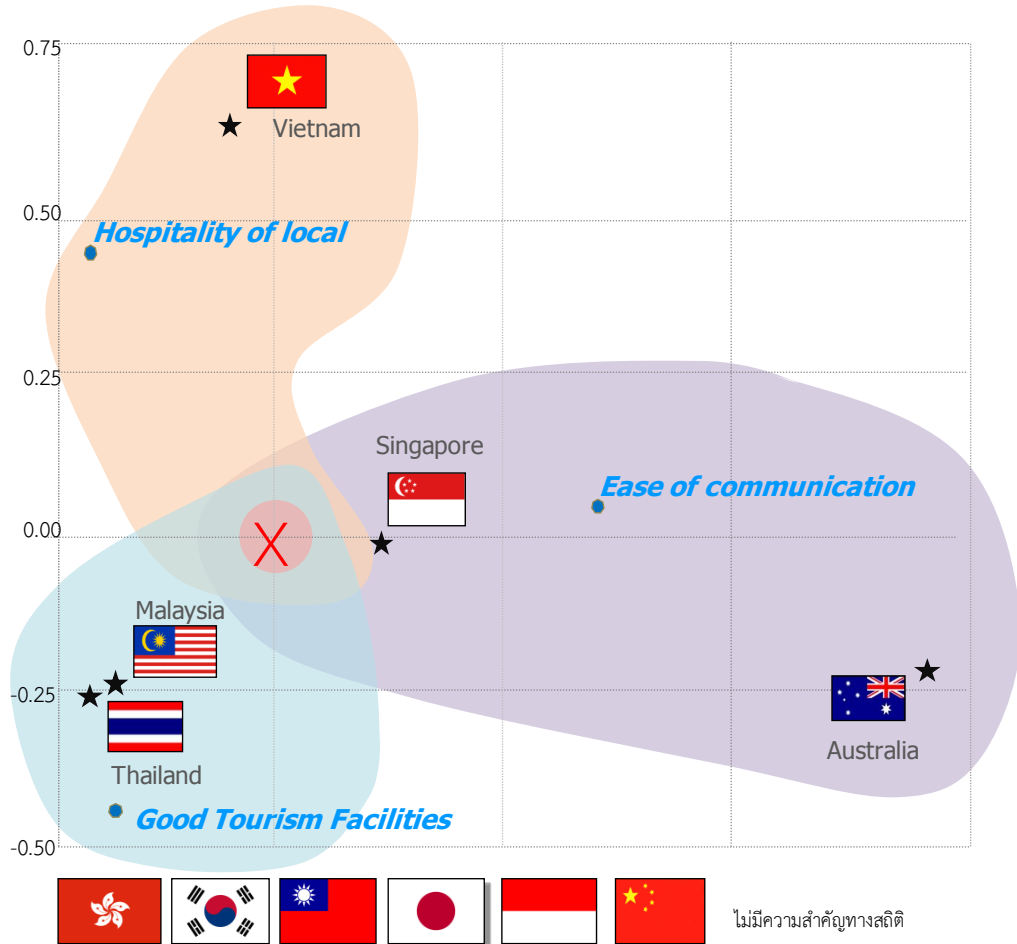
แผนภูมิภาพที่ 3.1 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรม



ภาพลักษณ์ด้าน “ความน่าดึงดูดใจ” ของแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมระหว่างการท่องเที่ยว (Attractive attractions & Attractive activities) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาว ได้แก่ ประเทศไทย ทว่าสำหรับภาพลักษณ์ด้าน “ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว” (Variety of attractions) ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวลาวในสัดส่วนไม่น้อยกลับเห็นว่าประเทศท่องเที่ยวด้านเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ อันได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น หรือเกาหลีใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายกว่า รวมถึงบางส่วนที่นักท่องเที่ยวเวียดนามด้วยในประเด็นนี้ ส่วนสำหรับภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยนั้น (Safety) นักท่องเที่ยวชาวลาวส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าประเทศสิงคโปร์ มีความโดดเด่นมากกว่าประเทศอื่นๆ

3.1.2 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้าน และการสื่อสาร

แผนภูมิภาพที่ 3.2 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับอัยาศัยเจ้าบ้าน และการสื่อสาร

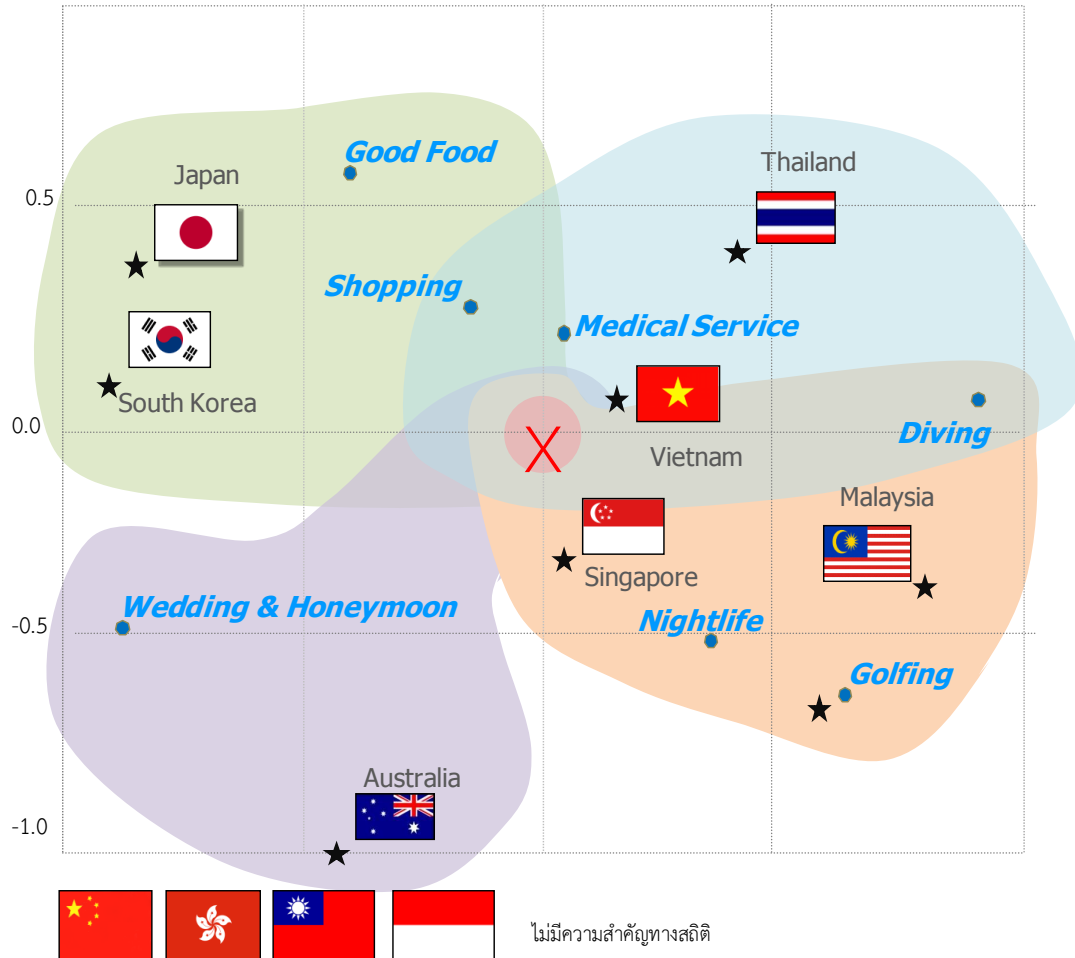


มุมมองด้านการสื่อสารระหว่างการท่องเที่ยว มีความคล่องตัว สามารถเข้าใจได้ง่าย (Ease of communication) ตามความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวลาว ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และออสเตรเลีย ขณะที่ประเด็นด้านความสะดวก และความพร้อมขององค์ประกอบเพื่อสนับสนุนความสะดวกสบาย (Good tourism facilities) นักท่องเที่ยวชาวลาวเห็นว่า ประเทศไทยและมาเลเซีย มีความโดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ

แต่สาระที่น่าสนใจได้แก่ประเด็น “ภาพลักษณ์ด้านความเป็นมิตรของชนท้องถิ่นที่เป็นเจ้าบ้าน” (Hospitality of local) (หมายเหตุผู้วิจัย: ซึ่งเป็นมิติที่โดดเด่นที่สุดมิติหนึ่งของประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และหลากหลายชาติ) นักท่องเที่ยวชาวลาวกลับเห็นว่าประเทศเวียดนามมีองค์ประกอบด้านนี้สูงกว่าประเทศอื่นๆ

3.1.3 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ

แผนภูมิภาพที่ 3.3 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับกิจกรรมท่องเที่ยวยอดนิยมประเภทต่างๆ

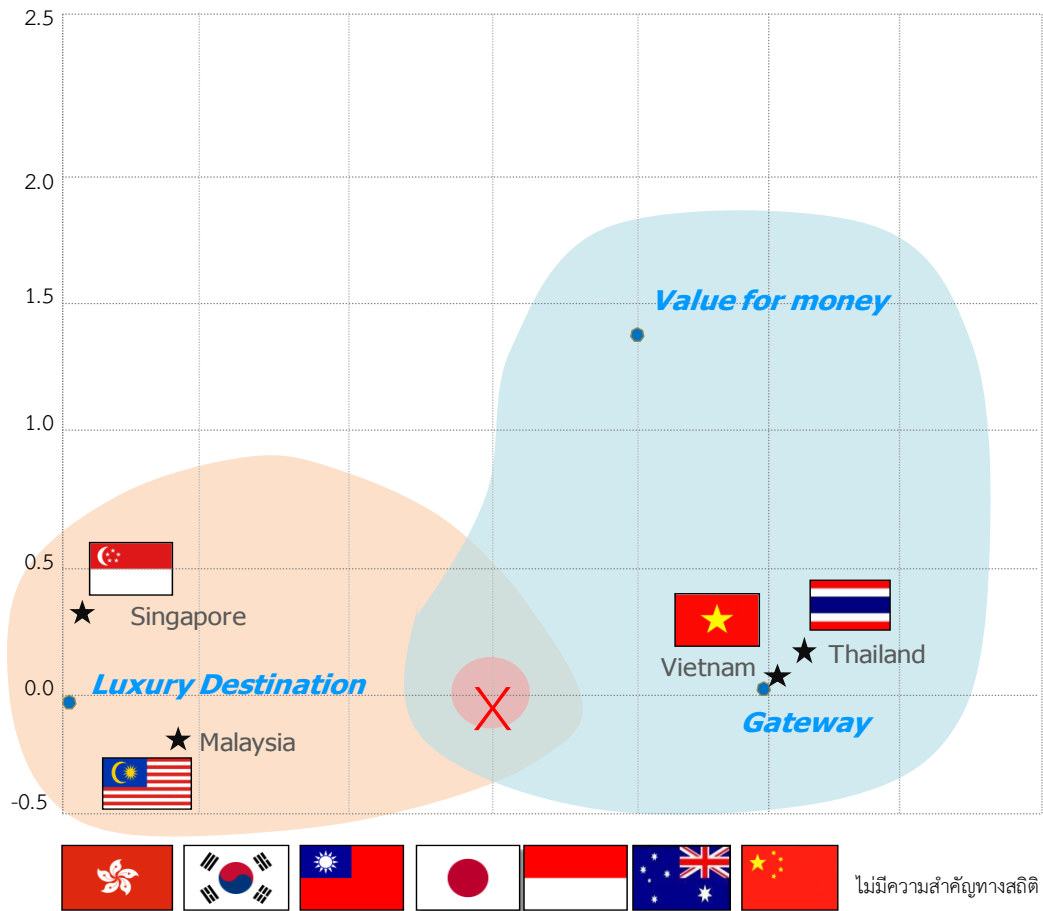


ในทัศนะของนักท่องเที่ยวชาวลาส่วนใหญ่ เห็นว่าประเทศออสเตรเลียเด่นด้าน กิจกรรมการแต่งงาน อันนิมูน (Wedding & honeymoon) ขณะที่กิจกรรมกอล์ฟ (Golf) และแสงสียามค่ำคืน (Nightlife) ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย

มุมมองต่อประเด็น ภาพลักษณ์ที่โดดเด่นด้านการช้อปปิ้ง (Shopping) และอาหาร (Good food) นักท่องเที่ยวชาวลาส่วนใหญ่ เห็นว่า ได้แก่ ประเทศเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ขณะที่ประเทศไทยได้รับ ภาพลักษณ์ที่ดีด้านกิจกรรมดำน้ำ (Diving) ช้อปปิ้ง (Shopping) และการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ (Medical services) ซึ่งในประเด็นหลังนี้ นักท่องเที่ยวชาวลาส่วนหนึ่งเห็นว่าประเทศเวียดนามก็มีชื่อเสียงที่ดีด้วย เช่นเดียวกัน

3.1.4 ภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ

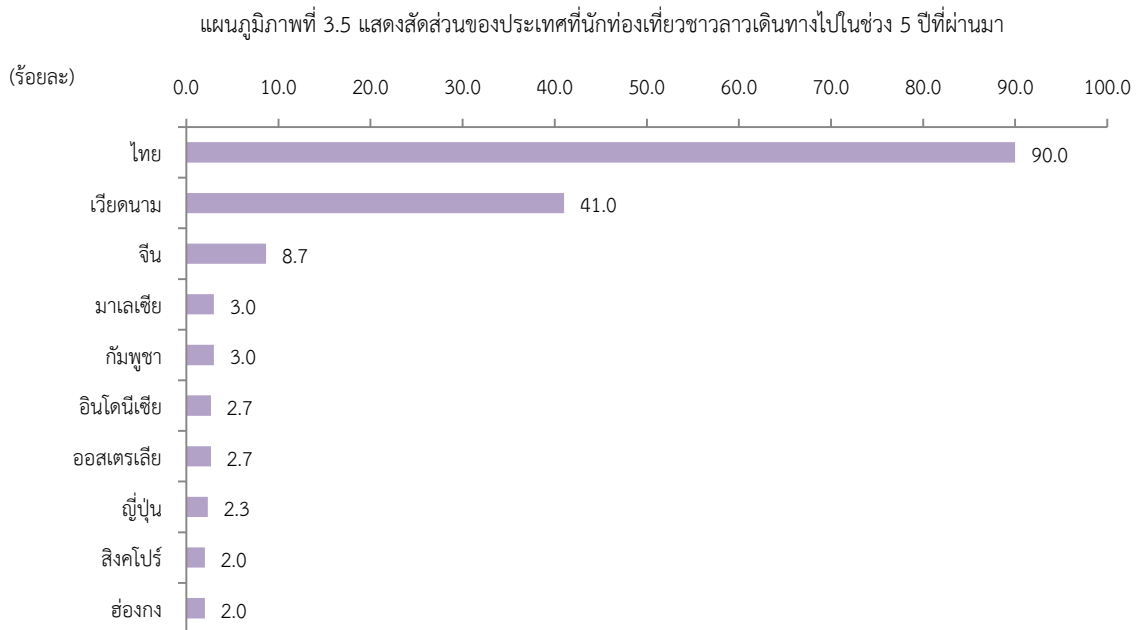
แผนภูมิภาพที่ 3.4 แสดงภาพลักษณ์ด้านที่เกี่ยวกับคุณลักษณะมหภาคของประเทศ



นักท่องเที่ยวชาวลาวเห็นว่าประเทศที่สามารถใช้เป็นจุดศูนย์กลางสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว (เชื่อมต่อไปประเทศอื่นๆ ทั่วโลก) (Gateway) ได้แก่ ประเทศไทย และเวียดนาม รวมถึงมุมมองด้าน “ความคุ้มค่า” (value for money) ที่ทั้งประเทศไทย และเวียดนาม ต่างก็มีภาพลักษณ์ที่ดีด้านนี้มากกว่าประเทศอื่นๆ ขณะที่ภาพลักษณ์ด้าน “ความหรูหรา” (Luxury destination) นักท่องเที่ยวชาวลาว กลับเห็นว่าประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซีย โดดเด่นกว่าประเทศอื่นๆ

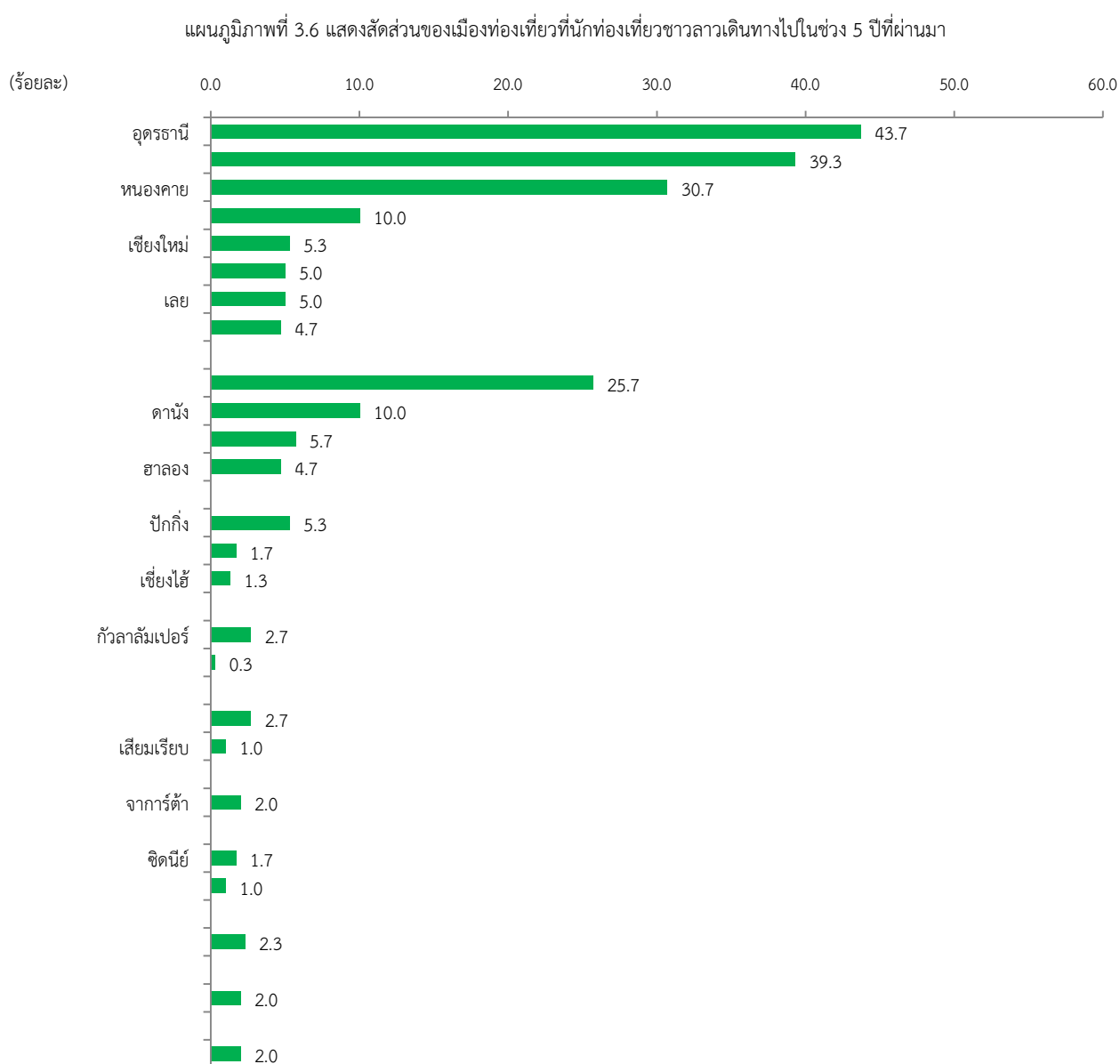
3.2 ประเทศและเมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

ดังที่กล่าวแล้วว่าชาวลาวเพียงประมาณร้อยละ 4.6 ได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา โดย 10 ประเทศแรกที่นักท่องเที่ยวชาวลาวมีโอกาสไปเยือนมา ได้แก่ ประเทศไทย เวียดนาม จีน มาเลเซีย กัมพูชา อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น สิงคโปร์ และฮ่องกง ตามลำดับ (หมายเหตุ: ไม่เกี่ยวข้องกับความถี่ในการเดินทาง และช่วงเวลาที่เคยมีประสบการณ์นั้น)



โดยหากพิจารณาในรายละเอียดแล้ว พบได้ว่าการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวลาวส่วนใหญ่ กระจุกตัวอยู่เฉพาะประเทศที่มีพรมแดนติดกัน โดยเฉพาะประเทศไทย และเวียดนาม (คิดเป็นร้อยละ 90.0 และร้อยละ 41.0 ของนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เคยเดินทางต่างประเทศ) ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวลาวในสัดส่วนไม่มากที่มีโอกาสเดินทางท่องเที่ยวประเทศไกลๆ อย่างเช่น ญี่ปุ่น สิงคโปร์ หรือ ฮ่องกง (ร้อยละ 2.3 ร้อยละ 2.0 และร้อยละ 2.0 ตามลำดับ)

3.2.1 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยม

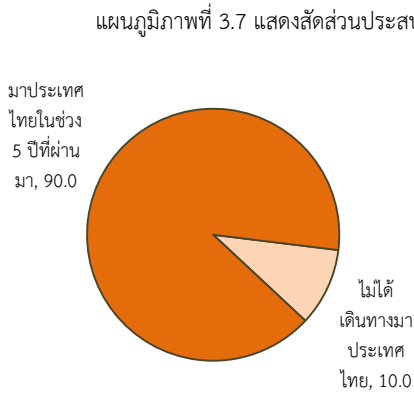


เมื่อพิจารณาประเทศท่องเที่ยวแล้ว สำหรับรายละเอียดเมืองท่องเที่ยวที่ชาวลาเวเดินทางแวะเยี่ยมเยียนในแต่ละประเทศ (ไม่เกี่ยวกับความถี่ในการเดินทาง และสามารถพิจารณารายละเอียดเมืองอื่นๆ ได้จากรายการที่ 9 ภาคผนวก-ก) เห็นได้ว่าเมืองหรือจังหวัดในประเทศไทยจะ ได้รับความนิยมในการเดินทางจากนักท่องเที่ยวชาวลาเวในสัดส่วนที่สูง ได้แก่ อุดรธานี (ประสบการณ์ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาร้อยละ 43.7) หนองคาย ร้อยละ 39.3 หนองคาย ร้อยละ 30.7 พัทธยา ร้อยละ 10.0 และเชียงใหม่ ร้อยละ 5.3 เป็นต้น

ขณะเดียวกันก็มีนักท่องเที่ยวชาวลาเวบางส่วนที่เดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองอื่นๆ ของประเทศเวียดนาม ซึ่งได้แก่ ฮานอย ร้อยละ 25.7 ดานัง ร้อยละ 10.0 วินส์ ร้อยละ 5.7 และฮาลอง ร้อยละ 4.7 เป็นต้น

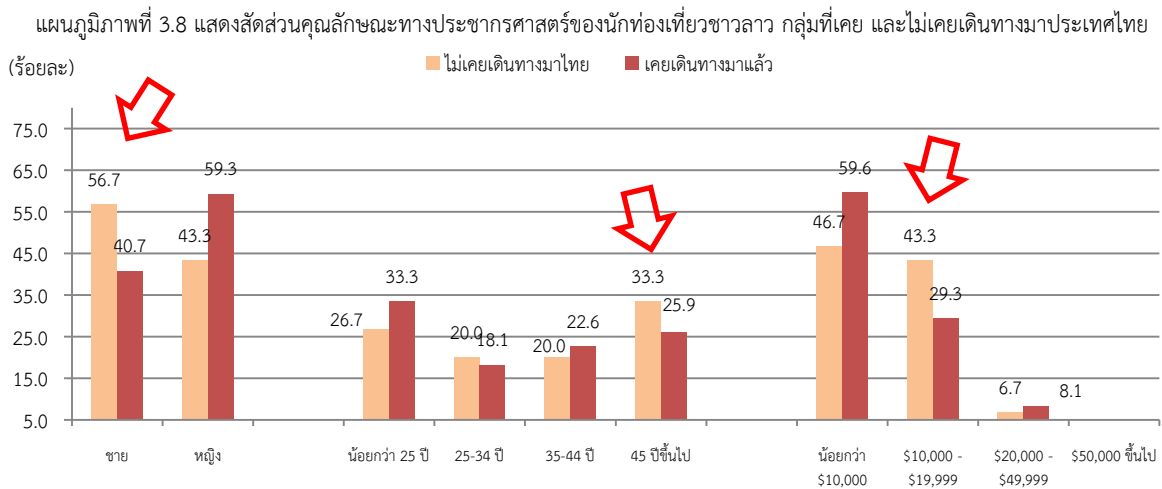
นอกจากเมืองท่องเที่ยวของประเทศไทย และเวียดนามแล้ว เมืองในประเทศอื่นๆที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวลาว ที่โดดเด่น ได้แก่ กรุงปักกิ่ง ประเทศจีน ร้อยละ 5.3 พนมเปญ ประเทศกัมพูชา กัวลาลัมเปอร์ ประเทศมาเลเซีย (ร้อยละ 2.7 และ ร้อยละ 2.7) เป็นต้น

3.3 ประสบการณ์เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย



ดังที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนที่ผ่านมา ว่าในจำนวนนักท่องเที่ยวชาวลาวประมาณ 3 แสนรายนั้น การศึกษาพบว่าเคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว ในสัดส่วนถึงร้อยละ 90.0 มีนักท่องเที่ยวชาวลาวเพียงร้อยละ 10 (ประมาณ 3 หมื่นคน) ที่เคยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศอื่นมาแล้ว แต่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

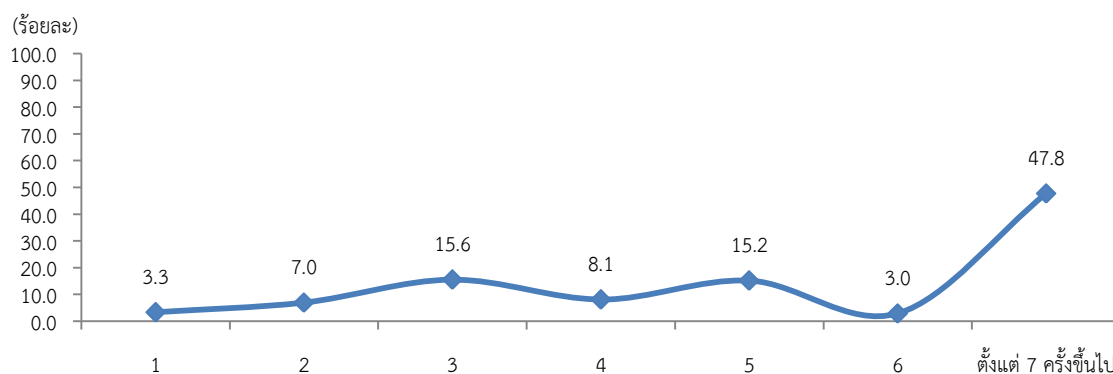
3.3.1 เปรียบเทียบคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ ของนักท่องเที่ยวชาวลาว กลุ่มที่เคย และไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย



จากแผนภูมิภาพด้านบน เห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาว ที่ยังไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยมีแนวโน้มเป็นเพศชายที่อายุ 45 ปีขึ้นไป และมีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลาง พิจารณาจากรายได้ครัวเรือนอยู่ในเกณฑ์ที่ดี (ส่วนใหญ่ประมาณ \$10,000-\$19,999 ต่อปี)

3.3.2 ความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มที่เคยเดินทาง

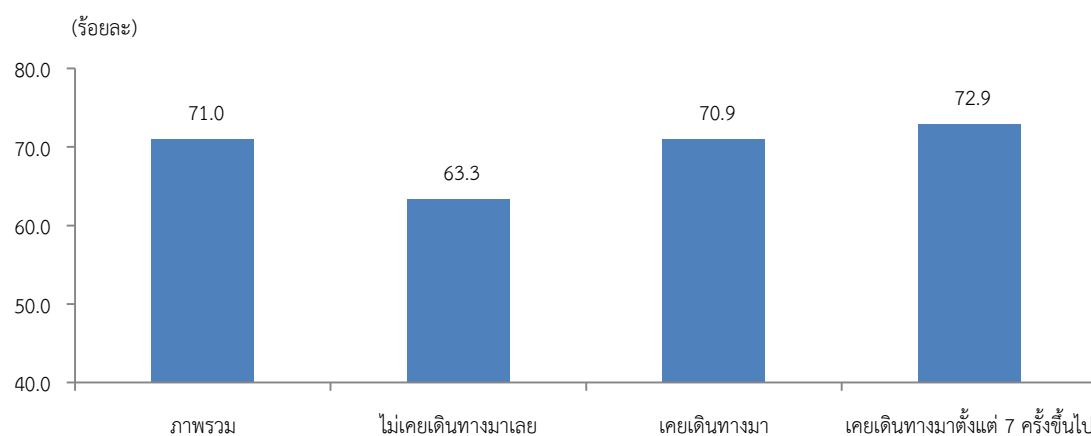
แผนภูมิภาพที่ 3.9 แสดงสัดส่วนความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา



เป็นที่น่าสนใจว่านักท่องเที่ยวชาวลาวที่ได้เดินทางมาประเทศไทยแล้วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยบ่อยมาก โดยสัดส่วนประสบการณ์เดินทางด้วยความถี่ตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 47.8 (แตกต่างกับประสบการณ์ต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวอาเซียนอื่นๆ ค่อนข้างมาก) และในทิศทางกลับกัน ก็มีนักท่องเที่ยวชาวลาวเพียงร้อยละ 3.3 ที่เคยเดินทางมาประเทศไทยเพียงครั้งเดียว

3.3.3 แผนการเดินทางเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า

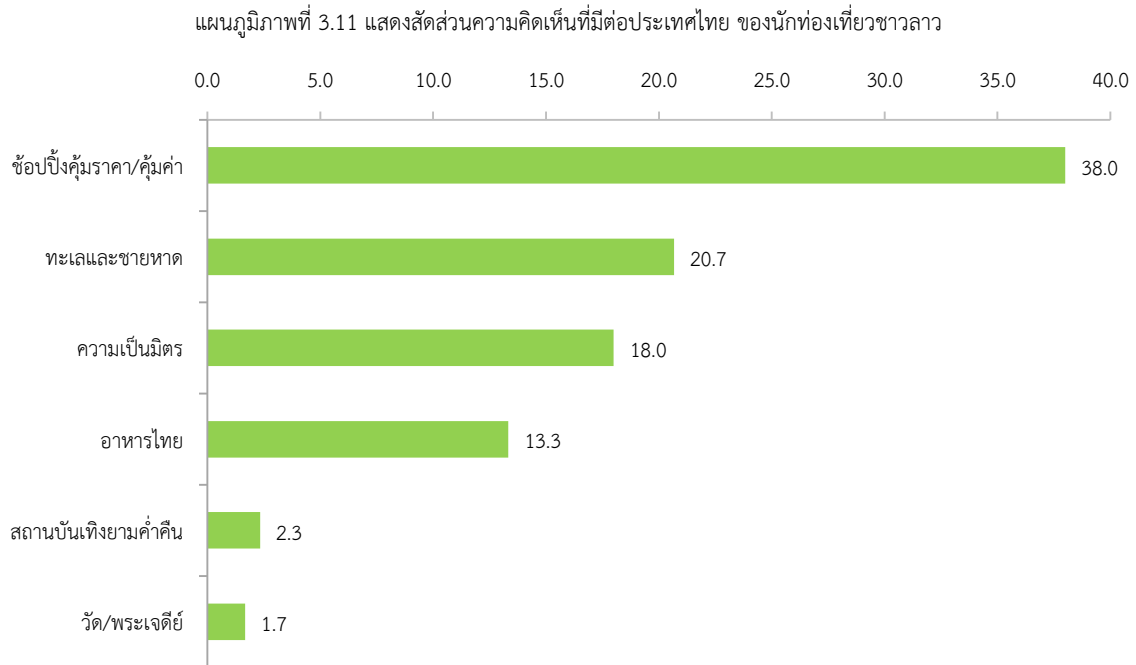
แผนภูมิภาพที่ 3.10 แสดงสัดส่วนแผนการเดินทางมาเยือนประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า ของนักท่องเที่ยวชาวลาว



ในภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวลาวส่วนใหญ่ (คิด) อยากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีสัดส่วนร้อยละ 71.0 ที่วางแผนไว้ว่า (อาจจะ) เดินทางมาเยือนไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อย่างไรก็ตาม หากนำกลุ่มที่มีประสบการณ์ต่างๆ ต่อประเทศไทยมาเปรียบเทียบสัดส่วน (ความต้องการ) เดินทางมาเยือนไทยดังกล่าว พบสาระที่น่าสนใจว่า กลุ่มที่มีประสบการณ์เดินทางมาประเทศไทยแล้ว ส่วนใหญ่ก็ยังคงมีแผนที่จะเดินทางกลับมาเยือนอีกครั้ง (กลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วตั้งแต่ 7 ครั้งขึ้นไป มีสัดส่วนร้อยละ 72.9 กลุ่มที่เคยเดินทางมาน้อยกว่า 7 ครั้งมีสัดส่วนแผนการเดินทางอีก ร้อยละ 70.9) ในขณะที่กลุ่มที่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทยเลย กลับมีแผนจะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วง 2-3 ปีข้างหน้า อยู่ที่เพียงร้อยละ 63.3

3.4 ประเทศไทย ในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวลาว

การศึกษาได้สอบวัดมุมมองต่อประเทศไทย โดยการสอบถามด้วยคำถามปลายเปิดว่า หากกล่าวถึงประเทศไทย สิ่งใดหรือปรากฏการณ์ใดที่พวกนึกถึงเป็นประการแรก

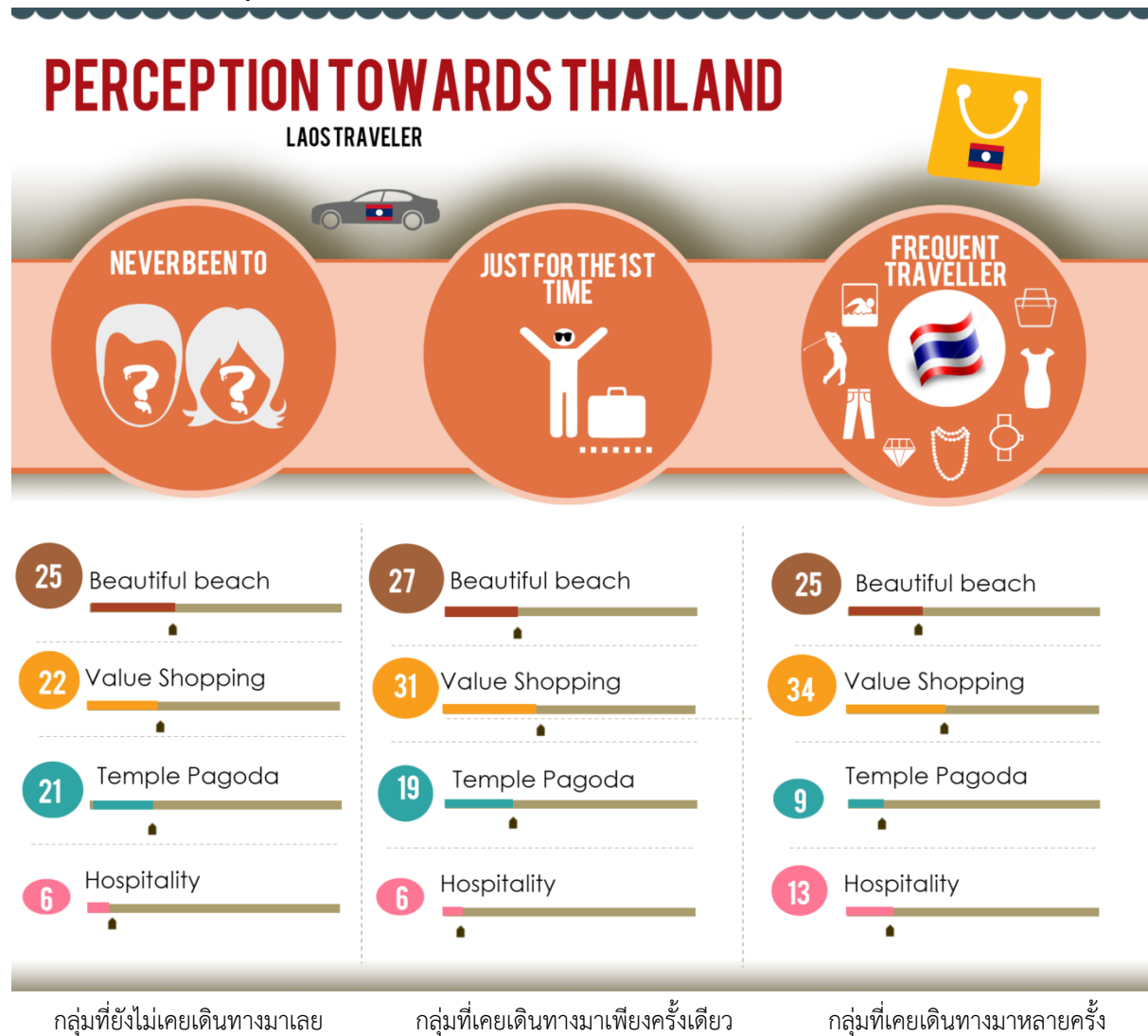


พบว่า “ภาพจำ” ของประเทศไทยต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาว ที่โดดเด่นเหนือกว่าภาพอื่นๆ ได้แก่ ภาพการช้อปปิ้งที่ร้านค้า ร้านค้า (ร้อยละ 38.0) รองลงมา ได้แก่ ภาพทะเล และชายหาด (ร้อยละ 20.7) ภาพความเป็นมิตรของคนไทยที่เป็นเจ้าบ้าน (ร้อยละ 18.0) ภาพอาหารไทย (ร้อยละ 13.3) ภาพแสงสีบันเทิงยามค่ำคืน (ร้อยละ 2.3) และภาพวัดหรือเจดีย์ (ร้อยละ 1.7) ตามลำดับ

3.4.1 ภาพจำของประเทศไทย เปรียบเทียบตามประสบการณ์ที่แตกต่าง

อย่างไรก็ตามเนื่องจากภาพจำของประเทศไทยต่อนักท่องเที่ยวชาวลาว เป็นประเด็นที่สำคัญมาก และย่อมส่งผลต่อแผนการตลาด เฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาวในส่วนถัดไป ดังนั้นเพื่อค้นหา “แรงจูงใจ” ผ่านมิติของภาพจำประเทศ (ซึ่งย่อมส่งผลต่อชุดข้อมูลสำหรับการตัดสินใจเดินทางในอนาคต) จึงนำกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาวที่มีประสบการณ์ต่อประเทศไทยอย่างแตกต่าง มาเปรียบเทียบภาพจำของประเทศไทยในมุมมองต่างๆ ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 3.12 แสดงภาพจำที่โดดเด่นของชาวลาวที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทย



แผนภูมิภาพด้านบนสื่อได้ถึงภาพจำที่โดดเด่นของชาวลาวที่มีต่อภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ ภาพจำด้านชายหาดแสนสวย การช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า และภาพจำเกี่ยวกับเจดีย์หรือโบสถ์ โดยภาพจำเหล่านี้มีการเคลื่อนไหวเปลี่ยนแปลงตามประสบการณ์ที่ได้เดินทางมาประเทศไทย

ขณะที่ภาพจำด้านสถาปัตยกรรมทางศาสนา เจดีย์ และโบสถ์เริ่มลบเลือนตามประสบการณ์ในประเทศไทย (เห็นได้จากสัดส่วนภาพจำด้าน เจดีย์ และโบสถ์ เท่ากับร้อยละ 21 ในกลุ่มคนที่ยังไม่เคยเดินทางมา เป็นร้อยละ 19 ในกลุ่มที่มาครั้งแรก และลดลงเหลือเพียง ร้อยละ 9 ในกลุ่มที่เดินทางมาไทยแล้วหลายครั้ง) หรือภาพจำด้านทะเลชายหาดที่ไม่มีความสัมพันธ์กับประสบการณ์ (สัดส่วนภาพจำด้านทะเลชายหาดแสนสวย ประมาณเท่ากับร้อยละ 25-27 ในทุกกลุ่มประสบการณ์) แต่ภาพจำด้านกิจกรรมช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า กลับเพิ่มขึ้นตามประสบการณ์ต่อประเทศไทย (เห็นได้จากสัดส่วนภาพจำด้าน การช้อปปิ้งที่แสนคุ้มค่า เท่ากับร้อยละ 22 ในกลุ่มคนที่ยังไม่เคยเดินทางมา เพิ่มเป็นร้อยละ 31 ในกลุ่มที่มาครั้งแรก และร้อยละ 34 ในกลุ่มที่เดินทางมาไทยแล้วหลายครั้ง ตามลำดับ)

นอกจากนี้ ยังมีประเด็นด้าน “อัยาศัยไมตรี ของคนไทยเจ้าบ้าน” ที่สร้างความประทับใจ และถูกจดจำ ในสัดส่วนที่สูงขึ้นตามประสบการณ์ที่ได้มาสัมผัสจริงเห็นได้จากสัดส่วนภาพจำด้านอัยาศัยไมตรี ของคนไทยเจ้าบ้าน เท่ากับร้อยละ 6 ในกลุ่มคนที่ยังไม่เคยเดินทางมา หรือเคยมาครั้งแรกๆ ปรับเพิ่มเป็นร้อยละ 3 ในกลุ่มที่เดินทางมาไทยแล้วหลายครั้ง)

(หมายเหตุผู้วิจัย ภาพจำด้านการช้อปปิ้ง และการต้อนรับที่เต็มไปด้วย อัยาศัยไมตรีของเจ้าบ้านคนไทย อาจสามารถใช้เป็นจุดขายที่สอดคล้อง กับกลยุทธ์การช่วยสร้างเสริม “ภาพลักษณ์” ของประเทศไทยให้ดียิ่งๆ ขึ้นในมุมมองของนักท่องเที่ยวชาวลาวอย่างได้ผล)

บทที่ 4 การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว (Tourists Segmentation)

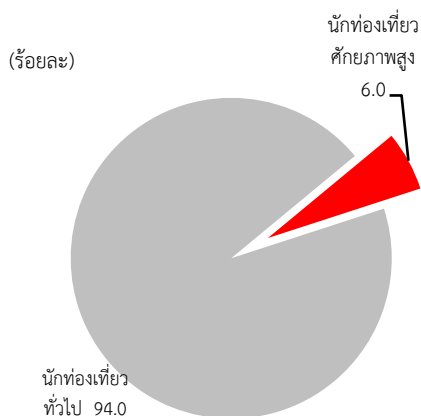
วัตถุประสงค์หลักประการหนึ่งของการศึกษารั้งนี้ก็คือเพื่อค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” (High Potential Traveler) ในพื้นที่กลุ่มประเทศอาเซียน รวมถึงประเทศลาว ทั้งในมิติของพื้นฐานด้านกายภาพ และพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา โดยในการพิจารณา “ค้ำจำกัดความ” ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้นั้น ผูกอยู่กับ “ศักยภาพในการใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว” (Spending power) เป็นสำคัญ

การจัดแบ่งกลุ่มคนในสังคมออกเป็นสัดส่วน (Segmentation) ถูกนำมาใช้เพื่อการจัดวางกลยุทธ์ทางการตลาดในหลายมิติ โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็เป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีการนำเอาความรู้ด้าน การตลาดในลักษณะนี้มาประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลาย ข้อมูลเบื้องต้นจากการศึกษาเอกสารระบุว่า การจัดแบ่งกลุ่มคนโดยใช้ “ศักยภาพในการใช้จ่าย” หลักเคียงไม่พื้นที่ต้องพิจารณา “บุคคล” จากระดับเศรษฐกิจฐานะเปรียบเทียบทางสังคม (Social Economic Status) แปลความหมายได้ว่า เส้นแบ่งขีดความจนและความรวยจะมีบทบาทอย่างสำคัญในการกำหนด หรือพิจารณาสมมติฐานต่างๆสำหรับคนกลุ่มนี้

ข้อมูลที่กล่าวมาแล้วทั้งหมดนั้น เมื่อผูกโยงเข้าสู่สมมติฐานเบื้องต้นสำหรับการค้นหา “นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง” โดยใช้ “มูลค่าการใช้จ่ายระหว่างการท่องเที่ยว” เป็นแกนกลาง ผสมผสานกับปัจจัยทางจิตวิทยา ด้านรสนิยม หรือกล่าวโดยสรุปได้ว่าการวิเคราะห์ผลการศึกษานี้จะใช้องค์ประกอบทั้งด้าน “ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก” “ศักยภาพการใช้จ่าย” และ “รสนิยม” ผ่านทัศนคติและอุปนิสัยในการดำรงชีวิต (Y&R 4Cs Statements) นั้น สามารถใช้อธิบายคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาวได้อย่างครอบคลุมครบถ้วน

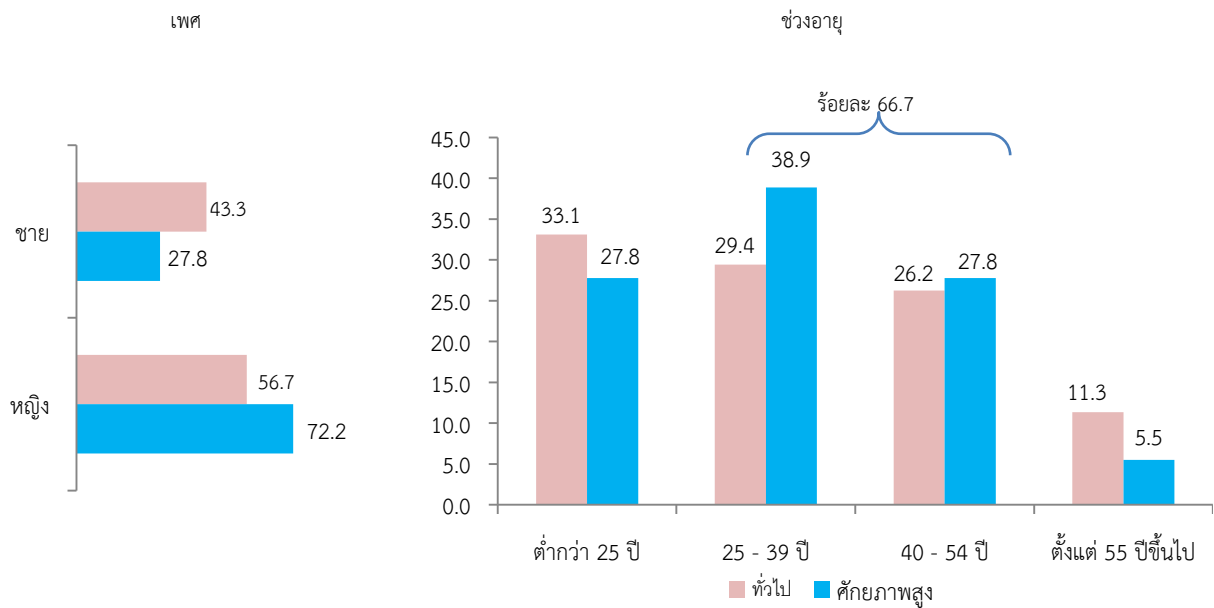
4.1 ประเภทและสัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวลาว

แผนภูมิภาพที่ 4.1 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวทั่วไปและกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว



ผลการวิเคราะห์สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวชาวลาว ออกเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มแรก ได้แก่ นักท่องเที่ยวทั่วไป พบสัดส่วนร้อยละ 94.0 ส่วนที่เหลือ ร้อยละ 6.0 เป็นนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง เพื่อทำความเข้าใจคุณลักษณะโดยทั่วไปให้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น จึงแสดงผลการวิเคราะห์สัดส่วนทางประชากรศาสตร์เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม ดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 4.2 แสดงสัดส่วนเพศ และช่วงอายุ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว

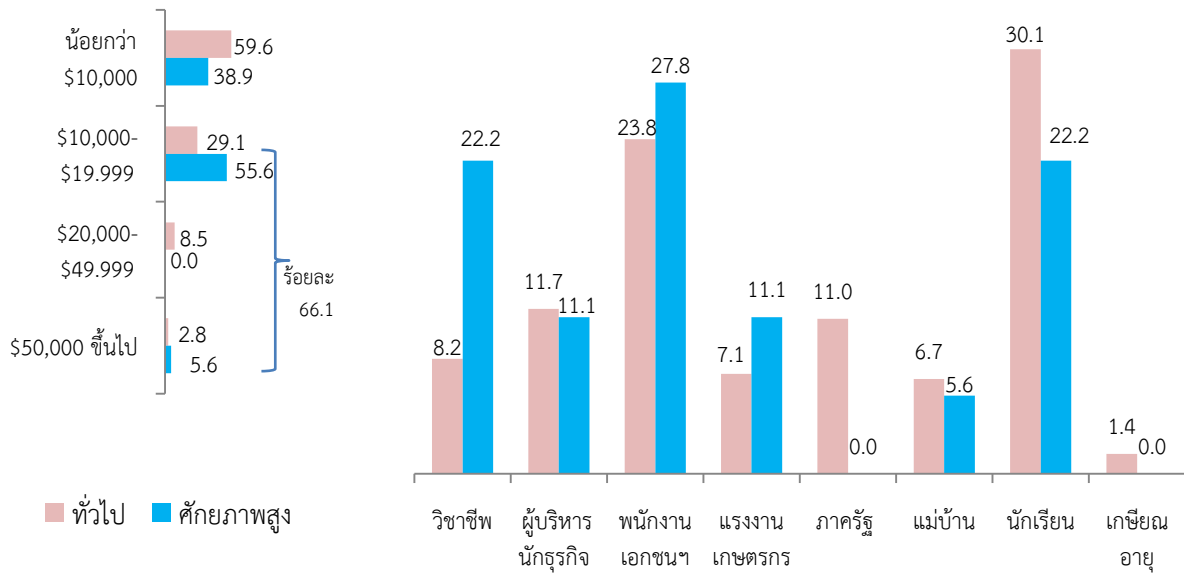


เมื่อเปรียบเทียบภูมิหลังทางด้านประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาวกับนักท่องเที่ยวทั่วไป พบว่านักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวลาว มีแนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายอยู่บ้าง (กลุ่มศักยภาพสูง เพศหญิงร้อยละ 72.2 เพศชายร้อยละ 27.8 ขณะที่กลุ่มทั่วไป เป็นเพศหญิงร้อยละ 56.7 เพศชายร้อยละ 43.3) และส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนวัยทำงาน (ช่วงต้นถึงปลาย สัดส่วนอายุตั้งแต่ 25-54 ปีรวมกันเท่ากับ ร้อยละ 66.7) ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไปมีแนวโน้มเป็นกลุ่มคนอายุน้อย (น้อยกว่า 25 ปี มีสัดส่วนร้อยละ 33.1) กลุ่มหนึ่ง กับกลุ่มที่อายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไปอีกกลุ่มหนึ่ง (สัดส่วนรวมกันเท่ากับ ร้อยละ 11.3)

แผนภูมิภาพที่ 4.3 แสดงสัดส่วนรายได้เฉลี่ยครัวเรือน และกลุ่มอาชีพ เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว

รายได้เฉลี่ยครัวเรือน

กลุ่มอาชีพ

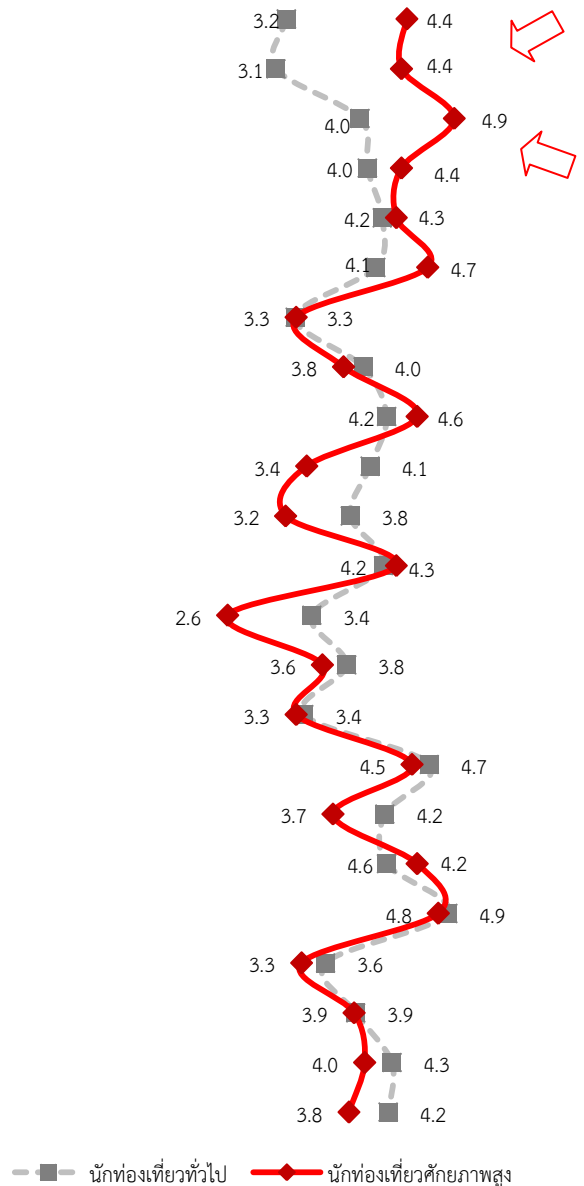


เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนอาชีพ พบว่า นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงส่วนใหญ่ เป็นพนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย (ร้อยละ 27.8) หรือผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน เช่น วิศวกร หมอ ทนายความ (ร้อยละ 22.2) รวมถึงเยาวชนที่มีพื้นฐานครอบครัวฐานะดี (ร้อยละ 22.2) แต่ประเด็นที่สำคัญที่ใช้จำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงออกจากนักท่องเที่ยวทั่วไปได้อย่างชัดเจน ได้แก่ ระดับเศรษฐกิจฐานะครอบครัว โดยพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงส่วนใหญ่มีเศรษฐกิจฐานะในระดับปานกลางขึ้นไป (รายได้ครัวเรือนเฉลี่ย ตั้งแต่ \$10,000 ต่อปีขึ้นไป รวมกันเท่ากับร้อยละ 66.1) ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ส่วนใหญ่ มีรายได้ครัวเรือนเฉลี่ยน้อยกว่า (สัดส่วนกลุ่มรายได้ปานกลางลงไป รวมกันเท่ากับ ร้อยละ 88.7)

4.2 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยที่ใช้ในการดำรงชีวิตประจำวันของนักท่องเที่ยวชาวลาว

แผนภูมิภาพที่ 4.4 เปรียบเทียบทัศนคติ และอุปนิสัยการดำรงชีวิต ของนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว

| |
|--|
| การได้รับการยกย่องชื่นชมคือสิ่งที่มีนัยสำคัญ |
| ฉันจัดการกับสถานการณ์ที่คลุมเครือหรือไม่ชัดเจนได้อย่างง่ายดาย |
| ฉันสามารถเข้าใจเรื่องที่ซับซ้อนได้โดยง่าย |
| ฉันมักจะขอหาวิธีการใหม่ๆ ในการแก้ไขปัญหาเสมอ |
| ฉันเป็นคนกระตือรือร้นชอบตามเรื่องราวของสถานการณ์สังคม |
| ฉันเป็นคนที่มีเหตุผล และเลือกที่จะทำในสิ่งที่เป็นไปได้จริง |
| ฉันชอบทำในสิ่งที่ท้าทายหรือน่าสะพรึงกลัว |
| เป็นเรื่องง่ายสำหรับฉันที่จะปรับตัวให้เข้ากับคนอื่นที่แตกต่างจากฉัน |
| ศาสนามีบทบาทสำคัญมากในชีวิตของฉัน |
| เงินคือสิ่งที่ดีที่สุดในการวัดความสำเร็จของเรา |
| ฉันชอบที่จะดูโดดเด่นท่ามกลางฝูงชน |
| ฉันชอบที่จะใช้ชีวิตอย่างปลอดภัยและเป็นไปตามกฎ |
| ฉันอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่กังวลเลยว่าพรุ่งนี้จะเป็นอย่างไร |
| ฉันชอบที่จะใช้เวลาอยู่กับบ้านเงียบๆมากกว่าการออกไปเที่ยวปาร์ตี้นอกบ้าน |
| ฉันคาดหวังเพียงเล็กน้อยกับอนาคตเท่านั้น |
| ผู้หญิงจะทำหน้าที่สมบูรณ์เมื่อเธอสามารถทำให้ครอบครัวมีความสุข |
| ฉันชอบติดตามเรื่องแฟชั่น และสไตล์การแต่งตัว |
| ฉันชอบทำกิจกรรมที่ต้องมีการจัดการอย่างเป็นระบบ |
| ฉันมักจะระมัดระวังเรื่องการใช้เงินเสมอ |
| ฉันมักจะทำตามสิ่งที่ฉันชอบโดยไม่คำนึงว่าคนอื่นจะมองฉันด้วยสายตายังไง |
| มีเพียงไม่กี่เรื่องเท่านั้นที่เราจะสามารถทำเพื่อเปลี่ยนแปลงชีวิตเราได้ |
| หลายครั้งที่ความถูกต้องขัดต่อข้อกฎหมาย |
| ฉันเป็นคนมีจินตนาการกว้างไกล |



ดังที่กล่าวไปแล้วว่าชาวลาวส่วนใหญ่มีแนวคิดอนุรักษ์นิยม และเป็นสมถะ มัธยัสถ์ ระมัดระวังเรื่องการใช้จ่าย และนิยมกิจกรรมที่มีกฎเกณฑ์เป็นระเบียบ มากกว่ากิจกรรมที่มีความเสี่ยง

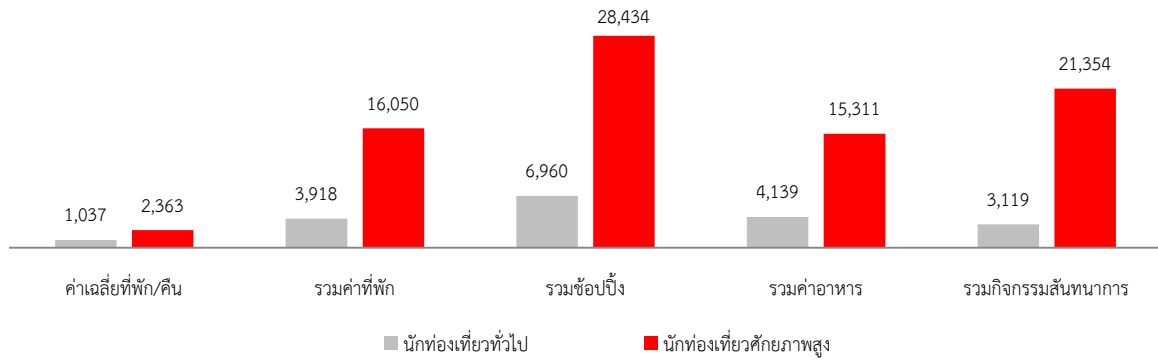
และจากแผนภูมิภาพด้านบนสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาคุณภาพสูงชาวลาว มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไปอยู่บ้าง โดยเฉพาะต่อประเด็นความต้องการแสวงหา “การยอมรับ” หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ “เกียรติและศักดิ์ศรี” ที่พวกเขาควรจะได้รับจากสังคมภายหลัง “ความสำเร็จในการต่อสู้ชีวิต” (เห็นได้จากค่าเฉลี่ยต่อทัศนคติในด้านชื่นชมการยกย่อง วิธีการจัดการอุปสรรค การทำความเข้าใจ แสวงหาแนวทางใหม่ และใช้เหตุผล มีค่าสูงเท่ากับ 4.4, 4.4, 4.9, 4.4 และ 4.7 ตามลำดับ) ดังนั้นแผนการตลาดที่มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จึงควรให้ความสำคัญกับประเด็นดังกล่าวนี้เป็นอย่างจริงจัง

ขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปชาวลาวส่วนใหญ่กลับยังคงยึดแนวคิดการอนุรักษ์นิยม มุ่งมั่นแสวงหาความสำเร็จทางวัตถุ (เห็นได้จากค่าเฉลี่ยต่อทัศนคติในด้านหน้าที่ผู้หญิง อยู่ไปวันๆ ขาดความเชื่อมั่นในอนาคต

และประเมินผลสำเร็จจากวัตถุประสงค์เงินทองเป็นหลัก มีค่าสูงกว่าอีกกลุ่มหนึ่ง หรือเท่ากับ 4.7, 3.4 และ 4.1 ตามลำดับ)

4.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายการเดินทาง

แผนภูมิภาพที่ 4.5 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศครั้งล่าสุด (บาท)



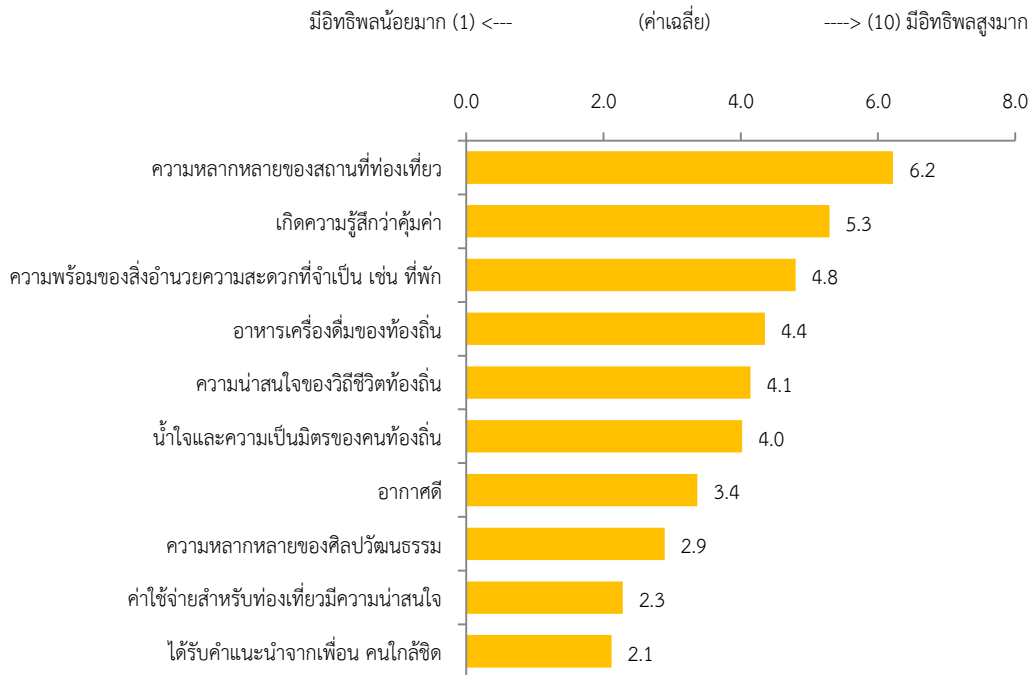
กลุ่มศึกษาระดับสูงใช้จ่ายเงินเพื่อกิจกรรมต่างๆ ระหว่างการเดินทางมากกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ในทุกหมวด และทุกประเด็น ได้แก่ ค่าข้อปลีกรวมตลอดทริป 28,434 บาท กิจกรรมสันทนาการ 21,354 บาท ค่าที่พัก 16,050 บาท อาหาร 15,311 บาท ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป ใช้จ่ายกับค่าที่พัก 3,918 บาท ข้อปลีก 6,960 บาท อาหาร 4,139 บาท และกิจกรรมสันทนาการเพียง 3,119 บาท ตามลำดับเท่านั้น

ประเด็นสำคัญที่อาจใช้จำแนกนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาระดับสูงออกจากนักท่องเที่ยวทั่วไปได้อีกประการหนึ่ง ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านที่พักเฉลี่ยต่อคืน โดยพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษาระดับสูงชาวลาวเลือกที่พักราคาประมาณ 2,363 บาทต่อคืน ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไปชาวลาว ใช้บริการที่พักราคาเฉลี่ย 1,037 บาทต่อคืนเท่านั้น ค่าเฉลี่ยมูลค่าการใช้จ่ายดังกล่าวจึงช่วยยืนยันศักยภาพในการสร้างมูลค่าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวศึกษาระดับสูงชาวลาวได้เป็นอย่างดี และแสดงถึงความจำเป็นในการทำความเข้าใจ “แรงจูงใจ” ผ่านปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเลือกเป้าหมายเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มนี้ ในบทถัดไป

บทที่ 5 ปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยว

ในบทนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยสำคัญ และปัจจัยทางการตลาด ต่อการเลือกเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว ลาว พบว่า ปัจจัยสำคัญลำดับต้นๆ ได้แก่ ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 6.2) เกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่า (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 5.3) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น เช่น ที่พัก อาหารเครื่องดื่มของท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.8 และ 4.4) และความน่าสนใจของวิถีชีวิตท้องถิ่น (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ 4.1) ตามลำดับ

แผนภูมิภาพที่ 5.1 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวลาว

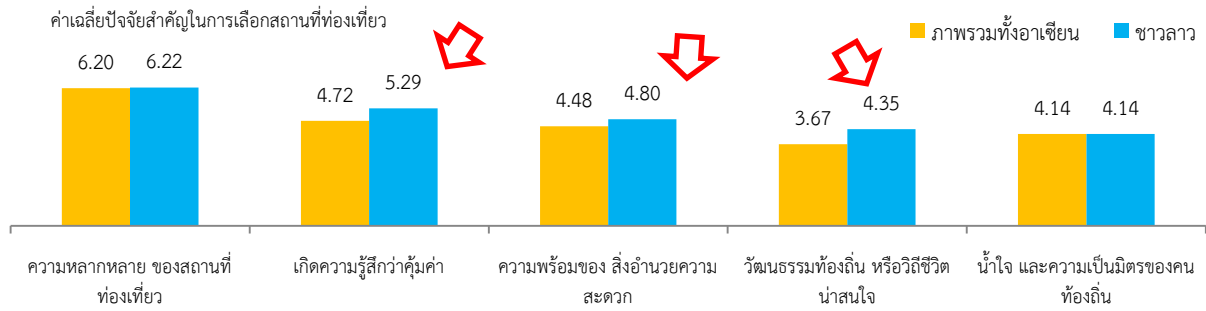


หากวิเคราะห์แผนภูมิภาพด้านบนโดยละเอียด พบว่า อาจสามารถจำแนก “อิทธิพลอย่างสำคัญ” ในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของชาวลาว เป็น 4 มุมมองหลัก ได้แก่

1. สถานที่ท่องเที่ยวนั้น ต้องมีความน่าสนใจและมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย
2. ค่าใช้จ่ายต่อความอึดอัดที่ได้รับภายหลังการเดินทาง หรือภายหลังทำกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวแล้วเห็นว่า “คุ้มค่า”
3. เดินทางสะดวกสบาย ที่พักมาตรฐาน ทำให้เกิดความเชื่อมั่นในความสะดวกสบาย และปลอดภัย
4. ปรับตัวเข้ากับอาหารการกิน ของคนท้องถิ่นได้โดยง่าย



แผนภูมิภาพที่ 5.2 แสดงค่าเฉลี่ยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว เปรียบเทียบนักท่องเที่ยวชาวลาว กับภาพรวมทั้งอาเซียน



โดยเป็นที่น่าสังเกตว่า นักท่องเที่ยวชาวลาวให้ความสำคัญกับ “ความรู้สึกถึงความคุ้มค่า” (ไม่ใช่หมายถึงราคาถูก) สูงกว่าชาติอื่นๆ (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 5.29 เปรียบเทียบกับภาพรวมที่สูงเพียง 4.72) รวมถึงปัจจัยด้าน “ความสะดวกสบาย และวัฒนธรรมท้องถิ่น” (ค่าเฉลี่ยความสำคัญ เท่ากับ 4.80 และ 4.35 เปรียบเทียบกับภาพรวมที่มีค่าเฉลี่ยเพียง 4.48 และ 3.67 ตามลำดับ)

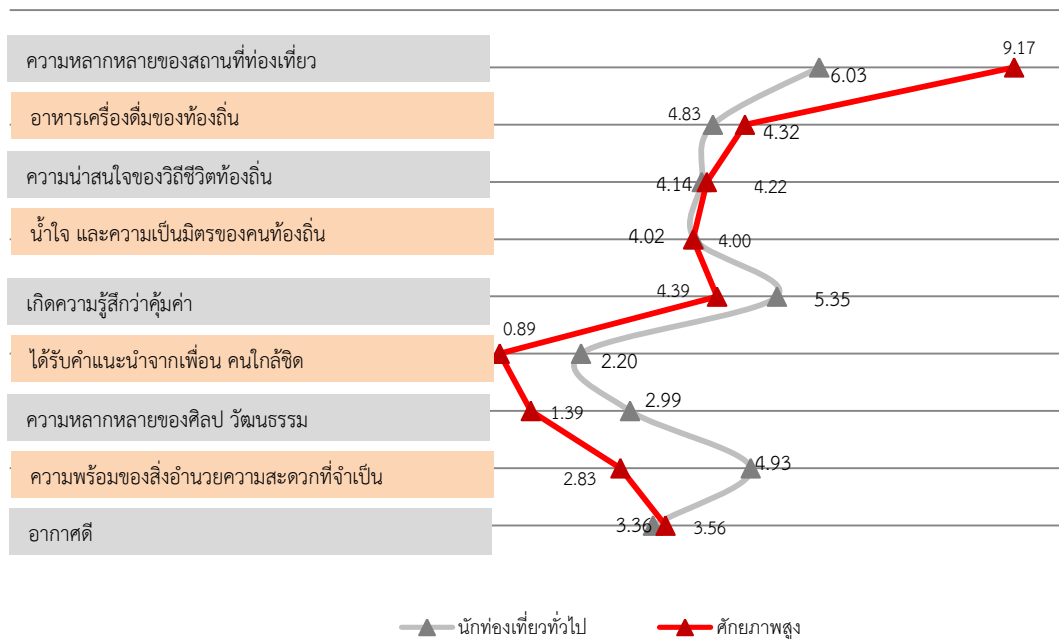
เกิดความรู้สึกว่าคุ้มค่า



5.1 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศึกษายภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป

ภายหลังจากพิจารณาปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเป้าหมายการท่องเที่ยวในภาพรวมของนักท่องเที่ยวชาวลาวแล้ว ครั้งนี้เป็นการพิจารณาเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญที่ส่งผลอย่างแตกต่างต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศึกษายภาพสูงชาวลาว

แผนภูมิภาพที่ 5.3 การเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มศึกษายภาพสูงกับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั่วไป



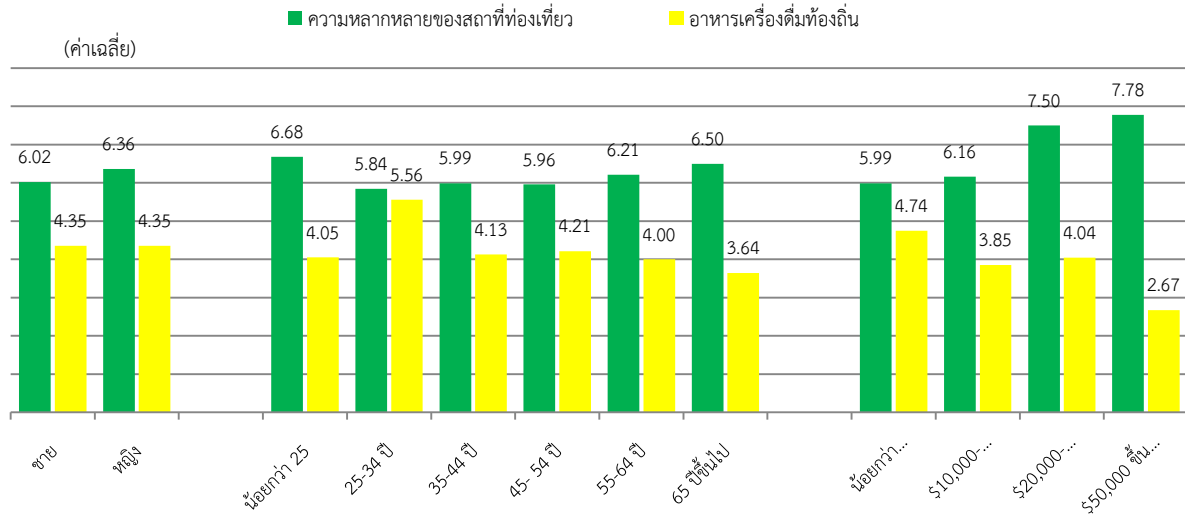
แผนภูมิภาพด้านบน แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า สาเหตุปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั่วไป กับกลุ่มศึกษายภาพสูง มีความแตกต่างกันในรายละเอียด เห็นได้ว่ากลุ่มศึกษายภาพสูงชาวลาวให้ความสำคัญสูงมากกับ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว มี ค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 9.17 โดยเฉพาะ “ความหลากหลาย ” ของแหล่งท่องเที่ยว อาหารการกิน ความแปลกใหม่ และน่าสนใจของวิถีชีวิตคนท้องถิ่น มีค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.32 และ 4.22 ตามลำดับ

ขณะที่นักท่องเที่ยวทั่วไป เน้นให้ความสำคัญกับเฉพาะความสะดวกสบาย มีค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 4.83 และความรู้สึกว่าคุ้มค่า มีค่าเฉลี่ยปัจจัยความสำคัญเท่ากับ 5.35 ตามลำดับ

(หมายเหตุผู้วิจัย: ประเด็นที่ควรให้ความสนใจเป็นอย่างมาก ได้แก่ การที่นักท่องเที่ยวชาวลาวเป็นชาติเดียวเท่านั้น ที่มีแนวโน้มเห็นว่าความเป็นมิตรของคนท้องถิ่นชาวเวียดนามโดดเด่นกว่าประเทศไทย ขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวนมากนั้น ล้วนให้ความสำคัญกับเฉพาะความสะดวก ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไปมากกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูง) ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มศึกษายภาพสูงชาวลาวกลับให้ความสำคัญกับความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิต และนิยมเลือกเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่ไกล เช่น สิงคโปร์ หรือ ฮองกง มากกว่าเดินทางมาประเทศไทยที่มีศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตคล้ายคลึงกัน ซ้ำยังมีโอกาสไม่ได้รับเกียรติหรือไม่ได้รับความเป็นมิตรจากเจ้าบ้านสูงกว่าอีกด้วย)

5.2 แรงจูงใจทางการตลาด นักท่องเที่ยววัยศึภยภพสูงชาวลาว

แผนภูมิภพที่ 5.4 การเปรียบเทียบปัจจัยสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวกลุ่มศึภยภพสูง จำแนกตามภูมิหลังด้านประชากรศาสตร์



ครั้งนี้เป็นการพิจารณาปัจจัยที่เป็นสาระหลัก และมีอิทธิพลสูงต่อกลุ่มศึภยภพสูง ที่มีลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง โดยพิจารณาเฉพาะปัจจัย ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว และอาหารเครื่องดื่มของคนท้องถิ่น

พบสาระที่น่าสนใจว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศึภยภพสูงที่มีรายได้ครัวเรือนยั้งสูง แสดงแนวโน้มแสวงหาความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว มากขึ้น หมายถึงความพยายามในการเลือกประเทศท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย (หมายเหตุผู้วิจัย: ความหลากหลายในที่นี้ครอบคลุมความกระตือรือร้นที่จะได้สัมผัสความแปลกใหม่ แตกต่างจากประสบการณ์ที่ผ่านมาด้วย) ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ครัวเรือนน้อยกว่า โดยเฉพาะกลุ่มคนวัยทำงานช่วงต้น (อายุเฉลี่ย 25-34 ปี) มีแนวโน้มให้ความสำคัญกับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอาหารเครื่องดื่มในท้องถิ่นตรงกับรสนิยมของตนมากกว่ากลุ่มอื่นๆ อยู่บ้าง

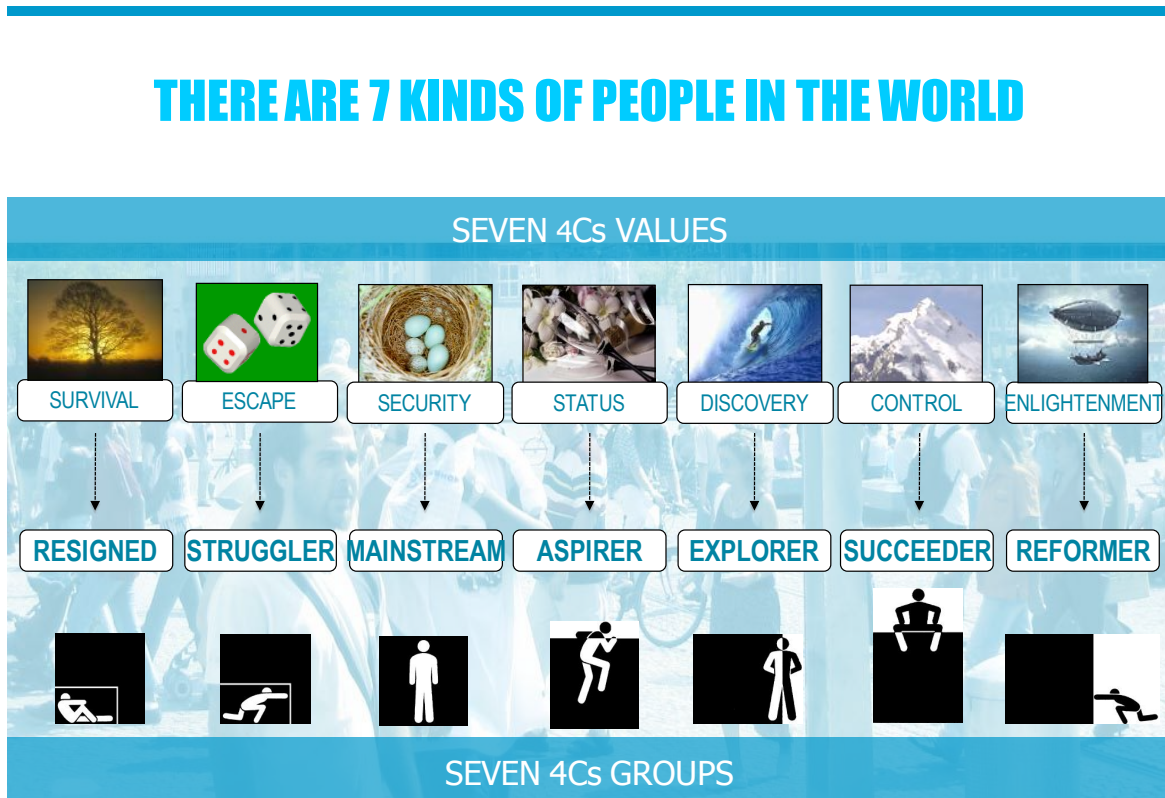
ดังนั้นการเพิ่มความเข้มข้นของปัจจัยทางการตลาดที่ให้ความสำคัญกับการสร้างความเชื่อมั่นในด้าน “ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว” (ในที่นี้หมายถึงกิจกรรมในการท่องเที่ยวที่หลากหลายขึ้นด้วย) และการประชาสัมพันธ์เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสุขของการเสพรสชาติ และบรรยากาศระหว่างการรับประทานอาหาร ที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างหลากหลายรสนิยมระหว่างการท่องเที่ยว อาจช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวศึภยภพสูงชาวลาวเลือกเดินทางไปยังเป้าหมายที่กำหนด (ซึ่งหมายถึงประเทศไทย) ได้อย่างเป็นผล

บทที่ 6 นักท่องเที่ยวในกลุ่มศักยภาพสูง แนวทางการกำหนดพื้นที่เป้าหมาย และกลยุทธ์ทางการตลาด

ภายหลังจากทำความเข้าใจพื้นฐานทางกายภาพ หรือข้อมูลประชากรศาสตร์ระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว รวมถึงการพิจารณาแรงจูงใจในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวลาวในบทที่ผ่านมาแล้ว บทนี้เป็นการให้ความสำคัญกับคุณลักษณะเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง โดยใช้พื้นฐานการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ผ่าน 4Cs Statements ของบริษัท Y&R

6.1 ผลการวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์”

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

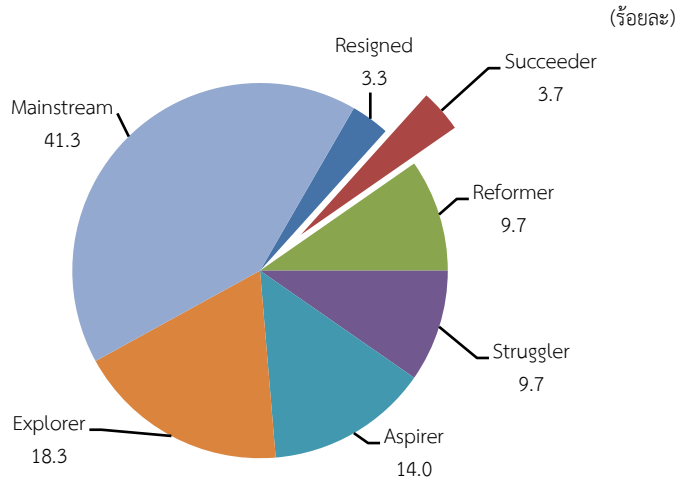


โดยมีคุณลักษณะเบื้องต้นของแต่ละกลุ่ม ดังนี้

| “กลุ่มไลฟ์สไตล์” | คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม |
|--|--|
| <p>Resigned</p>  | <p>“โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ”</p> <p>ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มีความสุขกับการระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มีความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแรงแหกกระเซอ แต่ต้องการได้รับเกียรติคตินจากสังคมรอบตัว</p> |
| <p>Struggler</p>  | <p>“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ทางออก”</p> <p>เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคมรอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนดูคล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียงเพื่อพูดคุยหัวเราะ สนุกสนาน แล้วปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ</p> |
| <p>Mainstream</p>  | <p>“ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง”</p> <p>ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสุ่มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัว และทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า</p> |
| <p>Aspirer</p>  | <p>“คนอินเทอร์เน็ตในโลกแห่งการมีหน้ามีตา”</p> <p>ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่านภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่น และวิถีการดำรงชีวิต เป็นความพยายามในการยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มุ่งหมายเอาไว้</p> |
| <p>Explorer</p>  | <p>“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ ๆ”</p> <p>ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยวประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมายหลักของชีวิต</p> |
| <p>Succeeder</p>  | <p>“โลกในกำมือของผู้ชนะ”</p> <p>กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่นในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่มั่นคงจึงทำงานหนัก โดยไม่ลืมหูลืมตาให้รางวัลกับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุด</p> |
| <p>Reformer</p>  | <p>“ผู้รังสรรค์ตนเองและโลกให้ดีกว่าเดิม”</p> <p>การเติบโตของความคิด สร้างมุมมองใหม่ให้กับโลก และสังคม ความกระหายในการเรียนรู้ และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัดความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยมน</p> |

ในเบื้องต้นสามารถจำแนกกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาวทั้งหมด (รวมกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง) ตาม “กลุ่มไลฟ์สไตล์” ได้ ดังนี้

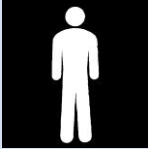
แผนภูมิภาพที่ 6.1 แสดงสัดส่วนกลุ่มไลฟ์สไตล์ ของนักท่องเที่ยวชาวลาว





พบว่า นักท่องเที่ยวชาวลาว (ทั้งหมด) ส่วนใหญ่มีคุณลักษณะอยู่ในกลุ่ม Mainstream ร้อยละ 41.3 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม Explorer ร้อยละ 18.3 และกลุ่ม Aspirer ร้อยละ 14.0

นอกจากนี้ยังพบนักท่องเที่ยวชาวลาวอีกบางส่วน ร้อยละ 9.7 และร้อยละ 9.7 มีคุณลักษณะเข้าได้กับกลุ่ม Struggler และ Reformer โดยมีนักท่องเที่ยวชาวลาวในสัดส่วนไม่สูงมากนัก ร้อยละ 3.7 และร้อยละ 3.3 ที่มีคุณลักษณะแบบ และ Succeder และ Resigned ตามลำดับ

6.1.1 สรุปพื้นฐานทางด้านจิตวิทยา และกายภาพของนักท่องเที่ยวชาวลาวตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ จากข้อมูลดังกล่าวทั้งหมด และข้อมูลพื้นฐานทางด้านประชากรศาสตร์ สามารถสรุปคุณลักษณะ นักท่องเที่ยวชาวลาว และสัดส่วนแต่ละกลุ่มไลฟ์สไตล์ได้ ดังนี้

| “กลุ่มไลฟ์สไตล์” | คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม | คุณลักษณะทางกายภาพ |
|---|--|---|
| Mainstream (ร้อยละ 41.3)  | “ครอบครัวที่อบอุ่น...มั่นคง” ความมั่นคงในชีวิต เกิดจากครอบครัวที่อบอุ่น ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสุ่มเสี่ยงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัวและทรัพย์สิน ให้ความสำคัญกับการใช้จ่าย และราคาสินค้า | ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชายร้อยละ 43.5 หญิงร้อยละ 56.5) กระจายตัวไปทุกกลุ่มอายุ แต่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยนักศึกษา ไปจนถึงทำงานช่วงต้น และกลาง (อายุ 20-44 ปี รวมกันร้อยละ 69.4) เกือบทั้งหมด (ร้อยละ 91.9) มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางลงไป |

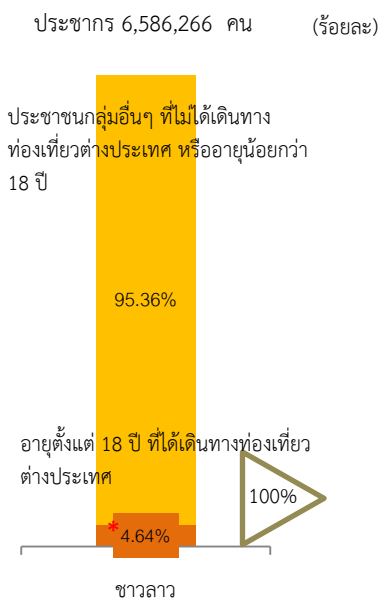
| “กลุ่มไลฟ์สไตล์” | คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม | คุณลักษณะทางกายภาพ |
|---|--|---|
| <p>Explorer (ร้อยละ 18.3)</p>  | <p>“นักแสวงหาความเข้าใจใหม่ ๆ” ด้วยพลังงานของการแสวงหาที่ ล้นเหลือ การทดลองเก็บเกี่ยว ประสบการณ์ใหม่ๆ จึงเป็นเป้าหมาย หลักของชีวิต</p> | <p>นักแสวงหาเป็นชาวลาว ครอบคลุมทั้งเพศชาย และหญิง (ชายร้อยละ 43.6 หญิงร้อยละ 56.4) จำแนกเป็นนักเรียน นักศึกษากลุ่มหนึ่ง (อายุ น้อยกว่า 25 ปี ร้อยละ 38.2) กับกลุ่มคนวัย ทำงานช่วงกลาง-ปลาย (อายุ 35-54 ปี ร้อยละ 41.8) ที่ส่วนใหญ่เป็น ข้าราชการ หรือผู้ใช้ แรงงาน อีกกลุ่มหนึ่ง เกือบทั้งหมด (ร้อยละ 90.9) มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปาน กลางลงไป</p> |
| <p>Aspirer (ร้อยละ 14.0)</p>  | <p>“คนอินเทรนด์ในโลกแห่งการมีหน้า มีตา” ยึดติดในวัตถุ เน้นคุณค่าผ่าน ภาพลักษณ์ที่โดดเด่น แฟชั่นและวิถี การดำรงชีวิต เป็นความพยายามใน การยกระดับตนเอง ไปสู่จุดที่ได้มุ่ง หมายเอาไว้</p> | <p>ชาวลาวรุ่นใหม่ แนวโน้มเป็นหญิงมากกว่าเพศ ชาย (เพศหญิงร้อยละ 64.3 ชายร้อยละ 35.7) ส่วนใหญ่อายุยังน้อยตั้งแต่ 34 ปีลงไป (ร้อยละ 61.9) และกลุ่มใหญ่ส่วนหนึ่งมีเศรษฐกิจฐานะ ทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี (ร้อยละ 45.2)</p> |
| <p>Struggler (ร้อยละ 9.7)</p>  | <p>“คนที่อยากออกไปจากโลกที่ไร้ ทางออก” เกิดความรู้สึกแปลกแยกกับสังคม รอบตัว จึงหันไปใช้ชีวิตแบบสบายๆ จนดูคล้ายไร้เป้าหมายชีวิต ชอบเสี่ยง ชอบวัดดวง ชอบรวมกลุ่ม เพียง เพื่อพูดคุยหัวเราะสนุกสนาน แล้ว ปล่อยให้เวลาผ่านไปวันๆ</p> | <p>แนวโน้มเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย (หญิง ร้อยละ 65.5 ชายร้อยละ 34.5) ส่วนใหญ่อายุ ตั้งแต่ 35-60 ปี (ร้อยละ 58.6) ที่น่าเชื่อได้ว่า ยังไม่ประสบผลสำเร็จในการสร้างฐานะทาง สังคมมากนัก เห็นได้จากส่วนใหญ่มียังมี เศรษฐกิจฐานะทางสังคมเพียงในระดับปานกลาง ลงไป (ร้อยละ 93.1)</p> |
| <p>Reformer (ร้อยละ 9.7)</p>  | <p>“ผู้รังสรรค์ตนเอง และโลกให้ดีกว่า เดิม” การเติบโตของความคิด สร้างมุมมอง ใหม่ให้กับโลก และสังคม ความ กระหายในการเรียนรู้ และการค้นหา ทำให้เวลาสำคัญกว่าเงิน นิยมวัด ความสำเร็จจากคุณค่าภายในที่ไม่ใช่ แค่เปลือกนอก แต่มีรสนิยม</p> | <p>ครอบคลุมทั้งเพศชายและหญิง (ชายร้อยละ 44.8 หญิงร้อยละ 55.2) ส่วนใหญ่มีอายุตั้งแต่ 30 ปี ขึ้นไป (ร้อยละ 65.5) มักเป็นนักบริหาร ข้าราชการ หรือนักธุรกิจ ที่มีรายได้เฉลี่ยสูงกว่า นักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มอื่นๆ (สัดส่วนกลุ่ม เศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี เท่ากับ ร้อยละ 48.3)</p> |

| “กลุ่มไลฟ์สไตล์” | คุณลักษณะพื้นฐานของกลุ่ม | คุณลักษณะทางกายภาพ |
|---|---|--|
| Succeeder (ร้อยละ 3.7)  | “โลกในกำมือของผู้ชนะ” กำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิต เชื่อมั่น ในความสามารถของตน เพื่อชีวิตที่ มั่นคงจึงทำงานหนัก โดยไม่ลืมหูลืมตา กับตนเองด้วยสิ่งที่ดีที่สุด | กลุ่มใหญ่เป็นคนหนุ่มสาว อายุตั้งแต่ 35 ปีลง ไป (ร้อยละ 54.5) และมีเศรษฐกิจฐานะทาง สังคมในระดับปานกลาง (ร้อยละ 45.5) * small base n=11 |
| Resigned (ร้อยละ 3.3)  | “โลกใบเก่าของผู้ที่อยู่ไปวันๆ” ค่อนข้างยึดมั่นถือมั่นในแนวทางดั้งเดิม หรือยึดมั่นในอุดมการณ์เก่าๆ มี ความสุขกับการ-ระลึกถึงสิ่งที่ผ่านมา ชอบรูปแบบง่ายๆ ทำซ้ำแบบเดิมๆ มี ความจงรักภักดีสูง ไม่ชอบร้องแแรก แหกกระเซอ แต่ต้องการได้รับเกียรติ คั้นจากสังคมรอบตัว | แนวโน้มเป็นเพศชาย (ชาย ร้อยละ 60.0 หญิง ร้อยละ 40.0) ว่างงาน อายุ ประมาณ 25 -54 ปี (ร้อยละ 90.0) ที่น่า เชื่อได้ว่ายังไม่ประสบความสำเร็จในการ ดำรงชีวิตนัก เห็นได้จากส่วนใหญ่ (ร้อยละ 90.0) มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมเพียงในระดับ ปานกลางลงไป |

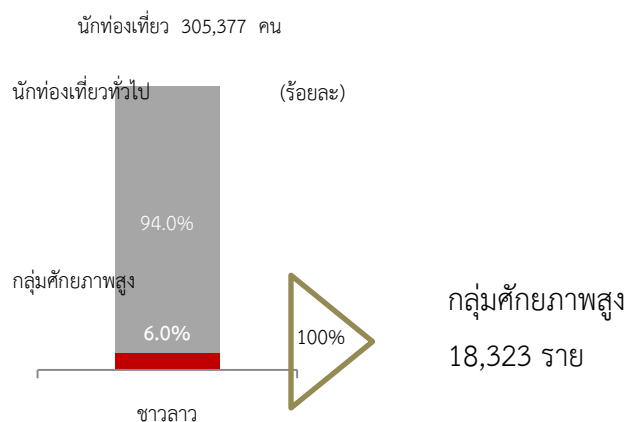
* รายละเอียดในภาคผนวก ก ตารางที่ 73

6.1.2 การจำแนกกลุ่มย่อยของนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง

แผนภูมิภาพที่ 6.2 แสดงสัดส่วนประชากรชาวลาวที่มี
อายุตั้งแต่ 18 ปี และได้เดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ



แผนภูมิภาพที่ 6.3 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยว
ชาวลาว จำแนกตามประเภทของนักท่องเที่ยว



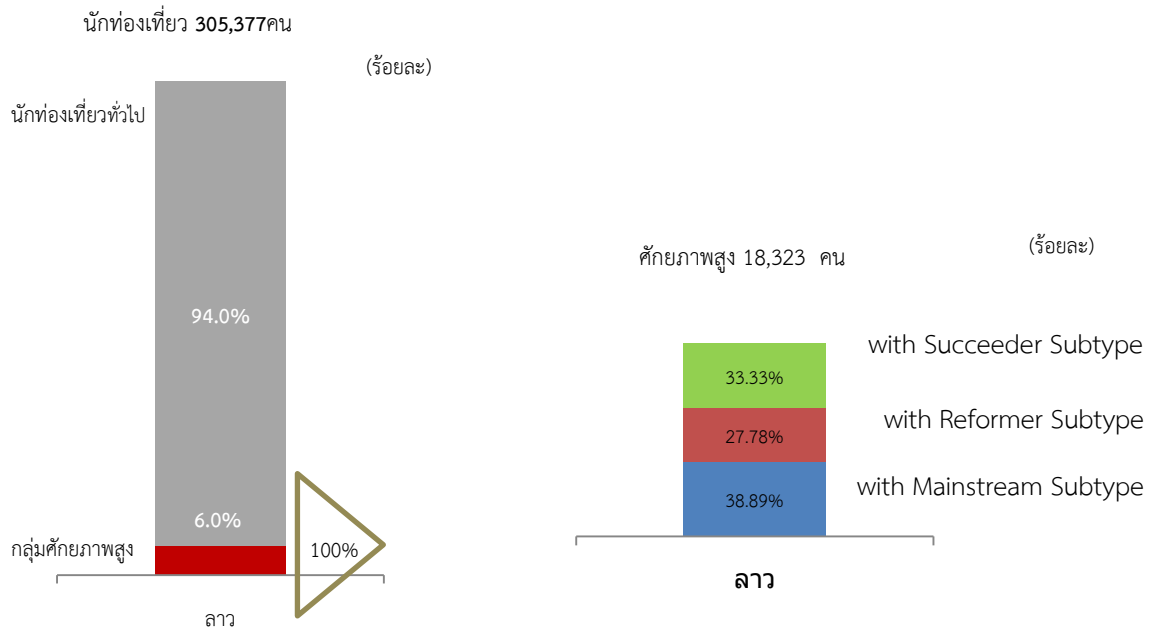
* แสดงจุดทศนิยมเพียง 2 ตำแหน่งค่าจริงเท่ากับ 4.63656

การประมาณการจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวลาวซึ่งมีสัดส่วนเท่ากับ ร้อยละ 6.0 ของนักท่องเที่ยวชาวลาวที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมาทั้งหมด คิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 18,323 คน การคัดกรองนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ออกจากนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทั่วไปในบทที่ผ่านมา พบคุณลักษณะเบื้องต้นที่แตกต่าง ได้แก่

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

ภายใต้หลักการที่เหมาะสม โดยใช้การวิเคราะห์ “กลุ่มไลฟ์สไตล์” 4Cs Statements ของบริษัท Y&R มาเป็นองค์ประกอบเพิ่มเติม โดยการใช้สถิติประยุกต์เพื่อคัดกรองเฉพาะภายในนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” อีกครั้ง (Rerun EFA on high loading Attributes) สามารถจำแนกนักท่องเที่ยวคุณภาพสูงชาวลาว (มีจำนวนจากการคำนวณ 18,323 ราย) ออกเป็น 3 กลุ่มย่อยดังนี้

แผนภูมิภาพที่ 6.4 แสดงสัดส่วนคุณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวลาวกลุ่มศักยภาพสูง



1. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeder Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 33.3 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 6,108 ราย)
2. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 27.8 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 5,090 ราย)
3. กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา”(Mainstream Oriented) มีสัดส่วนร้อยละ 38.9 ของกลุ่มศักยภาพสูง (จำนวนประมาณ 7,125 ราย)

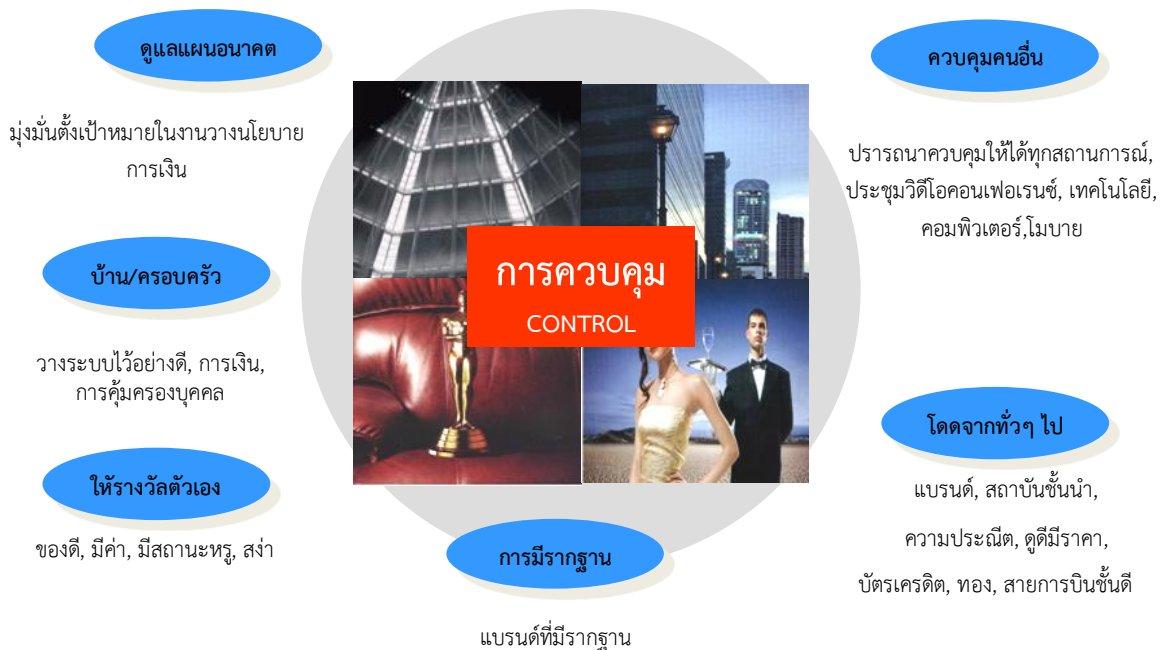
6.2 แนวคิดทางการตลาดเบื้องต้นสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง”

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

6.2.1 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย”

มีจำนวนประมาณ 6,108 ราย ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนหนุ่มสาว อายุประมาณ 35 ปีลงไป (ร้อยละ 54.5) และมีเศรษฐฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงสูง กระจายตัวอยู่เฉพาะในเวียงจันทน์ ด้วยความเชื่อมั่นในความสามารถของตนจึงกำหนดเป้าหมายการดำรงชีวิตไว้ด้วยอนาคตที่มั่นคง การต่อสู้ดิ้นรนไปสู่ความสำเร็จ ต้องจึงทำงานหนัก แต่ก็ตอบแทนตนเองเสมอ ด้วยการกินดี อยู่ดี เป็นรางวัลชีวิต

* vary small base n=6



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

พบว่า กลุ่มไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” ซึ่งมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นความ “เชื่อมั่นต่อความสามารถในการควบคุม” (Control) ของตน นั้นให้ความสำคัญสูงมากต่อปัจจัยรอบๆ ตัวดังต่อไปนี้

- ความพยายามในการควบคุมผู้อื่น

- โดดเด่นแตกต่างจากคนอื่นทั่วไป
- มีรากฐานชีวิตที่มั่นคง
- นิยมให้รางวัลตัวเอง
- ให้ความสำคัญกับบ้านและครอบครัว
- มีการดูแลวิถีการดำเนินชีวิตให้เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้

Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

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

6.2.2 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”

มีจำนวนประมาณ 5,075 ราย ส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่เฉพาะในกรุงเวียงจันทน์ (หมายเหตุผู้วิจัย: มีจำนวนไม่น้อยกว่า 4,000 คนเฉพาะในเวียงจันทน์ ส่วนที่ปากเซ หรือหลวงพระบางมีจำนวนน้อยมาก เป็นเพียงหน่วยหลัก ร้อย) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนที่เติบโตทางความคิด มีเศรษฐกิจฐานะทางสังคมในระดับปานกลางถึงดี หรือกล่าวได้ว่ามีฐานะทางสังคมที่ดี จึงกระหายการเรียนรู้ และการค้นหา มีรสนิยมการดำรงชีวิต และมองโลกด้วยความสุขสงบ จากภายใน อารมณ์สุขุมเยือกเย็น และพินิจพิเคราะห์ แสวงหามุมมองใหม่ให้กับตนเอง และสังคมรอบข้าง

* very small base n=5



ความมีแกนกลางของวิถีคิดเป็นแบบ “แสดงแก่นแท้แห่งตน” (Self Expression-Enlightenment) นั้น จึงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงจิตใจให้เรียบง่าย มีความมั่นใจตัวเอง แต่เปิดโลกทัศน์แบบกว้างขวาง พร้อมรับฟัง และอยากปรับปรุงให้ทุกๆ อย่างรอบตัวเป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น สามารถสรุปหลักคิดได้ง่ายๆ ได้ ดังนี้

- มีความคิดเห็น
 - ต้องการประสบการณ์ ที่ก่อให้เกิดปัญหา
 - ความเป็นมืออาชีพแห่งตน
 - สุนทรีย์นิยม
 - ไม่ยึดติดอยู่กับกรอบ
 - ชื่นชมธรรมชาติ
 - ให้ความสำคัญกับแก่นแท้ภายในของทุกๆ สิ่ง (มากกว่าพิจารณาเพียงเปลือกนอก)
- โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

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

6.2.3 กลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา”

Mainstreamer **คนธรรมดาในโลกธรรมดา** มีสัดส่วนสูงที่สุด และมีจำนวนมากที่สุดในกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงชาวลาว ถึงประมาณ 7,109 ซึ่งหากพิจารณาหานักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ สามารถจำแนกออกจากประชาชนชาวลาวทั่วไปได้ยาก (หมายเหตุผู้วิจัย: จึงค้นหาได้ทั่วไปตามเขตเทศบาลเมืองใหญ่ต่างๆ) แต่กล่าวได้ว่าส่วนใหญ่มีอายุสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ อยู่บ้าง มีฐานะเหมือนชาวบ้านทั่วไป ไม่ยากจนแต่ก็ไม่ร่ำรวย มีความเป็นอยู่แบบธรรมดา ใช้ชีวิตตามกฎเกณฑ์ ไม่ชอบการสู้มั่งเสียงใดๆ เน้นความปลอดภัยของครอบครัว และทรัพย์สินเป็นสำคัญ มีการใช้จ่ายอย่างเหมาะสม แต่ก็ได้ตระหนักถึงเหนียวจนเกินงาม

* vary small base n=7

Mainstreamer

คนธรรมดาในโลกธรรมดา



Lifestyles

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

เป็นเจ้าของค่านิยมด้าน “ความมั่นคงปลอดภัย” เป็นคนมีความสุข ผูกพันกับคนหมู่มาก คอยคำนึงถึงคนรอบข้างเป็นส่วนใหญ่ โอนอ่อนผ่อนตามครอบครัว และคนรอบตัว มีกิจวัตรประจำวันคล้ายเดิม รู้จักคุณค่าของเงิน มักจะมีความกลัวในเรื่องใหม่ๆ และไม่ตามกระแสนิยมที่หวือหวา จึงมักจะใช้สินค้าและบริการที่สังคมส่วนใหญ่ยอมรับ และเป็นแบรนด์ที่คนทั่วไปรู้จักดี คุ่มค่าสมราคา

โดย Y&R ได้กำหนดแนวคิดทางการตลาดเบื้องต้น สำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ดังนี้

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

6.3 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ในแต่ละเมืองสำคัญของประเทศลาว ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญในการศึกษาครั้งนี้ มีความสำคัญต่อการกำหนดแผนกลยุทธ์ และการจัดสรรงบประมาณ อย่างเหมาะสมในสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวกลุ่ม “ศักยภาพสูง” ตัดสินใจเลือกประเทศไทยเป็นเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยวครั้งต่อไป

จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกกลุ่มย่อยตามพื้นที่

6.3.1 จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกตามรายเมืองใหญ่ของประเทศลาว

ตารางที่ 6.1 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง แยกตามรายเมือง ของประเทศลาว

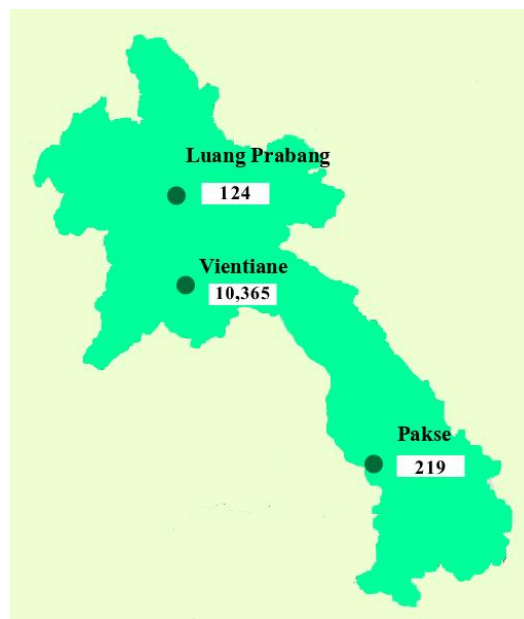
| | จำนวนประชากร เฉพาะในเขตเทศบาล ¹ | ประมาณการกลุ่มเป้าหมายที่อายุเกินกว่า 18 ปี ที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง | สนามบิน ^b และจำนวนเที่ยวบินเฉลี่ยต่อสัปดาห์ |
|---------------|--|---|--|--|
| Vientiane | 450,329 | 98,714 | 10,365 | Intl. เฉลี่ย 21 เที่ยวบิน/สัปดาห์ |
| Pakse | 29,150 | 3,651 | 219 | Intl. เฉลี่ย 14 เที่ยวบิน/สัปดาห์ |
| Luang Prabang | 16,500 | 2,067 | 124 | Intl. เฉลี่ย 17 เที่ยวบิน/สัปดาห์ |
| รวม | | 104,432 | 10,708 | |

¹ ประมาณการประชากรในเขตเมือง Source: Laos Statistics and Axis Research Estimations

^b OAG, Data capture

Intl: International Airport

กล่าวโดยสรุปได้ว่าประเทศลาวเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจำนวนไม่มาก และส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่เฉพาะเขต เมืองเวียงจันทน์ (หรือเขตเมืองใหม่ในบริเวณใกล้เคียง) ซึ่งเป็นเมือง เศรษฐกิจหลักของประเทศลาว



บทที่ 7 กลยุทธ์และแผนปฏิบัติการสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว

7.1 พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์

ประเทศลาวนอกจากจะมีจำนวนประชากรน้อยมากเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในกลุ่มประเทศอาเซียนแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงในสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยด้วย คือมีเพียงร้อยละ 6.0 ใกล้เคียงกับ



เวียดนาม แต่ด้วยฐานจำนวนประชากรกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันอย่างมาก (กลุ่มเป้าหมายชาวลาว 3 แสนราย เวียดนาม 5.3 ล้านราย) ดังนั้น จึงไม่น่าแปลกใจว่า จากตัวเลขประมาณการนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง (High Value Travelers) ชาวลาวจะอยู่ที่ประมาณ 18,000 รายเท่านั้น

ในภาพรวม การใช้จ่ายระหว่างเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวลาวถือว่าต่ำมาก เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ (ยกเว้นเพียงกัมพูชาเท่านั้นที่ค่าใช้จ่ายกับการท่องเที่ยวต่ำที่สุดในทุกหมวด) ไม่ว่าจะเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก (4,715 บาทต่อทริป) มูลค่าการช้อปปิ้ง (8,270 บาทต่อทริป) อาหารเครื่องดื่ม (4,876 บาทต่อทริป) และค่าใช้จ่ายด้านสนทนาการและบันเทิง (3,895 บาทต่อทริป) ทั้งนี้ อาจเนื่องด้วยพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวลาวที่มักจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน และนิยมเดินทางข้ามเขตแดนมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว (สูงถึงร้อยละ 42.3) และพักค้างคืนเพียงแคคืนเดียวเท่านั้น (ร้อยละ 8 ในขณะที่ภาพรวมอยู่ที่ร้อยละ 2.0)

ผลการสำรวจชี้ว่านักท่องเที่ยวชาวลาวนิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป (Mass) นิยมเดินทางทางบกเข้ามาที่จังหวัดอุดรธานีและจังหวัดหนองคาย ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงนั้น พบว่ากรุงเทพฯ เป็นเมืองเป้าหมายอันดับหนึ่งพวกเขา มักจะพักค้างคืนเป็นระยะเวลาสั้นๆ มีถึงร้อยละ 22 ของนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาวที่พักเพียงคืนเดียว แต่กลุ่มนี้จะเดินทางต่างประเทศค่อนข้างบ่อยครั้ง

ตารางที่ 7.1 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวลาว และเปรียบเทียบการใช้จ่ายของ

นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป และกลุ่มศักยภาพสูง

| | ภาพรวม | นักท่องเที่ยวทั่วไป | นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง* |
|----------------------------------|--------|---------------------|--------------------------|
| ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยด้านที่พัก | 4,715 | 3,918 | 16,050 |
| ค่าใช้จ่ายสำหรับการช้อปปิ้ง | 8,270 | 6,960 | 28,434 |
| อาหารและเครื่องดื่ม | 4,876 | 4,139 | 15,311 |
| ค่าใช้จ่ายด้านสนทนาการและบันเทิง | 3,895 | 3,119 | 21,354 |
| รวมทั้งหมด (เฉพาะหมวดที่ระบุ) | 21,756 | 18,136 | 81,148 |

นอกจากนั้น หากพิจารณาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ระหว่างนักท่องเที่ยวทั่วไปกับกลุ่มศักยภาพสูง พบสาระที่น่าสนใจยิ่งว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว ใช้เงินระหว่างการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มทั่วไปเป็นอย่างมาก (ประมาณ 4-5 เท่า) และมากกว่าในทุกๆ หมวดค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะสำหรับการช้อปปิ้ง และสนทนาการ โดยเมื่อพิจารณาคุณลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มนักท่องเที่ยว

ศักยภาพสูงขาลาวพบว่าประมาณครึ่งหนึ่งมีอายุอยู่ระหว่าง 25-44 ปี ร้อยละ 30 เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ วิทยาลัยทำงานตอนต้น อายุ 25-34 ปี มีเศรษฐกิจฐานะดีถึงดีมาก และมีแนวโน้มจะเป็นนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่า เพศหญิง ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป (Mass) มีแนวโน้มจะเป็นนักท่องเที่ยวเพศหญิง และมีระดับเศรษฐกิจฐานะที่ต่ำกว่า อย่างไรก็ตาม ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้ไม่มีแนวโน้มจะมีความแตกต่างกันเลย

ในด้านทัศนคติ อุปนิสัย การดำรงวิถีชีวิต โดยภาพรวมๆ นักท่องเที่ยวขาลาวจัดว่าเป็นคนเรียบง่าย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน ระวังระวังกับการใช้เงิน ยึดมั่นในกฎระเบียบศาสนาและศีลธรรมมีบทบาทสำคัญ ต้องการความมั่นคงในชีวิต ขณะที่นักท่องเที่ยวขาลาวกลุ่มทั่วไป มีความรู้สึกเก็บกด เสมือนพวกเขาถูกบางอย่าง กัดดันอยู่ลึกๆ พวกเขาชอบที่จะวาดฝันหรือจินตนาการถึงสิ่งต่างๆ นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงจะมีลักษณะ ออกเสรีนิยม คือกล้าที่จะเสี่ยง หรือวิพากษ์วิจารณ์แสดงความคิดเห็นในสิ่งที่พวกเขาไม่เห็นด้วย แต่พวกเขายังคงนับถือศาสนาอย่างเคร่งครัด ต้องการเป็นที่ยอมรับในสังคมและได้รับความชื่นชมจากบุคคลรอบข้าง จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงจิตวิทยา นักท่องเที่ยวขาลาวทั้งสองกลุ่ม มีความต้องการที่จะปลดปล่อยหรือ นึกคิดที่จะแหวกกฎเกณฑ์ในชีวิตประจำวันบ้าง จึงไม่น่าประหลาดใจที่นักท่องเที่ยวขาลาวกลุ่มศักยภาพสูง ฐานะดี เหล่านี้จะใช้จ่ายไปกับกิจกรรมด้านสันทนาการและบันเทิงสูงถึง 21,354 บาทต่อทริป สูงเป็นอันดับหนึ่งใน กลุ่มประเทศอาเซียน 9 ประเทศ ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไปด้วยข้อจำกัดด้านเศรษฐกิจฐานะ จึงทำให้ไม่สามารถ ใช้จ่ายไปกับกิจกรรมลักษณะเช่นนี้ได้ พวกเขาจึงทำได้เพียงการวาดฝันและจินตนาการถึงสิ่งที่พวกเขาแสวงหา

นักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ขาลาวที่เป็นคนรุ่นใหม่ มีพื้นฐานที่ดีทั้งด้านการศึกษาและเศรษฐกิจฐานะมี ทัศนคติที่เปิดพร้อมรับข่าวสารการเปลี่ยนแปลง หรือแนวคิดใหม่ๆ ภายใต้การแข่งขันของผู้เล่น (Players) ใน อุตสาหกรรมต่างๆ รวมถึง “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ดังนั้น พื้นฐานแนวคิดสำหรับการสร้างกลยุทธ์ จึง จำเป็นต้องนำข้อมูลสรุปรวบยอดที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ (รวมถึงการศึกษาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกัน) มาเป็นฐานใน การสร้างกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับ “แรงจูงใจ” และ “ความต้องการ” ที่แท้จริงของกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด

7.1.1 บทสรุปทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวลาวต่อประเทศไทย

| | |
|--|---|
| Positivity Towards Thailand <ul style="list-style-type: none">● Good tourist attractions and activities● Variety of beautiful beaches (only 10% had been to Pattaya and 2% to Phuket)● Value shopping● Good country facilities● Gateway to other countries● Medical services | ทัศนคติเชิงบวกต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย <ul style="list-style-type: none">- มีแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมที่ดึงดูดใจ- มีแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลที่สวยงาม หลากหลาย- การช้อปปิ้งที่คุ้มค่า คุ่มราคา- มีระบบสาธารณสุขที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกอันทันสมัยให้นักท่องเที่ยว- เป็นประตูสู่การท่องเที่ยวยังประเทศอื่นๆ- การให้บริการด้านการแพทย์ |
| Negativity Towards Thailand <ul style="list-style-type: none">● Not a luxury destination compare to Singapore and Malaysia● They perceived Vietnam has more hospitality | ทัศนคติเชิงลบต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย <ul style="list-style-type: none">- ประเทศไทยยังไม่จัดว่าเป็นเป้าหมายการเดินทางท่องเที่ยวที่หรูหรา (Luxury destination) เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์หรือมาเลเซีย- นักท่องเที่ยวชาวลาวมีทัศนคติว่าคนไทยมีอัธยาศัยไมตรี และความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยวมากกว่าชาติอาเซียนอื่นๆ |

7.2 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา (Key Considerations) และภาพรวมเป้าหมายกลยุทธ์

7.2.1 ข้อมูลประกอบที่ต้องนำมาพิจารณา* สำหรับการสร้างแผนกลยุทธ์

นอกเหนือจากข้อค้นพบ และผลสรุปจากการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วทั้งหมดนี้ การจัดเตรียมแผนกลยุทธ์ ยังต้องการข้อมูลประกอบ ซึ่งเป็นชุดข้อมูลที่ผ่านการคิด ไตร่ตรอง และเติมแต่งด้วยประสบการณ์ ทั้งด้วยการเรียนรู้จากผลการศึกษารองอื่นๆ หรือจากประสบการณ์ทางตรง ดังนี้

- นักท่องเที่ยวชาวลาวก่อตัวไปนิยมเดินทางท่องเที่ยวแบบครอบครัว ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงนิยมเดินทางไปกับเพื่อนๆ มากกว่าที่จะไปกับคนในครอบครัว ดังนั้นการเลือกเป้าหมายการเดินทาง รวมถึงกิจกรรมระหว่างท่องเที่ยวจึงอาจมีความแตกต่างกัน
- การเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศเพื่อนบ้านเช่น ประเทศไทย หรือเวียดนาม ด้วยการขับรถส่วนตัว หรือโดยสารรถบัส รถทัวร์เข้ามาท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมปกติสำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาว
- แรงจูงใจสำคัญสำหรับการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศคือเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ แสวงหาความบันเทิงสนุกสนานในรูปแบบต่างๆ
- ด้วยสภาพทางภูมิศาสตร์ ประเทศลาวไม่มีพรมแดนที่ติดกับทะเล ทำให้ชาวลาวให้คุณค่า และแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลมาก “มีชายหาด ชายทะเลที่สวยงาม น่าเที่ยวมากมาย” เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวลาวนึกถึงเป็นลำดับต้นๆ เมื่อพูดถึงประเทศไทย
- ประเทศไทยและประเทศลาวมีความคล้ายคลึงกันหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของภาษา อาหารการกิน ศาสนา และวัฒนธรรม นับว่าเป็นข้อได้เปรียบสำหรับการท่องเที่ยวไทยอย่างหนึ่ง นักท่องเที่ยวชาวลาวไม่จำเป็นต้องปรับตัวมากนักเมื่อเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทย
- ชาวลาวกลุ่มที่ยังเป็นวัยรุ่น วัยหนุ่มสาวนั้น มักจะดูตัวอย่างประเทศที่เจริญกว่า ทันสมัยกว่าในเรื่องของการดำเนินชีวิต (Lifestyle) แฟชั่น การแต่งตัว อุปกรณ์สื่อสารไฮเทค ดังนั้นพวกเขาจึงชื่นชอบการท่องเที่ยวในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพฯ เพื่อได้สัมผัสกับความเจริญทางวัตถุ ความสะดวกสบายบางอย่างที่หาไม่ได้ในประเทศ
- อย่างไรก็ดี นอกเหนือจากกรุงเทพฯ และจังหวัดชายแดนทางภาคอีสานของไทย เช่น อุตรดิตถ์ หนองคายแล้ว ดูเหมือนนักท่องเที่ยวชาวลาวมีความรู้เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นๆ ของประเทศไทยไม่มากนัก
- ในกรณีที่พวกเขาต้องการเดินทางไปต่างประเทศ กรุงเทพฯเป็นจุดของการเปลี่ยนเที่ยวบิน (flight) ที่สำคัญ นักท่องเที่ยวชาวลาวมองว่าประเทศไทยเป็นประตูทางผ่านอันสำคัญในการเดินทางไปสู่โลกภายนอกหรือประเทศอื่นๆ



* ข้อมูลประกอบบางส่วน เป็นความเห็นร่วมกันของคณะที่ปรึกษา

7.2.2 เป้าหมายกลยุทธ์ในภาพรวม

ในการวางกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว นอกจากใช้ข้อมูลต่างๆ ประกอบการพิจารณาแล้ว ยังต้องกำหนดเป้าหมายของกลยุทธ์ (Goals Achievement) ไว้เพื่อให้แผนดำเนินการในรายละเอียดมีความสอดคล้อง และเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (Focus) โดยการสื่อสารประชาสัมพันธ์ ส่งเสริมสร้างภาพลักษณ์ประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวลาวให้สัมฤทธิ์ผลในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

- ประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามน่าตื่นตาตื่นใจ อีกทั้งมีกิจกรรมหลากหลายรูปแบบที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวลาวที่นิยมเดินทางมากับสมาชิกในครอบครัวได้เช่น ความเพลิดเพลินจากการช้อปปิ้งสำหรับคุณแม่ ความสนุกสนาน บันเทิงจากการเที่ยวในสวนน้ำ สวนสนุก (Theme Park) สำหรับคุณลูก
- ให้จังหวัดชายแดนของไทยที่มีพรมแดนติดกับประเทศลาว เช่น จ.หนองคาย และ จ.อุดรธานีเป็นเป้าหมายทางเลือกลำดับแรกๆ ที่นักท่องเที่ยวชาวลาวตัดสินใจเดินทางมาได้ทันที เมื่อต้องการออกมาท่องเที่ยวช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดยาวประจำปี ด้วยค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงนัก และสามารถมาได้บ่อยครั้ง
- หากนักท่องเที่ยวชาวลาวต้องการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ชายหาดที่สวยงาม น้ำทะเลใส พวกเขาควรจะนึกถึงประเทศไทยเป็นเป้าหมายการเดินทางแรก
- นอกเหนือจากกรุงเทพฯ อุดรธานี หนองคาย พัทยา หรือภูเก็ตแล้ว ประเทศไทยยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามในจังหวัดอื่นๆ อีกมากมายที่รอการมาเยือนจากนักท่องเที่ยวชาวลาว
- ประเทศไทยเป็นสถานที่ๆ เหมาะสำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง สำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาวที่ต้องการปลีกตัวออกจากชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ ความเครียดจากการทำงาน หรือจากการที่ต้องอยู่ภายใต้สภาวะกดดันบางอย่างประเทศไทยมีสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่จะทำให้พวกเขาารู้สึกผ่อนคลาย และสามารถปรนเปรอตัวเองและทำในสิ่งที่ชื่นชอบได้
- นอกจากประเทศไทยจะเป็นสถานที่เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาพักผ่อนแล้ว ประเทศไทยควรต้องสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวชาวลาวว่าพวกเขาสามารถแสวงหา และแบ่งปันความสุข ความสนุกสนาน ร่วมกันกับเพื่อนๆ ของเขาได้ทุกที่ทุกเวลา จากแหล่งท่องเที่ยว และกิจกรรมต่างๆ ที่มีให้เลือกมากมายระหว่างที่พวกเขาเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
- การท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถให้ประสบการณ์นักท่องเที่ยวชาวลาว ได้มาสัมผัสความเจริญทางวัตถุ ความศิวิไลซ์ ความทันสมัยของเมืองที่มีการพัฒนาล้ำหน้าไปกว่าที่ประเทศตน ในราคาที่ไม่สูงจนเกินไปนัก
- ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางด้านแฟชั่น และไลฟ์สไตล์ในภูมิภาค เป็นผู้นำกระแสที่กำหนดทิศทางของการบริโภคสิ่งต่างๆ ที่วัยรุ่นชาวลาวติดตาม และนำไปปรับใช้ในสังคมของตน เพื่อให้ดูแปลกใหม่ โดดเด่น และแตกต่าง
- ประเทศไทยเปรียบเสมือนบ้านพี่เมืองน้อง มีความคล้ายคลึงกันกับประเทศลาวในด้านภาษา วัฒนธรรม อาหารการกิน อีกทั้งคนไทยก็มีน้ำใจ มีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ชาวลาวสามารถเดินทางท่องเที่ยวในเมืองไทยได้อย่างสบายใจ และปลอดภัย



- ประเทศไทยมีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปยังประเทศอื่นๆ ประหนึ่งเป็นประตู (Gateway) สู่อีกกว้างให้กับนักท่องเที่ยวชาวลาว

7.3 กลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง

จากข้อมูลผลการวิจัย บริษัทที่ปรึกษาฯ ได้นำเสนอกรอบหลักการกำหนดกลยุทธ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาว (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง) ออกเป็น 3 แนวทาง ได้แก่

IDEA#1: Completely Care Tourism

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented)

กลยุทธ์ที่ 1 ดำเนินแผนงานเพื่อส่งเสริมสินค้าและบริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และสุขภาพ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวลาวศักยภาพสูง ที่มองหาบริการด้านการแพทย์อันทันสมัยในต่างประเทศ ไม่ว่าจะเป็นการตรวจสุขภาพหรือการเข้ารับการรักษา ทั้งด้านกายภาพ และด้านจิตใจ ด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญทางการแพทย์และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม กลยุทธ์นี้จะเจาะจงไปที่นักท่องเที่ยวศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (Reformer Oriented) ซึ่งมีวิถีคิด และอารมณ์ที่เติบโต พิจารณาทุกสิ่งด้วยเหตุผล พวกเขาจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยดูจากคุณภาพ และคุณค่า มิใช่แบรนด์หรือการซื้อสินค้าตามกระแส สินค้าท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ และสุขภาพ ซึ่งสามารถนำเสนอในแง่ของหลักวิชาการ ข้อมูลของสถานบริการ และประสบการณ์ของบุคลากรทางการแพทย์ที่น่าเชื่อถือ จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูงกลุ่ม “ผู้ปรับปรุง” นี้ได้

IDEA 1

Background:

Thailand does have good medical services

Insight:

The medical service of Thailand is one of the Laotians' TOM and medical care in Laos is limited.

Solution:

Medical tourism will be promoted more to encourage Laotian Top-Class to choose Thailand to be their destination for Medical services.

A trip that provides all dimension of medical services including a large variety of medical treatments both in terms of preventive and curative.



IDEA: “Completely Care Tourism”

IDEA#2: “Sea, Sand, Sun and Spectacular”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

กลยุทธ์ที่ 2 ดำเนินแผนงานเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับสินค้าและบริการที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลซึ่งมีอยู่มากมายในประเทศไทย ทั้งหาดทรายสีขาว แหล่งดำน้ำที่สวยงามติดอันดับโลก รีสอร์ท ที่พักประเภท Pool Villa ระดับหรู ให้ความเป็นส่วนตัว พร้อมบริการชั้นเยี่ยม ที่จะตอบโจทย์นักท่องเที่ยวชาวลาวยุคใหม่ซึ่งมีอาหาประสบการณ์เหล่านี้ได้ในประเทศของตน แต่พวกเขาสามารถเป็นเจ้าของประสบการณ์แสนประทับใจนี้เพียงตัดสินใจเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย กลยุทธ์นี้เน้นแนวทางตอบสนอง “สถานะที่เหนือชั้น” ให้แก่กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented) ที่ต้องการยืนยัน “ชัยชนะ” แห่งตนให้สังคมทั้งโลกได้ตระหนักทราบ ด้วยการเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้ตัวเองเสมอ เป็นการตอบแทนความสำเร็จที่ตนได้ทำไว้

IDEA 2

Background:

When Laotians think about Thailand, they always come up with “the Beautiful Beach”.

Insight:

Sea and beaches are under promoted in Thailand.

Solution:

Let Laotian travelers see that there are many seas and beaches which provide them beautiful scenery to view, exciting activities to do, a large variety of fresh seafood to taste.



IDEA: “Sea, Sand , Sun and Spectacular”

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

IDEA #3: “World-class Shopping Sensation within Reach”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream)

กลยุทธ์ที่ 3 ดำเนินแผนงานเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ประเทศไทยว่าเป็นแหล่งช้อปปิ้งสินค้าคุณภาพทั้งสินค้าจากฝีมือคนท้องถิ่น ดีไซน์สุดเก๋ในราคาสุดคุ้ม ไปจนถึงสินค้าแบรนด์เนมหรือคุณภาพระดับพรีเมียม ให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อหาได้อย่างจุใจ กลยุทธ์นี้จะเจาะจงไปที่นักท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream) ได้สัมผัสประสบการณ์ช้อปปิ้งอย่างมีระดับ โดยไม่ต้องเดินทางไปไกลถึงสิงคโปร์

IDEA 3

Background:

Laotians value shopping

Insight:

Laotian mass group thinks that Thailand is not a luxurious destination for shopping compared to Singapore and Malaysia.

Solution:

Let Laotians know that Thailand not only has local brands, but it also has luxurious goods for all segment group, so this can boost their spending



IDEA: “World Class Shopping Sensation within Reach”

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

แผนการดำเนินการภายใต้กลยุทธ์ (Implementation Plan)

กลยุทธ์ที่ 1 “Completely Care Tourism”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง”(Reformer Oriented)

แผนดำเนินการ#1 Healthcare package

หลักการ ประเทศไทยมีศักยภาพ และความเหนือชั้นทางการแพทย์ การดูแลรักษาสุขภาพที่ครบวงจร นอกจากนี้ประเทศไทยยังมีสถานที่ให้บริการด้านทันตกรรมที่ทันสมัย พร้อมให้บริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจะสร้างความแตกต่างเหนือประเทศจุดหมายปลายทางอื่นๆ (Medical and dental tourism should be promoted throughout all classes to instill ‘Top-of-mind’ whenever they need such services.)

- ข้อมูลจากการศึกษา พบว่าหนึ่งในกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว โดยเฉพาะกลุ่มผู้ปรับปรุง (Reformer) นิยมระหว่างการเดินทางแตกต่างกับนักท่องเที่ยวทั่วไป ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (กลุ่มศักยภาพสูง “ผู้ปรับปรุง” ร้อยละ 40 นักท่องเที่ยวทั่วไป ร้อยละ 5.7)

กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูง ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้ปรับปรุง” (5,075 ราย)
เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มทั่วไป (Mass: 287,054 ราย)

ช่วงเวลา ม.ค.-ธ.ค. 2557

ดำเนินการ

ขั้นตอน

1. แสวงหาพันธมิตรระดับไฮเอนด์ในพื้นที่เป้าหมายอย่างกรุงเทพฯ อุดรธานี และหนองคาย เช่น กลุ่มโรงพยาบาลเอกชนชั้นนำ คลินิกทันตกรรมที่ทันตแพทย์ผู้เชี่ยวชาญพร้อมเครื่องมือทันสมัย สถานบริการด้านสุขภาพและสปาและบริษัททัวร์มีระดับที่สามารถจัดทริปเฉพาะให้กับนักท่องเที่ยวชาวลาวที่มีเศรษฐกิจฐานะดีมาก
2. จัดหาผู้เชี่ยวชาญเพื่อจัดโปรแกรมการดูแล บำรุง หรือรักษาสุขภาพ ให้สามารถตอบสนองความต้องการได้หลากหลาย
3. ให้ข้อมูลที่แสดงความเชี่ยวชาญในธุรกิจ และกำหนดแผนการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบโจทย์ความต้องการแบบเฉพาะเจาะจงของลูกค้ากลุ่มพิเศษนี้อย่างครบถ้วน โดยแสดงรายละเอียด และรูปแบบ ที่ทำให้ผู้รับข่าวสารรับรู้ถึง “คุณภาพ พร้อมระดับของความหรูหราที่เลือกได้” อย่างเป็นทางการ
4. เนื้อหาต้องสอดคล้องกับสิ่งที่แสดงออกถึงความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสังคม
5. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนที่เหมาะสม ผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ในนิตยสารทั่วไปหรือนิตยสารท่องเที่ยว รายการวิทยุ หนังสือพิมพ์ และสังคมออนไลน์
6. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน แล้วนำไปปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด

การประเมินผล รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้น จากการให้บริการของกลุ่มเป้าหมายที่แสดงเจตจำนงเข้าร่วมโปรแกรม ในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 2 “Sea, Sand, Sun and Spectacular”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์ และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (Succeeder Oriented)

แผนดำเนินการ#2 Unforgettable Experience by the Sea

หลักการ เพื่อสร้างการรับรู้ และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มศักยภาพสูง สู່แหล่งเป้าหมายการท่องเที่ยวทางทะเลในไทยโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในภาคตะวันออก ซึ่งจะมีระยะทางไม่ไกลเกินไปนัก และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน อาหารทะเลรสเลิศ มีกิจกรรมสันทนาการ และความบันเทิงที่หลากหลาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดระยอง (เกาะเสม็ด เกาะมันนอก) และจังหวัดตราด (เกาะช้าง เกาะหมาก เกาะกูด) ซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงบรรยากาศอันเจียบสงบและมีความเป็นส่วนตัวมากกว่า เป็นต้น

(Beach resorts should be promoted heavily for the more affluence – for both weekend and long holiday trips. Seafood and beaches would be a main draw for the Laotians. Special packages aimed at this should be tapped upon.)

- ข้อมูลจากการศึกษา ยังพบว่าหนึ่งในกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวลาวกกลุ่มศักยภาพสูง โดยเฉพาะกลุ่มผู้คว้าชัย (Succeeder) นิยมระหว่างการเดินทางแตกต่างกับนักท่องเที่ยวทั่วไป ได้แก่ กิจกรรมชายหาด (กลุ่มศักยภาพสูง “ผู้คว้าชัย” ร้อยละ 83.3 นักท่องเที่ยวทั่วไป ร้อยละ 55.7)
- อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ พบว่าจังหวัดท่องเที่ยวทางทะเลของไทยที่ชาวลาวกคุ้นเคย มีเพียง 2 แห่งคือพัทยาและภูเก็ต โดยเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป (Mass) ส่วนกลุ่มศักยภาพสูงพบว่าเดินทางมาเที่ยวทะเลในประเทศไทยน้อยมากหรือแทบไม่มีเลย พวกเขาเลือกที่จะไปประเทศเวียดนามมากกว่า เช่น ไปฮานอยแล้วเดินทางต่อไปที่อ่าวฮาลอง (มรดกโลกทางธรรมชาติ) ส่วนหนึ่งไปที่เมืองดานัง และเมืองฮอยอัน ซึ่งเป็นเมืองท่าติดทะเลทั้งคู่

กลุ่มเป้าหมาย เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูงชาวลาวก ที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “ผู้คว้าชัย” (5,090 ราย)
เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวลาวกกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ (13,233ราย) และกลุ่มทั่วไป (Mass: 287,054 ราย)

ช่วงเวลา - มิ.ย.-ก.ค. 2557 (เป็นเดือนที่นักท่องเที่ยวชาวลาวนิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด)
ดำเนินการ - ช่วงเทศกาลปีใหม่ตั้งแต่เดือน ธ.ค. 2557-ม.ค. 2558

ขั้นตอน

1. แสวงหาพันธมิตรผู้ประกอบการโรงแรม/รีสอร์ทระดับ 4-5 ดาว ในพื้นที่เป้าหมาย เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลในจังหวัดระยอง และจังหวัดตราด โดยเน้นจัดโปรแกรมต้อนรับอย่างอบอุ่น และหรูหราเป็นพิเศษ
2. แสวงหาพันธมิตรบริษัททัวร์มีระดับที่สามารถจัดทริปเฉพาะ (Customized Itinerary, Exclusive trip) ให้กับนักท่องเที่ยวชาวลาวกกลุ่มศักยภาพสูงที่มี

| | |
|--------------|---|
| | <p>เศรษฐกิจฐานดีมาก</p> <p>3. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวระดับบนที่เหมาะสมผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ทางรายการวิทยุ นิตยสารท่องเที่ยว และบริษัททัวร์</p> <p>4. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผล ทุก 3 เดือน แล้วนำไปปรับปรุงวิธีการในรายละเอียด</p> |
| การประเมินผล | รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตรที่เพิ่มขึ้น จากการใช้บริการของกลุ่มเป้าหมายที่แสดงเจตจำนงเข้าร่วมโปรแกรม ในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด |

กลยุทธ์ที่ 3 “World Class Shopping Sensation with Reach”

สำหรับกลุ่มที่มีไลฟ์สไตล์และวิถีคิดแบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstream)

แผนดำเนินการ #3 Shopper’s Paradise

| | |
|---------|---|
| หลักการ | <p>เพื่อเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ และกำลังซื้อ ได้สัมผัสสินค้าแบรนด์เนมชั้นนำระดับโลก และแบรนด์ไทยชั้นนำแนวหน้า ในห้างสรรพสินค้าหรู ใจกลางเมืองใหญ่เช่น กรุงเทพฯ หรืออุดรธานี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวลาวยังชื่นชอบการลิ้มลองรสชาติอาหารท้องถิ่น ดังนั้น ร้านอาหารมีชื่อ รวมถึงสินค้าประเภทอาหาร ของกินขึ้นชื่อของในพื้นที่จึงควรได้รับการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถซื้อไปฝากครอบครัว เพื่อนฝูงทางบ้านได้</p> <p>(Promote Thailand as a Shoppers’ heaven for luxury goods and local brands.)</p> <ul style="list-style-type: none">- ข้อมูลจากการศึกษา พบว่าหนึ่งในกิจกรรมระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว ที่นักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาว โดยเฉพาะกลุ่ม “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (Mainstreamer) นิยมชมชอบ และแตกต่างกับนักท่องเที่ยวทั่วไป ได้แก่ การช้อปปิ้ง (กลุ่มศักยภาพสูง “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” ร้อยละ 85.7 นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป ร้อยละ 57.1) และการลิ้มลองรสชาติอาหารท้องถิ่น (กลุ่มศักยภาพสูง “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” ร้อยละ 57.1 นักท่องเที่ยวกลุ่มทั่วไป ร้อยละ 20.9) |
|---------|---|

| | |
|---------------|--|
| กลุ่มเป้าหมาย | เป้าหมายหลัก: กลุ่มศักยภาพสูงที่มีไลฟ์สไตล์แบบ “คนธรรมดาในโลกธรรมดา” (7,125 ราย) เป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยวชาวลาวกลุ่มศักยภาพสูงอื่นๆ (11,198 ราย) และกลุ่มทั่วไป (Mass: 287,054 ราย) |
|---------------|--|

| | |
|-------------------|--|
| ช่วงเวลาดำเนินการ | ช่วงเวลาพิเศษที่ควรจัดกิจกรรมทางการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวลาว คือ ระหว่างเดือนมิ.ย.-ก.ค. ซึ่งเป็นเดือนที่พวกเขานิยมเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ช่วงเทศกาลปีใหม่เดือนธ.ค.-ม.ค. |
|-------------------|--|

ขั้นตอน

1. แสวงหาพันธมิตร ที่เป็นห้างสรรพสินค้าชั้นนำขนาดใหญ่ เช่น กลุ่มเดอะมอลล์ หรือเซ็นทรัลพัฒนาในการจัดโปรโมชั่นพิเศษให้กับเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. แสวงหาพันธมิตร ที่เป็นเจ้าของสินค้า หรือเป็นตัวแทนขาย สินค้าแบรนด์เนม หรือสินค้าไทย ที่มีคุณภาพสูง ในราคาที่คุ้มค่า
3. เลือกช่องทางการนำเสนอข่าวสารระดับบน ที่เหมาะสมต่อกลุ่มศักยภาพสูงชาว ลาว โดยเฉพาะผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์ใน นิตยสารทั่วไปหรือนิตยสารท่องเที่ยว หนังสือพิมพ์ และสังคมออนไลน์
4. แลกเปลี่ยนข้อมูลกับพันธมิตรเพื่อประเมินผลทุก 3 เดือน เพื่อปรับปรุงวิธีการ ในรายละเอียด

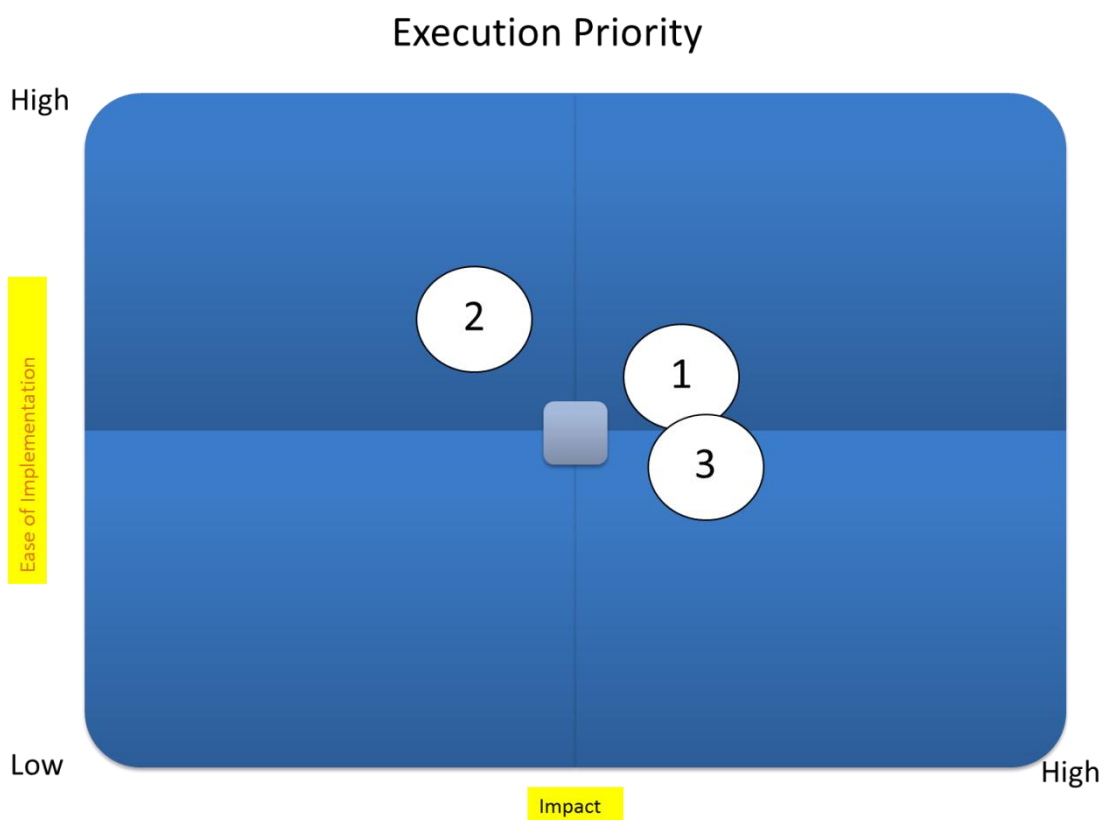
การประเมินผล

รายงานผลสำเร็จ โดยใช้จำนวนยอดขายเฉลี่ยของพันธมิตร ต่อเฉพาะกลุ่ม นักท่องเที่ยวเป้าหมายที่เพิ่มขึ้นในช่วงเวลาดำเนินการ ต่อต้นทุนทั้งหมด

7.4 ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการ

ในการจำแนก ลำดับความสำคัญของแผนปฏิบัติการในประเทศลาว (จำนวน 3 แผน) สามารถพิจารณาจากองค์ประกอบใน 2 มิติ ได้แก่ ความยากง่ายในการปฏิบัติ (Ease of Implementation - ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) กับผลสำเร็จที่จับต้องได้ต่อกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด (Impact - ตามความเห็น และประสบการณ์ของคณะที่ปรึกษาฯ) สามารถแสดงได้ตามแผนภูมิภาพด้านล่าง

- หมายเลข 1 แผนดำเนินการ#1 Healthcare package
- หมายเลข 2 แผนดำเนินการ#2 Unforgettable Experience by the Sea
- หมายเลข 3 แผนดำเนินการ #3 Shopper's Paradise



แนวทางดังกล่าว แสดงได้ชัดเจนว่าการพิจารณาเลือกแผนดำเนินการ ขึ้นอยู่กับความยากง่ายของขั้นตอนดำเนินการประเด็นหนึ่ง (Ease of Implementation) กับปริมาณการเปลี่ยนแปลงที่จับต้องได้ ภายหลังการดำเนินแผนงานอีกประเด็นหนึ่ง (Impact) การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญจึงขึ้นอยู่กับ “การจัดสรร” ทรัพยากรที่มีอยู่กับปริมาณผลคาดหวังที่จับต้องได้เป็นสำคัญ

เห็นได้ชัดเจนว่ากิจกรรม #1 Healthcare package และ #3 Shopper's Paradise มีปริมาณผลคาดหวังที่ได้สูง หากสามารถดำเนินการจนสำเร็จ แต่การดำเนินการก็ไม่ง่าย เนื่องจากต้องประสานงานและติดต่อผู้เกี่ยวข้องที่อาจมีเงื่อนไข และการต่อรองที่ซับซ้อน

ขณะที่กิจกรรม #2 Unforgettable Experience by the Sea มีการดำเนินการที่ไม่ยาก เห็นได้ว่า หากสามารถทำความเข้าใจกับบริษัททัวร์พันธมิตร ให้เห็นด้วยในหลักการได้แล้ว กระบวนการขั้นตอนอื่นๆ ก็ (อาจ) สามารถที่จะเคลื่อนไหวได้โดยไม่ซับซ้อนเท่ากับสองโครงการแรก อย่างไรก็ตามปริมาณผลคาดหวังที่จะ ได้ก็ไม่สูงมาก เพราะเป็นเพียงโปรแกรมที่จัดขึ้นเพื่อเพิ่มมูลค่าแต่ก็สามารถสร้างความหลากหลายให้การ เดินทางท่องเที่ยวขึ้นคุณภาพของไทยได้มากขึ้น

ตารางที่ 1 ร้อยละจำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศโดยพักค้างคืน อย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | รวม | จำนวนครั้งการเดินทางไปต่างประเทศแล้วพักอย่างน้อย 1 คืน ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | | | |
|-----------------------------------|-------|---|-----------|-------------------|-----------------------------|
| | | 1-2 ครั้ง | 3-4 ครั้ง | 5 ครั้ง/ปีละครั้ง | 6 ครั้ง/มากกว่าปีละ 1 ครั้ง |
| ภาพรวม | 100.0 | 36.3 | 28.7 | 10.0 | 25.0 |
| เพศ | | | | | |
| ชาย | 100.0 | 40.9 | 27.6 | 8.7 | 22.8 |
| หญิง | 100.0 | 32.9 | 29.5 | 11.0 | 26.6 |
| กลุ่มอายุ | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 100.0 | 48.0 | 30.6 | 6.1 | 15.3 |
| 25 – 34 ปี | 100.0 | 40.0 | 23.6 | 10.9 | 25.5 |
| 35 – 44 ปี | 100.0 | 31.3 | 19.4 | 17.9 | 31.3 |
| 45 – 54 ปี | 100.0 | 25.5 | 36.2 | 4.3 | 34.0 |
| 55 – 64 ปี | 100.0 | 15.8 | 36.8 | 10.5 | 36.8 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 100.0 | 28.6 | 42.9 | 14.3 | 14.3 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 100.0 | 33.7 | 38.9 | 10.9 | 16.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 100.0 | 41.3 | 16.3 | 9.8 | 32.6 |
| \$20,000 - \$49,999 | 100.0 | 37.5 | 8.3 | 4.2 | 50.0 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 100.0 | 33.3 | 11.1 | 11.1 | 44.4 |
| อาชีพ | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 100.0 | 33.3 | 22.2 | 14.8 | 29.6 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 100.0 | 11.4 | 25.7 | 2.9 | 60.0 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | 100.0 | 23.6 | 33.3 | 19.4 | 23.6 |
| ธุรกิจ | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 100.0 | 36.4 | 36.4 | 4.5 | 22.7 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 100.0 | 45.2 | 32.3 | 6.5 | 16.1 |
| แม่บ้าน | 100.0 | 55.0 | 25.0 | 5.0 | 15.0 |
| นักเรียน | 100.0 | 49.4 | 27.0 | 6.7 | 16.9 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | 50.0 | - | 25.0 | 25.0 |
| กลุ่ม | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 100.0 | 36.5 | 29.1 | 10.6 | 23.8 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 100.0 | 33.3 | 22.2 | - | 44.4 |

ตารางที่ 2 ร้อยละประเภทของการจัดการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | รวม | ประเภทของการจัดการการท่องเที่ยว | | | |
|-----------------------------------|-------|---|---|--|---|
| | | จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเองหรือเพื่อน | เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/แพ็คเกจทัวร์ | เดินทางไปด้วยตัวเอง แต่อาจซื้อตั๋วเดินทาง/กิจกรรมจากบริษัท | เดินทางไปกับทัวร์ส่วนบุคคล/ทัวร์จัดเฉพาะกลุ่ม |
| ภาพรวม | 100.0 | 65.3 | 22.3 | 10.3 | 2.0 |
| เพศ | | | | | |
| ชาย | 100.0 | 62.2 | 23.6 | 11.0 | 3.1 |
| หญิง | 100.0 | 67.6 | 21.4 | 9.8 | 1.2 |
| กลุ่มอายุ | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 100.0 | 62.2 | 25.5 | 11.2 | 1.0 |
| 25 – 34 ปี | 100.0 | 70.9 | 12.7 | 10.9 | 5.5 |
| 35 – 44 ปี | 100.0 | 73.1 | 16.4 | 10.4 | - |
| 45 – 54 ปี | 100.0 | 63.8 | 23.4 | 8.5 | 4.3 |
| 55 – 64 ปี | 100.0 | 57.9 | 31.6 | 10.5 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 100.0 | 42.9 | 50.0 | 7.1 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 100.0 | 70.3 | 21.1 | 6.9 | 1.7 |
| \$10,000 - \$19,999 | 100.0 | 56.5 | 26.1 | 14.1 | 3.3 |
| \$20,000 - \$49,999 | 100.0 | 54.2 | 25.0 | 20.8 | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 100.0 | 88.9 | - | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 100.0 | 63.0 | 22.2 | 7.4 | 7.4 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 100.0 | 51.4 | 22.9 | 22.9 | 2.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 100.0 | 73.6 | 16.7 | 8.3 | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 100.0 | 54.5 | 31.8 | 13.6 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 100.0 | 77.4 | 16.1 | 6.5 | - |
| แม่บ้าน | 100.0 | 70.0 | 25.0 | 5.0 | - |
| นักเรียน | 100.0 | 61.8 | 25.8 | 10.1 | 2.2 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | 75.0 | 25.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 100.0 | 65.6 | 23.0 | 9.9 | 1.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 100.0 | 61.1 | 11.1 | 16.7 | 11.1 |

ตารางที่ 2.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามประเภทการจัดการ การท่องเที่ยว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ประเภทการจัดการการท่องเที่ยว | |
|--------------------------------------|---|---|
| | จองเที่ยวบิน, ยานพาหนะ, ที่พัก ฯลฯ ด้วยตัวเองหรือเพื่อน | เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ท่องเที่ยว/แพ็คเกจทัวร์ |
| เพศ | | |
| ชาย | 41.0 | 46.6 |
| หญิง | 59.0 | 53.4 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 31.7 | 35.6 |
| 20-24 ปี | 19.8 | 13.7 |
| 25-29 ปี | 24.7 | 15.1 |
| 30-34 ปี | 15.0 | 17.8 |
| 35-39 ปี | 5.7 | 8.2 |
| ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป | 3.1 | 9.6 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 59.5 | 54.8 |
| \$10,000 - \$19,999 | 28.6 | 37.0 |
| \$20,000 - \$49,999 | 7.9 | 8.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 4.0 | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 8.4 | 11.0 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.5 | 12.3 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ | 26.0 | 17.8 |
| แรงงานและเกษตรกร | 6.6 | 9.6 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 11.5 | 6.8 |
| แม่บ้าน | 6.6 | 6.8 |
| นักเรียน | 28.2 | 34.2 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 1.3 | 1.4 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่ม | | |
| กลุ่มทั่วไป | 93.8 | 94.5 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 6.2 | 5.5 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 3 ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|------|-------|-------|------|-------|------|------|------|------|------|------|
| | ม.ค. | ก.พ. | มี.ค. | เม.ย. | พ.ค. | มิ.ย. | ก.ค. | ส.ค. | ก.ย. | ต.ค. | พ.ย. | ธ.ค. |
| ภาพรวม | 16.3 | 7.3 | 5.3 | 19.7 | 13.3 | 25.7 | 33.7 | 21.0 | 7.3 | 5.3 | 7.0 | 17.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 15.7 | 11.8 | 11.8 | 17.3 | 17.3 | 20.5 | 31.5 | 23.6 | 12.6 | 7.1 | 7.1 | 21.3 |
| หญิง | 16.8 | 4.0 | 4.0 | 21.4 | 10.4 | 29.5 | 35.3 | 19.1 | 3.5 | 4.0 | 6.9 | 14.5 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 7.1 | 3.1 | 3.1 | 9.2 | 5.1 | 24.5 | 49.0 | 28.6 | 10.2 | 2.0 | 2.0 | 10.2 |
| 25 – 34 ปี | 21.8 | 7.3 | 1.8 | 18.2 | 7.3 | 27.3 | 23.6 | 16.4 | 7.3 | 3.6 | 3.6 | 25.5 |
| 35 – 44 ปี | 13.4 | 4.5 | 6.0 | 23.9 | 7.5 | 34.3 | 34.3 | 14.9 | 3.0 | 9.0 | 10.4 | 16.4 |
| 45 – 54 ปี | 27.7 | 12.8 | 10.6 | 31.9 | 34.0 | 21.3 | 17.0 | 19.1 | 8.5 | 8.5 | 14.9 | 25.5 |
| 55 – 64 ปี | 26.3 | 15.8 | 15.8 | 31.6 | 26.3 | 5.3 | 15.8 | 21.1 | 10.5 | 10.5 | 5.3 | 21.1 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | 21.4 | - | 21.4 | 35.7 | 28.6 | 42.9 | 21.4 | - | - | 14.3 | 7.1 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 16.0 | 6.3 | 5.7 | 16.6 | 10.9 | 25.7 | 34.3 | 20.6 | 6.9 | 2.3 | 7.4 | 7.4 |
| \$10,000 - \$19,999 | 15.2 | 7.6 | 4.3 | 22.8 | 17.4 | 31.5 | 30.4 | 17.4 | 6.5 | 6.5 | 5.4 | 5.4 |
| \$20,000 - \$49,999 | 25.0 | 12.5 | 8.3 | 33.3 | 16.7 | 12.5 | 45.8 | 41.7 | 12.5 | 16.7 | 12.5 | 12.5 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 11.1 | - | 11.1 | 11.1 | - | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 7.4 | - | 14.8 | 7.4 | 44.4 | 22.2 | 22.2 | 3.7 | 7.4 | 11.1 | 22.2 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 25.7 | 8.6 | 5.7 | 25.7 | 31.4 | 14.3 | 28.6 | 25.7 | 11.4 | 11.4 | 5.7 | 28.6 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | 16.7 | 2.8 | 8.3 | 27.8 | 11.1 | 31.9 | 31.9 | 15.3 | 4.2 | 2.8 | 5.6 | 13.9 |
| ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |

ตารางที่ 3 (ต่อ) ร้อยละช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ช่วงเวลาที่เลือกเดินทางไปต่างประเทศในรอบปี | | | | | | | | | | | |
|------------------------|--|------|-------|-------|------|-------|------|------|------|------|------|------|
| | ม.ค. | ก.พ. | มี.ค. | เม.ย. | พ.ค. | มิ.ย. | ก.ค. | ส.ค. | ก.ย. | ต.ค. | พ.ย. | ธ.ค. |
| แรงงานและเกษตรกร | 31.8 | 13.6 | - | 31.8 | 27.3 | 9.1 | 22.7 | 18.2 | 9.1 | 4.5 | 18.2 | 22.7 |
| บุคลากรรัฐบาล และทหาร | 16.1 | 19.4 | 6.5 | 22.6 | 12.9 | 22.6 | 22.6 | 12.9 | 3.2 | 9.7 | 19.4 | 22.6 |
| แม่บ้าน | 30.0 | 5.0 | 10.0 | 25.0 | 15.0 | 35.0 | 25.0 | 10.0 | 5.0 | 15.0 | 5.0 | 10.0 |
| นักเรียน | 9.0 | 5.6 | 4.5 | 6.7 | 4.5 | 22.5 | 48.3 | 29.2 | 11.2 | 1.1 | 1.1 | 13.5 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | 25.0 | 50.0 | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 17.0 | 7.8 | 5.7 | 20.6 | 13.1 | 24.1 | 33.3 | 21.3 | 6.7 | 5.3 | 7.1 | 17.0 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | - | - | 5.6 | 16.7 | 50.0 | 38.9 | 16.7 | 16.7 | 5.6 | 5.6 | 22.2 |

ตารางที่ 4 ร้อยละของระยะเวลาการพักอยู่ในต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | รวม | ระยะเวลาการพักในต่างประเทศ | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|----------------------------|---------|---------|-----------|-----------|-----------|---------|-----------------|
| | | 1 วัน | 2-3 วัน | 4-5 วัน | 1 สัปดาห์ | 2 สัปดาห์ | 3 สัปดาห์ | 1 เดือน | มากกว่า 1 เดือน |
| ภาพรวม | 100.0 | 8.0 | 34.0 | 20.7 | 25.3 | 8.3 | 1.3 | 1.3 | 1.0 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 100.0 | 6.3 | 37.0 | 19.7 | 25.2 | 7.9 | 1.6 | 0.8 | 1.6 |
| หญิง | 100.0 | 9.2 | 31.8 | 21.4 | 25.4 | 8.7 | 1.2 | 1.7 | 0.6 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 100.0 | 9.2 | 38.8 | 17.3 | 25.5 | 7.1 | 1.0 | 1.0 | - |
| 25 – 34 ปี | 100.0 | 10.9 | 38.2 | 18.2 | 23.6 | 9.1 | - | - | - |
| 35 – 44 ปี | 100.0 | 6.0 | 34.3 | 26.9 | 25.4 | 3.0 | 3.0 | - | 1.5 |
| 45 – 54 ปี | 100.0 | 6.4 | 27.7 | 21.3 | 23.4 | 12.8 | - | 6.4 | 2.1 |
| 55 – 64 ปี | 100.0 | 10.5 | 21.1 | 15.8 | 36.8 | 5.3 | 5.3 | - | 5.3 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 100.0 | - | 21.4 | 28.6 | 21.4 | 28.6 | - | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 100.0 | 13.1 | 40.0 | 19.4 | 21.1 | 5.7 | - | - | 0.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 100.0 | 1.1 | 25.0 | 26.1 | 28.3 | 10.9 | 2.2 | 4.3 | 2.2 |
| \$20,000 - \$49,999 | 100.0 | - | 29.2 | 16.7 | 37.5 | 16.7 | - | - | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 100.0 | - | 22.2 | - | 44.4 | 11.1 | 22.2 | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 100.0 | 7.4 | 33.3 | 25.9 | 18.5 | 11.1 | - | 3.7 | - |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 100.0 | - | 20.0 | 17.1 | 28.6 | 20.0 | 5.7 | 5.7 | 2.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 100.0 | 13.9 | 34.7 | 20.8 | 25.0 | 4.2 | - | - | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 100.0 | 13.6 | 27.3 | 18.2 | 31.8 | 9.1 | - | - | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 100.0 | 3.2 | 25.8 | 35.5 | 32.3 | - | 3.2 | - | - |
| แม่บ้าน | 100.0 | 5.0 | 50.0 | 25.0 | 10.0 | 5.0 | - | - | 5.0 |
| นักเรียน | 100.0 | 6.7 | 40.4 | 15.7 | 25.8 | 9.0 | 1.1 | 1.1 | - |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | 25.0 | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 100.0 | 7.1 | 35.5 | 20.9 | 25.9 | 8.2 | 1.1 | 0.7 | 0.7 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 100.0 | 22.2 | 11.1 | 16.7 | 16.7 | 11.1 | 5.6 | 11.1 | 5.6 |

ตารางที่ 5 ร้อยละบุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | บุคคลที่ร่วมเดินทางไปต่างประเทศด้วย | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------------|--------|------------|----------------------|----------------|---------|-------|
| | ครอบครัว/ญาติ | เพื่อน | กรุ๊ปทัวร์ | เพื่อนร่วมงาน/บริษัท | เดินทางคนเดียว | คู่สมรส | คนรัก |
| ภาพรวม | 70.7 | 27.0 | 24.3 | 16.7 | 13.3 | 5.7 | 5.3 |
| เพศ | | | | | | | |
| ชาย | 66.1 | 23.6 | 26.8 | 26.0 | 11.8 | 2.4 | 7.1 |
| หญิง | 74.0 | 29.5 | 22.5 | 9.8 | 14.5 | 8.1 | 4.0 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 77.6 | 36.7 | 26.5 | 9.2 | 7.1 | - | 4.1 |
| 25 – 34 ปี | 47.3 | 30.9 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | 9.1 | 7.3 |
| 35 – 44 ปี | 73.1 | 20.9 | 16.4 | 20.9 | 22.4 | 6.0 | 7.5 |
| 45 – 54 ปี | 74.5 | 19.1 | 27.7 | 27.7 | 12.8 | 17.0 | 4.3 |
| 55 – 64 ปี | 68.4 | 21.1 | 31.6 | 21.1 | 10.5 | - | 5.3 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 92.9 | 7.1 | 50.0 | - | - | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 69.1 | 27.4 | 22.9 | 14.9 | 12.6 | 5.7 | 2.9 |
| \$10,000 - \$19,999 | 71.7 | 27.2 | 29.3 | 18.5 | 8.7 | 7.6 | 7.6 |
| \$20,000 - \$49,999 | 66.7 | 29.2 | 25.0 | 16.7 | 33.3 | - | 16.7 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 100.0 | 11.1 | - | 33.3 | 22.2 | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 51.9 | 22.2 | 29.6 | 25.9 | 14.8 | 11.1 | - |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 77.1 | 22.9 | 25.7 | 22.9 | 20.0 | 2.9 | 11.4 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 73.6 | 23.6 | 18.1 | 12.5 | 18.1 | 5.6 | 2.8 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 59.1 | 18.2 | 31.8 | 13.6 | 13.6 | 18.2 | 9.1 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 64.5 | 19.4 | 16.1 | 45.2 | 6.5 | 12.9 | 9.7 |
| แม่บ้าน | 65.0 | 30.0 | 25.0 | 5.0 | 25.0 | 5.0 | 5.0 |
| นักเรียน | 76.4 | 38.2 | 28.1 | 9.0 | 6.7 | - | 4.5 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | - | 25.0 | - | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 72.7 | 25.5 | 24.5 | 16.7 | 12.8 | 5.3 | 5.0 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 38.9 | 50.0 | 22.2 | 16.7 | 22.2 | 11.1 | 11.1 |

ตารางที่ 6 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--|---------------|----------|-------------------------|---------------|---------------------|-----------------------|--------------|-----------------------------|---------------|----------------------|
| | กิจกรรมบันเทิงและสวนสนุก | ทะเลและชายหาด | ช้อปปิ้ง | สถานที่ทางประวัติศาสตร์ | พบเพื่อน/ญาติ | ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น | สปาและสุขภาพ | เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น | กิจกรรมผจญภัย | สถานบันเทิงยามค่ำคืน |
| ภาพรวม | 60.7 | 57.3 | 57.0 | 30.3 | 25.7 | 23.0 | 21.3 | 11.7 | 11.0 | 9.7 | 9.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 56.7 | 52.8 | 47.2 | 30.7 | 29.9 | 28.3 | 15.0 | 7.1 | 9.4 | 10.2 | 7.9 |
| หญิง | 63.6 | 60.7 | 64.2 | 30.1 | 22.5 | 19.1 | 26.0 | 15.0 | 12.1 | 9.2 | 10.4 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 62.2 | 56.1 | 56.1 | 28.6 | 14.3 | 21.4 | 22.4 | 5.1 | 10.2 | 15.3 | 7.1 |
| 25 – 34 ปี | 60.0 | 60.0 | 54.5 | 25.5 | 23.6 | 21.8 | 12.7 | 7.3 | 7.3 | 9.1 | 10.9 |
| 35 – 44 ปี | 73.1 | 70.1 | 50.7 | 37.3 | 25.4 | 20.9 | 34.3 | 10.4 | 10.4 | 4.5 | 10.4 |
| 45 – 54 ปี | 57.4 | 55.3 | 59.6 | 21.3 | 36.2 | 19.1 | 14.9 | 23.4 | 8.5 | 12.8 | 12.8 |
| 55 – 64 ปี | 52.6 | 47.4 | 68.4 | 42.1 | 36.8 | 36.8 | 15.8 | 21.1 | 21.1 | - | 10.5 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 14.3 | 78.6 | 42.9 | 64.3 | 42.9 | 14.3 | 28.6 | 28.6 | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 58.9 | 55.4 | 58.3 | 30.3 | 27.4 | 21.1 | 18.3 | 12.6 | 11.4 | 8.6 | 4.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 64.1 | 60.9 | 52.2 | 34.8 | 21.7 | 20.7 | 26.1 | 10.9 | 13.0 | 7.6 | 13.0 |
| \$20,000 - \$49,999 | 62.5 | 58.3 | 66.7 | 16.7 | 37.5 | 37.5 | 25.0 | 12.5 | 4.2 | 8.3 | 25.0 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 55.6 | 55.6 | 55.6 | 22.2 | - | 44.4 | 22.2 | - | - | 55.6 | 22.2 |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ | 59.3 | 51.9 | 59.3 | 40.7 | 29.6 | 14.8 | 25.9 | 11.1 | 7.4 | 3.7 | 11.1 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 42.9 | 40.0 | 71.4 | 22.9 | 25.7 | 34.3 | 11.4 | 11.4 | 8.6 | 25.7 | 11.4 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 69.4 | 69.4 | 61.1 | 25.0 | 20.8 | 11.1 | 29.2 | 19.4 | 13.9 | 2.8 | 11.1 |
| แรงงานและเกษตรกร | 45.5 | 40.9 | 63.6 | 31.8 | 36.4 | 36.4 | 9.1 | 13.6 | 13.6 | 13.6 | 9.1 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 74.2 | 71.0 | 35.5 | 38.7 | 32.3 | 41.9 | 25.8 | 6.5 | 16.1 | 3.2 | 9.7 |
| แม่บ้าน | 50.0 | 50.0 | 55.0 | 30.0 | 35.0 | 20.0 | 20.0 | 30.0 | - | - | 5.0 |
| นักเรียน | 64.0 | 58.4 | 53.9 | 28.1 | 18.0 | 20.2 | 19.1 | 3.4 | 10.1 | 14.6 | 7.9 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | 50.0 | 100.0 | 100.0 | 50.0 | 25.0 | - | 25.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 58.9 | 55.7 | 57.1 | 30.1 | 25.9 | 23.4 | 20.9 | 12.4 | 11.3 | 9.2 | 8.5 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 88.9 | 83.3 | 55.6 | 33.3 | 22.2 | 16.7 | 27.8 | - | 5.6 | 16.7 | 22.2 |

ตารางที่ 6.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
ของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 1-11) | | | | | | | | | | |
|-----------------------------|--|-----------------------|-------------------------------|---------------|-----------------------------|---------------------|------------------------|---------------|-----------------------------|---------------|---------------------------------|
| | ช้อปปิ้ง | เที่ยวชมอาหารท้องถิ่น | กิจกรรมบันเทิงและสถาน สนุก | ทะเลและชายหาด | สถานที่ทาง ประวัติศาสตร์ | ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ | สถาบันเชิงยาม คำคืน | พบเพื่อน/ญาติ | เรียนรู้วิถีชีวิตคนท้องถิ่น | กิจกรรมผจญภัย | กิจกรรมพิเศษ/เทศกาล ท้องถิ่น |
| เพศ | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 35.1 | 29.7 | 39.6 | 39.0 | 42.9 | 52.2 | 35.7 | 49.4 | 36.4 | 44.8 | 50.0 |
| หญิง | 64.9 | 70.3 | 60.4 | 61.0 | 57.1 | 47.8 | 64.3 | 50.6 | 63.6 | 55.2 | 50.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 32.2 | 34.4 | 33.5 | 32.0 | 30.8 | 30.4 | 25.0 | 18.2 | 30.3 | 51.7 | 66.7 |
| 25 – 34 ปี | 17.5 | 10.9 | 18.1 | 19.2 | 15.4 | 17.4 | 21.4 | 16.9 | 12.1 | 17.2 | - |
| 35 – 44 ปี | 19.9 | 35.9 | 26.9 | 27.3 | 27.5 | 20.3 | 25.0 | 22.1 | 21.2 | 10.3 | 33.3 |
| 45 – 54 ปี | 16.4 | 10.9 | 14.8 | 15.1 | 11.0 | 13.0 | 21.4 | 22.1 | 12.1 | 20.7 | - |
| 55 – 64 ปี | 7.6 | 4.7 | 5.5 | 5.2 | 8.8 | 10.1 | 7.1 | 9.1 | 12.1 | - | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 6.4 | 3.1 | 1.1 | 1.2 | 6.6 | 8.7 | - | 11.7 | 12.1 | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 59.6 | 50.0 | 56.6 | 56.4 | 58.2 | 53.6 | 28.6 | 62.3 | 60.6 | 51.7 | 58.3 |
| \$10,000 - \$19,999 | 28.1 | 37.5 | 32.4 | 32.6 | 35.2 | 27.5 | 42.9 | 26.0 | 36.4 | 24.1 | 33.3 |
| \$20,000 - \$49,999 | 9.4 | 9.4 | 8.2 | 8.1 | 4.4 | 13.0 | 21.4 | 11.7 | 3.0 | 6.9 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 2.9 | 3.1 | 2.7 | 2.9 | 2.2 | 5.8 | 7.1 | - | - | 17.2 | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ | 9.4 | 10.9 | 8.8 | 8.1 | 12.1 | 5.8 | 10.7 | 10.4 | 6.1 | 3.4 | - |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 14.6 | 6.3 | 8.2 | 8.1 | 8.8 | 17.4 | 14.3 | 11.7 | 9.1 | 31.0 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 25.7 | 32.8 | 27.5 | 29.1 | 19.8 | 11.6 | 28.6 | 19.5 | 30.3 | 6.9 | 8.3 |
| แรงงานและเกษตรกร | 8.2 | 3.1 | 5.5 | 5.2 | 7.7 | 11.6 | 7.1 | 10.4 | 9.1 | 10.3 | 16.7 |
| บุคลากรรัฐบาลและ แม่บ้าน | 6.4 | 12.5 | 12.6 | 12.8 | 13.2 | 18.8 | 10.7 | 13.0 | 15.2 | 3.4 | 8.3 |
| แม่บ้าน | 6.4 | 6.3 | 5.5 | 5.8 | 6.6 | 5.8 | 3.6 | 9.1 | - | - | 8.3 |
| นักเรียน | 28.1 | 26.6 | 31.3 | 30.2 | 27.5 | 26.1 | 25.0 | 20.8 | 27.3 | 44.8 | 58.3 |
| บุคคลที่เกษียณอายุ | 1.2 | 1.6 | 0.5 | 0.6 | 4.4 | 2.9 | - | 5.2 | 3.0 | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 94.2 | 92.2 | 91.2 | 91.3 | 93.4 | 95.7 | 85.7 | 94.8 | 97.0 | 89.7 | 91.7 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.8 | 7.8 | 8.8 | 8.7 | 6.6 | 4.3 | 14.3 | 5.2 | 3.0 | 10.3 | 8.3 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 7 ร้อยละกิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
ของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | กิจกรรมที่ขึ้นขอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-22) | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|-----------------------|--------------------------|-------------------|-------|----------|-----------------------------|----------------|----------------|
| | เยี่ยมชมเมือง/ประเทศ | วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ | พักผ่อน เช่น ว่ายน้ำ ฯลฯ | การแพทย์/การรักษา | กอล์ฟ | ล่องเรือ | กิจกรรมพิเศษ/เทศกาลท้องถิ่น | เกี่ยวกับศาสนา | ด้าน/ชมปะการัง |
| ภาพรวม | 8.0 | 6.7 | 6.7 | 6.3 | 5.3 | 4.7 | 4.0 | 2.3 | 1.0 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 11.8 | 9.4 | 8.7 | 5.5 | 7.1 | 3.9 | 4.7 | 3.9 | 0.8 |
| หญิง | 5.2 | 4.6 | 5.2 | 6.9 | 4.0 | 5.2 | 3.5 | 1.2 | 1.2 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 8.2 | 3.1 | 6.1 | 4.1 | 3.1 | 3.1 | 8.2 | 4.1 | 1.0 |
| 25 – 34 ปี | 9.1 | 3.6 | 5.5 | 3.6 | 5.5 | 5.5 | - | 1.8 | - |
| 35 – 44 ปี | 9.0 | 10.4 | 7.5 | 9.0 | 3.0 | 3.0 | 6.0 | 3.0 | 1.5 |
| 45 – 54 ปี | 10.6 | 17.0 | 6.4 | 8.5 | 10.6 | 2.1 | - | - | 2.1 |
| 55 – 64 ปี | - | - | 10.5 | - | 15.8 | 15.8 | - | - | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 7.1 | 21.4 | - | 14.3 | - | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.6 | 5.1 | 4.0 | 3.4 | 3.4 | 4.0 | 4.0 | 2.9 | - |
| \$10,000 - \$19,999 | 13.0 | 6.5 | 9.8 | 7.6 | 4.3 | 2.2 | 4.3 | 1.1 | 1.1 |
| \$20,000 - \$49,999 | 16.7 | 12.5 | 8.3 | 12.5 | 16.7 | 16.7 | 4.2 | - | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 22.2 | 22.2 | 33.3 | 22.2 | 11.1 | - | 11.1 | 22.2 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ | 11.1 | 22.2 | 3.7 | 11.1 | 3.7 | 11.1 | - | 3.7 | - |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 14.3 | 14.3 | 20.0 | 11.4 | 11.4 | 8.6 | - | - | 5.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 2.8 | 2.8 | 2.8 | 4.2 | 5.6 | 5.6 | 1.4 | - | - |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 9.1 | - | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 12.9 | 9.7 | 6.5 | 3.2 | 9.7 | - | 3.2 | 3.2 | - |
| แม่บ้าน | - | - | 5.0 | 15.0 | - | 5.0 | 5.0 | 5.0 | - |
| นักเรียน | 9.0 | 3.4 | 6.7 | 4.5 | 3.4 | 2.2 | 7.9 | 4.5 | 1.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 7.8 | 5.7 | 6.4 | 5.7 | 5.3 | 5.0 | 3.9 | 2.5 | 1.1 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 16.7 | 5.6 | - | 5.6 | - | - |

ตารางที่ 7.1 ร้อยละกิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-20) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | กิจกรรมที่ชื่นชอบระหว่างการเดินทางในต่างประเทศ (กิจกรรมอันดับที่ 12-20) | | | | | | | | |
|-----------------------------|---|-----------------------|----------------------|-------------------|----------------------------|----------------|------------|-----------------|-------|
| | สถาและสุขภาพ | วัตถุประสงค์ทางธุรกิจ | เยี่ยมชมเมือง/ประเทศ | การแพทย์/การรักษา | กีฬาอื่นๆ เช่น วัยรุ่น ฯลฯ | เกี่ยวกับศาสนา | ท่องเที่ยว | ดำน้ำ/ชมปะการัง | กอล์ฟ |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 25.7 | 60.0 | 62.5 | 36.8 | 55.0 | 71.4 | 35.7 | 33.3 | 56.3 |
| หญิง | 74.3 | 40.0 | 37.5 | 63.2 | 45.0 | 28.6 | 64.3 | 66.7 | 43.8 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 14.3 | 15.0 | 33.3 | 21.1 | 30.0 | 57.1 | 21.4 | 33.3 | 18.8 |
| 25 – 34 ปี | 11.4 | 10.0 | 20.8 | 10.5 | 15.0 | 14.3 | 21.4 | - | 18.8 |
| 35 – 44 ปี | 20.0 | 35.0 | 25.0 | 31.6 | 25.0 | 28.6 | 14.3 | 33.3 | 12.5 |
| 45 – 54 ปี | 31.4 | 40.0 | 20.8 | 21.1 | 15.0 | - | 7.1 | 33.3 | 31.3 |
| 55 – 64 ปี | 11.4 | - | - | - | 10.0 | - | 21.4 | - | 18.8 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 11.4 | - | - | 15.8 | 5.0 | - | 14.3 | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 62.9 | 45.0 | 33.3 | 31.6 | 35.0 | 71.4 | 50.0 | - | 37.5 |
| \$10,000 - \$19,999 | 28.6 | 30.0 | 50.0 | 36.8 | 45.0 | 14.3 | 14.3 | 33.3 | 25.0 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.6 | 15.0 | 16.7 | 15.8 | 10.0 | - | 28.6 | - | 25.0 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 10.0 | - | 15.8 | 10.0 | 14.3 | 7.1 | 66.7 | 12.5 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ | 8.6 | 30.0 | 12.5 | 15.8 | 5.0 | 14.3 | 21.4 | - | 6.3 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | 25.0 | 20.8 | 21.1 | 35.0 | - | 21.4 | 66.7 | 25.0 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 40.0 | 10.0 | 8.3 | 15.8 | 10.0 | - | 28.6 | - | 25.0 |
| แรงงานและเกษตรกร | 8.6 | 5.0 | 8.3 | 5.3 | 5.0 | - | 7.1 | - | 6.3 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 5.7 | 15.0 | 16.7 | 5.3 | 10.0 | 14.3 | - | - | 18.8 |
| แม่บ้าน | 17.1 | - | - | 15.8 | 5.0 | 14.3 | 7.1 | - | - |
| นักเรียน | 8.6 | 15.0 | 33.3 | 21.1 | 30.0 | 57.1 | 14.3 | 33.3 | 18.8 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | - | - | - | - | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 100.0 | 80.0 | 91.7 | 84.2 | 90.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 93.8 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 20.0 | 8.3 | 15.8 | 10.0 | - | - | - | 6.3 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 8 ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---------------------------------------|---------|-----------|--------|---------|---------|------|---------------|---------|------|
| | Udon thani | Bangkok | Nong khai | Ha noi | Pattaya | Da nang | Vinh | Chiang mai | Beijing | Loei |
| ภาพรวม | 43.7 | 39.3 | 30.7 | 25.7 | 10.0 | 10.0 | 5.7 | 5.3 | 5.3 | 5.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | |
| ชาย | 40.2 | 41.7 | 26.0 | 29.1 | 10.2 | 11.8 | 3.1 | 5.5 | 5.5 | 5.5 |
| หญิง | 46.2 | 37.6 | 34.1 | 23.1 | 9.8 | 8.7 | 7.5 | 5.2 | 5.2 | 4.6 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 50.0 | 31.6 | 28.6 | 16.3 | 6.1 | 9.2 | 13.3 | 6.1 | 7.1 | 5.1 |
| 25 – 34 ปี | 32.7 | 47.3 | 18.2 | 27.3 | 12.7 | 7.3 | 1.8 | 3.6 | 5.5 | 5.5 |
| 35 – 44 ปี | 38.8 | 50.7 | 26.9 | 28.4 | 14.9 | 4.5 | 3.0 | 6.0 | 1.5 | 6.0 |
| 45 – 54 ปี | 51.1 | 34.0 | 40.4 | 29.8 | 12.8 | 14.9 | 2.1 | 2.1 | 8.5 | - |
| 55 – 64 ปี | 42.1 | 36.8 | 57.9 | 42.1 | - | 10.5 | - | 5.3 | 5.3 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 42.9 | 28.6 | 42.9 | 35.7 | 7.1 | 35.7 | - | 14.3 | - | 21.4 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 47.4 | 32.0 | 37.7 | 15.4 | 12.0 | 7.4 | 7.4 | 5.1 | 1.7 | 5.1 |
| \$10,000- \$19,999 | 32.6 | 53.3 | 19.6 | 43.5 | 8.7 | 13.0 | 2.2 | 3.3 | 10.9 | 4.3 |
| \$20,000 - \$49,999 | 54.2 | 37.5 | 20.8 | 37.5 | - | 20.8 | 4.2 | 12.5 | 4.2 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 55.6 | 44.4 | 33.3 | 11.1 | 11.1 | - | 11.1 | 11.1 | 22.2 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 33.3 | 59.3 | 29.6 | 33.3 | 11.1 | 11.1 | - | 3.7 | 3.7 | - |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 40.0 | 42.9 | 22.9 | 31.4 | 5.7 | 17.1 | 5.7 | 2.9 | 17.1 | 8.6 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 40.3 | 38.9 | 33.3 | 29.2 | 20.8 | 5.6 | - | 5.6 | 4.2 | 5.6 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | |

ตารางที่ 8 (ต่อ) ร้อยละเมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | เมืองที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว | | | | | | | | | |
|------------------------|---------------------------------------|---------|-----------|--------|---------|---------|------|---------------|---------|------|
| | Udon thani | Bangkok | Nong khai | Ha noi | Pattaya | Da nang | Vinh | Chiang mai | Beijing | Loei |
| แรงงานและเกษตรกร | 54.5 | 40.9 | 13.6 | 22.7 | 13.6 | 9.1 | - | 9.1 | - | 13.6 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 32.3 | 51.6 | 25.8 | 32.3 | 6.5 | 16.1 | - | - | - | - |
| แม่บ้าน | 55.0 | 20.0 | 65.0 | 15.0 | 5.0 | - | 10.0 | 10.0 | 5.0 | - |
| นักเรียน | 50.6 | 32.6 | 29.2 | 19.1 | 4.5 | 11.2 | 14.6 | 5.6 | 5.6 | 4.5 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | - | - | 25.0 | - | 25.0 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 44.7 | 38.7 | 32.3 | 25.5 | 10.6 | 10.3 | 6.0 | 5.3 | 4.6 | 5.3 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 27.8 | 50.0 | 5.6 | 27.8 | - | 5.6 | - | 5.6 | 16.7 | - |

ตารางที่ 9 ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|---------|-------|----------|----------|-----------|-----------|-------|-----------|-----------|
| | Thailand | Vietnam | China | Malaysia | Cambodia | Indonesia | Australia | Japan | Singapore | Hong Kong |
| ภาพรวม | 90.0 | 41.0 | 8.7 | 3.0 | 3.0 | 2.7 | 2.7 | 2.3 | 2.0 | 2.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | |
| ชาย | 86.6 | 43.3 | 10.2 | 0.8 | 3.1 | 3.1 | 2.4 | 2.4 | 0.8 | 1.6 |
| หญิง | 92.5 | 39.3 | 7.5 | 4.6 | 2.9 | 2.3 | 2.9 | 2.3 | 2.9 | 2.3 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 91.8 | 39.8 | 9.2 | 2.0 | 1.0 | 1.0 | 1.0 | 2.0 | 1.0 | - |
| 25 – 34 ปี | 89.1 | 38.2 | 7.3 | 3.6 | 3.6 | 3.6 | 1.8 | 1.8 | 1.8 | 5.5 |
| 35 – 44 ปี | 91.0 | 40.3 | 4.5 | 6.0 | 6.0 | 6.0 | - | 3.0 | 6.0 | - |
| 45 – 54 ปี | 85.1 | 42.6 | 17.0 | - | 2.1 | - | 8.5 | 4.3 | - | 2.1 |
| 55 – 64 ปี | 84.2 | 42.1 | 10.5 | 5.3 | 5.3 | 5.3 | 10.5 | - | - | 10.5 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 100.0 | 57.1 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 92.0 | 32.0 | 3.4 | 2.9 | 2.9 | 1.1 | 0.6 | 0.6 | 0.6 | 1.1 |
| \$10,000- \$19,999 | 85.9 | 58.7 | 14.1 | 4.3 | 3.3 | 2.2 | 5.4 | 4.3 | 4.3 | 1.1 |
| \$20,000 - \$49,999 | 91.7 | 41.7 | 16.7 | - | 4.2 | 12.5 | 4.2 | - | - | 12.5 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 88.9 | 33.3 | 33.3 | - | - | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 92.6 | 40.7 | 11.1 | - | 7.4 | 3.7 | 3.7 | - | - | 3.7 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 88.6 | 51.4 | 22.9 | 5.7 | 2.9 | 5.7 | 8.6 | 5.7 | 5.7 | 5.7 |

ตารางที่ 9 (ต่อ) ร้อยละประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมไปท่องเที่ยว | | | | | | | | | |
|--|--|---------|-------|----------|----------|-----------|-----------|-------|-----------|-----------|
| | Thailand | Vietnam | China | Malaysia | Cambodia | Indonesia | Australia | Japan | Singapore | Hong Kong |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน ขาย ธุรกิจ | 93.1 | 40.3 | 6.9 | 4.2 | 1.4 | 1.4 | 4.2 | 4.2 | - | 2.8 |
| แรงงานและเกษตรกร | 95.5 | 31.8 | 4.5 | 4.5 | 4.5 | - | - | - | - | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 77.4 | 41.9 | 3.2 | 3.2 | 9.7 | 6.5 | 3.2 | - | 9.7 | - |
| แม่บ้าน | 95.0 | 25.0 | 5.0 | - | - | 5.0 | - | - | - | - |
| นักเรียน | 88.8 | 43.8 | 7.9 | 2.2 | 1.1 | 1.1 | - | 2.2 | 1.1 | 1.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | 25.0 | - | - | - | - | - | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 90.4 | 41.5 | 7.8 | 3.2 | 2.8 | 2.1 | 2.1 | 1.8 | 1.8 | 2.1 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 83.3 | 33.3 | 22.2 | - | 5.6 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 5.6 | - |

ตารางที่ 10 ร้อยละการประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การประมาณค่าใช้จ่ายระหว่างการเดินทาง (ไม่รวมค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทาง) | | | | | | | จำนวน |
|--|--|----------------|----------------------------------|----------------|--------------------------|----------------|--|-------|
| | ที่พัก (บาท) | จำนวน (ราย) | อาหารและ เครื่องดื่ม (บาท) | จำนวน (ราย) | การซื้อป๊อปปิ้ง (บาท) | จำนวน (ราย) | ความบันเทิง และกิจกรรมใน การท่องเที่ยว อื่นๆ(บาท) | |
| ภาพรวม | 4,714.6 | 274 | 4,875.5 | 273 | 8,270.4 | 295 | 3,895.2 | 141 |
| เพศ | | | | | | | | |
| ชาย | 4,570.8 | 118 | 4,260.9 | 118 | 7,768.0 | 124 | 3,914.3 | 60 |
| หญิง | 4,823.4 | 156 | 5,343.4 | 155 | 8,634.7 | 171 | 3,881.1 | 81 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4,079.6 | 90 | 4,468.5 | 89 | 6,535.5 | 96 | 3,588.4 | 49 |
| 25 – 34 ปี | 6,076.4 | 49 | 7,276.0 | 48 | 10,273.3 | 53 | 5,587.4 | 25 |
| 35 – 44 ปี | 4,364.9 | 61 | 4,852.3 | 61 | 9,695.5 | 66 | 3,759.2 | 34 |
| 45 – 54 ปี | 5,304.7 | 46 | 4,313.1 | 45 | 7,685.4 | 47 | 3,607.3 | 22 |
| 55 – 64 ปี | 4,695.5 | 15 | 3,333.4 | 17 | 10,243.1 | 19 | 3,358.3 | 6 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 3,553.1 | 13 | 2,871.1 | 13 | 5,152.6 | 14 | 1,277.2 | 5 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 3,692.6 | 158 | 3,779.6 | 158 | 6,792.3 | 170 | 2,847.4 | 80 |
| \$10,000 - \$19,999 | 6,480.8 | 84 | 6,402.1 | 83 | 9,136.9 | 92 | 4,870.6 | 43 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4,814.4 | 23 | 6,039.6 | 23 | 9,452.4 | 24 | 3,221.4 | 12 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 5,917.6 | 9 | 7,061.1 | 9 | 24,180.0 | 9 | 12,224.3 | 6 |
| อาชีพ | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ ด้าน | 6,599.4 | 26 | 5,152.2 | 25 | 9,769.6 | 27 | 6,634.0 | 13 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5,725.7 | 30 | 5,423.9 | 28 | 10,988.2 | 35 | 5,952.0 | 13 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน ขาย ธุรกิจ | 4,898.8 | 64 | 6,288.1 | 63 | 9,742.5 | 69 | 3,636.3 | 40 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4,023.0 | 20 | 4,002.0 | 21 | 9,657.2 | 21 | 3,735.5 | 8 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 4,327.6 | 30 | 2,997.7 | 30 | 6,668.0 | 31 | 2,135.6 | 18 |
| แม่บ้าน | 4,415.1 | 19 | 4,808.1 | 20 | 5,335.1 | 20 | 2,108.0 | 5 |
| นักเรียน | 4,033.4 | 82 | 4,604.3 | 82 | 6,739.0 | 88 | 3,691.2 | 43 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 3,337.7 | 3 | 1,627.5 | 4 | 2,480.0 | 4 | 2,573.0 | 1 |
| กลุ่ม | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3,917.6 | 256 | 4,138.9 | 255 | 6,960.1 | 277 | 3,119.3 | 135 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 16,049.6 | 18 | 15,310.6 | 18 | 28,433.9 | 18 | 21,353.8 | 6 |

ตารางที่ 11 ร้อยละประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ประเภทพาหนะโดยสารที่เลือกใช้ไปยังจุดหมายปลายทาง | | | | |
|-----------------------------------|---|----------------|---------------|---------------|-------------|
| | เครื่องบินปกติ | เครื่องบินเช่า | รถบัส/แท็กซี่ | รถยนต์ส่วนตัว | มอเตอร์ไซด์ |
| ภาพรวม | 41.3 | 1.0 | 19.3 | 42.3 | 0.3 |
| เพศ | | | | | |
| ชาย | 41.7 | 2.4 | 13.4 | 48.0 | 0.8 |
| หญิง | 41.0 | - | 23.7 | 38.2 | - |
| กลุ่มอายุ | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 35.7 | 1.0 | 15.3 | 49.0 | - |
| 25 – 34 ปี | 49.1 | 3.6 | 20.0 | 36.4 | 1.8 |
| 35 – 44 ปี | 43.3 | - | 23.9 | 35.8 | - |
| 45 – 54 ปี | 40.4 | - | 21.3 | 40.4 | - |
| 55 – 64 ปี | 47.4 | - | 10.5 | 52.6 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 35.7 | - | 28.6 | 42.9 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 30.9 | - | 26.3 | 46.3 | 0.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 55.4 | 2.2 | 9.8 | 39.1 | - |
| \$20,000 - \$49,999 | 45.8 | 4.2 | 12.5 | 37.5 | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 88.9 | - | - | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 51.9 | - | 14.8 | 37.0 | - |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 48.6 | 2.9 | 8.6 | 42.9 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 43.1 | - | 23.6 | 36.1 | - |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 22.7 | - | 36.4 | 40.9 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 54.8 | - | 25.8 | 32.3 | - |
| แม่บ้าน | 30.0 | - | 30.0 | 40.0 | - |
| นักเรียน | 37.1 | 2.2 | 13.5 | 51.7 | 1.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | - | - | 75.0 | - |
| กลุ่ม | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 40.8 | 1.1 | 19.5 | 42.6 | 0.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 50.0 | - | 16.7 | 38.9 | - |

ตารางที่ 12 ร้อยละช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|--|-------|---------------|----------|---------------------|--------------|----------|--------------|------|-------------|-------------------------|---|------------|-------|-----------|---------------------------|
| | นิตยสารท่องเที่ยว | วิทยุ | นิตยสารทั่วไป | โบรชัวร์ | ข้อมูลจากการบอกเล่า | สังคมออนไลน์ | โปสเตอร์ | หนังสือพิมพ์ | ทีวี | บริษัททัวร์ | หนังสือคู่มือการเดินทาง | พอร์ทัลเว็บไซต์ / อี-บุ๊ก / อี-แมกกาซีน | บ้านประกาศ | สถานี | สมาร์ตโฟน | แอปพลิเคชันโทรศัพท์มือถือ |
| ภาพรวม | 27.7 | 27.7 | 26.3 | 22.3 | 16.0 | 16.0 | 14.7 | 13.0 | 12.3 | 10.3 | 5.0 | 4.7 | 2.0 | 1.3 | 0.3 | 0.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 32.3 | 33.1 | 24.4 | 16.5 | 15.0 | 18.1 | 9.4 | 10.2 | 11.8 | 12.6 | 6.3 | 5.5 | 3.1 | 0.8 | - | 0.8 |
| หญิง | 24.3 | 23.7 | 27.7 | 26.6 | 16.8 | 14.5 | 18.5 | 15.0 | 12.7 | 8.7 | 4.0 | 4.0 | 1.2 | 1.7 | 0.6 | - |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 28.6 | 15.3 | 27.6 | 15.3 | 17.3 | 31.6 | 14.3 | 7.1 | 17.3 | 10.2 | 4.1 | 5.1 | 2.0 | 3.1 | 1.0 | - |
| 25 – 34 ปี | 2.0 | 29.1 | 29.1 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | 14.5 | 10.9 | 7.3 | 5.5 | 5.5 | 1.8 | 1.8 | - | 1.8 |
| 35 – 44 ปี | 34.3 | 37.3 | 25.4 | 31.3 | 13.4 | 6.0 | 10.4 | 14.9 | 9.0 | 6.0 | 4.5 | 6.0 | 1.5 | - | - | - |
| 45 – 54 ปี | 31.9 | 36.2 | 23.4 | 27.7 | 14.9 | 2.1 | 17.0 | 14.9 | 10.6 | 10.6 | 4.3 | 2.1 | 4.3 | - | - | - |
| 55 – 64 ปี | 15.8 | 31.6 | 26.3 | 26.3 | 15.8 | 10.5 | 21.1 | 15.8 | 10.5 | 21.1 | 5.3 | - | - | - | - | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | 28.6 | 21.4 | 21.4 | 14.3 | - | 7.1 | 28.6 | 7.1 | 28.6 | 14.3 | 7.1 | - | - | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 28.6 | 28.6 | 29.1 | 17.7 | 19.4 | 12.6 | 15.4 | 13.1 | 16.0 | 6.9 | 5.1 | 3.4 | 2.3 | 0.6 | 0.6 | 0.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 27.2 | 29.3 | 21.7 | 27.2 | 12.0 | 18.5 | 13.0 | 12.0 | 5.4 | 18.5 | 5.4 | 6.5 | 1.1 | 2.2 | - | - |
| \$20,000 - \$49,999 | 29.2 | 20.8 | 25.0 | 37.5 | 12.5 | 25.0 | 12.5 | 4.2 | 12.5 | 8.3 | 4.2 | 4.2 | 4.2 | - | - | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 22.2 | - | 33.3 | 22.2 | 44.4 | 11.1 | - | - | 11.1 | - | 11.1 | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 22.2 | 22.2 | 29.6 | 18.5 | 25.9 | 14.8 | 14.8 | 14.8 | 11.1 | 7.4 | 7.4 | 3.7 | - | 7.4 | - | - |

ตารางที่ 12 (ต่อ) ร้อยละช่องทางที่ใช้ตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|--|-------|---------------|----------|---------------------|--------------|----------|--------------|------|-------------|-------------------------|--|------------|--------|-----------|-------------|----------------|
| | นิตยสารท่องเที่ยว | วิทยุ | นิตยสารทั่วไป | โบรชัวร์ | ข้อมูลจากการบอกเล่า | สังคมออนไลน์ | โปสเตอร์ | หนังสือพิมพ์ | ทีวี | บริษัททัวร์ | หนังสือคู่มือการเดินทาง | ฟอร์เวิร์ดเมล์ / อี-บู๊ค / อี-แมกกาซีน | ป้ายประกาศ | สารคดี | สมาร์ตโฟน | แอปพลิเคชัน | โทรศัพท์มือถือ |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ | 27.8 | 38.9 | 26.4 | 29.2 | 13.9 | 9.7 | 18.1 | 13.9 | 8.3 | 9.7 | 1.4 | 1.4 | 1.4 | - | - | - | - |
| แรงงานและเกษตรกร | 40.9 | 27.3 | 27.3 | 18.2 | 22.7 | 4.5 | - | 18.2 | 13.6 | 13.6 | 9.1 | - | 4.5 | - | - | - | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 35.5 | 29.0 | 22.6 | 19.4 | 12.9 | 6.5 | 16.1 | 12.9 | 16.1 | 9.7 | 6.5 | 9.7 | - | - | - | - | 3.2 |
| แม่บ้าน | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 35.0 | 30.0 | 5.0 | 20.0 | 15.0 | 20.0 | 5.0 | - | 5.0 | 5.0 | - | - | - | - |
| นักเรียน | 25.8 | 19.1 | 27.0 | 13.5 | 16.9 | 32.6 | 14.6 | 7.9 | 18.0 | 10.1 | 3.4 | 5.6 | 2.2 | 2.2 | 1.1 | - | - |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 50.0 | 50.0 | 25.0 | - | 25.0 | - | - | 25.0 | - | - | 25.0 | - | - | - | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 27.3 | 27.7 | 25.2 | 23.4 | 16.0 | 15.6 | 15.2 | 12.8 | 12.4 | 10.6 | 5.0 | 4.6 | 2.1 | 1.4 | 0.4 | 0.4 | - |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 33.3 | 27.8 | 44.4 | 5.6 | 16.7 | 22.2 | 5.6 | 16.7 | 11.1 | 5.6 | 5.6 | 5.6 | - | - | - | - | - |

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สปีดอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|-------------------|---------------|----------|--------------|-------------------------|---------------------|--------------|------|---------------------------|
| | วิทยุ | นิตยสารท่องเที่ยว | นิตยสารทั่วไป | โบรชัวร์ | สังคมออนไลน์ | หนังสือคู่มือการเดินทาง | ข้อมูลจากการบอกเล่า | หนังสือพิมพ์ | ทีวี | บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว |
| ภาพรวม | 2.7 | 2.6 | 2.5 | 2.1 | 1.6 | 1.5 | 1.4 | 1.2 | 1.2 | 1.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.2 | 3.1 | 2.3 | 1.6 | 1.7 | 1.4 | 0.9 | 1.0 | 1.1 | 1.2 |
| หญิง | 2.3 | 2.3 | 2.6 | 2.5 | 1.4 | 1.6 | 1.8 | 1.4 | 1.2 | 0.8 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 1.5 | 2.7 | 2.6 | 1.4 | 3.1 | 1.7 | 1.3 | 0.7 | 1.7 | 1.0 |
| 25 – 34 ปี | 2.8 | 1.9 | 2.7 | 1.7 | 1.8 | 1.7 | 1.7 | 1.4 | 1.1 | 0.7 |
| 35 – 44 ปี | 3.6 | 3.2 | 2.5 | 3.0 | 0.6 | 1.3 | 1.0 | 1.4 | 0.9 | 0.6 |
| 45 – 54 ปี | 3.6 | 3.0 | 2.1 | 2.6 | 0.2 | 1.4 | 1.6 | 1.4 | 1.0 | 1.0 |
| 55 – 64 ปี | 3.1 | 1.6 | 2.4 | 2.5 | 1.1 | 1.5 | 2.1 | 1.5 | 1.0 | 1.9 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 2.7 | 2.1 | 2.0 | 1.9 | - | 1.4 | 0.7 | 2.7 | 0.7 | 2.8 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 2.8 | 2.7 | 2.8 | 1.7 | 1.2 | 1.8 | 1.5 | 1.2 | 1.5 | 0.7 |
| \$10,000 - \$19,999 | 2.8 | 2.6 | 2.0 | 2.6 | 1.8 | 1.1 | 1.2 | 1.1 | 0.5 | 1.8 |
| \$20,000 - \$49,999 | 2.0 | 2.8 | 2.3 | 3.5 | 2.4 | 1.2 | 1.2 | 0.4 | 1.2 | 0.8 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 1.1 | 1.1 | 2.0 | 2.1 | 3.1 | - | 2.1 | 4.2 | 1.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 2.1 | 2.0 | 2.9 | 1.7 | 1.4 | 2.5 | 1.4 | 1.4 | 1.1 | 0.7 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 3.0 | 2.2 | 2.7 | 3.2 | 1.1 | - | 1.3 | 1.7 | - | 1.7 |

ตารางที่ 13 (ต่อ) ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง (สิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ค่าเฉลี่ยความสำคัญของช่องทางที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกเป้าหมายปลายทาง | | | | | | | | | |
|--------------------------------------|---|-------------------|---------------|----------|--------------|-------------------------|---------------------|--------------|------|---------------------------|
| | วิทยุ | นิตยสารท่องเที่ยว | นิตยสารทั่วไป | โบรชัวร์ | สังคมออนไลน์ | หนังสือคู่มือการเดินทาง | ข้อมูลจากการบอกเล่า | หนังสือพิมพ์ | ทีวี | บริษัทตัวแทนการท่องเที่ยว |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ | 3.8 | 2.6 | 2.5 | 2.8 | 0.9 | 1.3 | 1.7 | 1.3 | 0.8 | 0.9 |
| แรงงานและเกษตรกร | 2.6 | 3.9 | 2.6 | 1.7 | 0.5 | 2.2 | - | 1.7 | 1.3 | 1.3 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 2.8 | 3.4 | 2.1 | 1.8 | 0.6 | 1.2 | 1.5 | 1.2 | 1.5 | 0.9 |
| แม่บ้าน | 2.0 | 1.9 | 2.0 | 3.2 | 0.5 | 2.9 | 2.0 | 1.4 | 1.9 | 0.5 |
| นักเรียน | 1.8 | 2.4 | 2.6 | 1.2 | 3.1 | 1.6 | 1.4 | 0.7 | 1.7 | 1.0 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 4.8 | 4.8 | 2.5 | - | - | 2.5 | - | 2.3 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 2.7 | 2.6 | 2.4 | 2.2 | 1.5 | 1.5 | 1.4 | 1.2 | 1.2 | 1.0 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 2.7 | 3.1 | 4.2 | 0.5 | 2.1 | 1.7 | 0.6 | 1.6 | 1.0 | 0.6 |

ตารางที่ 14 ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว | เป็นความรู้ดีกว่า | สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ | อาหารและเครื่องดื่ม | วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนที่ท้องถิ่น | ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น | อากาศดี | ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม | แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว) |
|-----------------------------------|----------------------------------|-------------------|----------------------------|---------------------|--|-----------------------------|---------|---------------------------------|-----------------------------|--|
| ภาพรวม | 70.7 | 63.7 | 61.3 | 57.0 | 51.7 | 49.3 | 44.7 | 38.7 | 28.7 | 27.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | |
| ชาย | 69.3 | 65.4 | 61.4 | 57.5 | 55.1 | 53.5 | 44.1 | 40.2 | 24.4 | 21.3 |
| หญิง | 71.7 | 62.4 | 61.3 | 56.6 | 49.1 | 46.2 | 45.1 | 37.6 | 31.8 | 31.2 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 76.5 | 61.2 | 67.3 | 53.1 | 54.1 | 44.9 | 46.9 | 40.8 | 24.5 | 20.4 |
| 25 – 34 ปี | 65.5 | 63.6 | 61.8 | 72.7 | 38.2 | 50.9 | 43.6 | 40.0 | 34.5 | 25.5 |
| 35 – 44 ปี | 67.2 | 62.7 | 58.2 | 53.7 | 56.7 | 50.7 | 41.8 | 34.3 | 34.3 | 35.8 |
| 45 – 54 ปี | 68.1 | 68.1 | 66.0 | 55.3 | 48.9 | 46.8 | 44.7 | 46.8 | 23.4 | 23.4 |
| 55 – 64 ปี | 73.7 | 68.4 | 42.1 | 52.6 | 63.2 | 57.9 | 36.8 | 21.1 | 36.8 | 42.1 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 71.4 | 64.3 | 42.9 | 50.0 | 57.1 | 64.3 | 57.1 | 35.7 | 14.3 | 28.6 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 68.6 | 58.3 | 59.4 | 61.7 | 47.4 | 52.6 | 45.1 | 38.9 | 32.0 | 30.3 |
| \$10,000 - \$19,999 | 68.5 | 69.6 | 64.1 | 51.1 | 56.5 | 47.8 | 41.3 | 41.3 | 23.9 | 26.1 |
| \$20,000 - \$49,999 | 87.5 | 79.2 | 66.7 | 54.2 | 66.7 | 29.2 | 41.7 | 25.0 | 29.2 | 16.7 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 88.9 | 66.7 | 55.6 | 33.3 | 44.4 | 55.6 | 77.8 | 44.4 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 74.1 | 63.0 | 51.9 | 59.3 | 44.4 | 55.6 | 37.0 | 59.3 | 18.5 | 25.9 |

ตารางที่ 14 (ต่อ) ร้อยละของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว | เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า | สิ่งอำนวยความสะดวกในประเทศ | อาหารและเครื่องดื่ม | วัฒนธรรม/วิถีชีวิตที่น่าสนใจของคนท้องถิ่น | ความเป็นมิตรของคนในพื้นที่ | อากาศดี | ความหลากหลายของศิลปะและวัฒนธรรม | แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว) |
|-------------------------------|----------------------------------|--------------------------|----------------------------|---------------------|---|----------------------------|---------|---------------------------------|-----------------------------|--|
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 82.9 | 74.3 | 57.1 | 40.0 | 57.1 | 40.0 | 51.4 | 34.3 | 34.3 | 22.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | 62.5 | 63.9 | 56.9 | 62.5 | 45.8 | 54.2 | 44.4 | 37.5 | 33.3 | 34.7 |
| ธุรกิจ | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 63.6 | 63.6 | 54.5 | 59.1 | 59.1 | 54.5 | 50.0 | 31.8 | 31.8 | 31.8 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 61.3 | 61.3 | 71.0 | 64.5 | 58.1 | 48.4 | 35.5 | 38.7 | 25.8 | 29.0 |
| แม่บ้าน | 80.0 | 45.0 | 50.0 | 60.0 | 55.0 | 45.0 | 55.0 | 25.0 | 40.0 | 30.0 |
| นักเรียน | 74.2 | 65.2 | 69.7 | 55.1 | 51.7 | 44.9 | 46.1 | 39.3 | 24.7 | 19.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 75.0 | 50.0 | 75.0 | 50.0 | 50.0 | 100.0 | - | 50.0 | - | 50.0 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 68.8 | 64.2 | 62.8 | 56.4 | 51.8 | 48.9 | 44.7 | 40.1 | 27.7 | 28.0 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 100.0 | 55.6 | 38.9 | 66.7 | 50.0 | 55.6 | 44.4 | 16.7 | 44.4 | 11.1 |

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ (ลิบอันดับแรก) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ | | | | | | | | | ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว) |
|-----------------------------|---|--------------------------|-------------------------------|---------------------|--------------------------------------|-----------------------------|---------|-----------------------------|-----------------------------|--|
| | ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว | เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า | สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ | อาหารและเครื่องดื่ม | วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต | ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น | อากาศดี | ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม | แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ | |
| ภาพรวม | 6.2 | 5.3 | 4.8 | 4.4 | 4.1 | 4.0 | 3.4 | 2.9 | 2.3 | 2.1 |
| เพศ | | | | | | | | | | |
| ชาย | 6.0 | 5.6 | 4.8 | 4.3 | 4.4 | 4.4 | 3.3 | 2.9 | 1.9 | 1.7 |
| หญิง | 6.4 | 5.1 | 4.8 | 4.4 | 3.9 | 3.7 | 3.4 | 2.9 | 2.5 | 2.4 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 6.7 | 5.1 | 5.2 | 4.1 | 4.3 | 3.7 | 3.5 | 3.0 | 2.0 | 1.6 |
| 25 – 34 ปี | 5.8 | 5.3 | 4.8 | 5.6 | 3.3 | 4.2 | 3.2 | 2.9 | 2.7 | 1.9 |
| 35 – 44 ปี | 6.0 | 5.0 | 4.6 | 4.1 | 4.4 | 4.0 | 3.2 | 2.8 | 2.7 | 2.8 |
| 45 – 54 ปี | 6.0 | 5.8 | 5.1 | 4.2 | 3.7 | 3.8 | 3.6 | 3.5 | 1.8 | 1.9 |
| 55 – 64 ปี | 6.2 | 5.5 | 3.7 | 4.0 | 5.5 | 5.0 | 2.4 | 1.3 | 2.8 | 3.2 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 6.5 | 6.0 | 3.4 | 3.6 | 4.4 | 4.8 | 4.1 | 2.6 | 1.2 | 2.2 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 6.0 | 4.9 | 4.6 | 4.7 | 3.8 | 4.4 | 3.5 | 2.8 | 2.6 | 2.4 |
| \$10,000 - \$19,999 | 6.2 | 5.8 | 5.1 | 3.8 | 4.5 | 3.8 | 3.1 | 3.1 | 1.9 | 2.0 |
| \$20,000 - \$49,999 | 7.5 | 6.5 | 5.3 | 4.0 | 5.5 | 2.3 | 2.9 | 2.1 | 2.3 | 1.4 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 7.8 | 5.3 | 4.2 | 2.7 | 3.3 | 4.3 | 6.1 | 3.8 | 1.0 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | |

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

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ค่าเฉลี่ยความสำคัญของปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการเลือกประเทศปลายทาง/ต่างประเทศ | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|---|-----------------------------|-------------------------------|--------------------------------------|--------------------------|--|---------------------|---------|-----------------------------|-----------------------------|
| | ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว | ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น | สิ่งอำนวยความสะดวกภายในประเทศ | วัฒนธรรมท้องถิ่นที่น่าสนใจ/วิถีชีวิต | เป็นความรู้สึกว่าคุ้มค่า | ได้รับการแนะนำ (เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน/ครอบครัว) | อาหารและเครื่องดื่ม | อากาศดี | ความหลากหลายของศิลปวัฒนธรรม | แพ็คเกจท่องเที่ยวที่น่าสนใจ |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 6.7 | 5.0 | 4.2 | 4.6 | 3.8 | 4.6 | 2.7 | 4.2 | 1.5 | 1.9 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 7.3 | 6.2 | 4.4 | 3.0 | 4.6 | 3.1 | 3.8 | 2.6 | 2.8 | 1.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | 5.5 | 5.2 | 4.3 | 4.8 | 3.8 | 4.4 | 3.5 | 2.9 | 2.6 | 2.7 |
| ธุรกิจ | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 5.9 | 5.1 | 4.5 | 4.4 | 4.7 | 4.7 | 3.4 | 2.1 | 2.5 | 2.8 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 5.5 | 5.3 | 5.8 | 4.9 | 4.5 | 3.8 | 2.8 | 2.8 | 2.1 | 2.2 |
| แม่บ้าน | 6.8 | 3.8 | 4.1 | 4.9 | 4.2 | 3.7 | 4.1 | 2.2 | 3.1 | 2.2 |
| นักเรียน | 6.4 | 5.5 | 5.4 | 4.2 | 4.1 | 3.7 | 3.5 | 2.9 | 2.0 | 1.6 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 7.3 | 4.5 | 5.8 | 3.3 | 4.0 | 8.3 | - | 3.3 | - | 3.8 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.0 | 5.4 | 4.9 | 4.3 | 4.1 | 4.0 | 3.4 | 3.0 | 2.2 | 2.2 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 9.2 | 4.4 | 2.8 | 4.8 | 4.2 | 4.0 | 3.6 | 1.4 | 3.4 | 0.9 |

ตารางที่ 16 ร้อยละความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความคิดเห็นต่อความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
| ภาพรวม | 29.7 | 27.7 | 15.7 | 11.3 | 10.0 | 20.3 | 16.0 | 10.7 | 19.0 | 27.3 | 12.3 | 0.7 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 29.1 | 25.2 | 18.1 | 14.2 | 12.6 | 22.8 | 18.1 | 9.4 | 21.3 | 29.1 | 11.0 | - |
| หญิง | 30.1 | 29.5 | 13.9 | 9.2 | 8.1 | 18.5 | 14.5 | 11.6 | 17.3 | 26.0 | 13.3 | 1.2 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 28.6 | 36.7 | 13.3 | 9.2 | 9.2 | 21.4 | 20.4 | 7.1 | 14.3 | 26.5 | 13.3 | - |
| 25 – 34 ปี | 36.4 | 29.1 | 23.6 | 3.6 | 10.9 | 10.9 | 9.1 | 16.4 | 23.6 | 20.0 | 9.1 | - |
| 35 – 44 ปี | 23.9 | 20.9 | 14.9 | 13.4 | 10.4 | 20.9 | 17.9 | 11.9 | 14.9 | 19.4 | 13.4 | 3.0 |
| 45 – 54 ปี | 25.5 | 21.3 | 19.1 | 8.5 | 8.5 | 29.8 | 17.0 | 10.6 | 29.8 | 40.4 | 14.9 | - |
| 55 – 64 ปี | 31.6 | 21.1 | 10.5 | 26.3 | 15.8 | 10.5 | 10.5 | 5.3 | 21.1 | 31.6 | 15.8 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 50.0 | 21.4 | - | 35.7 | 7.1 | 28.6 | 7.1 | 14.3 | 14.3 | 50.0 | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 34.3 | 31.4 | 16.0 | 10.9 | 9.7 | 18.3 | 15.4 | 12.0 | 20.6 | 21.7 | 10.3 | - |
| \$10,000 - \$19,999 | 23.9 | 22.8 | 16.3 | 10.9 | 8.7 | 19.6 | 20.7 | 9.8 | 17.4 | 34.8 | 16.3 | - |
| \$20,000 - \$49,999 | 16.7 | 16.7 | 12.5 | 16.7 | 20.8 | 29.2 | 8.3 | 4.2 | 16.7 | 41.7 | 12.5 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 33.3 | 33.3 | 11.1 | 11.1 | - | 44.4 | - | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 37.0 | 18.5 | 18.5 | 7.4 | 11.1 | 25.9 | 22.2 | 14.8 | 22.2 | 33.3 | 7.4 | - |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 31.4 | 28.6 | 20.0 | 5.7 | 11.4 | 31.4 | 8.6 | 11.4 | 20.0 | 34.3 | 8.6 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 19.4 | 23.6 | 18.1 | 13.9 | 11.1 | 18.1 | 20.8 | 8.3 | 22.2 | 15.3 | 12.5 | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 22.7 | 27.3 | 13.6 | 13.6 | 4.5 | 9.1 | 9.1 | 27.3 | 22.7 | 36.4 | 9.1 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 48.4 | 22.6 | 19.4 | 16.1 | 16.1 | 25.8 | 16.1 | 19.4 | 25.8 | 35.5 | 22.6 | - |
| แม่บ้าน | 45.0 | 25.0 | 5.0 | - | - | 10.0 | 5.0 | 5.0 | 10.0 | 35.0 | 10.0 | - |
| นักเรียน | 25.8 | 36.0 | 13.5 | 10.1 | 10.1 | 19.1 | 18.0 | 4.5 | 13.5 | 24.7 | 13.5 | - |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 50.0 | 25.0 | - | 75.0 | - | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | 50.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 30.5 | 27.7 | 15.6 | 12.1 | 10.3 | 20.6 | 16.0 | 11.3 | 16.3 | 27.3 | 12.1 | 0.7 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 16.7 | 27.8 | 16.7 | - | 5.6 | 16.7 | 16.7 | - | 61.1 | 27.8 | 16.7 | - |

ตารางที่ 17 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของกิจกรรมการท่องเที่ยว | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|--|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
| ภาพรวม | 14.0 | 18.7 | 10.7 | 12.3 | 17.0 | 18.0 | 16.3 | 10.3 | 19.7 | 21.7 | 8.0 | 2.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 15.7 | 18.1 | 11.8 | 14.2 | 11.8 | 17.3 | 18.1 | 12.6 | 22.8 | 21.3 | 11.0 | 0.8 |
| หญิง | 12.7 | 19.1 | 9.8 | 11.0 | 20.8 | 18.5 | 15.0 | 8.7 | 17.3 | 22.0 | 5.8 | 2.9 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 15.3 | 16.3 | 5.1 | 15.3 | 18.4 | 21.4 | 12.2 | 10.2 | 19.4 | 17.3 | 9.2 | 2.0 |
| 25 – 34 ปี | 12.7 | 18.2 | 16.4 | 5.5 | 18.2 | 18.2 | 23.6 | 7.3 | 18.2 | 16.4 | 9.1 | - |
| 35 – 44 ปี | 11.9 | 16.4 | 6.0 | 13.4 | 14.9 | 10.4 | 20.9 | 9.0 | 16.4 | 23.9 | 4.5 | 3.0 |
| 45 – 54 ปี | 21.3 | 23.4 | 14.9 | 10.6 | 23.4 | 17.0 | 10.6 | 12.8 | 27.7 | 29.8 | 8.5 | - |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 21.1 | 26.3 | 21.1 | 10.5 | 21.1 | 10.5 | 15.8 | 15.8 | 21.1 | 10.5 | 10.5 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 28.6 | 14.3 | 7.1 | - | 28.6 | 21.4 | 14.3 | 21.4 | 35.7 | 7.1 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 16.0 | 18.9 | 9.7 | 12.0 | 17.1 | 18.3 | 20.0 | 9.7 | 20.0 | 18.9 | 8.0 | 1.1 |
| \$10,000 - \$19,999 | 12.0 | 14.1 | 13.0 | 14.1 | 16.3 | 19.6 | 10.9 | 9.8 | 19.6 | 25.0 | 6.5 | 2.2 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 20.8 | 12.5 | 8.3 | 16.7 | 8.3 | 16.7 | 16.7 | 20.8 | 33.3 | 12.5 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 55.6 | - | 11.1 | 22.2 | 22.2 | - | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 11.1 | 22.2 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 25.9 | 14.8 | 25.9 | 14.8 | 33.3 | 7.4 | - |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 17.1 | 14.3 | 20.0 | 5.7 | 14.3 | 8.6 | 25.7 | 5.7 | 22.9 | 20.0 | 17.1 | 2.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 12.5 | 16.7 | 6.9 | 15.3 | 19.4 | 18.1 | 16.7 | 5.6 | 12.5 | 20.8 | 4.2 | 2.8 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 18.2 | 9.1 | 18.2 | 9.1 | 27.3 | 27.3 | 13.6 | 4.5 | 31.8 | 27.3 | - | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 19.4 | 32.3 | 9.7 | 12.9 | 16.1 | 16.1 | 22.6 | 12.9 | 35.5 | 22.6 | 9.7 | 3.2 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 30.0 | 10.0 | 15.0 | 20.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 10.0 | 15.0 | 5.0 | 5.0 |
| นักเรียน | 12.4 | 16.9 | 4.5 | 13.5 | 15.7 | 20.2 | 14.6 | 10.1 | 19.1 | 18.0 | 10.1 | 1.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | - | 25.0 | - | - | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | 50.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 13.1 | 17.0 | 10.3 | 13.1 | 17.7 | 18.1 | 17.0 | 10.6 | 18.1 | 22.0 | 7.8 | 1.8 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 27.8 | 44.4 | 16.7 | - | 5.6 | 16.7 | 5.6 | 5.6 | 44.4 | 16.7 | 11.1 | 5.6 |

ตารางที่ 18 ร้อยละความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นต่อความน่าสนใจของสถานที่ท่องเที่ยว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 16.0 | 16.0 | 14.0 | 6.7 | 13.3 | 19.3 | 14.3 | 8.0 | 21.0 | 18.3 | 9.0 | 3.7 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 19.7 | 16.5 | 16.5 | 5.5 | 13.4 | 16.5 | 14.2 | 7.1 | 19.7 | 18.9 | 11.0 | 4.7 |
| หญิง | 13.3 | 15.6 | 12.1 | 7.5 | 13.3 | 21.4 | 14.5 | 8.7 | 22.0 | 17.9 | 7.5 | 2.9 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 11.2 | 22.4 | 11.2 | 6.1 | 10.2 | 19.4 | 13.3 | 9.2 | 20.4 | 16.3 | 9.2 | 6.1 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 12.7 | 14.5 | 5.5 | 10.9 | 20.0 | 12.7 | 1.8 | 29.1 | 16.4 | 10.9 | - |
| 35 – 44 ปี | 11.9 | 11.9 | 16.4 | 3.0 | 14.9 | 14.9 | 22.4 | 10.4 | 13.4 | 17.9 | 6.0 | 4.5 |
| 45 – 54 ปี | 29.8 | 19.1 | 14.9 | 10.6 | 17.0 | 21.3 | 10.6 | 10.6 | 25.5 | 21.3 | 10.6 | 2.1 |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 10.5 | 5.3 | 10.5 | 21.1 | 26.3 | 10.5 | 5.3 | 21.1 | 26.3 | 10.5 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | - | 28.6 | 14.3 | 14.3 | 21.4 | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 21.4 | 7.1 | 7.1 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 15.4 | 13.1 | 12.0 | 6.3 | 14.3 | 17.1 | 13.7 | 9.1 | 20.6 | 16.0 | 9.7 | 5.1 |
| \$10,000 - \$19,999 | 18.5 | 20.7 | 15.2 | 6.5 | 7.6 | 22.8 | 13.0 | 6.5 | 22.8 | 19.6 | 8.7 | 1.1 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 12.5 | 25.0 | 4.2 | 29.2 | 25.0 | 20.8 | 4.2 | 20.8 | 33.3 | 4.2 | 4.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 33.3 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 14.8 | 11.1 | 11.1 | 7.4 | 7.4 | 22.2 | 14.8 | 18.5 | 7.4 | 7.4 | 3.7 | 3.7 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 25.7 | 14.3 | 22.9 | 14.3 | 20.0 | 20.0 | 8.6 | 2.9 | 14.3 | 14.3 | 14.3 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 8.3 | 6.9 | 5.6 | 5.6 | 18.1 | 18.1 | 18.1 | 6.9 | 13.9 | 13.9 | 5.6 | 4.2 |
| ชาย | | | | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 22.7 | 22.7 | 27.3 | - | 13.6 | 13.6 | 13.6 | 4.5 | 22.7 | 22.7 | 9.1 | 4.5 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 38.7 | 22.6 | 16.1 | 3.2 | 6.5 | 19.4 | 12.9 | 9.7 | 29.0 | 29.0 | 12.9 | 3.2 |
| แม่บ้าน | 20.0 | 5.0 | 25.0 | 5.0 | 20.0 | 25.0 | 15.0 | - | 25.0 | 25.0 | 10.0 | - |
| นักเรียน | 9.0 | 24.7 | 11.2 | 6.7 | 10.1 | 18.0 | 13.5 | 10.1 | 20.2 | 20.2 | 10.1 | 5.6 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 25.0 | - | 50.0 | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 15.2 | 15.6 | 14.5 | 6.7 | 12.8 | 19.5 | 14.5 | 7.8 | 19.1 | 18.4 | 8.9 | 3.9 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 27.8 | 22.2 | 5.6 | 5.6 | 22.2 | 16.7 | 11.1 | 11.1 | 50.0 | 16.7 | 11.1 | - |

ตารางที่ 19 ร้อยละความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นต่อการต้อนรับของคนในท้องถิ่น

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 15.0 | 15.5 | 11.7 | 13.0 | 9.0 | 14.0 | 16.7 | 10.3 | 21.0 | 20.7 | 7.0 | 1.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 15.7 | 8.7 | 16.5 | 7.1 | 15.7 | 20.5 | 13.4 | 9.4 | 18.9 | 24.4 | 8.7 | 0.8 |
| หญิง | 14.5 | 13.9 | 10.4 | 10.4 | 12.7 | 19.7 | 19.1 | 11.0 | 22.5 | 17.9 | 5.8 | 1.7 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 19.4 | 11.2 | 10.2 | 6.1 | 13.3 | 26.5 | 15.3 | 8.2 | 18.4 | 14.3 | 5.1 | 2.0 |
| 25 – 34 ปี | 16.4 | 14.5 | 14.5 | 9.1 | 9.1 | 21.8 | 16.4 | 5.5 | 23.6 | 18.2 | 5.5 | - |
| 35 – 44 ปี | 11.9 | 9.0 | 10.4 | 7.5 | 16.4 | 11.9 | 20.9 | 13.4 | 23.9 | 16.4 | 7.5 | 1.5 |
| 45 – 54 ปี | 10.6 | 8.5 | 17.0 | 14.9 | 21.3 | 10.6 | 6.4 | 12.8 | 21.3 | 40.4 | 12.8 | 2.1 |
| 55 – 64 ปี | 15.8 | 10.5 | 21.1 | 5.3 | 5.3 | 42.1 | 26.3 | - | 15.8 | 15.8 | - | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 28.6 | 14.3 | 21.4 | 14.3 | 7.1 | 28.6 | 35.7 | 21.4 | 35.7 | 14.3 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 17.7 | 13.7 | 15.4 | 6.9 | 13.1 | 21.1 | 20.6 | 9.7 | 24.0 | 16.6 | 4.6 | 0.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 9.8 | 7.6 | 7.6 | 12.0 | 15.2 | 19.6 | 10.9 | 10.9 | 17.4 | 27.2 | 14.1 | 2.2 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 12.5 | 8.3 | 8.3 | 16.7 | 12.5 | 12.5 | 8.3 | 20.8 | 29.2 | - | 4.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 11.1 | 33.3 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | - | 11.1 | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | - | 3.7 | 14.8 | 7.4 | 29.6 | 18.5 | 14.8 | 14.8 | 29.6 | 25.9 | 7.4 | - |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | 11.4 | 14.3 | 17.1 | 14.3 | 14.3 | 11.4 | 22.9 | 14.3 | 22.9 | 2.9 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 13.9 | 11.1 | 8.3 | 16.7 | 9.7 | 19.4 | 23.6 | 4.2 | 22.2 | 18.1 | 5.6 | - |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 4.5 | 22.7 | 4.5 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | 22.7 | 27.3 | 13.6 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 19.4 | 16.1 | 25.8 | - | 16.1 | 16.1 | 12.9 | 6.5 | 22.6 | 25.8 | 16.1 | 3.2 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 25.0 | 10.0 | 5.0 | 10.0 | 10.0 | 15.0 | 15.0 | 30.0 | 25.0 | - | 5.0 |
| นักเรียน | 21.3 | 11.2 | 10.1 | 5.6 | 12.4 | 27.0 | 13.5 | 5.6 | 18.0 | 14.6 | 6.7 | 2.2 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | - | - | - | 25.0 | 50.0 | 50.0 | - | 50.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 15.6 | 10.6 | 12.8 | 8.9 | 14.5 | 20.9 | 16.3 | 10.6 | 21.3 | 21.3 | 19.1 | 19.1 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | 27.8 | 16.7 | 11.1 | 5.6 | 5.6 | 22.2 | 5.6 | 16.7 | 16.7 | 44.4 | 44.4 |

ตารางที่ 20 ร้อยละความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นต่อการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 16.0 | 13.7 | 10.0 | 11.3 | 12.7 | 22.3 | 21.0 | 9.0 | 27.0 | 14.3 | 8.3 | 2.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 17.3 | 11.8 | 10.2 | 10.2 | 13.4 | 18.9 | 21.3 | 8.7 | 24.4 | 21.3 | 6.3 | 2.4 |
| หญิง | 15.0 | 15.0 | 9.8 | 12.1 | 12.1 | 24.9 | 20.8 | 9.2 | 28.9 | 9.2 | 9.8 | 2.3 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 19.4 | 15.3 | 8.2 | 13.3 | 12.2 | 23.5 | 9.2 | 6.1 | 25.5 | 18.4 | 10.2 | 4.1 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 14.5 | 7.3 | 12.7 | 9.1 | 20.0 | 21.8 | 7.3 | 41.8 | 9.1 | 1.8 | - |
| 35 – 44 ปี | 16.4 | 10.4 | 9.0 | 10.4 | 10.4 | 25.4 | 23.9 | 10.4 | 20.9 | 9.0 | 9.0 | 3.0 |
| 45 – 54 ปี | 10.6 | 19.1 | 14.9 | 6.4 | 17.0 | 23.4 | 31.9 | 12.8 | 25.5 | 23.4 | 8.5 | - |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 10.5 | 21.1 | 5.3 | 15.8 | 15.8 | 31.6 | 10.5 | 21.1 | 5.3 | 15.8 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 7.1 | 21.4 | 21.4 | 14.3 | 35.7 | 14.3 | 21.4 | 14.3 | 7.1 | 7.1 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 16.6 | 14.9 | 9.1 | 14.3 | 12.6 | 21.1 | 25.1 | 9.7 | 30.9 | 11.4 | 6.3 | 1.1 |
| \$10,000 - \$19,999 | 13.0 | 10.9 | 10.9 | 6.5 | 10.9 | 26.1 | 15.2 | 6.5 | 23.9 | 16.3 | 10.9 | 4.3 |
| \$20,000 - \$49,999 | 20.8 | 16.7 | 8.3 | 8.3 | 16.7 | 16.7 | 20.8 | 16.7 | 16.7 | 29.2 | 8.3 | 4.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | 22.2 | - | - | 11.1 | 11.1 | 22.2 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 7.4 | 18.5 | 11.1 | 7.4 | 18.5 | 11.1 | 25.9 | 14.8 | 25.9 | 18.5 | 7.4 | - |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 11.4 | 11.4 | 2.9 | 17.1 | 28.6 | 22.9 | 8.6 | 20.0 | 25.7 | 11.4 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 13.9 | 11.1 | 12.5 | 12.5 | 9.7 | 27.8 | 27.8 | 9.7 | 27.8 | 5.6 | 6.9 | - |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 22.7 | 13.6 | 13.6 | 13.6 | 4.5 | 9.1 | 27.3 | 22.7 | 31.8 | 18.2 | 18.2 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 32.3 | 25.8 | 12.9 | 9.7 | 9.7 | 16.1 | 16.1 | 3.2 | 29.0 | 12.9 | 3.2 | 6.5 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 10.0 | 5.0 | 20.0 | 20.0 | 25.0 | 30.0 | 10.0 | 20.0 | 5.0 | 10.0 | 5.0 |
| นักเรียน | 21.3 | 12.4 | 6.7 | 13.5 | 12.4 | 23.6 | 11.2 | 4.5 | 29.2 | 18.0 | 7.9 | 4.5 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 16.7 | 13.5 | 10.3 | 11.7 | 12.8 | 23.0 | 20.9 | 8.2 | 25.9 | 14.2 | 7.4 | 2.1 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | 16.7 | 5.6 | 5.6 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 22.2 | 44.4 | 16.7 | 22.2 | 5.6 |

ตารางที่ 21 ร้อยละความคิดเห็นต่อความปลอดภัย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความคิดเห็นต่อความปลอดภัย | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------------------------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
| ภาพรวม | 20.3 | 11.0 | 8.7 | 11.7 | 6.7 | 33.7 | 14.0 | 7.7 | 11.3 | 21.3 | 15.3 | 2.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 26.8 | 11.8 | 9.4 | 13.4 | 8.7 | 21.3 | 13.4 | 8.7 | 10.2 | 25.2 | 18.9 | 2.4 |
| หญิง | 15.6 | 10.4 | 8.1 | 10.4 | 5.2 | 42.8 | 14.5 | 6.9 | 12.1 | 18.5 | 12.7 | 2.3 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 19.4 | 10.2 | 9.2 | 10.2 | 8.2 | 28.6 | 9.2 | 5.1 | 9.2 | 20.4 | 15.3 | 5.1 |
| 25 – 34 ปี | 14.5 | 10.9 | 7.3 | 7.3 | 5.5 | 27.3 | 21.8 | 3.6 | 20.0 | 25.5 | 12.7 | 1.8 |
| 35 – 44 ปี | 16.4 | 13.4 | 4.5 | 10.4 | 7.5 | 49.3 | 13.4 | 10.4 | 9.0 | 7.5 | 9.0 | 1.5 |
| 45 – 54 ปี | 34.0 | 10.6 | 12.8 | 10.6 | 4.3 | 29.8 | 19.1 | 8.5 | 12.8 | 36.2 | 25.5 | - |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 5.3 | 10.5 | 21.1 | - | 36.8 | 5.3 | 21.1 | - | 21.1 | 21.1 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 35.7 | 14.3 | 14.3 | 35.7 | 14.3 | 28.6 | 14.3 | 7.1 | 14.3 | 28.6 | 14.3 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 20.0 | 7.4 | 17.2 | 9.1 | 9.1 | 7.4 | 33.7 | 16.6 | 14.9 | 18.3 | 12.6 | 2.3 |
| \$10,000 - \$19,999 | 15.2 | 16.3 | 25.6 | 8.7 | 14.1 | 6.5 | 34.8 | 12.0 | 5.4 | 27.2 | 19.6 | 2.2 |
| \$20,000 - \$49,999 | 33.3 | 8.3 | 18.7 | 8.3 | 25.0 | 4.2 | 29.2 | 4.2 | 4.2 | 16.7 | 20.8 | 4.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 44.4 | 33.3 | 9.1 | - | - | - | 33.3 | 11.1 | 22.2 | 33.3 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 18.5 | 3.7 | 7.4 | 25.9 | 7.4 | 14.8 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 25.9 | 14.8 | 3.7 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 34.3 | 14.3 | 14.3 | 2.9 | - | 37.1 | 14.3 | 11.4 | 11.4 | 28.6 | 17.1 | 2.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 11.1 | 11.1 | 4.2 | 6.9 | 2.8 | 44.4 | 22.2 | 5.6 | 11.1 | 12.5 | 8.3 | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 36.4 | 18.2 | 9.1 | 22.7 | 13.6 | 27.3 | 13.6 | 9.1 | 18.2 | 22.7 | 13.6 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 29.0 | 6.5 | 9.7 | 9.7 | 9.7 | 35.5 | 12.9 | 6.5 | 12.9 | 22.6 | 32.3 | - |
| แม่บ้าน | 15.0 | 15.0 | 10.0 | 15.0 | 10.0 | 40.0 | 10.0 | 20.0 | 5.0 | 20.0 | 5.0 | - |
| นักเรียน | 16.9 | 10.1 | 10.1 | 10.1 | 9.0 | 28.1 | 6.7 | 4.5 | 10.1 | 23.6 | 18.0 | 4.5 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | - | 50.0 | - | 50.0 | - | - | 25.0 | 25.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 20.2 | 9.9 | 8.2 | 12.1 | 6.7 | 34.4 | 13.5 | 7.1 | 10.3 | 21.6 | 14.5 | 2.5 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 22.2 | 27.8 | 16.7 | 5.6 | 5.6 | 22.2 | 22.2 | 16.7 | 27.8 | 16.7 | 27.8 | - |

ตารางที่ 22 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการช้อปปิ้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับการช้อปปิ้ง

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 23.0 | 19.0 | 10.7 | 7.0 | 10.7 | 19.7 | 16.7 | 7.3 | 30.0 | 20.3 | 10.0 | 1.7 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 28.3 | 18.1 | 9.4 | 7.1 | 11.0 | 18.1 | 12.6 | 5.5 | 31.5 | 23.6 | 10.2 | 1.6 |
| หญิง | 19.1 | 19.7 | 11.6 | 6.9 | 10.4 | 20.8 | 19.7 | 8.7 | 28.9 | 17.9 | 9.8 | 1.7 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 23.5 | 29.6 | 9.2 | 5.1 | 10.2 | 17.3 | 12.2 | 7.1 | 31.6 | 19.4 | 12.2 | 1.0 |
| 25 – 34 ปี | 23.6 | 20.0 | 12.7 | 7.3 | 10.9 | 20.0 | 14.5 | 9.1 | 32.7 | 12.7 | 10.9 | - |
| 35 – 44 ปี | 14.9 | 11.9 | 14.9 | 7.5 | 9.0 | 22.4 | 22.4 | 6.0 | 32.8 | 19.4 | 4.5 | 3.0 |
| 45 – 54 ปี | 23.4 | 6.4 | 6.4 | 10.6 | 6.4 | 19.1 | 21.3 | 10.6 | 29.8 | 31.9 | 12.8 | - |
| 55 – 64 ปี | 31.6 | 15.8 | 10.5 | 10.5 | 10.5 | 10.5 | 15.8 | 5.3 | 15.8 | 21.1 | 15.8 | 5.3 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 42.9 | 21.4 | 7.1 | - | 35.7 | 35.7 | 14.3 | - | 14.3 | 21.4 | - | 7.1 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 24.6 | 21.1 | 10.3 | 7.4 | 12.0 | 18.3 | 18.9 | 7.4 | 32.0 | 19.4 | 10.3 | 1.1 |
| \$10,000 - \$19,999 | 20.7 | 16.3 | 10.9 | 7.6 | 9.8 | 21.7 | 15.2 | 6.5 | 29.3 | 17.4 | 7.6 | 1.1 |
| \$20,000 - \$49,999 | 16.7 | 4.2 | 16.7 | 4.2 | 8.3 | 20.8 | 12.5 | 12.5 | 25.0 | 29.2 | 16.7 | 4.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 33.3 | 44.4 | - | - | - | 22.2 | - | - | 11.1 | 44.4 | 11.1 | 11.1 |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 18.5 | 22.2 | 3.7 | - | 7.4 | 29.6 | 22.2 | 11.1 | 37.0 | 22.2 | 22.2 | - |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 28.6 | 11.4 | 2.9 | 5.7 | 5.7 | 17.1 | 11.4 | 2.9 | 34.3 | 28.6 | 8.6 | 2.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 16.7 | 11.1 | 9.7 | 15.3 | 11.1 | 22.2 | 20.8 | 6.9 | 20.8 | 13.9 | 2.8 | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 22.7 | 18.2 | 18.2 | 4.5 | - | 9.1 | 13.6 | 9.1 | 40.9 | 22.7 | 13.6 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 41.9 | 16.1 | 6.5 | 9.7 | 12.9 | 32.3 | 19.4 | 16.1 | 25.8 | 25.8 | 16.1 | - |
| แม่บ้าน | 5.0 | 15.0 | 25.0 | 5.0 | 20.0 | 15.0 | 20.0 | - | 25.0 | 20.0 | 10.0 | 10.0 |
| นักเรียน | 22.5 | 28.1 | 12.4 | 3.4 | 12.4 | 14.6 | 12.4 | 6.7 | 33.7 | 20.2 | 10.1 | 1.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 75.0 | 50.0 | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | 25.0 | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 24.1 | 19.1 | 11.0 | 6.4 | 11.3 | 19.5 | 17.4 | 7.8 | 29.1 | 20.6 | 9.2 | 1.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | 16.7 | 5.6 | 16.7 | - | 22.2 | 5.6 | - | 44.4 | 16.7 | 22.2 | 5.6 |

ตารางที่ 23 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับเล่นกอล์ฟ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับเล่นกอล์ฟ

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 8.7 | 7.3 | 6.7 | 7.0 | 5.7 | 13.3 | 16.3 | 14.0 | 18.3 | 12.7 | 12.0 | 14.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 6.3 | 4.7 | 6.3 | 4.7 | 7.1 | 11.0 | 14.2 | 7.9 | 18.1 | 15.7 | 17.3 | 16.5 |
| หญิง | 10.4 | 9.2 | 6.9 | 8.7 | 4.6 | 15.0 | 17.9 | 18.5 | 18.5 | 10.4 | 8.1 | 12.7 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 8.2 | 8.2 | 4.1 | 12.2 | 11.2 | 9.2 | 15.3 | 12.2 | 19.4 | 11.2 | 8.2 | 17.3 |
| 25 – 34 ปี | 10.9 | 5.5 | 5.5 | 7.3 | 1.8 | 14.5 | 12.7 | 10.9 | 18.2 | 12.7 | 18.2 | 16.4 |
| 35 – 44 ปี | 7.5 | 9.0 | 6.0 | 4.5 | 1.5 | 17.9 | 22.4 | 13.4 | 20.9 | 6.0 | 11.9 | 11.9 |
| 45 – 54 ปี | 8.5 | 2.1 | 10.6 | 4.3 | - | 19.1 | 14.9 | 12.8 | 17.0 | 17.0 | 17.0 | 14.9 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 5.3 | 10.5 | - | 15.8 | 5.3 | 10.5 | 31.6 | 15.8 | 15.8 | 5.3 | 10.5 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 21.4 | 14.3 | - | 7.1 | 7.1 | 21.4 | 21.4 | 7.1 | 35.7 | 7.1 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 8.6 | 10.3 | 5.1 | 9.1 | 6.3 | 10.3 | 17.1 | 14.9 | 17.7 | 9.1 | 8.0 | 18.9 |
| \$10,000 - \$19,999 | 6.5 | 2.2 | 8.7 | 4.3 | 3.3 | 17.4 | 17.4 | 13.0 | 19.6 | 18.5 | 16.3 | 7.6 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 4.2 | 12.5 | 4.2 | 8.3 | 12.5 | 8.3 | 12.5 | 16.7 | 16.7 | 25.0 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 11.1 | - | - | 11.1 | 33.3 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 11.1 |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 3.7 | - | 14.8 | 18.5 | - | 11.1 | 18.5 | 14.8 | 22.2 | 18.5 | 25.9 | 3.7 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 14.3 | 5.7 | 14.3 | - | 5.7 | 22.9 | 8.6 | 14.3 | 11.4 | 14.3 | 11.4 | 5.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 8.3 | 5.6 | 4.2 | 2.8 | 1.4 | 16.7 | 27.8 | 18.1 | 18.1 | 8.3 | 8.3 | 8.3 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 9.1 | - | 4.5 | - | 13.6 | 18.2 | 9.1 | 13.6 | 22.7 | - | 31.8 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | 12.9 | 6.5 | 3.2 | 6.5 | 12.9 | 19.4 | 6.5 | 29.0 | 9.7 | 29.0 | 12.9 |
| แม่บ้าน | 15.0 | 10.0 | 10.0 | 10.0 | 5.0 | 15.0 | - | 25.0 | 15.0 | 20.0 | 10.0 | 20.0 |
| นักเรียน | 9.0 | 6.7 | 4.5 | 11.2 | 11.2 | 6.7 | 11.2 | 12.4 | 19.1 | 10.1 | 9.0 | 21.3 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 50.0 | - | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | 25.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 8.5 | 7.8 | 6.0 | 7.1 | 6.0 | 12.8 | 17.4 | 14.2 | 17.4 | 13.5 | 11.7 | 13.5 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | - | 16.7 | 5.6 | - | 22.2 | - | 11.1 | 33.3 | - | 16.7 | 27.8 |

ตารางที่ 24 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่ดีที่สุดสำหรับการดำเนิน/ชมปะการัง

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 7.0 | 7.7 | 6.0 | 5.0 | 8.7 | 13.3 | 16.3 | 8.3 | 30.0 | 26.3 | 9.3 | 6.3 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 26.8 | 14.2 | 10.2 | 7.9 | 14.2 | 15.7 | 11.0 | 6.3 | 31.5 | 21.3 | 9.4 | 1.6 |
| หญิง | 24.3 | 16.2 | 12.7 | 11.0 | 11.6 | 12.1 | 13.3 | 11.0 | 23.7 | 19.1 | 9.8 | 3.5 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 34.7 | 12.2 | 11.2 | 11.2 | 10.2 | 12.2 | 10.2 | 10.2 | 27.6 | 18.4 | 11.2 | 3.1 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 20.0 | 12.7 | 10.9 | 12.7 | 5.5 | 12.7 | 3.6 | 27.3 | 23.6 | 5.5 | 3.6 |
| 35 – 44 ปี | 20.9 | 17.9 | 14.9 | 9.0 | 7.5 | 19.4 | 10.4 | 9.0 | 25.4 | 19.4 | 1.5 | 1.5 |
| 45 – 54 ปี | 23.4 | 12.8 | 6.4 | 8.5 | 12.8 | 21.3 | 19.1 | 8.5 | 34.0 | 21.3 | 21.3 | 4.3 |
| 55 – 64 ปี | 15.8 | 5.3 | 10.5 | 5.3 | 31.6 | 10.5 | 15.8 | 15.8 | 21.1 | 10.5 | 21.1 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | 28.6 | 14.3 | 7.1 | 28.6 | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 14.3 | 28.6 | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 26.3 | 16.6 | 13.1 | 12.6 | 9.1 | 10.9 | 16.0 | 9.1 | 28.6 | 20.6 | 6.3 | 2.3 |
| \$10,000 - \$19,999 | 26.1 | 13.0 | 8.7 | 3.3 | 15.2 | 14.1 | 8.7 | 8.7 | 20.7 | 19.6 | 13.0 | 2.2 |
| \$20,000 - \$49,999 | 20.8 | 8.3 | 16.7 | 4.2 | 33.3 | 12.5 | - | 4.2 | 41.7 | 20.8 | 16.7 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 33.3 | - | 33.3 | - | 66.7 | 11.1 | 22.2 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 7.4 | 7.4 | 3.7 | 7.4 | 3.7 | 11.1 | 14.8 | 11.1 | 25.9 | 33.3 | 7.4 | 11.1 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | 5.7 | 8.6 | 5.7 | 11.4 | 8.6 | 22.9 | 22.9 | 25.7 | 25.7 | 11.4 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 5.6 | 1.4 | 4.2 | 5.6 | 5.6 | 11.1 | 23.6 | 5.6 | 34.7 | 36.1 | 2.8 | 4.2 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 18.2 | 9.1 | 4.5 | 9.1 | 13.6 | 18.2 | 4.5 | 4.5 | 22.7 | 13.6 | 4.5 | 13.6 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | 12.9 | 9.7 | - | 6.5 | 12.9 | 12.9 | 3.2 | 25.8 | 35.5 | 12.9 | 12.9 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 15.0 | - | 15.0 | 15.0 | 20.0 | 15.0 | 20.0 | 30.0 | 15.0 | 5.0 | 5.0 |
| นักเรียน | 6.7 | 9.0 | 6.7 | 2.2 | 10.1 | 15.7 | 13.5 | 4.5 | 31.5 | 19.1 | 14.6 | 5.6 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | 25.0 | - | - | - | - | - | 50.0 | 25.0 | 25.0 | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.4 | 7.4 | 6.4 | 5.3 | 8.9 | 14.2 | 17.0 | 8.9 | 30.1 | 26.6 | 9.2 | 5.7 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 16.7 | 11.1 | - | - | 5.6 | - | 5.6 | - | 27.8 | 22.2 | 11.1 | 16.7 |

ตารางที่ 25 ร้อยละความคิดเห็นต่อสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับตรวจสุขภาพ/การรักษาทางการแพทย์ | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
| ภาพรวม | 15.3 | 10.7 | 8.7 | 11.0 | 13.7 | 16.7 | 12.3 | 7.7 | 26.3 | 22.3 | 10.0 | 6.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 15.7 | 14.2 | 11.0 | 11.8 | 15.7 | 17.3 | 7.1 | 8.7 | 23.6 | 25.2 | 8.7 | 8.7 |
| หญิง | 15.0 | 8.1 | 6.9 | 10.4 | 12.1 | 16.2 | 16.2 | 6.9 | 28.3 | 20.2 | 11.0 | 4.0 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 17.3 | 21.4 | 10.2 | 13.3 | 14.3 | 16.3 | 11.2 | 9.2 | 24.5 | 29.6 | 12.2 | 4.1 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 5.5 | 10.9 | 10.9 | 12.7 | 18.2 | 16.4 | 7.3 | 16.4 | 16.4 | 5.5 | 9.1 |
| 35 – 44 ปี | 14.9 | 3.0 | 7.5 | 7.5 | 7.5 | 17.9 | 9.0 | 4.5 | 31.3 | 16.4 | 7.5 | 9.0 |
| 45 – 54 ปี | 14.9 | 8.5 | 6.4 | 10.6 | 17.0 | 14.9 | 17.0 | 6.4 | 27.7 | 25.5 | 12.8 | 4.3 |
| 55 – 64 ปี | - | 5.3 | 5.3 | 15.8 | 15.8 | 26.3 | 5.3 | 10.5 | 31.6 | 26.3 | 15.8 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 7.1 | 7.1 | 28.6 | - | 14.3 | 14.3 | 42.9 | 7.1 | 7.1 | 7.1 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 15.4 | 11.4 | 9.1 | 11.4 | 15.4 | 20.6 | 14.9 | 6.3 | 28.6 | 19.4 | 10.3 | 5.1 |
| \$10,000 - \$19,999 | 16.3 | 7.6 | 6.5 | 12.0 | 12.0 | 10.9 | 7.6 | 10.9 | 23.9 | 19.6 | 7.6 | 7.6 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 12.5 | 8.3 | 8.3 | 4.2 | 16.7 | 12.5 | 4.2 | 20.8 | 41.7 | 16.7 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 22.2 | 22.2 | - | 22.2 | - | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 55.6 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 11.1 | 11.1 | 14.8 | 11.1 | 18.5 | 3.7 | 14.8 | 14.8 | 18.5 | 14.8 | 7.4 | 18.5 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | - | 14.3 | 14.3 | 8.6 | 17.1 | 8.6 | 5.7 | 20.0 | 37.1 | 25.7 | 2.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 18.1 | 4.2 | 6.9 | 11.1 | 8.3 | 22.2 | 6.9 | 6.9 | 31.9 | 13.9 | 2.8 | 2.8 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 18.2 | 9.1 | 4.5 | 13.6 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | 9.1 | 22.7 | 22.7 | 9.1 | 9.1 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 22.6 | 16.1 | 3.2 | 9.7 | 9.7 | 19.4 | 9.7 | 6.5 | 29.0 | 16.1 | 12.9 | 9.7 |
| แม่บ้าน | 10.0 | - | - | - | 25.0 | 5.0 | 30.0 | - | 40.0 | 35.0 | - | - |
| นักเรียน | 16.9 | 20.2 | 10.1 | 12.4 | 16.9 | 16.9 | 12.4 | 7.9 | 22.5 | 25.8 | 12.4 | 5.6 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | 25.0 | - | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 50.0 | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 15.2 | 11.0 | 8.5 | 10.6 | 14.2 | 16.7 | 13.1 | 7.8 | 25.9 | 23.4 | 10.3 | 5.7 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 16.7 | 5.6 | 11.1 | 16.7 | 5.6 | 16.7 | - | 5.6 | 33.3 | 5.6 | 5.6 | 11.1 |

ตารางที่ 26 ร้อยละความคิดเห็นต่ออาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับอาหาร/ร้านอาหารที่มีชื่อเสียง

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 25.3 | 15.3 | 11.7 | 9.7 | 12.7 | 13.7 | 12.3 | 9.0 | 27.0 | 20.0 | 9.7 | 2.7 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 26.8 | 14.2 | 10.2 | 7.9 | 14.2 | 15.7 | 11.0 | 6.3 | 31.5 | 21.3 | 9.4 | 1.6 |
| หญิง | 24.3 | 16.2 | 12.7 | 11.0 | 11.6 | 12.1 | 13.3 | 11.0 | 23.7 | 19.1 | 9.8 | 3.5 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 34.7 | 12.2 | 11.2 | 11.2 | 10.2 | 12.2 | 10.2 | 10.2 | 27.6 | 18.4 | 11.2 | 3.1 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 20.0 | 12.7 | 10.9 | 12.7 | 5.5 | 12.7 | 3.6 | 27.3 | 23.6 | 5.5 | 3.6 |
| 35 – 44 ปี | 20.9 | 17.9 | 14.9 | 9.0 | 7.5 | 19.4 | 10.4 | 9.0 | 25.4 | 19.4 | 1.5 | 1.5 |
| 45 – 54 ปี | 23.4 | 12.8 | 6.4 | 8.5 | 12.8 | 21.3 | 19.1 | 8.5 | 34.0 | 21.3 | 21.3 | 4.3 |
| 55 – 64 ปี | 15.8 | 5.3 | 10.5 | 5.3 | 31.6 | 10.5 | 15.8 | 15.8 | 21.1 | 10.5 | 21.1 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | 28.6 | 14.3 | 7.1 | 28.6 | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 14.3 | 28.6 | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 26.3 | 16.6 | 13.1 | 12.6 | 9.1 | 10.9 | 16.0 | 9.1 | 28.6 | 20.6 | 6.3 | 2.3 |
| \$10,000 - \$19,999 | 26.1 | 13.0 | 8.7 | 3.3 | 15.2 | 14.1 | 8.7 | 8.7 | 20.7 | 19.6 | 13.0 | 2.2 |
| \$20,000 - \$49,999 | 20.8 | 8.3 | 16.7 | 4.2 | 33.3 | 12.5 | - | 4.2 | 41.7 | 20.8 | 16.7 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 33.3 | - | 33.3 | - | 66.7 | 11.1 | 22.2 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 7.4 | 14.8 | 3.7 | 11.1 | 14.8 | 14.8 | 3.7 | 11.1 | 29.6 | 18.5 | 3.7 | 14.8 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 14.3 | 14.3 | 11.4 | 8.6 | 11.4 | 14.3 | 8.6 | 8.6 | 25.7 | 22.9 | 28.6 | 2.9 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 20.8 | 18.1 | 12.5 | 11.1 | 9.7 | 9.7 | 19.4 | 5.6 | 16.7 | 19.4 | 4.2 | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 31.8 | 31.8 | 18.2 | 13.6 | 13.6 | 13.6 | 13.6 | 13.6 | 36.4 | 22.7 | 4.5 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 35.5 | 16.1 | 9.7 | 3.2 | 12.0 | 16.1 | 12.9 | 9.7 | 35.5 | 25.8 | 9.7 | - |
| แม่บ้าน | 20.0 | 10.0 | 15.0 | 5.0 | 25.0 | 25.0 | 10.0 | 10.0 | 25.0 | 15.0 | 15.0 | - |
| นักเรียน | 34.8 | 10.1 | 12.4 | 11.2 | 11.2 | 13.5 | 9.0 | 10.1 | 30.3 | 16.9 | 9.0 | 2.2 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | - | - | 25.0 | - | 50.0 | - | 25.0 | 50.0 | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 25.9 | 13.8 | 12.1 | 9.9 | 13.1 | 13.8 | 12.8 | 9.6 | 27.3 | 20.2 | 9.2 | 2.5 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 16.7 | 38.9 | 5.6 | 5.6 | 5.6 | 11.1 | 5.6 | - | 22.2 | 16.7 | 16.7 | 5.6 |

ตารางที่ 27 ร้อยละความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความคิดเห็นต่อการท่องเที่ยวแบบมีระดับ | | | | | | | | | | | |
|-------------------------------|---------------------------------------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
| ภาพรวม | 13.7 | 13.3 | 11.7 | 9.0 | 10.7 | 24.3 | 20.7 | 11.7 | 12.3 | 13.0 | 17.0 | 5.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 15.7 | 12.6 | 13.4 | 6.3 | 11.0 | 18.9 | 26.0 | 10.2 | 15.0 | 18.1 | 15.0 | 4.7 |
| หญิง | 12.1 | 13.9 | 10.4 | 11.0 | 10.4 | 28.3 | 16.8 | 12.7 | 10.4 | 9.2 | 18.5 | 5.2 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 16.3 | 16.3 | 14.3 | 7.1 | 8.2 | 26.5 | 22.4 | 12.2 | 13.3 | 16.3 | 15.3 | 6.1 |
| 25 – 34 ปี | 10.9 | 14.5 | 16.4 | 1.8 | 10.9 | 23.6 | 14.5 | 10.9 | 10.9 | 9.1 | 14.5 | 10.9 |
| 35 – 44 ปี | 13.4 | 10.4 | 9.0 | 14.9 | 13.4 | 22.4 | 19.4 | 10.4 | 10.4 | 6.0 | 13.4 | 3.0 |
| 45 – 54 ปี | 12.8 | 10.6 | 6.4 | 12.8 | 12.8 | 21.3 | 21.3 | 17.0 | 17.0 | 17.0 | 27.7 | - |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 5.3 | 10.5 | 10.5 | 10.5 | 31.6 | 15.8 | 5.3 | 15.8 | 15.8 | 15.8 | 5.3 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 21.4 | 7.1 | 7.1 | 0.1 | 21.4 | 42.9 | 7.1 | - | 21.4 | 21.4 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 14.3 | 12.0 | 12.6 | 8.0 | 9.1 | 23.4 | 24.0 | 10.3 | 13.1 | 13.1 | 19.4 | 5.1 |
| \$10,000 - \$19,999 | 9.8 | 16.3 | 8.7 | 10.9 | 13.0 | 29.3 | 14.1 | 12.0 | 8.7 | 12.0 | 12.0 | 5.4 |
| \$20,000 - \$49,999 | 20.8 | 8.3 | 16.7 | 8.3 | 16.7 | 12.5 | 16.7 | 20.8 | 20.8 | 12.5 | 20.8 | 4.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | - | 22.2 | 33.3 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 11.1 | 7.4 | 22.2 | 14.8 | 7.4 | 29.6 | 18.5 | 14.8 | 22.2 | 11.1 | 14.8 | 7.4 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 14.3 | 14.3 | 8.6 | 5.7 | 11.4 | 22.9 | 22.9 | 11.4 | 11.4 | 14.3 | 22.9 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 8.3 | 13.9 | 5.6 | 12.5 | 15.3 | 19.4 | 25.0 | 8.3 | 8.3 | 8.3 | 12.5 | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 4.5 | 9.1 | - | - | 18.2 | 36.4 | 9.1 | 13.6 | 13.6 | 27.3 | 9.1 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 22.6 | 9.7 | 12.9 | 9.7 | 16.1 | 29.0 | 12.9 | 9.7 | 16.1 | 19.4 | 16.1 | 9.7 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 10.0 | 5.0 | 10.0 | - | 35.0 | 5.0 | 20.0 | 15.0 | 5.0 | 20.0 | 10.0 |
| นักเรียน | 14.6 | 16.9 | 16.9 | 7.9 | 10.1 | 24.7 | 20.2 | 13.5 | 11.2 | 15.7 | 14.6 | 5.6 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 50.0 | 50.0 | - | - | 25.0 | 25.0 | - | - | - | 25.0 | 50.0 | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 13.8 | 13.5 | 12.4 | 0.1 | 11.0 | 24.5 | 21.3 | 11.0 | 12.4 | 13.5 | 14.5 | 5.0 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 11.1 | - | 11.1 | 5.6 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 5.6 | 55.6 | 5.6 |

ตารางที่ 28 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำคืนที่น่าสนใจ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานบันเทิงยามค่ำคืนที่น่าสนใจ

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 11.7 | 9.7 | 12.3 | 9.3 | 8.7 | 20.3 | 19.3 | 9.3 | 15.3 | 13.7 | 11.0 | 10.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 10.2 | 10.2 | 11.0 | 9.4 | 7.9 | 18.9 | 17.3 | 11.0 | 17.3 | 13.4 | 14.2 | 11.0 |
| หญิง | 12.7 | 9.2 | 13.3 | 9.2 | 9.2 | 21.4 | 20.8 | 8.1 | 13.9 | 13.9 | 8.7 | 9.2 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 10.2 | 12.2 | 11.2 | 8.2 | 13.3 | 24.5 | 18.4 | 11.2 | 14.3 | 13.3 | 12.2 | 9.2 |
| 25 – 34 ปี | 16.4 | 9.1 | 20.0 | 9.1 | 9.1 | 21.8 | 20.0 | 3.6 | 21.8 | 10.9 | 7.3 | 5.5 |
| 35 – 44 ปี | 17.9 | 10.4 | 11.9 | 4.5 | 1.5 | 17.9 | 22.4 | 9.0 | 16.4 | 10.4 | 7.5 | 11.9 |
| 45 – 54 ปี | 4.3 | 6.4 | 8.5 | 12.8 | 4.3 | 12.8 | 19.1 | 8.5 | 10.6 | 23.4 | 12.8 | 14.9 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 5.3 | - | 5.3 | 15.8 | 21.1 | 26.3 | 15.8 | 5.3 | 5.3 | 26.3 | 15.8 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 21.4 | 35.7 | 14.3 | 21.4 | - | 14.3 | 21.4 | 21.4 | 7.1 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 11.4 | 10.3 | 12.0 | 10.3 | 10.3 | 24.0 | 16.0 | 7.4 | 15.4 | 13.1 | 12.0 | 10.3 |
| \$10,000 - \$19,999 | 12.0 | 8.7 | 16.3 | 6.5 | 5.4 | 12.0 | 27.2 | 7.6 | 16.3 | 17.4 | 6.5 | 10.9 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 8.3 | 4.2 | 12.5 | 4.2 | 25.0 | 16.7 | 16.7 | 12.5 | 8.3 | 25.0 | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 11.1 | - | 11.1 | 22.2 | 22.2 | 11.1 | 44.4 | 11.1 | - | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 11.1 | 11.1 | 3.7 | 7.4 | 7.4 | 7.4 | 14.8 | 14.8 | 18.5 | 7.4 | 18.5 | 14.8 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | - | 14.3 | 14.3 | 5.7 | 17.1 | 14.3 | 14.3 | 14.3 | 20.0 | 14.3 | 5.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 6.9 | 5.6 | 18.1 | 6.9 | 5.6 | 27.8 | 27.8 | 4.2 | 8.3 | 12.5 | 2.8 | 8.3 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 18.2 | 4.5 | 13.6 | - | 13.6 | 9.1 | 18.2 | 18.2 | 22.7 | 9.1 | 13.6 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 12.9 | 12.9 | 12.9 | 9.7 | 6.5 | 6.5 | 22.6 | 3.2 | 22.6 | 9.7 | 12.9 | 16.1 |
| แม่บ้าน | 20.0 | 10.0 | 10.0 | 15.0 | 5.0 | 15.0 | 10.0 | 15.0 | 30.0 | 15.0 | 20.0 | 10.0 |
| นักเรียน | 13.5 | 12.4 | 11.2 | 7.9 | 16.9 | 25.8 | 19.1 | 9.0 | 13.5 | 13.5 | 12.4 | 9.0 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | 50.0 | 25.0 | - | 25.0 | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 12.4 | 9.9 | 12.8 | 9.9 | 8.5 | 21.6 | 17.7 | 9.6 | 16.3 | 13.5 | 11.0 | 8.9 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 5.6 | 5.6 | - | 11.1 | - | 44.4 | 5.6 | - | 16.7 | 11.1 | 27.8 |

ตารางที่ 29 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความง่าย/ความสะดวกในการสื่อสาร

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 13.7 | 13.7 | 9.7 | 10.3 | 8.0 | 35.3 | 16.7 | 10.3 | 20.0 | 19.7 | 18.7 | 2.7 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 15.0 | 11.8 | 8.7 | 10.2 | 5.5 | 29.9 | 23.6 | 8.7 | 15.7 | 22.0 | 12.6 | 1.6 |
| หญิง | 12.7 | 15.0 | 10.4 | 10.4 | 9.8 | 39.3 | 11.6 | 11.6 | 23.1 | 17.9 | 23.1 | 3.5 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 19.4 | 14.3 | 12.2 | 10.2 | 8.2 | 35.7 | 12.2 | 7.1 | 18.4 | 28.6 | 17.3 | 1.0 |
| 25 – 34 ปี | 9.1 | 10.9 | 7.3 | 16.4 | 5.5 | 30.9 | 10.9 | 9.1 | 27.3 | 14.5 | 21.8 | 3.6 |
| 35 – 44 ปี | 9.0 | 13.4 | 6.0 | 6.0 | 7.5 | 40.3 | 19.4 | 13.4 | 20.9 | 4.5 | 14.9 | 3.0 |
| 45 – 54 ปี | 19.1 | 19.1 | 8.5 | 8.5 | 12.8 | 29.8 | 19.1 | 17.0 | 23.4 | 19.1 | 23.4 | 4.3 |
| 55 – 64 ปี | - | 10.5 | 15.8 | - | 5.3 | 36.8 | 26.3 | 5.3 | - | 31.6 | 15.8 | 5.3 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 7.1 | 14.3 | 28.6 | 7.1 | 42.9 | 35.7 | 7.1 | 14.3 | 35.7 | 21.4 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 12.0 | 13.1 | 9.7 | 12.0 | 6.9 | 37.1 | 17.1 | 9.7 | 19.4 | 21.7 | 17.7 | 2.9 |
| \$10,000 - \$19,999 | 14.1 | 10.9 | 8.7 | 10.9 | 13.0 | 34.8 | 17.4 | 6.5 | 21.7 | 15.2 | 20.7 | 2.2 |
| \$20,000 - \$49,999 | 16.7 | 16.7 | 12.5 | - | - | 29.2 | 8.3 | 16.7 | 20.8 | 29.2 | 20.8 | 4.2 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 33.3 | 44.4 | 11.1 | - | - | 22.2 | 22.2 | 44.4 | 11.1 | - | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 11.1 | 14.8 | 11.1 | 7.4 | 14.8 | 22.2 | 18.5 | 14.8 | 18.5 | 14.8 | 18.5 | 3.7 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 22.9 | 14.3 | 5.7 | 11.4 | 5.7 | 25.7 | 28.6 | 8.6 | 20.0 | 17.1 | 28.6 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 9.7 | 13.9 | 5.6 | 8.3 | 8.3 | 47.2 | 8.3 | 9.7 | 18.1 | 12.5 | 9.7 | 4.2 |
| ขาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 9.1 | - | 18.2 | 4.5 | 31.8 | 18.2 | 18.2 | 27.3 | 22.7 | 18.2 | 9.1 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 12.9 | 16.1 | 12.9 | 3.2 | 9.7 | 29.0 | 32.3 | 12.9 | 19.4 | 22.6 | 35.5 | - |
| แม่บ้าน | 5.0 | 10.0 | 20.0 | 5.0 | 10.0 | 40.0 | 10.0 | 15.0 | 20.0 | 25.0 | 5.0 | 1.1 |
| นักเรียน | 16.9 | 14.6 | 13.5 | 13.5 | 6.7 | 32.6 | 13.5 | 6.7 | 21.3 | 24.7 | 18.0 | - |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | 25.0 | - | 100.0 | 25.0 | - | - | 25.0 | 50.0 | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 14.5 | 14.2 | 9.2 | 11.0 | 7.4 | 36.9 | 16.3 | 10.6 | 19.1 | 19.5 | 18.8 | 1.8 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 5.6 | 16.7 | - | 16.7 | 11.1 | 22.2 | 5.6 | 33.3 | 22.2 | 16.7 | 16.7 |

ตารางที่ 30 ร้อยละความคิดเห็นต่อความคุ้มค่าของเงิน/ราคา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความคุ้มค่าของเงิน/ราคา | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------------------------|--------|--------|-----|----------|-----|----------|------------|------------------------------|
| | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | จีน | สิงคโปร์ | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
| ภาพรวม | 0.7 | 0.3 | 0.3 | 0.3 | 1.0 | 0.7 | 0.7 | 2.3 | 95.3 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | - | - | - | 0.8 | 0.8 | 0.8 | 1.6 | 2.4 | 94.5 |
| หญิง | 1.2 | 0.6 | 0.6 | - | 1.2 | 0.6 | - | 2.3 | 96.0 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 1.0 | - | - | - | - | 1.0 | - | 2.0 | 95.9 |
| 25 – 34 ปี | 1.8 | 1.8 | 1.8 | - | 3.6 | - | 3.6 | 3.6 | 90.9 |
| 35 – 44 ปี | - | - | - | - | - | - | - | 4.5 | 95.5 |
| 45 – 54 ปี | - | - | - | - | 2.1 | 2.1 | - | - | 97.9 |
| 55 – 64 ปี | - | - | - | - | - | - | - | - | 100.0 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | - | 7.1 | - | - | - | - | 92.9 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 0.6 | - | - | - | 0.6 | 1.1 | 1.1 | 2.9 | 94.3 |
| \$10,000 – \$19,999 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 | 2.2 | - | - | 1.1 | 96.7 |
| \$20,000 – \$49,999 | - | - | - | - | - | - | - | 4.2 | 95.8 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | - | - | - | - | - | - | - | 100.0 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | - | - | - | 3.7 | - | - | - | - | 96.3 |
| ด้าน | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | - | - | - | - | 2.9 | - | - | 2.9 | 94.3 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | - | - | - | - | - | 4.5 | - | 2.8 | 97.2 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | - | 3.2 | 3.2 | - | 4.5 | - | 3.2 | - | 95.5 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | - | - | - | 3.2 | - | - | 6.5 | 90.3 |
| แม่บ้าน | - | - | - | - | - | 1.1 | 1.1 | 5.0 | 95.0 |
| นักเรียน | 1.1 | - | - | - | - | - | - | 1.1 | 95.5 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | - | - | - | - | - | 100.0 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 0.7 | 0.4 | 0.4 | 0.4 | 0.7 | 0.4 | 0.7 | 2.5 | 95.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | - | - | 5.6 | 5.6 | - | - | 94.4 |

ตารางที่ 31 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับทางผ่าน/ประตูไปยังประเทศอื่นๆ

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 8.0 | 12.0 | 7.7 | 9.7 | 11.3 | 19.0 | 17.0 | 8.7 | 23.3 | 23.7 | 12.0 | 8.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 8.7 | 16.5 | 6.3 | 10.2 | 10.2 | 15.7 | 12.6 | 10.2 | 23.6 | 22.0 | 10.2 | 10.2 |
| หญิง | 7.5 | 8.7 | 8.7 | 9.2 | 12.1 | 21.4 | 20.2 | 7.5 | 23.1 | 24.9 | 13.3 | 6.4 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 11.2 | 16.3 | 8.2 | 9.2 | 11.2 | 21.4 | 20.4 | 3.1 | 16.3 | 26.5 | 11.2 | 8.2 |
| 25 – 34 ปี | 10.9 | 7.3 | 9.1 | 3.6 | 9.1 | 12.7 | 21.8 | 9.1 | 27.3 | 18.2 | 14.5 | 9.1 |
| 35 – 44 ปี | 1.5 | 9.0 | 4.5 | 7.5 | 7.5 | 20.9 | 13.4 | 9.0 | 29.9 | 17.9 | 9.0 | 9.0 |
| 45 – 54 ปี | 4.3 | 14.9 | 6.4 | 14.9 | 21.3 | 21.3 | 6.4 | 17.0 | 25.5 | 27.7 | 14.9 | 2.1 |
| 55 – 64 ปี | 15.8 | 10.5 | 10.5 | 5.3 | 10.5 | 10.5 | 21.1 | 15.8 | 26.3 | 15.8 | - | 10.5 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 35.7 | 7.1 | 21.4 | 21.4 | 7.1 | 14.3 | 50.0 | 28.6 | 14.3 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 8.0 | 11.4 | 8.6 | 9.7 | 11.4 | 18.3 | 17.7 | 6.9 | 21.1 | 26.9 | 12.0 | 9.1 |
| \$10,000 - \$19,999 | 7.6 | 15.2 | 6.5 | 5.4 | 12.0 | 17.4 | 18.5 | 8.7 | 28.3 | 17.4 | 13.0 | 5.4 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 8.3 | 8.3 | 16.7 | 8.3 | 25.0 | 8.3 | 25.0 | 16.7 | 16.7 | 8.3 | 12.5 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | - | 33.3 | 11.1 | 33.3 | 11.1 | - | 33.3 | 44.4 | 11.1 | - |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 7.4 | 7.4 | 11.1 | 22.2 | 3.7 | 25.9 | 11.1 | 14.8 | 25.9 | 29.6 | 29.6 | 3.7 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | 8.6 | 8.6 | 14.3 | 14.3 | 20.0 | 17.1 | 11.4 | 22.9 | 20.0 | 14.3 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 4.2 | 9.7 | 4.2 | 9.7 | 11.1 | 12.5 | 26.4 | 8.3 | 22.2 | 13.9 | 12.5 | 18.2 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 18.2 | - | 4.5 | 13.6 | 9.1 | 18.2 | 9.1 | 40.9 | 18.2 | 4.5 | 10.0 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 6.5 | 3.2 | 12.9 | 6.5 | 6.5 | 19.4 | 16.1 | 12.9 | 35.5 | 19.4 | 12.9 | - |
| แม่บ้าน | - | 10.0 | 10.0 | 5.0 | 15.0 | 30.0 | 10.0 | 10.0 | 20.0 | 40.0 | - | - |
| นักเรียน | 12.4 | 18.0 | 7.9 | 7.9 | 13.5 | 21.3 | 12.4 | 3.4 | 15.7 | 28.1 | 9.0 | - |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 75.0 | 25.0 | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 8.5 | 12.1 | 7.8 | 9.9 | 11.3 | 20.2 | 18.1 | 8.5 | 22.3 | 23.0 | 11.3 | 8.2 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 11.1 | 5.6 | 5.6 | 11.1 | - | - | 11.1 | 38.9 | 33.3 | 22.2 | 5.6 |

ตารางที่ 32 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสถานที่สำหรับจัดงานแต่งงานและฮันนีมูน

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ญี่ปุ่น | เกาหลี | ฮ่องกง | ไต้หวัน | จีน | สิงคโปร์ | มาเลเซีย | อินโดนีเซีย | ไทย | เวียดนาม | ออสเตรเลีย | ไม่อยู่ในกลุ่มประเทศเหล่านี้ |
|-------------------------------|---------|--------|--------|---------|------|----------|----------|-------------|------|----------|------------|------------------------------|
| ภาพรวม | 24.3 | 21.0 | 9.7 | 9.3 | 10.3 | 18.0 | 8.7 | 8.0 | 14.7 | 22.0 | 23.3 | 7.0 |
| เพศ | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 21.3 | 17.3 | 10.2 | 8.7 | 11.8 | 12.6 | 5.5 | 7.9 | 13.4 | 26.8 | 19.7 | 11.8 |
| หญิง | 26.6 | 23.7 | 9.2 | 9.8 | 9.2 | 22.0 | 11.0 | 8.1 | 15.6 | 18.5 | 26.0 | 3.5 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 22.4 | 24.5 | 7.1 | 11.2 | 9.2 | 14.3 | 5.1 | 10.2 | 17.3 | 26.5 | 30.6 | 6.1 |
| 25 – 34 ปี | 18.2 | 25.5 | 16.4 | 9.1 | 9.1 | 21.8 | 9.1 | 7.3 | 12.7 | 16.4 | 21.8 | 5.5 |
| 35 – 44 ปี | 23.9 | 16.4 | 10.4 | 13.4 | 4.5 | 16.4 | 11.9 | 6.0 | 14.9 | 11.9 | 17.9 | 9.0 |
| 45 – 54 ปี | 34.0 | 17.0 | 6.4 | - | 21.3 | 17.0 | 12.8 | 4.3 | 12.8 | 27.7 | 23.4 | 8.5 |
| 55 – 64 ปี | 26.3 | 15.8 | 10.5 | 5.3 | 5.3 | 26.3 | 5.3 | 15.8 | 5.3 | 26.3 | 15.8 | 10.5 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 28.6 | 21.4 | 7.1 | 14.3 | 21.4 | 28.6 | 7.1 | 7.1 | 21.4 | 35.7 | 14.3 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 25.7 | 18.9 | 8.6 | 9.7 | 10.9 | 20.0 | 10.9 | 8.0 | 17.1 | 20.0 | 23.4 | 5.7 |
| \$10,000 - \$19,999 | 25.0 | 26.1 | 12.0 | 7.6 | 7.6 | 15.2 | 4.3 | 7.6 | 12.0 | 21.7 | 25.0 | 7.6 |
| \$20,000 - \$49,999 | 16.7 | 16.7 | 12.5 | 16.7 | 8.3 | 12.5 | 12.5 | 12.5 | 4.2 | 33.3 | 16.7 | 12.5 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 22.2 | - | - | 33.3 | 22.2 | - | - | 22.2 | 33.3 | 22.2 | 11.1 |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะ | 18.5 | 22.2 | 11.1 | 3.7 | - | 29.6 | 7.4 | - | 22.2 | 14.8 | 22.2 | 7.4 |
| ด้าน | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 14.3 | 25.7 | 2.9 | 5.7 | 17.1 | 17.1 | 2.9 | 5.7 | 8.6 | 45.7 | 22.9 | 5.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 20.8 | 18.1 | 11.1 | 9.7 | 11.1 | 18.1 | 15.3 | 8.3 | 15.3 | 12.5 | 12.5 | 1.4 |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 40.9 | 18.2 | - | - | 9.1 | 27.3 | 18.2 | 13.6 | 13.6 | 27.3 | 18.2 | 13.6 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 32.3 | 16.1 | 19.4 | 6.5 | 6.5 | 19.4 | 9.7 | - | 9.7 | 16.1 | 25.8 | 22.6 |
| แม่บ้าน | 35.0 | 20.0 | 15.0 | 30.0 | 10.0 | 15.0 | - | 20.0 | 10.0 | 10.0 | 30.0 | 5.0 |
| นักเรียน | 23.6 | 23.6 | 7.9 | 11.2 | 11.2 | 12.4 | 5.6 | 10.1 | 16.9 | 27.0 | 30.3 | 5.6 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | - | 25.0 | - | 50.0 | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 25.2 | 20.9 | 10.3 | 9.6 | 10.3 | 18.8 | 8.9 | 8.5 | 15.6 | 22.0 | 23.0 | 6.7 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 22.2 | - | 5.6 | 11.1 | 5.6 | 5.6 | - | - | 22.2 | 27.8 | 11.1 |

ตารางที่ 33 ร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความคิดเห็นเกี่ยวกับประเทศไทย | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|----------------------|----------|-------------------------|-------------------------------|------------------|
| | อื่นๆ | ข้อบ่งชี้ได้คุ้มค่า/คุ้มค่า | ทะเลและชายหาดสวยงามที่หลากหลาย | การต้อนรับ/การบริการ | อาหารไทย | วัด/พุทธศาสนา/พระเจดีย์ | มีกิจกรรมสถานบันเทิงยามค่ำคืน | ไม่มีความคิดเห็น |
| ภาพรวม | 46.3 | 38.0 | 20.7 | 18.0 | 13.3 | 1.7 | 2.3 | 0.3 |
| เพศ | | | | | | | | |
| ชาย | 43.3 | 28.3 | 26.8 | 20.5 | 12.6 | 3.1 | 2.4 | 0.8 |
| หญิง | 48.6 | 45.1 | 16.2 | 16.2 | 13.9 | 0.6 | 2.3 | - |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 49.0 | 54.1 | 17.3 | 11.2 | 15.3 | 1.0 | 1.0 | - |
| 25 – 34 ปี | 36.4 | 30.9 | 21.8 | 16.4 | 9.1 | 1.8 | 5.5 | 1.8 |
| 35 – 44 ปี | 46.3 | 40.3 | 16.4 | 23.9 | 14.9 | 1.5 | 3.0 | - |
| 45 – 54 ปี | 46.8 | 27.7 | 27.7 | 19.1 | 10.6 | 2.1 | 2.1 | - |
| 55 – 64 ปี | 47.4 | 15.8 | 21.1 | 36.8 | 15.8 | - | - | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 64.3 | 7.1 | 35.7 | 14.3 | 14.3 | 7.1 | - | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 43.4 | 38.9 | 22.3 | 16.6 | 13.1 | 2.3 | 2.3 | 0.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 48.9 | 34.8 | 19.6 | 21.7 | 15.2 | 1.1 | 3.3 | - |
| \$20,000 - \$49,999 | 54.2 | 37.5 | 12.5 | 16.7 | 12.5 | - | - | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 55.6 | 55.6 | 22.2 | 11.1 | - | - | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 51.9 | 48.1 | 0.1 | 18.5 | 22.2 | - | - | - |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 37.1 | 22.9 | 31.4 | 14.3 | 14.3 | - | 8.6 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | 43.1 | 31.9 | 16.7 | 27.8 | 8.3 | 1.4 | 1.4 | - |
| ชาย ธุรกิจ | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 59.1 | 36.4 | 13.6 | 18.2 | 13.6 | 13.6 | 4.5 | - |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 41.9 | 35.5 | 25.8 | 12.9 | 12.9 | 3.2 | - | - |
| แม่บ้าน | 65.0 | 30.0 | 20.0 | 20.0 | 10.0 | - | - | - |
| นักเรียน | 46.1 | 50.6 | 22.5 | 11.2 | 15.7 | - | 2.2 | 1.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | - | 50.0 | 50.0 | - | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 44.7 | 37.9 | 19.5 | 18.8 | 14.2 | 1.4 | 2.5 | 0.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 72.2 | 38.9 | 38.9 | 5.6 | - | 5.6 | - | - |

ตารางที่ 33.1 ร้อยละประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย จำแนกตามความคิดเห็นต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ความคิดเห็นต่อประเทศไทย | ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย | | | |
|---------------------------|---------------------------------|--------------|--------------|----------------------|
| | ภาพรวม | ไม่เคยมา | เคยมา | เคยมามากกว่า 1 ครั้ง |
| ช้อปปิ้ง/คุ้มราคา/คุ้มค่า | 38.0 | 20.0 | 22.2 | 40.6 |
| ทะเลและชายหาด | 20.7 | 30.0 | - | 20.3 |
| วัด/พระเจดีย์ | 1.7 | - | 11.1 | 1.5 |
| อาหารไทย | 13.3 | 6.7 | 22.2 | 13.8 |
| สถานบันเทิงยามค่ำคึก | 2.3 | - | - | 2.7 |
| ความเป็นมิตร | 18.0 | 16.7 | 22.2 | 18.0 |
| ไม่มีความคิดเห็น | 22.0 | 33.3 | 33.3 | 20.3 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 34 ร้อยละการมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | รวม | การมาเที่ยวเมืองไทยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ** | |
|-----------------------------------|-------|--|-------|
| | | ไม่เคยมา | เคยมา |
| ภาพรวม | 100.0 | 10.0 | 90.0 |
| เพศ | | | |
| ชาย | 100.0 | 13.4 | 86.6 |
| หญิง | 100.0 | 7.5 | 92.5 |
| กลุ่มอายุ | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 100.0 | 8.2 | 91.8 |
| 25 – 34 ปี | 100.0 | 10.9 | 89.1 |
| 35 – 44 ปี | 100.0 | 9.0 | 91.0 |
| 45 – 54 ปี | 100.0 | 14.9 | 85.1 |
| 55 – 64 ปี | 100.0 | 15.8 | 84.2 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 100.0 | - | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 100.0 | 8.0 | 92.0 |
| \$10,000 - \$19,999 | 100.0 | 14.1 | 85.9 |
| \$20,000 - \$49,999 | 100.0 | 8.3 | 91.7 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 100.0 | 11.1 | 88.9 |
| อาชีพ | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 100.0 | 7.4 | 92.6 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 100.0 | 11.4 | 88.6 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | 100.0 | | |
| ธุรกิจ | | 6.9 | 93.1 |
| แรงงานและเกษตรกร | 100.0 | 4.5 | 95.5 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 100.0 | 22.6 | 77.4 |
| แม่บ้าน | 100.0 | 5.0 | 95.0 |
| นักเรียน | 100.0 | 11.2 | 88.8 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | - | 100.0 |
| กลุ่ม | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 100.0 | 9.6 | 90.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 100.0 | 16.7 | 83.3 |

**หมายเหตุ: สัดส่วนร้อยละตามแกนแนวดิ่ง

ตารางที่ 34.1 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ประสบการณ์มาเยือนประเทศไทย | |
|-----------------------------------|----------------------------|-------|
| | ไม่เคยมา | เคยมา |
| เพศ | | |
| ชาย | 56.7 | 40.7 |
| หญิง | 43.3 | 59.3 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 26.7 | 33.3 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 18.1 |
| 35 – 44 ปี | 20.0 | 22.6 |
| 45 – 54 ปี | 23.3 | 14.8 |
| 55 – 64 ปี | 10.0 | 5.9 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 5.2 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 46.7 | 59.6 |
| \$10,000- \$19,999 | 43.3 | 29.3 |
| \$20,000 - \$49,999 | 6.7 | 8.1 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 3.3 | 3.0 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 6.7 | 9.3 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 13.3 | 11.5 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | |
| ธุรกิจ | 16.7 | 24.8 |
| แรงงานและเกษตรกร | 3.3 | 7.8 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 23.3 | 8.9 |
| แม่บ้าน | 3.3 | 7.0 |
| นักเรียน | 33.3 | 29.3 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 1.5 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่ม | | |
| กลุ่มทั่วไป | 90.0 | 94.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 10.0 | 5.6 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 34.2 ร้อยละการเปรียบเทียบข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ประสบการณ์และความถี่ในการมาเยือนประเทศไทย | | |
|-----------------------------------|---|-------|----------------------|
| | ไม่เคยมา | เคยมา | เคยมามากกว่า 1 ครั้ง |
| เพศ | | | |
| ชาย | 56.7 | 44.4 | 40.6 |
| หญิง | 43.3 | 55.6 | 59.4 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 26.7 | 55.6 | 32.6 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 22.2 | 18.0 |
| 35 – 44 ปี | 20.0 | 11.1 | 23.0 |
| 45 – 54 ปี | 23.3 | 11.1 | 14.9 |
| 55 – 64 ปี | 10.0 | - | 6.1 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 5.4 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 46.7 | 77.8 | 59.0 |
| \$10,000- \$19,999 | 43.3 | 22.2 | 29.5 |
| \$20,000 - \$49,999 | 6.7 | - | 8.4 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 3.3 | - | 3.1 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 6.7 | - | 9.6 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 13.3 | 11.1 | 11.5 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงาน | | | |
| ชาย ธุรกิจ | 16.7 | 11.1 | 25.3 |
| แรงงานและเกษตรกร | 3.3 | 22.2 | 7.3 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 23.3 | - | 9.2 |
| แม่บ้าน | 3.3 | 22.2 | 6.5 |
| นักเรียน | 33.3 | 33.3 | 29.1 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 1.5 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่ม | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 90.0 | 88.9 | 94.6 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 10.0 | 11.1 | 5.4 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 34.3 ร้อยละความถี่ในการเดินทางมาประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวลาวที่เคยเดินทางมาประเทศไทยในช่วง5ปีที่ผ่านมา

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ความถี่(จำนวนครั้ง) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------------------|---------------------|------|------|------|------|------|------|-----|-----|------|-----|-----|------|-----|-----|-----|-----|------|--|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 12 | 14 | 15 | 16 | 17 | 18 | 19 | 20 | |
| ภาพรวม | 3.3 | 7.0 | 15.6 | 8.1 | 15.2 | 3.0 | 4.1 | 1.9 | 0.7 | 11.1 | 0.4 | 0.7 | 4.1 | 0.4 | 0.7 | 1.1 | 0.7 | 21.9 | |
| เพศ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.6 | 4.5 | 20.9 | 10.9 | 16.4 | 3.6 | 2.7 | - | - | 12.7 | 0.9 | - | 5.5 | 0.9 | 0.9 | - | - | 16.4 | |
| หญิง | 3.1 | 8.8 | 11.9 | 6.3 | 14.4 | 2.5 | 5.0 | 3.1 | 1.3 | 10.0 | - | 1.3 | 3.1 | - | 0.6 | 1.9 | 1.3 | 25.6 | |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 5.6 | 11.1 | 13.3 | 13.3 | 16.7 | 1.1 | 3.3 | 1.1 | - | 11.1 | 1.1 | 1.1 | 3.3 | - | - | 1.1 | 1.1 | 15.6 | |
| 25 – 34 ปี | 4.1 | 6.1 | 20.4 | 4.1 | 8.2 | - | 4.1 | 2.0 | - | 8.2 | - | 2.0 | 6.1 | - | - | - | - | 34.7 | |
| 35 – 44 ปี | 1.6 | 4.9 | 11.5 | 1.6 | 11.5 | 4.9 | 4.9 | 4.9 | 1.6 | 9.8 | - | - | 3.3 | 1.6 | 3.3 | 1.6 | - | 32.8 | |
| 45 – 54 ปี | 2.5 | - | 12.5 | 7.5 | 27.5 | 7.5 | 2.5 | - | 2.5 | 20.0 | - | - | 5.0 | - | - | - | - | 12.5 | |
| 55 – 64 ปี | - | 12.5 | 18.8 | 18.8 | 6.3 | - | 6.3 | - | - | 6.3 | - | - | 6.3 | - | - | - | 6.3 | 18.8 | |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 7.1 | 35.7 | 7.1 | 21.4 | 7.1 | 7.1 | - | - | 7.1 | - | - | - | - | - | 7.1 | - | - | |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.3 | 6.2 | 14.3 | 8.1 | 18.6 | 1.2 | 5.6 | 2.5 | 1.2 | 10.6 | 0.6 | 0.6 | 2.5 | - | 0.6 | 1.2 | - | 21.7 | |
| \$10,000 - \$19,999 | 2.5 | 10.1 | 12.7 | 10.1 | 8.9 | 5.1 | 1.3 | 1.3 | - | 13.9 | - | 1.3 | 5.1 | - | - | 1.3 | 1.3 | 25.3 | |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 4.5 | 31.8 | - | 9.1 | 4.5 | 4.5 | - | - | 4.5 | - | - | 13.6 | 4.5 | 4.5 | - | 4.5 | 13.6 | |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | - | 25.0 | 12.5 | 25.0 | 12.5 | - | - | - | 12.5 | - | - | - | - | - | - | - | 12.5 | |
| อาชีพ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ | - | 12.0 | 16.0 | - | 12.0 | 4.0 | - | - | - | 16.0 | - | - | - | - | 4.0 | 8.0 | - | 28.0 | |
| เฉพาะด้าน | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 3.2 | 6.5 | 9.7 | 6.5 | 19.4 | 6.5 | 3.2 | - | - | 9.7 | - | 3.2 | 9.7 | - | 3.2 | - | 3.2 | 16.1 | |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 1.5 | 6.0 | 11.9 | 4.5 | 10.4 | 6.0 | 3.0 | 4.5 | 1.5 | 9.0 | - | - | 4.5 | - | - | 1.5 | - | 35.8 | |
| พนักงานขาย ราชการ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.5 | 4.8 | 14.3 | 9.5 | 9.5 | - | 4.8 | - | 4.8 | 19.0 | - | - | 9.5 | - | - | - | - | 14.3 | |
| บุคลากรรัฐบาลและ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ทหาร | - | 4.2 | 20.8 | 4.2 | 12.5 | - | 4.2 | 4.2 | - | 12.5 | - | - | 4.2 | 4.2 | - | - | - | 29.2 | |
| แม่บ้าน | 10.5 | 10.5 | 26.3 | 10.5 | 15.8 | - | 10.5 | 5.3 | - | 5.3 | - | - | - | - | - | - | - | 5.3 | |
| นักเรียน | 3.8 | 6.3 | 16.5 | 13.9 | 20.3 | 1.3 | 5.1 | - | - | 11.4 | 1.3 | 1.3 | 2.5 | - | - | - | 1.3 | 15.2 | |
| บุคคลที่เกษียณอายุ | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | |
| แล้ว | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่ม | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.1 | 6.7 | 15.3 | 8.2 | 15.7 | 2.7 | 4.3 | 2.0 | 0.8 | 10.6 | 0.4 | 0.8 | 4.3 | 0.4 | 0.8 | 1.2 | 0.4 | 22.4 | |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 6.7 | 13.3 | 20.0 | 6.7 | 6.7 | 6.7 | - | - | - | 20.0 | - | - | - | - | - | - | 6.7 | 13.3 | |

ตารางที่ 35 ร้อยละการวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | รวม | การวางแผนเดินทางไปประเทศไทยในอีก 2-3 ปีข้างหน้า | | |
|--|-------|---|--------|----------|
| | | ใช่ | ไม่ใช่ | ไม่แน่ใจ |
| ภาพรวม | 100.0 | 71.0 | 0.7 | 28.3 |
| เพศ | | | | |
| ชาย | 100.0 | 70.9 | 1.6 | 27.6 |
| หญิง | 100.0 | 71.1 | - | 28.9 |
| กลุ่มอายุ | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 100.0 | 72.4 | - | 27.6 |
| 25 – 34 ปี | 100.0 | 70.9 | 1.8 | 27.3 |
| 35 – 44 ปี | 100.0 | 65.7 | - | 34.3 |
| 45 – 54 ปี | 100.0 | 70.2 | 2.1 | 27.7 |
| 55 – 64 ปี | 100.0 | 84.2 | - | 15.8 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 100.0 | 71.4 | - | 28.6 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 100.0 | 66.3 | 1.1 | 32.6 |
| \$10,000 - \$19,999 | 100.0 | 75.0 | - | 25.0 |
| \$20,000 - \$49,999 | 100.0 | 79.2 | - | 20.8 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 100.0 | 100.0 | - | - |
| อาชีพ | | | | |
| ผู้เชี่ยวชาญ | 100.0 | 63.0 | - | 37.0 |
| ด้านการบริหารและการจัดการ | 100.0 | 85.7 | - | 14.3 |
| เสมียน/พนักงานขาย และพาณิชย์ | 100.0 | 63.9 | 1.4 | 34.7 |
| แรงงานและเกษตรกร | 100.0 | 77.3 | 4.5 | 18.2 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 100.0 | 67.7 | - | 32.3 |
| แม่บ้าน | 100.0 | 75.0 | - | 25.0 |
| นักเรียน | 100.0 | 73.0 | - | 27.0 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | 50.0 | - | 50.0 |
| กลุ่ม | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 100.0 | 70.2 | 0.4 | 29.4 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 100.0 | 83.3 | 5.6 | 11.1 |
| ประสบการณ์ในการมาเยือนประเทศไทย | | | | |
| ไม่เคยมาประเทศไทย | 100.0 | 63.3 | - | 36.7 |
| เคยมาครั้งเดียว | 100.0 | 44.4 | 11.1 | 44.4 |
| เคยมามากกว่า 1 ครั้ง | 100.0 | 72.8 | 0.4 | 26.8 |

ตารางที่ 36 ร้อยละการแสดงความความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการได้รับค่าขึ้นชมและค่าขอบคุณถือเป็นสิ่งที่สำคัญ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|-------------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความเห็น | | |
| ภาพรวม | 14.0 | 13.7 | 18.3 | 44.0 | 7.3 | 2.7 | - | 3.25 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 10.2 | 12.6 | 19.7 | 44.9 | 10.2 | 2.4 | - | 3.39 | 127 |
| หญิง | 16.8 | 14.5 | 17.3 | 43.4 | 5.2 | 2.9 | - | 3.14 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 8.2 | 19.4 | 18.4 | 48.0 | 5.1 | 1.0 | - | 3.25 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 10.9 | 16.4 | 16.4 | 45.5 | 3.6 | 7.3 | - | 3.36 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 13.4 | 9.0 | 17.9 | 50.7 | 7.5 | 1.5 | - | 3.34 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 29.8 | 6.4 | 17.0 | 27.7 | 17.0 | 2.1 | - | 3.02 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 21.1 | 21.1 | 36.8 | 5.3 | 5.3 | - | 3.21 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | - | 28.6 | 42.9 | 7.1 | - | - | 3.14 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 12.0 | 13.7 | 21.1 | 46.3 | 4.0 | 2.9 | - | 3.25 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 17.4 | 15.2 | 10.9 | 40.2 | 13.0 | 3.3 | - | 3.26 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 8.3 | 29.2 | 37.5 | 12.5 | - | - | 3.29 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 55.6 | - | - | - | 3.00 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 11.1 | 18.5 | - | 55.6 | 11.1 | 3.7 | 11.1 | 3.48 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 28.6 | 2.9 | 20.0 | 40.0 | 8.6 | - | 28.6 | 2.97 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรการ | 5.6 | 13.9 | 23.6 | 50.0 | 2.8 | 4.2 | 5.6 | 3.43 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 18.2 | 9.1 | 22.7 | 31.8 | 18.2 | - | 18.2 | 3.22 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 22.6 | 16.1 | 19.4 | 25.8 | 12.9 | 3.2 | 22.6 | 3.00 | 31 |
| แม่บ้าน | 25.0 | 10.0 | 20.0 | 30.0 | 5.0 | 10.0 | 25.0 | 3.10 | 20 |
| นักเรียน | 7.9 | 18.0 | 16.9 | 50.6 | 5.6 | 1.1 | 7.9 | 3.31 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 50.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | - | 50.0 | 2.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 14.9 | 14.5 | 19.5 | 42.9 | 5.7 | 2.5 | - | 3.17 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | - | 61.1 | 33.3 | 5.6 | - | 4.44 | 18 |

ตารางที่ 37 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการสถานการณ์ที่ไม่ชัดเจนหรือไม่คาดฝัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 10.0 | 22.0 | 24.3 | 31.7 | 9.3 | 2.0 | 0.7 | 3.14 | 298 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 8.7 | 18.1 | 21.3 | 39.4 | 10.2 | 1.6 | 0.8 | 3.29 | 126 |
| หญิง | 11.0 | 24.9 | 26.6 | 26.0 | 8.7 | 2.3 | 0.6 | 3.03 | 172 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 9.2 | 20.4 | 22.4 | 41.8 | 5.1 | 1.0 | - | 3.16 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 14.5 | 14.5 | 32.7 | 20.0 | 10.9 | 5.5 | 1.8 | 3.14 | 54 |
| 35 – 44 ปี | 7.5 | 20.9 | 31.3 | 28.4 | 9.0 | 1.5 | 1.5 | 3.15 | 66 |
| 45 – 54 ปี | 12.8 | 27.7 | 17.0 | 27.7 | 12.8 | 2.1 | - | 3.06 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 26.3 | 15.8 | 36.8 | 10.5 | - | - | 3.10 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 42.9 | 7.1 | 28.6 | 21.4 | - | - | 3.28 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 8.6 | 22.3 | 22.9 | 35.4 | 8.6 | 1.1 | 1.1 | 3.16 | 173 |
| \$10,000 - \$19,999 | 14.1 | 19.6 | 28.3 | 22.8 | 10.9 | 4.3 | - | 3.09 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 25.0 | 20.8 | 41.7 | 8.3 | - | - | 3.25 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 33.3 | 22.2 | 22.2 | 11.1 | - | - | 2.88 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 14.8 | 18.5 | 40.7 | 14.8 | 7.4 | 3.7 | - | 2.92 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 20.0 | 17.1 | 22.9 | 28.6 | 11.4 | - | - | 2.94 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 8.3 | 22.2 | 30.6 | 25.0 | 9.7 | 1.4 | 2.8 | 3.10 | 70 |
| แรงงานและเกษตรกร | - | 27.3 | 22.7 | 27.3 | 22.7 | - | - | 3.45 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 6.5 | 19.4 | 19.4 | 35.5 | 12.9 | 6.5 | - | 3.48 | 31 |
| แม่บ้าน | 15.0 | 25.0 | 15.0 | 30.0 | 10.0 | 5.0 | - | 3.10 | 20 |
| นักเรียน | 9.0 | 22.5 | 20.2 | 42.7 | 4.5 | 1.1 | - | 3.15 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 50.0 | - | 50.0 | - | - | - | 3.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 10.6 | 23.4 | 24.5 | 32.3 | 6.7 | 1.8 | 0.7 | 3.06 | 280 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 22.2 | 22.2 | 50.0 | 5.6 | - | 4.39 | 18 |

ตารางที่ 38 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการแสดงตัวตนของตนเองได้อย่างเปิดเผย โดยไม่ต้องคำนึงถึงสายตาของผู้อื่น
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 9.3 | 18.0 | 21.3 | 18.0 | 23.3 | 9.7 | 0.3 | 3.57 | 299 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 10.2 | 15.7 | 22.8 | 17.3 | 22.8 | 10.2 | 0.8 | 3.57 | 126 |
| หญิง | 8.7 | 19.7 | 20.2 | 18.5 | 23.7 | 9.2 | - | 3.56 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 8.2 | 10.2 | 26.5 | 19.4 | 24.5 | 11.2 | - | 3.75 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 12.7 | 14.5 | 20.0 | 18.2 | 21.8 | 10.9 | 1.8 | 3.55 | 54 |
| 35 – 44 ปี | 9.0 | 14.9 | 22.4 | 22.4 | 26.9 | 4.5 | - | 3.56 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 8.5 | 29.8 | 17.0 | 14.9 | 17.0 | 12.8 | - | 3.40 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 42.1 | 10.5 | 10.5 | 31.6 | 5.3 | - | 3.47 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | 28.6 | 14.3 | 7.1 | 14.3 | 14.3 | - | 3.07 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 10.3 | 15.4 | 21.7 | 17.1 | 22.9 | 12.0 | 0.6 | 3.63 | 174 |
| \$10,000 - \$19,999 | 8.7 | 20.7 | 19.6 | 19.6 | 26.1 | 5.4 | - | 3.50 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 29.2 | 16.7 | 25.0 | 20.8 | 4.2 | - | 3.41 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 11.1 | 44.4 | - | 11.1 | 22.2 | - | 3.55 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 22.2 | 22.2 | 14.8 | 11.1 | 25.9 | 3.7 | - | 3.07 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | 25.7 | 11.4 | 17.1 | 22.9 | 11.4 | - | 3.48 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 6.9 | 19.4 | 16.7 | 18.1 | 26.4 | 11.1 | 1.4 | 3.71 | 71 |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 18.2 | 31.8 | 22.7 | 13.6 | 4.5 | - | 3.27 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 9.7 | 22.6 | 22.6 | 12.9 | 25.8 | 6.5 | - | 3.41 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 10.0 | 25.0 | 35.0 | 10.0 | 15.0 | - | 3.80 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 12.4 | 28.1 | 18.0 | 23.6 | 11.2 | - | 3.73 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | - | - | 50.0 | - | - | 3.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 9.2 | 17.7 | 21.6 | 17.7 | 23.0 | 10.3 | 0.4 | 3.58 | 281 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 22.2 | 16.7 | 22.2 | 27.8 | - | - | 3.33 | 18 |

ตารางที่ 39 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับมีเพียงบางสิ่งเล็กๆ น้อยๆ เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 5.3 | 12.3 | 16.7 | 28.3 | 26.3 | 10.7 | 0.3 | 3.90 | 299 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 4.7 | 14.2 | 15.7 | 26.0 | 26.8 | 11.8 | 0.8 | 3.92 | 126 |
| หญิง | 5.8 | 11.0 | 17.3 | 30.1 | 26.0 | 9.8 | - | 3.89 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 5.1 | 10.2 | 9.2 | 28.6 | 31.6 | 15.3 | - | 4.17 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 9.1 | 12.7 | 18.2 | 32.7 | 20.0 | 5.5 | 1.8 | 3.59 | 54 |
| 35 – 44 ปี | 6.0 | 14.9 | 13.4 | 29.9 | 22.4 | 13.4 | - | 3.88 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 19.1 | 19.1 | 25.5 | 29.8 | 4.3 | - | 3.74 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 5.3 | 47.4 | 26.3 | 10.5 | 5.3 | - | 3.47 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 28.6 | 14.3 | 42.9 | 14.3 | - | 4.42 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 6.9 | 12.6 | 12.0 | 30.9 | 27.4 | 9.7 | 0.6 | 3.89 | 174 |
| \$10,000 - \$19,999 | 4.3 | 15.2 | 19.6 | 27.2 | 20.7 | 13.0 | - | 3.83 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 4.2 | 37.5 | 8.3 | 37.5 | 12.5 | - | 4.16 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | - | 22.2 | 44.4 | 33.3 | - | - | 4.11 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 7.4 | 22.2 | 37.0 | 18.5 | 7.4 | - | 3.74 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 11.4 | 25.7 | 14.3 | 31.4 | 14.3 | - | 4.02 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 2.8 | 12.5 | 16.7 | 31.9 | 25.0 | 9.7 | 1.4 | 3.94 | 71 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 27.3 | 27.3 | 18.2 | 18.2 | 4.5 | - | 3.31 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 6.5 | 19.4 | 16.1 | 45.2 | 12.9 | - | - | 3.38 | 31 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 15.0 | 10.0 | 20.0 | 30.0 | 15.0 | - | 3.9 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 7.9 | 9.0 | 28.1 | 33.7 | 14.6 | - | 4.17 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 50.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | 4.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 5.7 | 13.1 | 16.3 | 25.9 | 27.3 | 11.3 | 0.4 | 3.90 | 281 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 22.2 | 66.7 | 11.1 | - | - | 3.88 | 18 |

ตารางที่ 40 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการใช้จ่ายเงินอย่างระมัดระวัง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 0.3 | 1.3 | 8.0 | 23.0 | 36.0 | 31.3 | - | 4.87 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 0.8 | 0.8 | 5.5 | 22.8 | 39.4 | 30.7 | - | 4.91 | 127 |
| หญิง | - | 1.7 | 9.8 | 23.1 | 33.5 | 31.8 | - | 4.83 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | - | 2.0 | 13.3 | 20.4 | 37.8 | 26.5 | - | 4.73 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 1.8 | - | 9.1 | 14.5 | 36.4 | 38.2 | - | 4.98 | 55 |
| 35 – 44 ปี | - | 3.0 | 3.0 | 26.9 | 29.9 | 37.3 | - | 4.95 | 67 |
| 45 – 54 ปี | - | - | 4.3 | 19.1 | 44.7 | 31.9 | - | 5.04 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | - | 5.3 | 42.1 | 36.8 | 15.8 | - | 4.63 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 7.1 | 42.9 | 21.4 | 28.6 | - | 4.71 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 0.6 | 1.1 | 8.6 | 22.9 | 34.3 | 32.6 | - | 4.86 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | - | 1.1 | 8.7 | 21.7 | 37.0 | 31.5 | - | 4.89 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 4.2 | 4.2 | 33.3 | 33.3 | 25.0 | - | 4.70 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | - | - | 11.1 | 66.7 | 22.2 | - | 5.11 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | - | - | 18.5 | 22.2 | 37.0 | 22.2 | - | 4.62 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | - | - | - | 31.4 | 37.1 | 31.4 | - | 5.00 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | - | 2.8 | 5.6 | 22.2 | 31.9 | 37.5 | - | 4.95 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | - | 4.5 | - | 27.3 | 36.4 | 31.8 | - | 4.90 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | - | 12.9 | 22.6 | 29.0 | 32.3 | - | 4.70 | 31 |
| แม่บ้าน | - | - | - | 30.0 | 30.0 | 40.0 | - | 5.10 | 20 |
| นักเรียน | - | 1.1 | 11.2 | 16.9 | 42.7 | 28.1 | - | 4.85 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | - | 4.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 0.4 | 1.1 | 7.4 | 24.1 | 35.8 | 31.2 | - | 4.87 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 5.6 | 16.7 | 5.6 | 38.9 | 33.3 | - | 4.77 | 18 |

ตารางที่ 41 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่มีความซับซ้อนสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 4.0 | 7.0 | 24.3 | 27.7 | 22.7 | 14.3 | - | 4.01 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 2.4 | 7.9 | 23.6 | 32.3 | 20.5 | 13.4 | - | 4.00 | 127 |
| หญิง | 5.2 | 6.4 | 24.9 | 24.3 | 24.3 | 15.0 | - | 4.01 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.1 | 3.1 | 21.4 | 23.5 | 28.6 | 19.4 | - | 4.27 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 3.6 | 14.5 | 29.1 | 29.1 | 20.0 | - | 4.36 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 4.5 | 10.4 | 17.9 | 23.9 | 28.4 | 14.9 | - | 4.05 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 10.6 | 34.0 | 38.3 | 8.5 | 6.4 | - | 3.59 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 10.5 | 52.6 | 26.3 | 5.3 | - | - | 3.15 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 14.3 | 42.9 | 35.7 | - | - | - | 3.07 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 2.9 | 5.7 | 24.6 | 27.4 | 21.7 | 17.7 | - | 4.12 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 3.3 | 8.7 | 25.0 | 25.0 | 28.3 | 9.8 | - | 3.95 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 8.3 | 20.8 | 45.8 | 4.2 | 8.3 | - | 3.45 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 33.3 | 11.1 | - | 3.77 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.7 | 3.7 | 18.5 | 25.9 | 33.3 | 14.8 | - | 4.25 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 17.1 | 31.4 | 22.9 | 11.4 | 14.3 | - | 3.65 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 2.8 | 6.9 | 23.6 | 22.2 | 27.8 | 16.7 | - | 4.15 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 9.1 | 36.4 | 36.4 | 4.5 | 9.1 | - | 3.54 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 9.7 | 22.6 | 38.7 | 19.4 | 9.7 | - | 3.96 | 31 |
| แม่บ้าน | 15.0 | - | 25.0 | 35.0 | 15.0 | 10.0 | - | 3.65 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 2.2 | 21.3 | 27.0 | 28.1 | 16.9 | - | 4.22 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 50.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | - | 2.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.9 | 7.4 | 25.5 | 28.4 | 22.3 | 12.4 | - | 3.95 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | - | 5.6 | 16.7 | 27.8 | 44.4 | - | 4.94 | 18 |

ตารางที่ 42 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการปรับตัวและความพร้อมที่จะรับมือให้เข้ากับสถานการณ์ที่แตกต่างกันมากถือเป็นสิ่งที่ง่ายในชีวิต จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 5.3 | 9.7 | 20.3 | 26.7 | 23.3 | 14.7 | - | 3.97 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.9 | 8.7 | 19.7 | 25.2 | 28.3 | 14.2 | - | 4.08 | 127 |
| หญิง | 6.4 | 10.4 | 20.8 | 27.7 | 19.7 | 15.0 | - | 3.89 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 7.1 | 3.1 | 15.3 | 28.6 | 32.7 | 13.3 | - | 4.16 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 1.8 | 16.4 | 20.0 | 20.0 | 21.8 | 20.0 | - | 4.04 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 3.0 | 10.4 | 25.4 | 34.3 | 20.9 | 6.0 | - | 3.78 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 12.8 | 8.5 | 23.4 | 19.1 | 14.9 | 21.3 | - | 3.79 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 21.1 | 15.8 | 21.1 | 26.3 | 15.8 | - | 4.00 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 14.3 | 28.6 | 35.7 | - | 21.4 | - | 3.86 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 5.7 | 9.1 | 18.3 | 24.6 | 24.6 | 17.7 | - | 4.06 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 4.3 | 12.0 | 21.7 | 30.4 | 20.7 | 10.9 | - | 3.84 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 8.3 | 37.5 | 25.0 | 16.7 | 8.3 | - | 3.67 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | - | 33.3 | 44.4 | 11.1 | - | 4.33 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 11.1 | 14.8 | 37.0 | 7.4 | 22.2 | - | 3.93 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 8.6 | 20.0 | 25.7 | 25.7 | 17.1 | - | 4.14 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 5.6 | 15.3 | 26.4 | 26.4 | 16.7 | 9.7 | - | 3.63 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 4.5 | 31.8 | 18.2 | 18.2 | 18.2 | - | 3.86 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | 3.2 | 29.0 | 22.6 | 25.8 | 16.1 | - | 4.13 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 15.0 | 10.0 | 30.0 | 25.0 | 20.0 | - | 4.25 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 6.7 | 13.5 | 27.0 | 32.6 | 13.5 | - | 4.12 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | 3.50 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 5.7 | 9.6 | 19.1 | 27.0 | 23.8 | 14.9 | - | 3.98 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 11.1 | 38.9 | 22.2 | 16.7 | 11.1 | - | 3.78 | 18 |

ตารางที่ 43 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการละเมิดหรือไม่เชื่อฟังกฎหมายในบางครั้ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 4.7 | 6.3 | 16.0 | 24.0 | 27.7 | 21.0 | 0.3 | 4.27 | 299 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 5.5 | 5.5 | 15.0 | 25.2 | 20.5 | 27.6 | 0.8 | 4.33 | 126 |
| หญิง | 4.0 | 6.9 | 16.8 | 23.1 | 32.9 | 16.2 | - | 4.23 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 7.1 | 9.2 | 14.3 | 21.4 | 27.6 | 20.4 | - | 4.14 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 1.8 | 3.6 | 20.0 | 25.5 | 18.2 | 29.1 | 1.8 | 4.44 | 54 |
| 35 – 44 ปี | 1.5 | 4.5 | 14.9 | 25.4 | 40.3 | 13.4 | - | 4.39 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 6.4 | 10.6 | 17.0 | 21.3 | 19.1 | 25.5 | - | 4.13 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | - | 10.5 | 26.3 | 26.3 | 26.3 | - | 4.37 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 21.4 | 35.7 | 35.7 | 7.1 | - | 4.29 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.6 | 4.6 | 13.7 | 26.3 | 25.1 | 25.1 | 0.6 | 4.39 | 174 |
| \$10,000 - \$19,999 | 5.4 | 7.6 | 19.6 | 17.4 | 33.7 | 16.3 | - | 4.15 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 8.3 | 20.8 | 37.5 | 20.8 | 12.5 | - | 4.08 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | 33.3 | 11.1 | - | 3.67 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | - | 11.1 | 14.8 | 44.4 | 22.2 | - | 4.56 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 5.7 | 22.9 | 25.7 | 17.1 | 25.7 | - | 4.26 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | 4.17 | 71 |
| ธุรกิจ | 2.8 | 5.6 | 19.4 | 26.4 | 33.3 | 11.1 | 1.4 | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 4.5 | 27.3 | 18.2 | 13.6 | 27.3 | - | 4.05 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 6.5 | 12.9 | 32.3 | 29.0 | 19.4 | - | 4.42 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 25.0 | 30.0 | 20.0 | - | 4.30 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 10.1 | 11.2 | 22.5 | 23.6 | 25.8 | - | 4.24 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | 5.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 4.6 | 6.7 | 14.5 | 24.5 | 28.0 | 21.3 | 0.4 | 4.29 | 281 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | - | 38.9 | 16.7 | 22.2 | 16.7 | - | 4.00 | 18 |

ตารางที่ 44 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการไม่สนใจในกฎระเบียบและการประชุมที่จำกัดเสรีภาพของตนเอง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 12.3 | 18.3 | 19.0 | 19.7 | 13.0 | 17.3 | 0.3 | 3.55 | 299 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 11.8 | 17.3 | 17.3 | 18.1 | 17.3 | 17.3 | 0.8 | 3.64 | 126 |
| หญิง | 12.7 | 19.1 | 20.2 | 20.8 | 9.8 | 17.3 | - | 3.48 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 16.3 | 12.2 | 19.4 | 17.3 | 14.3 | 20.4 | - | 3.62 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 9.1 | 21.8 | 20.0 | 23.6 | 10.9 | 12.7 | 1.8 | 3.44 | 54 |
| 35 – 44 ปี | 10.4 | 17.9 | 19.4 | 19.4 | 17.9 | 14.9 | - | 3.61 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 8.5 | 25.5 | 23.4 | 17.0 | 6.4 | 19.1 | - | 3.45 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 15.8 | 15.8 | 5.3 | 21.1 | 10.5 | 31.6 | - | 3.89 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 28.6 | 14.3 | 28.6 | 14.3 | - | - | 3.00 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 11.4 | 18.3 | 17.7 | 18.3 | 12.6 | 21.1 | 0.6 | 3.66 | 174 |
| \$10,000 - \$19,999 | 13.0 | 17.4 | 21.7 | 21.7 | 12.0 | 14.1 | - | 3.45 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 25.0 | 16.7 | 20.8 | 20.8 | 4.2 | - | 3.25 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 11.1 | 22.2 | 22.2 | 11.1 | 11.1 | - | 3.22 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 18.5 | 33.3 | 7.4 | 22.2 | 11.1 | 7.4 | - | 2.96 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 17.1 | 20.0 | 25.7 | 22.9 | 5.7 | 8.6 | - | 3.06 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | 3.90 | 71 |
| ธุรกิจ | 2.8 | 16.7 | 20.8 | 23.6 | 16.7 | 18.1 | 1.4 | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 13.6 | 9.1 | 27.3 | 13.6 | 22.7 | - | 3.82 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 9.7 | 25.8 | 19.4 | 12.9 | 16.1 | 16.1 | - | 3.48 | 31 |
| แม่บ้าน | 15.0 | 15.0 | 25.0 | 15.0 | 10.0 | 20.0 | - | 3.50 | 20 |
| นักเรียน | 16.9 | 13.5 | 19.1 | 16.9 | 12.4 | 21.3 | - | 3.58 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | 4.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 11.7 | 19.1 | 19.9 | 16.7 | 13.8 | 18.4 | 0.4 | 3.57 | 281 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 22.2 | 5.6 | 5.6 | 66.7 | - | - | - | 3.17 | 18 |

ตารางที่ 45 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการรับผิดชอบในหน้าที่ของตน มักมีความสำคัญกว่าการใช้ชีวิตตามความสุขของตน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 6.0 | 8.0 | 14.7 | 29.0 | 21.7 | 20.7 | - | 4.14 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 8.7 | 9.4 | 13.4 | 29.1 | 15.7 | 23.6 | - | 4.05 | 127 |
| หญิง | 4.0 | 6.9 | 15.6 | 28.9 | 26.0 | 18.5 | - | 4.21 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 8.2 | 6.1 | 11.2 | 31.6 | 23.5 | 19.4 | - | 4.14 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 9.1 | 7.3 | 12.7 | 29.1 | 14.5 | 27.3 | - | 4.15 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 1.5 | 4.5 | 13.4 | 29.9 | 28.4 | 22.4 | - | 4.46 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 17.0 | 23.4 | 23.4 | 23.4 | 10.6 | - | 3.81 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 10.5 | 15.8 | 31.6 | 5.3 | 26.3 | - | 3.89 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 21.4 | 21.4 | 21.4 | 21.4 | - | 4.07 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 6.3 | 7.4 | 14.3 | 28.6 | 21.1 | 22.3 | - | 4.18 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 4.3 | 7.6 | 13.0 | 30.4 | 25.0 | 19.6 | - | 4.23 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 8.3 | 29.2 | 29.2 | 20.8 | 8.3 | - | 3.79 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 22.2 | - | 22.2 | - | 33.3 | - | 3.56 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.7 | 7.4 | 25.9 | 25.9 | 29.6 | 7.4 | - | 3.93 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 11.4 | 22.9 | 37.1 | 8.6 | 17.1 | - | 3.89 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 1.4 | 6.9 | 9.7 | 25.0 | 26.4 | 30.6 | - | 4.60 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 13.6 | 31.8 | 18.2 | 18.2 | 13.6 | - | 3.73 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 6.5 | 6.5 | 9.7 | 22.6 | 29.0 | 25.8 | - | 4.39 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 20.0 | 10.0 | 25.0 | 25.0 | 15.0 | - | 3.90 | 20 |
| นักเรียน | 12.4 | 4.5 | 11.2 | 36.0 | 16.9 | 19.1 | - | 3.98 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | 5.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.0 | 8.5 | 15.6 | 28.0 | 20.6 | 21.3 | - | 4.12 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | - | - | 44.4 | 38.9 | 11.1 | - | 4.44 | 18 |

ตารางที่ 46 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขึ้นขอการอพยพในเรื่องของความทันสมัยและแพชชั่นเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่าที่นั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 3.0 | 8.7 | 14.7 | 30.7 | 27.0 | 16.0 | - | 4.18 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 1.6 | 8.7 | 14.2 | 26.0 | 28.3 | 21.3 | - | 4.35 | 127 |
| หญิง | 4.0 | 8.7 | 15.0 | 34.1 | 26.0 | 12.1 | - | 4.06 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 2.0 | 10.2 | 10.2 | 24.5 | 34.7 | 18.4 | - | 4.35 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 12.7 | 16.4 | 23.6 | 16.4 | 27.3 | - | 4.18 | 55 |
| 35 – 44 ปี | - | 4.5 | 16.4 | 41.8 | 28.4 | 9.0 | - | 4.21 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 4.3 | - | 19.1 | 36.2 | 25.5 | 14.9 | - | 4.23 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 15.8 | 21.1 | 42.1 | 21.1 | - | - | 3.68 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | 21.4 | 7.1 | 14.3 | 21.4 | 14.3 | - | 3.36 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.0 | 10.3 | 15.4 | 28.6 | 22.3 | 19.4 | - | 4.13 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 2.2 | 4.3 | 14.1 | 33.7 | 33.7 | 12.0 | - | 4.28 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | - | 16.7 | 41.7 | 37.5 | 4.2 | - | 4.29 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 44.4 | - | 11.1 | 22.2 | 22.2 | - | 3.78 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 11.1 | 3.7 | 7.4 | 25.9 | 33.3 | 18.5 | - | 4.22 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 5.7 | 20.0 | 28.6 | 25.7 | 17.1 | - | 4.20 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 1.4 | 6.9 | 12.5 | 45.8 | 22.2 | 11.1 | - | 4.14 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 9.1 | 22.7 | 22.7 | 31.8 | 9.1 | - | 3.95 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 3.2 | 29.0 | 32.3 | 22.6 | 12.9 | - | 4.13 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 15.0 | 15.0 | 40.0 | 15.0 | 15.0 | - | 4.00 | 20 |
| นักเรียน | 2.2 | 11.2 | 10.1 | 21.3 | 32.6 | 22.5 | - | 4.38 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 50.0 | - | - | 25.0 | - | - | 2.50 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 2.8 | 8.5 | 13.5 | 31.6 | 27.0 | 16.7 | - | 4.21 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | 11.1 | 33.3 | 16.7 | 27.8 | 5.6 | - | 3.67 | 18 |

ตารางที่ 47 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับผู้หญิงที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น ที่จะสามารถทำให้ครอบครัวของเขามีความสุขได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 2.3 | 5.0 | 8.3 | 21.0 | 34.3 | 29.0 | - | 4.67 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 2.4 | 5.5 | 7.9 | 22.8 | 26.0 | 35.4 | - | 4.71 | 127 |
| หญิง | 2.3 | 4.6 | 8.7 | 19.7 | 40.5 | 24.3 | - | 4.64 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 2.0 | 4.1 | 5.1 | 21.4 | 32.7 | 34.7 | - | 4.83 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 5.5 | 3.6 | 9.1 | 14.5 | 36.4 | 30.9 | - | 4.65 | 55 |
| 35 – 44 ปี | - | 6.0 | 9.0 | 19.4 | 43.3 | 22.4 | - | 4.67 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 4.3 | 8.5 | 31.9 | 23.4 | 29.8 | - | 4.60 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 10.5 | 15.8 | 10.5 | 31.6 | 31.6 | - | 4.58 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 28.6 | 35.7 | 7.1 | - | 4.00 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 1.7 | 4.6 | 9.1 | 20.0 | 32.6 | 32.0 | - | 4.73 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 4.3 | 4.3 | 5.4 | 26.1 | 34.8 | 25.0 | - | 4.58 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 4.2 | 16.7 | 16.7 | 41.7 | 20.8 | - | 4.58 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 22.2 | - | - | 44.4 | 33.3 | - | 4.67 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | - | 18.5 | 14.8 | 37.0 | 22.2 | - | 4.41 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 5.7 | 20.0 | 22.9 | 25.7 | 22.9 | - | 4.31 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | - | 5.6 | 4.2 | 18.1 | 48.6 | 23.6 | - | 4.81 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 9.1 | 13.6 | 22.7 | 27.3 | 22.7 | - | 4.27 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 3.2 | 3.2 | 25.8 | 32.3 | 35.5 | - | 4.94 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 10.0 | 10.0 | 25.0 | 30.0 | 25.0 | - | 4.50 | 20 |
| นักเรียน | 3.4 | 3.4 | 4.5 | 21.3 | 29.2 | 38.2 | - | 4.84 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | 4.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 2.5 | 4.6 | 8.5 | 20.9 | 33.7 | 29.8 | - | 4.68 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 11.1 | 5.6 | 22.2 | 44.4 | 16.7 | - | 4.50 | 18 |

ตารางที่ 48 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับคู่สามี- ภรรยา หรือคู่สมรส ควรจะมีบุตร หากสามารถมีได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 4.0 | 5.0 | 9.0 | 14.7 | 54.0 | 13.3 | - | 4.50 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.1 | 6.3 | 12.6 | 13.4 | 48.8 | 15.7 | - | 4.46 | 127 |
| หญิง | 4.6 | 4.0 | 6.4 | 15.6 | 57.8 | 11.6 | - | 4.53 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 7.1 | 9.2 | 12.2 | 34.7 | 28.6 | 8.2 | - | 3.93 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 5.5 | 9.1 | 20.0 | 18.2 | 27.3 | 20.0 | - | 4.13 | 55 |
| 35 – 44 ปี | - | 1.5 | 1.5 | - | 77.6 | 19.4 | - | 5.12 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 4.3 | - | 6.4 | - | 85.1 | 4.3 | - | 4.74 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | - | - | - | 73.7 | 26.3 | - | 5.26 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | - | - | 92.9 | 7.1 | - | 5.07 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.0 | 5.7 | 8.0 | 16.0 | 50.3 | 16.0 | - | 4.51 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 4.3 | 3.3 | 9.8 | 16.3 | 55.4 | 10.9 | - | 4.48 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | - | 8.3 | - | 83.3 | 4.2 | - | 4.71 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 22.2 | 22.2 | 11.1 | 33.3 | 11.1 | - | 3.89 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 3.7 | 3.7 | 14.8 | 44.4 | 25.9 | - | 4.63 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 2.9 | 8.6 | 8.6 | 71.4 | 5.7 | - | 4.60 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 2.8 | 4.2 | 6.9 | 6.9 | 65.3 | 13.9 | - | 4.69 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | - | 4.5 | 4.5 | 4.5 | 72.7 | 13.6 | - | 4.86 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 3.2 | 12.9 | 3.2 | 58.1 | 22.6 | - | 4.84 | 31 |
| แม่บ้าน | - | - | - | 5.0 | 80.0 | 15.0 | - | 5.10 | 20 |
| นักเรียน | 7.9 | 9.0 | 14.6 | 32.6 | 28.1 | 7.9 | - | 3.88 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | - | 75.0 | 25.0 | - | 5.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.2 | 5.0 | 8.2 | 14.2 | 55.3 | 14.2 | - | 4.56 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 16.7 | 5.6 | 22.2 | 22.2 | 33.3 | - | - | 3.50 | 18 |

ตารางที่ 49 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับบทบาทของศาสนาที่มีส่วนสำคัญในชีวิตมากจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 3.3 | 6.7 | 16.0 | 26.0 | 31.7 | 16.3 | - | 4.25 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.9 | 4.7 | 15.0 | 24.4 | 31.5 | 20.5 | - | 4.36 | 127 |
| หญิง | 2.9 | 8.1 | 16.8 | 27.2 | 31.8 | 13.3 | - | 4.17 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.1 | 5.1 | 13.3 | 14.3 | 40.8 | 22.4 | - | 4.50 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 1.8 | 20.0 | 29.1 | 23.6 | 21.8 | - | 4.33 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 4.5 | 9.0 | 16.4 | 28.4 | 28.4 | 13.4 | - | 4.07 | 67 |
| 45 – 54 ปี | - | 14.9 | 14.9 | 51.1 | 12.8 | 6.4 | - | 3.81 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 5.3 | 15.8 | 10.5 | 57.9 | 5.3 | - | 4.26 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 21.4 | 21.4 | 42.9 | 14.3 | - | 4.50 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.0 | 6.9 | 15.4 | 22.3 | 30.3 | 21.1 | - | 4.31 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 2.2 | 6.5 | 17.4 | 28.3 | 33.7 | 12.0 | - | 4.21 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 4.2 | 16.7 | 45.8 | 29.2 | 4.2 | - | 4.13 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 44.4 | - | - | 3.78 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | - | 7.4 | 25.9 | 37.0 | 22.2 | - | 4.52 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | - | 8.6 | 14.3 | 34.3 | 28.6 | 14.3 | - | 4.26 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 4.2 | 8.3 | 16.7 | 29.2 | 29.2 | 12.5 | - | 4.08 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 18.2 | 13.6 | 22.7 | 31.8 | 9.1 | - | 3.86 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 9.7 | 25.8 | 32.3 | 19.4 | 12.9 | - | 4.00 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 5.0 | 20.0 | 30.0 | 30.0 | 15.0 | - | 4.30 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 3.4 | 15.7 | 18.0 | 37.1 | 21.3 | - | 4.44 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | 5.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.5 | 7.1 | 16.0 | 26.2 | 30.5 | 16.7 | - | 4.23 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 16.7 | 22.2 | 50.0 | 11.1 | - | 4.56 | 18 |

ตารางที่ 50 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการเกิดความเพลิดเพลินเมื่อได้มีโอกาสสนทนาหรือถกเถียงกับผู้อื่นโดยใช้สติปัญญา จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 6.3 | 13.7 | 22.0 | 26.3 | 17.0 | 14.7 | - | 3.78 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 2.4 | 11.8 | 17.3 | 30.7 | 17.3 | 20.5 | - | 4.10 | 127 |
| หญิง | 9.2 | 15.0 | 25.4 | 23.1 | 16.8 | 10.4 | - | 3.54 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 5.1 | 9.2 | 17.3 | 27.6 | 27.6 | 13.3 | - | 4.03 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 12.7 | 10.9 | 25.5 | 25.5 | 9.1 | 16.4 | - | 3.56 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 7.5 | 16.4 | 22.4 | 25.4 | 17.9 | 10.4 | - | 3.61 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 23.4 | 23.4 | 23.4 | 8.5 | 19.1 | - | 3.70 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 15.8 | 31.6 | 26.3 | 10.5 | 15.8 | - | 3.79 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 21.4 | 35.7 | 7.1 | 21.4 | - | 3.93 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 6.9 | 14.3 | 20.6 | 29.1 | 13.7 | 15.4 | - | 3.75 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 6.5 | 15.2 | 23.9 | 21.7 | 18.5 | 14.1 | - | 3.73 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 4.2 | 29.2 | 25.0 | 29.2 | 8.3 | - | 3.96 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 11.1 | 11.1 | 22.2 | 33.3 | 22.2 | - | 4.44 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.7 | 11.1 | 14.8 | 48.1 | 14.8 | 7.4 | - | 3.81 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 5.7 | 31.4 | 25.7 | 14.3 | 20.0 | - | 4.03 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 5.6 | 19.4 | 27.8 | 22.2 | 13.9 | 11.1 | - | 3.53 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 9.1 | 31.8 | 50.0 | - | 4.5 | - | 3.45 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 6.5 | 25.8 | 16.1 | 25.8 | 3.2 | 22.6 | - | 3.61 | 31 |
| แม่บ้าน | 15.0 | 15.0 | 10.0 | 10.0 | 25.0 | 25.0 | - | 3.90 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 9.0 | 18.0 | 22.5 | 28.1 | 15.7 | - | 4.03 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | 25.0 | - | - | 2.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.7 | 14.2 | 22.3 | 25.2 | 16.0 | 15.6 | - | 3.76 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 5.6 | 16.7 | 44.4 | 33.3 | - | - | 4.06 | 18 |

ตารางที่ 51 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกลอยวางหรือปลดออกจากทุกสิ่งที่อยู่รอบตัว
จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 3.7 | 10.3 | 31.0 | 24.0 | 16.7 | 14.0 | 0.3 | 3.82 | 299 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.1 | 9.4 | 26.8 | 25.2 | 18.1 | 16.5 | 0.8 | 3.96 | 126 |
| หญิง | 4.0 | 11.0 | 34.1 | 23.1 | 15.6 | 12.1 | - | 3.72 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 2.0 | 13.3 | 27.6 | 24.5 | 18.4 | 14.3 | - | 3.87 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 10.9 | 38.2 | 16.4 | 14.5 | 14.5 | 1.8 | 3.72 | 54 |
| 35 – 44 ปี | 3.0 | 9.0 | 31.3 | 25.4 | 17.9 | 13.4 | - | 3.87 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 8.5 | 6.4 | 34.0 | 25.5 | 12.8 | 12.8 | - | 3.66 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 10.5 | 10.5 | 36.8 | 26.3 | 10.5 | - | 4.00 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 7.1 | 42.9 | 21.4 | 7.1 | 21.4 | - | 3.93 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 0.6 | 8.0 | 40.0 | 20.6 | 11.4 | 18.9 | 0.6 | 3.91 | 174 |
| \$10,000 - \$19,999 | 8.7 | 14.1 | 19.6 | 23.9 | 25.0 | 8.7 | - | 3.68 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 4.2 | 20.8 | 45.8 | 20.8 | 4.2 | - | 3.88 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 33.3 | - | 33.3 | 22.2 | - | - | 3.22 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | - | 11.1 | 48.1 | 18.5 | 11.1 | 11.1 | - | 3.63 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | 17.1 | 28.6 | 20.0 | 11.4 | 17.1 | - | 3.66 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 4.2 | 6.9 | 30.6 | 23.6 | 19.4 | 13.9 | 1.4 | 3.90 | 71 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 4.5 | 50.0 | 22.7 | 9.1 | 9.1 | - | 3.55 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 6.5 | 12.9 | 29.0 | 22.6 | 22.6 | 6.5 | - | 3.61 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | - | 20.0 | 40.0 | 10.0 | 25.0 | - | 4.25 | 20 |
| นักเรียน | 2.2 | 13.5 | 25.8 | 23.6 | 20.2 | 14.6 | - | 3.90 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 50.0 | - | 25.0 | - | 4.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.5 | 10.6 | 29.8 | 24.1 | 17.7 | 13.8 | 0.4 | 3.84 | 281 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | 5.6 | 50.0 | 22.2 | - | 16.7 | - | 3.56 | 18 |

ตารางที่ 52 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับความรู้สึกสนุกและตื่นเต้น จะเกิดขึ้นทุกครั้งที่ต้องทำอะไรบนความหวาดกลัวและความเสี่ยง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 16.3 | 17.3 | 22.0 | 20.0 | 16.3 | 8.0 | - | 3.27 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 12.6 | 18.9 | 18.1 | 25.2 | 20.5 | 4.7 | - | 3.36 | 127 |
| หญิง | 19.1 | 16.2 | 24.9 | 16.2 | 13.3 | 10.4 | - | 3.20 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 10.2 | 17.3 | 24.5 | 21.4 | 21.4 | 5.1 | - | 3.42 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 25.5 | 14.5 | 20.0 | 14.5 | 20.0 | 5.5 | - | 3.05 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 16.4 | 13.4 | 23.9 | 19.4 | 13.4 | 13.4 | - | 3.40 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 14.9 | 27.7 | 21.3 | 14.9 | 12.8 | 8.5 | - | 3.09 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 10.5 | 21.1 | 15.8 | 36.8 | 5.3 | 10.5 | - | 3.37 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 35.7 | 7.1 | 14.3 | 28.6 | 7.1 | 7.1 | - | 2.86 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 18.3 | 18.9 | 21.1 | 17.1 | 17.7 | 6.9 | - | 3.18 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 14.1 | 16.3 | 26.1 | 19.6 | 13.0 | 10.9 | - | 3.34 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 16.7 | 16.7 | 33.3 | 16.7 | 4.2 | - | 3.37 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 11.1 | 44.4 | 22.2 | 11.1 | - | 4.00 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 11.1 | 7.4 | 29.6 | 29.6 | 18.5 | 3.7 | - | 3.48 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 20.0 | 20.0 | 20.0 | 31.4 | 8.6 | - | - | 2.89 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | 3.14 | 72 |
| ธุรกิจ | | | | | | | | | |
| แรงงานและเกษตรกร | 18.2 | 22.7 | 13.6 | 18.2 | 22.7 | 4.5 | - | 3.18 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 22.6 | 25.8 | 12.9 | 25.8 | - | 12.9 | - | 2.94 | 31 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 10.0 | 15.0 | 15.0 | 20.0 | 30.0 | - | 4.15 | 20 |
| นักเรียน | 9.0 | 18.0 | 24.7 | 19.1 | 24.7 | 4.5 | - | 3.46 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 50.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | - | - | 1.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 16.7 | 17.4 | 21.6 | 19.9 | 16.0 | 8.5 | - | 3.27 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 16.7 | 27.8 | 22.2 | 22.2 | - | - | 3.28 | 18 |

ตารางที่ 53 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับกรณีมีชีวิตอยู่เพื่อวันนี้โดยไม่ต้องกังวลเกี่ยวกับวันพรุ่งนี้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 11.0 | 19.7 | 22.7 | 22.0 | 14.7 | 9.7 | 0.3 | 3.39 | 299 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.9 | 12.6 | 23.6 | 26.8 | 21.3 | 11.8 | - | 3.84 | 127 |
| หญิง | 16.2 | 24.9 | 22.0 | 18.5 | 9.8 | 8.1 | 0.6 | 3.05 | 172 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 9.2 | 17.3 | 25.5 | 22.4 | 15.3 | 9.2 | 1.0 | 3.45 | 97 |
| 25 – 34 ปี | 16.4 | 20.0 | 18.2 | 20.0 | 14.5 | 10.9 | - | 3.29 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 10.4 | 14.9 | 28.4 | 20.9 | 14.9 | 10.4 | - | 3.46 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 14.9 | 21.3 | 14.9 | 29.8 | 12.8 | 6.4 | - | 3.23 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 26.3 | 21.1 | 15.8 | 26.3 | 10.5 | - | 3.74 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 42.9 | 21.4 | 14.3 | - | 14.3 | - | 3.00 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 13.1 | 16.0 | 21.1 | 22.9 | 17.1 | 9.1 | 0.6 | 3.43 | 174 |
| \$10,000 - \$19,999 | 10.9 | 25.0 | 20.7 | 19.6 | 13.0 | 10.9 | - | 3.32 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 16.7 | 41.7 | 20.8 | 8.3 | 12.5 | - | 3.58 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 44.4 | 22.2 | 33.3 | - | - | - | 2.89 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 25.9 | 25.9 | 14.8 | 22.2 | 3.7 | - | 3.30 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | 25.7 | 20.0 | 25.7 | 2.9 | 14.3 | - | 3.26 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 13.9 | 19.4 | 26.4 | 27.8 | 5.6 | 6.9 | - | 3.13 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 9.1 | 13.6 | 22.7 | 31.8 | 9.1 | - | 3.77 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 19.4 | 9.7 | 19.4 | 19.4 | 16.1 | 16.1 | - | 3.52 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 20.0 | 30.0 | 20.0 | 20.0 | 5.0 | - | 3.45 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 19.1 | 22.5 | 20.2 | 19.1 | 11.2 | 1.1 | 3.60 | 88 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | 75.0 | - | - | - | - | - | 1.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 11.0 | 18.1 | 22.7 | 22.0 | 15.6 | 10.3 | 0.4 | 3.44 | 281 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 44.4 | 22.2 | 22.2 | - | - | - | 2.56 | 18 |

ตารางที่ 54 ร้อยละการแสดงความเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับบริการราชการทหารเป็นเรื่องที่ควรจะทำสำหรับเยาวชนผู้ชายทั้งหมด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความเห็น | | |
| ภาพรวม | 6.0 | 9.0 | 17.0 | 27.0 | 24.0 | 17.0 | - | 4.05 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 7.9 | 5.5 | 19.7 | 23.6 | 20.5 | 22.8 | - | 4.12 | 127 |
| หญิง | 4.6 | 11.6 | 15.0 | 29.5 | 26.6 | 12.7 | - | 4.00 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 5.1 | 12.2 | 16.3 | 20.4 | 30.6 | 15.3 | - | 4.05 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 7.3 | 18.2 | 25.5 | 27.3 | 18.2 | - | 4.20 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 4.5 | 3.0 | 16.4 | 43.3 | 14.9 | 17.9 | - | 4.15 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 8.5 | 14.9 | 21.3 | 14.9 | 25.5 | 14.9 | - | 3.79 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 10.5 | 5.3 | 42.1 | 10.5 | 26.3 | - | 4.21 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 21.4 | - | 21.4 | 21.4 | 21.4 | 14.3 | - | 3.64 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 5.1 | 8.6 | 16.6 | 26.9 | 21.1 | 21.7 | - | 4.15 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 5.4 | 10.9 | 18.5 | 28.3 | 28.3 | 8.7 | - | 3.89 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 4.2 | 8.3 | 33.3 | 29.2 | 16.7 | - | 4.21 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 22.2 | 11.1 | 33.3 | - | 22.2 | 11.1 | - | 3.22 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 7.4 | 14.8 | 25.9 | 29.6 | 14.8 | - | 4.07 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 17.1 | 11.4 | 22.9 | 22.9 | 20.0 | 5.7 | - | 3.34 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 4.2 | 5.6 | 13.9 | 40.3 | 27.8 | 8.3 | - | 4.07 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 4.5 | 9.1 | 27.3 | 27.3 | 18.2 | - | 4.05 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 9.7 | 22.6 | 25.8 | 9.7 | 32.3 | - | 4.32 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 15.0 | 25.0 | 15.0 | 15.0 | 30.0 | - | 4.20 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 11.2 | 15.7 | 22.5 | 27.0 | 19.1 | - | 4.13 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | - | 25.0 | 50.0 | - | 5.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.4 | 8.9 | 17.7 | 26.6 | 23.4 | 17.0 | - | 4.03 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 11.1 | 5.6 | 33.3 | 33.3 | 16.7 | - | 4.39 | 18 |

ตารางที่ 55 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับเงินเป็นตัวชีวิตที่ดีที่สุดของความสำเร็จ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 10.7 | 8.0 | 14.3 | 24.3 | 21.3 | 21.3 | - | 4.02 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 10.2 | 6.3 | 15.0 | 24.4 | 22.0 | 22.0 | - | 4.08 | 127 |
| หญิง | 11.0 | 9.2 | 13.9 | 24.3 | 20.8 | 20.8 | - | 3.97 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 9.2 | 8.2 | 15.3 | 27.6 | 20.4 | 19.4 | - | 4.00 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 14.5 | 16.4 | 3.6 | 20.0 | 18.2 | 27.3 | - | 3.93 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 10.4 | 1.5 | 17.9 | 25.4 | 29.9 | 14.9 | - | 4.07 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 10.6 | 8.5 | 21.3 | 25.5 | 12.8 | 21.3 | - | 3.85 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 5.3 | 15.8 | 21.1 | 31.6 | 21.1 | - | 4.32 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 14.3 | 42.9 | - | 4.36 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 11.4 | 7.4 | 12.6 | 22.9 | 20.6 | 25.1 | - | 4.09 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 10.9 | 10.9 | 15.2 | 28.3 | 18.5 | 16.3 | - | 3.82 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 4.2 | 20.8 | 25.0 | 29.2 | 16.7 | - | 4.21 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 22.2 | 11.1 | 44.4 | 11.1 | - | 4.11 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 11.1 | 7.4 | 7.4 | 44.4 | 18.5 | 11.1 | - | 3.85 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 22.9 | 11.4 | 14.3 | 11.4 | 22.9 | 17.1 | - | 3.51 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 4.2 | 11.1 | 8.3 | 20.8 | 25.0 | 30.6 | - | 4.43 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | - | 27.3 | 22.7 | 27.3 | 13.6 | - | 4.00 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 9.7 | 9.7 | 16.1 | 25.8 | 22.6 | 16.1 | - | 3.90 | 31 |
| แม่บ้าน | 20.0 | - | 20.0 | 25.0 | 20.0 | 15.0 | - | 3.70 | 20 |
| นักเรียน | 10.1 | 7.9 | 16.9 | 27.0 | 16.9 | 21.3 | - | 3.97 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - | - | 25.0 | 75.0 | - | 5.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 11.3 | 7.1 | 13.8 | 22.7 | 22.3 | 22.7 | - | 4.06 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 22.2 | 22.2 | 50.0 | 5.6 | - | - | 3.39 | 18 |

ตารางที่ 56 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการอาจจะมีเพื่อนเพิ่มมากขึ้นกว่าคนส่วนใหญ่ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 7.7 | 12.3 | 21.3 | 22.3 | 22.7 | 13.7 | - | 3.81 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 10.2 | 7.1 | 15.7 | 22.0 | 26.8 | 18.1 | - | 4.02 | 127 |
| หญิง | 5.8 | 16.2 | 25.4 | 22.5 | 19.7 | 10.4 | - | 3.65 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.1 | 12.2 | 17.3 | 29.6 | 19.4 | 17.3 | - | 4.00 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 9.1 | 21.8 | 18.2 | 20.0 | 16.4 | 14.5 | - | 3.56 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 6.0 | 10.4 | 34.3 | 14.9 | 23.9 | 10.4 | - | 3.72 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 17.0 | 6.4 | 17.0 | 29.8 | 23.4 | 6.4 | - | 3.55 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 5.3 | 15.8 | 10.5 | 47.4 | 15.8 | - | 4.37 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 14.3 | 21.4 | 7.1 | 28.6 | 21.4 | - | 4.00 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 7.4 | 13.1 | 24.0 | 21.7 | 17.7 | 16.0 | - | 3.77 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 9.8 | 15.2 | 17.4 | 25.0 | 21.7 | 10.9 | - | 3.66 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | - | 20.8 | 16.7 | 50.0 | 12.5 | - | 4.54 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 11.1 | 22.2 | 55.6 | - | - | 4.11 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 7.4 | 25.9 | 25.9 | 33.3 | - | - | 3.70 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 20.0 | 5.7 | 11.4 | 11.4 | 40.0 | 11.4 | - | 3.80 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 8.3 | 16.7 | 27.8 | 22.2 | 15.3 | 9.7 | - | 3.49 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 18.2 | 22.7 | 22.7 | 4.5 | 18.2 | - | 3.41 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | 12.9 | 35.5 | 12.9 | 19.4 | 16.1 | - | 3.81 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 10.0 | 10.0 | 30.0 | 40.0 | 10.0 | - | 4.30 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 12.4 | 15.7 | 28.1 | 19.1 | 20.2 | - | 4.06 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | - | 50.0 | 25.0 | - | 4.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 8.2 | 11.3 | 21.6 | 22.0 | 22.7 | 14.2 | - | 3.82 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 27.8 | 16.7 | 27.8 | 22.2 | 5.6 | - | 3.61 | 18 |

ตารางที่ 57 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการหาวิธีการใหม่ๆในการแก้ปัญหาเดิม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 4.7 | 13.0 | 16.3 | 21.7 | 27.3 | 17.0 | - | 4.05 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 4.7 | 13.4 | 15.0 | 26.0 | 23.6 | 17.3 | - | 4.02 | 127 |
| หญิง | 4.6 | 12.7 | 17.3 | 18.5 | 30.1 | 16.8 | - | 4.07 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 5.1 | 10.2 | 15.3 | 22.4 | 30.6 | 16.3 | - | 4.12 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 1.8 | 18.2 | 3.6 | 29.1 | 29.1 | 18.2 | - | 4.20 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 6.0 | 11.9 | 22.4 | 20.9 | 17.9 | 20.9 | - | 3.96 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 6.4 | 14.9 | 17.0 | 17.0 | 27.7 | 17.0 | - | 3.96 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 15.8 | 36.8 | 5.3 | 42.1 | - | - | 3.74 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 14.3 | 28.6 | 21.4 | 21.4 | - | 4.14 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 2.9 | 15.4 | 14.9 | 24.6 | 25.1 | 17.1 | - | 4.05 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 7.6 | 8.7 | 18.5 | 16.3 | 32.6 | 16.3 | - | 4.07 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 4.2 | 25.0 | 20.8 | 25.0 | 16.7 | - | 4.00 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 33.3 | - | 22.2 | 22.2 | 22.2 | - | 4.00 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | 18.5 | 11.1 | 7.4 | 40.7 | 14.8 | - | 4.00 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 11.4 | 14.3 | 28.6 | 20.0 | 22.9 | - | 4.20 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 2.8 | 11.1 | 13.9 | 18.1 | 40.3 | 13.9 | - | 4.24 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | 18.2 | 31.8 | 9.1 | 13.6 | 13.6 | - | 3.32 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 19.4 | 12.9 | 38.7 | 9.7 | 19.4 | - | 3.97 | 31 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 15.0 | 25.0 | 10.0 | 15.0 | 25.0 | - | 3.80 | 20 |
| นักเรียน | 3.4 | 10.1 | 15.7 | 27.0 | 28.1 | 15.7 | - | 4.13 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | - | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | - | 3.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 5.0 | 13.8 | 15.2 | 22.7 | 25.9 | 17.4 | - | 4.03 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 33.3 | 5.6 | 50.0 | 11.1 | - | 4.39 | 18 |

ตารางที่ 58 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการคาดหวังจากอนาคตเพียงเล็กน้อยเท่านั้น จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 14.7 | 20.7 | 16.3 | 20.3 | 19.0 | 9.0 | - | 3.35 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 11.8 | 15.0 | 17.3 | 22.8 | 24.4 | 8.7 | - | 3.59 | 127 |
| หญิง | 16.8 | 24.9 | 15.6 | 18.5 | 15.0 | 9.2 | - | 3.18 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 12.2 | 21.4 | 13.3 | 16.3 | 19.4 | 17.3 | - | 3.61 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 20.0 | 18.2 | 20.0 | 23.6 | 12.7 | 5.5 | - | 3.07 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 14.9 | 22.4 | 17.9 | 19.4 | 20.9 | 4.5 | - | 3.22 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 19.1 | 17.0 | 19.1 | 17.0 | 21.3 | 6.4 | - | 3.23 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 31.6 | 10.5 | 26.3 | 26.3 | - | - | 3.37 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 14.3 | 14.3 | 42.9 | 14.3 | 7.1 | - | 3.64 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 13.7 | 18.3 | 18.3 | 21.1 | 20.6 | 8.0 | - | 3.41 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 19.6 | 21.7 | 14.1 | 16.3 | 14.1 | 14.1 | - | 3.26 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 33.3 | 16.7 | 29.2 | 16.7 | - | - | 3.21 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 22.2 | - | 22.2 | 44.4 | - | - | 3.67 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 18.5 | 11.1 | 18.5 | 3.7 | 33.3 | 14.8 | - | 3.67 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | 14.3 | 17.1 | 25.7 | 17.1 | 14.3 | - | 3.66 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 19.4 | 18.1 | 15.3 | 25.0 | 18.1 | 4.2 | - | 3.17 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 22.7 | 31.8 | 18.2 | 13.6 | 13.6 | - | - | 2.64 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 19.4 | 25.8 | 19.4 | 19.4 | 16.1 | - | - | 2.87 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 25.0 | 20.0 | 30.0 | 15.0 | 5.0 | - | 3.40 | 20 |
| นักเรียน | 10.1 | 22.5 | 14.6 | 19.1 | 18.0 | 15.7 | - | 3.60 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | - | 25.0 | 50.0 | - | - | 4.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 14.9 | 19.9 | 16.3 | 21.3 | 18.8 | 8.9 | - | 3.36 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 33.3 | 16.7 | 5.6 | 22.2 | 11.1 | - | 3.28 | 18 |

ตารางที่ 59 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการผลิตเพลินไปกับกิจกรรมที่ต้องใช้การจัดระเบียบ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
ของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 4.3 | 6.3 | 20.0 | 28.0 | 30.7 | 10.7 | - | 4.06 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.9 | 4.7 | 17.3 | 31.5 | 29.9 | 12.6 | - | 4.17 | 127 |
| หญิง | 4.6 | 7.5 | 22.0 | 25.4 | 31.2 | 9.2 | - | 3.99 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.1 | 6.1 | 14.3 | 25.5 | 34.7 | 15.3 | - | 4.27 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 9.1 | 16.4 | 40.0 | 27.3 | 3.6 | - | 3.89 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 4.5 | 4.5 | 19.4 | 26.9 | 32.8 | 11.9 | - | 4.15 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 6.4 | 8.5 | 27.7 | 23.4 | 25.5 | 8.5 | - | 3.79 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | - | 36.8 | 21.1 | 26.3 | 10.5 | - | 3.95 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 7.1 | 28.6 | 28.6 | 28.6 | 7.1 | - | 4.00 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.0 | 4.6 | 21.1 | 32.0 | 27.4 | 10.9 | - | 4.07 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 3.3 | 8.7 | 18.5 | 23.9 | 37.0 | 8.7 | - | 4.09 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 8.3 | 20.8 | 20.8 | 25.0 | 16.7 | - | 3.96 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 44.4 | 11.1 | - | 4.00 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 14.8 | 7.4 | 7.4 | 33.3 | 25.9 | 11.1 | - | 3.81 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 2.9 | 8.6 | 22.9 | 17.1 | 42.9 | 5.7 | - | 4.06 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 2.8 | 6.9 | 20.8 | 31.9 | 30.6 | 6.9 | - | 4.01 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 13.6 | 27.3 | 18.2 | 22.7 | 9.1 | - | 3.59 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 3.2 | 22.6 | 45.2 | 12.9 | 16.1 | - | 4.16 | 31 |
| แม่บ้าน | 10.0 | - | 40.0 | 15.0 | 25.0 | 10.0 | - | 3.75 | 20 |
| นักเรียน | 2.2 | 5.6 | 14.6 | 25.8 | 37.1 | 14.6 | - | 4.34 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | - | 4.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.9 | 6.7 | 20.2 | 28.7 | 29.1 | 11.3 | - | 4.06 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | - | 16.7 | 16.7 | 55.6 | - | - | 4.06 | 18 |

ตารางที่ 60 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการต้องการเล่นในที่ที่ปลอดภัยและไปตามหนังสือเล่มหนึ่ง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 2.7 | 5.0 | 18.3 | 28.3 | 34.3 | 11.3 | - | 4.21 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 1.6 | 4.7 | 18.9 | 30.7 | 27.6 | 16.5 | - | 4.28 | 127 |
| หญิง | 3.5 | 5.2 | 17.9 | 26.6 | 39.3 | 7.5 | - | 4.16 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.1 | 6.1 | 15.3 | 25.5 | 39.8 | 10.2 | - | 4.23 | 98 |
| 25 – 34 ปี | - | 3.6 | 18.2 | 27.3 | 40.0 | 10.9 | - | 4.36 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 3.0 | 3.0 | 16.4 | 29.9 | 32.8 | 14.9 | - | 4.31 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 6.4 | 2.1 | 25.5 | 29.8 | 25.5 | 10.6 | - | 3.98 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 15.8 | 15.8 | 21.1 | 31.6 | 15.8 | - | 4.16 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 7.1 | 28.6 | 50.0 | 14.3 | - | - | 3.71 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 1.7 | 4.0 | 17.1 | 28.6 | 38.3 | 10.3 | - | 4.29 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 2.2 | 6.5 | 18.5 | 29.3 | 28.3 | 15.2 | - | 4.21 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 8.3 | 16.7 | 20.8 | 37.5 | 8.3 | - | 3.96 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 44.4 | 33.3 | 11.1 | - | - | 3.33 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.7 | 3.7 | 11.1 | 25.9 | 37.0 | 18.5 | - | 4.44 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | - | 8.6 | 22.9 | 54.3 | 8.6 | 5.7 | - | 3.80 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 1.4 | 4.2 | 18.1 | 25.0 | 38.9 | 12.5 | - | 4.33 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | - | 4.5 | 22.7 | 22.7 | 40.9 | 9.1 | - | 4.27 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | 3.2 | 29.0 | 25.8 | 25.8 | 12.9 | - | 4.06 | 31 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 5.0 | 20.0 | 25.0 | 35.0 | 5.0 | - | 3.85 | 20 |
| นักเรียน | 3.4 | 5.6 | 13.5 | 24.7 | 40.4 | 12.4 | - | 4.30 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 25.0 | 50.0 | - | - | 4.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 2.8 | 5.3 | 18.8 | 27.0 | 34.4 | 11.7 | - | 4.20 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 11.1 | 50.0 | 33.3 | 5.6 | - | 4.33 | 18 |

ตารางที่ 61 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับระบบการเมืองของตุนั้นอาจจะไม่สมบูรณ์แบบแต่ก็ยิ่งดีกว่าระบบอื่นๆ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 6.0 | 9.0 | 13.7 | 25.7 | 28.7 | 17.0 | - | 4.13 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 7.1 | 8.7 | 15.7 | 22.0 | 31.5 | 15.0 | - | 4.07 | 127 |
| หญิง | 5.2 | 9.2 | 12.1 | 28.3 | 26.6 | 18.5 | - | 4.17 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 6.1 | 6.1 | 16.3 | 24.5 | 32.7 | 14.3 | - | 4.14 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 5.5 | 14.5 | 30.9 | 38.2 | 7.3 | - | 4.16 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 7.5 | 7.5 | 11.9 | 23.9 | 23.9 | 25.4 | - | 4.25 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 4.3 | 19.1 | 8.5 | 25.5 | 21.3 | 21.3 | - | 4.04 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 15.8 | 5.3 | 21.1 | 26.3 | 26.3 | - | 4.26 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 7.1 | 28.6 | 28.6 | 14.3 | 7.1 | - | 3.43 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 2.9 | 4.6 | 16.0 | 30.9 | 29.7 | 16.0 | - | 4.28 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 9.8 | 13.0 | 10.9 | 18.5 | 28.3 | 19.6 | - | 4.01 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 20.8 | 12.5 | 20.8 | 20.8 | 20.8 | - | 3.96 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 33.3 | 22.2 | - | 11.1 | 33.3 | - | - | 2.89 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.7 | 7.4 | 11.1 | 33.3 | 29.6 | 14.8 | - | 4.22 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | 17.1 | 17.1 | 22.9 | 14.3 | 17.1 | - | 3.63 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 5.6 | 5.6 | 9.7 | 25.0 | 33.3 | 20.8 | - | 4.38 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 4.5 | 18.2 | 27.3 | 31.8 | 9.1 | - | 3.95 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 6.5 | 9.7 | 32.3 | 35.5 | 16.1 | - | 4.45 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 25.0 | 10.0 | 30.0 | 10.0 | 20.0 | - | 3.75 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 6.7 | 16.9 | 21.3 | 32.6 | 15.7 | - | 4.13 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | 25.0 | - | 3.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.0 | 9.2 | 13.8 | 24.1 | 28.7 | 18.1 | - | 4.15 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | 5.6 | 11.1 | 50.0 | 27.8 | - | - | 3.89 | 18 |

ตารางที่ 62 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับโรงพยาบาลนอร์และร้านหนังสือที่สามก่อนอาจารย์จะปิดตัวลง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 8.7 | 5.0 | 8.7 | 11.7 | 28.3 | 37.7 | - | 4.59 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 11.0 | 4.7 | 7.1 | 11.0 | 28.3 | 37.8 | - | 4.54 | 127 |
| หญิง | 6.9 | 5.2 | 9.8 | 12.1 | 28.3 | 37.6 | - | 4.62 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 14.3 | 5.1 | 8.2 | 14.3 | 30.6 | 27.6 | - | 4.24 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 7.3 | 1.8 | 12.7 | 16.4 | 29.1 | 32.7 | - | 4.56 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 6.0 | 9.0 | 10.4 | 6.0 | 20.9 | 47.8 | - | 4.70 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 6.4 | 6.4 | - | 8.5 | 38.3 | 40.4 | - | 4.87 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | - | 10.5 | 5.3 | 26.3 | 57.9 | - | 5.32 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | - | 14.3 | 21.4 | 14.3 | 42.9 | - | 4.64 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 12.0 | 6.3 | 10.3 | 12.0 | 24.6 | 34.9 | - | 4.35 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 4.3 | 4.3 | 5.4 | 8.7 | 32.6 | 44.6 | - | 4.95 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | - | 8.3 | 12.5 | 33.3 | 45.8 | - | 5.17 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 11.1 | 33.3 | 44.4 | - | - | 4.00 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 11.1 | 14.8 | 3.7 | 14.8 | 25.9 | 29.6 | - | 4.19 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.4 | - | 8.6 | 14.3 | 22.9 | 42.9 | - | 4.66 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 4.2 | 6.9 | 6.9 | 12.5 | 30.6 | 38.9 | - | 4.75 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 13.6 | - | 13.6 | 4.5 | 18.2 | 50.0 | - | 4.64 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 3.2 | 9.7 | 9.7 | 25.8 | 51.6 | - | 5.13 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 40.0 | 30.0 | - | 4.70 | 20 |
| นักเรียน | 13.5 | 4.5 | 9.0 | 11.2 | 31.5 | 30.3 | - | 4.34 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 50.0 | - | - | 50.0 | - | 4.50 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 8.9 | 5.3 | 8.2 | 11.7 | 27.3 | 38.7 | - | 4.59 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 5.6 | - | 16.7 | 11.1 | 44.4 | 22.2 | - | 4.56 | 18 |

ตารางที่ 63 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่เป็นคนที่เปิดใจรับสิ่งใหม่และมีเหตุมีผลในการปฏิบัติจริง จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 1.7 | 4.0 | 20.7 | 36.0 | 26.7 | 11.0 | - | 4.15 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 2.4 | 3.1 | 18.9 | 37.8 | 24.4 | 13.4 | - | 4.19 | 127 |
| หญิง | 1.2 | 4.6 | 22.0 | 34.7 | 28.3 | 9.2 | - | 4.12 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 3.1 | 2.0 | 22.4 | 34.7 | 25.5 | 12.2 | - | 4.14 | 98 |
| 25 – 34 ปี | - | 3.6 | 14.5 | 47.3 | 23.6 | 10.9 | - | 4.24 | 55 |
| 35 – 44 ปี | - | 4.5 | 13.4 | 41.8 | 32.8 | 7.5 | - | 4.25 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 6.4 | 29.8 | 27.7 | 21.3 | 12.8 | - | 3.98 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 10.5 | 26.3 | 21.1 | 31.6 | 5.3 | - | 3.79 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 28.6 | 21.4 | 28.6 | 21.4 | - | 4.43 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 1.7 | 4.0 | 21.1 | 33.7 | 27.4 | 12.0 | - | 4.17 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 2.2 | 5.4 | 19.6 | 37.0 | 25.0 | 10.9 | - | 4.10 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | - | 29.2 | 41.7 | 25.0 | 4.2 | - | 4.04 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | - | - | 55.6 | 33.3 | 11.1 | - | 4.56 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | - | 7.4 | 22.2 | 44.4 | 7.4 | 18.5 | - | 4.07 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | - | - | 31.4 | 28.6 | 28.6 | 11.4 | - | 4.20 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | - | 4.2 | 18.1 | 38.9 | 30.6 | 8.3 | - | 4.21 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 9.1 | 31.8 | 27.3 | 22.7 | 4.5 | - | 3.68 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 3.2 | 19.4 | 35.5 | 29.0 | 12.9 | - | 4.29 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 35.0 | 35.0 | 5.0 | - | 4.05 | 20 |
| นักเรียน | 3.4 | 3.4 | 16.9 | 34.8 | 28.1 | 13.5 | - | 4.21 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 75.0 | - | - | - | 3.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 1.8 | 4.3 | 21.6 | 35.8 | 25.9 | 10.6 | - | 4.12 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 5.6 | 38.9 | 38.9 | 16.7 | - | 4.67 | 18 |

ตารางที่ 64 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับสนุกในการแก้ปัญหาที่ต้องใช้การคิดอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 2.7 | 10.7 | 34.0 | 26.7 | 15.7 | 10.3 | - | 3.73 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 1.6 | 10.2 | 35.4 | 29.1 | 15.0 | 8.7 | - | 3.72 | 127 |
| หญิง | 3.5 | 11.0 | 32.9 | 24.9 | 16.2 | 11.6 | - | 3.74 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 6.1 | 12.2 | 30.6 | 23.5 | 17.3 | 10.2 | - | 3.64 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 1.8 | 10.9 | 29.1 | 36.4 | 14.5 | 7.3 | - | 3.73 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 1.5 | 7.5 | 32.8 | 25.4 | 16.4 | 16.4 | - | 3.97 | 67 |
| 45 – 54 ปี | - | 8.5 | 38.3 | 29.8 | 14.9 | 8.5 | - | 3.77 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 15.8 | 42.1 | 15.8 | 15.8 | 10.5 | - | 3.63 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 14.3 | 57.1 | 21.4 | 7.1 | - | - | 3.21 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 3.4 | 9.1 | 32.0 | 28.6 | 17.7 | 9.1 | - | 3.75 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 2.2 | 12.0 | 40.2 | 21.7 | 12.0 | 12.0 | - | 3.65 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 8.3 | 37.5 | 29.2 | 12.5 | 12.5 | - | 3.83 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 33.3 | - | 33.3 | 22.2 | 11.1 | - | 3.78 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 11.1 | 11.1 | 33.3 | 25.9 | 14.8 | 3.7 | - | 3.33 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | - | 14.3 | 34.3 | 28.6 | 14.3 | 8.6 | - | 3.69 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | - | 6.9 | 27.8 | 27.8 | 19.4 | 18.1 | - | 4.14 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 4.5 | 45.5 | 27.3 | 13.6 | 4.5 | - | 3.55 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 9.7 | 41.9 | 32.3 | 16.1 | - | - | 3.55 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 20.0 | 45.0 | 10.0 | - | 25.0 | - | 3.65 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 12.4 | 29.2 | 27.0 | 18.0 | 9.0 | - | 3.69 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 75.0 | 25.0 | - | - | - | 3.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 2.1 | 11.0 | 35.1 | 27.0 | 14.9 | 9.9 | - | 3.71 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 11.1 | 5.6 | 16.7 | 22.2 | 27.8 | 16.7 | - | 4.00 | 18 |

ตารางที่ 65 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการจัดการจัดแจงและปฏิบัติตามชีวิตประจำวัน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 2.0 | 4.3 | 14.0 | 32.3 | 30.3 | 17.0 | - | 4.36 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 1.6 | 5.5 | 12.6 | 37.8 | 26.0 | 16.5 | - | 4.31 | 127 |
| หญิง | 2.3 | 3.5 | 15.0 | 28.3 | 33.5 | 17.3 | - | 4.39 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 2.0 | 3.1 | 17.3 | 30.6 | 24.5 | 22.4 | - | 4.40 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 7.3 | 10.9 | 27.3 | 36.4 | 14.5 | - | 4.29 | 55 |
| 35 – 44 ปี | - | - | 13.4 | 32.8 | 35.8 | 17.9 | - | 4.58 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 8.5 | 12.8 | 40.4 | 27.7 | 8.5 | - | 4.09 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | - | 5.3 | 42.1 | 26.3 | 26.3 | - | 4.74 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 14.3 | 21.4 | 21.4 | 35.7 | - | - | 3.64 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 2.9 | 4.6 | 14.3 | 28.6 | 29.1 | 20.6 | - | 4.38 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | - | 5.4 | 8.7 | 40.2 | 34.8 | 10.9 | - | 4.37 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | - | 33.3 | 33.3 | 25.0 | 8.3 | - | 4.08 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 11.1 | 22.2 | 22.2 | 33.3 | - | 4.44 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | - | 11.1 | 11.1 | 33.3 | 37.0 | 7.4 | - | 4.19 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | - | 17.1 | 34.3 | 31.4 | 11.4 | - | 4.20 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 1.4 | 2.8 | 9.7 | 31.9 | 33.3 | 20.8 | - | 4.56 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | - | - | 22.7 | 36.4 | 18.2 | 22.7 | - | 4.41 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 9.7 | 6.5 | 29.0 | 45.2 | 9.7 | - | 4.39 | 31 |
| แม่บ้าน | - | 5.0 | 25.0 | 30.0 | 30.0 | 10.0 | - | 4.15 | 20 |
| นักเรียน | 3.4 | 4.5 | 14.6 | 33.7 | 22.5 | 21.3 | - | 4.31 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | - | 50.0 | 25.0 | - | 4.75 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 2.1 | 4.6 | 14.5 | 31.6 | 30.5 | 16.7 | - | 4.34 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 5.6 | 44.4 | 27.8 | 22.2 | - | 4.67 | 18 |

ตารางที่ 66 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการกระตือรือร้นในการหาทางออกให้สถานการณ์ทางสังคม จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 3.7 | 7.3 | 15.7 | 25.0 | 36.0 | 12.3 | - | 4.19 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.1 | 9.4 | 17.3 | 21.3 | 38.6 | 10.2 | - | 4.13 | 127 |
| หญิง | 4.0 | 5.8 | 14.5 | 27.7 | 34.1 | 13.9 | - | 4.24 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 4.1 | 8.2 | 15.3 | 29.6 | 31.6 | 11.2 | - | 4.10 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 5.5 | 7.3 | 14.5 | 16.4 | 36.4 | 20.0 | - | 4.31 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 3.0 | 7.5 | 14.9 | 23.9 | 37.3 | 13.4 | - | 4.25 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 2.1 | 8.5 | 17.0 | 27.7 | 38.3 | 6.4 | - | 4.11 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 5.3 | 21.1 | 26.3 | 42.1 | 5.3 | - | 4.21 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | - | 14.3 | 21.4 | 42.9 | 14.3 | - | 4.36 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 3.4 | 7.4 | 16.6 | 24.6 | 33.7 | 14.3 | - | 4.21 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 4.3 | 8.7 | 15.2 | 22.8 | 38.0 | 10.9 | - | 4.14 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 4.2 | 12.5 | 33.3 | 45.8 | 4.2 | - | 4.33 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 11.1 | 33.3 | 33.3 | 11.1 | - | 4.11 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 7.4 | - | 7.4 | 25.9 | 40.7 | 18.5 | - | 4.48 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | 2.9 | 17.1 | 25.7 | 40.0 | 8.6 | - | 4.17 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | - | 6.9 | 18.1 | 22.2 | 38.9 | 13.9 | - | 4.35 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 9.1 | 9.1 | 22.7 | 50.0 | 4.5 | - | 4.18 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 3.2 | 16.1 | 12.9 | 19.4 | 35.5 | 12.9 | - | 4.06 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 5.0 | 20.0 | 35.0 | 15.0 | 20.0 | - | 4.10 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 9.0 | 16.9 | 27.0 | 31.5 | 11.2 | - | 4.06 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 25.0 | 50.0 | - | - | 4.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.9 | 7.8 | 16.0 | 23.8 | 35.5 | 13.1 | - | 4.18 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 11.1 | 44.4 | 44.4 | - | - | 4.33 | 18 |

ตารางที่ 67 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการชอบที่จะโดดเด่นในฝูงชน จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 5.0 | 14.7 | 20.3 | 27.0 | 20.7 | 12.3 | - | 3.81 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.9 | 15.0 | 22.8 | 29.1 | 18.1 | 11.0 | - | 3.76 | 127 |
| หญิง | 5.8 | 14.5 | 18.5 | 25.4 | 22.5 | 13.3 | - | 3.84 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 7.1 | 15.3 | 17.3 | 24.5 | 23.5 | 12.2 | - | 3.79 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 3.6 | 12.7 | 23.6 | 25.5 | 21.8 | 12.7 | - | 3.87 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 4.5 | 13.4 | 17.9 | 37.3 | 14.9 | 11.9 | - | 3.81 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 4.3 | 21.3 | 17.0 | 25.5 | 21.3 | 10.6 | - | 3.70 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | 10.5 | 42.1 | 10.5 | 21.1 | 15.8 | - | 3.89 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | 7.1 | 21.4 | 28.6 | 21.4 | 14.3 | - | 3.93 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.0 | 15.4 | 23.4 | 25.1 | 20.6 | 11.4 | - | 3.77 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 7.6 | 16.3 | 17.4 | 28.3 | 19.6 | 10.9 | - | 3.68 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 8.3 | 12.5 | 37.5 | 29.2 | 12.5 | - | 4.25 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | - | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 44.4 | - | 4.56 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 22.2 | 11.1 | 14.8 | 29.6 | 11.1 | 11.1 | - | 3.30 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | - | 11.4 | 22.9 | 31.4 | 22.9 | 11.4 | - | 4.00 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 4.2 | 15.3 | 22.2 | 22.2 | 22.2 | 13.9 | - | 3.85 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 13.6 | 27.3 | 27.3 | 9.1 | 18.2 | - | 3.77 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | 22.6 | 29.0 | 32.3 | 16.1 | - | - | 3.42 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 5.0 | 10.0 | 35.0 | 30.0 | 15.0 | - | 4.25 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 15.7 | 15.7 | 24.7 | 24.7 | 14.6 | - | 3.93 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | 50.0 | 25.0 | - | - | - | 3.00 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 3.9 | 14.5 | 21.3 | 26.2 | 21.3 | 12.8 | - | 3.85 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 22.2 | 16.7 | 5.6 | 38.9 | 11.1 | 5.6 | - | 3.17 | 18 |

ตารางที่ 68 ร้อยละการแสดงความเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการขอใช้เวลาในตอนเย็นที่บ้านมากกว่าออกไปงานสังสรรค์ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความเห็น | | |
| ภาพรวม | 11.3 | 13.3 | 17.0 | 19.7 | 20.3 | 18.3 | - | 3.79 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 10.2 | 15.0 | 19.7 | 16.5 | 22.8 | 15.7 | - | 3.74 | 127 |
| หญิง | 12.1 | 12.1 | 15.0 | 22.0 | 18.5 | 20.2 | - | 3.83 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 11.2 | 10.2 | 18.4 | 19.4 | 20.4 | 20.4 | - | 3.89 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 14.5 | 12.7 | 12.7 | 21.8 | 14.5 | 23.6 | - | 3.80 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 7.5 | 19.4 | 19.4 | 20.9 | 17.9 | 14.9 | - | 3.67 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 14.9 | 10.6 | 21.3 | 21.3 | 19.1 | 12.8 | - | 3.57 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 15.8 | 5.3 | 15.8 | 42.1 | 15.8 | - | 4.21 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14.3 | 14.3 | 14.3 | 7.1 | 28.6 | 21.4 | - | 3.86 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 12.6 | 13.7 | 16.6 | 19.4 | 17.7 | 20.0 | - | 3.76 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 10.9 | 14.1 | 19.6 | 20.7 | 18.5 | 16.3 | - | 3.71 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.3 | 4.2 | 12.5 | 25.0 | 37.5 | 12.5 | - | 4.17 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | 22.2 | 11.1 | - | 44.4 | 22.2 | - | 4.33 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 25.9 | 14.8 | 7.4 | 22.2 | 14.8 | 14.8 | - | 3.30 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 8.6 | 14.3 | 8.6 | 22.9 | 31.4 | 14.3 | - | 3.97 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 9.7 | 15.3 | 19.4 | 19.4 | 16.7 | 19.4 | - | 3.76 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | - | 22.7 | 27.3 | 27.3 | 18.2 | - | 4.27 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 19.4 | 19.4 | 16.1 | 22.6 | 12.9 | 9.7 | - | 3.19 | 31 |
| แม่บ้าน | 10.0 | 5.0 | 20.0 | 25.0 | 30.0 | 10.0 | - | 3.90 | 20 |
| นักเรียน | 9.0 | 12.4 | 20.2 | 13.5 | 20.2 | 24.7 | - | 3.98 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 50.0 | - | 25.0 | - | 25.0 | - | 3.50 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 10.6 | 13.8 | 17.0 | 19.5 | 20.6 | 18.4 | - | 3.81 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 22.2 | 5.6 | 16.7 | 22.2 | 16.7 | 16.7 | - | 3.56 | 18 |

ตารางที่ 69 ร้อยละการแสดงความคิดเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการที่ไม่สามารถทนกับความไม่เรียบร้อยภายในบ้านได้ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความคิดเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|---------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|--------------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความคิดเห็น | | |
| ภาพรวม | 6.0 | 7.0 | 11.0 | 16.7 | 29.3 | 30.0 | - | 4.46 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 4.7 | 8.7 | 15.7 | 15.7 | 23.6 | 31.5 | - | 4.39 | 127 |
| หญิง | 6.9 | 5.8 | 7.5 | 17.3 | 33.5 | 28.9 | - | 4.51 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 6.1 | 4.1 | 16.3 | 16.3 | 35.7 | 21.4 | - | 4.36 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 5.5 | - | 16.4 | 21.8 | 20.0 | 36.4 | - | 4.60 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 4.5 | 7.5 | 6.0 | 19.4 | 25.4 | 37.3 | - | 4.66 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 10.6 | 12.8 | 2.1 | 12.8 | 34.0 | 27.7 | - | 4.30 | 47 |
| 55 – 64 ปี | 5.3 | 10.5 | - | 10.5 | 42.1 | 31.6 | - | 4.68 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | 28.6 | 21.4 | 7.1 | 7.1 | 35.7 | - | 4.00 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 6.9 | 5.7 | 12.0 | 16.0 | 26.3 | 33.1 | - | 4.49 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 5.4 | 6.5 | 10.9 | 15.2 | 32.6 | 29.3 | - | 4.51 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 12.5 | 4.2 | 25.0 | 37.5 | 20.8 | - | 4.50 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 11.1 | 22.2 | 11.1 | 22.2 | 33.3 | - | - | 3.44 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.7 | 11.1 | 11.1 | 11.1 | 44.4 | 18.5 | - | 4.37 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | 17.1 | 5.7 | 11.4 | 31.4 | 28.6 | - | 4.31 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 5.6 | 2.8 | 6.9 | 23.6 | 23.6 | 37.5 | - | 4.69 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 22.7 | 9.1 | 18.2 | 22.7 | 22.7 | - | 4.00 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 9.7 | - | 6.5 | 6.5 | 32.3 | 45.2 | - | 4.87 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 5.0 | 10.0 | 20.0 | 30.0 | 30.0 | - | 4.55 | 20 |
| นักเรียน | 6.7 | 3.4 | 19.1 | 18.0 | 28.1 | 24.7 | - | 4.31 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | 25.0 | - | - | 50.0 | 25.0 | - | 4.50 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.4 | 7.4 | 10.6 | 16.3 | 29.4 | 29.8 | - | 4.44 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 16.7 | 22.2 | 27.8 | 33.3 | - | 4.78 | 18 |

ตารางที่ 70 ร้อยละการแสดงความเห็นส่วนตัวเกี่ยวกับการมีจินตนาการที่สร้างสรรค์เป็นอย่างมาก จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวลาว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | การแสดงความเห็นส่วนตัว | | | | | | | ค่าเฉลี่ย | จำนวน |
|-----------------------------------|------------------------|--------------------|---------------------|-------------------|-----------------|------------------|-----------------|-----------|-------|
| | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง | ไม่เห็นด้วยปานกลาง | ไม่เห็นด้วยเล็กน้อย | เห็นด้วยอย่างยิ่ง | เห็นด้วยปานกลาง | เห็นด้วยเล็กน้อย | ไม่แสดงความเห็น | | |
| ภาพรวม | 6.0 | 4.7 | 15.7 | 27.7 | 26.7 | 19.3 | - | 4.22 | 300 |
| เพศ | | | | | | | | | |
| ชาย | 3.1 | 6.3 | 15.0 | 24.4 | 31.5 | 19.7 | - | 4.34 | 127 |
| หญิง | 8.1 | 3.5 | 16.2 | 30.1 | 23.1 | 19.1 | - | 4.14 | 173 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 5.1 | 3.1 | 10.2 | 31.6 | 26.5 | 23.5 | - | 4.42 | 98 |
| 25 – 34 ปี | 7.3 | 7.3 | 21.8 | 23.6 | 23.6 | 16.4 | - | 3.98 | 55 |
| 35 – 44 ปี | 6.0 | 4.5 | 13.4 | 20.9 | 32.8 | 22.4 | - | 4.37 | 67 |
| 45 – 54 ปี | 8.5 | 8.5 | 17.0 | 31.9 | 17.0 | 17.0 | - | 3.91 | 47 |
| 55 – 64 ปี | - | - | 26.3 | 26.3 | 42.1 | 5.3 | - | 4.26 | 19 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 7.1 | - | 21.4 | 35.7 | 21.4 | 14.3 | - | 4.07 | 14 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 4.6 | 4.0 | 18.3 | 26.3 | 26.9 | 20.0 | - | 4.27 | 175 |
| \$10,000 - \$19,999 | 9.8 | 5.4 | 13.0 | 34.8 | 23.9 | 13.0 | - | 3.97 | 92 |
| \$20,000 - \$49,999 | 4.2 | 8.3 | 12.5 | 12.5 | 29.2 | 33.3 | - | 4.54 | 24 |
| \$50,000 ขึ้นไป | - | - | - | 22.2 | 44.4 | 33.3 | - | 5.11 | 9 |
| อาชีพ | | | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.7 | 3.7 | 14.8 | 40.7 | 25.9 | 11.1 | - | 4.15 | 27 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 5.7 | 8.6 | 17.1 | 25.7 | 34.3 | 8.6 | - | 4.00 | 35 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย | | | | | | | | | |
| ธุรกิจ | 8.3 | 1.4 | 22.2 | 25.0 | 22.2 | 20.8 | - | 4.14 | 72 |
| แรงงานและเกษตรกร | 4.5 | 4.5 | 13.6 | 40.9 | 18.2 | 18.2 | - | 4.18 | 22 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 6.5 | 12.9 | 9.7 | 29.0 | 32.3 | 9.7 | - | 3.97 | 31 |
| แม่บ้าน | 5.0 | 5.0 | 15.0 | 10.0 | 20.0 | 45.0 | - | 4.70 | 20 |
| นักเรียน | 4.5 | 3.4 | 12.4 | 27.0 | 29.2 | 23.6 | - | 4.44 | 89 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 25.0 | - | 25.0 | 25.0 | 25.0 | - | - | 3.25 | 4 |
| กลุ่ม | | | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 6.4 | 5.0 | 14.5 | 26.2 | 27.3 | 20.6 | - | 4.25 | 282 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | - | 33.3 | 50.0 | 16.7 | - | - | 3.83 | 18 |

ตารางที่ 71 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ภาพรวม | |
|--------------------------------------|-------------|--------------|
| | จำนวน (ราย) | ร้อยละ |
| เพศ | | |
| ชาย | 127 | 42.3 |
| หญิง | 173 | 57.7 |
| รวม | 300 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 98 | 32.7 |
| 25 – 34 ปี | 55 | 18.3 |
| 35 – 44 ปี | 67 | 22.3 |
| 45 – 54 ปี | 47 | 15.7 |
| 55 – 64 ปี | 19 | 6.3 |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 14 | 4.7 |
| รวม | 300 | 100.0 |
| อาชีพ | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 27 | 9.0 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 35 | 11.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ | 72 | 24.0 |
| แรงงานและเกษตรกร | 22 | 7.3 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 31 | 10.3 |
| แม่บ้าน | 20 | 6.7 |
| นักเรียน | 89 | 29.7 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 4 | 1.3 |
| รวม | 300 | 100.0 |
| สถานภาพการสมรส | | |
| โสด | 131 | 43.7 |
| สมรสแล้วและมีบุตร | 157 | 52.3 |
| สมรสแล้วและยังไม่มีบุตร | 9 | 3.0 |
| หม้าย/แยกกันอยู่/หย่าร้าง | 3 | 1.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 175 | 58.3 |
| \$10,000- \$19,999 | 92 | 30.7 |
| \$20,000 - \$49,999 | 24 | 8.0 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 9 | 3.0 |
| รวม | 300 | 100.0 |
| ศาสนา | | |
| พุทธศาสนา | 296 | 98.7 |
| ศาสนาคริสต์ | 4 | 1.3 |
| รวม | 300 | 100.0 |

ตารางที่ 72 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาวจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ประเภทนักท่องเที่ยว | |
|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| | กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป | กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง |
| ภาพรวม | 94.0 | 6.0 |
| เพศ | | |
| ชาย | 96.1 | 3.9 |
| หญิง | 92.5 | 7.5 |
| กลุ่มอายุ | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 94.9 | 5.1 |
| 25 – 34 ปี | 89.1 | 10.9 |
| 35 – 44 ปี | 97.0 | 3.0 |
| 45 – 54 ปี | 91.5 | 8.5 |
| 55 – 64 ปี | 94.7 | 5.3 |
| ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป | 100.0 | - |
| รายได้รวมของครอบครัว | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 96.0 | 4.0 |
| \$10,000- \$19,999 | 89.1 | 10.9 |
| \$20,000 - \$49,999 | 100.0 | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 88.9 | 11.1 |
| อาชีพ | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 85.2 | 14.8 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 94.3 | 5.7 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ | 93.1 | 6.9 |
| แรงงานและเกษตรกร | 90.9 | 9.1 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 100.0 | - |
| แม่บ้าน | 95.0 | 5.0 |
| นักเรียน | 95.5 | 4.5 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 100.0 | - |
| กลุ่ม | | |
| กลุ่มทั่วไป | 100.0 | - |
| กลุ่มศักยภาพสูง | - | 100.0 |

ตารางที่ 72.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาวจำแนกตามประเภทนักท่องเที่ยว

| ข้อมูลส่วนบุคคล | ภาพรวม | |
|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| | กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั่วไป | กลุ่มนักท่องเที่ยว ศักยภาพสูง |
| เพศ | | |
| ชาย | 43.3 | 27.8 |
| หญิง | 56.7 | 72.2 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 8.9 | 11.1 |
| 20 – 24 ปี | 24.1 | 16.7 |
| 25 – 29 ปี | 11.3 | 22.2 |
| 30 – 34 ปี | 6.0 | 11.1 |
| 35 – 39 ปี | 12.1 | 5.6 |
| 40 – 44 ปี | 11.0 | 5.6 |
| 45 – 49 ปี | 8.9 | 16.7 |
| 50 – 54 ปี | 6.4 | 5.6 |
| 55 – 59 ปี | 2.8 | 5.6 |
| 60 – 64 ปี | 3.5 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | 5.0 | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 59.6 | 38.9 |
| \$10,000- \$19,999 | 29.1 | 55.6 |
| \$20,000 - \$49,999 | 8.5 | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 2.8 | 5.6 |
| รวม | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 8.2 | 22.2 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 11.7 | 11.1 |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ | 23.8 | 27.8 |
| แรงงานและเกษตรกร | 7.1 | 11.1 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 11.0 | - |
| แม่บ้าน | 6.7 | 5.6 |
| นักเรียน | 30.1 | 22.2 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | 1.4 | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 73 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)

| ข้อมูลส่วนบุคคล | กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs) | | | | | | |
|-----------------------------|----------------------|----------|---------|------------|----------|-----------|-----------|
| | Reformer | Resigned | Aspirer | Mainstream | Explorer | Succeeder | Struggler |
| ภาพรวม | 9.7 | 3.3 | 14.0 | 41.3 | 18.3 | 3.7 | 9.7 |
| เพศ | | | | | | | |
| ชาย | 10.2 | 4.7 | 11.8 | 42.5 | 18.9 | 3.9 | 7.9 |
| หญิง | 9.2 | 2.3 | 15.6 | 40.5 | 17.9 | 3.5 | 11.0 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 25 ปี | 9.2 | 5.1 | 17.3 | 36.7 | 21.4 | 2.0 | 8.2 |
| 25 – 34 ปี | 7.3 | 1.8 | 16.4 | 49.1 | 12.7 | 7.3 | 5.5 |
| 35 – 44 ปี | 14.9 | 4.5 | 6.0 | 44.8 | 17.9 | - | 11.9 |
| 45 – 54 ปี | 4.3 | 2.1 | 8.5 | 42.6 | 23.4 | 4.3 | 14.9 |
| 55 – 64 ปี | 21.1 | - | 10.5 | 26.3 | 21.1 | 10.5 | 10.5 |
| ตั้งแต่ 65 ปีขึ้นไป | - | - | 42.9 | 42.9 | - | 7.1 | 7.1 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 8.6 | 3.4 | 13.1 | 43.4 | 18.3 | 3.4 | 9.7 |
| \$10,000- \$19,999 | 7.6 | 3.3 | 12.0 | 41.3 | 19.6 | 5.4 | 10.9 |
| \$20,000 - \$49,999 | 12.5 | 4.2 | 20.8 | 37.5 | 16.7 | - | 8.3 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 44.4 | - | 33.3 | 11.1 | 11.1 | - | - |
| อาชีพ | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพ | | | | | | | |
| เฉพาะด้าน | 3.7 | 7.4 | 3.7 | 55.6 | 14.8 | 7.4 | 7.4 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 17.1 | 5.7 | 20.0 | 34.3 | 14.3 | - | 8.6 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | | | | | | | |
| พนักงานขาย ธุรกิจ | 9.7 | - | 13.9 | 43.1 | 16.7 | 5.6 | 11.1 |
| แรงงานและเกษตรกร | 9.1 | 4.5 | 13.6 | 31.8 | 22.7 | - | 18.2 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 9.7 | - | 3.2 | 61.3 | 19.4 | 3.2 | 3.2 |
| แม่บ้าน | 5.0 | - | 10.0 | 40.0 | 10.0 | 10.0 | 25.0 |
| นักเรียน | 10.1 | 5.6 | 19.1 | 32.6 | 23.6 | 2.2 | 6.7 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 25.0 | 75.0 | - | - | - |
| กลุ่ม | | | | | | | |
| กลุ่มทั่วไป | 9.2 | 3.5 | 14.5 | 41.5 | 18.1 | 3.2 | 9.9 |
| กลุ่มศักยภาพสูง | 16.7 | - | 5.6 | 38.9 | 22.2 | 11.1 | 5.6 |

ตารางที่ 73.1 ร้อยละนักท่องเที่ยวชาวลาว จำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs)

| ข้อมูลส่วนบุคคล | กลุ่มไลฟ์สไตล์ (4Cs) | | | | | | |
|-----------------------------------|----------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Reformer | Resigned | Aspirer | Mainstream | Explorer | Succeeder | Struggler |
| เพศ | | | | | | | |
| ชาย | 39.3 | 60.0 | 35.7 | 44.8 | 43.6 | 45.5 | 34.5 |
| หญิง | 60.7 | 40.0 | 64.3 | 55.2 | 56.4 | 54.5 | 65.5 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | | | | | | |
| ต่ำกว่า 20 ปี | 10.7 | 10.0 | 16.7 | 5.6 | 10.9 | - | 10.3 |
| 20 – 24 ปี | 25.0 | 40.0 | 23.8 | 22.4 | 27.3 | 18.2 | 17.2 |
| 25 – 29 ปี | 14.3 | 10.0 | 16.7 | 12.8 | 7.3 | 18.2 | 6.9 |
| 30 – 34 ปี | 10.7 | - | 4.8 | 6.4 | 5.5 | 18.2 | 3.4 |
| 35 – 39 ปี | 17.9 | 10.0 | 7.1 | 13.6 | 9.1 | - | 13.8 |
| 40 – 44 ปี | 17.9 | 20.0 | 2.4 | 10.4 | 12.7 | - | 13.8 |
| 45 – 49 ปี | 3.6 | - | 7.1 | 11.2 | 10.9 | - | 13.8 |
| 50 – 54 ปี | - | 10.0 | 2.4 | 5.6 | 9.1 | 18.2 | 10.3 |
| 55 – 59 ปี | - | - | - | 3.2 | 3.6 | 9.1 | 6.9 |
| 60 – 64 ปี | - | - | 4.8 | 4.0 | 3.6 | 9.1 | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | 14.3 | 4.8 | - | 9.1 | 3.4 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | | | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | 67.9 | 60.0 | 54.8 | 57.6 | 58.2 | 54.5 | 58.6 |
| \$10,000- \$19,999 | 25.0 | 30.0 | 26.2 | 30.4 | 32.7 | 45.5 | 34.5 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | 10.0 | 11.9 | 9.6 | 7.3 | - | 6.9 |
| \$50,000 ขึ้นไป | 7.1 | - | 7.1 | 2.4 | 1.8 | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | | | | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 3.6 | 20.0 | 2.4 | 12.0 | 7.3 | 18.2 | 6.9 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 7.1 | 20.0 | 16.7 | 12.8 | 9.1 | - | 10.3 |
| พนักงานบริษัทเอกชน | 28.6 | - | 23.8 | 24.0 | 21.8 | 36.4 | 27.6 |
| พนักงานขาย ธุรกิจ | 7.1 | 10.0 | 7.1 | 5.6 | 9.1 | - | 13.8 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | 14.3 | - | 2.4 | 14.4 | 10.9 | 9.1 | 3.4 |
| แม่บ้าน | 3.6 | - | 4.8 | 6.4 | 3.6 | 18.2 | 17.2 |
| นักเรียน | 35.7 | 50.0 | 40.5 | 22.4 | 38.2 | 18.2 | 20.7 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | 2.4 | 2.4 | - | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

ตารางที่ 74 ร้อยละของนักท่องเที่ยวกกลุ่มศักยภาพสูงชาวลาวจำแนกตามกลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs)

| ข้อมูลส่วนบุคคล | กลุ่มไลฟ์สไตล์ (Subtype 4Cs) | | |
|--------------------------------------|------------------------------|-----------|------------|
| | Reformer | Succeeder | Mainstream |
| เพศ | | | |
| ชาย | 20.0 | 50.0 | 14.3 |
| หญิง | 80.0 | 50.0 | 85.7 |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| กลุ่มอายุ | | | |
| ต่ำกว่า 20 ปี | - | 16.7 | 14.3 |
| 20 – 24 ปี | 20.0 | - | 28.6 |
| 25 – 29 ปี | 20.0 | 16.7 | 28.6 |
| 30 – 34 ปี | - | 16.7 | 14.3 |
| 35 – 39 ปี | 20.0 | - | - |
| 40 – 44 ปี | 20.0 | - | - |
| 45 – 49 ปี | 20.0 | 33.3 | - |
| 50 – 54 ปี | - | - | 14.3 |
| 55 – 59 ปี | - | 16.7 | - |
| 60 – 64 ปี | - | - | - |
| ตั้งแต่ 64 ปีขึ้นไป | - | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| รายได้รวมของครอบครัว | | | |
| น้อยกว่า \$10,000 | - | 50.0 | 57.1 |
| \$10,000- \$19,999 | 80.0 | 50.0 | 42.9 |
| \$20,000 - \$49,999 | - | - | - |
| \$50,000 ขึ้นไป | 20.0 | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |
| อาชีพ | | | |
| กลุ่มผู้ประกอบการวิชาชีพเฉพาะด้าน | 20.0 | 16.7 | 28.6 |
| ผู้บริหาร นักธุรกิจ | 20.0 | 16.7 | - |
| พนักงานบริษัทเอกชน พนักงานขาย ธุรกิจ | 40.0 | - | 42.9 |
| แรงงานและเกษตรกร | - | 16.7 | 14.3 |
| บุคลากรรัฐบาลและทหาร | - | - | - |
| แม่บ้าน | - | 16.7 | - |
| นักเรียน | 20.0 | 33.3 | 14.3 |
| บุคคลที่เกษียณอายุแล้ว | - | - | - |
| รวม | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

ลาว

ข.1 การคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง จำแนกรายเมืองใหญ่

| จำนวนประชากร | คน ^a | สัดส่วนอายุมากกว่า 18 ปี ^b | จำนวนเป้าหมายอายุตั้งแต่ 18 ปี | สัดส่วนเดินทางต่างประเทศ | จำนวนคนเดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา |
|--|-----------------|---------------------------------------|--------------------------------|--------------------------|--|
| ประชากรทั้งหมด | 6,586,266 | 55.4 | 3,648,791 | | |
| เขตชนบท ^c | ร้อยละ | 67.00 | 2,444,690 | 1.36 | 33,161 |
| เขตเมือง ^d | ร้อยละ | 33.00 | 1,204,101 | 22.61 | 272,216 |
| รวมจำนวนคนที่เคยเดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | | | | | 305,377 |
| คิดเป็นร้อยละต่อประชากรทั้งหมด | | | | | 4.64 |

| | จำนวนประชากรเฉพาะในเขตเทศบาล ^e | ประมาณการกลุ่มเป้าหมายที่อายุเกินกว่า 18 ปีที่ได้เดินทางต่างประเทศในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพสูง | Airport | Model City Type++ | List of Prime Area |
|---------------|---|--|--|---------------|-------------------|--------------------|
| Vientiane*** | 450,329 | 98,714 | 10364.95904 | International | a | |
| Pakse | 29,150 | 3,651 | 219.0786906 | International | a | |
| Luang Prabang | 16,500 | 2,067 | 124.006806 | International | a | |
| รวม | | 104,432 | 10708.04453 | | | |

a ประมาณการจำนวนประชากร Source:

http://www.indexmundi.com/laos/demographics_profile.html, www.tourism-laos.org

b ประมาณการสัดส่วนประชากรที่มีอายุมากกว่า 18 ปี Source:

http://www.indexmundi.com/laos/demographics_profile.html

c ประมาณการสัดส่วนประชากรในเขตชนบทปี 2010 Source:

http://www.indexmundi.com/laos/demographics_profile.html

d ประมาณการจำนวนประชากรในเขตเมืองปี 2010 Source:

http://www.indexmundi.com/laos/demographics_profile.html

e ประมาณการประชากรในเขตเมือง Source: Laos Statistics and Axis Estimations

*** Applied prime city ratio

ข.2 ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวตามพฤติกรรมด้านความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยว

| ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวจากสัดส่วนที่พบระหว่างการสำรวจ | ความถี่การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ | สัดส่วนการเดินทางจากการศึกษา | ค่าสัมประสิทธิ์จากการศึกษา | จำนวนคน |
|---|--|------------------------------|----------------------------|---------|
| 305,377 | เดินทาง 1-2 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | 36.3 | 1.48 | 164,294 |
| | เดินทาง 3-4 ครั้งในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | 28.7 | 0.89 | 77,776 |
| | เดินทางประมาณปีละครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | 10.0 | 0.59 | 18,087 |
| | เดินทางมากกว่าปีละครั้ง ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา | 25.0 | 0.59 | 45,219 |
| | สรุปจำนวนที่เดินทางตั้งแต่ปีละ 1 ครั้งขึ้นไป | | | 63,306 |

บรรณานุกรม

- กระทรวงการต่างประเทศ. “ข้อมูลประเทศและเขตเศรษฐกิจในภูมิภาค: สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว”. (online). จาก <http://www.eastasiawatch.in.th/information.php?id=13> สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2556
- สถานเอกอัครราชทูตไทย ประจำ สปป.ลาว. “ข้อมูลพื้นฐาน สปป.ลาว”. (online). จาก http://vientiane.thaiembassy.org/vientiane/en/about/about_basic/ สืบค้นวันที่ 21 ธันวาคม 2556
- วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี. “ประเทศลาว”.ปี2556. (Online) จาก <http://th.wikipedia.org/wiki/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%97%E0%B8%A8%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%A7> สืบค้นเมื่อ 21 ธันวาคม 2556
- index mundi. “Laos Demographics Profile”. (online). จาก http://www.indexmundi.com/laos/demographics_profile.html สืบค้นวันที่ 30 กันยายน 2556
- International Cooperation Study Center, Thammasat University. “Knowledge House: ประเทศ สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว”. (online). จาก <http://www.apecthai.org/apec/th/profile1.php?continentid=2&country=13#ข้อมูลทั่วไป> สืบค้นวันที่ 21 ธันวาคม 2556
- International Monetary Fund. “World Economic Outlook Database, 2013”. (online). จาก <http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2013/02/weodata/weoselgr.aspx> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556
- The U.S. Census Bureau. International Database. “Population Pyramid Graph - Custom Region – Laos”. (Online). จาก <http://www.census.gov/population/international/data/idb/region.php?N=%20Results%20&T=12&A=separate&RT=0&Y=2013&R=-1&C=LA> สืบค้นวันที่ 19 ธันวาคม 2556
- World Bank. “Data by country: Laos PDR”. (online). จาก <http://data.worldbank.org/country/lao-pdr> สืบค้นวันที่ 21 ธันวาคม 2556