

รศ. ศิริวรรณ เสรีรัตน์, รศ. สุพาตา สิริกุตตา, ผศ. ดร. อภิรัฐ ตั้งกระจ่าง, ดร. รัชพงศ์ วงศาโรจน์, ดร. ปณิศา ลัญจนนท์, อ. บุญยสฤษฎ์ อเนกสุข และ อ. ชวพจน์ ศุภสาร. (2549) : การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเม็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป. ลาว. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.).

การวิจัย เรื่อง การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเม็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป. ลาว มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ วิเคราะห์ศักยภาพของอุทยานการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย และแขวงจำปาสัก สปป. ลาว ตลอดจนศึกษาความร่วมมือของรัฐบาลทั้งสองประเทศ โดยคณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถาม สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ จำนวน 400 ราย กลุ่มผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย และแขวงจำปาสัก สปป. ลาว จำนวน 74 ราย และใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกจากผู้บริหารหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย และแขวงจำปาสัก สปป. ลาว จำนวน 15 ราย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแตกต่างโดยใช้การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย ด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า

นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในจังหวัดอุบลราชธานีประเทศไทย มีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับสนใจมาก ไม่ว่าจะเป็นอุทยานแห่งชาติผาแต้ม อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ และช่องเม็ก ส่วนสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดึงดูดใจมาก ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม และ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว สื่อหรือช่องทางในการรับทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การบอกต่อจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ระยะเวลาในการพำนักโดยเฉลี่ย 3 วันต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ยประมาณ 4,800 บาท ส่วนความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ความจงรักภักดีและแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่าลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยแรงจูงใจด้านจิตวิทยาในการท่องเที่ยว และทัศนคติของนักท่องเที่ยว สามารถร่วมทำนายความจงรักภักดีและแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตต่อการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนความพึงพอใจในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับปานกลางกับความจงรักภักดีและแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตต่อการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติในแขวงจำปาสัก สปป. ลาว มีความสนใจต่อแหล่งท่องเที่ยวอยู่ในระดับสนใจมาก ไม่ว่าจะเป็นน้ำตกหลี่ผี น้ำตกคอนพะเพ็ง และปราสาทขอมวัดพู ส่วนสิ่งดึงดูดใจในการท่องเที่ยวอยู่ในระดับดึงดูดใจมาก ได้แก่ ความเป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรม แหล่งโบราณคดี และความมีชื่อเสียงของสถานที่ท่องเที่ยว สื่อหรือช่องทางในการรับทราบข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวมากที่สุดคือ การบอกต่อจากเพื่อน ญาติ คนรู้จัก ระยะเวลาในการพำนักโดยเฉลี่ย 3 วันต่อครั้ง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อครั้งเฉลี่ยประมาณ 4,400 บาท ส่วนความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ความจงรักภักดีและแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับมาก จากการศึกษาพบว่าลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ทัศนคติของนักท่องเที่ยว และความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว สามารถร่วมทำนายความจงรักภักดี

และแนวโน้มพฤติกรรมในอนาคตต่อการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่วัดด้านจำนวนวันในการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันในระดับต่ำกับความพึงพอใจในการท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าแม้นักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวแต่อาจไม่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวซ้ำ เนื่องจากพฤติกรรมการท่องเที่ยวมีปัจจัยต่างๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้มาเกี่ยวข้องค่อนข้างมาก เช่น ปัญหาทางเศรษฐกิจ การเมือง สังคม เป็นต้น

ผลการวิจัย ด้านศักยภาพของอุปทานของผู้ประกอบการ พบว่า

ผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานีส่วนใหญ่เป็นกิจการเจ้าของคนเดียว ลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจร้านอาหาร ประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 14 ปี ผู้ประกอบการมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะลูกค้าจะพอใจทุกครั้งที่ได้พูดคุยกับผู้ประกอบการและมีความสามารถในการติดต่อสื่อสาร การวิเคราะห์สถานการณ์ โดยผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี เป็นผู้ประเมินพบว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวโดยรวมมีจุดแข็งและมีคุณค่ามากในด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณี กิจกรรม ความมีชื่อเสียงของสถานที่และธรรมชาติ

ผู้ประกอบการในแขวงจำปาสัก สปป. ลาว ส่วนใหญ่เป็นบริษัท ลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นธุรกิจที่พัก ประสบการณ์ในการทำธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยประมาณ 8 ปี ผู้ประกอบการมีทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะลูกค้าจะพอใจทุกครั้งที่ได้พูดคุยกับผู้ประกอบการและสามารถแก้ไขความขัดแย้ง การวิเคราะห์สถานการณ์โดยผู้ประกอบการในแขวงจำปาสัก สปป. ลาว พบว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวมีจุดแข็งและมีคุณค่ามากที่สุดในด้านธรรมชาติ ความมีชื่อเสียงของสถานที่

ผลการทดสอบสมมติฐานของผู้ประกอบการในจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย และแขวงจำปาสัก สปป.ลาว พบว่า การประเมินโอกาส/อุปสรรค ทักษะส่วนตัวในการประกอบการ และประสบการณ์ในการทำธุรกิจทั้งหมด สามารถร่วมทำนายการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนของผู้ประกอบการได้ ในขณะที่ทักษะส่วนตัวในการประกอบการ กลยุทธ์ระดับธุรกิจ และการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถร่วมทำนายผลการดำเนินงานของผู้ประกอบการทั้งสองแห่ง

จากผลการศึกษาพบว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศลาว ควรเน้นความเป็นธรรมชาติของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น น้ำตกคอนพะเพ็ง ปราสาทขอมวัดพู และควรปรับปรุงในส่วนของสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ถนน ห้องน้ำ เรือ รถโดยสาร และอาคารสถานที่ เป็นต้น ในขณะที่การท่องเที่ยวในประเทศไทยควรเน้นในเรื่องวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น อาหาร การส่งเสริมสินค้าประจำจังหวัด(OTOP) โดยพัฒนาศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาด นอกจากนี้ พบว่า สิ่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวทั้งสองประเทศ คือ อรรถาธิบายของคนในประเทศ วัฒนธรรมประเพณี โดยอาจเน้นธุรกิจการท่องเที่ยวแบบใหม่ เช่น การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์โดยศึกษาสองวัฒนธรรมในสองประเทศ เพื่อจับกลุ่มลูกค้าใหม่และเพิ่มความหลากหลายในการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ตลอดจนเน้นความเป็นชาติพันธุ์ต่างๆ ของชนชาติไทยและลาว นอกจากนี้ การบอกต่อมีผลต่อพฤติกรรมและแนวโน้มการท่องเที่ยวของสองประเทศ จึงควรส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคเอกชน ภาครัฐบาล ตลอดจนเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องในการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลการท่องเที่ยวหรือความรวดเร็วในขั้นตอนด้านเอกสาร เป็นต้น และควรสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน โดยเน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของสองประเทศให้เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญและยั่งยืนของชุมชนในจังหวัดอุบลราชธานีและแขวง

จำปาสัก นอกจากนี้รัฐบาลของทั้งสองประเทศควรส่งเสริมและร่วมมือในข้อตกลงเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับอนุภูมิภาคและทวิภาคระหว่างสองประเทศ ไม่ว่าจะเป็นในด้านการเพิ่มความสะดวกในการข้ามพรมแดน เช่น การปรับเวลาเปิด-ปิดด่านช่องเม็กจังหวัดอุบลราชธานีและด่านวังเตาของแขวงจำปาสักให้ตรงกัน สนับสนุนการคมนาคมเพื่อเชื่อมโยงเส้นทางสู่อินโดจีน เน้นการกระจายรายได้และการพัฒนาในระดับท้องถิ่น ตลอดจนการสนับสนุนการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวแบบยั่งยืนให้เข้าสู่จิตสำนึกของทุกคนที่เกี่ยวข้องในการท่องเที่ยวของสองประเทศ

Asso. Prof. Sirivan Serirat, Asso. Prof. Supada Sirikudta, Asst. Prof. Dr. Apiruth Tangkrachang, Dr. Rugphong Vongsaroj, Dr. Panisa Lanjanonda, Lecturer Boonyasarit Aneksuk, and Lecturer Chawapot Supason (2006): The Study of Tourism Strategic Planning Linking between Ubon Ratchathani Province, Thailand on Passing Chong-Mek to Champasak Province, Laos People's Democratic Republic. Bangkok: Funded by the Thailand Research Fund (TRF).

The objective of this study is to analyze the demand side of Thai and foreign tourists, the potential of the supply side for entrepreneurs towards Ubon Ratchathani province, Thailand and Champasak province, Laos People's Democratic Republic and to study the cooperation of government in both countries. The data is collected by distributing the questionnaire to Thai and foreign tourists by amount of 400 respondents and to 74 entrepreneurs. Depth interview on 15 tourism head officials is also available in this study. The statistical analysis includes percentage, mean, standard deviation, the pair differences analyzed by independent t-test, one-way analysis of variance, Pearson moment correlation coefficient and the stepwise multiple regression analysis.

The results on the demand side of Thai and foreign tourists are shown as follows:

On Ubon Ratchathani province, Thailand: The evaluation of interest toward attractions (Pha Taem National Park, Kaeng Ta Na National Park and Chong-Mek border) is at much level. Furthermore, the attractive things for tourism are also at much level, especially on nature, culture, tradition, activities along with the reputation of tourist places. The most powerful media or channels using by tourists to know the attraction is word-of-mouth (by friends, relatives and acquaintance). The average length of time to stay per trip is 3 days. The average expenditure per trip is about 4,800 Baht. Moreover, the overall satisfaction toward attraction, total loyalty and future trend on tourist behavior are at the much level. The results show that the demographic factor, the overall psychological motivational factor and tourists' attitude can predict loyalty and future trend on tourist behavior at statistical significance of .01 levels. The overall satisfaction toward attraction has a moderately positive relationship with loyalty and future trend on tourist behavior at statistical significance of .01 levels.

On Champasak province, Laos People's Democratic Republic: The evaluation of interest toward attractions (Li Phi Water Fall, Kon Pa Peng Water Fall and Khom Wat Pu Castle) of Thai and foreign tourists is also at the much level. The attractive things for tourism are at much level, especially on nature, culture, tradition, activities, archaeological attractions and the reputation of tourist places. The most powerful media or channels using by tourists to know the attractions are word-of-mouth (by friends, relatives and acquaintance). The average length of time to stay per trip is 3 days. The average expenditure per trip is about 4,400 Baht. The overall satisfaction toward attraction, total loyalty and future trend on tourist behavior are at the much level. The results

indicate that the demographic factor, tourists' attitude and safety toward attraction can predict loyalty and future trend on tourist behavior at statistical significance of .01 levels. Tourist behavior on the length of stay has a low positive relationship with the overall satisfaction toward attraction, which implies that satisfied tourists may not plan to revisit. The reason is that there are several uncontrollable factors affecting on tourist behavior such as economic, political and social factors.

The results on the potential of the supply side for entrepreneurs are shown as follows:

On Ubon Ratchathani province, Thailand: The majority of entrepreneurship types are sole proprietorship. The most business characteristics are restaurant. The average experience on tourism business is about 14 years. The overall human skill is at much level, especially on communication capability and skill in satisfying customers. In this study, entrepreneurs evaluate their own situation and the result shows that the overall motivational factors in attraction is at the high strength level and the value level is at the much level on culture, tradition, activities and the reputation of tourist places.

On Champasak province, Laos People's Democratic Republic: The majority entrepreneurship types are company limited. The most business characteristics are accommodation (hotel/resort/lodging). The average experience on tourism business is about 8 years. The overall human skill is at the much level, especially on skill in satisfying customers and conflict management skill. The entrepreneurs also evaluate their own situation and the result shows that the overall motivational factors in attraction is at the high strength level and the value level is at most level on nature and the reputation of tourist places.

The results of testing hypotheses on Thai and Laos entrepreneurs can conclude that the opportunity/threat assessment, personal entrepreneurial skill and total business experience can predict the development of sustainable tourism. In addition, personal entrepreneurial skill, business strategy and the development of sustainable tourism can predict entrepreneurs' business performance in both countries.

In this study, the researchers find that organizations related to tourism in Laos should emphasize on the nature of attractions such as Kon Pa Peng Water Fall and Khom Wat Pu Castle, etc. Additionally, they should renovate and reconstruct on infrastructure and facilities such as road, restroom, boat, bus, building, physical evidence, etc. On tourism in Thailand, they should emphasize on culture, tradition, food and OTOP products (such as developing the potential products and promotion). The most attractive thing on tourism in both countries is hospitality and cultures. Hence, they can issue new tourism products for new customers such as Home-stay tourism by concentrated on both cultures in both countries. They may emphasize on diverse and several tribes in both countries to enhance their tourist attractions. Word-of-mouth is the most powerful media to impact tourist behavior and future trend on tourist behavior. Hence, both countries should

concentrate and support on the cooperation of related organizations, which are government, private sectors and tourist officials to facilitate tourists such as providing more tourist information or issuing fast lane for border pass procedure, etc. They should support the sustainable tourism (such as conservation of natural resources) to enhance tourism, which is the important and sustainable income source for residents in both Ubon Ratchathani and Champasak provinces. The government in both countries should support and cooperate on bilateral and sub-region for tourism development agreement in several aspects. For example, they should facilitate the border pass procedure (such as adjusting the office hours consistency on passing between Chong-Mek border, Ubon Ratchathani province and Vangtao border, Champasak province), support the communication on linking Indo-China route, emphasize on equally income distribution along with develop on the rural areas and support the sustainable tourism conversation to stakeholders' subconscious in both countries.