

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว



นายเรืองชัย ฤทธิเดช

สถาบันวิทยบริการ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

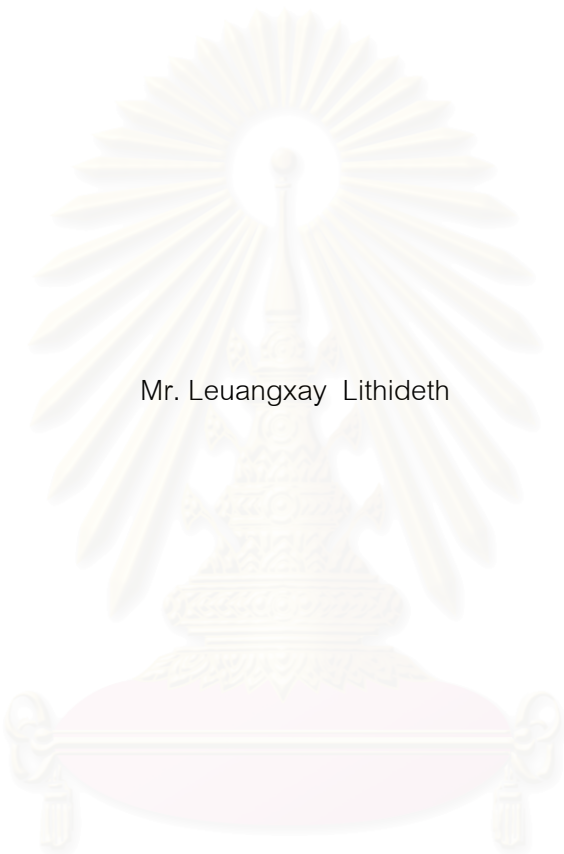
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2546

ISBN 974-17-3828-5

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT OF LAO PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC



Mr. Leuangxay Lithideth

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Economics in Economics

Faculty of Economics

Chulalongkorn University

Academic Year 2003

ISBN 974-17-3828-5

บทคัดย่อวิทยานิพนธ์

เรื่องชั้ ฤทธิเดช : การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐ
ประชาธิปไตยประชาชนลาว (TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT OF LAO
PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC) อ.ที่ปรึกษา : รศ. ดร.สมชาย รัตนโกมุท, 103
หน้า . ISBN 974-17-3828-5

วิทยานิพนธ์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวใน
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ วิเคราะห์แนวโน้ม
ทิศทางการท่องเที่ยว ตลอดจนศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางเบื้องต้น
แก่การวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของสปป.ลาวให้เหมาะสมกับศักยภาพที่มีอยู่

ขอบเขตในการศึกษา คือ นักท่องเที่ยวจากชาติตะวันตกที่เข้ามาเยือน สปป.ลาวระหว่าง
เดือนตุลาคม 2544 – เมษายน 2545 โดยเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากการทำแบบสอบถามของกลุ่ม
ตัวอย่าง 384 ราย และข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ ใช้วิธีการศึกษาทั้งแบบพรรณวิเคราะห์และแบบ
ปริมาณวิเคราะห์ซึ่งอาศัยแบบจำลองมัลติโนเมียลโลจิท (Multinomial Logit) ตามแนวคิดของค่า Utility
โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาประกอบด้วย อายุ เพศ ค่าใช้จ่าย ภูมิฐานะ ความสนใจ สื่อ ผู้ร่วมทาง จำนวน
ครั้งที่มาสปป.ลาว

ผลการศึกษาพบว่า ความร่วมมือระหว่างไทย-ลาว ได้อำนวยความสะดวกให้แก่
นักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาเที่ยว สปป.ลาวยิ่งขึ้นเป็นลำดับ ทั้งในด้านเวลาและค่าใช้จ่าย นับแต่ปี
2539 และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยคิดเป็นสัดส่วน 80% ซึ่งสูงที่สุดของนักท่องเที่ยวต่างชาติของ
สปป.ลาว อย่างไรก็ตาม พัฒนาการทางด้านการท่องเที่ยวของ สปป.ลาวยังไม่อาจเทียบเคียงกับประเทศ
เพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันเนื่องจากยังมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ถูกนำเสนอและนโยบาย
ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีลักษณะครึ่งเปิด-ครึ่งปิด ส่วนผลที่ได้จากแบบจำลองค่อนข้างน่าพอใจ(ค่า Mc-
Fadden $R^2=0.657$) โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมื่อเทียบกับ
แหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมคือ ความสนใจและแหล่งข้อมูล ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่ง
ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ คือ รายได้ ภูมิฐานะ เพศ ความสนใจ ผู้
ร่วมทาง และสื่อ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเมื่อเทียบกับแหล่ง
ท่องเที่ยวนันทนาการคือ อายุและความสนใจ

สาขาวิชา..เศรษฐศาสตร์..... ลายมือชื่อนิสิต.....

ปีการศึกษา 2546

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา.....

AN ABSTRACT

4285554729 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD : TOURISM INDUSTRY, LAOS PDR., MULTINOMIAL LOGIT

LEUANGXAY LITHIDETH : TOURISM INDUSTRY DEVELOPMENT OF LAO
PEOPLE'S DEMOCRATIC REPUBLIC. THESIS ADVISOR : SOMCHAI
RATANAKOMUT, Ph.D., Assoc.Prof. 103 pp. ISBN 974-17-3828-5

This thesis, Tourism Industry Development of Laos PDR, aims to study the factors affect the tourism demand from foreign visitor, to analyse the industry prospect, and to identify all possible causes that hinder the industry development in Laos PDR. The information from the context will assist the relevant parties to pave a way for the brighter future of Laos PDR tourism industry.

To make the study more specific, the paper focuses on the western tourists who visited Laos PDR from October 2001 to April 2002 with the sample size of 384. Information necessary for the study is gathered from both primary and secondary sources. The paper applies both descriptive and quantitative approach with a method called "Multinomial Logit", a multiple regression model that enables a researcher to find the significantly independent variable(s). In this context, the regressors are age, gender, travelling expense, visitor origination, personal interest, media from which visitor receives the information, travelling companion, and travelling frequency to Laos PDR .

The qualitative result reveals that the number of tourists has been gradually increasing. The majority is Thai tourist accountable for 80% of total visitors in Laos PDR. This uptrend is a result of the cross-border scheme, a collaboration plan that provides useful and important guide to the tourists before entering to Laos PDR, between Laos PDR and Thailand initiated in 1996. However, the policies regarding the tourism development are urgently in need to increase the country's competitiveness, comparing to its neighboring country like Thailand since Laos PDR possesses a number of fantastic and potential attracting sites. In addition to the descriptive results, the statistic parameter, Mc-Fadden R^2 , from quantitative approach shows a moderate satisfaction figure i.e. $R^2 = 0.657$. The results also indicate that independent variables (personal interest) and historical site and entertaining site are correlated.

Field of studyEconomics.....

Student's signature.....

Academic year2003.....

Advisor's signature.....

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความช่วยเหลือของบุคคลที่มีพระคุณต่อผู้เขียนมากมาย นับตั้งแต่อาจารย์ ดร.ชโยดม สรรพศรี ประธานกรรมการ รองศาสตราจารย์ ดร.สมชาย รัตนโกมุท อาจารย์ที่ปรึกษา ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ความเอาใจใส่และให้คำแนะนำที่มีค่าอย่างยิ่งในการเขียนวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด นอกจากนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ สมเกียรติ โอสถสภา ที่ได้สละเวลาและทรัพย์ ในการให้ความเอาใจใส่และให้คำแนะนำที่มีค่าอย่างยิ่งในการเขียนวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชนก คุ่มพันธุ์ และอาจารย์ ดร.พันธุ์มวดี เกตะวันดี ที่ได้สละเวลาอันมีค่าในการให้ความเอาใจใส่และให้คำแนะนำที่มีค่าอย่างมากในการเขียนวิทยานิพนธ์มาโดยตลอดเพื่อช่วยตรวจสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ จนกระทั่งเสร็จสมบูรณ์

นอกจากนี้ ผู้เขียนใคร่ขอขอบคุณรัฐบาล สปป. ลาว และรัฐบาลไทย ซึ่งให้โอกาสและทุนแก่ผู้เขียนได้มาศึกษาต่อ ขอขอบคุณคณะบริหารและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของคณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ขอขอบคุณอาจารย์ ดร.จูน เจริญเสียง คุณสุมณฑา ให้อยู่ชั้น เจ้าหน้าที่บัณฑิตศึกษา และคุณนิตยา ตันติวณิชย์ เจ้าหน้าที่หลักสูตรเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิตที่ให้การช่วยเหลือแนะนำการเรียนมาโดยตลอด ขอขอบคุณ คุณกิตติ ดิกขบัญญัติกุล และเพื่อน ๆ ร่วมชั้นที่ให้ความเอาใจใส่ช่วยเหลือมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีส่วนดีอยู่บ้าง ผู้เขียนขอขอบคุณดีเหล่านี้ให้กับผู้มีพระคุณทั้งหลายได้แก่ บิดา มารดา ภรรยา ลูกๆ และคณาจารย์ทุกๆ ท่านที่ได้มาประสิทธิ์ประสาทวิชาจนทำให้ผู้เขียนสามารถทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จ ส่วนข้อบกพร่องใดๆ ที่มีอยู่ผู้เขียนขอน้อมรับแต่เพียงผู้เดียว

เรื่องชัย ฤทธิเดช

กันยายน 2546

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ณ
บทที่	
1	บทนำ
1.1	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
1.2	วัตถุประสงค์ในการศึกษา
1.3	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
1.4	สมมติฐานการศึกษา
1.5	นิยามศัพท์
1.6	ขอบเขตการศึกษา
1.7	วิธีการศึกษา
2	แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2.1	แนวความคิดและทฤษฎี
2.2	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
3	แนวการวิเคราะห์
3.1	การเก็บรวบรวมข้อมูล
3.2	การวิเคราะห์ข้อมูล

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
3		
3.2.1	สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของสปป.ลาวในปัจจุบัน	38
3.2.2	ลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในสปป.ลาวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว	39
3.2.1	แบบจำลองที่ใช้ในการประมาณค่า	39
3.2.2	การประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง	44
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
4.1	สถานการณ์การท่องเที่ยวในสปป.ลาว และลักษณะทั่วไป ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	46
4.2	ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และนำปัจจัยที่ส่งผลดังกล่าวมาใช้ในแบบจำลองมัลติโนเมียล โลจิท (Multinomial Logit)	62
4.3	การวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในสปป.ลาว	64
5	สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ	78
5.1	สรุปผลการวิจัย	78
	รายการอ้างอิง	84
	ภาคผนวก.....	87
	ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	103

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	Number of Tourist Arrivals, Revenue from Tourism, and Average Length of Stay, 1992-2002	2
2	Main Economic and Financial Indicators 1992-2002 of the Lao PDR	4
3	จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวของสปป.ลาวในปี 2540	52
4	ตลาดหลักการท่องเที่ยว 10 อันดับแรกของสปป.ลาว ระหว่างปี 2539-2540	53
5	สิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว	59
6	คำจำกัดความของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในแบบจำลองพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยว	66
7	แสดงการเปรียบเทียบผลการพยากรณ์ในแต่ละทางเลือกกับทางเลือกที่ได้จากการสำรวจ	72
8	Number of Tourist Arrivals by Region, 1990-2002	75
9	Number of Tourist Arrivals to Laos by Category, 2001-2002	76
10	Revenue from Tourism by Category, 2002	77

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวจัดเป็นสินค้าประเภทบริการที่สามารถขายหรือส่งออกแก่คนทุกภูมิภาคของโลก ในปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจโลก โดยคิดเป็นมูลค่าประมาณ 1 ใน 3 ของการค้าบริการรวมของโลก ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ระหว่างประเทศ และสร้างความสมดุลของเศรษฐกิจโลก จากประสบการณ์ที่ผ่านมาของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) พบว่าในช่วงปี พ.ศ.2542-2543 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 614,278 และ 737,208 คนตามลำดับ ก่อให้เกิดการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวม การจ้างงาน และการไหลเข้าของเงินตราต่างประเทศ สร้างรายได้เข้าสู่สปป.ลาว คิดเป็นมูลค่าเท่ากับ 97,265,324 เหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2542 และ 113,898,285 เหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2543 หรือคิดเป็นมูลค่าร้อยละ 35 เมื่อพิจารณาเทียบกับรายได้จากการส่งออกในช่วงเวลาเดียวกัน และหากรัฐบาลสปป.ลาวมีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมก็จะสามารถสร้างรายได้จากเงินตราต่างประเทศเป็นสัดส่วนที่สูงขึ้น

การที่สปป.ลาวก้าวสู่การพัฒนาภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกนั้น การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกัน ถือเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของสปป.ลาวภายใต้งบประมาณที่จำกัด รัฐบาลสปป.ลาวได้เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวอันนำมาซึ่งรายได้จากต่างประเทศ จึงได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวของสปป.ลาวภายใต้ (Visit Lao Year) ในปี พ.ศ. 2542-2543 เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวหันมาท่องเที่ยวในสปป.ลาวมากขึ้น และพยายามสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับทรัพยากรทางธรรมชาติที่สปป.ลาวมีอยู่ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และโบราณคดี ฯลฯ อย่างไรก็ตาม รัฐบาลสปป.ลาวควรมีแผนการผลักดันการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง อาจจะร่วมมือกับรัฐบาลไทยเพื่อสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกันทั้งทางบก ทางน้ำ และ

อากาศ โดยใช้เส้นทางแม่น้ำโขงเป็นเส้นทางเชื่อมโยงพรมแดนที่สำคัญ โดยรัฐบาลไทยได้มีการจัดทำแผนการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregional Economic Corporation : GMS-EC) ซึ่งการร่วมมือเช่นนี้ย่อมส่งผลดีต่อสปป.ลาวเช่นเดียวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เพิ่มสูงขึ้นในอนาคต ที่นักท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกในการเดินทางทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ตลอดจนความสะดวกทางด้านการเดินทางในการท่องเที่ยวต่าง ๆ พร้อมกัน

Table 1 Number of Tourist Arrivals, Revenue from Tourism, and Average Length of Stay, 1992-2002

Year	Number of Tourist Arrivals	Change (%)	Average Length Of Stay (Day sa)	Revenue from Tourism (Dollars)
1990	14,400	NA	NA	NA
1991	37,613	+161.2	NA	2,250,000
1992	87,571	+132.82	NA	4,510,000
1993	102,946	+17.56	3.50	6,280,000
1994	146,155	+41.97	5.07	7,557,600
1995	346,460	+137.05	4.25	24,738,480
1996	403,000	+16.32	4.12	43,592,263
1997	463,200	+14.94	5.00	73,276,904
1998	500,200	+7.98	5.00	79,960,145
1999	614,278	+22.81	5.50	97,265,324
2000	737,208	+20.01	5.50	113,898,285
2001	673,823	-8.6	8.00	103,786,323
2002	735,662	+9.18	6.50	113,409,883

Source: National Tourism Authority of Lao PDR

เมื่อรัฐบาลสปป.ลาวมีแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ แหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับการส่งเสริมจากรัฐบาล การสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว ฯลฯ ย่อมส่งผลต่อการขยายตัวของภาคบริการของประเทศ เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และการสร้างงานในท้องถิ่น เป็นต้น

ในปัจจุบันสปป.ลาวเริ่มมีการกำหนดทิศทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมมากขึ้น โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นมาตรการหนึ่งในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติของสปป.ลาว และคาดหวังว่ารายได้จากต่างประเทศนี้จะมีส่วนสำคัญในการแก้ปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจของประเทศ เฉพาะอย่างยิ่งปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินจากต่างประเทศ เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 2 พบว่า ในช่วงปีพ.ศ.2540 เป็นต้นมา การขาดดุลบัญชีเดินสะพัดอยู่ในระดับร้อยละ 9 ต่อปี ปัญหานี้เกิดจากการนำเข้าที่สูงเมื่อเทียบกับการส่งออก และประเทศประสบปัญหาอัตราเงินเฟ้อที่สูงเนื่องจากการเพิ่มขึ้นของปริมาณเงินภายในประเทศ เนื่องจากรัฐบาลไม่มีหนทางในการหาเงินทุนใช้จ่ายก็ต้องพิมพ์ธนบัตรเพิ่มขึ้น ถ้ารัฐบาลสปป.ลาวกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้วย่อมส่งผลต่อรายได้ที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกิจกรรมที่มีบทบาทสำคัญมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศสปป.ลาว นอกจากนี้ นโยบายการปฏิรูปเศรษฐกิจของประเทศสปป.ลาวได้มีการกำหนดทิศทางการพัฒนาโดยเปิดกว้างให้ท้องถิ่นเข้ามามีบทบาทในการกำหนดยุทธศาสตร์การค้าและการพัฒนาตนเองมากยิ่งขึ้น เช่นนโยบายที่ให้แขวงต่าง ๆ มีอำนาจหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านการท่องเที่ยว สามารถออกกฎระเบียบเพิ่มเติมเป็นการภายในของแต่ละแขวงได้นับตั้งแต่เปิดประเทศในปี พ.ศ.2529 จึงเป็นมูลเหตุจูงใจที่ทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาเรื่อง "การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว" เนื่องจากลาวมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ เช่น ชาติหลวง หอพระแก้ว วัดสีสะเกด ฯลฯ และแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรม เช่น ตลาดเช้า ที่สำคัญคือสามารถสร้างรายได้เข้าสู่สปป.ลาว ในปี พ.ศ. 2543 เป็นมูลค่า 113,898,285 เหรียญสหรัฐ คิดเป็นมูลค่าร้อยละ 35 เมื่อเทียบกับรายได้จากการส่งออก โดยที่การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบความสำเร็จนั้นจำเป็นต้องมีข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวและเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาให้ถูกทิศทาง

งานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาเกี่ยวกับปัญหาอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในสปป.ลาว โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 384 ชุด ประกอบกับแผนส่งเสริมการท่องเที่ยวและการลงทุนในปี พ.ศ.2544 ที่คาดว่าจะมีการสร้างโรงแรมและที่พักให้ได้ 440 แห่ง และสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวได้ถึง 743,275 คน และเพิ่มรายได้ประมาณ 116,691,104 เหรียญสหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 10 เพื่อให้บรรลุตามจุดประสงค์รัฐบาลสปป.ลาว เช่น

1. เปิดประเทศและให้ความร่วมมือกับสากลให้มากขึ้น โดยเฉพาะระหว่างสปป.ลาว และประเทศไทย และกลุ่มประเทศ ASEAN และประเทศจีน เป็นต้น
2. การส่งเสริมการลงทุนภายในของสปป.ลาวให้มากขึ้น
3. สร้างเส้นทางและสะพานเชื่อมโยงระหว่างของสปป.ลาว-ไทย และประเทศใกล้เคียง เพื่ออำนวยความสะดวกแก่การคมนาคม
4. อำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่ขออนุญาตเข้าออกสปป.ลาวได้หลายครั้ง
5. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรสากล เช่น UNESCO พิจารณารับเอาโบราณวัตถุ หรือแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เพื่อเป็นมรดกโลก

เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายของการท่องเที่ยวดังกล่าว รัฐบาลสปป.ลาวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้นำกลยุทธ์การตลาดมาใช้ดังนี้

1. ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวลาว โดยจัดหาแผนในเชิงที่เป็นรูปธรรมและมีการส่งเสริมจากภาครัฐบาลอย่างต่อเนื่อง
2. เผยแพร่วัฒนธรรมของชาติ และเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นให้ต่างชาติรับรู้สปป.ลาว
3. เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารที่สำคัญเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ท่องเที่ยววัฒนธรรม
4. รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประชาชนต้องปรับปรุงและรักษาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของประเทศ
5. ให้การประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ให้นักท่องเที่ยวทั้งคนลาวและคนต่างชาติดีความสำคัญในการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี เพื่อมิให้ส่งผลกระทบต่อธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
6. ยินดีและบริการต่อแขกผู้มาเยือนด้วยอัธยาศัยดี
7. สร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวในเรื่องความปลอดภัยและความเป็นระเบียบเรียบร้อยของบ้านเมือง และให้ความสะดวกที่พัก ร้านอาหาร และพาหนะขนส่ง
8. กระจายการท่องเที่ยวให้ทั่วภูมิภาคของประเทศเพื่อกระจายรายได้ให้ท้องถิ่น
9. ให้ความสำคัญการพัฒนาการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ
10. ยกกระดับความรู้และประสบการณ์ของพนักงาน และบริษัทที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

ตารางที่ 2 Main Economic and Financial Indicators 1992-2000 of the Lao PDR

	1992	1992-93	1993-94	1994-95	1995-96	1996-97	1997-98	1998-99	1999-00*
1. Total GDP Growth (%)	7	6.1	7.6	7.4	6.9	6.9	4.5	6.7	5.9
Of which:									
- Agriculture (growth/share)	8.3/58	4/56.7	6.9/56	5.7/55	1.51/52.7	5.94/53	4.01/52	6.9/52	4.4/51
- Industry (growth/share)	7.5/17	9.6/17.2	10.7/18	11.2/18	17.78/21	10.12/21	8.9/22	10.2/22	7.3/23
- Services Growth/share)	3.9/24	6.7/26.1	6.06/24	7.8/27	10.22/26.3	7.76/26.3	5.39/26	7.2/25	6.4/26
2. GDP at current prices (billion of kip)	844.3	844.3	951.0	1,349.7	1,654.5	2,086.0	3,730.	8/839.0	13,780.0
3. GDP at constant prices (billion of kip)	681.8	711.8	766.0	822.5	878.9	939.7	982.0	1/047.7	1,109.5
4. Public savings (% of GDP)		1.8	2.0	2.1	2.2	2.2	2.0	2.3	3.6
5. Budget: Revenues (billion of kip) per FY	90.5	113.3	135.8	159.5	217.4	238.1	367.0	929.2	1,688.6
Expenditures (billion of kip) per FY	175.0	171.0	259.0	294.0	364.0	421.0	847.0	1,719.0	2,463.0
6. Government revenue/GDP ratio	10.7	13.4	14.3	11.8	13.1	11.4	9.8	10.5	12.3
7. Government expenditure/GDP ratio	20.7	20.3	27.2	21.8	22.0	20.2	22.7	19.4	17.9
8. Fiscal deficit (as % of GDP)	10.0	6.8	13.0	10.0	8.9	8.8	12.9	8.9	5.6
9. Growth of money supply***	49.1	64.4	32.0	16.4	26.7	65.8	113.3	136.7	61.1
1. Inflation (average annual rate)	9.9	6.4	7.1	14.4	18.8	14.4	61.2	141.4	50.0
11. Total value of exports (million \$US)	132.6	132.6	240.5	300.4	313.2	321.4	316.8	271.0	323.0
12. Total value of imports (million \$US)	265.5	265.5	431.9	564.1	588.8	689.6	647.9	497.0	540.0
13. Current account balance (million \$US)**	(52.0)	(40.50)	(96.6)	(31.3)	(191.9)	206.4	(45.2)	(52.8)	134.7
CAB/GDP (excl. Official transfers)**	(8.2)	(12.2)	(16.7)	(3.8)	(15.3)	(16.2)	(9.4)	(9.2)	0.6
14. Total foreign investment approved (million \$US)	130.1	355.1	347.8	2,598.3	804.9	1,292.7	138.8	116.8	20.4
- Number of approved projects	94.0	98.0	151.0	130.0	63.0	63.0	62.0	70.0	71.0
15. Direct foreign investment inflow (million \$US)***	9.8	59.8	60.1	95.1	159.8	378.0	253.0	56.3	26.0
16. O D A inflow (Million \$US)***	134.0	181.3	188.7	197.4	416.5	370.9	240.0	354.5	333.2
- of which: grants***	62.9	103.5	124.7	99.5	241.3	200.4	148.3	252.0	229.2
17. Total debt service (million \$US)**	13.4	9.4	9.0	22.8	20.1	26.1	27.9	31.7	26.1

แหล่งข้อมูล: World Bank

11. ส่งเสริมการผลิตสินค้าจากการเกษตร การปรุงแต่งอาหาร ศิลปชีพ งานประเพณี ขนบธรรมเนียมของชาติเพื่อให้ชาวต่างชาติได้รู้จักประเทศลาวมากขึ้น

ดังนั้น การศึกษาเรื่อง "ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในสปป.ลาว" น่าจะเป็นประโยชน์และเป็นแนวทางเบื้องต้นเพื่อให้ทราบถึงปัญหาและอุปสรรคตลอดจนศักยภาพการแข่งขันโดยรวมของประเทศ สปป.ลาว และเพื่อนำมาใช้ในการปรับกลยุทธ์การท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับศักยภาพของประเทศ สปป.ลาว และประเทศเพื่อนบ้าน

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในสปป.ลาวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในสปป.ลาว เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของสปป.ลาวต่อไป
3. เพื่อทำการวิเคราะห์แนวโน้มทิศทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในสปป.ลาวจากศักยภาพของประเทศที่มีอยู่

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงโครงสร้างโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและรูปแบบการท่องเที่ยว ปัญหาอุปสรรคของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว
2. สามารถประเมินผลแนวโน้มทิศทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นกับสปป.ลาว และส่งเสริมให้รัฐบาลสปป.ลาวกำหนดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาและวางนโยบายมาตรการจัดการด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวสปป.ลาว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางเข้ามาสปป.ลาว

เพิ่มมากขึ้น และยังเป็นประโยชน์แก่การวางแผนและส่งเสริมการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวอย่างต่อเนื่องในอนาคต

สมมติฐานการศึกษา

การศึกษานี้ต้องการที่จะทดสอบสมมติฐานที่ว่า

สมมติฐาน: อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในสปป.ลาวถูกกำหนดจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น รายได้ อาชีพ ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น สัญชาติ เพศ อายุ และปัจจัยอื่น ๆ เช่น รูปแบบการเดินทาง จำนวนประเทศที่เดินทางแบบเชื่อมโยง ประสบการณ์ในการเดินทาง การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากนโยบายของรัฐบาล เป็นต้น

นิยามคำศัพท์

การท่องเที่ยว¹ หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวโดยมีเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการคือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางโดยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อหารายได้แต่มาเพื่อการ

พักผ่อนหย่อนใจหรือเข้ามาเพื่อการศึกษาขนบธรรมเนียมวัฒนธรรม

ดังนั้น ตามความหมายนี้จึงมีขอบเขตที่กว้างมิได้หมายความเฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานรื่นเริงดังที่เข้าใจ แต่รวมถึงเพื่อประชุมสัมมนา ศึกษาหาความรู้ เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็ถือเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)² หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

² World Tourism Organization (WTO)

ผู้มาเยือน (Visitor)³ หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศใดประเทศหนึ่งซึ่งมิใช่ถิ่นที่อยู่โดยปกติของบุคคลนั้นด้วยเหตุผลต่าง ๆ ที่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพรายได้ ผู้มาเยือนแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ นักท่องเที่ยว (Tourist) และนักท่องเที่ยว (Excursionist)

- **นักท่องเที่ยว (Tourist)** ได้แก่ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่พำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง

- **นักท่องเที่ยว (Excursionist)** ได้แก่ ผู้มาเยือนชั่วคราวโดยไม่พักค้างคืน หรือใช้เวลาอยู่ในประเทศที่ไปเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist)⁴ หมายถึง บุคคลที่มีได้พำนักอาศัยในสปป.ลาว เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา หรือประกอบภารกิจใด ๆ แต่ทั้งนี้ต้องไม่ได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในสปป.ลาว และอยู่แต่ละครั้งไม่เกิน 60 วัน

ระยะเวลาพำนัก (Length of Stay)⁵ หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่ง ๆ ใช้ท่องเที่ยว ณ สถานที่หนึ่งในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยนับเป็นวันที่ค้างคืน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (Average Expenditure) หมายถึง ระดับการใช้จ่ายซื้อบริการของการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก การเดินทาง อาหาร บันเทิง และการจับจ่ายซื้อของที่ระลึก ฯลฯ เพื่อให้ได้รับความพอใจระดับหนึ่งที่กำหนด

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้จะศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างประเทศในยุโรป เช่น ฝรั่งเศส อเมริกา อังกฤษ เยอรมัน ฯลฯ ที่เข้ามาเดินทางในสปป.ลาวในช่วงระหว่างเดือนตุลาคม 2544 และจนถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2545 เป็นระยะเวลา 6 เดือน

³ Tourism Authority of Thailand. 1999 **Statistical Report** 1999

⁴ อ้างแล้วใน 2.

⁵ อ้างแล้วใน 4.

สาเหตุที่ผู้วิจัยเลือกช่วงระหว่างเดือนตุลาคมถึงเดือนเมษายน ก็เนื่องจากเป็นช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) ของนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเขตร้อนเพราะเวลาดังกล่าวเป็นระยะที่ทางยุโรปมีอากาศหนาวเย็น

1. รายละเอียดโครงสร้างโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวประกอบไปด้วย
 - 1.1 ระดับรายได้ อายุ เพศ สัญชาติ และอาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
 - 1.2 วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเยือนแหล่งท่องเที่ยวในสปป.ลาว
 - 1.3 รูปแบบการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
 - 1.4 ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในสปป.ลาว
 - 1.5 ประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยว (การเคยมาและไม่เคยมาสปป.ลาว)
2. รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาในสปป.ลาวจะแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มคือ
 - 2.1 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่จัดการเดินทางเข้ามาด้วยตนเอง
 - 2.2 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่จัดการเดินทางเข้ามาในลักษณะหมู่คณะ หรือเป็นการเหมาจ่ายกับบริษัทท่องเที่ยว

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะให้นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกัน โดยผู้วิจัยจะทำการสอบถามถึงทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว

วิธีการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากการเก็บข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ในการศึกษาโครงสร้างทางเศรษฐกิจสังคม ทัศนคติของนักท่องเที่ยว ปัญหาอุปสรรค ข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว จะใช้วิธีเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในภัตตาคาร ร้านอาหาร ด่านตรวจคนเข้าเมือง ฯลฯ

ลักษณะข้อมูลที่ใช้จากการเก็บแบบสอบถามมีแนวคำถามย่อย ดังนี้

- ข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้แก่

รายได้ สัญชาติ อายุ เพศ อาชีพ เป็นต้น

- ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว ได้แก่ รูปแบบการเดินทาง ประสบการณ์ในการเดินทาง ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในประเทศสปป.ลาว การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

- พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้แก่ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในประเทศสปป.ลาว

- ทักษะคดีที่มีต่อประเทศสปป.ลาว เช่น ปัญหา อุปสรรค และข้อคิดเห็น

1.1.1 การกำหนดขนาดกลุ่มประชากรตัวอย่าง

ในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้น จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวมีจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถหาประชากรได้ทั้งหมด จึงต้องใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง ซึ่งในการศึกษานี้จะใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างอย่างง่ายแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified random sampling) ในการเลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างจะพิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ได้จากการจัดอันดับการเดินทางเยือนในสปป.ลาว 5 อันดับแรก โดยจะไม่พิจารณารวมนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกัน ซึ่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้ง 10 อันดับนี้ถือเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีศักยภาพในการเดินทางมาเยือนในสปป.ลาวมากที่สุดพิจารณาในแง่ของรายได้

ดังนั้นประชากรที่เหมาะสมที่จะใช้ในการศึกษานี้คือ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 5 สัญชาติอันประกอบด้วย ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี และแคนาดา ซึ่งสามารถนำมาหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนของการผิดพลาดไม่เกิน 5% โดยใช้วิธีการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรได้ดังนี้ (Cooper, 1995: 215-217)

$$n = \frac{Z^2(pq)}{e^2}$$

เมื่อ

n = ขนาดตัวอย่าง

Z = ค่ามาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

ดังนั้นในการศึกษานี้ ค่า Z = 1.96

p = ค่าประมาณเปอร์เซ็นต์ที่คาดหวัง (ในที่นี้กำหนดให้ p = 50)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (ในที่นี้กำหนดให้ e = 5%)

ดังนั้นเมื่อแทนค่าตามสูตรจะได้

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5 \times 0.5)}{(0.05)^2}$$

$$n = 384 \text{ ตัวอย่าง}$$

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้ทั้งสิ้น 384 ตัวอย่าง

1.1.2 การกำหนดสัดส่วนประชากรตัวอย่าง

จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 384 ตัวอย่าง ที่คำนวณหามาได้นั้น สามารถนำมาแยก สัดส่วนตัวอย่างสัญชาติของนักท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยว (สัญชาติ)	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	สัดส่วนกลุ่มเป้าหมายต่อ นักท่องเที่ยวทั้งหมด (%)	สัดส่วนตัวอย่างแยก ตามสัญชาติ*
1. สหรัฐอเมริกา	32,869	39.78	154
2. ฝรั่งเศส	24,534	21.29	82
3. อังกฤษ	15,204	15.12	58
4. เยอรมัน	10,100	12.61	49
5. แคนาดา	8,830	11.20	42

ที่มา: วิเคราะห์จากรายงานสถิติท่องเที่ยวขององค์การท่องเที่ยวแต่ละประเทศในอนุภาคลุ่มน้ำโขง ปี 2542

: นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในอนุภาคมีทั้งหมดโดยประมาณ 10,485,835 คน (โดยไม่นับรวมนักท่องเที่ยวจากอนุภาคเดียวกัน) วิเคราะห์จากรายงานสถิติท่องเที่ยวขององค์การท่องเที่ยวแต่ละประเทศในอนุภาคลุ่มน้ำโขง ปี 2542

: *ได้จากการคำนวณ

1.1.3 ขั้นตอนการเก็บแบบสอบถาม

ขั้นที่ 1 จัดทำเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยอาศัยเอกสารและ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องในรูปแบบสอบถาม โดยคำถามที่ใช้ในแบบสอบถามจะมี 2 ส่วนคือ คำถามปลายปิด และคำถามปลายเปิด

ขั้นที่ 2 ทำการทดสอบเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดสอบกับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่อยู่ระหว่างการเดินทางในสถานที่ที่ได้ระบุไว้ในขอบเขตการศึกษา คือ ภัตตาคารร้านอาหารตามเมืองสำคัญ เช่น เวียงจันทน์ หลวงพระบาง และสุวรรณเขต

ขั้นที่ 3 เมื่อได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ตัวอย่างขั้นต้นแล้ว จะนำข้อมูลนั้นมาทดสอบทางสถิติด้วยระดับความเชื่อมั่น 95% เพื่อหาจุดบกพร่องของแบบสอบถาม ต่อจากนั้นจะนำแบบสอบถามมาทำการแก้ไขปรับปรุงให้มีความเหมาะสม และถูกต้องยิ่งขึ้นก่อนนำออกสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลจริงจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

ขั้นที่ 4 นำแบบสอบถามที่ได้รับการแก้ไขปรับปรุงแล้วไปเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตามสถานที่ที่ได้ระบุไป โดยเก็บเป็นจำนวน 384 ชุดตามสัดส่วนของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 5 สัญชาติ และจะทำการเก็บสำรองข้อมูลอีกเป็นจำนวน 20 ชุดเพื่อใช้ในกรณีที่มีข้อมูลที่ได้มามีปัญหาขาดความสมบูรณ์

ขั้นที่ 5 ทำการเก็บรวบรวมแบบสอบถามทั้งหมดที่เก็บมาได้แล้วทำการคัดเลือกเอาเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ที่สุดจำนวน 384 ชุดมาทำการลงรหัสข้อมูล (coding) และประมวลผลต่อไป

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data)

- ข้อมูลทางสถิติที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวภายในสปป.ลาวโดยละเอียดด้านตัวเลขสถิติจำนวนนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงฉบับต่าง ๆ ตลอดจนความคิดเห็นต่าง ๆ ต่อสถานภาพทางการท่องเที่ยวภายในกลุ่ม โดยได้จากการท่องเที่ยวของสปป.ลาว

- บทความทางวิชาการ ตลอดจนวารสารและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการท่องเที่ยวทั่วไป และการท่องเที่ยวของแต่ละการท่องเที่ยวสปป.ลาว รายงานการประชุมของการท่องเที่ยวสปป.ลาว

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาครั้งนี้จะนำทฤษฎีและแนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีอุปสงค์ (Theory of Demand) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand) ตลอดจนแนวความคิดต่างๆของด้านการท่องเที่ยว อาทิ แนวความคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว เข้ามาประยุกต์ในการอธิบายการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาสู่สปป.ลาว

2.1.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand)

นักเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความหมายของคำว่า "อุปสงค์"⁶ หมายถึง จำนวนต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยเป็นความต้องการธรรมดา (Want) ร่วมกับความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ (Ability and willingness) ที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ได้ โดยในการศึกษาอุปสงค์⁷ ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากขึ้นเพียงไรย่อมขึ้นกับปัจจัยที่มีส่วนกำหนดปริมาณซื้อสินค้านั้นๆ เป็นต้นว่าราคาสินค้านั้น ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง รสนิยมของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภค การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต และปัจจัยอื่น ๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเข้ามากำหนดปริมาณการเสนอซื้อสินค้าของผู้บริโภคพร้อม ๆ กัน โดยปกติการศึกษาอุปสงค์ในขั้นต้นมักจะเลือกเอาตัวกำหนดอุปสงค์แต่เพียงบางตัวที่เห็นว่ามีส่วนต่อปริมาณซื้อของผู้บริโภคอย่างมากมาทำการศึกษาและกำหนดให้ปัจจัยตัวอื่น ๆ คงที่ โดยแยกอุปสงค์ออกเป็นสามชนิดตามปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ได้แก่ อุปสงค์ต่อราคา (Price demand)

⁶ วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2539. **หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค** บริษัท โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด: 22-23.

⁷ นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2539. **หลักเศรษฐศาสตร์ 1 : จุลเศรษฐศาสตร์** คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย: ศูนย์หนังสือจุฬา.

อุปสงค์ต่อรายได้ (Income demand) อุปสงค์สินค้าต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ (Cross demand)

จากความหมายของคำว่า "อุปสงค์" ดังที่กล่าวไปในข้างต้น หากจะนำมาประยุกต์เข้ากับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว⁸ แล้วจะหมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการหรือซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในเวลานั้น ๆ ด้วย ซึ่ง Alister Mathieson ปี(2520)และ Geoffrey Wall ปี(2521) ได้จำแนกลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ประเภทด้วยกันดังต่อไปนี้คือ

1. **อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual Demand)** หมายถึงอุปสงค์ที่เกิดขึ้นแล้ว เป็นอุปสงค์ที่มีลักษณะครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือมีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

2. **อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential Demand)** ได้แก่แก่นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลา และหรือการจัดการเพื่อการเดินทาง อุปสงค์ที่มีศักยภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบการตลาดให้ความสำคัญและยื่นมือเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องของการให้เครดิต การจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

3. **อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจล้อยตามได้ (Deferred Demand)** เป็นอุปสงค์ที่ "อาจ" กลายเป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และที่ 2 ภายใต้สมมติฐานว่า มนุษย์นั้นมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน อุปสงค์ในประเภทที่สามนี้จะเป็อุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง (Destination) เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น รวมทั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงด้วย (เงิน-เวลา-การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้หากใช้ระบบช่องทางการขายการโฆษณาให้ถูกต้องแล้ว จะกระตุ้นให้กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ไม่ยาก

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาจะใช้นิยามของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง กล่าวคือ จะทำการศึกษากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์จะเดินทางเข้ามาในสปป.ลาว โดยที่นักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการที่จะเดินทางไป ประกอบกับมีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการในสถานที่ต่าง ๆ ซึ่งอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริงนี้จะขึ้นอยู่กับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่าง ๆ และมีความซับซ้อนมากกว่าอุปสงค์ในสินค้าปกติทั่วไป ตัวแปรต่าง ๆ มีทั้งตัวแปรที่

⁸ ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, 2531. "อุปสงค์การท่องเที่ยว" จุลสารการท่องเที่ยว 7

สามารถประเมินค่าออกมาเป็นตัวเลขได้ ได้แก่ รายได้ อายุ เป็นต้น และไม่สามารถประเมินค่าออกมาเป็นตัวเลขได้ เช่น อาชีพ เพศ วัตถุประสงค์ในการเดินทาง เป็นต้น

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analysing Consumer Behavior) (ศิริวรรณ และคณะ, 2539: 110-121)

ในการศึกษานี้จะนำแนวความคิดเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคมาใช้ประกอบในการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจ และการกระทำเกี่ยวกับการซื้อสินค้าและการใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งจะเป็นการศึกษาวิธีการที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศแต่ละคนทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่นๆ) ในการรับบริการท่องเที่ยว เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค (Consumer demand) และพฤติกรรมการซื้อและการใช้บริการของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการจัดการด้านอุปสงค์เพื่อสนองความต้องการทางการท่องเที่ยวของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งนุชนารถ ว่องธวัชชัย (2539)⁹ ได้กล่าวถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยวไว้ดังต่อไปนี้ ได้แก่

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic factor) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศ มีผลกระทบต่อระดับของอุปสงค์ (Demand) และปริมาณการซื้อ สภาพเศรษฐกิจที่ดีหรือกำลังเติบโตย่อมเอื้ออำนวยให้คนในประเทศเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ทางธุรกิจ การประชุม การศึกษา หรือแม้กระทั่งพักผ่อน ในทางกลับกันระบบและสภาพเศรษฐกิจที่ยังไม่พัฒนาย่อมมีผลให้ประชากรจำนวนน้อยสามารถซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factor) ลักษณะทางประชากรโดยส่วนรวมมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ลักษณะของประชากรนี้ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ เพศ เชื้อชาติ และประสบการณ์

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (Geographic factor) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้บริโภค มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของธุรกิจนำเที่ยว และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางที่ผู้บริโภคต้องการไป ผู้บริโภคย่อมต้องการไปยังท้องถิ่นที่มีภูมิศาสตร์ที่แตกต่างเพื่อแสวงหาสิ่งแปลกใหม่มาชดเชยบรรยากาศที่ประเทศของตนไม่มี

4. ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural factor) ทศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งกำหนดครุสนิยมและค่านิยมในการซื้อของคนท้องถิ่นนั้นได้ซึ่งมีผลต่อ

⁹ นุชนารถ ว่องธวัชชัย. 2539. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว" จุลสารการท่องเที่ยว. 1 (ม.ค.-มี.ค. 39) : 14-23.

ปริมาณการซื้อขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวว่าจะอยู่ในระดับและรูปแบบใด

5. ปัจจัยทางการเมือง (Political factor) นโยบายทางการเมือง สภาพการณ์ทางการเมือง เมือง และกฎเกณฑ์ทางการเมืองของโลกและของแต่ละประเทศเป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดและเบี่ยงเบนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเทศใดก็ตามที่มีสภาพการณ์ทางการเมืองไม่มั่นคงหรือกำลังเปลี่ยนแปลงย่อมทำให้ผู้ประกอบการรู้สึกไม่ปลอดภัย หรือรู้สึกเสี่ยงในการเดินทาง จึงมีผลทำให้จำนวนผู้เดินทางและปริมาณการซื้อขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวลดลง

6. สื่อมวลชน (Media) สื่อมวลชนไม่ว่าโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ หรือนิตยสารมีบทบาทต่อผู้ประกอบการและสถานที่ท่องเที่ยว การหาข้อมูลหรือข่าวสารบริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เพราะสื่อมวลชนเหล่านี้จะถ่ายทอดข่าวสารทางการท่องเที่ยวสู่ประชาชนและในขณะเดียวกันก็สามารถกำหนดภาพพจน์ของผู้ประกอบการและสถานที่ท่องเที่ยว ตลอดจนการหาข้อมูลหรือข่าวสารที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากสื่อมวลชนเป็นทางออกทางหนึ่งที่ทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้ามากขึ้น

7. ปัจจัยทางเทคโนโลยี การพัฒนาทางเทคโนโลยีของแต่ละสถานที่ เทคโนโลยีทางการสื่อสาร การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยที่เอื้ออำนวยความสะดวกแก่ผู้เดินทางหรือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว หากผู้บริโภคไม่ได้รับความชัดเจนและความสะดวกในการสื่อสารจากผู้ขายก็อาจจะทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนไปซื้อผลิตภัณฑ์จากผู้ขายรายอื่น

8. เวลา สภาวะครอบครัว และสุขภาพของผู้บริโภค

จากแนวความคิดและทฤษฎีที่กล่าวไปข้างต้นนั้น จะเห็นได้ว่าอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวก็จะมีลักษณะเป็นเช่นเดียวกับอุปสงค์โดยทั่วไปเพียงแต่สินค้าที่ผู้บริโภคซื้อจะเป็นทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่ผู้ซื้อ (นักท่องเที่ยว) เดินทางเข้าไปท่องเที่ยวและมีความต้องการซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับราคาสินค้านั้น ในระดับรายได้ที่แตกต่างกันของผู้บริโภค หรือผู้ซื้อแต่ละบุคคล ซึ่งในการท่องเที่ยวนั้นจะมีปัจจัยหรือองค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่สามารถสรุปได้พอสังเขปดังต่อไปนี้¹⁰

องค์ประกอบพื้นฐานทางการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวมีปัจจัยหลายอย่างเป็นองค์ประกอบของแต่ละองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญ

¹⁰ ชูสิทธิ์ ชูชาติ. "องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว". *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. 4 (ต.ค.-ธ.ค. 38): 38-45.

ด้านการท่องเที่ยวมี 4 ประการ

1. สิ่งดึงดูดใจ (Attractions)
2. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities)
3. การขนส่ง (Transportation)
4. การต้อนรับ (Hospitality)

1. สิ่งดึงดูดใจ

สิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว มีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ชาติพันธุ์ และการให้ความบันเทิง

1.1 แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทุก ๆ พื้นที่ที่มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามประทับใจซึ่งเกิดจากลักษณะของธรรมชาติ เช่น อ่าว แหลม เกาะ หน้าผา โขดหิน ภูเขา ฯลฯ สภาพธรรมชาติเหล่านี้เป็นสิ่งดึงดูดใจให้มนุษย์เดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภูมิอากาศก็เป็นสิ่งดึงดูดใจอย่างหนึ่งในการท่องเที่ยว และเป็นมนต์ขลังทำให้คนเกิดความประทับใจและกลับไปเยือนอีกครั้งหนึ่ง นอกจากนี้ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวถ้าที่ตั้งห่างไกลและขาดสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าไปถึง ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวก็ลดน้อยลง แม้ว่าสถานที่ท่องเที่ยวจะมีความประทับใจก็ตาม

1.2 วัฒนธรรม วัฒนธรรมแต่ละพื้นที่ คือ วิถีชีวิตของคนในเขตพื้นที่นั้น ๆ อาจเหมือนกันหรือแตกต่างกัน วัฒนธรรมอาจแสดงออกในรูปแบบของศาสนา สถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิตของประชาชน จารีตประเพณี ทั้งอดีตและปัจจุบัน

1.3 ชาติพันธุ์ เป็นเหตุผลอีกอย่างในการเดินทางท่องเที่ยวของประชาชนก็เพื่อต้องการเยี่ยมชมเพื่อน และญาติมิตร คนมีความต้องการที่จะกลับไปเยี่ยมเยียนแผ่นดินของตนเอง

1.4 แหล่งบันเทิง นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว ก็เพราะมีแหล่งบันเทิงสำหรับพักผ่อนหย่อนใจจัดไว้ให้ แหล่งบันเทิงมีใช้หลายถึงสถานเริงรมย์ยามราตรีเพียงอย่างเดียว แต่อาจหมายถึง สวนสัตว์ สวนสาธารณะ สนามกีฬา ฯลฯ แหล่งบันเทิงที่ดีควรให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมที่จัดขึ้นด้วย มิใช่เป็นฝ่ายนั่งชมเพียงอย่างเดียว

2. สิ่งอำนวยความสะดวก

สิ่งดึงดูดใจในทางด้านการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยชักนำประชาชนไปยังแหล่งท่องเที่ยวเมื่อนักท่องเที่ยวไปถึงสถานที่ดังกล่าวแล้ว สิ่งจำเป็นอย่างหนึ่งที่จะต้องมีตามมา คือการอำนวยความสะดวก

สะดวกและบริการต่างๆ เพราะนักท่องเที่ยวยามเดินทางห่างไกลจากบ้านย่อมต้องการสิ่งจำเป็นหลายอย่างในการตอบสนองความต้องการของชีวิต สิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการท่องเที่ยวมี 4 ประการคือ

2.1 ที่พัก (Loding) ที่พักเป็นสิ่งสำคัญในการเดินทาง นักท่องเที่ยวอาจพักกับญาติหรือเพื่อน แต่อีกส่วนหนึ่งก็ต้องการที่พักซึ่งต้องเช่าอาศัยอยู่ชั่วคราวในแหล่งท่องเที่ยว ที่พักอาจมีหลายประเภท เช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮาส์ หรือที่พักลักษณะอื่น ๆ

2.2 ร้านอาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่มมากกว่าปกติเมื่อเดินทางท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดการด้านอาหารควรมีทั้งอาหารประจำชาติของนักท่องเที่ยวและอาหารท้องถิ่น เพราะอาหารทั้งสองประเภทนี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ

2.3 สถานบริการ เช่น ร้ายขายของที่ระลึก ร้านซักรีด สถานที่นันทนาการ ฯลฯ เป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการอำนวยความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวควรจัดให้มีเพียงพอกับความต้องการ การลงทุนกิจกรรมด้านนันทนาการบางอย่างก็ลงทุนไม่สูงมาก เช่น การปั่นจักรยาน การดำน้ำดูปะการัง การว่ายน้ำ การเล่นเรือ การขี่ม้า ฯลฯ นับเป็นการสร้างงานและการกระจายรายได้เป็นอย่างดีให้แก่บุคคลในท้องถิ่น ในด้านร้านขายของที่ระลึกนอกจากเป็นการฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมแล้วยังเป็นการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นแก่ประเทศชาติอีกทางหนึ่งด้วย

3. การขนส่ง (Transportation)

การท่องเที่ยวเกิดจากการที่ประชาชนต้องการเดินทางไปสู่สถานที่ซึ่งมีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ภูมิอากาศ และภูมิประเทศ เพื่อสัมผัสสิ่งที่แปลกออกไปจากประสบการณ์เดิม ดังนั้นการขนส่งจึงเป็นสิ่งสำคัญในการนำนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอย่างรวดเร็ว สะดวกสบายและปลอดภัย การเดินทางของนักท่องเที่ยวไม่ได้วัดในรูปแบบของระยะทาง แต่วัดด้วยเวลาของการเดินทางไปถึงแม้ว่าระยะทางไกล ถ้าประหยัดเวลาในการเดินทาง นักท่องเที่ยวก็พร้อมที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น

4. การต้อนรับ (Hospitality)

เป็นสิ่งที่สำคัญมากสำหรับประเทศเจ้าบ้าน เพราะนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกลับไปยังสถานที่เดิมนั้น เกิดจากความประทับใจในการต้อนรับของประชาชน หรือพนักงานบริการในพื้นที่ไม่น้อยไปกว่าสภาพธรรมชาติของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นพื้นที่ใดเป็นแหล่งท่องเที่ยวจึงต้องตระหนักถึงความสำคัญในข้อนี้ด้วยเช่นกัน

จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวหรือความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวตามที่กล่าวมาข้างต้นนั้น สามารถเป็นได้ทั้งปัจจัยที่เป็นตัวดึงดูดและอุปสรรคขัดขวางในการท่องเที่ยวได้ในขณะเดียวกัน นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว อาทิเช่น จากปัจจัยภายในประเทศ และปัจจัยภายนอกประเทศอีกด้วย

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เมื่อได้ศึกษาแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคทางพฤติกรรมศาสตร์ ควบคู่ไปกับการศึกษา งานวิจัยที่เกี่ยวกับเรื่องท่องเที่ยวในอดีต ทำให้ได้แนวทางในการกำหนดปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษา โดยสามารถแบ่งงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเรื่องท่องเที่ยวออกเป็น 2 ส่วนที่สำคัญได้ดังต่อไปนี้

1. วิชาพฤติกรรม คือ การศึกษาตัวบุคคลเพื่อดูว่าพฤติกรรมของมนุษย์ที่แสดงออกมานั้นเป็นอย่างไร และเกิดจากอะไร (เหตุผลหรืออิทธิพลใดบ้าง) ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน: ชงชัย สันติวงษ์, พฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 6 (กรุงเทพมหานคร : บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด, 2535).

ส่วนที่ 1 การทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยจะเป็นงานศึกษาในส่วน โครงสร้างของอุปสงค์และปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว (จำนวนนักท่องเที่ยว หรือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว) ตลอดจนการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต

งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่ผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษานั้น แบ่งได้เป็นงานศึกษาของไทย และงานศึกษาของต่างประเทศ ซึ่งความแตกต่างของงานทั้งสองที่เห็นได้ชัดเจนคือ ปัจจัยที่นำมาใช้ งานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของไทย จะให้ความสำคัญกับตัวแปรพื้นฐานของบุคคล เช่น รายได้ อาชีพ อายุ เพศ ระดับการศึกษา ภูมิฐานะ เป็นต้น ในขณะที่งานศึกษาของต่างประเทศจะให้ความสำคัญกับปัจจัยที่สะท้อนให้เห็นถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างแท้จริง เช่น ความสนใจของนักท่องเที่ยว ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

งานศึกษาเรื่องพฤติกรรมกรท่องเที่ยวของไทย สามารถแยกออกเป็น 2 เรื่องที่สำคัญ โดยเรื่องหนึ่งจะเป็นงานศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ส่วนเรื่องที่สอง จะเป็นงานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมกรท่องเที่ยวทั่วไป

งานศึกษาเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยวที่นำมาใช้ประกอบในการศึกษาครั้งนี้

ประกอบด้วยงานศึกษาของ สมบัติ แซ่เฮ้¹¹ ที่ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ที่มีต่อ บริการรูปแบบใหม่ที่อุทยานแห่งชาติเขาใหญ่จะจัดนำเสนอ และงานศึกษาของ ญัฐกานต์ โรจนุตมะ¹² ที่ศึกษาถึงปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในระยะเวลาต่าง ๆ และปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ซึ่งงานศึกษาของทั้งสองจะเน้นศึกษากรณีนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น ใน ส่วนของวิธีการศึกษาเนื่องจากเป็นงานศึกษาพฤติกรรมกรท่องเที่ยวและไม่เที่ยว ทั้งคู่จึงได้เลือกใช้ แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) เป็นวิธีการศึกษา สำหรับตัวแปรที่ใช้ในงานศึกษาจะ ประกอบด้วยปัจจัยภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม ได้แก่ รายได้ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา

ส่วนงานศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมท่องเที่ยวทั่วไปที่นำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ประกอบด้วย งานศึกษาของ เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ¹³ ซึ่งศึกษาว่าชายไทยที่มีภูมิหลังทาง เศรษฐกิจและสังคมที่ต่างกัน จะมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างไรหรือไม่อย่างไร โดยทำการสอบถามกับชาวไทยจำนวน 3,400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา อีก งานศึกษาเป็นของ วารุณี ตันตวิงส์วานิช¹⁴ ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกราคาที่พักรวม ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยทำการสอบถามกับนักท่องเที่ยวอิสระจำนวน 386 ราย และ ใช้สถิติเชิงพรรณนาเป็นวิธีการศึกษา

สิ่งที่ผู้ศึกษาเห็นว่างานศึกษาข้างต้นเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาครั้งนี้ก็คือ ปัจจัยที่ นำมาใช้ในการศึกษา ซึ่งปัจจัยดังกล่าวจัดเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่งานศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค

¹¹ สมบัติ แซ่เฮ้. "การศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537).

¹² ญัฐกานต์ โรจนุตมะ. "ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาว กรุงเทพมหานคร", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542).

¹³ เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ, พฤติกรรมกรท่องเที่ยวภายในประเทศของ นักท่องเที่ยวชาวไทย. (กรุงเทพมหานคร : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538).

¹⁴ วารุณี ตันตวิงส์วานิช, "พฤติกรรมกรเลือกที่พักรวมของนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร", (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขา บริหารธุรกิจ โครงการบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541).

ส่วนใหญ่นำมาใช้ โดยสามารถแบ่งปัจจัยต่าง ๆ ได้ดังต่อไปนี้

รายได้ รายได้ถือเป็นปัจจัยทางเศรษฐกิจสำคัญที่มีผลกระทบต่อการซื้อสินค้าการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และเป็นปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยสามารถที่จะเดินทางไปยังที่ต่าง ๆ ได้บ่อยขึ้น และมีความสามารถที่จะเลือกรูปแบบการท่องเที่ยวได้หลากหลายตามความต้องการ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อต่ำย่อมมีข้อจำกัดในการตัดสินใจที่จะท่องเที่ยว รวมทั้งความสามารถในการเลือกจุดหมายการเดินทางหรือรูปแบบการท่องเที่ยวลดลง ยกตัวอย่างเช่นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงย่อมมีความสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ แต่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยอาจมีกำลังซื้อเพียงพอที่จะท่องเที่ยวแค่ภายในประเทศ ซึ่งจากผลการศึกษาของ**ณัฐกานต์** แสดงให้เห็นว่ารายได้นี้มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว โดยพบว่า รายได้ของครอบครัวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตาม รายได้อาจไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวเสมอไป โดยรายได้อาจจะไม่ใช่อุปสรรคสำหรับนักท่องเที่ยวที่เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต เพราะถึงแม้นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีรายได้น้อย แต่บางครั้งเพื่อแลกกับความพอใจที่จะได้รับจากการท่องเที่ยว เขาก็ยอมจ่ายเงินมาก ๆ เพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวได้เช่นกัน

อาชีพ สำหรับเหตุผลที่งานศึกษาส่วนใหญ่เลือกปัจจัยอาชีพมาใช้ในการศึกษา เนื่องจากแต่ละอาชีพมีข้อจำกัดด้านเวลาที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่เป็นนักธุรกิจ หรือเป็นผู้บริหารอาจไม่มีเวลาสำหรับการท่องเที่ยวพักผ่อนมากนัก แต่ในขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่ยังเป็นนักศึกษา ยังไม่มีภาระการงานที่ต้องรับผิดชอบมากนัก ก็ย่อมมีเวลาว่างที่จะท่องเที่ยวได้มากกว่า ในงานศึกษาของ**ณัฐกานต์**พบว่า นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพแม่บ้านจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อครั้งต่ำกว่าผู้ประกอบการอาชีพอื่น ๆ

ระดับการศึกษา การที่คนเราได้รับการศึกษา ได้มีโอกาสเรียนรู้ความเป็นไปของสิ่งรอบข้างมากขึ้น จะส่งผลให้มีความอยากรู้อยากเห็น พยายามที่จะเก็บเกี่ยวประสบการณ์ต่าง ๆ ให้กับชีวิต นอกจากนี้ระดับการศึกษายังส่งผลให้คนเรามีความสนใจที่แตกต่างกัน ผู้มีการศึกษาสูงอาจสนใจในเรื่องประวัติความเป็นมาของสถานที่ที่เข้าไปท่องเที่ยว และมีความใฝ่รู้ที่จะศึกษาถึงวัฒนธรรมความเป็นอยู่ของชุมชนใหม่ ๆ ที่ไม่เคยพบมากกว่าที่จะเข้าไปท่องเที่ยวเพียงผ่านเท่านั้น นอกจากนี้การศึกษายังเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงรายได้ และโอกาสในการเดินทางได้อีกด้วย ถึงแม้ในงานศึกษาของ**ณัฐกานต์**จะพบว่า ระดับการศึกษาไม่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว แต่ผู้ศึกษาก็เห็นว่าควรนำปัจจัยระดับการศึกษามาพิจารณาในการศึกษาคั้งนี้ด้วย

อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่ต้องยอมรับเมื่อจะทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้บริโภคก็คือ

ความเกี่ยวพันระหว่างรายได้ อาชีพ และการศึกษา ซึ่งเป็นตัวที่บ่งบอกถึงหน้าที่ความรับผิดชอบ ความมั่นคงในชีวิต และอำนาจซื้อ ยกตัวอย่างเช่น ผู้ที่มีการศึกษาย่อมจะมีรายได้ที่สูง และมีแนวโน้มที่จะมีตำแหน่งหน้าที่การงานที่ดี เมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่มีการศึกษาในระดับต่ำ เช่น นักท่องเที่ยวที่เป็นนักบริหารหรือนักธุรกิจ มักเป็นกลุ่มอาชีพที่มีการศึกษาและรายได้สูง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงาน/ลูกจ้าง มักเป็นกลุ่มอาชีพที่มีการศึกษาและรายได้ต่ำ

สำหรับในงานศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำตัวแปร รายได้ อาชีพ และการศึกษามาเป็นปัจจัยในการศึกษา ซึ่งจากความเกี่ยวข้องกันของปัจจัยดังกล่าวข้างต้น จะได้พิจารณาในขั้นตอนการวิเคราะห์ผลการศึกษาดังต่อไปนี้

นอกเหนือจากรายได้ อาชีพ และการศึกษา ยังมีตัวแปร อายุ เพศ และภูมิฐานะ ที่งานศึกษาพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวได้ให้ความสนใจด้วย

อายุ อายุถือว่าเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อทัศนคติ และแบบแผนพฤติกรรมกรรมการบริโภค ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวสูงอายุที่มีข้อจำกัดในเรื่องความแข็งแรงของร่างกายมักเลือกท่องเที่ยวในรูปแบบที่สะดวกสบาย ในขณะที่นักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นที่มีร่างกายสมบูรณ์และแข็งแรงกว่าย่อมมีโอกาสที่จะเลือกท่องเที่ยวในรูปแบบที่ท้าทายและผจญภัยได้มากกว่า ซึ่งในงานศึกษาของเนาวรัตน์ และคณะ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะชอบไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากจะชอบท่องเที่ยวในเมืองและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และในงานศึกษาของวารุณี ยังพบว่า อายุเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเลือกราคาที่พักแรมของนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปีขึ้นไป มีแนวโน้มที่จะเลือกสถานพักแรมที่ราคาสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยกว่า 45 ปี ในผลการศึกษาของณัฐกานต์นั้นพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่างกันจะมีพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยสะท้อนออกมาในรูปแบบของพฤติกรรมการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุค่อนข้างมาก

เพศ ถือเป็นปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเพศชายและหญิงมักจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมักชอบการท่องเที่ยวในรูปแบบแปลกตาและการท่องเที่ยวที่ท้าทาย และผจญภัย ในขณะที่นักท่องเที่ยวหญิงมักชอบท่องเที่ยวในรูปแบบที่สะดวกสบาย และเน้นความปลอดภัยมากกว่า โดยผลการศึกษาของเนาวรัตน์ และคณะ พบว่า นักท่องเที่ยวชายมีสัดส่วนที่จะไปแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงเรีงรมย์

และมีอำนาจตัดสินใจในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง

ภูมิลำเนา นักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคที่แตกต่างกัน ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวแต่ละชาติ มีความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน และภูมิภาคยังเป็นตัวกำหนดจุดหมายปลายทางที่ นักท่องเที่ยวต้องการจะไปด้วยเช่นกัน นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศแถบหนาว มักนิยมท่องเที่ยว ไปในประเทศที่มีอากาศอบอุ่น นอกจากนี้ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ยังส่งผลให้ผู้ที่อาศัยมีลักษณะทาง สังคม และวัฒนธรรมที่ต่างกัน ซึ่งมีส่วนให้แต่ละท้องถิ่นมีรูปแบบการดำเนินชีวิต รวมถึง พฤติกรรมการบริโภคที่แตกต่างกันด้วย ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวเอเชียไม่นิยมท่องเที่ยวใน รูปแบบที่ผจญภัยมากนัก ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกนิยมท่องเที่ยวในรูปแบบที่แปลก ใหม่ และผจญภัยมากกว่า ถึงแม้ว่างานศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวที่ วารุณีได้ทำการศึกษา จะพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาต่างกัน จะมีพฤติกรรมการเลือกที่พักแรม ไม่แตกต่างกัน โดยมักเลือกพักแรมในสถานพักแรมประเภทเกสต์เฮาส์ และคานิงถึงเรื่องราคาเป็น สำคัญเหมือนกัน แต่เนื่องจากความสำคัญของปัจจัยภูมิลำเนาที่มีต่อความต้องการท่องเที่ยวข้างต้น ในการศึกษานี้จึงได้นำตัวแปรภูมิลำเนาทำการศึกษาด้วย

ถึงแม้ว่างานศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวของไทยจะแบ่งออกเป็น 2 เรื่องใหญ่ ๆ แต่ทั้งสองเรื่องก็มีความสอดคล้องกันในเรื่องของตัวแปรที่นำมาใช้ โดยงานศึกษาส่วนใหญ่มักให้ ความสำคัญกับภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยว โดยเชื่อว่าภูมิหลังทางเศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่ แตกต่างกัน ซึ่งในการศึกษานี้ก็ได้้นำปัจจัยดังกล่าวมาศึกษาด้วย โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาได้แก่ รายได้ อาชีพ อายุ เพศ ระดับการศึกษา และภูมิลำเนา ทั้งนี้การทำงานของไทยให้ความสำคัญ แต่ปัจจัยพื้นฐานเพียงอย่างเดียว อาจจะเป็นเพราะข้อมูลดังกล่าวเป็นข้อมูลที่ใช้ในการสอบถาม และผู้ตอบที่สะดวกที่จะตอบ อีกทั้งการจัดกลุ่มนักท่องเที่ยวตามปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและ สังคมของนักท่องเที่ยว ยังง่ายที่จะนำมาใช้ในการแยกประเภทของนักท่องเที่ยวด้วย แต่การให้ ความสำคัญเฉพาะปัจจัยดังกล่าวเพียงลำพัง นับเป็นข้อเสียของงานวิจัยในประเทศไทยด้วยเช่นกัน เนื่องจากในความเป็นจริงการตัดสินใจว่าจะท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยวนั้น ย่อมมีเหตุผลทางด้าน จิตใจเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ไม่น่าจะขึ้นกับปัจจัยพื้นฐานของบุคคลเพียงอย่างเดียว ซึ่งการศึกษา ปัจจัยทางด้านจิตใจที่มีผลต่อการท่องเที่ยวนั้น ส่วนใหญ่แล้วมักเป็นงานศึกษาของต่างประเทศ

สำหรับงานศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่งานศึกษาของต่างประเทศได้ศึกษาไว้ และผู้ศึกษาได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษา คือ งานศึกษาของ E. Jane Luzar, Assane Diagne,

Christopher EC Gan และ Brenda R. Henning¹⁵ ปี (พ.ศ. 2530) ซึ่งได้ทำการศึกษาลึถึงปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติในรัฐหลุยส์เซียน่า ประเทศสหรัฐอเมริกา โดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit ผลการศึกษาพบว่า ผู้ที่มีความสนใจในเรื่องสิ่งแวดล้อมมีความน่าจะเป็นที่จะท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของรัฐหลุยส์เซียน่า

อีกงานศึกษาเป็นของ Carmen Tideswell และ Bill Faulkner¹⁶ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในรัฐควีนส์แลนด์ ประเทศออสเตรเลีย โดยทำการศึกษาดัวยวิธี Regression Analysis ผลการศึกษาที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 2,280 คน พบว่า ถ้านักท่องเที่ยวเคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียมาก่อน และเคยได้รับข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว จะทำให้นักท่องเที่ยวแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น

ผลการศึกษาจากงานศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความสนใจของนักท่องเที่ยวและประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีตของนักท่องเที่ยวยังมีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยัง

ความสนใจส่วนตัว¹⁷ ความสนใจในเรื่องราวบางอย่างของคนเรานั้น ส่งผลให้มีความอยากรู้อยากเห็น และต้องการที่จะศึกษาใคร่รู้ในสิ่งที่สนใจเป็นพิเศษให้มีความรู้ความเข้าใจมากยิ่งขึ้น ความสนใจเหล่านี้จะมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและความนิยมที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ นักท่องเที่ยวจะมีความพอใจถ้าเขาได้ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่มีเรื่องราว หรือมีสิ่ง ที่ตรงกับความสนใจของตน เช่น นักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ หรือสถาปัตยกรรมโบราณก็มักนิยมไปยังสถานที่ที่มีร่องรอยประวัติศาสตร์ความเป็นมาในอดีต เช่น วัด ซากเมืองโบราณ เป็นต้น เช่นเดียวกับงานศึกษาของ E. Jan Luzar et.al. ที่พบว่า ผู้ที่มีความสนใจเรื่องสิ่งแวดล้อมมีโอกาสที่จะท่องเที่ยวเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติของรัฐหลุยส์เซียน่า ได้มาก

¹⁵ E. Jane Luzar, Diagne, Christopher EC GAn and Brenda R. Henning. "Profiling the Nature-based Tourist: A Multinomial Logit Approach", **Journal of Travel Research** 37 (August 1998) : 48-55.

¹⁶ Tideswell, Carmen and Faulkner, Bill, "Multidestination Travel Patterns of International Visitors to Queensland", **Journal of Travel Research** 37 (May 1999) : 368-373.

¹⁷ คูรายละเอียดยเพิ่มเติมใน : ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542).

กว่าผู้ที่มีความสนใจในด้านอื่นๆ

ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีต ประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีตของนักท่องเที่ยวเปรียบได้กับประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าและบริการ ยิ่งผู้บริโภคมีประสบการณ์ในการบริโภคสินค้านั้นมากเท่าไร เขาก็ยิ่งมีความรู้ในตัวสินค้านั้นมากยิ่งขึ้น อันจะมีผลต่อพฤติกรรมการบริโภคในอนาคต จากงานศึกษาของ Carmen Tideswell และ Bill Faulkner แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษาของทั้งสองพบว่า นักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์การท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลียมาก่อน มีโอกาสที่จะแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้มากกว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เคยมีประสบการณ์ย่อมมีข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวมากกว่า และน่าจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถแวะชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้มากกว่าด้วย

สำหรับในงานศึกษารั้งนี้ ผู้ศึกษาได้นำปัจจัยเรื่องความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เข้ามาไว้ในการศึกษา และยังสามารถนำประสบการณ์การท่องเที่ยวในอดีตซึ่งจะแทนด้วยจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยมาท่องเที่ยวในสปป.ลาวมาเป็นปัจจัยอีกด้วย โดยเห็นว่า ถ้านักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาสปป.ลาว มาก่อน ย่อมมีประสบการณ์การท่องเที่ยว และข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากกว่า น่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวได้เช่นกัน

นอกจากนี้งานวิจัยในยุคหลังได้กำหนดรูปแบบการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในรูปแบบของสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regress Analysis) ซึ่งเป็นรูปแบบฟังก์ชันแบบ Log-Linear และ Linear แต่รูปแบบส่วนใหญ่ที่ผู้วิจัยพบเห็นจะเป็นรูปแบบ log-linear เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากสามารถหาหรือวัดความยืดหยุ่นของอุปสงค์ได้ดีกว่า เช่นงานของ **Gunadhi and Boey**¹⁸ ปี พ.ศ.2539 ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์ โดยกำหนดขอบเขตของประเทศนักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาไว้ 5 ประเทศ คือ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ คือ รายได้ประชาชาติต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดัชนีราคาโรงแรม และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ

¹⁸Gunadhi, H. and C.K. Boey, "Demand Elasticities of Tourism in Singapore", **Tourism Management** (December 1986): 239-250.

งานศึกษาของ **Hailin Qu and Sophia Lam**¹⁹ ปี พ.ศ.2540 พบว่าปัจจัยที่กำหนดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวฮ่องกงของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ คือรายได้ต่อหัว และการผ่อนปรนกฎระเบียบหนังสือเดินทาง (Relaxation for Visa requirement) อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนตัวแปรระดับราคาโดยเปรียบเทียบ และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศนั้น พบว่ามีความเหมาะสมในการใช้วัดความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวมากกว่าที่จะนำมาใช้วัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการศึกษานี้ นอกจากนี้ผลการศึกษายังทำให้ทราบว่าต้นทุนการเดินทาง (Cost of transportation) ที่ใช้ในการตั้งสมมติฐานอุปสงค์การท่องเที่ยวโดยทั่วไปนั้นไม่สามารถนำมาใช้ได้กับอุปสงค์การท่องเที่ยวของจีน เนื่องจากการเดินทางระหว่างจีนมายังฮ่องกงนั้นเป็นการเดินทางในช่วงระยะทางสั้น ๆ จึงทำให้ต้นทุนการเดินทางไม่มีนัยสำคัญต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทาง นอกจากนี้จะใช้ปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นตัววัดความต้องการ หรืออุปสงค์การท่องเที่ยวแล้ว สามารถใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นตัววัดผลได้เช่นเดียวกัน ตัวอย่างการศึกษาของ **P.D. Loeb**²⁰ ปี พ.ศ.2525 พบว่า ค่าใช้จ่ายอันเกิดจากการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยรายได้ประชาชาติต่อหัวที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับงานศึกษาของ **Choong-ki Lee, Turgut Var and Thomas W. Blaine**²¹ ปี พ.ศ. 2539 ที่ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรรายได้ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และระดับราคาโดยเปรียบเทียบ เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศเกาหลีได้ค่อนข้างสูง

การทบทวนแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาพำนัก

นอกจากงานศึกษาส่วนที่ 1 ยังมีงานศึกษาอีกส่วนหนึ่งที่ต้องการดูอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการใช้จ่าย ระยะเวลาพำนัก และการตัดสินใจเลือกเดินทาง ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้ จะมีการใช้ตัวแปรที่นอกเหนือไปจากตัวแปรทาง

¹⁹ Hailin Qu and Sophia Lam, "A travel demand model for mainland Chinese tourists to Hong Kong", **Tourism Management** 18 (January 1997) : 593-597.

²⁰ P.D. Loeb, "International travel to the United States: An Economic Evaluation", **Annual of Tourism Research** 9 (November 1982) : 7-21.

²¹ Choong-Ki Lee, Turgut Var and Thomas W. Blaine, "Determinants of inbound tourist expenditures", **Annals of Tourism Research** 23 (March 1996) : 527-542.

เศรษฐกิจคือ ตัวแปรทางเศรษฐกิจสังคม ประชากร ที่ได้จากการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวได้แก่ รายได้ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา วัตถุประสงค์การเดินทาง เป็นต้น โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-Section) ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความครอบคลุมและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น และสามารถทำการวิเคราะห์ได้หลายวิธี เช่น การใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) แบบจำลองโลจิท (Logit Model) และไคสแควร์ (Chi-square) เป็นต้น ตัวอย่างการศึกษาของ **ณัฐกานต์ โรจนอุตมะ**²² ได้ทำการศึกษาดังกล่าวที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศนี้ ได้ทำการแยกวิเคราะห์ในระยะเวลาต่าง ๆ โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวางจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ ในปีพ.ศ.2541 ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิท พบว่า รายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยว และรูปแบบการเดินทางด้วยตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพฯ แต่เมื่อพิจารณาในกรอบเวลาที่ลดลงจะพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญลดลง และมีปัจจัยฤดูกาลและขนาดของครอบครัวที่มีผลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในส่วนผลของแบบจำลองการถดถอยเชิงพหุ พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ คือ ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปและรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยว โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก สำหรับอายุและอาชีพของนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ ในงานศึกษาของ **สมบัติ แซ่เฮ้**²³ ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้แบบจำลองโลจิทเพื่อประมาณการอุปสงค์ของบริการการท่องเที่ยวชมธรรมชาติรูปแบบใหม่ และประมาณการราคาค่าบริการที่นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายของบริการแต่ละชนิด นอกจากนี้ยังทำการประมาณการระดับรายได้ที่จะได้รับการจัดบริการใหม่จากบริการที่จัดนำเสนอทั้งหมด 5 ชนิด โดยใช้กรอบแนวความคิดการประเมินคุณค่าจากความเป็นไปได้ และมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแตกต่างออกไปจากงานศึกษาของ **ณัฐกานต์** คือจำนวนคืนที่พำนัก ลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง และจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการบริการของนักท่องเที่ยวแต่ละ

²² ณัฐกานต์ โรจนอุตมะ. "ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542).

²³ สมบัติ แซ่เฮ้. "การศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่", (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537).

คนที่มิต่อบริการแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ตัวแปรที่มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะเลือกใช้หรือไม่เลือกใช้บริการ ได้แก่ ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการเลือกในอดีต (การมีข้อมูลเกี่ยวกับบริการเดิมและการประกอบกิจกรรมในอดีต) และตัวแปรส่วนบุคคล (อายุ ระดับการศึกษา รายได้)

ส่วนที่ 2 การทบทวนและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในด้านการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

งานศึกษาเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่นำมาใช้เป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้ แบ่งออกเป็นงานศึกษาด้านแหล่งท่องเที่ยวของสปป.ลาวและต่างประเทศ โดยงานศึกษาด้านแหล่งท่องเที่ยวของสปป.ลาวยังคงมีลักษณะคล้ายกับงานศึกษาด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของไทยในเรื่องอื่น ๆ คือ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งงานศึกษาที่ได้นำมาเป็นแนวทางศึกษานั้นคือ งานศึกษาของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI)²⁴ เรื่องการวิเคราะห์การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งต้องการศึกษว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศแต่ละกลุ่มสนใจท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด โดยแบ่งแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท คือ ประเภทธรรมชาติ ประเภทวัดหรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ประเภทวัฒนธรรมท้องถิ่น ประเภทศูนย์การค้า และประเภทสถานบันเทิงเรีงรมย์ ผลการศึกษาเกี่ยวกับบริสนิยมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยใช้แบบจำลองโลจิตเป็นวิธีในการศึกษานั้นพบว่า เพศมีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงเรีงรมย์ โดยนักท่องเที่ยวชายจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มากกว่าเพศหญิง ในขณะที่อายุไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท สถานภาพเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทศูนย์การค้าและสถานเรีงรมย์ โดยนักท่องเที่ยวที่แต่งงานแล้วจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทศูนย์การค้ามากกว่ากลุ่มอื่น และจะเลือกท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงน้อยลง

สำหรับงานศึกษาของต่างประเทศนั้นเป็นงานศึกษาของ Nirundon Tapachai และ

²⁴ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, แผนงานเศรษฐกิจรายสาขา, "การวิเคราะห์การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว", เอกสารประกอบโครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ. (กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2536), หน้า 49-91.

Robert Waryszak²⁵ ปี พ.ศ.2543 ที่ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านการท่องเที่ยวโดยใช้ประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทยเป็นกรณีศึกษา ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลภาคตัดขวางจำนวน 200 ตัวอย่าง โดยทำการสอบถามกับนักศึกษาที่ศึกษาอยู่ใน Victoria University of Technology ที่ไม่เคยเดินทางไปประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศไทยมาก่อน ผลการศึกษาโดยใช้วิธีสถิติเชิงพรรณนาพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนอย่างมากในการเสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยว ได้แก่ ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของสมาชิกทุกคนในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง สำหรับภาพลักษณ์ของประเทศที่ใช้ในกรณีศึกษาพบว่า ประเทศสหรัฐอเมริกามีภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องความสะดวกทางคมนาคม ในขณะที่ประเทศไทยมีภาพลักษณ์ที่ดีในเรื่องหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว จากผลการศึกษาย่างต้นแสดงได้ว่า อิทธิพลของกลุ่มมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

อิทธิพลของกลุ่ม เหตุผลที่ความสามารถในการตอบสนองความต้องการของสมาชิกทุกคนในกลุ่มที่ร่วมเดินทาง สามารถสร้างภาพลักษณ์ให้กับการท่องเที่ยวได้นั้น เนื่องจากอิทธิพลของสมาชิกในกลุ่ม (Group Membership) ที่มีต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการประเมินค่าและตัดสินใจเลือกสินค้า กลุ่มในที่นี้หมายถึง กลุ่มครอบครัว เพื่อนฝูง คู่สมรส และกลุ่มสมาชิกอื่น ๆ โดยจะมีอิทธิพลต่อทัศนคติ การนึกเห็นภาพพจน์ และรสนิยมของผู้บริโภค ถ้าสินค้าและบริการใดเป็นที่ยอมรับของสมาชิกในกลุ่ม สามารถสร้างความประทับใจให้กับสมาชิกในกลุ่มได้ ก็มีความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและบริการนั้นเช่นกัน ดังนั้น ถ้าแหล่งท่องเที่ยวใดสามารถสร้างความพอใจให้กับสมาชิกในกลุ่มก็มีความเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวนั้น แต่เนื่องจากในแต่ละกลุ่มก็มีความต้องการท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับครอบครัวอาจประทับใจกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่ให้ความสะดวก และมีสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับทั้งผู้ที่เป็นผู้ปกครองและเด็ก ดังนั้น ลักษณะกลุ่มร่วมเดินทางน่าจะมีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้เช่นกัน สำหรับการศึกษารุ่นนี้ก็นำปัจจัยผู้ร่วมทางมาเป็นปัจจัยในการศึกษารุ่นนี้ด้วย

จากงานศึกษาด้านท่องเที่ยวที่นำเสนอมาทั้งหมดนั้น พบว่า มีข้อสังเกตอยู่ประเด็นหนึ่งคือ ไม่ได้นำปัจจัยราคามาทำการศึกษา ทั้งที่ราคาเป็นปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์สำคัญที่มีผลต่อการ

²⁵ Tapachai, Nirundon and Waryszak, Robert, "An Examination of The Role of Beneficial Image in Tourist Destination Selection", **Journal of Travel Research** 39 (August 2000) : 37-44.

ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ในขณะที่เดียวกันการเปรียบเทียบราคาของสินค้าท่องเที่ยว²⁶ ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ถ้าราคาของสินค้าการท่องเที่ยวสูงก็ต้องเป็นนักท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูงเท่านั้นที่จะซื้อได้ ในขณะที่ถ้าราคาของสินค้าการท่องเที่ยวไม่สูงมากนักย่อมจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวในระยะแรกได้ และถ้านักท่องเที่ยวพอใจก็จะกลับมาท่องเที่ยวอีก แต่เนื่องจากสินค้าท่องเที่ยวนั้นจัดเป็นสินค้านามธรรมที่ขายจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึก ให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ดังนั้น ราคาของสินค้าประเภทนี้จึงมีลักษณะพิเศษด้วย เพราะประกอบด้วยราคาที่เป็นจริงในรูปของตัวเงิน และราคาทางจิตใจ ทำให้นักท่องเที่ยวบางคนยินดีที่จะต้องจ่ายค่าบริการการท่องเที่ยวที่แพงเพื่อให้ได้รับความพอใจ ได้คุณค่าทางจิตใจ และนักท่องเที่ยวบางคนก็มักจะเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับภาวะความไม่แน่นอนของราคาการท่องเที่ยวที่ผันผวนตามฤดูกาลและสมัยนิยมอยู่แล้วด้วย และด้วยภาวะความไม่แน่นอนของราคาสินค้าท่องเที่ยวนี้เอง งานศึกษาส่วนใหญ่จึงไม่นำปัจจัยราคามาศึกษา อีกทั้งตัวผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวเองก็ไม่สามารถระบุราคาสินค้าท่องเที่ยวในรูปของตัวเงินได้แน่นอนตายตัว ถึงแม้ว่าจะมีการใช้ตัวแปรแทนราคาสินค้าท่องเที่ยวในรูปของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวเองก็ไม่สามารถคาดการณ์ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการท่องเที่ยวไว้ล่วงหน้าได้แน่นอน

เช่นเดียวกับงานศึกษาครั้งนี้ที่ไม่สามารถนำปัจจัยราคาเข้ามาทำการศึกษาได้ ถึงแม้ว่าจะนำค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวใช้ไปในแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ มาเป็นตัวแปรแทนราคาของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทก็ตาม แต่เนื่องจากการถามข้อมูลของนักท่องเที่ยวนั้น เป็นการถามข้อมูลหลังจากที่นักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวไปแล้ว ซึ่งในขณะนั้นเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวได้ใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวไปแล้ว ดังนั้น จึงไม่สามารถนำค่าใช้จ่ายดังกล่าวมาเป็นตัวแปรแทนระดับราคาได้ เนื่องจากในทางเศรษฐศาสตร์ ราคาที่จะนำมาเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น จำเป็นต้องเป็นราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจจะจ่าย แต่ลักษณะข้อมูลที่ได้มานั้น ไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นราคาที่ผู้บริโภคเต็มใจที่จะจ่ายหรือไม่ เพราะค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวได้ใช้ไปอาจเป็นราคาที่นักท่องเที่ยวจำใจต้องจ่ายเนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจต้องประสบกับภาวะที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ เช่น การต้องเสียค่าเดินทางในแหล่งท่องเที่ยวด้วยราคาที่สูง ทั้งที่นักท่องเที่ยวไม่เต็มใจจะจ่าย แต่ก็ไม่สามารถต่อรองได้ เป็นต้น อีกทั้งราคาของสถานที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกันก็มีระดับราคาที่ไม่เท่ากัน ยกตัวอย่างเช่น การท่องเที่ยวในเกาะเสม็ด และการท่องเที่ยวในเกาะสมุย ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสอง จัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเหมือนกัน ซึ่งถึงแม้จะไม่

²⁶ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน : ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542).

สามารถบอกราคาที่เป็นตัวเงินสินค้าของสถานที่ท่องเที่ยวทั้งสองแห่งได้ แต่ก็สามารถประมาณได้ว่าราคาสินค้าท่องเที่ยวเกาะสมุยต้องสูงกว่าราคาสินค้าท่องเที่ยวเกาะเสม็ดอย่างแน่นอน ด้วยปัญหาความไม่แน่นอนของราคาสินค้าท่องเที่ยวดังกล่าว ผู้ศึกษาจึงไม่นำปัจจัยราคามาพิจารณาในการศึกษาครั้งนี้

สิ่งที่เพิ่มเติมของงานศึกษาครั้งนี้ กับงานศึกษาที่ผ่านมาคือ งานศึกษาส่วนใหญ่ไม่ได้ศึกษาถึงปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยว นอกจากงานศึกษาของ TDRI ที่ศึกษาถึงการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบจำลองโลจิตในการศึกษา ทว่างานศึกษาของ TDRI จะคำนึงถึงแต่ตัวแปรทางด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมเป็นสำคัญ เช่น เพศ อายุ รายได้ อาชีพ และภูมิภาค แต่ในการศึกษาครั้งนี้ได้นำปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่สะท้อนถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยตรงมาร่วมศึกษาอิทธิพลที่มีต่อพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวด้วย ได้แก่ ความสนใจของนักท่องเที่ยว ลักษณะของผู้ร่วมเดินทาง และจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาในสปป.ลาว นอกจากนี้จะแตกต่างในเรื่องของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแล้ว ยังมีความแตกต่างในเรื่องการแบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่จะทำการศึกษา โดยในงานศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งประเภทของแหล่งท่องเที่ยวออกเป็น 4 ประเภท ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน และแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ ซึ่งแตกต่างจากการแบ่งหมวดแหล่งท่องเที่ยวในงานศึกษาของ TDRI ทั้งนี้เพื่อให้เห็นความแตกต่างระหว่างแหล่งท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากขึ้น

นอกจากงานศึกษาในอดีตโดยเฉพาะงานศึกษาในประเทศลาว จะให้ความสำคัญกับปัจจัยภูมิหลังทางเศรษฐกิจและสังคมเพียงอย่างเดียว แต่ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่สะท้อนถึงความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวควบคู่ไปด้วย งานศึกษาครั้งนี้ยังได้นำปัจจัยสื่อข้อมูลข่าวสาร ซึ่งเป็นปัจจัยที่งานศึกษาในอดีตไม่ได้ทำการศึกษาเข้าไปในการศึกษาด้วย เนื่องจากผู้ศึกษาเห็นว่าข้อมูลข่าวสารด้านท่องเที่ยวสามารถสร้างความน่าเชื่อถือ ความมั่นใจ หรือไม่มั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ ดังนั้น สื่อจึงเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นตัวนำข้อมูลข่าวสารไปยังนักท่องเที่ยว สื่อที่ดีและมีประสิทธิภาพจะทำให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าการท่องเที่ยว สร้างความต้องการในสินค้าท่องเที่ยวและช่วยให้ตัดสินใจซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวได้เร็วขึ้น ผู้ศึกษาจึงเห็นว่าการให้ความสำคัญกับสื่อที่ให้ข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวนั้นจะเป็นประโยชน์ในด้านการกำหนดสื่อที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ด้านแหล่งท่องเที่ยวได้ ซึ่งหากดูจากงานศึกษาที่ผ่านมาจะพบว่าไม่ได้ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านสื่อข้อมูลข่าวสารเท่าไรนัก

จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมด พบว่าส่วนใหญ่จะเป็นงานศึกษาเกี่ยวกับการศึกษาสภาพด้านการลงทุนของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ

สปป.ลาว และประเทศในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ตลอดจนนโยบายระเบียบการคุ้มครองการลงทุนที่มีต่อผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว และความร่วมมือในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับสปป.ลาว เช่น งานวิจัยของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย²⁷ (2538) ซึ่งเป็นงานที่เน้นศึกษาศักยภาพด้านการลงทุนของแหล่งท่องเที่ยวในแขวงจำปาสักของสปป.ลาว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว รวมทั้งเป็นข้อมูลในการพิจารณาอนุญาตให้เอกชนเข้าไปลงทุนทางด้านธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ยังไม่มีความพร้อมในเรื่องของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในหลาย ๆ ด้าน รวมทั้งยังขาดแผนในการพัฒนาและอนุรักษ์ ซึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ประสบผลสำเร็จนั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้มีความพร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนเพื่อทำการรวบรวมข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวของแขวงจำปาสัก สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านสาธารณูปโภคและการให้บริการทางการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และเป็นแนวทางในการลงทุนของภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะนักลงทุนชาวไทยต่อไป

สำหรับงานศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวหลักของแต่ละประเทศในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง และศักยภาพของการท่องเที่ยวรายประเทศรวมทั้งประเทศสปป.ลาวในฐานะที่เป็นประเทศหนึ่งในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ตลอดจนแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยว ได้แก่ งานวิจัยของ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย²⁸ (2540) โดยศึกษาถึงตลาดท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ และแนวโน้มการขยายตัวของตลาดการท่องเที่ยวในภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง รวมทั้งรูปแบบการลงทุนด้านการท่องเที่ยว และลักษณะของการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในเขตอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ผลของการศึกษาพบว่า สภาพทั่วไปทางการท่องเที่ยวของประเทศในเขตอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงมีเงื่อนไขอำนาจในด้านการลงทุนของนักลงทุนทั้งจากไทยและประเทศอื่น ๆ เนื่องจากภูมิประเทศและภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย รวมทั้งแต่ละประเทศต่างมีการพิจารณาเกี่ยวกับกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวทั้งใน

²⁷ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. "โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก สปป.ลาว" (กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538).

²⁸ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. "โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง" (กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541).

ประเทศและในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงต่อไป และการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะต่าง ๆ ทั้งทางด้าน ภูมิศาสตร์ ภูมิภาค ลักษณะที่ตั้ง ระบบการเมือง ระบบเศรษฐกิจ และการคมนาคมขนส่งของ ประเทศต่าง ๆ ที่อยู่ในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ เวียดนาม กัมพูชา สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ จีน และไทย ของสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย²⁹ (2541) เพื่อเป็นข้อมูลประกอบในการดำเนินนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตาม เส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศดังกล่าว โดยผลของการศึกษาพบว่า ประเทศต่าง ๆ เหล่านี้ต่าง มีศักยภาพในการพัฒนาทางการท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยเฉพาะในแต่ละประเทศล้วนแต่มี ศูนย์กลางเพื่อการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทางเรือในแม่น้ำโขง แต่ยังมีอุปสรรค ทางด้านการคมนาคมขนส่งในบางพื้นที่ ดังนั้น หากได้รับความร่วมมือในการแก้ไขปัญหาดังกล่าว เชื่อว่าจะสามารถพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางดังกล่าวได้ต่อไปในอนาคต

ในด้านการศึกษเกี่ยวกับนโยบายระเบียบการคุ้มครองการลงทุนที่มีต่อผู้ประกอบการ ที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว การศึกษาของ คำประดิฐ เขมมะนิค³⁰ (2542) ได้กล่าวถึงนโยบาย ระเบียบการคุ้มครองที่มีต่อผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ ให้การสนับสนุนนักลงทุนเพื่อส่งเสริมให้มีการลงทุนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน กำแพงนครเวียงจันทน์ รวมทั้งให้แนวทางในการพัฒนาบุคลากร ระเบียบ และดำเนินมาตรการ ต่างๆ ที่เป็นประโยชน์เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว โดยเฉพาะ ในกำแพงนครเวียงจันทน์ต่อไป นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยถึงความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ระหว่างไทยกับสปป.ลาวในระดับทวิภาคี ของ บงกช หงษ์คำมี³¹ (2541) ที่ได้ศึกษาความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับสปป.ลาวในระดับทวิภาคี ในหัวข้อที่ เกี่ยวข้องกับความร่วมมือระหว่างรัฐบาลไทยและรัฐบาลสปป.ลาว และความร่วมมือระหว่างเอกชนไทยและเอกชนสปป.ลาว ผลของการศึกษาพบว่า ทั้งประเทศไทยและสปป.ลาวต่างได้รับผล

²⁹สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. "โครงการศึกษาเพื่อพัฒนา การท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง" (กรุงเทพฯ: การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541).

³⁰คำประดิฐ เขมมะนิค. "ท่องเที่ยวเมืองลาว: กำแพงนครเวียงจันทน์หันใส่เวียงงาน ท่องเที่ยว" (เวียงจันทน์ : องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติสปป.ลาว, 2542) : หน้า 21-22.

³¹บงกช หงษ์คำมี. "ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับ สปป.ลาว". เอเชียปริทัศน์ ปีที่ 19 ฉบับที่ 3 (ก.ย.-ธ.ค. 2541) : 1-46.

ประโยชน์ร่วมกันทั้งสองฝ่ายเมื่อมีการดำเนินนโยบายและมาตรการความร่วมมือดังกล่าว นอกจากนี้ยังพบว่าความร่วมมือในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย-ลาวนั้นเป็นพื้นฐานของการพัฒนาไปสู่ความร่วมมือการท่องเที่ยวในระดับพหุภาคี การมีผลประโยชน์ร่วมกันในด้านการท่องเที่ยวระหว่างไทยกับสปป.ลาวเป็นส่วนหนึ่งที่สนับสนุนผลประโยชน์ร่วมกันในประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง นำไปสู่ความร่วมมือระหว่างประเทศในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 ประเทศ ได้แก่ จีน (มณฑลยูนนาน) เมียนมาร์ ลาว เวียดนาม กัมพูชา และไทยต่อไปในอนาคต

นอกจากนั้นแล้วเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจะเป็นการศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว และการประมาณปริมาณการท่องเที่ยว ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่าย ระยะเวลาที่พัก รวมทั้งการประมาณการรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ งานวิจัยของ **จุฑาพร สุรเชษฐคมสัน**³² (2522) ที่ศึกษาเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบปัญหาการท่องเที่ยวที่ผ่านมาในช่วงปีพ.ศ.2531-2534 ของจังหวัด พร้อมทั้งก็ได้ทำการวิเคราะห์ทางสถิติโดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาคำตอบและประเพณีการล่วงหน้าโดยมีการเจริญเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 15.23 ต่อปี และ **วีรพล วงษ์ประเสริฐ**³³ (2536) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวองค์ประกอบในไทย โดยการศึกษาจากประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของการท่องเที่ยว รวมทั้งสิ้น 13 ประเทศ โดยใช้เครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุเพื่อวัดขนาดผลกระทบจากตัวแปรต่าง ๆ ผลการศึกษาพบว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับอัตราส่วนราคาการค้าโดยสารเครื่องบินของนักท่องเที่ยว รายจ่ายเฉลี่ยหัวคนมีค่าแตกต่างกันตามสัญชาติ สรุปรูปพ.ศ.2535-2540 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามายังประเทศไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นเกือบทุกประเทศยกเว้นประเทศอินเดีย สำหรับงานวิจัยเกี่ยวกับการประมาณปริมาณการท่องเที่ยวได้แก่งานของ **นฤมล สนธิถาวร**³⁴ (2534) ซึ่งศึกษาถึง

³² จุฑาพร สุรเชษฐคมสัน, "การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต" (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522).

³³ วีรพล วงษ์ประเสริฐ, "การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวองค์ประกอบในประเทศไทย", (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536).

³⁴ นฤมล สนธิถาวร. "การประมาณการปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่7"(วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536).

การประมาณปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 เป้าหมายของการศึกษา ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุยในช่วงปีพ.ศ.2535-2539 โดยศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่มสัญชาติ คือนักท่องเที่ยวจากสหรัฐ เดนมาร์ก และเยอรมัน โดยการวิเคราะห์ได้ใช้สมการถดถอยเชิงพหุ เทคนิค Pooling cross-section and time-series data และ shift and share model จากการประมาณปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุยในช่วงแผนฉบับที่ 7 ปรากฏว่าการประมาณการด้วยวิธี shift and share model ประมาณการได้จำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด และใช้วิธีการถดถอยเชิงพหุ คือ Root Mean Square Error Z (RMSE) และ Mean Present Error (MPE) จากการประมาณปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่ได้จากการประมาณด้วยวิธี Pooling มีจำนวนนักท่องเที่ยวในขณะวิธี Shift and Share Model ประมาณการได้จำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด สำหรับงานที่ศึกษาถึงผลของการปรับค่าเงินบาทต่อการท่องเที่ยวได้แก่ งานวิจัยของ บังอรรัตน์ โรจน์วรรณสินธุ์ ลัดดาวัลย์ บุญประกอบ และสุพจน์ จังศิริพรกรณ์³⁵ (2529) เพื่อประเมินขนาดของการเปลี่ยนแปลงค่าเงินบาทต่อการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ และการใช้จ่ายและรายรับของนักท่องเที่ยว โดยใช้สมการเศรษฐมิติเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในช่วงปี 2513-2526 ผลการศึกษาพบว่า เมื่อลดค่าเงินบาทรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่รายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยลดลง รวมทั้งงานวิจัยของ ศรีธญา ศรีรัตน์³⁶ (2534) ที่ศึกษาปัจจัยซึ่งกำหนดพฤติกรรมการใช้จ่าย และระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยได้ศึกษาประเภทลักษณะของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติซึ่งเฉลี่ยตามรายได้มากกว่า US\$ 10,000 ต่อปีต่อคน ผลก็คือถ้ามีการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวก็มีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย และงานวิจัยของ Bechdolt³⁷ (2516) ที่ได้้นำการวิเคราะห์ความต้องการเดินทางของรัฐบาลจากรัฐต่าง ๆ ของสหรัฐอเมริกาไปยังรัฐฮาวาย ในช่วงปี1961-1970 โดยจำลองเป็น 2 แบบ

³⁵ บังอรรัตน์ โรจน์วรรณสินธุ์, ลัดดาวัลย์ บุญประกอบและสุพจน์จังศิริพรกรณ์. "ผลของการปรับค่าเงินบาทต่อการท่องเที่ยว", *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว* 5 (มกราคม 2529): 34-49.

³⁶ ศรีธญา ศรีรัตน์. "การศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ". (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534).

³⁷ B.V. Bechdolt, "Cross-Sectional Travel Demand Function: US Visitors of Hawaii, 1961-1970", *The Quarterly Review of Economics and Business*. Vol.13, Part 4, Winter 1973, pp.37-44.

คือ Total Demand และ Per Capital Demand ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการเดินทางไปรัฐสหาย ได้แก่ รายได้ส่วนบุคคล รายได้ต่อหัว และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

โดยเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องส่วนใหญ่จะเป็นการศึกษาเฉพาะประเทศไทย เท่านั้น มีเพียงงานวิจัยไม่กี่ชิ้นเท่านั้นที่ทำการศึกษาประเทศสปป.ลาวโดยตรง หรือมีความสัมพันธ์กัน ได้แก่ การศึกษาถึงปัจจัยกำหนดการเดินทางเข้าสู่สปป.ลาวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ของ **Bang-ornrat Rojwannasin**³⁸ (2525) ที่แบ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็น 7 กลุ่ม คือ จากอเมริกาเหนือ ยุโรป ออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น อาเซียน ตะวันออกกลาง และอื่น โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาปีพ.ศ.2506-2523 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ทำให้การเดินทางเข้าสู่สปป.ลาว เปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน ต้นทุนการขนส่ง และความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง และการศึกษาเรื่องการประมาณการรายได้ของนักท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อต้องการทราบการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศหลัก ๆ และรายได้จากการท่องเที่ยวของสปป.ลาว ของ **สุจินต์พร จินตนา**³⁹ (2538) โดยใช้ข้อมูลและตัวแปรที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาช่วงปีพ.ศ.2528-2537 เพื่อศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวของ 4 ประเทศ ได้แก่ เยอรมัน อังกฤษ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย ผลก็คือ ปัจจัยที่มีการเปลี่ยนแปลงเพราะว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราเปรียบเทียบกับอัตราค่าเดินทางเศรษฐกิจของประเทศนักท่องเที่ยวเช่น เยอรมัน อังกฤษ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³⁸ Bang-ornrat Rojwannasin, "Determinants of International Tourist Flows to Thailand", (Master of Economics, Faculty of Economics, Thammasat University, 1982).

³⁹ สุจินต์พร จินตนา "การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย", (ปริญญาณิพนธ์สาขาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2538).

บทที่ 3

แนวการวิเคราะห์

ในการศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของสปป.ลาว ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้น สามารถแบ่งขั้นตอนการดำเนินการออกเป็น 2 ส่วนคือ

- 3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) ได้จากการสำรวจประชากรเป้าหมาย ซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาสปป.ลาว ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ได้มีการจัดทำขึ้นในกำแพงนครเวียงจันทน์ เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในสปป.ลาว โดยสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ณ สนามบินกำแพงนครเวียงจันทน์ ร้านอาหาร ดำเนินการตรวจคนเข้าเมืองทั้งฝั่งไทยและสปป.ลาว ระหว่างพ.ย.2545-ธ.ค. 2546 ซึ่งมีลักษณะข้อมูลที่ใช้เก็บแบบสอบถามเป็นแนวคำถามย่อย ดังนี้

- ข้อมูลด้านภูมิหลังทางเศรษฐกิจสังคมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้แก่ สัญชาติ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ เป็นต้น
- ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ ลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทาง ประสบการณ์ในการเดินทาง เป็นต้น

ในการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมินั้น จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวมีจำนวนมากในแต่ละปี ทำให้ผู้วิจัยไม่สามารถทำการเก็บข้อมูลด้วยการแจกจ่ายแบบสอบถามทั้งหมดได้ ภายใต้งบประมาณและงบประมาณ จึงใช้เทคนิคทางสถิติเข้าช่วยในการเลือกตัวอย่างเพียงบางรายมาทำการศึกษา ซึ่งในการเลือกสิ่งตัวอย่างเพื่อการสำรวจโดยทั่ว ๆ ไปถึงแม้จะมีหลักการเลือกแบบทราบค่าความน่าจะเป็น โดยจะพิจารณาจากการจัดอันดับจำนวน

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีการเดินทางเยือนสปป.ลาวมากที่สุด 10 ชาติแรก จากรายงานการท่องเที่ยวของสปป.ลาว ปีพ.ศ.2543 โดยไม่พิจารณานักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเดียวกัน

จากตารางที่ 3.1 และ 3.2 จะเห็นได้ว่า กลุ่มประชากรที่เหมาะสม และถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายหลักที่มีศักยภาพในการเดินทางเยือนสปป.ลาวมากที่สุด ในการเลือกศึกษาครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 5 สัญชาติ อันประกอบด้วยนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เยอรมัน และแคนาดา จำนวน 384 ตัวอย่าง เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรชาวต่างประเทศ ซึ่งสามารถแยกสัดส่วนตัวอย่างตามขนาดของกลุ่มประชากรย่อย โดยใช้เกณฑ์ของสัดส่วนตามขนาดของประชากรที่เรียกว่า PPS (Probability proportional to size) ได้ดังต่อไปนี้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาที่เดินทางเข้ามาในอนุภาคในปี 2542 คิดเป็นร้อยละ 39.78 ของนักท่องเที่ยวตัวอย่างทั้งหมดเป็นจำนวน 154 ตัวอย่าง นักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส 82 ตัวอย่าง หรือร้อยละ 21.29 ของนักท่องเที่ยวตัวอย่างทั้งหมด ส่วนร้อยละ 15.12 ของนักท่องเที่ยวจากอังกฤษ คิดเป็น 58 ตัวอย่าง และร้อยละ 12.61, 11.20 ของนักท่องเที่ยวตัวอย่างทั้งหมดเป็นของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเยอรมัน และแคนาดา คิดเป็นจำนวนตัวอย่างทั้งหมด 49 และ 43 ตัวอย่าง ตามลำดับ การเลือกสิ่งตัวอย่างแบบโควต้าเป็นส่วนเดียวเกี่ยวกับกลุ่มย่อยของประชากรชุดนั้น ย่อมถือได้ว่าเป็นสิ่งตัวอย่างนั้นสามารถสะท้อนถึงลักษณะความเป็นตัวแทนที่ดีของสมาชิกในประชากรชุดนั้น อย่างไรก็ตามการเลือกสิ่งตัวอย่างแบบโควต้ามิใช่การเลือกเชิงสุ่ม (Non-random Sampling) จึงอาจทำให้ค่าที่ประมาณได้เกิดความเอนเอียงไปบ้าง

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้แก่ ข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นทั้งในอดีต และปัจจุบันที่เกี่ยวข้องทางการท่องเที่ยวในสปป.ลาว ด้านตัวเลขสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระดับราคา ห้องพักโรงแรม แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ตลอดจนความคิดเห็นต่าง ๆ ต่อสถานภาพทางการท่องเที่ยวภายในกลุ่ม โดยได้จากการท่องเที่ยวของสปป.ลาว

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้จะแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ส่วนดังนี้

3.2.1 สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยวของสปป.ลาวในปัจจุบัน

การวิเคราะห์ในส่วนนี้จะเป็นการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์สถานการณ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาถึง

ศักยภาพในการท่องเที่ยวต่อไปในอนาคต

3.2.2 ลักษณะทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในสปป.ลาวกับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

เป็นการแสดงผลข้อมูลที่ได้จากการสำรวจพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศจำนวน 384 คน โดยจะแสดงความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยวได้แก่ ภูมิฐานะ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ การศึกษา ความสนใจ ผู้ร่วมเดินทาง และสื่อที่ได้รับ กับพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในรูปแบบความสัมพันธ์ของตาราง

3.2.3 แบบจำลองที่ใช้ในการประมาณค่า

แบบจำลองแบบจำลองมัลติโนเมียลโลจิท (Multinomial Logit Model) ได้พัฒนาขึ้นมาจากแนวคิดของค่า Utility ดังนั้นเมื่อบุคคลต้องเผชิญกับ J ทางเลือก, สมมติว่า Utility ทางเลือก j สามารถแสดงด้วยสมการ

$$U_{ij} = \beta' Z_{ij} + \varepsilon_{ij} \quad (3-1)$$

โดยที่ Z_{ij} คือ Representative Utility ของทางเลือก j

ε_{ij} คือ Random Utility ของทางเลือก j

ถ้าบุคคลเลือกทางเลือก j, โดยมีสมมติฐานว่า U_{ij} คือ ทางเลือกที่ให้ Utility สูงสุดมากกว่า Utility ของทางเลือกอื่น ๆ จาก J ทางเลือก เมื่อนำเอาทฤษฎีความน่าจะเป็นเข้ามาช่วยในการอธิบายถึงโอกาสความน่าจะเป็นที่ผู้ตัดสินใจจะเลือกทางเลือก j จะได้ว่า

$$\text{Prob} (U_{ij} > U_{ik}) \quad \text{for all other } k \neq j \quad (3-2)$$

นอกจากนี้ค่าตลาดเคลื่อนของทางเลือกต่าง ๆ (J disturbances) จะมีการกระจายแบบ Logistical distribution หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ มีความเป็นอิสระต่อกัน และมีการกระจายแบบ Weibull ที่เหมือนกัน (Independently and identically distributed with Weibull distribution) ซึ่งจะมี Commulative Distribution Function: CDF เป็น

$$F(\varepsilon_{ij}) = \exp(-e^{-\varepsilon_{ij}}) \quad (3-3)$$

จะได้สมการ Multinomial Logit Model ดังนี้

$$\text{Prob} (Y_i = j) = \frac{e^{\beta' X_i}}{\sum_{k=0}^j \beta' X_i} \quad (3-4)$$

สามารถเขียนในรูป The Likelihood Function ได้ดังนี้

$$\ln L = \sum_{i=1}^n \sum_{j=0}^j d_{ij} \ln \text{Prob}(Y_i = j)$$

เมื่อ

$$d_{ij} = 1 \text{ ถ้านักท่องเที่ยว } i \text{ เลือกทางเลือก } j$$

$$d_{ij} = 0 \text{ ถ้านักท่องเที่ยว } i \text{ ไม่เลือกทางเลือก } j$$

เมื่อได้ค่าประมาณสัมประสิทธิ์ (β) แล้ว สามารถประมาณค่าความน่าจะเป็นของการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ โดยการนำปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการกำหนดความต้องการเดินทางท่องเที่ยวมาเข้ารูปแบบสมการตามข้างล่าง

แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวในสปป.ลาว สามารถเขียนในรูปสมการทั่วไปได้ว่า

$$D_{ij} = \ln \left[\frac{P_{ij}}{P_{i0}} \right] = \beta_{0j} + \beta_{1j} \text{Sex}_{ij} + \beta_{2j} \text{Group} + \beta_{3j} \text{OCC0}_{ij} + \beta_{4j} \text{OCC1}_{ij} + \\ \beta_{5j} \text{OCC2}_{ij} + \beta_{6j} \text{OCC3}_{ij} + \beta_{7j} \text{OCC4}_{ij} + \beta_{8j} \text{OCC5}_{ij} + \\ \beta_{9j} \text{OCC6}_{ij} + \beta_{10j} \text{OCC7}_{ij} + \beta_{11j} \text{P0}_{ij} + \beta_{12j} \text{P1}_{ij} + \beta_{13j} \text{P2}_{ij} + \\ \beta_{14j} \text{P3}_{ij} + \beta_{15j} \text{PR0}_{ij} + \beta_{16j} \text{PR1}_{ij} + \beta_{17j} \text{PR2}_{ij} + \\ \beta_{18j} \text{PR3}_{ij} + E_i \dots$$

กรณี $j=1$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะหลวงพระบาง

$j=2$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะจำปาศักดิ์

$j=3$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะเวียงจันทน์

$j=4$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะเชียงขวาง

$j=0$ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะสุวรรณเขต (ถือว่าเป็นกลุ่มอ้างอิง)

อย่างไรก็ตาม ตัวแปรต่าง ๆ ที่จะใส่ไปทางขวามือนั้นจะต้องได้รับการทดสอบความเป็นอิสระต่อกันเสียก่อน ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ เพื่อเป็นการคัดเลือกว่าสมควรหรือไม่ที่จะเลือกตัวแปรต่าง ๆ ไปเป็นตัวอธิบายตัวแปรตาม

ธุรกิจ

OC_{ij} คือ อาชีพของนักท่องเที่ยว

$OCO_{ij} = 1$ ถ้าตัวอย่างประกอบอาชีพนักวิชาชีพ-ผู้เชี่ยวชาญ/ข้าราชการ และนัก

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$OCO1_{ij} = 1$ ถ้าตัวอย่างประกอบอาชีพพนักงาน-ลูกจ้าง/เกษตรกร

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$OCO2_{ij} = 1$ ถ้าตัวอย่างประกอบอาชีพนักเรียน นักศึกษา

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้กลุ่มอาชีพอื่น ๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง)

PT_{ij} คือรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว

$= 1$ ถ้าตัวอย่างเดินทางด้วยตนเอง

$= 0$ ถ้าตัวอย่างเดินทางกับบริษัทจัดทัวร์

GP_{ij} คือ ลักษณะกลุ่มร่วมเดินทางของนักท่องเที่ยว

$GPO_{ij} = 1$ ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$GP1_{ij} = 1$ ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มสามมิตร

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$GP2_{ij} = 1$ ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มครอบครัวและญาติ

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$GP3_{ij} = 1$ ถ้าตัวอย่างเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อน

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้กลุ่มการเดินทางอื่น ๆ ... เป็นกลุ่มอ้างอิง)

NP_{ij} คือ จำนวนผู้ร่วมเดินทางเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ มีหน่วยเป็นคน

ET_{ij} คือ ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองไทยของนักท่องเที่ยว

$= 1$ ถ้าตัวอย่างเคยเดินทางมาประเทศไทย

$= 0$ ถ้าตัวอย่างไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย

$PR0_{ij}$ คือ การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภูมิภาค

$= 1$ ถ้าตัวอย่างรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยว

= 0 ถ้าตัวอย่างไม่รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยว
 RP_{ij} คือ ระดับราคาโรงแรมโดยเปรียบเทียบเป็นตัวแปรเชิงปริมาณ

การคาดคะเนความสัมพันธ์ของตัวแปร

แบบจำลองปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของการเดินทางในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

$$D_{ij} = f(E_{ij}, \delta(x_{ij}, \text{Group}, \text{OCC}_{ij}, P_{ij}, \text{PR}_{ij}))$$

สามารถแสดงรายละเอียดความหมายของตัวแปรได้ดังนี้

1. ระดับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (E_{ij})

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์มักจะกล่าวว่าการบริโภคเป็นฟังก์ชันขึ้นกับรายได้ของผู้บริโภค และการท่องเที่ยวก็ถือว่าการบริโภคชนิดหนึ่ง เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้มากขึ้นก็จะมีความสามารถในการบริโภค และใช้บริการการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งในกรณีจากการเก็บข้อมูลพบว่าข้อมูลทางรายได้นักท่องเที่ยวไม่ค่อยเปิดเผยตามความเป็นจริง จึงได้สอบถามรายได้โดยใช้ระดับค่าใช้จ่ายแทนภายใต้สมมติฐานที่ว่า รายได้และรายจ่ายมีความสัมพันธ์ค่อนข้างมาก (รายจ่ายของรัฐบาลเปลี่ยนแปลงย่อมส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว) ดังนั้นรายจ่ายน่าจะ มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในทางบวก

ในการศึกษาครั้งนี้ได้แบ่งรายจ่ายออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่

- รายจ่ายที่น้อยกว่า 100 US\$ ต่อวัน
- รายจ่ายที่อยู่ระหว่าง 100-300 US\$ ต่อวัน
- รายจ่ายที่อยู่ระหว่าง 300 US\$ ต่อวัน

2. เพศ (SEX)

ทั้งชายและหญิงนั้นสามารถประกอบอาชีพและมีรายได้เป็นของตนเอง จึงเป็นผู้ที่มีสิทธิตัดสินใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ และเนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ถูกจัดเป็นสินค้าและบริการที่จำเป็น โดยตัวสินค้าจะปรากฏอยู่ในรูปของความรู้สึก ความพึงพอใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถหาได้จากสินค้าชนิดอื่น ดังนั้นเขาอาจตัดสินใจบริโภคในปัจจุบัน หรือชะลอการบริโภค

ไปในอนาคตก็ได้ จากเหตุผลดังกล่าวจะเห็นได้ว่าความแตกต่างระหว่างเพศอาจเป็นตัวกำหนดความต้องการท่องเที่ยวลักษณะต่าง ๆ ในอนุภูมิภาคได้ทั้งทางบกและทางลพ

3. สัญชาติของนักท่องเที่ยว (NA)

สัญชาติ หรือถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอาจเป็นตัวแปรหนึ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปได้ทั้งในทางบกและทางลพ ทั้งนี้อาจสืบเนื่องมาจากระยะทางในการเดินทาง หรือแม้กระทั่งสภาพภูมิประเทศ ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมที่มีความต่างกันส่งผลให้เกิดความต้องการที่จะแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกันออกไป

ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งสัญชาติของนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่มได้แก่

- สัญชาติสหรัฐอเมริกา
- สัญชาติสหราชอาณาจักร
- สัญชาติเยอรมนี
- สัญชาติฝรั่งเศส
- สัญชาติแคนาดา

4. ประเภทของนักท่องเที่ยว (GROUP)

รูปแบบของนักท่องเที่ยวย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นไปได้ทั้งทางบกและลพ อาจเนื่องมาจากความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว ความพร้อมของสถานที่ ที่บริษัททัวร์ได้จัดไว้ให้

ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งรูปแบบการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทได้แก่

- การมาเป็นแบบบริษัททัวร์
- การมาเป็นแบบกลุ่มย่อย

5. อาชีพของนักท่องเที่ยว (OC)

อาชีพที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวจะมีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ทำให้ความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันไป สืบเนื่องมาจากรายได้ และเวลาว่างที่ต่างกันของบุคคลในแต่ละอาชีพ ซึ่งจะส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคได้ทั้งในทางบกและทางลพ ในการศึกษานี้ได้แบ่งอาชีพออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่

- ราชการ
- อาชีพอิสระ

- นักธุรกิจ
- นักบริหาร

6. รูปแบบการเดินทาง (P)

นักท่องเที่ยวแต่ละคนจะมีรูปแบบการเดินทางที่แตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับ การตัดสินใจส่วนบุคคล ซึ่งจะส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคได้ทั้งในทางบวกและทางลบ อาทิ นักท่องเที่ยวบางคนอาจจะชอบความเป็นส่วนตัว รักอิสระในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าข้อจำกัดในเรื่องของกำหนดระยะเวลา ทำให้เขาตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าการเดินทางกับบริษัทจัดทัวร์

7. การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาค (PRO)

การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภาคน้ำใจอาจส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแตกต่างกันไปตามการรับรู้ของนักท่องเที่ยวแต่ละคน โดยมีสมมติฐานว่าการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงน่าจะเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลักษณะต่าง ๆ ได้ทั้งในทางบวกและทางลบ

3.2.4 การประมาณค่าพารามิเตอร์ของแบบจำลอง

ในการประมาณค่าสมการแบบจำลองจะอาศัยวิธีการจะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum-Likelihood Estimation: MLE) ในการประมาณค่าพารามิเตอร์ (β) ของสมการ Multinomial Logit⁴⁰ เนื่องจากสามารถให้ค่าประมาณของความน่าจะเป็นอยู่ในช่วง (0,1) และสามารถแก้ปัญหาความแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroskedasticity) ได้ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

จากสมการที่ (3-4)

$$\text{Prob}(Y_i=j) = \frac{e^{\beta'_j X_i}}{\sum_{k=0}^j \beta'_k X_i}$$

⁴⁰ ดูรายละเอียดใน / William H. Greene, **Econometric Analysis** (New Jersey: prentice-Hall, 2000), pp.859-865.

สำหรับ $j = 0, 1$ และ 2

ในการประมาณค่าอยู่ในรูป the long-odds ratio

$$\ln \left[\frac{P_{ij}}{P_{i0}} \right] = \beta'_j X_i \quad (3-5)$$

หรือ

$$\ln \left[\frac{P_{ij}}{P_{i0}} \right] = X'_i (\beta_j \beta_i) \quad (3-6)$$

การประมาณค่าในรูปของ the log-odds ratio, P_j/P_k จะไม่ขึ้นกับทางเลือกอื่น ซึ่ง
 เป็นไปตามคุณสมบัติ Independent from Irrelevant Alternatives Property ที่เกิดขึ้น จากการสมมติ
 ให้ค่า Random Utility ของทางเลือกต่าง ๆ มีการกระจายแบบ Weibull ที่เหมือนกัน และเป็นอิสระ
 ต่อกัน ซึ่งคุณสมบัติข้อนี้ของแบบจำลองจะทำให้ค่าอัตราส่วนของความน่าจะเป็นในการเลือก
 ทางเลือก 2 ทางเลือกใด ๆ ไม่ถูกรบกวนกระทบเหมือนจากค่า Representative Utility ของทางเลือกอื่น

สถาบันวิทยบริการ
 จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์พฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในสปป.ลาว เราได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วนคือ

4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในสปป.ลาว และลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว

4.2 ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ แล้วนำปัจจัยที่ส่งผลดังกล่าวมาใช้ในแบบจำลอง Multinomial Logit

4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในสปป.ลาว และลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว

หลังการประชุมใหญ่สมัชชาปฏิวัติประชาชนลาวครั้งที่ 4 เมื่อพ.ศ.2529 รัฐบาลสปป.ลาวได้มีการทบทวนและปรับปรุงแนวนโยบายเศรษฐกิจ ประกาศใช้ "นโยบายจินตนาการใหม่" (New Thinking) ต่อเนื่องด้วยมาตรการเสริมสร้างกลไกรัฐ เพื่อการดำเนินนโยบายเศรษฐกิจ (Newly Economic Mechanism) ในปี 2534 การปฏิรูปเศรษฐกิจใหม่เป็นการเปิดกว้างในการพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้กลไกตลาดเป็นตัวกระตุ้นอนุญาตให้เอกชนมีส่วนร่วมในการผลิต สามารถเป็นเจ้าของและเปิดดำเนินกิจการต่าง ๆ จำหน่ายสินค้าและบริการให้มากที่สุด ปรับปรุงคุณภาพของผู้บริหารและข้าราชการลาวให้มีประสิทธิภาพในการทำงาน ขยายกิจการรัฐวิสาหกิจที่ขาดทุนแก่เอกชน สร้างสถานะแวดล้อมในการดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติมากขึ้น และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านในการพัฒนาเศรษฐกิจ ทั้งระดับทวิภาคีและพหุภาคี

นักท่องเที่ยว หรือบุคคลต่างชาติที่เดินทางเข้าไปในสปป.ลาว ในอดีตที่ผ่านมาจะต้องติดต่อผ่านบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้รับรองและจัดการการเดินทางให้ หรือต้องติดต่อหน่วยงานต่าง ๆ ต้องมีญาติ หรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานมารับรอง ปัจจุบันระเบียบปฏิบัติดังกล่าวได้ถูกยกเลิกไปเมื่อเดือนมีนาคม 2541 นักท่องเที่ยวหรือบุคคลต่างชาติสามารถเดินทางเข้ามาในสปป.ลาว โดยลำพัง ไม่ต้องมีบุคคลค้ำประกัน เนื่องจากผู้นำสปป.ลาว ให้ความเห็นว่า การต้องมีบุคคลค้ำประกัน หรือ

ใช้บริการจากบริษัทนำเที่ยวเท่านั้น รายได้จากการท่องเที่ยวไม่ได้กระจายไปสู่ประชาชนในท้องถิ่น รายได้ส่วนใหญ่จะตกถึงมือกลุ่มบุคคลเพียงไม่กี่ราย เช่น บริษัทท่องเที่ยว โรงแรม ถ้าเปรียบเทียบระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับบริษัทท่องเที่ยว กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยไม่ผ่านบริษัทท่องเที่ยวแล้ว จะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับบริษัทท่องเที่ยวต่อหัวจะสูงมาก ในระยะยาวจะส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในสปป.ลาว (ตัวอย่างเช่น ถ้าเดินทางไปหลวงพระบาง 3 วัน 2 คืน ถ้าเดินทาง 2 คน บริษัทท่องเที่ยวจะคิดค่าใช้จ่าย คนละ 700 เหรียญสหรัฐฯ คิดเป็นเงินไทย 25,200 บาท (คิดอัตราแลกเปลี่ยน 1 เหรียญสหรัฐฯ ต่อ 36 บาท) จากการสำรวจของนักวิจัยถ้าเดินทางไปหลวงพระบางโดยไม่ผ่านบริษัทท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางเองและท่องเที่ยวในระดับมาตรฐานจะใช้จ่ายคนละประมาณ 12,000 บาท โดยมีค่าใช้จ่ายดังนี้ ค่ารถเฉลี่ย 2,500 บาท ค่าจ้างมัคคุเทศก์เฉลี่ย 3 วัน 800 บาท ค่าเครื่องบิน 3,960 บาท (ค่าที่พัก 2 คืน) 2,500 บาท ค่าอาหาร 2,000 บาท และจะส่งผลกระทบต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวในสปป.ลาว⁴¹

ดังจะเห็นได้ว่า หลังจากมีนาคม 2541 ไปแล้ว การเดินทางท่องเที่ยวไปสปป.ลาวค่อนข้างอิสระกว่าเดิม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีราคาถูกลงมาก รวมทั้งมีความสะดวกรวดเร็วขึ้น ทั้งนี้เพราะค่าบริการนำเที่ยวจะรวมค่าใช้จ่ายด้านการตลาดที่บริษัทคู่สัญญาในต่างประเทศของบริษัทท่องเที่ยวในสปป.ลาวจะคิดเพิ่มในอัตราร้อยละ 10-15 ของราคาค่าบริการนำเที่ยวในแต่ละรายการ

ความร่วมมือระหว่างไทย-ลาวด้านการอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าประเทศ

ไทย-ลาวลงนามในแถลงการณ์ร่วมเปิดสถานกงสุลใหญ่อย่างเป็นทางการที่สะพานนะเขตและขอนแก่น และได้มีพิธีเปิดสถานกงสุลใหญ่สะพานนะเขตอย่างเป็นทางการเมื่อ 30 พ.ค. 2539 และฝ่ายสปป.ลาวเปิดสถานกงสุลใหญ่ที่จังหวัดขอนแก่นเมื่อ 7 มิถุนายน 2539 สถานกงสุลใหญ่ของสปป.ลาวนี้ได้เริ่มให้บริการตั้งแต่กลางเดือนมิถุนายน 2539 การจัดตั้งสถานกงสุลใหญ่ของลาวที่ขอนแก่นก็เพื่อให้ชาวไทยในต่างจังหวัด โดยเฉพาะในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสะดวกในการขอวีซ่ามากขึ้น และจะมีอำนาจในการคุ้มครองคนลาวครอบคลุม 19 จังหวัด

⁴¹ จากคำสัมภาษณ์ ท่านสะถาพอน ผาลิจัน (Sathaporn Phalijan) อดีตผู้ช่วยปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ลาออกจากราชการมาเป็นผู้จัดการโรงแรมจำปาสักพาสได้ 1 ปี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2541 เวลา 19.00 น. ณ โรงแรมจำปาสักพาส

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีนายกแก้ว สะวันนะพุม เป็นกงสุลใหญ่คนแรก ส่วนสถานกงสุลใหญ่ไทย ณ แขวงสะหวันนะเขตจะครอบคลุม 6 แขวงของลาว คือ สะหวันนะเขต คำม่วน จำปาสัก เซกอง อັดตะปือ และสาละวัน มีนางเพ็ญโฉม อินเจริญศักดิ์ เป็นกงสุลใหญ่คนแรก สะหวันนะเขตเป็นทางผ่านของถนนหมายเลข 9 ที่จะเชื่อมระหว่างไทย-ลาวถึงเวียตนาม ซึ่งเป็นเส้นทางสำคัญสามารถเชื่อมเขตเศรษฐกิจและด้านการท่องเที่ยวของทั้ง 3 ประเทศ ส่วนขอนแก่น เป็นเมืองศูนย์กลางการค้า เศรษฐกิจและวัฒนธรรมของภาคอีสาน มีสถานกงสุลของเวียตนามมาเปิดแล้ว การเปิดสถานกงสุลของไทยที่สะหวันนะเขตจะเพิ่มความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยว และคนไทยในลาวที่ต้องการเดินทางไปเวียตนามและคนเวียตนามที่อยู่ในลาวที่ต้องการเดินทางมาไทย รวมทั้งคนงานไทยที่ต้องการจะกลับมาไทย จากเดิมที่ต้องไปขอวีซ่าจากสถานทูตที่เวียงจันทน์ ซึ่งต้องเดินทางไกล⁴²

นอกจากนี้ไทยยังมีโครงการที่จะเปิดสถานกงสุลใหญ่ในลาวที่หลวงพระบางต่อไป เนื่องจากโครงการสนามบินหลวงพระบางมีกำหนดใกล้แล้วเสร็จ โดยลาวขอเปิดสถานกงสุลใหญ่ในไทยเพิ่มขึ้นอีกที่จังหวัดเชียงใหม่ โดยคาดว่าจะอยู่บริเวณสันกำแพง ใกล้กับสนามบินเชียงใหม่

เงื่อนไขที่ผู้ถือหนังสือผ่านแดนต้องปฏิบัติคือ

1. ผู้ถือหนังสือผ่านแดนหรือหนังสือผ่านแดนชั่วคราว จะต้องเดินทางเข้าไปหรือออกจากประเทศของอีกฝ่ายหนึ่ง ณ จุดผ่านแดนเดียวกัน ตามจุดที่กำหนดไว้เท่านั้น การกำหนดจุดผ่านแดนที่อนุญาตมี 13 จุด

- ด้านปากแซง กิ่งอำเภอนาดาล จังหวัดอุบลราชธานี ตรงกันกับ ด้านปากตะพาน เมืองละคอนเพ็ฐ แขวงสาละวัน
- ด้านช่องเม็ก อำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี ตรงกันกับ ด้านบ้านวังเต่า แขวงจำปาสัก
- ด้านอำเภอเมือง จังหวัดมุกดาหาร ตรงกันกับ ด้านคันทะบุลี แขวงคำม่วน
- ด้านอำเภอเมือง จังหวัดนครพนม ตรงกันกับ ด้านท่าแขก แขวงคำม่วน
- ด้านบ้านเหล่าจอมมณี อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ตรงกันกับ ด้านดงพสุติ เมืองหาดทรายฟอง กำแพงนครเวียงจันทน์
- ด้านท่าเสาดี อำเภอเมือง จังหวัดหนองคาย ตรงกันกับ ด้านท่าเดื่อ กำแพงนครเวียงจันทน์
- ด้านบึงกาฬ จังหวัดหนองคาย ตรงกันกับด้านเมืองปากซัน แขวงบอลิคำไซ

⁴² ข้อมูลจากสถานกงสุลใหญ่สะหวันนะเขต สปป.ลาว

- ด่านปากห้วย ตำบลหนองฝือ อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย ตรงกันกับด่านเมืองแก่นท้าว แขวงไชยบุรี
- ด่านอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ตรงกันกับด่านบ้านวัง เมืองชะนะคาม แขวงเวียงจันทน์

2. ผู้ที่เดินทางเข้าไปในประเทศของอีกฝ่ายหนึ่ง เมื่อเดินทางกลับจะต้องนำหนังสือผ่านแดนไปแสดงต่อพนักงานเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองเพื่อบันทึกหลักฐานการเข้า-ออกไว้ การเดินทางเข้าไปในชายแดนของอีกฝ่ายหนึ่งต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย ระเบียบ และข้อบังคับของประเทศนั้น⁴³

ข้อสังเกตจากผู้วิจัย การใช้หนังสือผ่านแดนค่อนข้างสะดวก รวดเร็วและประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก การทำหนังสือผ่านแดนชั่วคราวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้น ยื่นความจำนงกรอกแบบฟอร์ม ใช้สำเนาบัตรประจำตัวประชาชนเท่านั้น ก็สามารถทำหนังสือผ่านแดน และขอรับได้ทันที บางจังหวัดจัดคนไปให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่ด่านตรวจคนเข้าเมือง เช่น จังหวัดนครพนม บางจังหวัดทำบัตรผ่านแดนนอกเวลาในช่วงเวลาเที่ยงวันด้วย โดยคิดค่าบริการเพิ่มอีก 10 บาท จึงนับว่าค่อนข้างอำนวยความสะดวกกับนักท่องเที่ยว ทั้งไทยและลาวมากขึ้น

3. รัฐบาลสปป.ลาว ได้ประกาศอนุญาตให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปในสปป.ลาวได้โดยไม่ต้องกำประกัน เมื่อเดือนมีนาคม 2541 เป็นผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในสปป.ลาวได้โดยอิสระไม่ต้องผ่านบริษัทท่องเที่ยว⁴⁴ รวมทั้งลดค่าใช้จ่ายเดิมที่กำหนดไว้ค่อนข้างสูงสำหรับผู้เดินทางไปท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละด่านจะเก็บค่าธรรมเนียมไม่เท่ากัน แต่ปัจจุบันไม่ว่าจะเดินทางเข้าสปป.ลาวด้วยวัตถุประสงค์ใด จะเสียค่าธรรมเนียมเท่ากัน แต่อัตราค่าธรรมเนียมต่าง ๆ ในแต่ละด่านก็ยังไม่เท่ากัน ด่านอุบลราชธานี-ปากเซ เสียค่าธรรมเนียม 120 บาท ด่านมุกดาหาร-สะหวันนะเขต เสียค่าธรรมเนียม 90 บาท ด่านนครพนม-ท่าแขก เสียค่าธรรมเนียม 87 บาท

⁴³ สรุปความตกลงว่าด้วยการเดินทางข้ามแดนระหว่างไทยและรัฐบาลแห่งสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (20 มิถุนายน 2540) ข้อมูลจากสถานเอกอัครราชทูตไทยในเวียงจันทน์

⁴⁴ ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเวียงจันทน์ และจากการสังเกตการณ์การเดินทางข้ามแดนไทย-ลาว ของนักวิจัยในแขวงเวียงจันทน์ สะหวันนะเขต ท่าแขก (คำม่วน) และแขวงจำปาสัก

4. ทางสปป.ลาวประกาศแจ้งการเปลี่ยนแปลงเวลาการทำงานทางราชการของสปป.ลาว ซึ่งได้เริ่มปฏิบัติในทุกแขวงของสปป.ลาวตั้งแต่วันที่ 1 มีนาคม 2541 เป็นต้นไป โดยทำงานอาทิตย์ละ 5 วัน ตั้งแต่วันจันทร์ถึงวันศุกร์แต่ละวันทำงานตลอด 8 ชั่วโมง เริ่มตั้งแต่ 8.00-16.00 น. หยุดพักทานข้าวกลางวันหนึ่งชั่วโมงตั้งแต่ 12.00-13.00 น.⁴⁵

5. สปป.ลาวได้ดำเนินการปรับปรุงสนามบินนานาชาติเวียงจันทน์ และสร้างสนามบินใหม่ โดยความช่วยเหลือทางการเงินของรัฐบาลญี่ปุ่น 20 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ส่วนสนามบินหลวงพระบาง ได้รับการปรับปรุงให้ได้ระดับมาตรฐานสากลโดยความช่วยเหลือของรัฐบาลไทย ซึ่งจะสามารถรับนักท่องเที่ยวเข้ามาจากเชียงใหม่ ฮานอย จีนตอนใต้ และเมียนมาร์ได้

ในสปป.ลาวมีสนามบินที่ใช้การได้ 9 แห่ง มีสนามบินนานาชาติ (วัดไต) 1 แห่ง ที่นครเวียงจันทน์ นอกนั้นกระจายอยู่ในเมืองสำคัญ เช่น แขวงหลวงพระบาง สะหวันนะเขต จำปาสัก และอุดมไซ

ความสัมพันธ์ต่างประเทศของสปป.ลาว กับการมาท่องเที่ยวในสปป.ลาวของประเทศเพื่อนบ้าน

การเปิดประเทศขยายความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้าน และมีความสัมพันธ์ที่ดีกับประเทศเพื่อนบ้านนำไปสู่ความร่วมมือในการพัฒนาเศรษฐกิจทั้งด้านการค้า การลงทุน การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ การพัฒนาการท่องเที่ยว รวมทั้งการเดินทางไปท่องเที่ยวในสปป.ลาวของประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ไทย จีน เวียดนาม เมียนมาร์ และอื่น ๆ และประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคนี้ก็เป็นตลาดที่มีความสำคัญต่อสปป.ลาว ในปี 2540 มีนักท่องเที่ยวจากไทย จีน เวียดนาม เดินทางเข้าไปในสปป.ลาวรวม 364,309 คน สามารถทำรายได้ให้กับสปป.ลาวถึง 32,416,211 เหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 3) เฉพาะด้านการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ให้กับสปป.ลาวเป็นอันดับ 3 ของประเทศ มีมูลค่าถึง 73,276,904 เหรียญสหรัฐฯ ในปี 2540

สปป.ลาวกับไทยมีความสัมพันธ์ทางเชื้อสายและเป็นเครือญาติใกล้ชิดกันมากกว่าประเทศเพื่อนบ้านอื่น มีความคล้ายคลึงกันทางภาษา ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม และเป็นประเทศเดียวในประเทศเพื่อนบ้านที่สามารถเจรจากันเข้าใจได้ โดยต่างฝ่ายใช้ภาษาของตนเอง ไทยกับสปป.ลาวมีพรมแดนติดต่อกันตลอดแนวยาวถึง 1,750 กิโลเมตร และที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คนไทยส่วนใหญ่มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว (จากตารางที่ 4) ในปี 2539-2540 ประเทศไทยเป็นตลาดด้านการท่องเที่ยวของสปป.ลาวอันดับ 1 ของตลาดหลัก 10 อันดับของ

⁴⁵ ข้อมูลจากสถานกงสุลใหญ่สะหวันนะเขต สปป.ลาว

สปป.ลาว มีนักท่องเที่ยวไทยไปสปป.ลาวในปี 2539 จำนวน 227,634 คน และในปี 2540 จำนวน 261,826 คน นับเป็นส่วนแบ่งของตลาดร้อยละ 80.09 และจาก (ตารางที่ 3) ในปี 2540 ได้จำแนกนักท่องเที่ยวจากประเทศ และนักท่องเที่ยวในภูมิภาคซึ่งมีไทย จีน เวียดนาม เมียนมาร์ นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยเดินทางไปสปป.ลาวมากที่สุด เดินทางโดยใช้บัตรผ่านแดน (Border Pass) 216,207 คน เดินทางด้วยเอกสารผ่านแดน (Passport) 45,619 คน รวมทั้งสิ้น 261,826 คน ทำรายได้ให้กับสปป.ลาว 27,014,706 เหรียญสหรัฐฯ

หลังสงครามอินโดจีนเวียดนามยังคงจน ค่านิยมในการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวยังมีน้อย แต่หลังจากปี 2526 เป็นต้นมาเวียดนามได้เปลี่ยนแปลงฐานะของตนเองจากประเทศผู้นำเข้าอาหารมาเป็นประเทศผู้ส่งออกสินค้าเกษตรกรรม เนื่องจากเวียดนามมีศักยภาพในการเกษตรสูง มีระบบชลประทานที่ดีตลอดปี⁴⁶ เวียดนามในปี 2540 มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง ซึ่งประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาค เช่น ไทย จีน สปป.ลาว ไม่อาจจะเลยได้ แม้ว่าตัวเลขรายได้ประชาชาติของเวียดนามจะต่ำ 255 เหรียญสหรัฐฯในปี 2538 แต่ในสภาพความเป็นจริงเวียดนามมีรายได้สูงกว่าการประมาณการมากในรูปแบบต่าง ๆ ที่เป็นการประกอบกิจการส่วนตัว และทำงาน 2 แห่งในขณะเดียวกัน คนเวียดนามในกรุงฮานอย และโฮจิมินห์ มีรายได้สูงและปานกลาง คนเวียดนามที่มีความประสงค์จะไปเยี่ยมญาติจะเน้นไปท่องเที่ยวในแถบเอเชีย เช่น ไทย สิงคโปร์ มาเลเซีย สปป.ลาว ในขณะที่ประสงค์จะเดินทางไปท่องเที่ยวจะนิยมไปยุโรป จีน อิตาลี และฝรั่งเศส⁴⁷ (จากตารางที่ 3) ประเทศเวียดนามมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปสปป.ลาวมากเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศไทย เป็นจำนวนรวมถึง 79,659 คน สามารถสร้างรายได้ให้กับสปป.ลาวถึง 2,331,666 เหรียญสหรัฐฯ และนักท่องเที่ยวเวียดนามมีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในสปป.ลาว เฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงถึง 90 เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเทียบเท่ากับนักท่องเที่ยวจากนานาชาติ

สปป.ลาวกับจีนมีพรมแดนติดต่อกัน มีระบบการปกครองแบบสังคมนิยมเหมือนกัน และจีนเคยให้ความช่วยเหลือแก่พรรคประชาชนปฏิวัติลาวมาในอดีตร่วมกับเวียดนามและสหภาพโซเวียต ความสัมพันธ์ลาว-จีนพัฒนาไปในทางที่ดี จนถึงขั้นมีการแลกเปลี่ยนเอกอัครราชทูตกันอีกครั้งเมื่อเดือนมิถุนายน 2531 การค้าชายชายแดนลาว-จีน ขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีความร่วมมือ

⁴⁶ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. การพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจบนถนนหมายเลข 8, กรุงเทพมหานคร, สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2538.

⁴⁷ สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงฮานอย, การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเวียดนามและชาวต่างประเทศในเวียดนาม, ฮานอย, 2541.

ในทางเศรษฐกิจ การค้า การท่องเที่ยวเกิดขึ้น ประกอบกับคนจีนมีความสามารถในการใช้จ่ายในการท่องเที่ยว คนจีนนิยมไปเที่ยวในไทย เวียดนาม และสปป.ลาว (จากตารางที่ 3) ในปี 2540 ประเทศจีนมีนักท่องเที่ยวในสปป.ลาวเป็นอันดับ 3 ในภูมิภาครองจากเวียดนาม เป็นจำนวน 17,661 คน สามารถสร้างรายได้ให้กับสปป.ลาวถึง 2,656,848 เหรียญสหรัฐฯ คนจีนที่เดินทางโดยใช้เอกสารผ่านแดน (passport) มีการใช้จ่ายในสปป.ลาวเฉลี่ยต่อคนต่อวัน ในระดับที่สูงถึง 90 เหรียญสหรัฐฯ ซึ่งเทียบเท่ากับนักท่องเที่ยวของยุโรปและอเมริกา

สปป.ลาวและเมียนมาร์ มีความสัมพันธ์ที่ดีมาตลอด ในอดีตที่ผ่านมา พม่าและสปป.ลาวไม่เคยมีปัญหารุนแรงเรื่องพรมแดนกันเลย และได้มีการลงนามสัญญาข้อตกลงเขตแดนลาว-พม่า ซึ่งมีระยะทาง 236 กิโลเมตร เมื่อปี 2536 สปป.ลาวเป็นประเทศแรกๆ ที่ไปเยือนพม่าอย่างเป็นทางการนับแต่สตีลอร์คขึ้นครองอำนาจทางการเมืองในปี 2531 และในปี 2538 พลเอกคำไต สีพันดอน นายกรัฐมนตรีได้ไปเยือนพม่าอย่างเป็นทางการ และได้มีข้อตกลงทางการค้า การท่องเที่ยวและความร่วมมือในการเปิดสายการบินร่วมกัน (ตารางที่ 3) ในปี 2540 นักท่องเที่ยวชาวพม่าเดินทางมาท่องเที่ยวในสปป.ลาว 5,163 คน ทำรายได้ให้กับสปป.ลาวถึง 412,937 เหรียญสหรัฐฯ

ตารางที่ 3 จำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวของสปป.ลาวในปี 2540

จำแนกประเภทนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยวรายบุคคล	อัตราเฉลี่ยของการพักแรม	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน (เหรียญสหรัฐฯ)	รายได้ทั้งหมดจากการท่องเที่ยว (เหรียญสหรัฐฯ)
นักท่องเที่ยวกลุ่มต่างประเทศ	89,053	5	90	40,073,850
นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน	364,309			32,416,211
- ไทย (Border pass)	216,207	1	30	6,486,210
- ไทย (Passport)	45,619	5	90	20,528,550
- จีน (Passport)	5,582	5	90	2,511,900
- จีน (Day tripper)	12,079	1	12	144,948
- เวียดนาม (Passport)	3,141	5	90	1,413,450
- เวียดนาม (Day tripper)	76,518	1	12	918,216
- เมียนมาร์	5,163	3	26.66	412,937
นักท่องเที่ยวมาต่อวีซ่า	9,838	3	26.66	786,843
รวมรายได้	463,200	4.1		73,276,904

ที่มา: National Tourism Authority of Lao PDR.

ตารางที่ 4 ตลาดหลักการท่องเที่ยว 10 อันดับแรกของสปป.ลาว ระหว่างปี 2539-2540

2539		2540		
ประเทศ	จำนวน	ประเทศ	จำนวน	ส่วนแบ่งของตลาด
1. ไทย	227,634	1. ไทย	261,826	80.26
2. ฝรั่งเศส	11,608	2. สหรัฐอเมริกา	14,442	4.42
3. สหรัฐอเมริกา	11,181	3. ฝรั่งเศส	13,745	4.20
4. ญี่ปุ่น	6,672	4. ญี่ปุ่น	9,194	2.81
5. ออสเตรเลีย	6,121	5. ออสเตรเลีย	7,876	2.41
6. เยอรมัน	4,269	6. สหราชอาณาจักร	6,054	1.85
7. สหราชอาณาจักร	4,162	7. เยอรมัน	5,524	1.69
8. อินเดีย	17,238	8. แคนาดา	3,555	1.09
9. ไต้หวัน	2,638	9. ไต้หวัน	2,440	0.75
10. แคนาดา	2,531	10. มาเลเซีย	2,274	0.70
รวม	294,054	รวม	326,930	100%

ที่มา: องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว

นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของสปป.ลาวกับความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย-ลาว

ในหัวข้อนี้จะนำเสนอ 2 ประเด็นคือ

1) นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของสปป.ลาวกับพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวในสปป.ลาว

2) นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของสปป.ลาว ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1) นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของสปป.ลาวกับพัฒนาการด้านการท่องเที่ยวในสปป.ลาว

หลังจากการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองการปกครองในช่วงระยะเวลาพ.ศ.2519-2528

ในขณะนี้การพัฒนาประเทศจะรวมศูนย์เบ็ดเสร็จโดยพรรคประชาชนปฏิวัติลาว ในฐานะผู้กำหนดแนวทางและเป้าหมาย โดยมีเป้าหมายในการก้าวสู่รัฐสังคมนิยม มีการจัดตั้งระบบสหกรณ์คือ ระบบการผลิตรวม ซึ่งพรรคจะควบคุมและตรวจสอบกลไกการบริหารงานของประเทศทั้งหมดภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติประจำปี (พ.ศ.2519-2520) และ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 3 ปี (พ.ศ.2521-2523) และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระยะ 5 ปี ฉบับที่ 1 (พ.ศ.2524-2528) ปรากฏว่าการจัดตั้งระบบการผลิตรวมหมู่ขึ้นไม่ได้กระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางการผลิตในด้านต่าง ๆ ให้เพียงพอกับความต้องการภายในประเทศได้ ยังคงต้องพึ่งพาความช่วยเหลือจากประเทศกลุ่มสังคมนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ เช่น เครื่องอุปโภคบริโภค ด้านเทคโนโลยีการผลิตทางการเกษตร เทคโนโลยีในการป้องกันประเทศ เป็นต้น⁴⁸

ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 2 ในช่วงระยะพ.ศ.2523-2533

ในแผนนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากมติของที่ประชุมสมัชชาพรรคครั้งที่ 4 เมื่อต้นปี 2529 แผนนี้จะให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและปฏิรูปเศรษฐกิจใหม่ตามนโยบาย "จินตนาการใหม่" ซึ่งถือว่าเป็นการปฏิรูประบบเศรษฐกิจจากระบบสังคมนิยมคอมมิวนิสต์เข้ามาใช้กลไกตลาดมากขึ้น เน้นการพัฒนาภาคเกษตรกรรม อุตสาหกรรม และแรงงาน พร้อมกับการเปิดประเทศต้อนรับการลงทุนจากต่างประเทศอย่างกว้างขวาง ในแผนพัฒนาฉบับนี้จะเริ่มมีการผ่อนปรนตามแนวชายแดนที่ติดกับประเทศเพื่อนบ้านที่ปกครองต่างระบอบกัน เช่น ไทยและจีน ซึ่งขณะนั้นตรงกันกับช่วงที่ประเทศไทยได้มีการประกาศนโยบาย "แปรสนามรบให้เป็นสนามการค้า" เป็นผลให้ความตื่นตัวตามแนวชายแดนหมดไป ผลจากการปฏิบัติตามแผนพัฒนาฉบับนี้ทำให้การขยายตัวทางเศรษฐกิจต่อเนื่องทำให้อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 5.4 ต่อปี⁴⁹

ภายหลังการเปิดประเทศและปรับปรุงความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านที่มีระบอบต่างกัน เช่น ไทยและจีน รัฐบาลมีความมุ่งหวังที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปี 2532 รัฐบาลได้มีมติแยกกรมการท่องเที่ยวออกจากกระทรวงแถลงข่าว วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว แล้วจัดตั้งองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติขึ้นอย่างเป็นทางการ โดยอยู่ในสังกัดของกระทรวงการค้าและท่องเที่ยว และนับเป็นครั้งแรกหลังจากเปลี่ยนแปลงการปกครองที่สปป.ลาวอนุญาตให้มีการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศได้อย่างเป็นทางการ และมีบริษัทนำเที่ยวเพียงบริษัทเดียวที่ดำเนินการอยู่ในขณะนั้นคือบริษัทท่องเที่ยวแห่งชาติ (Lao National Tourism) ซึ่งดำเนินการโดยรัฐบาล แต่ในตัวของบริษัทท่องเที่ยวแห่งชาตินี้มีหุ้นส่วนกับประเทศฝรั่งเศสตั้งแต่เริ่มดำเนินการ

⁴⁸ บงกช หงษ์คำมี "การปรับตัวของลาวต่อการเป็นสมาชิกอาเซียน" ใน *อาเซียนใหม่* อุกฤษฏ์ ปัทมานันท์, บรรณาธิการ (สถาบันเอเชียศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2541), หน้า 129.

⁴⁹ "สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว" เอกสารกรมส่งเสริมการค้าส่งออก กระทรวงพาณิชย์ พ.ศ.2537.

มาในปี 2531⁵⁰ ผลจากการปฏิบัติตามแผนดังกล่าว ทำให้ในปี 2533 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปในลาวทั้งสิ้น 14,400 คน⁵¹

ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม ฉบับที่ 3 ในช่วงระยะ พ.ศ.2534-2538

ในแผนนี้เป็นผลสืบเนื่องมาจากมติที่ประชุมสมัชชาพรรคประชาชนปฏิวัติลาวครั้งที่ 5 ในปี 2534 แผนฉบับนี้เน้นการสานต่อนโยบายเปิดกว้างจากเศรษฐกิจตามกลไกตลาดมากที่สุด แผนหนึ่ง ด้วยการลดการควบคุมและให้ธุรกิจเอกชนและต่างชาติมีเสรีภาพในการค้าและการลงทุนมากขึ้น ในขณะที่เดียวกันรัฐได้เร่งเปลี่ยนแปลงแก้ไขกฎระเบียบและกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการค้าและการลงทุนเพื่อดึงดูดนักลงทุนต่างชาติ เช่น กฎหมายการค้าและการลงทุน กฎหมายที่ดิน กฎหมายกรรมสิทธิ์ต่าง ๆ แผนนี้เป็นการส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกับต่างประเทศอย่างกว้าง⁵²

รัฐบาลสปป.ลาวได้มีการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายในพหุสมควร เนื่องจากเห็นว่าการท่องเที่ยวจะช่วยสร้างรายได้อีกทางหนึ่งให้ประเทศ ในปี 2534 รัฐบาลสปป.ลาวได้มีมติให้แยกองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติออกจากกระทรวงการค้าและพัวพันทางเศรษฐกิจกับต่างประเทศ ไปอยู่ภายใต้สำนักนายกรัฐมนตรีเพื่อให้เกิดความคล่องตัวและเป็นอิสระในการทำงานมากขึ้น และรัฐบาลสปป.ลาวได้มีการแปรรูปรัฐวิสาหกิจ บริษัทท่องเที่ยวแห่งชาติ (Lao National Tourism หรือ Lao Tourism Company) ให้เอกชน และต่างชาติเข้ามาดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวจึงเกิดบริษัทเอกชนขึ้น 6 บริษัท คือ บริษัทพัฒนาทูดอย บริษัทดีทแฮม ซึ่งถือหุ้นร่วมกับรัฐบาล บริษัทล้านช้าง บริษัทธาตุหลวง บริษัทโซดิตัวร์ และบริษัทท่องเที่ยวลาวเปลี่ยนชื่อเป็น บริษัทอินเตอร์ท่องเที่ยวลาว⁵³

ดินแดนลาวตอนเหนือมีแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมที่น่าสัมผัสมากมาย จึงเปิดโอกาสให้เอกชนตั้งบริษัทนำเที่ยวขึ้นคือ บริษัทบ่อแก้ว ทราเวล ที่เมืองห้วยทราย เมือง

⁵⁰ จากคำสัมภาษณ์ ท่านไวยากกร บุดดีเสน(Vayakone Bodhisane) ผู้จัดการบริษัทดีทแฮมลาว สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2541 เวลา 10.00น. ที่บริษัทดีทแฮมลาวสปป.ลาว.

⁵¹ ข้อมูลจากองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว

⁵² เอกสารรายงานการประชุมสมัชชาประชาชนปฏิวัติลาวครั้งที่ 6 ระหว่างวันที่ 18-20 มีนาคม 2539.

⁵³ จากคำสัมภาษณ์ ท่านคำพา เทพวงศา (Khampa Thepvongsa) ผู้ช่วยผู้จัดการบริษัทดีทแฮม ลาว เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2541 เวลา 14.00น. ที่บริษัทดีทแฮมจากสปป.ลาว.

หลวงของแขวงบ่อแก้ว ตรงกันข้ามกับอำเภอเชียงของของไทย ในปี 2535 ในช่วงที่เริ่มดำเนินธุรกิจจะมีเพียงนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้นและจะข้ามไปเที่ยวลาวได้ไม่เกิน 25 กิโลเมตร ซึ่งต่อมาได้เปิดเป็นด่านการค้าสากล ในปี 2537 ทำให้นักท่องเที่ยวประเทศที่สามสามารถเดินทางเข้ามาเที่ยวเมืองห้วยทรายได้ ปัจจุบันบริษัทบ่อแก้ว ทราเวลยังคงทำธุรกิจท่องเที่ยวเพียงรายเดียวในแขวงบ่อแก้ว⁵⁴

ในปลายปี 2535 รัฐบาลสปป.ลาวได้ออกข้อกำหนดว่าด้วยการสร้างตั้ง และการเคลื่อนไหวธุรกิจท่องเที่ยว อิงตามคำสั่งของนายกรัฐมนตรี เลขที่ 1450/หสนย และข้อกำหนดว่าด้วยการสร้างตั้ง และการเคลื่อนไหวขององค์กรท่องเที่ยวแห่งชาติ อิงตามคำสั่งคณะรัฐมนตรี เลขที่ 100/นย ลงวันที่ 23 ธันวาคม 2535 ในมาตรา 6 ของข้อกำหนดว่าด้วยการสร้างตั้งและการเคลื่อนไหวธุรกิจท่องเที่ยว เลขที่ 11450/หสนย นั้น ได้กำหนดให้

"บุคคลหรือนิติบุคคลที่มีสัญชาติลาว หรือมีภูมิลำเนาอยู่ในประเทศลาวเท่านั้นที่สามารถร้องขอตั้งวิสาหกิจบริการท่องเที่ยวในส่วนบุคคลหรือบริษัทท่องเที่ยวตามรูปแบบต่าง ๆ ที่กฎหมายอนุญาต และสำหรับบริษัทท่องเที่ยวต่างประเทศที่ได้มาลงทุนหุ้นส่วนกับภาครัฐและเอกชนลาวในระยะเวลาที่ผ่านมา นั้น อนุญาตให้ดำเนินการต่อไปได้จนถึงสิ้นสุดกำหนดของสัญญาที่ได้ตกลงกันเป็นกรณีพิเศษ"

ดังนั้น จากข้อกำหนดนี้มีผลบังคับใช้เป็นต้นมา การตั้งบริษัทการท่องเที่ยวทุกรูปแบบเป็นอาชีพที่สงวนไว้ให้กับคนลาวเท่านั้น คนต่างชาติไม่มีสิทธิลงทุนในด้านการตั้งบริษัทการท่องเที่ยว ส่วนการลงทุนของต่างชาติในรัฐบาลสปป.ลาวอนุญาตให้ทำได้ในกิจการ โรงแรม กิจการด้านร้านอาหาร บริการอื่นๆ

ช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 4 ในช่วงระยะพ.ศ.2539-2543

แผนนี้เป็นผลสืบเนื่องจากมติที่ประชุมสมัชชาพรรคประชาชนปฏิวัติลาวครั้งที่ 6 ในปี 2539 ซึ่งกำหนดให้ลาวต้องร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน และประเทศตะวันตกมากขึ้น เปิดกว้างทางการค้าการลงทุนแบบเสรีในธุรกิจส่วนมาก โดยกำหนดสัดส่วนการพัฒนาที่เป็นรูปธรรมมากขึ้น ได้มีการกำหนดเมืองหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจไว้อย่างชัดเจน โดยกำหนดไว้ 3 เขต ซึ่งมีเมืองที่เกี่ยวข้อง 6 เมือง ดังนี้

เขตที่ 1: ทางตอนเหนือมีเมืองเชียงขวางและเมืองหลวงพระบาง กำหนดให้เป็นเขต

⁵⁴ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานเวียงจันทน์ และเอกสารรายงานการประชุมสมัชชาประชาชนปฏิวัติลาว ครั้งที่ 6 ระหว่างวันที่ 18-20 มีนาคม 2539.

ส่งเสริมการลงทุนด้านปศุสัตว์และการท่องเที่ยว

เขตที่ 2 : ทางตอนกลางมีเมืองเวียงจันทน์ และเมืองคำม่วน กำหนดไว้ให้เป็นพื้นที่การค้าและอุตสาหกรรม

เขตที่ 3 : มีเมืองสะหวันนะเขตและเมืองจำปาสัก กำหนดให้เป็นพื้นที่การค้าการเกษตรและการท่องเที่ยว⁵⁵

ในส่วนของการท่องเที่ยวจะเน้นด้านโบราณวัตถุ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ได้แก่ ภูเขา ป่าไม้ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเห็นได้ทางตอนใต้และทางตอนเหนือของสปป.ลาว สปป.ลาวได้กำหนดให้ปี 2542 เป็น "ปีท่องเที่ยว" และในปี 2543 ได้ตั้งเป้าหมายให้มีนักท่องเที่ยวเข้าลาวถึง 1,000,000 คน และจะให้กิจการท่องเที่ยวมีรายได้สูงถึง 50-60 ล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี⁵⁶

สปป.ลาวพยายามที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและขยายกิจการท่องเที่ยวไปในภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงพร้อมกับขยายไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านต่าง ๆ ด้วยการพยายามจัดตั้งอำนวยความสะดวก และการท่องเที่ยวให้สมบูรณ์ ดังเช่น ในปี 2539 รัฐบาลสปป.ลาวได้เตรียมแก้กฎหมายเพื่อให้การตรวจตราแก่นักท่องเที่ยว และนักลงทุนต่างชาติสามารถกระทำได้โดยสะดวกยิ่งขึ้น โดยที่นักท่องเที่ยวสามารถขอวีซ่าได้ทันทีที่เดินทางถึง แผนที่จะเปิดจุดขอวีซ่าเพิ่มขึ้นที่ สนามบินนานาชาติวัดไต กรุงเวียงจันทน์ ที่สะพานมิตรภาพไทย-ลาว ที่จุดผ่านแดนบริเวณ สะหวันนะเขตและปากเซ แขวงจำปาสัก จุดผ่านแดนลาว บาวที่บริเวณชายแดนลาว-เวียดนาม และจุดผ่านแดนบ่อเตนที่ติดกับประเทศจีนด้วย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้าประเทศเพิ่มมากขึ้น⁵⁷

2. นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของสปป.ลาว ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

นับตั้งแต่สปป.ลาวได้ดำเนินนโยบาย "จินตนาการใหม่" ในปี 2529 ต่อเนื่องด้วยการ

⁵⁵ เอกสารมติของกองประชุมครบคณะครั้งที่ 3 คณะบริหารงานศูนย์กลางพรรคประชาชนปฏิวัติลาว (สมัยที่ 6) เมื่อ 9-18 กันยายน 2539.

⁵⁶ ข้อมูลจากองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว.

⁵⁷ ข้อมูลจากคำสัมภาษณ์ ท่าน คม ดวงจันทา องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2541 ที่โรงแรมล้านช้าง สปป.ลาว.

ดำเนินนโยบายปฏิรูปโครงสร้างการบริหารงานทางเศรษฐกิจที่เรียกว่า "กลไกใหม่ทางเศรษฐกิจ" (New Economic Mechanism) จนมาเป็น "นโยบายการเปลี่ยนแปลงใหม่" (Renovation Policy) ภายหลังจากประชุมสมัชชาพรรคฯ ครั้งที่ 6 ในปี 2539 ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของ สปป.ลาว ช่วงระหว่างปี 2536 ถึง 2543 ได้เสนอนโยบายด้านการท่องเที่ยวคือ "รัฐบาลมีนโยบายเปิดประตูทางเศรษฐกิจ เพื่อส่งเสริมผลผลิตของหัตถกรรมพื้นฐานของลาว และเพื่อสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชน และเพิ่มรายได้เพื่อเป็นงบประมาณของประเทศนั้น จำเป็นจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวภายในประเทศ การท่องเที่ยว ได้แก่ การเสนอความงดงามทั้งด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ ในอนาคตจะจัดตั้งบริษัทท่องเที่ยวแห่งชาติ และปรับปรุงคุณภาพของบริษัทท่องเที่ยวเอกชน ดำเนินการแก้ไขปัญหาที่เกิดจากการใช้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการนำชาวต่างประเทศเข้ามาในสปป.ลาว โดยปราศจากการควบคุม เร่งพัฒนาบุคลากรในธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพของการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว งานที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ การเร่งรัดพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน และพัฒนาธุรกิจการโรงแรมไปพร้อม ๆ กันด้วย ในอนาคตจะมีการจัดตั้งสถานที่ท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งตามแนวถนนที่มุ่งสู่คอนพะเพ็งและสถานที่อื่น ๆ ทั้งทางภาคเหนือและภาคใต้ของประเทศ"⁵⁸

นับตั้งแต่ปี 2529 จนถึงปี 2540 การพัฒนาการท่องเที่ยวของสปป.ลาวยังไม่สามารถเทียบกับการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันได้ จากสถิติขององค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติสปป.ลาว จากปี 2533 ถึงปี 2540 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในสปป.ลาวเพียง 1.6 ล้านคน และมีระยะเวลาพักเฉลี่ยอยู่ในสปป.ลาว 3-5 วันเท่านั้น นอกจากนี้ ในจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ยังมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในสปป.ลาว เพื่อขอต่อวีซ่าเพื่อขยายเวลาอยู่ในประเทศไทย ส่วนใหญ่ก็เป็นชาวอินเดีย ปากีสถาน ศรีลังกา บังคลาเทศ และเนปาล ดังสถิติในปี 2539 มีจำนวน 26,245 คน คิดเป็นร้อยละ 19.88 ของจำนวนนักท่องเที่ยวในปีนั้น และในปี 2540 มีจำนวน 9,838 คน คิดเป็นร้อยละ 2.12 ของนักท่องเที่ยวในปีนั้น และที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในสปป.ลาวส่วนใหญ่จะท่องเที่ยวเฉพาะในเขตคำแพงนคร เวียงจันทน์ การเดินทางต่อไปยังพื้นที่ต่างแขวงมีไม่มาก

ในปี 2540 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าไปในสปป.ลาวทั้งหมด 463,200 คน เดินทางไปท่องเที่ยวในเขตคำแพงนครเวียงจันทน์ 277,292 คน คิดเป็นร้อยละ 63.57 เดินทางไปสะหวันนะเขต 140,412 คน ร้อยละ 30.31 เดินทางไปหลวงพระบาง 30,769 คนร้อยละ 6.64

⁵⁸ คำแถลงนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของสปป.ลาว ของ ฯพณฯ ท่านคำสุข แก้วบุรพา รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ เมื่อ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ.2536.

ทั้งนี้สาเหตุที่การท่องเที่ยวของสปป.ลาวยังไม่สามารถจะเทียบกับการพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียนด้วยกันได้มีดังนี้

1. สปป.ลาวมีทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้รับการนำเสนอ หรือเปิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวมากนัก แหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่จึงจำกัดเฉพาะแหล่งที่มีความสำคัญ หรือมีการท่องเที่ยวอยู่แล้ว สปป.ลาวมีแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สำคัญอยู่ 2 แห่งคือ เวียงจันทน์ และหลวงพระบาง ส่วนแหล่งท่องเที่ยวหลักอื่น ๆ ยังได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวอยู่น้อย

ถ้าพิจารณาแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สำคัญในเขตอนุภาคแม่น้ำโขง ซึ่งประกอบด้วย จีน (มณฑลยูนนาน) เมียนมาร์ สปป.ลาว เวียดนาม กัมพูชา และประเทศไทยแล้ว แหล่งท่องเที่ยวหลักของเมียนมาร์ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูงเกือบทุกแห่ง ซึ่งต่างจากกัมพูชาและสปป.ลาว ที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมเพียง 1-2 แห่งเท่านั้น และจากตารางที่ 5 ทรัพยากรท่องเที่ยวในเขตอนุภาคกลุ่มแม่น้ำโขงจะมีความแตกต่างกัน แต่สิ่งจูงใจหลักแตกต่างกันออกไป แต่ละประเทศ กล่าวคือ ประเทศกัมพูชาและเมียนมาร์จะมีโบราณสถานทางประวัติศาสตร์เป็นสิ่งจูงใจหลัก ส่วนไทยจะมีสิ่งจูงใจหลักด้านโบราณสถานทางประวัติศาสตร์ และความสวยงามของธรรมชาติควบคู่กันไป ยูนนานมีความงามของธรรมชาติเป็นสิ่งจูงใจหลัก ในขณะที่เมียนมาร์และสปป.ลาว มีวิถีชีวิตของคนท้องถิ่นเป็นสิ่งจูงใจหลัก สรุปแล้ว ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวของสปป.ลาวยังไม่มีความโดดเด่นจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในอันดับแรก

ตารางที่ 5 สิ่งจูงใจให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว

สิ่งจูงใจ	สัดส่วน (ร้อยละ)					
	กัมพูชา	สปป.ลาว	เมียนมาร์	ยูนนาน (จีน)	ไทย	GMS
- โบราณสถานทางประวัติศาสตร์	85.22	46.79	76.67	34.76	51.46	54.99
- ความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น	26.38	36.39	56.67	17.38	30.41	28.74
- ความเงียบสงบของเมือง	8.12	26.30	21.11	6.90	22.51	15.68
- ความสวยงามของธรรมชาติ	12.17	38.84	48.89	45.48	49.42	37.60
- วิถีชีวิตคนท้องถิ่น	34.78	60.55	67.78	20.24	39.77	39.37
- อื่น ๆ	8.98	8.26	8.89	12.86	7.60	9.58

ที่มา: จากการสำรวจของคณะผู้ศึกษา สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย
เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โครงการศึกษาและวิเคราะห์ทิศทางการลงทุน
ด้านการท่องเที่ยวในเขตอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง
หมายเหตุ: สิ่งจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีมากกว่า 1 อย่าง

นอกจากนี้แหล่งท่องเที่ยวของสปป.ลาวส่วนใหญ่ยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวในแขวงอื่น ๆ ยกเว้นแขวงเวียงจันทน์ แหล่งท่องเที่ยวเป็นการท่องเที่ยวชมธรรมชาติ เส้นทางคมนาคมไม่ดี และแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งอยู่ห่างไกลกันมาก รวมทั้งอยู่ห่างไกลจากโรงแรม-เรือนพัก ในแหล่งท่องเที่ยวที่อื่น ๆ ยังไม่ได้ได้รับการพัฒนาให้มีสถานที่พักผ่อนเพื่อชมธรรมชาติ ไม่มีห้องน้ำห้องส้วมหรือบริการอาหารเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวต้องเตรียมอาหารและน้ำดื่มไปเอง ถ้าเมื่อยล้า จึงขึ้นรถเดินทางกลับแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่อยู่ในแขวงอื่น นอกจากกำแพงนครเวียงจันทน์ ยังมีสาธารณูปโภคพื้นฐานที่จะให้นักท่องเที่ยวไปพักผ่อนไม่สมบูรณ์ เช่น ปัจจุบันโรงแรมชั้นดีมีเพียงไม่กี่แห่ง คุณภาพห้องพัก การบริการท่องเที่ยว ร้านอาหาร และสถานบันเทิงต่าง ๆ ยังต้องได้รับการพัฒนาต่อไป

2. นโยบายของรัฐบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมีลักษณะครึ่งเปิด-ครึ่งปิด ด้านที่เปิดก็เป็นด้านที่ให้ความสำคัญว่าการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจของสปป.ลาว การเตรียมพร้อมในหลาย ๆ ด้าน เช่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานภายในประเทศ การยกระดับด้านตรวจคนเข้าเมืองระหว่างสปป.ลาวกับประเทศเพื่อนบ้านให้เป็นด้านสากลหลายแห่ง ได้แก่ ด้านช่องเม็กที่เชื่อมระหว่างอำเภอสิรินธร จังหวัดอุบลราชธานี กับเมืองปากเซในแขวงจำปาสัก ด้านท่าแขกที่เชื่อมระหว่างจังหวัดนครพนมกับแขวงคำม่วนและด่านแกวเหนือที่เชื่อมต่อระหว่างบอลิคาไซกับชายแดนเวียตนามในเขตเมืองวินห์ จังหวัดฮาทินตามเส้นทางหมายเลข 8 นอกจากนี้ยังได้กู้เงินจากธนาคารเพื่อการพัฒนาแห่งเอเชียเพื่อพัฒนาสาธารณูปโภค สิ่งอำนวยความสะดวกและลงทุนที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ในด้านการบริการท่องเที่ยว เช่น การเปิดเที่ยวบิน การเพิ่มจำนวนห้องพัก และการประชาสัมพันธ์เพื่อเผยแพร่ข่าวสารการท่องเที่ยว รวมทั้งการให้บริการด้านวีซ่าโดยตรง โดยไม่ต้องผ่านบริษัทเอกชน นักท่องเที่ยวสามารถไปรับวีซ่าเข้าประเทศได้ที่สนามบินด้วยตนเอง เป็นต้น

นโยบายของรัฐบาลส่วนที่ยังคงปิดอยู่ บางครั้งก็เป็นครึ่งปิดครึ่งเปิด ที่จะกระทบกระเทือนโดยตรงต่อการท่องเที่ยวของสปป.ลาว ดังนี้

1. การเดินทางภายในสปป.ลาวไม่สะดวกรวดเร็วอย่างเพียงพอ นอกจากข้อจำกัดในด้านถนนหนทาง และขบวนพาหนะที่มีอยู่อย่างจำกัด นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ลำพัง ต้องมีผู้รับรองตลอดเวลาที่อยู่ในสปป.ลาว (ระเบียบนี้ยกเลิกแล้วเมื่อ 20 มีนาคม 2541) ทำให้นักท่องเที่ยวสะดวกเพิ่มขึ้นไม่จำเป็นต้องติดต่อผ่านบริษัทท่องเที่ยว

2. ธุรกิจท่องเที่ยวในสปป.ลาวมีทั้งหมด 20 บริษัท (ในปี 2540) เป็นของรัฐบาล 5

แห่ง เป็นของเอกชน 15 แห่ง บริษัทที่เป็นของเอกชนส่วนใหญ่เกือบทั้งหมดมีหุ้นส่วนของรัฐบาล รัฐบาลจะเป็นผู้กำหนดแผนการและเป้าหมายของการท่องเที่ยว

ผู้บริหารบริษัทจะต้องมีประสบการณ์ และพูดเขียนภาษาต่างประเทศอย่างน้อย 2 ภาษา ใน 1 ภาษาต้องเป็นภาษาอังกฤษ

ภาระหน้าที่ของบริษัทท่องเที่ยว

1. ต้องรับผิดชอบตามข้อกำหนด
2. ทำรายการท่องเที่ยวพร้อมราคาเสนอให้ออท.สปป.ลาว
3. สร้างโฆษณาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวในสปป.ลาวภายในและ

ต่างประเทศ

4. เลือกเฟ้นคู่สัญญาต่างประเทศ และนำมาให้องค์กรท่องเที่ยวแห่งชาติรับรองขึ้นทะเบียนไว้เป็นหลักฐาน

5. เสนอแผนการรองรับนักท่องเที่ยวในแต่ละปี ให้องค์กรท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว กรมกงสุล กระทรวงต่างประเทศ และกระทรวงภายใน

6. เสียภาษีอากรต่าง ๆ ตามระเบียบ หลักการและกำหนดเวลา

7. ต้องใช้ระบบบัญชีการเงินตามที่รัฐบาลประกาศใช้

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

4.2) ทดสอบความสัมพันธ์ของปัจจัยต่าง ๆ ที่คาดว่าจะส่งผลต่อพฤติกรรมในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และนำปัจจัยที่ส่งผลดังกล่าวมาใช้ในแบบจำลอง **Multinomial Logit**

จากการสำรวจพฤติกรรมกรเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศจำนวน 384 คน ที่เดินทางมาท่องเที่ยวสปป.ลาว ในช่วงตุลาคม 2544 จนถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2545 รวมระยะเวลา 6 เดือน พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 178 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 49.6 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดเข้ามาท่องเที่ยว โดยให้สนใจกับการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ รองลงมาคือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 145 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 37.56 ซึ่งสะท้อนให้เห็นโดยชัดเจนว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวนั้น ส่วนใหญ่จะเน้นการท่องเที่ยวในเชิงอนุรักษ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

เมื่อพิจารณาการเลือกแหล่งท่องเที่ยวตามเมืองเชิงวัฒนธรรมต่าง ๆ ในที่นี้พิจารณาแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของสปป.ลาวเป็น 5 เมืองสำคัญ คือ หลวงพระบาง จำปาศักดิ์ เวียงจันทน์ เชียงขวาง และสุวรรณเขต โดยส่วนใหญ่พบว่า 5 เมืองนั้นเป็นเมืองที่มีอุทยานที่เป็นเมืองทางวัฒนธรรมโบราณของสปป.ลาว จากข้อมูลที่ทำกรสำรวจนักท่องเที่ยวต่างประเทศ พบว่า หลวงพระบางได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวโดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวน 190 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาคือจำปาศักดิ์ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 123 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 31.8 สาเหตุที่นักวิจัยพบว่ามีส่วนสำคัญในการเลือกท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในหลวงพระบางและจำปาศักดิ์นั้นเกิดจากการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ที่แสดงให้เห็นว่าหลวงพระบางได้รับการยอมรับจาก UNESCO ให้ได้เป็นมรดกโลก ดังนั้น จากความคิดเห็นของนักวิจัยที่ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวตามการประชาสัมพันธ์ และการเข้าถึงข้อมูลของนักท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาความสำเร็จของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วง Visit Lao Year ของรัฐบาลสปป.ลาว พบว่า นักท่องเที่ยวที่ทราบถึงการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในช่วงเวลาดังกล่าวมีจำนวนเพียง 52 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 14.5 เท่านั้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จำนวน 307 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 85.5 ไม่ทราบการประชาสัมพันธ์ในช่วง Visit Lao Year พ.ศ.2543 แสดงให้เห็นถึงความล้มเหลวของการประชาสัมพันธ์ของรัฐบาลสปป.ลาวในการจูงใจนักท่องเที่ยวมาเที่ยวในสปป.ลาว

เมื่อทำการสอบถามนักท่องเที่ยวต่อไปว่า แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวทราบถึงแหล่งท่องเที่ยวในสปป.ลาว และตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยววันนี้ได้มาจากที่ไหน พบว่า นักท่องเที่ยว

จำนวน 192 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 49.74 ทราบแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านบริษัทท่องเที่ยวเอกชน ที่เข้ามาส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวในสปป.ลาว รองลงมาคือผ่านทางหนังสือแนะนำเที่ยวซึ่งคิดเป็น จำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 86 คน หรือคิดเป็นเท่ากับร้อยละ 22.27 แสดงให้เห็นว่า ถ้ารัฐบาล สปป.ลาวจะส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ได้ผลนั้นควรส่งเสริมการลงทุนของบริษัทท่องเที่ยวเอกชน ให้เป็นแกนนำในการขยายตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งในอดีตนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาล สปป.ลาวนั้นจะเน้นการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสถานทูตที่รัฐบาลสปป.ลาวมีอยู่ในต่างประเทศ

เมื่อทำการสอบถามว่านักท่องเที่ยวมีจุดมุ่งหมายอย่างไรที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว พบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 344 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 89.12 นั้น เข้ามาท่องเที่ยวเพื่อ การพักผ่อนหย่อนใจและต้องการเรียนรู้แหล่งท่องเที่ยวเชิงมรดกและเรียนรู้วัฒนธรรม นักวิจัย พบว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวในสปป.ลาวนั้น รัฐบาลสปป.ลาวควรที่จะพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมให้กลายเป็นจุดเด่นสำคัญหรือเป็นจุดขายต่อนักท่องเที่ยวต่างประเทศ นอกจากนี้ นักวิจัยพบว่า การเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศในสปป.ลาวนั้นมีการมาพักโดยเฉลี่ย 15.77 วัน ซึ่งพบว่าในเวลาในการเข้ามาท่องเที่ยวที่ค่อนข้างยาว ซึ่งโดยส่วนใหญ่ต้องการศึกษา วัฒนธรรมและสิ่งปลูกสร้างในอดีตเพื่อเข้าใจภูมิหลังทางวัฒนธรรมของสปป.ลาว เมื่อสอบถาม ถึงค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวพบว่า มีค่าใช้จ่าย โดยเฉลี่ยมากกว่า 300 เหรียญสหรัฐต่อวัน เป็นจำนวน 233 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมามี ค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 100 ถึง 300 เหรียญสหรัฐต่อวัน โดยคิดเป็นจำนวน 123 คน หรือคิดเป็นร้อย ละ 31.86 ซึ่งสะท้อนให้เห็นชัดเจนว่าถ้ารัฐบาลสปป.ลาวส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบนั้น ย่อมส่งผลต่อคุณภาพการค้าของประเทศ และเป็นรายได้ที่มีการเจริญเติบโตในอัตราที่สูงตลอด ระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราอยู่ในระดับ 6.1 เปอร์เซ็นต์ต่อปี

เมื่อทำการสอบถามถึงการเลือกสถานที่พักอาศัยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศพบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศตัดสินใจเลือกพัก Guest house คิดเป็นจำนวน 301 คน หรือร้อยละ 77.9 สาเหตุเนื่องจากสถานที่พักอาศัยในสปป.ลาวยังไม่ค่อยได้รับการพัฒนา เนื่องจากปัญหาการขาด แคลนเงินทุน และไม่ได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจังของรัฐบาลสปป.ลาว รองลงมาคือ Resort โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเท่ากับ 46 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 11.9 แต่เมื่อสอบถาม นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 267 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 69.17 ได้รับข้อมูลเพิ่มเติมถึงสภาพแหล่งท่องเที่ยว นักวิจัยพบว่าได้มาจากบริษัททัวร์ และ สถานที่นักท่องเที่ยวเลือกพัก ซึ่งโดยส่วนใหญ่เกิดจากการกระทำของภาคเอกชนเป็นส่วนใหญ่ที่มี ผลประโยชน์โดยตรงกับการท่องเที่ยว

เมื่อสอบถามถึงข้อขัดข้องของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากการเดินทางที่ไม่ค่อยสะดวก การคมนาคมที่ยังไม่เป็นระบบ ทำให้เสียเวลาในการเดินทางค่อนข้างมาก นอกจากนี้ ปัญหาในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันก็เป็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศมีความเห็นว่า รัฐบาลสปป.ลาวจำเป็นต้องมีการพัฒนาและส่งเสริมเพิ่มขึ้นในอนาคต นักวิจัยได้สอบถามเพิ่มเติมในช่วงระยะเวลา 5 ปีต่อไปจะเข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวหรือไม่ พบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 210 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 54.4 ยังไม่แน่ใจว่าจะเข้ามาท่องเที่ยวหรือไม่ โดยสืบเนื่องมาจากปัญหาดังกล่าวข้างต้น นักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 120 คนหรือคิดเป็นร้อยละ 31.08 มีความเห็นว่าจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้ง ดังนั้นในความเห็นของนักวิจัยที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยวสปป.ลาวให้เป็นแหล่งรายได้ต่างประเทศที่สำคัญในอนาคต รัฐบาลสปป.ลาวจำเป็นต้องมีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม อาทิ การพัฒนาการคมนาคมของแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาและปฏิสังขรณ์ดูแลสถานที่ท่องเที่ยว การให้การมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างมีรูปธรรม โดยอาจจะทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบภูมิภาค ฯลฯ

4.3 การวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในสปป.ลาว

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวอิสระชาวต่างประเทศโดยใช้เครื่องมือทางสถิติคือ Multinomial Logit โดยอาศัยวิธี Maximum Likelihood Estimation ในการประมาณค่า ทำให้ทราบว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ทราบค่าความน่าจะเป็นของการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ แบบจำลอง Multinomial Logit เป็นแบบจำลองที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดอรรถประโยชน์ (Utility) ซึ่งคุณสมบัติที่สำคัญของอรรถประโยชน์คือ เป็นค่าที่ไม่มีหน่วยและไม่มีความหมายในตัวเอง แต่จะมีความหมายก็ต่อเมื่อนำไปเปรียบเทียบกับค่าอรรถประโยชน์ของทางเลือกอื่นด้วยเหตุนี้เองจึงทำให้แบบจำลอง Multinomial Logit ต้องมีลักษณะในรูปแบบของการเปรียบเทียบด้วย ค่า P_{ij} ในสมการจึงเป็นค่าความน่าจะเป็นของโอกาสที่นักท่องเที่ยวต่างประเทศคนที่ 1 มีเป้าหมายในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ซึ่งแต่ละค่านั้นจะต้องนำไปเปรียบเทียบกับค่าความน่าจะเป็นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ $j=4$ (สนใจศิลปะและการดำรงชีวิตของประชาชนสปป.ลาว) ซึ่งเรากำหนดให้เป็นค่า Baseline Category โดยพิจารณาแบบจำลองได้ดังนี้

แบบจำลองที่ได้จะนำเสนอทิศทางและผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ ที่มีต่อพฤติกรรม การเลือกแหล่งท่องเที่ยว โดยพิจารณาจากขนาด และเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปร ซึ่ง สัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณค่า นั้นจะไม่ได้แสดงถึงการเพิ่มขึ้นของความน่าจะเป็นของ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเมื่อกำหนดให้มีการเพิ่มขึ้นหนึ่งหน่วยของตัวแปร แต่จะบอกเพียงว่า ผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นมีความมากหรือน้อยเพียงไรเท่านั้น⁵⁹ สำหรับการวัดความเหมาะสมของ ตัวแปรจะพิจารณาจากค่า T-test⁶⁰ (รายละเอียดการคำนวณค่า T-state ดูในภาคผนวก ข.) ส่วนการ วัดความเหมาะสมของแบบจำลอง จะพิจารณาจากค่า Mc-Fadden R² (ซึ่งถ้ามีค่ามากกว่า 0.2 ขึ้น ไปก็อยู่ในระดับที่ยอมรับได้)⁶¹ และค่า Overall Percentage (เปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการ ประมาณค่า)⁶² โดยจะแสดงรายละเอียดของตัวแปรต่าง ๆ ไว้ในตารางที่ 6

⁵⁹ อ้างจาก : Peter Kennedy, **A Guide to Econometrics**. 4th Ed. (Blackwell Published Ltd., 1999).

⁶⁰ ค่า T-test เป็นค่าที่ใช้ทดสอบว่าตัวแปรที่ใช้มีอิทธิพลต่อการพยากรณ์ผลของ แบบจำลองหรือไม่ ถ้าค่า t-test ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่าค่า t-state ที่ระดับนัยสำคัญ แสดง ว่าตัวแปรที่นำมาใช้ทดสอบมีอิทธิพลในการพยากรณ์แบบจำลอง ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน: Gujarati, Damodar N., **Basic Econometrics**, 3rd Ed. (New York: McGraw-Hill, 1995).

⁶¹ ค่า Mc-Fadden R² เป็นค่าที่ใช้ในการทดสอบว่าแบบจำลองที่สร้างขึ้นมานั้น สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้มากน้อยเพียงใด โดยมีค่าคล้ายกับค่า R² ใน แบบจำลองถดถอยทั่วไป ซึ่งถ้ามีค่ามากกว่า 0.2 ขึ้นไปก็อยู่ในระดับที่ยอมรับได้

⁶² ค่า Overall Percentage เป็นค่าที่เปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวนทางเลือกที่เกิดขึ้นจริงกับจำนวนทางเลือกที่พยากรณ์ได้จากแบบจำลอง ซึ่งจะช่วยให้ทราบว่าแบบจำลองที่ได้มีความ ถูกต้องในการพยากรณ์ใกล้เคียงกับความเป็นจริงกี่เปอร์เซ็นต์ ดูรายละเอียดเพิ่มเติมใน : กัลยา วาณิชย์บัญชา การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows, พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544).

ตารางที่ 6 คำจำกัดความของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในแบบจำลองพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ตัวแปร	สัญลักษณ์และคำจำกัดความ
โอกาสที่นักท่องเที่ยว จะเลือกแหล่งท่องเที่ยว	<p>$j = 1$ ถ้านักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์</p> <p>$j = 2$ ถ้านักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม</p> <p>$j = 3$ ถ้านักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ</p> <p>$j = 4$ ถ้านักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะและการดำรงชีวิต</p> <p>กำหนดให้โอกาสในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปะและการดำรงชีวิตเป็นค่า Baseline Category</p>
อายุ	Age เป็นตัวแปรเชิงปริมาณ
รายจ่าย	<p>Exp1 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 100-300 เหรียญสหรัฐต่อวัน = 0 อื่น ๆ</p> <p>Exp2 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายมากกว่า 300 เหรียญสหรัฐต่อวัน = 0 อื่น ๆ</p> <p>กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายต่ำกว่า 100 เหรียญสหรัฐต่อวันเป็นกลุ่มอ้างอิง (มีค่าเท่ากับ 0)</p>
รูปแบบการท่องเที่ยว	<p>Group = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมาแบบกลุ่มทัวร์ = 0 ถ้านักท่องเที่ยวเดินทางมาส่วนบุคคล</p>
เพศ	<p>Sex = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชาย = 0 ถ้านักท่องเที่ยวเป็นหญิง</p>
อาชีพ	<p>Occ1 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีอาชีพผู้จัดการ-บริหาร/ผู้เชี่ยวชาญ-เทคนิค-รัฐวิสาหกิจ/ทหาร = 0 อื่น ๆ</p> <p>Occ2 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวเกษียณอายุ และไม่ได้ประกอบอาชีพ = 0 อื่น ๆ</p> <p>Occ3 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีอาชีพแม่บ้าน = 0 อื่น ๆ</p> <p>Occ4 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวมีอาชีพพนักงาน-ลูกจ้าง = 0 อื่น ๆ</p> <p>กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาเป็นกลุ่มอ้างอิง (มีค่าเท่ากับ 0)</p>
ความสนใจ	<p>Lnt1 = ถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องประวัติศาสตร์/โบราณสถาน/ สถาปัตยกรรมโบราณ = 0 อื่น ๆ</p> <p>Lnt2 = ถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องสังคม/ชุมชน/วัฒนธรรม = 0 อื่น ๆ</p> <p>Lnt3 = ถ้านักท่องเที่ยวสนใจเรื่องการค้า/ดำเนินชีวิตและศิลปะของสปป.ลาว = 0 อื่น ๆ</p> <p>กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่สนใจเรื่องบันเทิง/ทันสมัย/นันทนาการเป็นกลุ่มอ้างอิง (มีค่าเท่ากับ 0)</p>

ตารางที่ 6 คำจำกัดความของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในแบบจำลองพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว (ต่อ)

ตัวแปร	สัญลักษณ์และคำจำกัดความ
สื่อที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว	<p>Source1 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากบริษัทท่องเที่ยว = 0 อื่น ๆ</p> <p>Source2 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากสถานทูตสป.ลาว = 0 อื่น ๆ</p> <p>Source3 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากเครือข่ายญาติ = 0 อื่น ๆ</p> <p>Source4 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากทางวิทยุ/โทรทัศน์ = 0 อื่น ๆ</p> <p>Source5 = 1 ถ้านักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลจากหนังสือพิมพ์/สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ = 0 อื่น ๆ</p> <p>กำหนดให้นักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตและอื่น ๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง (มีค่าเท่ากับ 0)</p>

เมื่อพิจารณาความเหมาะสมของแบบจำลองจากค่า Mc-Fadden R^2 พบว่า ค่า Mc-Fadden R^2 จากการศึกษาในสมการที่พิจารณามีค่าเท่ากับ 0.657 ซึ่งมีค่าค่อนข้างเป็นที่น่าพอใจ และได้ผลสอดคล้องกับการทดสอบความเป็นอิสระกันของตัวแปรที่ทำการทดสอบไว้เบื้องต้น เมื่อนำค่าความมีนัยสำคัญของตัวสัมประสิทธิ์มาพิจารณาพบว่า เราสามารถตัดตัวแปรอาชีพออกไปจากแบบจำลองได้และยังมีเหตุผลอีกประการหนึ่งที่ทำให้สามารถตัดตัวแปรอาชีพออกไปได้ นั่นคือ ตัวแปรค่าใช้จ่ายที่พิจารณาไว้ในการศึกษา สามารถเป็นตัวแทนของตัวแปรอาชีพได้ในระดับหนึ่ง เพราะความเกี่ยวข้องกันของตัวแปรทั้งหมด

การประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
อิสระชาวต่างประเทศ

Variable	j=1		j=2		j=3	
	B	t-stat	B	t-stat	B	t-stat
Constant	-2.38	-1.38	-0.06	-0.04	-0.48	-0.29
Age	0.00	0.01	0.01	7.26**	0.04	6.26***
Exp1	0.03	0.02	-0.18	-0.15	-0.62	-0.45
Exp2	-1.18	-0.80	-1.34	-0.99	-1.91	-1.23
Sex	-0.31	-0.44	-0.88	-1.27	0.99	1.24
Occ1	0.76	0.61	0.97	0.83	0.99	0.75
Occ2	-2.83	-1.57	-0.87	-0.62	-0.56	-0.34
Occ3	17.86	0.00	17.77	0.00	18.84	0.00
Occ4	0.62	0.52	0.77	0.70	0.67	0.52
Interest1	23.47	5.26	20.78	0.00	20.18	0.00
Interest2	3.23	4.24***	3.19	5.02***	2.78	3.14***
Interest3	18.66	16.45***	19.66	23.66***	23.23	17.65***
Source1	0.17	5.25***	0.68	1.07**	-0.32	-0.45
Source2	-1.44	-1.18	-1.45	-1.24	-0.78	-0.58
Source3	-0.17	-0.18	-1.51	-1.25	-0.68	-0.66
Source4	16.33	0.00	17.19	0.00	16.76	0.00
Source5	0.47	0.69	-0.16	-0.22	-0.30	-0.42
Log-Likelihood = .234.61 McFadden = 0.657						
Restricted Log-Likelihood = .396.801 Chi-Squared = 324.411						
Sig.Level = 0.000 N=300						

*มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.1

**มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.05

***มีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.01

และเมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภทจากแบบจำลอง

4.3.1 การวิเคราะห์สมการปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ($j=1$) เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ($j=4$) จากการพิจารณาสมการในตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ ความสนใจ และแหล่งข้อมูลซึ่งอธิบายได้ดังนี้

ความสนใจ (Int) ความสนใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อโอกาสการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.01 แต่เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์จะพบว่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรความสนใจด้านประวัติศาสตร์/สถาปัตยกรรมโบราณ (Int1) มีค่ามากที่สุดโดยเท่ากับ 23.47 (ซึ่งมากกว่าค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปร Int2 และ Int3) หมายความว่านักท่องเที่ยวที่มีความสนใจด้านประวัติศาสตร์มีโอกาสที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุด ทั้งนี้ตรงกับการคาดคะเน คือนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในเรื่องประวัติศาสตร์มีโอกาสที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์มากที่สุด

แหล่งข้อมูล (Source) นักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในสปป.ลาวมีโอกาสเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยได้รับข้อมูลจากบริษัททัวร์อย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.1 แสดงให้เห็นถึงบทบาทของภาคเอกชนในการเป็นกลไกหลักในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวภายในสปป.ลาว ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าต่างประเทศได้มากกว่าวิธีการอย่างอื่น ๆ

4.3.2 วิเคราะห์สมการปัจจัยกำหนดพฤติกรรมกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม

โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชน ($j=2$) เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม ($j=4$) จากการพิจารณาสมการในตารางที่ 6 พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ รายได้ ภูมิสำเนา เพศ ความสนใจ ผู้ร่วมทาง และสื่อ ซึ่งอธิบายได้ดังนี้

เพศ (Sex) นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีโอกาสเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชนมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชายอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.1 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมมักจะจัดการแสดงทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีความสวยงาม และเป็นเอกลักษณ์ ไม่ว่าจะเป็นศิลปะท้องถิ่น การรำยรำ และนาฏศิลป์ต่าง ๆ นอกจากจะมีความสวยงามทางศิลปะแล้ว ยังมีความสวยงามในเรื่องของเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ ข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ เช่น ผ้า

พื้นเมือง ซึ่งความสวยงามต่าง ๆ ที่มีในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมเหล่านี้ น่าจะสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเพศหญิงได้มากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย

ความสนใจ (Int) ความสนใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อโอกาสการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.01 และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรความสนใจในเรื่องวัฒนธรรมชุมชน (Int2) ในแต่ละสมการ แล้วพบว่าค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปร Int2 ในสมการปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวันทนาการ จะมีค่ามากที่สุด (ค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปร Int2 มีค่า 2.92 ซึ่งมากกว่าค่า Int2 ในอีก 2 สมการ) ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในเรื่องวัฒนธรรมชุมชนมีความน่าจะเป็นที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมชุมชนมากที่สุด ซึ่งตรงกับสมมติฐานในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเรื่องวัฒนธรรมชุมชนมีความน่าจะเป็นที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทวัฒนธรรมชุมชนมากที่สุด

สื่อ (Source) นักท่องเที่ยวที่ได้รับข้อมูลด้านแหล่งท่องเที่ยวจากบริษัทท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมชุมชนอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.10 ทั้งนี้เป็นเพราะการท่องเที่ยวในรูปแบบวัฒนธรรมเริ่มเป็นที่แพร่หลาย ไม่ว่าจะเป็นการแสดงทางวัฒนธรรมประเพณี หรือการท่องเที่ยวในรูปแบบโฮมสเตย์ (Home Stay) ก็เริ่มมีการแพร่ภาพในรูปแบบผ่านทางบริษัททัวร์เอกชนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงมีความเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้น่าจะได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวจากสื่อประเภทนี้มากที่สุด

4.3.3 วิเคราะห์สมการปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวันทนาการ

โอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ($j=3$) เมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวันทนาการ ($j=4$) จากการพิจารณาสมการในตารางที่ 4.16 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติคือ อายุ ความสนใจ ดังนี้

อายุ (Age) นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.10 ทั้งนี้เนื่องจากในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีกิจกรรมที่น่าตื่นเต้นและใช้กำลัง เช่น กิจกรรมเดินป่า ปีนเขา ดำน้ำ ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวอายุน้อยที่ชอบท้าทาย ดังนั้นจึงมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวอายุน้อยจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่า

ความสนใจ (Int) ความสนใจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อโอกาสการเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างมีนัยสำคัญ ณ ระดับ 0.01 เช่นเดียวกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอื่น ๆ เพราะเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรความสนใจแต่ละเรื่องแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจ

ในเรื่องธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อมมีความน่าจะเป็นที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากกว่านักท่องเที่ยวที่สนใจในเรื่องอื่น ๆ (ค่าสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปร $\ln t_3$ มีค่า 23.17 ซึ่งมากกว่า $\ln t_1$ และ $\ln t_2$) ซึ่งตรงกับสมมติฐานในการศึกษาคือ นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจเรื่องธรรมชาติ/สิ่งแวดล้อม มีโอกาสที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมากที่สุด

4.3.5 การวัดความแม่นยำของแบบจำลอง (Goodness of Fit)⁶³

ในการวัดความเหมาะสมของแบบจำลองว่ามีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้มากน้อยเพียงใดนั้น ในการศึกษาคั้งนี้ จะพิจารณาจาก

1. ค่า Mc fadden R² หรือค่า Likelihood Ratio Index

$$\text{ซึ่ง Mc fadden R}^2 = 1 - \frac{L(B)}{L(O)}$$

โดยที่ L(B) คือค่า Log likelihood Function สำหรับแบบจำลองที่มีตัวแปรอิสระตามกำหนด

L(O) คือค่า Log likelihood Function สำหรับแบบจำลองที่มีเพียงค่าคงที่

ค่า Mc fadden R² จะคล้ายกับค่า R² คือจะมีค่าระหว่าง -1 ถึง 1 ถ้าค่าของ Mc fadden R² มีค่าเท่ากับ -1 หรือ 1 แสดงว่า แบบจำลองที่ได้สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรได้อย่างสมบูรณ์ และถ้าค่าของ Mc fadden R² เท่ากับ 0 แสดงว่าแบบจำลองที่ได้ไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่นำมาพิจารณาได้เลย

ในการทดลองวัด Goodness of Fit โดยใช้ค่า Mc fadden R² มีค่ามากกว่า 0.2 ขึ้นไป แสดงว่าแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสมในระดับที่ยอมรับได้ สำหรับแบบจำลองปัจจัยกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ มีค่า Mc fadden R² เท่ากับ 0.398 ซึ่งแสดงว่าแบบจำลองที่ได้มีความเหมาะสม

⁶³ ในการวัดความแม่นยำของแบบจำลอง Multinomial Logit นั้น ยังไม่มีการยอมรับอย่างเป็นทางการว่าวิธีใดเป็นวิธีที่สามารถวัดความแม่นยำของแบบจำลองได้น่าเชื่อถือที่สุด แต่วิธีที่นำมาใช้วัดความเหมาะสมของแบบจำลองในการศึกษาคั้งนี้เป็นวิธีการวัดความเหมาะสมของแบบจำลองที่งานศึกษาที่ใช้แบบจำลอง Multinomial Logit ส่วนมากนิยมใช้ อ้างจาก : Peter Kennedy, *A Guide to Econometrics*, 4th Ed. (Blackwell Published Ltd., 1999).

2. The Overall Percent Correctly Estimated

คือค่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องในการพยากรณ์ของแบบจำลอง โดยจะเป็นการเปรียบเทียบผลการพยากรณ์ที่ตัวอย่างจะเลือกทางเลือกต่างๆ ซึ่งผลการพยากรณ์นี้เป็นทางเลือกที่มีค่าความน่าจะเป็นที่จะได้รับเลือกสูงสุด ซึ่งได้จากการประมาณค่าจากแบบจำลอง (ตามขั้นตอนในหัวข้อ 4.3.4) โดยถ้าผลการพยากรณ์ซึ่งเป็นทางเลือกที่มีค่าความน่าจะเป็นสูงสุด ตรงกับทางเลือกที่ตัวอย่างได้เลือกจริง แสดงว่าการพยากรณ์ของแบบจำลองถูกต้อง ซึ่งสามารถอธิบายจากตารางที่ 7 ได้ดังนี้

ตารางที่ 7 แสดงการเปรียบเทียบผลการพยากรณ์ในแต่ละทางเลือกกับทางเลือกที่ได้จากการสำรวจ

แหล่งท่องเที่ยว	ผลรวมจริง	ผลที่ได้จากการพยากรณ์				เปอร์เซ็นต์ความถูกต้อง
		ประวัติศาสตร์	วัฒนธรรมชุมชน	ธรรมชาติ	นันทนาการ	
ประวัติศาสตร์		35.00	29.00	2.00	2.00	51.47
วัฒนธรรมชุมชน	110	8.00	80.00	15.00	7.00	72.73
ธรรมชาติ	90	1.00	16.00	72.00	1.00	79.12
นันทนาการ	32	2.00	14.00	0.00	16.00	50.00
Overall Percentage	300	16.10%	46.60%	29.50%	8.90%	63.33%

ที่มา: ได้จากการประมาณค่า

- จากตัวอย่างจำนวน 68 รายที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ แบบจำลองที่ได้สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้อง (มีความน่าจะเป็นสูงสุดที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์) 35 ราย หรือถูกต้อง 51.47%

- จากตัวอย่างจำนวน 110 รายที่เลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน แบบจำลองที่ได้สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้อง (มีความน่าจะเป็นสูงสุดที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมชุมชน) 80 ราย หรือถูกต้อง 72.73%

- จากตัวอย่าง 90 รายที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แบบจำลองที่ได้สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้อง (มีความน่าจะเป็นสูงสุดที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ) 72 ราย หรือถูกต้อง 79.12%

- จากตัวอย่างจำนวน 32 รายที่เลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ แบบจำลองที่ได้สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้อง (มีความน่าจะเป็นสูงสุดที่จะเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนันทนาการ) 16 ราย หรือถูกต้อง 50.00%

- จากตัวอย่างจำนวน 300 ราย แบบจำลองที่ได้สามารถพยากรณ์ได้ถูกต้องรวม 63.33% ซึ่งทำนายได้ถูกต้องมากกว่า 50% แสดงว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม⁶⁴

สรุป

สำหรับนักท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้แก่ ไทย เวียดนาม จีน ซึ่งคิดเป็นจำนวน 422,766 คน 71,001 คน และ 21,724 คน ตามลำดับคูตารางที่ 8 ซึ่งสังเกตเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศไทยมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่งและมากกว่าครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาวช่วงปี พ.ศ.2545 ซึ่งสร้างรายรับ 16,592,320 เหรียญสหรัฐ หรือประมาณหนึ่งในห้าของรายรับรวมจากการท่องเที่ยวทั้งหมด (คูตาราง 9) แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศไทยมีความสำคัญมากเช่นเดียวกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเพื่อนบ้านโดยรวม แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศเหล่านี้ได้แบ่งออกเป็นสองประเภทได้แก่ ประเภทหนึ่ง ใช้ใบผ่านแดน (border pass) และอีกส่วนหนึ่ง ใช้หนังสือผ่านแดน (passport) ซึ่งเอกสารสองประเภทนี้ได้รับอนุญาตพำนักอยู่ในสปป.ลาวแตกต่างกัน

โดยหนังสือผ่านแดน (passport) จะออกให้โดยกระทรวงการต่างประเทศจากประเทศของนักท่องเที่ยวและได้รับอนุญาตจากทางการสปป.ลาวให้อยู่ได้หนึ่งถึงสองเดือน และไปได้ทุกๆ แขวงของลาวทั่วประเทศ และสามารถเข้าออกได้หลายครั้งถ้าเป็นนักธุรกิจ ส่วนในใบผ่านแดน (border pass) จะออกให้โดยท้องถิ่นหรือจังหวัดที่มีเขตแดนติดต่อสปป.ลาว และได้รับอนุญาตจากทางการสปป.ลาวให้อยู่ได้สามถึงหกวัน โดยจะเข้าออกได้เพียงท้องถิ่นที่มีเขตแดนติดกับสปป.ลาวเท่านั้น อย่างไรก็ตาม กลุ่มนักท่องเที่ยวสองประเภทนี้จะใช้เวลาเฉลี่ยอยู่ลาวถ้าเป็นใบผ่านแดน (border pass) เพียงไปกลับภายในวันเดียว ส่วนกลุ่มที่ใช้หนังสือผ่านแดน (passport) จะไปกลับภายในสามวัน แม้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวประเทศเพื่อนบ้านจะมีจำนวนมากว่ากลุ่ม

⁶⁴ การพิจารณาว่าเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องเป็นเท่าใดจึงจะเหมาะสมนั้นขึ้นกับเรื่องที่ใช้ประยุกต์ใช้ไม่มีการกำหนดแน่นอน แต่ถ้ายังเปอร์เซ็นต์ความถูกต้องมีค่าสูง ยิ่งแสดงว่าแบบจำลองมีความเหมาะสม อังจาก : กัลยา วาณิชย์บัญชา การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 1 (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544)

นักท่องเที่ยวประเทศยุโรป อเมริกา เป็นต้น แต่ก็สร้างรายได้ให้แก่สปป.ลาวเพียงหนึ่งในสี่ของชาติตะวันตก เช่น กลุ่มประเทศเพื่อนบ้านสร้างรายรับ 22,253,251 เหรียญสหรัฐ ส่วนชาวตะวันตกสร้างรายรับได้ 90,855,668 เหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ.2545

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านจะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกอย่างเห็นได้ชัด เป็นผลให้การท่องเที่ยวในสปป.ลาวมีความคึกคักและดึงดูดนักท่องเที่ยวตะวันตกมากขึ้น แม้ว่าจะมีระยะเวลาการพำนักที่สั้นกว่าก็ตาม จากตาราง 10 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาคระหว่างปี พ.ศ.2533-2545 โดยแบ่งออกเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ 4 กลุ่ม คือ กลุ่มประเทศเอเชียและแปซิฟิก ซึ่งเมื่อพิจารณาในปี พ.ศ.2544 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 553,249 ราย และในปี พ.ศ.2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 579,031 ราย รองลงมาคือนักท่องเที่ยวของยุโรปที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2544 เท่ากับ 80,736 ราย และมีจำนวนเท่ากับ 101,924 รายในปี 2545 อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาที่อัตราการเติบโตพบว่า นักท่องเที่ยวของสหรัฐอเมริกามีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูง ซึ่งเท่ากับ 44.38% รองลงมาคือนักท่องเที่ยวของยุโรปที่มีอัตราการเติบโตเท่ากับ 41.64% โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยทั้งหมดเท่ากับ 31.03% แสดงให้เห็นว่าการเติบโตของการท่องเที่ยวในสปป.ลาว มีอัตราที่ค่อนข้างสูง และมีศักยภาพในอนาคต ถ้ารัฐบาลของสปป.ลาวสามารถดำเนินนโยบายที่ถูกต้อง อาทิ

1. การพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ โดยให้ภาคเอกชนเป็นกลไกหลักในการพัฒนา ส่วนบทบาทของภาครัฐบาลนั้นเน้นส่งเสริมปัจจัยพื้นฐาน เช่น ถนนหนทาง การคมนาคม ความปลอดภัย โรงแรมและที่พัก ฯลฯ เพื่อให้เกิดการกระจายของการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรมแล้วน่าจะช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
2. การเน้นการพัฒนาของทรัพยากรมนุษย์ รัฐบาลสปป.ลาวควรให้การส่งเสริมทั้งความรู้ทางภาษา การบริการที่เป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยว โดยนักวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่ได้ทำการสำรวจมีข้อคิดเห็นว่าบุคลากรทางการท่องเที่ยวของสปป.ลาวยังไม่ได้มาตรฐานทั้งการสื่อสาร การบริการ ฯลฯ
3. การจัดการท่องเที่ยวโดยมีการส่งเสริมในรูปแบบสื่อโทรทัศน์สิ่งพิมพ์ไปสู่สายตาชาวโลก เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ได้เห็นถึงศักยภาพของการท่องเที่ยวของสปป.ลาวมากขึ้น
4. การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มภูมิภาคเพื่อให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการท่องเที่ยวมากขึ้น โดยอาศัยเพื่อนบ้าน เช่น ประเทศไทย เพื่อเป็นการเปิดทางหรือทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ถ้ารัฐบาลของสปป.ลาวมีการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบแล้ว ผู้วิจัยคาดว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวของสปป.ลาวน่าจะมีการเติบโตในลักษณะที่ยั่งยืน และขยายได้อย่าง

ต่อเนื่อง เพราะสปป.ลาวยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกมากมายที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไปได้ และเป็นการดึงดูดรายได้จากต่างประเทศอีกทางหนึ่งด้วย

Table 8: Number of Tourist Arrivals by Region, 1990-2002

Year	Asia and Pacific	Europe	The Americas	Africa and Middle East	Total
1990	-	-	-	-	14,400
1991	33,937	2,214	822	640	37,613
1992	81,022	4,496	2,009	44	87,471
1993	94,836	5,986	2,061	63	102,946
1994	136,114	8,019	1,837	185	146,155
1995	314,470	20,635	11,019	336	346,460
1996	357,692	30,582	14,102	624	403,000
1997	403,781	38,583	18,213	2,623	463,200
1998	421,196	52,076	25,326	1,602	500,200
1999	510,703	68,564	31,780	3,231	614,278
2000	604,254	86,462	42,111	4,381	737,208
2001	553,249	80,736	34,370	5,468	673,823
2002	579,031	101,924	46,704	8,003	735,662
Growth Rate	29.42%	41.64%	44.38%	25.81%	31.03%

Source: National Tourism Authority of Lao PDR

Table 9: Number of Tourist Arrivals to Laos by Category, 2001-2002

Category	Border Pass		Passport		Total	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Grand Total	372,926	377,210	300,896	358,452	673,823	735,662
International Tourist			168,544	215,043	168,545	215,043
Regional Tourist	372,926	377,210	128,273	139,646	501,199	516,856
Thailand	314,349	341,396	62,336	81,370	376,685	422,766
Vietnam	25,440	22,409	56,971	48,592	82,411	71,001
China	33,137	13,405	7,507	8,319	40,644	21,724
Myanmar			1,459	1,365	1,459	1,365
Tourists for Visa Extension			4,079	3,763	4,079	3,763
India			2,635	2,319	2,635	2,319
Pakistan			225	251	225	251
Bangladesh			738	669	738	669
Sri Lanka			132	278	132	278
Nepal			124	171	124	171
Other			225	75	225	75

Source: National Tourism Authority of Lao PDR

Table 10: Revenue from Tourism by Category, 2002

Category	Number of Tourist Arr. (Person)	Average Length of Stay (days)	Average Expenditure per Person per day (dollars)	Revenue from Tourism in 2002 (dollars)
Total	735,662			113,409,883
International Tourist	215,043	6.5	65	90,855,668
Regional Tourist	516,856			22,253,251
Thai (Border pass)	341,396	1	20	6,827,920
Thai (Passport)	81,370	3	40	9,764,400
China (Passport)	8,319	3	30	748,710
China (Day Tripper)	13,405	1	12	160,860
Vietnam (Passport)	48,592	3	30	4,373,280
Vietnam (Day Tripper)	22,409	1	12	268,908
Myanmar	1,365	3	26.66	109,173
Tourist for Visa Ext.	3,763	3	26.66	300,965

Source: National Tourism Authority of Lao PDR

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวและความเป็นเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว จากความน่าสนใจและความเป็นเอกลักษณ์แล้ว แหล่งท่องเที่ยวในสปป.ลาวยังมีความเป็นธรรมชาติ ซึ่งยังเป็นการเพิ่มเสน่ห์และสร้างสีสันให้กับการท่องเที่ยวของประเทศ แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีความต้องการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวบางคนอาจประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ บางคนอาจหลงใหลชื่นชมกับอารยธรรมโบราณในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ หรือวัฒนธรรมวิถีชีวิตชุมชน แต่บางคนอาจสนุกสนานไปกับแหล่งท่องเที่ยวนันทนาการ

การศึกษาครั้งนี้จึงได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำผลการศึกษามาคาดการณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละประเภท โดยปัจจัยที่นำมาศึกษาประกอบด้วยอายุ เพศ ค่าใช้จ่าย ภูมิฐานะ ความสนใจ สื่อ ผู้ร่วมทาง จำนวนครั้งที่เดินทางมาประเทศลาว

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-sectional Data) จากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว และนำข้อมูลดังกล่าวมาวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลอง Multinomial Logit ซึ่งผลการศึกษาสรุปได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดพฤติกรรมการเลือกแหล่งท่องเที่ยวได้แก่ อายุ เพศ ความสนใจ และบริษัทท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาที่ได้ และการพิจารณาจากค่าความน่าจะเป็นในการเลือกแหล่งท่องเที่ยว ทำให้สามารถคาดการณ์กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายของแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวได้ดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวของสปป.ลาวได้มีการพัฒนาเรื่อยมาในทางปริมาณและคุณภาพ แต่ถึงอย่างไรก็ดี ประเทศยังต้องส่งเสริมสิ่งที่ดีและข้อได้เปรียบของตนเพื่อให้เทียบทันประเทศอื่น ๆ โดยเฉพาะประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียง ในขณะเดียวกัน องค์กรท่องเที่ยวแห่งชาติลาวพร้อมหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งจากรัฐบาลและเอกชนร่วมกันปรับปรุงแก้ไขในส่วนที่ยังด้อยอยู่

สรุปผลการศึกษา

1. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ได้เป็นการเปิดกว้างการพัวพันร่วมมือทางด้านเศรษฐกิจ-วัฒนธรรม เพื่อส่งเสริมและพัฒนากองท่องเที่ยวของลาวให้สวยงามสะอาดตา ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนอีกครั้ง ด้วยความประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ และวัฒนธรรมและการให้บริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อส่งเสริมด้านศิลปวัฒนธรรม จารีตประเพณีอันดีงาม อนุรักษ์รักษาวัตถุโบราณ อันเป็นจุดสำคัญให้ชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในลาวนับวันมากขึ้น แหล่งท่องเที่ยวในสปป.ลาวมีทั่วทุกภาคของประเทศ แต่ที่นักท่องเที่ยวชอบไปเที่ยวมากที่สุดคือ กำแพงนครเวียงจันทน์ แขวงหลวงพระบางเมืองมรดกโลกที่สวยงาม มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรม

2. ผู้บริหารจัดการท่องเที่ยว ส่วนมากทำงานมาแล้ว 10 ถึง 15 ปี อายุของบริษัทตั้งมาได้ 10-15 ปี ในการประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเกิดจากนักท่องเที่ยวและภาวะเศรษฐกิจมากที่สุด ส่วนปัญหาที่เกิดจากนโยบายของรัฐบาลกักเงินเพื่อและอื่น ๆ ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีความคิดเห็น ด้านนโยบายรัฐบาลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับที่ตรงลงมา ด้านคมนาคมขนส่งและการให้บริการต่อผู้ประกอบการที่มีความพอใจในระดับกลาง ส่วนข้อคิดเห็นต่อกับแหล่งท่องเที่ยวเป็นแบบธรรมชาติและวัฒนธรรมในระดับดี

3. มักคู่เทศก์นำเที่ยวชาวลาว ส่วนมากจะเป็นเพศชาย อายุ 25-35 ปี มีระดับการศึกษา จบปริญญาตรีซึ่งเคยทำงานในด้านนี้มาก่อนแล้ว และชอบอาชีพนี้ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 500,000-1,500,000 กีบ การนำเที่ยวจะพบปัญหาทางการสื่อสารทางภาษา ไม่มีเวลาส่วนตัว มีการเดินทางตลอด ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ดีขึ้นมีคุณภาพ และการบริการก็เช่นเดียวกัน เฉพาะกลุ่มตัวอย่างที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว ส่วนมากก็จะชอบแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแบบธรรมชาติ

4. จากการสัมภาษณ์ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ในสปป.ลาวมีความเห็นตรงกันให้มีการปรับปรุงระเบียบการเข้าออกนอกประเทศ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพในปัจจุบัน และอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสปป.ลาว

อภิปรายผล

ผลจากการศึกษาทำให้ทราบว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของสปป.ลาว ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในสปป.ลาว เพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี โดยเฉพาะจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามามากที่สุด เช่น จังหวัดหลวงพระบาง ซึ่งเป็นเมืองมรดกโลกและกำแพงนคร

เวียงจันทน์ สร้างรายรับให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก สอดคล้องกับการศึกษาวิจัยของสถาบัน
วิทยาศาสตร์ สถาบันวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีแห่งประเทศไทย 2540,หน้าที่ 45 ทำการศึกษาสู่ทาง
การลงทุนและการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวและบริการในแขวงหลวงพระบาง และจำปาสัก สปป.
ลาว

การส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมให้อุดมสมบูรณ์ มี
คุณภาพที่ดีและปกป้องรักษาอนุรักษ์ไว้ให้ยั่งยืนตลอดไป ส่วนธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมในสปป.ลาวได้มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีการแข่งขันกันอย่าง
รุนแรง เพื่อความสามารถที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในด้านคุณภาพ การ
บริการ สร้างความประทับใจ สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยือน เร่งพัฒนา
ปรับปรุงเส้นทางคมนาคมและสาธารณูปโภคอื่น ๆ สอดคล้องกับการศึกษาขององค์การท่องเที่ยว
องค์การการท่องเที่ยวแห่งสปป.ลาว 2541 ทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเช่น โรงแรม บ้านพัก
ร้านอาหาร ต้องมีมาตรฐานด้านคุณภาพการบริการให้มีลักษณะท้องถิ่นหรือลักษณะชาติ

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาสปป.ลาวมีความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว ที่
สวยงามทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมและคนลาวมีนิสัยต้อนรับดี มีความปลอดภัยและการใช้จ่าย
ถูก ซึ่งเป็นไปตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของสปป.ลาวในด้านต่าง ๆ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะอันจะเป็นประโยชน์แก่ผู้ทำการส่งเสริมการท่องเที่ยว
และผู้ที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการนำกลยุทธ์ทางการตลาดมาใช้เพื่อตอบสนองความ
ต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวและเพื่อสร้างโอกาสและความสามารถในการแข่งขัน ดังต่อไปนี้

1. รัฐบาลควรส่งเสริมการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของสปป.ลาวเป็น
พิเศษ เพราะการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรมดังกล่าวเป็นจุดแข็งที่สำคัญต่อการ
ท่องเที่ยวลาว
2. รัฐบาลควรให้การสนับสนุนต่อการพัฒนาทางด้านภาษาของมัคคุเทศก์ในลาว
เนื่องจากการสำรวจพบว่าอุปสรรคทางด้านภาษาเป็นสิ่งสำคัญที่สุดของนักท่องเที่ยว
3. เนื่องจากการท่องเที่ยวในสปป.ลาวเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว รัฐบาลจึงควรมีการ
ใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งควรมีการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและความ
ปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวด้วย
4. เนื่องจากการแข่งขันกันอย่างรุนแรงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในลาว ซึ่ง

อาจไม่เป็นผลดีต่อผู้ประกอบการในระยะยาว รวมทั้งอาจมีการหลอกลวงนักท่องเที่ยว รัฐบาลจึงควรเข้ามาดูแลตรงส่วนนี้

5. รัฐบาลควรปรับปรุงเส้นทางคมนาคมและสาธารณูปโภคต่าง ๆ เพื่อเป็นการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีการขยายตัวออกไปเพิ่มเติมจากจุดที่ได้รับความนิยมอยู่แล้ว

6. การส่งเสริมโฆษณาและประชาสัมพันธ์ในหนังสือแนะนำเที่ยวเนื่องจากเป็นแหล่งข้อมูลที่สำคัญของนักท่องเที่ยวในการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยลาว

7. ผู้ประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ควรเป็นผู้ให้การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่รัฐบาลจัดอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสถวคและอุปสรรคของการเก็บข้อมูล

ข้อเสถวค

เนื่องจากผู้วิจัยเป็นข้าราชการของสปป.ลาวจึงได้รับการร่วมมือจากเจ้าหน้าที่ทั้งหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน โดยเฉพาะบริษัทท่องเที่ยวรวมทั้งความร่วมมือจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี

อุปสรรค

งบประมาณที่ค่อนข้างจำกัดทำให้เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางไปเก็บข้อมูลต่างแวง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของสปป.ลาวมีจำนวนค่อนข้างน้อย

ข้อเสนอแนะในการทำการศึกษาคั้งต่อไป

1. การศึกษากลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่างในด้านวัฒนธรรม ผู้วิจัยควรมีการศึกษาเบื้องต้น เกี่ยวกับวัฒนธรรมนั้น เพื่อประโยชน์ในสื่อสาร การศึกษากลุ่มตัวอย่างของนักท่องเที่ยว ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างหลายกลุ่ม เพื่อความชัดเจนถูกต้องในการศึกษา

2. เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในสปป.ลาว มีลักษณะเป็นการเข้ามาตามฤดูกาล ดังนั้น ผู้ทำการศึกษาค้องตระหนักในเรื่องนี้ หากไม่มีข้อจำกัดในเรื่องระยะเวลา ทำการศึกษา ควรทำการศึกษาคึงรวบรวมข้อมูลตลอดทั้งปี ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลและผลการวิจัยที่มีความสมบูรณ์

ข้อเสนอแนะต่อนโยบายของรัฐบาลที่มีต่อการท่องเที่ยว

1. ควรพัฒนาและยกระดับความรู้ความสามารถด้านภาษาต่างประเทศของเจ้าหน้าที่ทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ การประชาสัมพันธ์ และการบริการนักท่องเที่ยว
2. ควรให้ความร่วมมือทางด้านท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน ในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ต่าง ๆ ที่จะเป็นผลดีให้แก่ทั้งสองฝ่าย เนื่องจากสปป.ลาวมีชายแดนติดกับ 5 ประเทศ เช่น ประเทศจีน เวียดนาม กัมพูชา ไทย และพม่า ซึ่งจะทำให้ลาวได้เปรียบเพราะนักท่องเที่ยวบางกลุ่มอาจจะเข้ามาท่องเที่ยวลาวโดยตรงหรือผ่านไปประเทศอื่น ๆ และมาขอขயายวีซ่าก็ดีแล้วแต่มีผลดีในการนำรายได้เข้าประเทศทั้งสิ้น
3. รัฐบาลลาวควรเน้นการท่องเที่ยวในรูปแบบที่มีมีศักยภาพมากที่สุด เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ และการท่องเที่ยววัฒนธรรม เป็นต้น
4. ควรให้ความสำคัญกับการร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชนในการบริการการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความพอใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การคมนาคม การสื่อสาร และความปลอดภัย เป็นต้น
5. รัฐบาลลาวควรปรับปรุงระเบียบการเดินทางเข้าออกและยกระดับด้านเข้าออกประเทศให้เป็นด่านสากล รวมทั้งควรปรับปรุงบริการ เช่น การขอวีซ่า ให้มีความสะดวกรวดเร็ว และการเก็บค่าธรรมเนียมผ่านแดนในแต่ละด่านยังไม่มีความเป็นเอกภาพ ควรเก็บค่าธรรมเนียมให้เท่ากัน และมีมาตรการเข้มงวดกับการเก็บค่าธรรมเนียมไม่ให้เกินอัตราที่กำหนด
6. รัฐบาลลาวควรพิจารณาให้นักท่องเที่ยวจากประเทศสมาชิกอาเซียนสามารถเดินทางเข้าออกโดยไม่ต้องใช้วีซ่าเพื่อสะดวกในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสมาชิกด้วยกัน
7. ควรปรับปรุงคุณภาพที่พักเช่น โรงแรม รีสอร์ท เกสต์เฮ้าส์ ให้ได้มาตรฐานสากล และในขณะเดียวกันต้องมีแผนรองรับการมาพักระยะยาวของนักท่องเที่ยว

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- กัลยา วาณิชย์บัญชา. การวิเคราะห์ตัวแปรหลายตัวด้วย SPSS for Windows. พิมพ์ครั้งที่ 1, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2544.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สำนักงานเวียงจันทน์. เอกสารรายงานการประชุมสมัชชาประชาชนปฏิวัติลาว ครั้งที่ 6 ระหว่างวันที่ 18-20 มีนาคม 2539. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2539.
- คำแถลงนโยบายในการพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมของสปป.ลาว ของ ฯพณฯ ท่านคำฟูย แก้วบุรพา รองนายกรัฐมนตรีฝ่ายเศรษฐกิจ เมื่อ 22 กุมภาพันธ์ 2536.
- คำประดิษฐ์ เขมมะนิค. ท่องเที่ยวเมืองลาว: กำแพงนครเวียงจันทน์หันใส่เวียงงานท่องเที่ยว. เวียงจันทน์ : องค์การท่องเที่ยวแห่งชาติสปป.ลาว, 2542.
- จุฑาพร สุระเชษฐคมสัน. การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2522.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.
- ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. "อุปสงค์การท่องเที่ยว" จุลสารการท่องเที่ยว. กรกฎาคม 2531: 23.
- สุทธิธิ์ ชูชาติ. "องค์ประกอบพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว". จุลสารการท่องเที่ยว. ตุลาคม – ธันวาคม 2538: 38-45.
- ณัฐกานต์ ไรจนุดมะ. ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. หลักเศรษฐศาสตร์ 1 : จุลเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพมหานคร: คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2539.
- นฤมล สนธิถาวร. การประมาณการปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7. วิทยานิพนธ์ ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.

- นุชนารถ ว่องรัชชัย. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมในการซื้อของนักท่องเที่ยว" จุลสารการท่องเที่ยว. มกราคม – มีนาคม 2539 : 14-23.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. กรุงเทพมหานคร : คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2538.
- บงกช หงษ์คำมี. "ความร่วมมือด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยกับสปป.ลาว". เอเชียปริทัศน์. กันยายน-ธันวาคม 2541: 1-46.
- บงกช หงษ์คำมี. การปรับตัวของลาวต่อการเป็นสมาชิกอาเซียนในอาเซียนใหม่. กรุงเทพมหานคร : สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.
- บังอรรัตน์ โรจนวัชรณสินธุ์, ลัดดาวัลย์ บุญประกอบ และสุพจน์ จังศิริพรปกรณ์. "ผลของการปรับค่าเงินบาทต่อการท่องเที่ยว", จุลสารการท่องเที่ยว มกราคม 2529: 34-49.
- พาณิชย์, กระจ่าง. กรมส่งเสริมการส่งออก. สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. กรุงเทพมหานคร : กรมส่งเสริมการส่งออก, 2537.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิน. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช, 2539.
- วารุณี ดันติวงศ์วานิช. พฤติกรรมทางเลือกที่พึงปรารถนาของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ. โครงการบัณฑิตศึกษา สาขาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.
- วีรพล วงษ์ประเสริฐ. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวองค์ประกอบในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536.
- ศรัณยา ศรีรัตน์. การศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงฮานอย. การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเวียดนามและชาวต่างประเทศในเวียดนาม. ฮานอย, 2541.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, แผนงานเศรษฐกิจรายสาขา. "การวิเคราะห์การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว", เอกสารประกอบโครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ. กรุงเทพมหานคร : สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2536.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. การพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจบนถนนหมายเลข 8. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเศรษฐกิจอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2538.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. โครงการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแขวงจำปาสัก สปป.ลาว. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2538.

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวทางเรือตามเส้นทางแม่น้ำโขงในกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขง. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541.

สมบัติ แซ่เฮ้. การศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2537.

สัมภาษณ์ ท่าน คม ดวงจันทา, องค์กรท่องเที่ยวแห่งชาติ สปป.ลาว เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2541 ที่โรงแรมล้านช้าง สปป.ลาว.

สัมภาษณ์ ท่านคำพา เทพวงสา (Khampa Thepvongsa) ผู้ช่วยผู้จัดการบริษัทตีทแฮม ลาว เมื่อวันที่ 5 มิถุนายน 2541 เวลา 14.00 น. ที่บริษัทตีทแฮมจากสปป.ลาว.

สัมภาษณ์ ท่านไวยากร บุคดีเสน (Vayakone Bodhisane) ผู้จัดการบริษัทตีทแฮมลาว สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 4 มิถุนายน 2541 เวลา 10.00 น. ที่บริษัทตีทแฮมลาว สปป.ลาว.

สัมภาษณ์ ท่านสะถาพอน ฝาลิจัน (Sathaporn Phalijan) อดีตผู้ช่วยปลัดกระทรวงการต่างประเทศ ลาออกจากราชการมาเป็นผู้จัดการโรงแรมจำปาสักพาลเอสได้ 1 ปี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 17 กรกฎาคม 2541 เวลา 19.00 น. ณ โรงแรมจำปาสักพาลเอส

สุจินต์พร จินตนา. การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์สาขาเศรษฐศาสตร์. คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2538.

เอกสารมติของกองประชุมครบคณะครั้งที่ 3 คณะบริหารงานศูนย์กลางพรรคประชาชนปฏิวัติลาว (สมัยที่ 6) เมื่อ 9-18 กันยายน 2539.

ภาษาอังกฤษ

- Bang-ornrat Rojwannasin. Determinants of International Tourist Flows to Thailand. Master of Economics. Faculty of Economics, Thammasat University, 1982.
- Bechdolt, B.V. "Cross-Sectional Travel Demand Function: US Visitors of Hawaii, 1961-1970". The Quarterly Review of Economics and Business. 13, 4 (1973), 37-44.
- Choong-Ki Lee, Var, Turgut, and W. Blaine, Thomas. "Determinants of inbound tourist expenditures". Annals of Tourism Research. 23 (March 1996) : 527-542.
- Greene, William H. Econometric Analysis. New Jersey: prentice-Hall, 2000.
- Gujarati, Damodar N. Basic Econometrics. 3rdEd. New York: McGraw-Hill, 1995.
- Gunadhi, H. and Boey, C.K. "Demand Elasticities of Tourism in Singapore". Tourism Management. (December 1986): 239-250.
- Kennedy, Peter. A Guide to Econometrics. 4th Ed. Blackwell Published Ltd., 1999.
- Loeb, P.D. "International travel to the United States: An Economic Evaluation". Annual of Tourism Research. 9 (November 1982) : 7-21.
- Luzar, E. Jane, Diagne, Gan, Christopher EC and Henning, Brenda R. "Profiling the Nature-based Tourist: A Multinomial Logit Approach". Journal of Travel Research. 37 (August 1998) : 48-55.
- Qu, Hailin and Lam, Sophia. "A travel demand model for mainland Chinese tourists to Hong Kong". Tourism Management. 18 (January 1997) : 593-597.
- Tapachai, Nirundon and Waryszak, Robert, "An Examination of The Role of Beneficial Image in Tourist Destination Selection". Journal of Travel Research. 39 (August 2000) : 37-44.
- Tideswell, Carmen and Faulkner, Bill, "Multidestination Travel Patterns of International Visitors to Queensland", Journal of Travel Research. 37 (May 1999) : 368-373.
- Tourism Authority of Thailand. Statistical Report, 1999



ภาคผนวก

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Entry Ports**By air:**

- Wattay International Airport
- Laung Prabang Airport
- Pakse Airport

By land:

From Thailand:

- Mittaphab (Friendship) Bridge
- Houei Xay
- Thakhek
- Dan Savanh
- Vang Tao
- Mouang Ngeun

From China:

- Boten

From Vietnam

- Dene Savanh
- Nam Phao
- Nam Kan
- Na Phao

Source: National Tourism Authority of Lao PDR.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย





แผนที่ที่แสดงถึงที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

Table 1 Number of Tourist Arrivals, Revenue from Tourism, and Average Length of Stay, 1992-2002

Year	Number of Tourist Arrivals	Change (%)	Average Length Of Stay (Days)	Revenue from Tourism (Dollars)
1990	14,400	NA	NA	NA
1991	37,613	+161.2	NA	2,250,000
1992	87,571	+132.82	NA	4,510,000
1993	102,946	+17.56	3.50	6,280,000
1994	146,155	+41.97	5.07	7,557,600
1995	346,460	+137.05	4.25	24,738,480
1996	403,000	+16.32	4.12	43,592,263
1997	463,200	+14.94	5.00	73,276,904
1998	500,200	+7.98	5.00	79,960,145
1999	614,278	+22.81	5.50	97,265,324
2000	737,208	+20.01	5.50	113,898,285
2001	673,823	-8.6	8.00	103,786,323
2002	735,662	+9.18	6.50	113,409,883

Source: National Tourism Authority of Lao PDR

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Table 2: Tourist Arrivals to Laos by Nationality (Market Change), 1997-2002

Country of Origin	1997	1998	1999	2000	2001	Change 01/00 (%)	2002	Change 01/01 (%)
	Number	Number	Number	Number	Number		Number	
Grand Total	463,200	500,200	614,278	737,208	673,823	-8.60	735,662	9.18
Asia and Pacific	403,781	421,196	510,703	604,254	553,249	-8	599,031	5
ASEAN	353,982	365,054	446,295	528,353	472,137	-11	508,783	8
Brunei	108	232	704	531	855	61	582	-32
Indonesia	1,334	1,317	2,384	2,403	2,082	-13	1,903	-9
Malaysia	2,274	2,464	4,485	4,211	2,544	-40	3,543	39
Mynmar	5,163	4,768	3,186	2,086	1,459	-30	1,365	-6
Philippines	1,296	1,943	3,091	3,452	2,240	-35	2,549	14
Singapore	1,606	2,192	2,690	2,514	2,055	-18	2,454	19
Thailand	261,826	273,095	356,105	442,564	376,685	-15	422,766	12
Vietnam	79,659	78,216	71,748	68,751	82,411	20	71,001	-14
Cambodia	716	827	1,902	1,841	1,806	-2	2,620	45
Non-ASEAN	49,799	56,142	64,408	75,901	81,112	7	70,248	-13
Australia	7,876	9,579	10,789	10,168	9,547	-6	12,611	32
China	17,661	15,802	20,269	28,215	40,644	44	21,724	-47
India	5,866	8,814	6,533	3,309	2,693	-19	2,319	-14
Japan	9,194	12,936	14,860	20,687	15,547	-25	19,801	27
Korea	2,110	1,475	3,786	4,944	4,051	-18	4,891	21
New Zealand	1,473	1,987	2,117	3,385	2,521	-26	2,271	-10
Taiwan	2,440	2,098	2,801	2,940	2,461	-16	3,918	59
Others	3,179	3,451	3,253	2,253	3,648	62	2,713	-26
Europe	38,583	52,076	68,564	86,462	80,736	-7	101,924	26
Austria	224	226	478	1,375	1,405	2	890	-37
Belgium	1,512	1,611	3,157	3,363	3,301	-2	4,111	25
Denmark	790	925	2,015	2,855	2,874	1	3,345	16
Finland		442	1,434	1,772	704	-60	1,072	52
France	13,745	17,863	19,960	24,534	21,662	-12	26,748	23
Germany	5,524	7,529	9,262	11,580	10,322	-11	12,777	24
Greece	69	68	149	139	216	55	489	126
Italy	1,934	2,348	3,258	4,061	3,128	-23	3,517	12
Netherlands	1,715	2,488	3,686	5,035	4,498	-11	6,656	48
Norway	660	1,017	1,168	1,506	1,380	-8	2,110	62
Russia	1,683	2,047	2,258	2,415	1,533	-37	1,371	-11
Spain	217	282	435	753	908	21	1,450	60
Sweden	2,030	2,791	3,888	3,986	3,710	-7	4,507	21
Switzerland	1,392	1,795	2,974	3,305	3,597	9	4,480	25
United Kingdom	6,054	8,902	12,298	15,204	15,722	3	21,749	38
Others	1,034	1,742	2,144	4,579	5,776	26	6,652	15
The Americas	18,213	25,326	31,780	42,111	34,370	-18	46,704	36
Canada	3,555	4,737	6,355	8,330	7,174	-14	9,060	26
USA	14,442	20,174	24,672	32,869	25,779	-22	35,734	39
Others	216	415	753	912	1,417	55	1,910	35
Africa and Middle East	2,623	1,602	3,231	4,381	5,468	25	8,003	46
Israel	513	673	2,191	3,241	3,417	5	5,515	61
Others	2,110	929	1,040	1,140	2,051	80	2,488	21

Source: National tourism Authority of Lao PDR.

Table 3: Tourist Arrivals by Month, 2000-2002

Month	2000	2001	2002				Change 01/00(%)
			Interna- tional	Regional	Visa Ext.	Total	
Grand Total	737,208	673,823	215,043	516,856	3,763	735,662	9.18
January	54,112	58,926	25,969	53,79	423	80,181	36
February	55,143	51,211	21,036	45,547	259	66,842	312
March	45,413	48,671	19,528	48,637	304	68,469	41
April	33,397	51,824	15,823	49,695	235	65,753	27
May	22,043	64,509	12,794	43,419	268	56,481	-12
June	27,129	45,758	11,776	38,801	287	50,864	11
July	37,072	41,910	16,079	38,179	283	54,541	30
August	38,924	47,477	17,628	37,801	307	55,737	17
September	71,878	44,212	14,514	38,119	483	53,116	20
October	149,285	79,700	16,663	42,522	271	59,456	-25
November	103,215	65,587	21,057	41,405	379	62,841	-4
December	99,597	74,038	22,176	38,932	263	61,371	-17

Source: National tourism Authority of Lao PDR.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Table 4: Tourist Arrivals by Port of Entry, 1999-2002

Port of Entry	1999	200	2001	2002	Regional Visitors	Percent Share	Percent Change
Grand Total	614,278	737,208	673,823	735,662	516,856	2002 (%)	02/01 (%)
Wattay Airport	66,181	91,782	61,461	7,600	10,269	10.55	26.26
Friendship Bridge	365,781	434,615	355,192	417,320	328,303	56.73	17.49
Boten	14,722	21,025	33,842	17,125	15,213	2.33	-49.40
Houei Xay	15,728	27,453	40,534	45,489	12,027	6.18	12.22
Dan Savanh & Lao Bao	82,646	92,096	100,115	75,461	69,259	10.26	-24.63
Champassak	26,029	25,203	27,290	39,720	31,060	5.40	45.55
Bolikhamxay	28,084	21,544	22,762	28,294	24,377	3.85	24.30
Khammouane	10,173	13,877	20,097	15,196	14,201	2.07	-24.39
Mouang Ngeun	4,934	6,341	8,585	9,805	9,621	1.33	14.21
Luanprabang	NA	3,272	3,945	9,652	2,526	1.31	144.66

Source: National tourism Authority of Lao PDR.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Table 5: Visitors by Province, 1997-2002

Province	1997	1998	1999	2000	2001	2002
Vientiane Municipality	277,292	312,640	482,199	486,613	429,420	506,677
Champassak	23,260	28,019	29,019	34,796	55,142	45,635
Kammoune	22,718	24,360	11,455	13,712	20,317	19,596
Bokeo	16,543	18,002	21,120	25,286	42,561	65,045
Luang Namtha	18,032	18,600	20,700	24,770	41,704	19,319
Savannakhet	140,412	144,840	90,910	109,033	113,287	98,962
Luang Prabang	30,769	44,538	61,034	165,222	51,207	94,846
Bolikhambay	14,900	13,388	29,734	35,681	23,900	30,758
Xieng Khouang	1,771	4,500	NA	NA	35,744	16,223
Saravanh	1,266	NA	NA	NA	NA	4,823
Oudomaxay	5,438	NA	NA	NA	18,654	36,000
Huaphanh	943	732	NA	NA	398	2,819
Xayabouli	NA	8,300	6,200	7,446	9,014	10,840
Vientiane	NA	NA	NA	NA	NA	30,480
Phongsali	NA	NA	NA	NA	NA	8,500
Attapeu	NA	NA	NA	NA	NA	6,831
Sekong	NA	NA	NA	NA	NA	574

Source: National tourism Authority of Lao PDR.

Table 6: Out-going Lao Travellers, 2001-2002

Border Check Point	Total 2000	Total 2001	2002				Total 2002
			Official	Visit	Business	Travel	
Total	303,818	1,307,471	24,838	493,667	25,357	232,332	776,194
Mitthapab bridge	194,941	1,204,885	7,820	477,528	8,592	208,383	702,323
- Border pass	177,844	1,167,466		437,865		208,383	646,248
- Passport	17,070	37,419	7,820	39,663	8,592		56,075
Luangnamtha	9,009	6,697	692	669	1,019	3,335	5,715
- Border pass	8,944	6,648	546	669	1,013	3,303	5,531
- Passport	65	49	146		6	32	152
Bolikhamsay	937	7,065	3,951	1,201	37	3,077	8,866
- Border pass	863	4,628	690	1,096		3,582	5,368
- Passport	74	2,437	3,261	105	37	95	3,498
Khammouane	13,527	28,244	5	3,480	-	7,033	10,518
- Border pass	12,803	27,665		3,072		7,033	10,105
- Passport	724	579	5	408			413
Savannakhet	56,828	23,627	2,341	2,892	406	7,861	13,500
- Border pass	55,410	22,837	2,092	2,776		7,053	11,921
- Passport	1,418	790	249	116	406	808	1,579
Wattay Airport	9,494	16,828	10,006	5,987	974	432	17,399
- Border pass	-	-	23				-
- Passport	9,494	16,828	10,006	5,987	974	432	17,399
Houaysai	19,109	20,125	23	1,910	14,329	1,611	17,873
- Border pass	18,985	19,992		1,910	14,285	1,313	17,508
- Passport	124	133	23		44	298	365
Champassak	NA	15,004	63	12,625	-	6,817	19,505
- Border pass	-	14,540		11,372		6,724	18,096
- Passport	-	464	63	1,253		93	1,409
Xayabouli	NA	36,469	55	79	57	54	52,111
- Border pass	-	36,340					51,866
- Passport	-	129	55	79	57	54	245

Source: National tourism Authority of Lao PDR.

Table 7: Revenue from Tourism and Major Exports, 1997-2002

Product	2002		2000		1999		1998		1997	
	Revenue	Rank	Revenue	Rank	Revenue	Rank	Revenue	Rank	Revenue	Rank
Tourism	113.4	1	113.8	1	97.3	2	79.9	1	73.3	3
Garments	99.9	2	100.1	2	94.4	3	76.5	2	72.6	4
Electricity	92.7	3	91.3	3	107.0	1	49.6	3	20	6
Wood Products	77.8	4	80.2	4	71.3	4	41.2	4	79.3	2
Coffee	9.8	7	15.3	5	29.0	5	19.3	6	26.2	5
Agricultural Products	25.6	5	5.7	6	5.0	8	-	-	16.5	7
Minerals	3.9	8	4.9	7	6.0	6	29.4	5	-	-
Handicrafts	2.7	9	3.8	8	5.1	7	3.0	8	1.6	8
Other Industries	19.9	6	-	-	-	-	14.4	7	83.2	1

Source: Ministry of Commerce and National tourism Authority of Lao PDR.

สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Table 8: Number of Hotels, Guesthouses, Resorts, Restaurants and Entertainment Establishments, 2001-2002.

Province	Type									
	Hotel		GH,Resort		Restaurant		Entertainment		Total	
	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002	2001	2002
Attapeu	1	1	3	3	7	7	1	1	12	12
Bokeo	4	4	17	18	18	18	3	3	42	43
Bolikhamsay	10	10	13	13	20	20	4	4	47	47
Champassak	20	20	45	45	9	9	4	4	78	78
Houaphanh	2	1	8	9	6	6	1	1	17	17
Khammouane	3	3	13	14	6	6	4	4	26	27
Luang Namtha	2	1	29	29	18	18	1	1	50	49
Luang Prabang	13	14	103	102	43	43	4	4	163	163
Oudomxay	6	6	25	20	30	30	5	5	66	61
Phongsaly	3	3	17	16	15	15	2	2	37	36
Saravane	0	0	11	11	6	6	0	0	17	17
Savannakhet	8	9	21	21	14	14	9	9	52	53
Sayabouli	3	3	4	4	20	20	1	1	28	28
Sekong	1	1	0	0	6	6	0	0	7	7
Vientiane Municipality	28	28	91	85	85	85	21	21	225	219
Vientiane Provinces	2	3	51	49	15	15	2	2	70	69
Sieng Khouang	3	3	10	10	16	16	2	2	31	31
Saysomboun	1	1	0	0	NA	NA	NA	NA	1	1
Total	110	111	461	449	334	334	64	64	969	958

Source: National Tourism Authority of Lao

This study is used for the purpose of Tourism industry development of LAO PDR your kind assistance in completing the questionnaire will be appreciated

Questionnaire

Please answer the question and thank you for your cooperation

Part 1: Personal Information

1. Gender

<input type="checkbox"/> Male	<input type="checkbox"/> Female
-------------------------------	---------------------------------
2. Age _____
3. Country _____
4. Marital status

<input type="checkbox"/> Single	<input type="checkbox"/> Married
---------------------------------	----------------------------------
5. What kind of your travelling in this trip?

<input type="checkbox"/> Group tour	<input type="checkbox"/> Non-Group tour
-------------------------------------	---
6. Occupation

<input type="checkbox"/> Professional
<input type="checkbox"/> Government and Military personnel
<input type="checkbox"/> Clerical, Salesman and Commercial Personal
<input type="checkbox"/> Administrative and Managerial
<input type="checkbox"/> Labourers, Production and Service workers
<input type="checkbox"/> House wife or unpaid family workers
<input type="checkbox"/> Agricultural workers
<input type="checkbox"/> Other (specify _____)

Part II: Travel Information

1. Have you ever visited Laos before?

<input type="checkbox"/> Yes, before 1999	<input type="checkbox"/> Yes, after 1999	<input type="checkbox"/> No
---	--	-----------------------------
2. Have you ever heard about “Visit Laos Year” project before coming to Laos?

<input type="checkbox"/> Yes	<input type="checkbox"/> No (go to question 3)
------------------------------	--

2.1 From what source did you learn about the “Visit Laos Year” project?

tour agency embassy others (specify _____)

2.2 From what source did you get the information about this campaign? (check as many as applicable)

tour agency embassy airline relatives/friends TV
 magazine radio guide book exhibition internet
 others (specify _____)

3. After arrival have you received any information about “Visit Laos Year” project?

Yes No

4. What is the main purpose your visit to Lao PDR?

business convention/conference
 holiday official
 others (specify _____)

5. Order your preference about Laos attraction (from 1 to 4, is the favorite)

natural heritage cultural and heritage nightlife
 shopping Lao arts and lifestyle sports
 others (specify _____)

6. What type of product are you interested in purchasing?

souvenir imitating general product
 others (specify _____)

7. How long do you intend to stay in Lao PDR _____ day (s).

8. Estimate expenditure for this trip (excluding airfare)

under 100 US. Dollars/Day 100-300 US. Dollars/Day
 over 300 US. Dollars/Day

9. Which types of activities do you pay for most

Attraction tickets (museum, temples etc.) Accomodation
 Meals Transportation

10. Specify your favorite place (s) that you have visited (check as many as applicable)

Luangprabang Champasack
 Vientiane Xiengkhuang
 Savvanakhet

Part III: If you are a first time visitor to Lao PDR, please rate the following items in A from you experience. And if you have visited Lao PDR in the past, please answer B.

	A					B		
	Very Good	Good	Fair	Poor	Very Poor	Better	Unchanged	worse
1. Accommodation								
- Hospitality								
- Cleanliness								
- Price								
- Safety								
2. Transportation								
- Hospitality								
- Price								
3. Tourist attraction								
- Hospitality								
- Safety								
- Price								
4. Food and Beverage								
- Taste								
- Price								
5. Places to visit								
- Attractiveness								
- Safety								
- Cleanliness								

Many Thanks for your kind cooperation

Faculty of Economics, Chulalongkorn University

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายเรืองชัย ฤทธิ์เดช เกิดเมื่อวันที่ 19 กันยายน 2505 ที่จังหวัดเชิงขวาง จบการศึกษามัธยมศึกษาจากโรงเรียนฟ้างุ่มเวียงจันทน์ สปป.ลาว ได้รับปริญญาวิทยาศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) จากมหาวิทยาลัยเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัย UNIVERSIDAD CENTRAL DE LAS VILLAS สาธารณรัฐคิวบา เมื่อพ.ศ.2531 ทำงานที่กระทรวงการค้าลาว เมื่อพ.ศ.2531 – พ.ศ.2536 ทำงานที่สถานทูตลาวที่ฮานอย ประเทศเวียดนาม เมื่อพ.ศ.2536-พ.ศ.2541 และเข้าศึกษาต่อที่หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อพ.ศ. 2542



สถาบันวิทยบริการ
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย