พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
พ.ศ. 2563

Cross-border Tourism Behavior of Tourists from Lao PDR Crossing Temporary Check-points in North-eastern Thailand

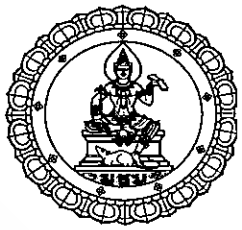
Chainarong Sriruk

A Thesis Submitted in Partial of the Requirement for the Degree

of Master of Arts Program in Tourism Management

of Tourism and Hospitality, Dhurakij Phundit University

2020



ใบรับรองวิทยานิพนธ์

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ปริญญา ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

หัวข้อวิทยานิพนธ์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

เสนอโดย นายชัยณรงค์ ศรีรักษ์

สาขาวิชา การจัดการการท่องเที่ยว

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล

ได้พิจารณาเห็นชอบโดยคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์แล้ว

.....ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง)

.....กรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.เลิศพร ภาระสกุล)

..... กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล)

คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรมรับรองแล้ว

..... คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มณฑกานติ ชุบชูวงศ์)

วันที่ 24 **เดือน** ก.ค. **พ.ศ.** 63

หัวข้อวิทยานิพนธ์	พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
ชื่อผู้เขียน	ชัยณรงค์ ศรีรักษ์
อาจารย์ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล
สาขาวิชา	การจัดการการท่องเที่ยว
ปีการศึกษา	2562

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยวิธีวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ที่เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 399 คน โดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์องค์ประกอบ ส่วนการวิเคราะห์ตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีประสบการณ์ข้ามแดนและเดินทางแบบไป- กลับ โดยใช้ยานพาหนะตนเองก่อนจะข้ามพรมแดนด้วยใช้เรือข้ามฝาก เพื่อนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย และซื้อสินค้าในฝั่งไทยกลับไปจำหน่ายในขากลับ มีกิจกรรมหลักในการเดินทางข้ามแดนตามลำดับ คือ นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย ซื้อสินค้ากลับไปขายยังประเทศเพื่อนบ้าน เยี่ยมญาติ/เพื่อนในฝั่งไทย เพื่อมารักษาโรคและความเจ็บป่วย และ เป็นแรงงานรับจ้าง มีระดับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ปัจจัยองค์ประกอบ 19 ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว จำนวน 5 Factors ตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวซ้ำที่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการข้ามแดนได้ร้อยละ 56.1 ($R^2 = 0.561$)

Thesis Title	Cross Border Tourism Behaviors of Tourists from Laos Through Temporary Checkpoints in Thailand's Northeastern Provinces
Author	Chainarong Srirak
Advisor	Assoc. Prof. Lertporn Parasakul, Ph. D.
Department	Tourism Management
Academic Year	2019

ABSTRACT

The objectives of this survey research were to: 1) study cross border tourism behaviors of tourists from Laos trough temporary checkpoints in Thailand's northeastern provinces; and 2) study factors influencing revisit intention of Laotian tourists through temporary checkpoints in northeastern provinces. The questionnaire was used for gathering data from 399 cases of Laotian tourists travelling to northeastern provinces of Thailand through temporary checkpoints. The sample group was derived from accidental sampling. The descriptive statistics and factor analysis were applied for data analysis. In addition, the multiple regression analysis was employed for analysis of factors forecasting revisit intention through temporary checkpoints to Thailand.

The findings proved that majority of tourists had ever travelled cross border excursion. They used their own vehicles and then took ferry to cross border. They brought goods for selling in Thailand and bought goods from Thailand for selling in their hometown. The main activities for cross border travel were to import goods for distribution, buy goods for selling in neighbor country, visit relatives / friends in Thailand, receive medical treatment and unskilled labor, respectively. Likewise, revisit level through temporary checkpoint was high. Out of 19 factors influencing revisit through temporary checkpoints, 5 factors had variable forecasting revisit intention to Thailand that able to forecast cross border behavior at 56.1 ($R^2 = 0.561$)

Keywords: Tourism Behaviors, Cross Border Tourism, Temporary Checkpoint, Laotian Tourists

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีจากการความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายบุคคล แม้วิทยานิพนธ์เล่มนี้จะไม่ใช่ครั้งแรก แต่ก็เป็นอีกเล่มที่ผู้เขียนมีความภาคภูมิใจมาก ซึ่งผู้เขียนต้องขอ กราบขอบพระคุณ และขอบคุณทุกคนที่มีส่วนเกี่ยวข้องในความสำเร็จในครั้งนี้ โดยเฉพาะกำลังใจจากครอบครัว ลูกสาวและลูกชายที่มีส่วนช่วยในหลายเรื่อง กราบขอบพระคุณอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทั้ง 2 ท่าน รองศาสตราจารย์ ดร. เลิศพร ภาระสกุล และรองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล ที่ให้คำปรึกษาอย่างใกล้ชิด กราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุรีย์ เข็มทอง ที่ให้ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ในการเขียนเป็นอย่างยิ่ง ขอบพระคุณเพื่อน ๆ ที่ทำหน้าที่ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจคุณภาพเครื่องมือ ขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนามัย ดำเนตร คณบดี คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน ที่สนับสนุนส่งเสริมให้ผู้เขียนได้มีโอกาสพัฒนาความรู้ตัวเอง ขอบคุณเพื่อน ๆ ร่วมรุ่นที่ 60/2 และ รุ่น 61/1 ที่ได้มีโอกาสร่วมเรียนรู้และร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ตลอด 2 ปี ขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกคนในสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์ ที่กรุณาช่วยเหลือในเกือบทุกสิ่งที่ขาดตกบกพร่องต่าง ๆ

สุดท้ายนี้ ผู้เขียนหวังว่าวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะพอมีประโยชน์แก่สังคมด้านต่าง ๆ บ้าง ผู้เขียนเต็มใจ ที่จะรับฟังข้อติชมต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับวิทยานิพนธ์เล่มนี้ เพื่อนำไปปรับปรุงในการทำงานต่อไป

ด้วยความเคารพและนับถือ

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์

ยุคโควิด ระบาด

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย ..... ฆ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ ..... ง
กิตติกรรมประกาศ ..... จ
สารบัญตาราง ..... ซ
สารบัญภาพ ..... ญ
บทที่
1 บทนำ 1
1.1 ที่มาและความสำคัญ 1
1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย 4
1.3 คำถามการวิจัย 4
1.4 ขอบเขตการวิจัย 5
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ 5
2 แนวคิด ทฤษฎี และ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง 7
2.1 แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว 7
2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ 20
2.3 แนวคิดความตั้งใจมาท่องเที่ยวซ้ำ 30
2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวชายแดน 37
2.5 บริบทพื้นที่จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-ลาว 44
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 46
2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย 55
3 ระเบียบวิธีการวิจัย 56
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 56
3.2 เครื่องมือการวิจัย 55
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล 59
3.4 การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล 59

สารบัญ (ต่อ)

บทที่		หน้า
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	61
	4.1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม	61
	4.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65
	4.3 ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	70
	4.4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	72
	4.5 การวิเคราะห์ตัวแปรการทำนายความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	83
	4.6 ข้อเสนอแนะจากพื้นที่	88
5	สรุป อภิปรายผลการศึกษา	89
	5.1 สรุปผลการศึกษา	89
	5.2 อภิปรายผลการศึกษา	93
	5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย	101
บรรณานุกรม		102
ภาคผนวก		114
	ก. ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย	115
	ข. ผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องการวิจัย	117
	ค. เครื่องการวิจัย	122
	ง. ภาพประกอบการลงพื้นที่เก็บข้อมูล	130
ประวัติผู้เขียน		133

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	สถิตินักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ ปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2561	3
4.1	จำนวน ความถี่ และร้อยละของข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม	62
4.2	จำนวน และร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	65
4.3	ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว	71
4.4	ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	72
4.5	ค่า KMO and Bartlett's Test ปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	74
4.6	ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรสำหรับความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	76
4.7	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 1 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว	78
4.8	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 2 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว	79
4.9	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 3 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว	80

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
4.10	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 4 โดยโดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว	81
4.11	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 5 โดยวิธี Verimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว	82
4.12	สัญลักษณ์แทนตัวแปรในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของการนำเข้าสมการ	84
4.13	ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และ ค่าความโด่งของตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำ	85
4.14	ผลการวิเคราะห์ Multicollinearity ของชุดข้อมูล	86
4.15	ผลการตรวจสอบความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (ไม่เกิด Autocorrelation) ของชุดข้อมูลตัวแปรทำนายความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวซ้ำ	86
4.16	ผลการตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงเส้นของชุดข้อมูลตัวแปรทำนายความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว	87
4.17	ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แสดงค่า R2 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป	88
5.1	ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว	91

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
2.1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว	16
2.2	คุณประโยชน์ของความพึงพอใจจากคุณภาพบริการขององค์กร	24
2.3	แนวคิด “ความพึงพอใจ” ของบุคคล	27
2.4	แนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจ	29
2.5	กระบวนการตัดสินใจสำหรับการซื้อซ้ำ	34
2.6	การตัดสินใจซื้อซ้ำ	35
2.7	ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจทัศนคติและการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	37
2.8	ช่องทางข้ามแดน ไทย- สปป. ลาว	44
2.9	กรอบแนวคิดการวิจัย	55
5.1	ปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	92
ภาคผนวก ง		
	ภาพประกอบการลงพื้นที่เก็บข้อมูล	124

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย เป็นแหล่งรายได้ ส่งเสริมการลงทุนในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง เป็นกลไกการกระจายรายได้ไปสู่แหล่งท่องเที่ยว และเป็นเครื่องมือพัฒนายกระดับคุณภาพชีวิตผู้คนในพื้นที่ต่าง ๆ เกือบทั่วประเทศ สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในปี พ.ศ. 2561 พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศจำนวน 38.28 ล้านคน เกิดเป็นค่าใช้จ่ายรวมมูลค่า 1,068.20 พันล้านบาท World Travel & Tourism Council ประมาณการว่าประเทศไทยจะสามารถสร้างรายได้จากภาคการท่องเที่ยวสูงถึงร้อยละ 22.7 ของ GDP ภายใน ปี พ.ศ. 2567 ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศนำมาซึ่งการจ้างงานโดยตรงและอ้อม ในธุรกิจเกี่ยวเนื่อง จำนวนกว่า 6 ล้านอัตรา หรือ คิดเป็นร้อยละ 15.4 ของการจ้างงานทั้งประเทศ นอกจากนี้ องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization; UNWTO) ได้ประมาณการ จำนวนนักท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2563 ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก 1.4 พันล้านคน และจะเพิ่มขึ้น เป็น 1.8 พันล้านคน ในปี พ.ศ. 2573 และคาดการณ์ว่าภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิคจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของโลก มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30 ส่วนไทยก็ยังคงเป็นจุดหมายปลายทางหลักลำดับต้น ๆ จากองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและมีชื่อเสียงตลอดจนกิจกรรมท่องเที่ยวหลากหลาย สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวของไทย ในช่วงเดือนมกราคม – สิงหาคม พ.ศ. 2562 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 26.5 ล้านคน มีรายได้จากการท่องเที่ยว 1.29 ล้านล้านบาท ขยายตัวร้อยละ 3.04 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา ภาพรวมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนกลับมาขยายตัวถึงร้อยละ 15.62 ส่วนนักท่องเที่ยวอินเดียมีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 26.48 ขณะที่นักท่องเที่ยวเกาหลีใต้มีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวในไทยมากขึ้น (กรมการท่องเที่ยว, 2562) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศ CLMV (กัมพูชา ลาว เมียนร์มา และเวียดนาม) ยังมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศรวม โดยส่วนใหญ่เลือกข้ามแดนตามด่านถาวร และมีบางส่วนที่เลือกข้ามแดนผ่านจุดปรนปรนชั่วคราวตามวัตถุประสงค์เฉพาะตามแนวชายแดนระหว่างประเทศที่กระจายตามพื้นที่ต่าง ๆ

ประเทศไทยมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งหมด 31 จังหวัด 94 ช่องทาง โดยชายแดนด้านราชอาณาจักรกัมพูชา (กัมพูชา) 17 แห่ง (จุดผ่านแดนถาวร 6 แห่ง จุดผ่อนปรน 10 แห่ง และ จุดผ่านแดนชั่วคราว 1 แห่ง) ด้านสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (สปป.ลาว) 48 แห่ง (จุดผ่านแดนถาวร 19 แห่ง และจุดผ่อนปรน 29แห่ง) ด้านสาธารณรัฐแห่งสหภาพเมียนร์มา 20 แห่ง (จุดผ่านแดนถาวร 5 แห่ง จุดผ่อนปรน 13 แห่ง จุดผ่อนปรนพิเศษ 1 แห่ง และจุดผ่านแดนชั่วคราว 1 แห่ง) และ ด้านมาเลเซีย จุดผ่านแดนถาวร 9 แห่ง โดยช่องทางการขนส่งสินค้าส่วนใหญ่จะผ่านจุดผ่านแดนถาวรเป็นหลัก เนื่องจากเป็นด่านสากลมีการให้บริการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องครบครันเพื่ออำนวยความสะดวกแก่การสัญจรข้ามแดน ส่วนการเดินทางข้ามแดนเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ จะเลือกใช้ช่องทางตามความเหมาะสม เช่น จุดผ่อนปรนจุดผ่อนปรนพิเศษ หรือ จุดผ่านแดนชั่วคราว (สำนักยุทธศาสตร์และการวางแผนพัฒนาพื้นที่สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558) ทั้งนี้การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ประเทศสมาชิกอาเซียนได้ตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบการลงทุนของอนุภูมิภาค (Regional Investment Framework: RIF) โดยรัฐบาลไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาคเพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2560 - 2564) มุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาการค้าและการลงทุน ส่งเสริมขยายตลาดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน ตามกรอบที่ประเทศสมาชิกอาเซียนได้กำหนดข้อตกลงความร่วมมือระหว่างด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อยกระดับความร่วมมือไปสู่อาเซียนไร้รอยต่อ (Seamless ASEAN) ส่งเสริมความเสมอภาค ลดช่องว่างการพัฒนาและการสร้างเศรษฐกิจยั่งยืนร่วมกันผ่านการค้าและลงทุนตามแนวพื้นที่ชายแดนโดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 – 2568 ส่งผลให้จังหวัดพื้นที่ภูมิภาคมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงขึ้น เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวเนื่อง เช่น การขนส่ง โรงแรม ร้านอาหาร สินค้าของฝาก และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ (Arellano, 2007) เชื่อมโยงระหว่างไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV ส่งผลให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าบริการ ปัจจัยการผลิต และรวมถึงการท่องเที่ยว รองรับตลาดการท่องเที่ยวที่มีกำลังที่เติบโตสูง

ตารางที่ 1.1 สถิตินักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศ ปี พ.ศ. 2559 - พ.ศ. 2561

ประเทศ/ทวีป	2559		2560		2561	
	จำนวน	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวน	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)	จำนวน	การเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
กัมพูชา	674,975	-0.81	854,431	+26.59	950,980	+11.30
ลาว	1,388,020	+5.61	1,612,647	+16.18	1,682,304	+ 4.32
มาเลเซีย	3,354,800	+2.33	3,324,800	-4.01	4,042,998	+ 16.01
เมียนร์มา	365,590	+10.78	365,590	+7.01	379,880	+3.91
เวียดนาม	934,497	+4.84	934,497	+12.56	1,053,723	+ 3.43

ปรับปรุงจาก: กรมการท่องเที่ยว (สถิติ ปี พ.ศ. 2559-2561)

ตามแผนยุทธศาสตร์การพัฒนารายภาค ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (2560 - 2564) รัฐบาลไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อเป็นจุดดึงดูดการลงทุนให้การท่องเที่ยวชายแดนส่งเสริมให้เกิดการเดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยวหรือการเดินทางเพื่อจับจ่ายซื้อของประชาชนของสองประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ใกล้ด่านชายแดน ทั้งนี้การเข้ามาท่องเที่ยวเมืองชายแดนเพื่อจับจ่ายยังเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก และทำให้การท่องเที่ยวเมืองชายแดนมีการพัฒนาขึ้น (Felsenstein and freeman, 2001) โดยแนวเขตชายแดนจะมีผลดีต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชมจากการที่แหล่งท่องเที่ยวตามแนวชายแดนมักจะมีศักยภาพสูง ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เทศกาลงานประเพณี และรวมถึงวิถีชีวิตชาติพันธุ์ ที่ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชื่นชมสิ่งเหล่านี้ได้ ซึ่งประโยชน์ที่เกิดจากการค้าชายแดนนั้นไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณชายแดนเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความใกล้ชิดและความร่วมมือระหว่างกันในด้านต่าง ๆ มากขึ้นอีกด้วย (Haytko, D.L., Kent, J.L., Hausman, A., (2007) ซึ่งตามแนวชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกันนั้นมักจะเกิดเป็นตลาดนัดชายแดนถือเป็นวัฒนธรรมในพื้นที่นั้น ๆ ที่เรียกว่า จุดผ่านแดนประเพณี หรือ ตลาดนัดประเพณีหรือจุดผ่อนปรนชั่วคราวสำหรับขนส่งสินค้าผ่านเข้า-ออกที่มีลักษณะเป็นการค้าซึ่งถือว่าไม่ถูกต้องตามกฎหมายแต่เกี่ยวเนื่องกับกับ

ระบบเศรษฐกิจของพื้นที่ กรมศุลกากรจึงดำเนินการจัดตั้งด่านศุลกากรเพื่อจัดระเบียบการค้าชายแดนเพื่ออำนวยการจัดเก็บรายได้เข้ารัฐโดยเป็นการอนุมัติเฉพาะคราว ซึ่งนอกจากต้องปฏิบัติให้เป็นไปตามกฎหมายศุลกากรและกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้องกับการนำเข้า-ส่งออก ตลอดจนกฎหมายว่าด้วยคนเข้าเมืองและนโยบายสภาความมั่นคงแห่งชาติ (ชนิด ศุทธยาลัย, 2548) ปัจจุบันจุดผ่อนปรนชั่วคราวถือเป็นพื้นที่มูลค่าทางเศรษฐกิจสูงที่กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ โดยแนวชายแดนบริเวณไทย-สปป.ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประกอบด้วย จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ มีจุดผ่อนปรนชั่วคราวอีก 32 จุด ที่มีการเคลื่อนไหวของสินค้าและบริการข้ามพรมแดนที่รัฐบาลสนับสนุน (คณะผู้แทนสหภาพยุโรปประจำประเทศไทย, 2559)

ทั้งนี้ จุดผ่อนปรนชั่วคราวถือเป็นช่องทางที่เปิดระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกันให้มีการค้าขายสินค้าที่จำเป็นต่อการอุปโภคบริโภคของประชาชนทั้งสองประเทศ (พิชิต พรหมประศรี, 2559) ถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญ ตลอดจนช่วยสร้างอาชีพแก่ประชาชนท้องถิ่น ถือเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ และเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนและความตั้งใจเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาวเพื่อทราบทิศทางทางการท่องเที่ยวในการสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวอย่างถูกจุดและสร้างแรงดึงดูดในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

1.3 คำถามการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนืออย่างไร
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วยอะไรบ้าง

1.4 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาวในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตเชิงประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ ศึกษาในกลุ่มประชากรนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ที่เดินทางเข้ามาผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6 จังหวัด จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อุบลราชธานี และอำนาจเจริญโดยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ

2. ขอบเขตเชิงเนื้อหา

เป็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดน และความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. พื้นที่ที่ใช้ศึกษา

พื้นที่ที่ใช้ศึกษาคือจุดผ่อนปรนชั่วคราว จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 6 จังหวัด 11 จุด

4. ระยะเวลาที่ใช้ศึกษา

เดือน ธันวาคม พ.ศ. 2562 ถึง เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2563 รวมระยะเวลา 6 เดือน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้มีความสำคัญมากต่อผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนและหน่วยงานภาครัฐ เพื่อวางแผนกลยุทธ์ ธุรกิจและควบคุมกำกับตามระเบียบของหน่วยงานภาครัฐและส่วนท้องถิ่น เพื่อสร้างแรงจูงใจในการกลับมาใช้บริการซ้ำ นำมาซึ่งผลประกอบการที่ดีขึ้น และการดำรงอยู่ของชื่อเสียงของธุรกิจต่อไป

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

1. พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดน หมายถึง เป็นพฤติกรรมการแสดงออกของนักท่องเที่ยวผู้นิยมเดินทางข้ามแดนเพื่อการท่องเที่ยว

2. ความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง ความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทย เพื่อการท่องเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3. จุดผ่อนปรนชั่วคราว (Temporary Check point) หมายถึง ช่องทางเข้า - ออก ที่เปิดเพื่อผ่อนผันให้มีการผ่านแดนสำหรับวัตถุประสงค์เฉพาะ ภายในห้วงเวลาที่กำหนดไว้แน่นอน เพื่อประโยชน์ทางเศรษฐกิจหรือเพื่อกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งที่เป็นความร่วมมือระหว่างประเทศ

บทที่ 2
แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยว ชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยได้รวบรวมแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ไว้ดังนี้

2.1 แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

2.3 แนวคิดความตั้งใจมาท่องเที่ยวซ้ำ

2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวชายแดน

2.5 บริบทพื้นที่จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-ลาว

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.7 กรอบแนวคิดการวิจัย

โดยแต่ละ แนวคิด ทฤษฎี มีรายละเอียดดังนี้

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรม คือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันบ่อยครั้ง จนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน ความหมายของคำว่าพฤติกรรมอาจจะคล้ายกับคำว่านิสัยแต่จะแตกต่างกันเพียงมีการแสดงออกมาให้เห็นได้ ถือว่าเป็นพฤติกรรมหากไม่แสดงออกมาให้เห็นเราจะเรียกว่านิสัย (ภาษาอังกฤษ: Behavior หรืออเมริกัน : Behavior) แปลว่า การปฏิบัติตัว ความประพฤติ คุณสมบัติ พฤติกรรม อาการ หรือการแสดงออก (สุรีรัตน์ เตชะทวีวรรณ, 2545)

ประสิทธ์ ทองอุ่น (2542) กล่าวว่า พฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

1) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) คือ พฤติกรรมที่เจ้าของพฤติกรรมเท่านั้นที่รู้ได้ บุคคลอื่นที่มิใช่เจ้าของพฤติกรรมที่จะไม่สามารถรับรู้ได้โดยตรงถ้าไม่แสดงออก เป็นพฤติกรรมภายนอก บุคคลอื่นจะรู้พฤติกรรมภายในของบุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ ก็โดยสันนิษฐานหรือคาดเดา

ซึ่งพฤติกรรมภายในเป็นกระบวนการทำงานของสมอง (Mental Process) หมายถึง ขั้นตอนการทำงานของสมองในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การคิด การตัดสินใจ ค่านิยม และแรงบันดาลใจ เป็นต้น

2) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือ พฤติกรรมที่บุคคลอื่นนอกเหนือจากเจ้าของพฤติกรรมสามารถที่จะรู้ได้ และบางพฤติกรรมเจ้าของพฤติกรรมยังไม่รู้ถึงพฤติกรรมนั้นของตนเอง บุคคลอื่นจะรู้ได้ต้องอาศัยการสังเกต (Observation) ไม่ว่าจะใช้ ประสาทสัมผัสโดยตรงหรือใช้เครื่องมือ (Instrument) ช่วยในการสังเกตเพื่อให้ได้ข้อมูล

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่า พฤติกรรมสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ พฤติกรรมภายใน คือ กระบวนการการทำงานของสมอง และ พฤติกรรมภายนอก คือ สิ่งที่แสดงออก

ผณินทรา ธนะเพ็ชร (2556) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การแสดงออกของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมอย่างไร มีกระบวนการในการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างไรรวมทั้งความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบทางการ ท่องเที่ยวอย่างไร

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัวก็ตาม และบุคคลอื่นสังเกตเห็น การกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เป็นการแสดงออกเพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่งในกิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2551) ให้ความหมาย พฤติกรรมนักท่องเที่ยว ว่าคือ การแสดงออกของการกระทำกิจกรรมใด ๆ ก็ตามแบบคล้ายคลึงกันหรือบ่อยครั้งครั้งจนกลายเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหรือของตน โดยมีปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัยส่วนตัว และปัจจัยภายนอก ทั้งนี้ปัจจัยส่วนตัว เช่น สุขภาพ รายได้ ทัศนคติ ประสบการณ์ ส่วนปัจจัยภายนอก เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น

สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ (2554) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่รู้ตัว และบุคคลอื่นจะสังเกตการณ์กระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการบริการด้านการท่องเที่ยวในสภาพการณ์ใดสภาพการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยว (Tourist's Overt Behavior) เป็นพฤติกรรมที่ผู้อื่นสังเกตได้โดยการอาศัยประสาทสัมผัส ส่วนพฤติกรรมภายในของนักท่องเที่ยว (Tourist's Covert Behavior) เป็นการทำงานของอวัยวะต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นภายในร่างกาย รวมทั้งความรู้สึกนึกคิดและอารมณ์ที่ถูกควบคุมภายในจะมีสัมพันธ์กัน โดยพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมภายนอกเป็นส่วนใหญ่

จากที่กล่าว สรุปได้ว่า พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว หมายถึง การประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวที่แสดงออกในขณะเดินทางท่องเที่ยว อาจจะเป็นคำพูด การกระทำ สีหน้า หรือท่าทาง เช่น การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร เป็นต้น ซึ่งการแสดงออกนั้นมักจะมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการขั้นพื้นฐานของแต่ละคนที่อาจจะคล้ายคลึงกันหรือแตกต่างกัน หรืออาจจะมาจากสิ่งแวดล้อมหรือประสบการณ์ที่ได้รับในขณะนั้น

2.1.2 แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว

Levitt (พิบูล ทีปะปาล, 2543: 109 อ้างจาก Levitt. n.d.) กล่าวว่า ก่อนที่มนุษย์จะแสดงพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่งออกมาจะมีมูลเหตุที่จะทำให้เกิดพฤติกรรมเสมอ ซึ่งมูลเหตุดังกล่าวจะเป็นตัวกระตุ้นเร่งเร้าจิตใจ ทำให้เกิดความต้องการและจากความต้องการจะทำให้เกิดแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมในที่สุด ซึ่งมีลักษณะเป็นขั้นตอนหรือเป็นกระบวนการ เรียกว่า “กระบวนการของพฤติกรรม” (Process of Behavior) ประกอบด้วย 3 ประการ ได้แก่

1. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสาเหตุทำให้เกิด (Behavior is caused) หมายความว่า การที่คนเราจะแสดงพฤติกรรมอย่างหนึ่งอย่างใดออกมานั้นจะต้องมีสาเหตุทำให้เกิดและสิ่งที่เป็นสาเหตุก็คือ ความต้องการที่เกิดขึ้นในตัวคนนั่นเอง

2. พฤติกรรมจะเกิดขึ้นได้จะต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น (Behavior is motivated) หมายความว่า เมื่อคนเรามีความต้องการเกิดขึ้นแล้ว คนก็ปรารถนาที่จะบรรลุถึงความต้องการนั้นจนกลายเป็นแรงกระตุ้นหรือแรงจูงใจให้แสดงพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการที่เกิดขึ้น

3. พฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมาย (Behavior is goal-directed) หมายความว่า การที่คนแสดงพฤติกรรมอะไรออกมานั้น มิได้กระทำไปอย่างเลื่อนลอยโดยปราศจากจุดมุ่งหมายหรือไร้ทิศทาง ตรงข้ามกลับมีเป้าหมายที่แน่นอนเพื่อให้บรรลุผลสำเร็จแห่งความต้องการของตน อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากระบวนการของพฤติกรรมของคนจะมีลักษณะคล้าย ๆ กัน แต่รูปแบบพฤติกรรมของคนที่แสดงออกในสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เขาเผชิญมีลักษณะแตกต่างกันจากสาเหตุหลายปัจจัยเป็นตัวกำหนด

ศุภลักษณ์ อัครางกูร (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการประพฤติหรือปฏิบัติของนักท่องเที่ยวในการแสดงออกในขณะเดินทางท่องเที่ยวเพื่อมุ่งแสวงหาการตอบสนองความตองการในรูปแบบ อาทิ การพูด การกระทำสีหน้า ท่าทาง การเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยว ถ่ายรูป รับประทานอาหาร ซึ่งการแสดงออกนั้นอาจมีรากฐานมาจากอุปนิสัยหรือความต้องการพื้นฐานหรืออาจมาจากสิ่งแวดล้อมหรือประสบการณ์ของแต่ละคนก็ได้

สำหรับรูปแบบพฤติกรรมนักท่องเที่ยว Cohen (1979) ได้เสนอไว้ มีดังนี้

1. นักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เน้นความสำคัญในกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการหรือการพักผ่อนทางร่างกาย

2. นักท่องเที่ยวแบบปลีกตัวหาความเพลิดเพลิน (The Diversionary Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหาแนวทางเพื่อลืมความจำเจในชีวิตประจำวัน

3. นักท่องเที่ยวมุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential Tourists) จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเพื่อแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวประเภทนี้สนใจศึกษาและได้รับประสบการณ์ที่แท้จริงของแหล่งท่องเที่ยวที่ได้ไปสัมผัส เช่น เมื่อเดินทางไปประเทศสเปนก็ต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของผู้คนท้องถิ่นหรือวัฒนธรรมต่าง ๆ ที่แท้จริงเป็นของสเปน

4. นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) มีลักษณะที่เห็นเด่นชัด คือ ชอบติดต่อพูดคุยกับคนท้องถิ่น เพื่อเรียนรู้และทำความเข้าใจในชีวิตความเป็นอยู่ การปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมของคนท้องถิ่น

5. นักท่องเที่ยวที่ใช้ชีวิตแบบคนท้องถิ่น (The Existential Tourists) นักท่องเที่ยวประเภทนี้ต้องการฝังตัวเองหรือใช้ชีวิตภายใต้วัฒนธรรมและวิถีชีวิตเดียวกับคนท้องถิ่น นักท่องเที่ยวประเภทนี้ จะใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเวลานาน เช่น นักท่องเที่ยวที่มาใช้เวลาอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น พัทยาหรือเชียงใหม่ และพยายามใช้ชีวิตเช่นเดียวกับคนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการปฏิบัติตัว การับประทานอาหาร การพยายามพูดภาษาท้องถิ่น เป็นต้น

องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นมีองค์ประกอบสำคัญ 7 ประการ คือ

1. เป้าหมาย หมายถึง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศโดยการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมในสถานที่ตนเดินทางยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศน์ดังเดิม

2. ความพร้อม หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัยนิยมไต่เขาปีนหน้าผาต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบไม่ควรทำ ในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกา เป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้วเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดเพื่อพักผ่อน ดังนั้นนักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทาง และจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้ หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบิน และทำให้สนามบินต้องปิดทำการ เครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลลัพธ์ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรอง เพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการหรืออาจจะเลิกความต้องการไป เพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความคาดหวังก่อให้เกิดความผิดหวัง และอาจล้มเลิกความตั้งใจในการเดินทาง หรืออาจเปลี่ยนเส้นทางไปเมืองอื่น

2.1.3 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

นริศา มัจฉริยกุล (2559) ได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย 2 ปัจจัยหลัก คือ ปัจจัยภายใน และ ปัจจัยภายนอก ดังนี้

1. ปัจจัยภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ถือเป็นปัจจัยทางด้านจิตวิทยาที่เกิดจากตัวนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งเป็นตัวผลักดันของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความแตกต่างกัน โดยปัจจัยภายในที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ดังนี้

แรงจูงใจ (Motivation)

แรงจูงใจ คือ ความต้องการที่ถูกกระตุ้นจากภายใน ที่ทาให้เกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย โดยแรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว คือ แรงขับภายในที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเที่ยว ณ สถานที่ใดสถานที่หนึ่ง ทั้งนี้ แรงจูงใจในการท่องเที่ยวนั้นมีหลากหลายแตกต่างกันออกไป โดยอาจเป็นความต้องการพื้นฐานจากการท่องเที่ยว เช่น เพื่อพักผ่อน เพื่อความสนุกสนาน เพื่อหลีกหนีความจำเจ หรือเป็นเพราะต้องการการยอมรับจากสังคม เช่น การไปท่องเที่ยวแบบลุย

หรือแบบหรูหราตามกลุ่มเพื่อนเพื่อที่จะได้รับการยอมรับ รวมไปถึงความต้องการและความพอใจส่วนบุคคล การต้องการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเอง การทำตามความฝัน เช่น ต้องการเดินทางท่องเที่ยวรอบโลก เป็นต้น

การรับรู้ (Perception)

การรับรู้ หมายถึง กระบวนการที่มนุษย์เลือกที่จะรับรู้ สรุปการรับรู้ ตีความหมายการรับรู้สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่สัมผัส เพื่อที่จะสร้างภาพในสมอง ให้เป็นภาพที่มีความหมายและมีความกลมกลืน (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 79) โดยกระบวนการรับรู้ประกอบไปด้วย (1) การเลือกสนใจข้อมูล กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจะเจอข้อมูลการท่องเที่ยวต่าง ๆเป็นจำนวนมากในแต่ละวันแต่ก็จะเลือกสนใจข้อมูลเพียงบางส่วนเท่านั้น (2) การเลือกตีความข้อมูล นักท่องเที่ยวจะตีความข้อมูลตามความเข้าใจของตนเอง โดยจะแตกต่างกันเนื่องจากประสบการณ์ ความรู้ วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน และ (3) การเลือกที่จะจดจำ

การเรียนรู้ (Learning)

การเรียนรู้ เป็นผลมาจากความรู้และ(หรือ)ประสบการณ์ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมในอนาคต (เสรี วงษ์มณฑา, 2542, หน้า 95) โดยการเรียนรู้ของนักท่องเที่ยวจะเกิดขึ้น เมื่อนักท่องเที่ยวรับรู้ข้อมูลและประสบการณ์แล้ว ก็จะส่งผลต่อทัศนคติ ค่านิยมและพฤติกรรมในอนาคต เช่น การเข้าไปท่องเที่ยว ณ สถานที่แห่งนั้นอีกครั้งหลังจากที่นักท่องเที่ยวเคยรับบริการและเกิดความประทับใจ เป็นต้น

บุคลิกภาพ (Personality)

บุคลิกภาพ คือ รูปแบบของพฤติกรรมที่มีความสม่ำเสมอ (สุวีร์ณัสญ์ โสภนศิริ, 2554, หน้า 112) บุคลิกภาพที่แตกต่างกันของแต่ละคนจะส่งผลต่อการตอบสนองต่อสถานการณ์ที่แตกต่างกัน โดยสามารถแบ่งนักท่องเที่ยวตามบุคลิกภาพได้เป็น 2 กลุ่ม คือ

1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชอบไปที่ท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ ไม่นิยมไปเที่ยวสถานที่เดิม ๆ พร้อมที่จะปรับตัวเองให้เข้ากับสภาพแวดล้อมไม่รู้สึกกังวลที่ต้องไปเที่ยวต่างถิ่น

2) นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะตรงกันข้ามกับกลุ่มแรก กล่าวคือ จะมีความกลัวและหลีกเลี่ยงความเสี่ยง หากจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยว จะคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นหลัก อาจเลือกในที่ที่เคยไปมาแล้วหรือที่ที่มีวัฒนธรรมและใช้ภาษาใกล้เคียงกับตนเอง

ทัศนคติ (Attitude)

ทัศนคติ หมายถึง ความรู้สึกที่นักท่องเที่ยวมีต่อสินค้าและบริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยนักท่องเที่ยวจะพยายามเลือกในสิ่งที่ไม่ขัดกับทัศนคติของตน และส่วนหนึ่งของทัศนคตินั้นเกิดจากประสบการณ์ (จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์, 2554:

หน้า 85) หากนักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้าหรือบริการใด ๆ ที่ ตนกำลังประเมินอยู่ ก็อาจนำไปสู่การเลือกซื้อได้ ทัศนคติประกอบไปด้วย 3 องค์ประกอบ คือ

1) ความเข้าใจ คือ การรับรู้และความเชื่อถือต่อสินค้า บริการ และแหล่งท่องเที่ยว

2) ความรู้สึก หรือความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อสินค้า บริการ หรือสถานที่ท่องเที่ยว

3) พฤติกรรม คือ แนวโน้มการกระทำของผู้บริโภคที่เกิดจากทัศนคติที่มี

รูปแบบการดำเนินชีวิต (Lifestyle)

Lifestyle คือ รูปแบบในการดำเนินชีวิตของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเห็นได้จากพฤติกรรมและกิจกรรมต่าง ๆ ที่พวกเขาทำ (Activities) ความสนใจ (Interest) และความคิดเห็นต่อตนเองและสิ่งต่าง ๆ (Opinions) (Morrison, 1989 อ้างถึงใน สุวีร์ณัสญ์ โสภนศิริ, 2554, หน้า 113) โดยรูปแบบการดำเนินชีวิต ที่แตกต่างนั้นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

ปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นที่อยู่รอบ ๆ ตัวนักท่องเที่ยวอาจส่งผลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ถือเป็นปัจจัยเชิงสังคม (Social factors) ที่เป็นผลกระทบหรือแรงผลักดันที่บุคคลอื่นมีต่อนักท่องเที่ยว โดยปัจจัยเชิงสังคมที่สำคัญ ได้แก่ กลุ่มอ้างอิง ซึ่งหมายถึง บุคคลหรือกลุ่มคนที่ถูกนำมาเปรียบเทียบหรือใช้เป็นมาตรฐานที่ทำให้เกิดค่านิยมและทัศนคติ หรือบุคคลหรือกลุ่มคนที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (สุภาภรณ์ พลนิกร, 2548, หน้า 78) นอกเหนือจากความคิดและความต้องการของตนเองแล้วนั้น บุคคลรอบข้างก็มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกันโดยนักท่องเที่ยวจะนำค่านิยม ความคิดและมุมมองกลุ่มอ้างอิงมาใช้อ้างอิงเพื่อการตัดสินใจ ซึ่งอาจใช้เป็นแหล่งข้อมูลใช้เปรียบเทียบเพื่อความมั่นใจ หรือใช้เป็นบรรทัดฐานในการตัดสินใจก็ได้ กลุ่มอ้างอิงสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม (สุวีร์ณัสญ์ โสภนศิริ, 2554, หน้า123-125) คือ

1) กลุ่มอ้างอิงที่นักท่องเที่ยวเป็นสมาชิกอยู่ (Membership group) เป็นกลุ่มที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวโดยตรง โดยแบ่งออกเป็น กลุ่มที่นักท่องเที่ยวใกล้ชิดที่สุด หรือกลุ่มปฐมภูมิ (Primary group) ซึ่งจะมีขนาดเล็ก และนักท่องเที่ยวจะมีปฏิสัมพันธ์เป็นประจำ เช่น ครอบครัว เพื่อน เป็นต้น และ กลุ่มทุติยภูมิ (Secondary group) ซึ่งเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวไม่ได้มีปฏิสัมพันธ์บ่อยนักและไม่สนิทเท่ากลุ่มปฐมภูมิ เช่น เพื่อนร่วมงาน เพื่อนร่วมห้องเรียน กลุ่มคนที่ติดต่อกันอย่างเป็นทางการ เป็นต้น ทำให้คนกลุ่มนี้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวน้อยกว่ากลุ่มปฐมภูมิ

2) กลุ่มอ้างอิงที่นักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นสมาชิก (Non-membership group) แบ่งออกเป็นกลุ่มที่นักท่องเที่ยวอยากจะเป็นสมาชิก หรือกลุ่มใฝ่ฝัน เช่น ดารา นักร้อง บุคคลที่มีชื่อเสียง เป็นต้น นักท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มที่จะเลียนแบบพฤติกรรมของคนกลุ่มนี้เพื่อให้ได้รับการยอมรับ และกลุ่มไม่พึงประสงค์ ซึ่งจะมีผลต่อนักท่องเที่ยวในทางตรงกันข้ามกับกลุ่มใฝ่ฝัน โดยนักท่องเที่ยวจะพยายามที่จะไม่ทำพฤติกรรมแบบคนกลุ่มนี้ เพราะไม่ต้องการที่จะถูกมองว่าอยู่กลุ่มเดียวกัน

2.1.4 แนวทางการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่าเป็นการศึกษาพฤติกรรมการซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไร เพื่อช่วยสามารถจัดกลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดให้ตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม คำถามที่นิยมใช้ค้นหาพฤติกรรมการบริโภคประกอบด้วย (6 Ws และ 1 H) นั่นคือ 6 Ws คือ Who, Whom, What, Why, When, Where และ 1 H คือ How โดยมีลักษณะและประเด็นการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวมักจะกล่าวถึงปัจจัยที่ทำให้บุคคลตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ใช้สำหรับการท่องเที่ยว เวลาสำหรับการท่องเที่ยวและความตั้งใจที่จะเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งทั้ง 3 องค์ประกอบนี้เป็นตัวกำหนดที่สำคัญยิ่งต่อการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความอยากรู้อยากเห็นของมนุษย์ องค์ประกอบเหล่านี้จึงเป็นกรอบกำหนดทิศทาง และขนาดของพฤติกรรมการท่องเที่ยวให้แตกต่างกันออกไปตามข้อจำกัดที่แต่ละบุคคลมีอยู่ ทั้งนี้ องค์ประกอบของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. เป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยว โดยทุก ๆ พฤติกรรมจะต้องมีเป้าหมายในการกระทำ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มอนุรักษ์ต้องการเกียรติยศ โดยต้องการแสดงให้ผู้อื่นเห็นว่าตนเดินทางท่องเที่ยวโดยที่สภาพแวดล้อมยังคงสภาพความสมบูรณ์ของระบบนิเวศดั้งเดิม

2. ความพร้อมในการเดินทางท่องเที่ยว หมายถึง ความมีวุฒิภาวะและความสามารถในการทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองต่อความต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวกลุ่มที่รักความผจญภัย นิยมไต่เขาปีนหน้าผา ต้องมีความพร้อมทั้งสภาพร่างกายและจิตใจแล้วสามารถจะทำกิจกรรมที่ตนชอบได้

3. สถานการณ์ หมายถึง เหตุการณ์หรือโอกาสที่เอื้ออำนวยให้เลือกกระทำกิจกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการ เช่น การท่องเที่ยวตามหมู่เกาะควรกระทำในยามคลื่นลมสงบ ไม่ควรทำในขณะที่มีพายุฝนฟ้าคะนอง

4. การแปลความหมาย หมายถึง วิธีการคิดแบบต่าง ๆ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการที่พอใจมากที่สุดในสถานการณ์หนึ่ง ๆ เช่น เวลาสิบสองนาฬิกาเป็นเวลาที่นักท่องเที่ยวควรหยุดพักรับประทานอาหารกลางวัน

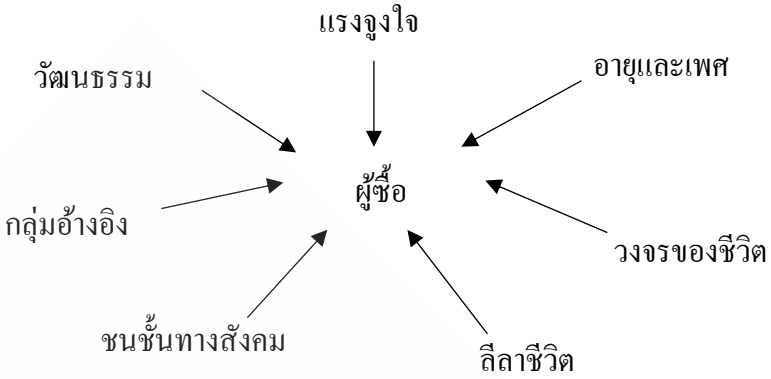
5. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจกระทำกิจกรรมตามที่ตนได้ตัดสินใจเลือกสรรแล้ว เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ต้องการ เช่น นักท่องเที่ยวได้ตัดสินใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันหยุด เพื่อพักผ่อน ดังนั้น นักท่องเที่ยวจะต้องวางแผนการเดินทางและจัดการดำเนินการล่วงหน้าในการกระทำกิจกรรมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตั้งแต่กิจกรรมการกำหนดสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมการเดินทาง กิจกรรมการจองที่พัก เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

6. ผลลัพธ์ที่ตามมา คือ ผลจากการกระทำหนึ่ง ๆ อาจได้ผลตามที่คาดหมายไว้หรืออาจตรงกันข้ามกับความคาดหวังที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวได้มีกำหนดการเดินทางไว้เพื่อมาพักผ่อนวันหยุดในประเทศไทย แต่ปรากฏว่าในเวลานั้นเกิดการชุมนุมที่สนามบินและทำให้สนามบินต้องปิดทำการเครื่องบินไม่สามารถลงจอดได้ มีผลทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถบรรลุผลตามที่คาดหมายไว้ได้

7. ปฏิกิริยาต่อความผิดหวัง คือ ความรู้สึกที่เกิดขึ้นเมื่อสิ่งที่กระทำลงไปไม่บรรลุเป้าหมายตามที่ต้องการ จึงต้องกลับมาแปลความหมาย ไตร่ตรองเพื่อเลือกหาวิธีใหม่ ๆ มาตอบสนองความต้องการ หรืออาจจะเลิกความต้องการไปเพราะเห็นว่าเป็นสิ่งที่เกินความสามารถ

สำหรับบทบาทของการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว พบว่า การศึกษาภูมิหลังและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการทำงานในอุตสาหกรรมการบริการทั้งด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมเป็นอย่างมาก เพราะบุคคลที่จะทำงานเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว ควรต้องมีความรู้เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี มีความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรม ความเป็นอยู่ ลักษณะนิสัย พฤติกรรมการแสดงออก ซึ่งจะทำให้รู้จักและเข้าใจพฤติกรรมที่แปลกแยกและแตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ ช่วยให้ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องสามารถปรับตัวและรู้ความต้องการของนักท่องเที่ยวให้ถูกต้องตามความประสงค์ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่า (1) เขาซื้อสินค้าบริการอะไร (2) ทำไมถึงซื้อบริการนั้นซื้อบริการเมื่อไร (3) ซื้อบริการที่ไหน (4) ซื้อบริการบ่อยแค่ไหน และ (5) เขาประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร

ทั้งนี้ การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวควรเริ่มต้นโดยศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 7 ประการ ได้แก่ แรงจูงใจซึ่งเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภค ส่วนวัฒนธรรม ลักษณะส่วนบุคคล และอิทธิพลทางสังคมก็เป็นปัจจัยที่สำคัญ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 7 ประการ (Hudson 2008: 41-52) แสดงในภาพที่ 2



ภาพที่ 2.1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว
ที่มา: ปรับปรุงจาก Hudson, 2008

จากภาพ อธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. แรงจูงใจ (Motivation) เป็นแรงขับจากภายในของบุคคลที่ทาให้กระทำหรือแสดงพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตน การเข้าใจในแรงจูงใจของผู้บริโภคจะทำให้ผู้ประกอบการเกิดความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวต้องการอะไรนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ทฤษฎีการจูงใจกลุ่มความต้องการของมนุษย์มีจุดหลักอยู่ที่ความต้องการ (Needs) ภายในที่ทำให้เกิดแรงผลักในการแสดงพฤติกรรม

2. อายุและเพศ (Age and Gender) การแบ่งส่วนตลาดแบบดั้งเดิมจะใช้อายุเป็นหลัก ปัจจุบันบริษัทนำเที่ยวหลายแห่งเน้นกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวสูงอายุเนื่องจากเป็นกลุ่มตลาดที่มีฐานะและมีเอกลักษณ์ ไม่ต้องเดินทางท่องเที่ยวในช่วงฤดูท่องเที่ยว สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้เป็นเวลานานเพราะมีเวลาว่างมาก ไม่จำเป็นต้องเดินทางในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ ให้ความสำคัญแก่คุณค่าที่รับรู้มากกว่าราคา มีความจงรักภักดีต่อตราสินค้าหรือบริการที่เคยใช้และคุ้นเคยมานาน แต่การกำหนดราคาต้องเหมาะสมกับรายได้ของคนหลังเกษียณอายุ

โดยทั่วไป ปัจจัยเพศจะมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคตามบทบาทของผู้ชายและผู้หญิงในสังคม ที่ผ่านมานิยมใช้กับสินค้า เช่น เสื้อผ้า เครื่องสำอาง นิตยสาร เป็นต้น แต่เมื่อไม่นานมานี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเริ่มให้ความสนใจต่อการแบ่งส่วนตลาดตามเพศ เช่น กลุ่มนักธุรกิจสตรีกับการเดินทางและโรงแรมที่จัดพื้นที่พักสำหรับนักธุรกิจหญิง การปรับปรุงแสงสว่างในบริเวณที่จอดรถ การปรับปรุงคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก

3. ลีลาชีวิต (Lifestyle) การวิเคราะห์ลีลาชีวิตจะพิจารณาได้จากการที่บุคคลจัดสรรเวลา เงิน และพลังงาน นักการตลาดมักวิเคราะห์ลีลาชีวิตควบคู่ไปกับปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

และจิตวิทยาเพื่อวัดกิจกรรม ความสนใจ และความคิดเห็นของบุคคล ในรูปแบบกลุ่มจิตวิทยาโดยจำแนกตามภาพลักษณ์ของตน แรงบันดาลใจ คุณค่า และสินค้าที่บริโภค ได้แก่ กลุ่มผู้สร้างนวัตกรรม (Innovator) ผู้ชอบคิด (Thinker) ผู้ปฏิบัติ (Achiever) ผู้เน้นประสบการณ์ (Experiencer) ผู้มีความเชื่อ (Believer) ผู้ต่อสู้ (Striver) ผู้เน้นการกระทำ (Maker) และผู้อยู่รอด (Survivor)

4. วงจรของชีวิต (Life Cycle) หมายถึง ช่วงระยะเวลาของชีวิตที่หมุนเวียนไปตามอายุและสมาชิกของครอบครัว เช่น คนโสดจะมีพฤติกรรมความเป็นอยู่แตกต่างจากคนสมรสแล้ว ครอบครัวที่ไม่มีลูกจะมีความเป็นอยู่ที่แตกต่างจากครอบครัวที่มีลูก เป็นต้น บุคคลจะแสดงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามแต่ละช่วงเวลาของวงจรชีวิต

5. วัฒนธรรม (Culture) หมายถึง บรรทัดฐาน ความเชื่อ และพิธีกรรมที่มีเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคล ที่เป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรม วัฒนธรรมที่แตกต่างกันนี้จะมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม บุคคลจะสนองความต้องการของตนเองให้เกิดความพึงพอใจในทิศทางที่สอดคล้องกับบรรทัดฐานของสังคม เช่น รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการยอมรับและความนิยม ในขณะที่รูปแบบการท่องเที่ยวเชิงเพศพาณิชย์ไม่ได้รับการยอมรับอีกในปัจจุบัน

6. ชนชั้นทางสังคม (Social class) หมายถึง ตำแหน่งที่บุคคลอยู่ในสังคม โดยพิจารณาจากรายได้ ความร่ำรวย การศึกษา อาชีพ สถานภาพของครอบครัว มูลค่าของที่อยู่อาศัยและบริเวณที่ตั้ง ชนชั้นทางสังคมจะเชื่อมโยงกับสถาบันในสังคมที่บุคคลนั้นเกี่ยวข้อง ประเทศพัฒนาแล้วอาจแบ่งชนชั้นทางสังคมออกเป็นชนชั้นสูง กลาง และต่ำ นักการตลาดจะเห็นว่าบุคคลในแต่ละชนชั้นจะต้องการซื้อสินค้าและบริการที่แตกต่างกัน ด้วยเหตุผลที่แตกต่างกัน สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว บุคคลที่มีรายได้สูงมักนิยมท่องเที่ยวมากกว่าบุคคลที่มีรายได้ต่ำ และมักจะมีระดับการศึกษาที่สูงกว่า

7. กลุ่มอ้างอิง (Reference group) หมายถึง กลุ่มที่มีอิทธิพลทางตรงหรือทางอ้อมกับการกำหนดทัศนคติหรือพฤติกรรมของบุคคล เช่น ครอบครัว สถาบันการศึกษา ที่ทำงาน เป็นต้น

ทั้งนี้ สาริกา ค้าสุวรรณ (2560) อธิบายว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นกระบวนการที่ต้องใช้เวลาพิจารณาและความพยายามในการตัดสินใจเลือก โดยประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การตระหนัก หรือ การรับรู้ปัญหา (Need Recognition) เกิดจากสิ่งกระตุ้นภายใน (2) การหาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการ (Information Search) (3) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) (4) การตัดสินใจซื้อและการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว (Decision Making) และ (5) พฤติกรรมภายหลังการเดินทาง (Post-Purchase Behavior) นักท่องเที่ยวจะประเมินผลจากประสบการณ์ที่ได้รับ ซึ่งส่งผลต่อความพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจ

2.1.5 ความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2555) กล่าวว่า การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะทำให้ทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าเขาซื้อบริการท่องเที่ยวอะไร ทำไมถึงซื้อบริการท่องเที่ยวนั้น ซื้อบริการท่องเที่ยวเมื่อไร ซื้อบริการท่องเที่ยวที่ไหน ซื้อบริการท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน และหลังจากซื้อบริการท่องแล้วเขาประเมินบริการเหล่านั้นอย่างไร หากต้องการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจหลังจากการใช้บริการ ธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องเรียนรู้ทุกสิ่งที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงเป็นการศึกษาความต้องการและพฤติกรรมของนักเที่ยวที่เป็นตลาดเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดในการที่ตอบสนองต่อความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวตลาดนั้น และทำให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจสูงสุด โดยมุ่งเน้นพฤติกรรมพื้นฐานทางวัฒนธรรม ประเพณี และอาชีพของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่แตกต่างกันในรูปแบบของการท่องเที่ยว สามารถสรุปความสำคัญของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาที่มีความแปรเปลี่ยนอยู่เสมอ เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการกระทำของมนุษย์ที่ได้รับอิทธิพลจากสิ่งที่ไม่มีความคงที่ อันได้แก่ สภาวะแวดล้อมภายนอก และพฤติกรรมความรู้สึกนึกคิดความรู้ความเข้าใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้น นักการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถึงตระหนักว่ากลยุทธ์การตลาดจะต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

2. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างความรู้สึกนึกคิด การกระทำของตัวนักท่องเที่ยวกับภาวะแวดล้อมภายนอก กล่าวคือ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นมิได้เกิดจากปัจจัยด้านตัวนักท่องเที่ยวเพียงลำพัง แต่จะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยภายนอกที่อยู่แวดล้อมนักท่องเที่ยวด้วย ดังนั้นนักการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถึงเข้าใจว่า กิจกรรมการตลาดทั้งมวลสามารถส่งผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในทางใดทางหนึ่งได้ เช่นกัน

3. การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน กล่าวคือ มีการแลกเปลี่ยนระหว่างการซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวกับเงินเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ความคิดหรือประสบการณ์ต่าง ๆ จะเห็นว่าพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมัก เกี่ยวข้องกับ 3 ช่วงเวลาใหญ่ ๆ คือ (1) ช่วงการค้นหาและทำการซื้อเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (2) ช่วงของการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว และ(3) ช่วงหลังการใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งนักการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีความละเอียดและรอบคอบจะต้องดำเนินกลยุทธ์การตลาดที่สามารถสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวทั้ง 3 ช่วงเวลาให้ได้

2.1.6 วัตถุประสงค์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะช่วยให้การวางแผนการตลาดอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการโน้มน้าวนักท่องเที่ยวให้มาใช้ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวซึ่งออกแบบให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวนับเป็นสิ่งสำคัญมาก หลายครั้งที่ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวไม่สามารถให้ความชัดเจนในรูปแบบผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการเนื่องจากนักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกใช้บริการจากผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวรายใดรายหนึ่งอาจขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง อีกทั้งประสบการณ์การซื้อบริการท่องเที่ยวก็แตกต่างกันทำให้การตัดสินใจซื้อบริการท่องเที่ยวต้องใช้เวลาในการพิจารณาตัดสินใจพอสมควร ดังนั้นความเข้าใจในพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จึงช่วยให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวดำเนินการด้านตลาดอย่างมีประสิทธิภาพและเกี่ยวเนื่องกับความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษาวิชาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญอยู่ 4 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555, น.19) ดังนี้

1. เพื่อให้รู้และเข้าใจพฤติกรรมที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติ แต่ละกลุ่ม
2. เพื่อให้รู้จุดอ่อนและสามารถปรับตัวให้เข้ากับนักท่องเที่ยวได้ง่าย
3. เพื่อให้สามารถนำมาวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการบริการให้เหมาะสม
4. เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานและบริการได้เหมาะสม สร้างความพึงพอใจสูงสุด ให้แก่นักท่องเที่ยวประโยชน์ของการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวนั้นจะได้ประโยชน์ในการทราบถึงรูปแบบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอยู่ 5 ประการ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2555, น.20) ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวต้องการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวอะไร
2. ทำไมนักท่องเที่ยวถึงซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนั้น และซื้อเมื่อไร
3. นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ไหน
4. นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวบ่อยแค่ไหน
5. นักท่องเที่ยวประเมินสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเหล่านั้นอย่างไร

กล่าวโดยสรุป พฤติกรรมการท่องเที่ยวเป็นการแสดงออกของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการใช้สินค้าและบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยมีลักษณะที่เป็นกระบวนการตัดสินใจที่มีผลต่อการแสดงออก ซึ่งการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวต้องระบุสาเหตุทำให้เกิดพฤติกรรมซึ่งต้องมีสิ่งจูงใจหรือแรงกระตุ้น และพฤติกรรมที่เกิดขึ้นย่อมมุ่งไปสู่เป้าหมายในการตอบสนองแรงจูงใจเหล่านั้น เพื่อประมาณการจำนวน มูลค่าการใช่จ่าย ระยะเวลาท่องเที่ยว และอื่น ๆ ที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางในแต่ละช่วงฤดูกาล โดยมีปัจจัยกำหนดการท่องเที่ยว ได้แก่ ปัจจัย

ส่วนตัว เช่น สุขภาพ รายได้ ทัศนคติ ประสบการณ์ และปัจจัยภายนอกอื่น ๆ เช่น การเมือง เศรษฐกิจ สังคม เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวต้องการที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวและต้องการทำให้นักท่องเที่ยวเกิด ความพึงพอใจ หลังจากการใช้บริการท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจำเป็นที่จะต้องศึกษาเรียนรู้ทุกสิ่งที่ เกี่ยวข้องพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น ศึกษาความต้องการ ความคิด การทำงาน การใช้เวลาว่าง ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจทั้งปัจจัยส่วนตัวและปัจจัยกลุ่มที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจ เลือกใช้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์ อย่างมากต่อผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวในการช่วยให้เข้าใจแนวทางในการตอบสนองและปรับเปลี่ยน พฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้

2.2 ทฤษฎีความพึงพอใจ

2.2.1 ความหมายของความพึงพอใจ

Kotler (2000) ได้ให้ความหมายความพึงพอใจว่า เป็นความรู้สึกส่วนบุคคลที่เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการหรือความผิดหวังซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวัง ซึ่งมีผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการเหมาะสมกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ

รัชวลี วรวุฒิ (2548) ความหมายของความพึงพอใจเป็นพฤติกรรมของมนุษย์ คือ ความพยายามที่จะขจัดความตรึงเครียดหรือความกระวนกระวายหรือภาวะไม่ได้ดุลยภาพในร่างกาย ซึ่งเมื่อมนุษย์สามารถขจัดสิ่งต่าง ๆ ดังกล่าวได้แล้วมนุษย์ย่อมได้รับความพึงพอใจในสิ่งที่ตนต้องการความพึงพอใจตามความหมายของพจนานุกรมด้านจิตวิทยา คือ ความรู้สึกของผู้ที่มารับบริการต่อสถานบริการตามประสบการณ์ที่ได้รับจากการเข้าไปติดต่อขอรับบริการในสถานบริการนั้นหรือความพึงพอใจเป็นความรู้สึกส่วนตัวที่รู้สึกเป็นสุขหรือยินดีที่ได้รับการตอบสนองความต้องการในสิ่งที่ขาดหายไปหรือวิ่งที่ทำให้เกิดความไม่สมดุล ความพึงพอใจเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรมที่จะแสดงออกของบุคคล ซึ่งมีผลต่อการเลือกที่จะปฏิบัติในกิจกรรมใด ๆ นั้น

จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2544, น. 27) กล่าวว่า “ความพึงพอใจ” ตรงกับภาษาอังกฤษว่า “Satisfaction” ซึ่งมีความหมายโดยทั่วไปว่า “ระดับความรู้สึกในทางบวกของบุคคลต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง”

เพอร์สัน (Person, 1994, p. 48, อ้างถึงใน สมสันต์ กางการ, 2547, น. 32) ได้ให้ความหมายว่าความพึงพอใจของลูกค้า คือ การที่สินค้าหรือบริการสามารถเป็นไปตามความ

คาดหวังของลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและเมื่อนั้นการซื้อหรือการใช้บริการจะเพิ่มมากขึ้นและบ่อยครั้งขึ้นและจะบอกไปยังบุคคลใกล้ชิดต่อไป

สมวงศ์ พงศ์สถาพร (2547) ได้ให้ความหมาย หมายถึง การประเมินสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ว่าได้ตอบสนองความต้องการของตนได้ตามที่คาดหวังไว้หรือไม่ ถ้าได้ตามที่คาดหวังไว้ลูกค้าจะมีความพึงพอใจถ้าไม่ได้ตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรกลูกค้าจะไม่พอใจ (Dissatisfaction)

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ (2550) ได้ให้ความหมาย หมายถึง ส่งที่ควรจะเป็นไปตามความต้องการ ความพึงพอใจเป็นผลของการแสดงออกของทัศนคติของบุคคลอีกรูปแบบหนึ่ง ซึ่งเป็นความรู้สึกเอนเอียงของจิตใจที่มีประสบการณ์ที่มนุษย์เราได้รับอาจจะมากหรือน้อยก็ได้และเป็นความรู้สึกที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นไปได้ทั้งทางบวกและทางลบ แต่ก็เมื่อได้สิ่งนั้นสามารถตอบสนองความต้องการหรือทำให้บรรลุจุดมุ่งหมายได้ ก็จะเกิดความรู้สึกบวก เป็นความรู้สึกที่พึงพอใจ แต่ในทางตรงกันข้าม ถ้าสิ่งนั้นสร้างความรู้สึกผิดหวัง ก็จะทำให้เกิดความรู้สึกทางลบเป็นความรู้สึกไม่พึงพอใจ

จากความหมายของความพึงพอใจดังกล่าว สรุปได้ว่า ความพึงพอใจเป็นระดับความรู้สึกหรือทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้คุณค่าที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการกับความคาดหวังของแต่ละบุคคลก่อนที่จะได้บริการนั้น ๆ โดยความรู้สึกพึงพอใจจะเกิดขึ้นเมื่อความต้องการของบุคคลได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ ความรู้สึกด้านบวกมากกว่าด้านลบ ส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ หรือไม่เกิดขึ้นหากความต้องการไม่ได้รับการตอบสนองตามที่คาดหวังไว้ในตอนแรก จึงทำให้เกิดความรู้สึกด้านลบมากกว่าด้านบวก ส่งผลให้ไม่เกิดความพึงพอใจ

2.2.2 ทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจ

Kotler and Armstrong (2002) รายงานว่า พฤติกรรมของมนุษย์เกิดขึ้นต้องมีสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับดัน (drive) เป็นความต้องการที่กดดันจนมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง ซึ่งความต้องการของแต่ละคนไม่เหมือนกัน ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยา (biological) เกิดขึ้นจากสภาวะตึงเครียด เช่น ความหิวกระหายหรือความลำบากบางอย่าง เป็นความต้องการทางจิตวิทยา (psychological) เกิดจากความต้องการการยอมรับ (recognition) การยกย่อง (esteem) หรือการเป็นเจ้าของทรัพย์สิน (belonging) ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลกระทำในช่วงเวลานั้น ความต้องการกลายเป็นสิ่งจูงใจ เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิดความตึงเครียด โดยทฤษฎีที่ได้รับความนิยมมากที่สุด มี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ และทฤษฎีของซิกมันด์ ฟรอยด์

1) ทฤษฎีแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's theory motivation)

A. H. Maslow ค้นหาวิธีที่จะอธิบายว่าทำไมคนจึงถูกผลักดันโดยความต้องการบางอย่าง ณ เวลาหนึ่ง ทำไมคนหนึ่งจึงทุ่มเทเวลาและพลังงานอย่างมากเพื่อให้ได้มาซึ่งความปลอดภัยของตนเองแต่อีกคนหนึ่งกลับทำสิ่งเหล่านั้น เพื่อให้ได้รับการยกย่องนับถือจากผู้อื่น คำตอบของ A. H. Maslow คือ ความต้องการของมนุษย์จะถูกเรียงตามลำดับจากสิ่งที่กดดันมากที่สุดไปถึงน้อยที่สุด ทฤษฎีของมาสโลว์ได้จัดลำดับความต้องการตามความสำคัญ คือ

1.1 ความต้องการทางกาย (physiological needs) เป็นความต้องการพื้นฐาน คือ อาหาร ที่พัก อากาศ ยารักษาโรค

1.2 ความต้องการความปลอดภัย (safety needs) เป็นความต้องการที่เหนือกว่า ความต้องการเพื่อความอยู่รอด เป็นความต้องการในด้านความปลอดภัยจากอันตราย

1.3 ความต้องการทางสังคม (social needs) เป็นการต้องการการยอมรับจากเพื่อน

1.4 ความต้องการการยกย่อง (esteem needs) เป็นความต้องการการยกย่องส่วนตัว ความนับถือและสถานะทางสังคม

1.5 ความต้องการให้ตนประสบความสำเร็จ (self – actualization needs) เป็นความต้องการสูงสุดของแต่ละบุคคล ความต้องการทำทุกสิ่งทุกอย่างได้สำเร็จ

ทั้งนี้ บุคคลพยายามที่สร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดเป็นอันดับแรกก่อนเมื่อความต้องการนั้นได้รับความพึงพอใจ ความต้องการนั้นก็จะหมดลงและเป็นตัวกระตุ้นให้บุคคลพยายามสร้างความพึงพอใจให้กับความต้องการที่สำคัญที่สุดลำดับต่อไป ตัวอย่าง เช่น คนที่อดอยาก (ความต้องการทางกาย) จะไม่สนใจต่องานศิลปะชิ้นล่าสุด (ความต้องการสูงสุด) หรือไม่ต้องการยกย่องจากผู้อื่น หรือไม่ต้องการแม้แต่อากาศที่บริสุทธิ์ (ความปลอดภัย) แต่เมื่อความต้องการแต่ละขั้นได้รับความพึงพอใจแล้วก็จะมีความต้องการในขั้นลำดับต่อไป

2. ทฤษฎีแรงจูงใจของฟรอยด์

S. M. Freud ตั้งสมมุติฐานว่าบุคคลมักไม่รู้ตัวมากนักว่าพลังทางจิตวิทยามีส่วนช่วยสร้างให้เกิดพฤติกรรม S. M. Freud พบว่าบุคคลเพิ่มและควบคุมสิ่งเร้าหลายอย่าง สิ่งเร้าเหล่านี้อยู่นอกเหนือการควบคุมอย่างสิ้นเชิง บุคคลจึงมีความฝัน พูดคำที่ไม่ตั้งใจพูด มีอารมณ์อยู่เหนือเหตุผลและมีพฤติกรรมหลอกหลอนหรือเกิดอาการวิตกจริตอย่างมาก

ส่วนการประยุกต์ใช้แนวคิดความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการนั้น Millet (1954, p. 109, อ้างถึงใน พิทักษ์ ตรุษทิม, 2538, น. 33) กล่าวว่า เป้าหมายสำคัญของการบริการคือ การสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ประชาชนโดยมีหลักหรือแนวทาง คือ

1. การให้บริการอย่างเสมอภาค (Equitable Service) หมายถึง ความยุติธรรมในการบริหารงานภาครัฐที่มีฐานคติที่ว่าคนทุกคนเท่าเทียมกันดังนั้นประชาชนทุกคนจะได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกันในแง่มุมของกฎหมาย ไม่มีการแบ่งแยกในการกีดกันในการให้บริการประชาชนจะได้รับการปฏิบัติในฐานะที่เป็นปัจเจกบุคคลที่ใช้มาตรฐานการให้บริการเดียวกัน

2. การให้บริการตรงเวลา (Timely Services) หมายถึง การบริการจะต้องมองว่าการให้บริการสาธารณะจะต้องตรงต่อเวลาผลการปฏิบัติงานของหน่วยงานภาครัฐจะถือว่าไม่มีประสิทธิผลเลยถ้าไม่มีการตรงต่อเวลาซึ่งจะสร้างความไม่พอใจให้แก่ประชาชน

3. การให้บริการอย่างเพียงพอ (Ample Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะต้องมีลักษณะมีจำนวนการให้บริการและสถานที่ให้บริการอย่างเหมาะสม (The Right Quantity At The Right Geographical Location) ซึ่งความเสมอภาคหรือการตรงต่อเวลาจะไม่มีความหมายเลยถ้ามีจำนวนการให้บริการไม่เพียงพอและสถานที่ตั้งที่ให้บริการสร้างความไม่ยุติธรรมให้เกิดขึ้นแก่ผู้รับบริการ

4. การให้บริการอย่างต่อเนื่อง (Continuous Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างสม่ำเสมอโดยยึดประโยชน์ของสาธารณะเป็นหลักไม่ใช้ยึดความพอใจของหน่วยที่ให้บริการว่าจะให้หรือหยุดบริการเมื่อใดก็ได้

5. การให้บริการอย่างก้าวหน้า (Progression Service) หมายถึง การให้บริการสาธารณะที่มีการปรับปรุงคุณภาพและผลการปฏิบัติงานกล่าวคือ การเพิ่มประสิทธิภาพหรือความสามารถที่จะทำหน้าที่ได้มากขึ้นโดยใช้ทรัพยากรเท่าเดิม

จากการทบทวนวรรณกรรมทฤษฎีเกี่ยวกับความพึงพอใจสามารถสังเคราะห์และบูรณาการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัยและนิยามได้ว่า หลักหรือแนวทางในการสร้างความพอใจในการให้บริการแก่ประชาชน ได้แก่ การให้บริการอย่างเสมอภาค การให้บริการตรงเวลา การให้บริการอย่างเพียงพอ การให้บริการอย่างต่อเนื่อง และการให้บริการอย่างก้าวหน้า

2.2.3 ความสำคัญของความพึงพอใจ

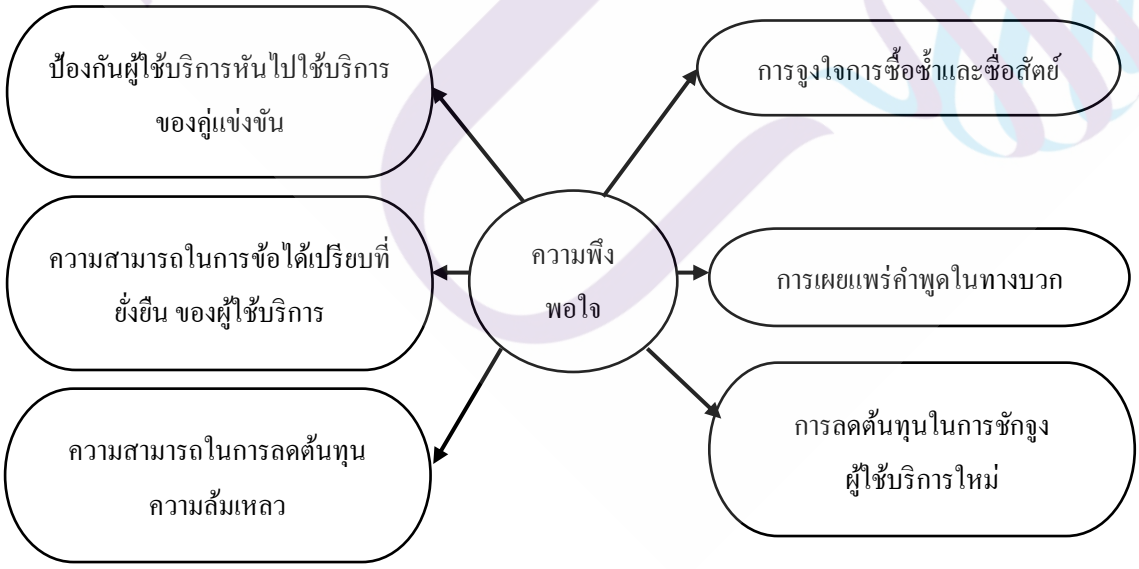
จิตตินันท์ เดชะคุปต์ (2551) ได้กล่าวว่า ความพึงพอใจในการบริการนับว่าเป็นเป้าหมายสูงสุดและสำคัญที่สุดของงานด้านบริการ การสร้างความพึงพอใจให้ผู้ใช้บริการจนเกิดความรู้สึกประทับใจและกลับมาใช้ บริการซ้ำถือว่าเป็นความสำเร็จของงานบริการอย่างแท้จริง ดังนั้นความสำคัญของความพึงพอใจของผู้ใช้บริการจึงเป็นเรื่องสำคัญที่ผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องต้องตระหนักถึงอยู่เสมอ โดยความสำคัญของความพึงพอใจ มีดังนี้

1. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวกำหนดคุณลักษณะของการบริการ ผู้บริหารองค์กรและผู้ปฏิบัติงานบริการจำเป็นต้องสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

บริการและลักษณะของการนำเสนอบริการที่ผู้ใช้บริการชื่นชอบ เพราะข้อมูลดังกล่าวจะบ่งบอกถึงการประเมินความรู้สึกและความคิดเห็นของผู้ใช้บริการต่อคุณสมบัติของบริการที่ผู้ใช้บริการต้องการและวิธีการตอบสนองความต้องการแต่ละอย่างในลักษณะที่ผู้ใช้บริการปรารถนาซึ่งเป็นผลดีต่อผู้ให้บริการในอันที่จะตระหนักถึงความคาดหวังของผู้ใช้บริการ และสามารถสนองตอบบริการที่ตรงกับลักษณะและรูปแบบที่ผู้ใช้บริการคาดหวังไว้ได้จริง

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเป็นตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพบริการการนำเสนอบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการความคาดหวังของผู้ใช้บริการมีผลให้ผู้ใช้บริการเกิด ความพึงพอใจต่อการบริการนั้น และมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อ ๆ ไป ได้แก่ สถานที่ อุปกรณ์ เครื่องใช้ บุคลิกลักษณะของพนักงานบริการ ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการ ความเต็มใจที่ จะให้บริการ ตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่น

Lovelock and Wirtz (2011, p.45) ได้ระบุความสำคัญของความพึงพอใจว่าจะนำไปสู่ความภักดีต่อองค์กรในระยะยาว มากกว่าการที่จะจูงใจหรือพัฒนาผู้ใช้บริการใหม่เพื่อแทนที่ผู้ใช้บริการที่จากไป ผู้ใช้บริการที่มีความพึงพอใจสูงสุดจะแพร่คำพูดในทางบวกจนกลายเป็นการโฆษณาให้กับองค์กรบริการ ซึ่งจะลดต้นทุนในการหาผู้ใช้บริการใหม่ เนื่องจากชื่อเสียงและการแพร่คำพูดเป็นแหล่งข่าวสารที่สำคัญ สำหรับผู้ใช้บริการใหม่ คุณภาพบริการเป็นสิ่งสำคัญที่จะทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจ และ คุณประโยชน์ของความพึงพอใจจะส่งผลทางบวกต่อองค์กรผู้ให้บริการ



ภาพที่ 2.2 : คุณประโยชน์ของความพึงพอใจจากคุณภาพบริการ

ที่มา: Lovelock and Wirtz, 2011, p.35

จากภาพที่ 2.2 อธิบายว่า ความพึงพอใจเป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ช่วยให้งานประสบความสำเร็จ โดยเฉพาะอย่างยิ่งถ้าเป็นงานเกี่ยวกับการให้บริการโดยผู้ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการจะต้องมีความรักและเข้าใจในงานบริการ รวมทั้งจะต้องร่วมมือกันที่จะทำให้งานบริการ มีคุณภาพที่ดีเพื่อสนองต่อผู้ใช้บริการให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ดังนั้นงานด้านบริการจำเป็นจะต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อรักษามาตรฐานงานบริการที่ดีและพัฒนาให้เจริญก้าวหน้ายิ่ง ๆ ขึ้นไป โดยความเจริญก้าวหน้าของงานบริการมีปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวบ่งชี้คือจำนวนผู้มาใช้บริการดังนั้นผู้บริหารองค์กรให้บริการจึงควรศึกษาให้ลึกซึ้งถึงปัจจัยและองค์ประกอบต่าง ๆ ที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งผู้ปฏิบัติงานบริการและผู้มาใช้บริการเพื่อนำข้อมูลเหล่านั้นมาเป็นแนวทางในการบริหารองค์กร บริการให้มีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด

ทั้งนี้ ฉัตยาพร เสมอใจ (2548) กล่าวว่า การจัดการความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมีความสำคัญและประโยชน์แก่องค์กรหลายประการ ได้แก่ (1) การเพิ่มระดับความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ทำให้เข้าใจถึงระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเพื่อนำมาพัฒนาหรือปรับปรุงให้สามารถตอบสนองและเพิ่มความพึงพอใจของผู้ใช้บริการมากขึ้นอันจะนำไปสู่ความภักดีของผู้ใช้บริการ (2) การสร้างผลกำไรในระยะยาวถ้าเราทำการรักษาผู้ใช้บริการที่ดีไว้ได้ในปริมาณที่มาก จะยิ่งสร้างผลกำไรมากกว่าการพยายามดึงผู้ใช้บริการใหม่มาทดแทนผู้ใช้บริการเก่าที่จากไปอยู่ตลอดเวลา (3) ช่วยโฆษณาให้ดึงดูดผู้ใช้บริการใหม่โดยการบอกต่อแบบปากต่อปากด้วยความชื่นชมจะสร้างความน่าเชื่อถือได้มาก และ (4) ช่วยประกันความเสี่ยงจากการเกิดความผิดพลาดในการบริการเพราะผู้ใช้บริการเมื่อมีความพึงพอใจต่อการบริการขององค์กรย่อมมองข้ามความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากการบริการขององค์กรนั้น

นอกจากนี้ Wang et al. (2009) กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้ใช้บริการในระดับมากจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมในอนาคต คือ การซื้อซ้ำการบอกต่อในทางบวก การยินยอมจ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อใช้บริการ และการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อองค์กรผู้ให้บริการสามารถดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนทั้งนี้เพราะก่อให้เกิดนักท่องเที่ยวรายใหม่ ๆ จากการแนะนำปากต่อปากไปยังเพื่อนญาติของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกเพื่อให้หวนกลับมาเที่ยวอีกครั้งลดค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และนำไปสู่รายได้ที่เพิ่มขึ้นในอนาคตแก่องค์กรที่ให้บริการทางด้านการท่องเที่ยว

ส่วน วันชัย คำเจริญ (2545, น. 51-52) กล่าวว่า กลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเป็นเป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการบริการเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในบริการที่ได้รับจนติดใจและกลับมาใช้บริการอีก จึงกล่าวได้ว่าความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็น

ตัวแปรสำคัญในการประเมินคุณภาพของการบริการ หากกิจการใดนำเสนอการบริการที่ดีมีคุณภาพตรงกับความต้องการตามคาดหวังของลูกค้ามีผลทำให้ลูกค้าพึงพอใจต่อบริการนั้นและมีแนวโน้มจะใช้บริการซ้ำอีกต่อไป คุณภาพการบริการที่จะทำให้ลูกค้าพึงพอใจขึ้นอยู่กับลักษณะการบริการที่ปรากฏให้เห็น ความน่าเชื่อถือไว้วางใจของการบริการความเต็มใจที่จะให้บริการตลอดจนความรู้ความสามารถในการให้บริการด้วยความเชื่อมั่นและความเข้าใจต่อผู้อื่นสามารถแบ่งเป็น 2 ประเด็นดังนี้

1) องค์การบริการพยายามค้นหาปัจจัยที่กำหนดความพึงพอใจของลูกค้าสำหรับนำเสนอบริการที่เหมาะสมเพื่อแข่งขันแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดของธุรกิจบริการผู้รับบริการย่อมได้รับบริการที่มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการที่ตนคาดหวังไว้ได้

2) การดำเนินชีวิตที่ต้องพึ่งพาการบริการในหลาย ๆ สถานการณ์ทุกวันนี้ย่อมนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีตามไปด้วยเพราะการบริการในหลายด้านช่วยอำนวยความสะดวกและแบ่งเบาภาระการตอบสนองความต้องการของบุคคลด้วยตนเอง

ผู้ปฏิบัติงานบริการพัฒนาคุณภาพของงานบริการและอาชีพบริการซึ่งเป็นงานที่สำคัญต่อชีวิตของคนเราเพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้ในการดำรงชีวิตและการแสดงออกถึงความสามารถในการทำงานให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีเป็นที่ยอมรับว่าความพึงพอใจในงานมีผลต่อการเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน ในแต่ละองค์การเมื่อองค์การบริการให้ความสำคัญกับการสร้างความพึงพอใจในงานให้กับผู้ปฏิบัติงานบริการทั้งในด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานค่าตอบแทนสวัสดิการและความก้าวหน้าในชีวิตการงาน พนักงานบริการก็ย่อมทุ่มเทความพยายามในการเพิ่มคุณภาพมาตรฐานการบริการให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น ๆ ไป

จิตตินันท์ เตชะคุปต์ (2544, น. 21) กล่าวว่า เป้าหมายสูงสุดของความสำเร็จในการดำเนินงานขึ้นอยู่กับกลยุทธ์การสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและประทับใจในการบริการเพราะฉะนั้นการศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าจึงเป็นเรื่องสำคัญเพราะความรู้ความเข้าใจในเรื่องนี้จะนำมาซึ่งความได้เปรียบในเชิงการแข่งขัน ความก้าวหน้าและเติบโตของธุรกิจ

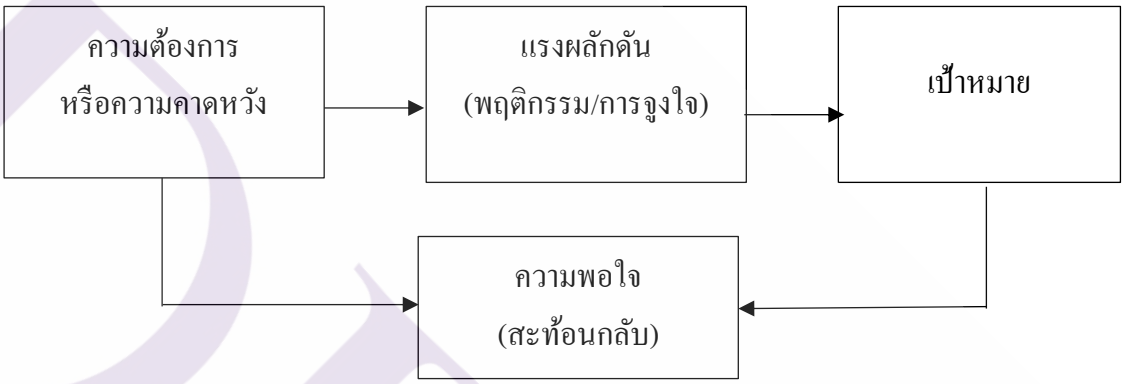
สรุปได้ว่า ความสำคัญของความพึงพอใจเกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของผู้รับบริการต่อการบริการและความพึงพอใจในงานของผู้ปฏิบัติงานบริการซึ่งนับว่าความพึงพอใจทั้งสองลักษณะมีความสำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพของการบริการและการดำเนินงานบริการให้ประสบผลสำเร็จเพื่อสร้างและรักษาความรู้สึกที่ดีต่อบุคคลทุกคนที่เกี่ยวข้องกับการบริการ

2.2.4 องค์ประกอบของความพึงพอใจ

Mullins (1985) กล่าวถึง ความพึงพอใจว่าเป็นผลมาจากองค์ประกอบสำคัญ 3 ด้าน คือ

1. ความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคล
2. แรงผลักดันที่นาไปสู่พฤติกรรมและการกระทำ
3. เป้าหมายที่ต้องการบรรลุในเรื่องนั้น ๆ

และเมื่อบรรลุเป้าหมายแล้วจะเกิดความพึงพอใจดังภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.3 : แนวการคิด “ความพึงพอใจ” ของบุคคล
ที่มา: ธนสิทธิ์ ปั้นประเสริฐ, 2543

Gronroos (1990) กล่าวว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจ ประกอบไปด้วย 2 ประการ

1. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ผู้รับบริการจะรับรู้ว่าผลิตภัณฑ์บริการมีลักษณะตามพันธะสัญญาของกิจการบริการแต่ละประเภทมากน้อยเพียงใด
2. องค์ประกอบด้านการรับรู้คุณภาพของการนาเสนอบริการผู้รับบริการจะรับรู้วิธีการนำเสนอบริการในกระบวนการบริการเหมาะสมเพียงใด

สรุปได้ว่าองค์ประกอบของความพึงพอใจเกี่ยวข้องกับผลของการรับรู้และประเมินในสิ่งที่ผู้รับบริการคาดหวังว่าควรจะได้รับ

จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับองค์ประกอบของความพึงพอใจ สามารถสังเคราะห์และบูรณาการให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ขอบเขตการวิจัยและนิยามได้ว่า องค์ประกอบของความพึงพอใจ ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการรับรู้ภายนอก ได้แก่ การรับรู้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบด้านแรงผลักดันภายใน ได้แก่ ความต้องการหรือความคาดหวังของบุคคล

2.2.5 ขอบข่ายของความพึงพอใจ

ฐิติพร คูวัฒนสุชาติ (2544, น. 17) กล่าวว่า โดยทั่วไปการศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจมักนิยมศึกษากันสองมิติคือ มิติความพึงพอใจในการรับบริการ (Service Satisfaction) และมิติความพึงพอใจของผู้ปฏิบัติงาน (Job Satisfaction) ซึ่งสามารถขยายความได้ดังต่อไปนี้

1. การศึกษาความพึงพอใจในการบริการ (Service Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยลูกค้าหรือผู้รับบริการต่อการจัดบริการเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรือชุดบริการที่กำหนดขึ้นซึ่งเป้าหมายของการศึกษาเป็นไปเพื่อค้นหาข้อเท็จจริงในระดับความพึงพอใจและค้นหาปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั้นในกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันและต่อชุดของสิ่งเร้าที่แตกต่างกันด้วย

2. การศึกษาความพึงพอใจในงาน (Service Satisfaction) ซึ่งเน้นการประเมินค่าโดยบุคลากรผู้ปฏิบัติงานต่อสภาพแวดล้อมภายในและนอกการทางานซึ่งประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลทำให้ความพอใจในงานนั้นแตกต่างกันไปได้แก่ ลักษณะของงานที่ทาความก้าวหน้าการบังคับบัญชาเพื่อนร่วมงานตลอดจนสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูล

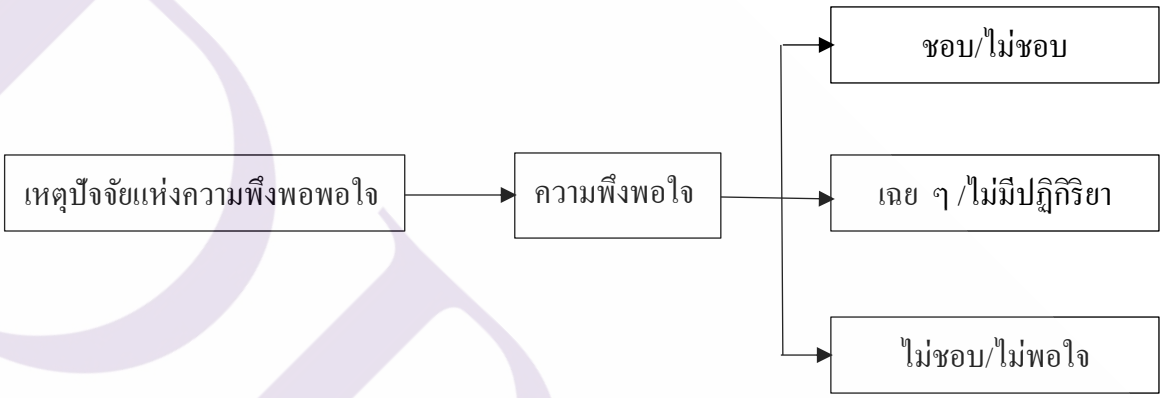
ธนสิทธิ์ ปั้นประเสริฐ (2543, น. 8) กล่าวว่า ขอบข่ายการศึกษาอยู่ที่การอธิบายตัวชี้วัดของความพึงพอใจ กล่าวคือ การศึกษาส่วนใหญ่อธิบายความพึงพอใจจากตัวชี้วัดที่ตัวบริการ (Service) กระบวนการบริการ (Process) และในพฤติกรรมของผู้ให้บริการ (Providers Behavior) ซึ่งเหล่านี้จะเป็นสาเหตุหรือปัจจัยแห่งความพึงพอใจมากกว่าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจ เพราะความพึงพอใจเป็นผลจากการประเมินค่าของผู้รับบริการจากสิ่งเร้าภายนอกดังได้กล่าวมาแล้วนั้นเองมิใช่เป็นตัวสิ่งเร้าและเมื่อการศึกษาดังกล่าวกำหนดให้สิ่งเร้าเป็นตัวชี้วัดความพึงพอใจแล้วจึงมักเป็นตัวกำหนดปัจจัยส่วนตัวของผู้รับบริการเป็นปัจจัยเหตุ หรือตัวแปรอิสระ เช่น เพศ อายุ การศึกษา หรืออื่น ๆ ตามแนวของการวิจัยที่เน้นการวัดพฤติกรรมโดยทั่วไปดังนั้นการศึกษาวิจัยลักษณะนี้จึงมีปัญหาอย่างน้อย 2 ประการ คือ

1. ความไม่สมเหตุสมผลของตัวแปรอิสระคือ ตัวแปรที่เป็นสาเหตุทำให้เกิดผลอย่างใดอย่างหนึ่งกรณีความพึงพอใจตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรที่ทำให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พอใจจากการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับเรื่องความพึงพอใจของสังคมไทยเท่าที่ผ่านมาพบว่าได้มีการนำเอาตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้มาเป็นตัวแปรสาเหตุแห่งความพึงพอใจเป็นหลัก

2. ความสับสนระหว่างตัวแปรเหตุกับตัวแปรผลเนื่องจากความพึงพอใจ หมายถึงปฏิกิริยาด้านความรู้สึกที่มีต่อสิ่งเร้าที่มากระตุ้นฉะนั้นสิ่งเร้าหมายถึง งานหรือบริการ การศึกษาระดับความพึงพอใจจึงหมายถึง การศึกษาที่ต้องการทราบว่าบุคคลมีความรู้สึกเช่นไรต่องานนั้นหรือต่อการบริการนั้นซึ่งอาจจะชอบหรือไม่ชอบพอใจหรือไม่พอใจไม่มีความรู้สึกใดหรือเฉย ๆ

อย่างใดอย่างหนึ่งโดยที่ความรู้สึกนี้เป็นความรู้สึกสุดท้ายและเป็นหลักเกณฑ์จากที่บุคคลได้ประเมินแล้ว

เมื่อทราบความรู้สึกที่เป็นผลลัพธ์สุดท้ายของกระบวนการประเมินแล้ว เป้าประสงค์ที่สอง คือ การค้นหาเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจนั่นคือ สาเหตุของการมีความรู้สึกเช่นนั้น ว่าเป็นเพราะอะไรจึงพอใจหรือไม่พอใจจากประเด็นดังกล่าวสรุปได้ว่าในกรอบแนวคิดในการศึกษาจะต้องกำหนดความพึงพอใจเป็นตัวแปรตามและเหตุปัจจัยแห่งความพึงพอใจเป็นตัวแปรอิสระดังแสดงภาพต่อไปนี้



ภาพที่ 2.4 : แสดงแนวคิดในการศึกษาความพึงพอใจ
ที่มา: ธนสิทธิ์ ปั้นประเสริฐ, 2543

ดังนั้นในกรณีของความพึงพอใจในบริการสาเหตุหรือปัจจัยแห่งความพึงพอใจอาจเป็นเรื่องความเสมอภาคของบริการที่จะได้รับความเพียงพอทั่วถึงของบริการความสะดวกรวดเร็วของบริการ ฯลฯ ส่วนในเรื่องความพึงพอใจในงานสาเหตุที่ทาให้พอใจหรือไม่พอใจอาจเป็นเรื่องค่าจ้างสวัสดิการและนโยบายของสถานที่ทำงาน เป็นต้น

สรุปขอบข่ายของความพึงพอใจเป็นการศึกษาที่มีเป้าหมายเพื่อนำผลการวิจัยไปปรับปรุงงาน โดยเฉพาะเพื่อนำไปปรับปรุงคุณภาพการให้บริการของธุรกิจบริการและการท่องเที่ยวดังนั้นเราจึงจำเป็นต้องทราบถึงสาเหตุที่แท้จริง (Authentic Cause) ที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจหรือไม่พอใจ เพื่อจะได้นำไปแก้ไขปัญหาปรับปรุงให้ตรงกับความรู้สึกความต้องการของผู้รับบริการอย่างแท้จริง

2.3 แนวคิดความตั้งใจมาท่องเที่ยวซ้ำ

2.3.1 ความหมายของความตั้งใจมาท่องเที่ยวซ้ำ

Oliver (1999) กล่าวว่า ความตั้งใจได้ถูกกำหนดเป็นลำดับขั้นเริ่มจากความรู้ความเข้าใจ (การรับรู้คุณภาพ) ส่งผ่านความพึงพอใจ (Satisfaction) และองค์ประกอบของความรู้ความเข้าใจ (ความตั้งใจหรือความมุ่งมั่นที่จะบริโภค) เหล่านี้จะส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในลักษณะความภักดี

Zeithaml (2000) กล่าวว่า ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรม (TBI) เป็นความตั้งใจที่จะพยายามทำพฤติกรรมนั้น ซึ่งเป็นปัจจัยการจูงใจที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม เป็นตัวบ่งชี้ว่าบุคคลได้ทุ่มเทความพยายามที่จะกระทำพฤติกรรมนั้น โดยความยินดีและเต็มใจที่จะใช้บริการ แนะนำบุคคลอื่นให้มาใช้บริการ และการกลับมาใช้บริการนั้น

Bosque & Martin (2008) กล่าวว่า ความตั้งใจบริโภคซ้ำมีสองแบบ คือ ความเต็มใจที่จะกลับมาบริโภคซ้ำและความยินดีที่จะบอกต่อ ในส่วนของความเต็มใจที่จะกลับมาบริโภคซ้ำมีความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะกลับมาบริโภคซ้ำอีก และส่วนความยินดีที่จะบอกต่อ ไม่ได้เป็นตัวชี้วัดความตั้งใจของแต่บุคคลที่จะกลับมาบริโภคซ้ำแต่เป็นแหล่งข้อมูลที่เชื่อถือได้ของผู้บริโภค

Cao and Chen (2011) อธิบายว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมาท่องเที่ยวซ้ำ คือ การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความชอบที่จะไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้งหรือความตั้งที่จะแนะนำแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้แก่ผู้อื่น

Weaver & Lawton (2002 อ้างใน จิรายุทธ์ สนดา, 2559, หน้า 18) อธิบายว่า การกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงความพึงพอใจในประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวในครั้งก่อน ซึ่งสามารถแบ่งประเภทของความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวได้ 4 แบบ คือ

1. Latent คือ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อประสบการณ์การเดินทางท่องเที่ยวมาก แต่ไม่กลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก เพราะแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นเพียงการบันทึกประสบการณ์เดินทางครั้งหนึ่งในชีวิตและไม่สามารถจะกลับไปที่นั่นได้อีก เนื่องจากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีราคาแพง
2. High คือ นักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในระดับสูง และเดินทางกลับไปท่องเที่ยวซ้ำเสมอ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะทาหน้าที่เป็นผู้ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้เป็นอย่างดีโดยวิธีการบอกต่อเกี่ยวกับความประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยวที่นั่น
3. Low คือ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีความภักดีหรือมีความภักดีในระดับต่ำ นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะเกิดจากความไม่พอใจในประสบการณ์ที่ได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ไม่คิดจะกลับไปท่องเที่ยวซ้ำ

4. Spurious คือ นักท่องเที่ยวที่กลับไปท่องเที่ยวซ้ำด้วยเหตุผลอื่นไม่ได้เกิดจากความพึงพอใจหรือความภักดีของตน อาจเป็นเพราะความต้องการของคนในครอบครัว ที่เกิดจากการชื่นชอบสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้จำเป็นต้องเดินทางไปท่องเที่ยวซ้ำ อย่างไรก็ตามหากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ลดจำนวนลงไปก็ไม่ได้หมายความว่าสถานที่ท่องเที่ยวนั้นขาดความนิยม เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นเพียงกลุ่มที่มาท่องเที่ยวเพราะความจำเป็น ไม่ใช่ความชอบหรือความภักดีที่แท้จริง

Lennon, Weber & Henson (2001) กล่าวว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) ของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่จะสะท้อนการทำนายพฤติกรรมการใช้บริการในอนาคต ซึ่งสามารถประเมินได้จาก 2 แหล่งข้อมูล คือ

1. ประเมินจากแหล่งข้อมูลภายใน (Internal Sources of Information) ได้แก่ ประสบการณ์ของตนเอง หรือการเรียนรู้จากประสบการณ์ของบุคคลอื่น ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้มาจากการบอกเล่าปากต่อปาก (Word of Mouth)

2. ประเมินจากแหล่งข้อมูลภายนอก (External Sources of Information) ได้แก่ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ หรือสื่อต่าง ๆ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวได้รับข้อมูลแล้วจะเกิดความรู้ความเข้าใจ และสามารถตัดสินใจได้ว่าควรจะซื้อบริการหรือใช้บริการอีกหรือไม่ โดยพฤติกรรมความตั้งใจทางบวกจะเกิดขึ้นได้จากตัวกระตุ้นหรือแรงส่งที่มีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการโฆษณา รณรงค์ หรือการสนับสนุน

Oliver (1997 อ้างใน ณิชารีย์ จันทร์อินทร์, 2558, หน้า 15) อธิบายว่า ความตั้งใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะสามารถแสดงออกถึงพฤติกรรมภายนอกของนักท่องเที่ยวได้ สามารถสังเกตการกระทำและสัมผัสได้ถึงความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. เป้าหมาย ในการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจะมีเป้าหมายในการเดินทางอยู่ในใจอาจจะได้ข้อมูลจากการโฆษณา จากคนใกล้ชิด หรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเกิดพฤติกรรมความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยว

2. ความพร้อม นักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวต้องมีความพร้อมในการเดินทาง ต้องมีวุฒิภาวะ ต้องมีความสามารถในการทำกิจกรรมที่ตั้งใจไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตน

3. สถานการณ์ คือ โอกาสหรือเหตุการณ์ที่เอื้อต่อการเดินทาง ไม่มีอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น ควรไปทะเลในช่วงที่ไม่มีฝน คลื่นลมสงบ

4. การตอบสนอง คือ การตัดสินใจทำกิจกรรมที่ตนเองตั้งใจไว้ เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง เช่น การตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในวันหยุดสิ้นปี การวางแผนการเดินทาง หรือการจองกิจกรรมการท่องเที่ยวล่วงหน้า

จากการศึกษาความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention) สรุปได้ว่า ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ เป็นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความชอบที่จะไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้งหรือความตั้งใจที่จะแนะนาแหล่งท่องเที่ยวนั้นให้แก่ผู้อื่น ผู้วิจัยจึงนำตัวแปรความตั้งใจเชิงพฤติกรรมมาเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดเพื่อนำไปสร้างแบบสอบถาม ของงานวิจัยนี้

2.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ

Engel (1995) การที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจนั้น จะต้องทำความเข้าใจกับปัจจัยต่าง ๆ ที่จะใช้กำหนดความตั้งใจของนักท่องเที่ยวนั้นคือ

1. ปัจจัยที่มาจากตัวบุคคล ได้แก่ ลักษณะบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่เราไม่สามารถควบคุมได้ ไม่ว่าจะเป็นความต้องการ แรงจูงใจ ทัศนคติ การรับรู้ข่าวสาร การปรับตัว เป็นต้น

2. ปัจจัยที่เป็นตัวกระตุ้นปัจจัย เป็นปัจจัยที่เราสามารถควบคุมได้และนำมาใช้ในการวางแผนดึงดูดความสนใจและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งต้องทำการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของตัวกระตุ้นเพื่อที่จะนำมาใช้ในการกระตุ้นความสนใจของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ต้องพิจารณาในด้านจุดยืนของสินค้าหรือบริการ ความแปลกใหม่ เป็นต้น

2.3.3 กระบวนการแสดงพฤติกรรมความตั้งใจบริโภคซ้ำ

ทั้งนี้ พฤติกรรมความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตของนักท่องเที่ยว อดุลย์ จาตุรงคกุล (2545) ได้กล่าวถึง ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตของนักท่องเที่ยวว่าประกอบด้วยกระบวนการดังนี้

<u>ขั้นตอนที่ 1</u> การเล็งเห็นปัญหา หรือตระหนักถึงความต้องการเป็นขั้นตอนเริ่มต้นของกระบวนการตัดสินใจ เกิดขึ้นเมื่อบุคคลเกิดความรู้สึกในความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ผู้บริโภคนึกเห็นภาพ สภาวะที่ปรารถนาเมื่อเปรียบเทียบกับสภาวะที่เป็นจริง ณ เวลาหนึ่ง แหล่งสำคัญของการตระหนักถึงปัญหาก็คือความต้องการเกิดตื่นตัวขึ้นมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อความต้องการเกี่ยวพันกับภาพพจน์ของตนเอง (Self-image) ของผู้บริโภค สิ่งจูงใจต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะมุ่งไปสู่วัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย ผู้ที่คาดว่าจะเป็นผู้ซื้ออาจถูกจูงใจด้วยปัจจัยต่าง ๆ มากมาย เช่น รูปร่างดี (Physical Fitness) เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การเสาะแสวงหาข่าวสาร เป็นขั้นตอนถัดมา เป็นขั้นตอนที่เกี่ยวกับการเสาะแสวงหาข่าวสารจากภายในความทรงจำ เพื่อกำหนดว่าทางเลือกกระจ่างพอที่จะทำการเลือกโดยไม่ต้องทำการเสาะแสวงหาข่าวสารอื่นต่อไป ถ้าข่าวสารในความทรงจำมี่พอ โดยปกติก็จะต้องทำการเสาะแสวงหาจากแหล่งภายนอก และได้รับอิทธิพลของความแตกต่างของบุคคลและอิทธิพลทางด้านสิ่งแวดล้อม ครอบครัวมักมีอิทธิพลต่อแสวงหาข่าวสารด้วย

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินค่าทางเลือก ผู้ที่จะซื้อจะต้องทำการตรวจลักษณะของผลิตภัณฑ์และทำการเปรียบเทียบกับมาตรฐานหรือสเปค (Specification – คุณลักษณะเฉพาะ) และมีการใช้เกณฑ์ในการประเมินทางเลือก (Evaluative Criteria) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และตราดังกล่าว ซึ่งเป็นผลที่เราปรารถนาจะได้จากการซื้อ และการบริโภคและแสดงออกมาในรูปลักษณะที่เรานิยมชมชอบ ซึ่งจะเกิดจากความแตกต่างของบุคคลและอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม

ขั้นตอนที่ 4 การซื้อ มักจะเกิดขึ้นในร้านค้าปลีก บางทีก็จ่ายของที่บ้าน อย่างไรก็ดีสิ่งสำคัญที่ต้องมีคือ พนักงานขายที่มีความชำนาญสูง

ขั้นตอนที่ 5 และ 6 การอุปโภคบริโภคและการประเมินทางเลือกหลังซื้อ ทั้งสองอย่างมีความผูกพันกันอย่างใกล้ชิด เรื่องที่น่าสนใจคือความพอใจของผู้บริโภค และรักษาความพอใจนั้น คำถามที่น่าสนใจก็คือ “ความคาดหมายของผู้ซื้อ เป็นไปอย่างสมหวังหรือเปล่า” ถ้าความคาดหมายเทียบได้กับปฏิบัติการของผลิตภัณฑ์ ผลก็คือน่าพอใจแต่ถ้าเกิดมีทางเลือกที่มิได้เลือกไว้และเกิดนึกเห็นภาพว่าดีกว่าตราที่เลือกไว้ละก็ความไม่พอใจอาจเกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 7 การจัดการกับสิ่งเหลือใช้ ผู้บริโภคพบทางเลือกที่จะทิ้งผลิตภัณฑ์ ทำให้กลับสภาพเดิม หรือทำการตลาดซ้ำอีก (Remarketing – ขายไปสู่ตลาดของใช้แล้ว)

ทั้งนี้ พฤติกรรมความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคตของนักท่องเที่ยว สรุปได้ดังภาพ

ภาพที่ 2.5 : กระบวนการตัดสินใจสำหรับการซื้อซ้ำ

ที่มา :ปรับปรุงจาก อดุลย์ จาตุรงคกุล (2545)

จากภาพที่ 2.5 อธิบายกระบวนการตัดสินใจสำหรับการบริโภคซ้ำได้ดังนี้

กรณีบริโภคครั้งแรก (Initial Purchase) ในการซื้อครั้งแรกนี้ผู้บริโภคมีการซื้อแบบ EPS และต่อมาก็เลยมีแบบแผนที่ทำให้เกิดความซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อ อย่างไรก็ดีการแก้ปัญหาแบบจำกัดเขตทำให้เกิดความเฉื่อยคือทำจนเป็นนิสัยผู้บริโภคจะทำเหมือนเดิมอีกแทนที่จะเปลี่ยนการตัดสินใจ

1. การแก้ปัญหาอย่างกว้างขวาง (Extended Problem Solving-EPS) ในบางกรณีกระบวนการตัดสินใจดำเนินไปอย่างละเอียดทุกขั้นตอน เช่น ในการซื้อรถยนต์ เสื้อผ้าแพง ๆ ชุดสเตริโอ เป็นต้น ซึ่งได้รับการนึกเห็นภาพว่า จำเป็นต้อง “เลือกให้ถูกต้อง” จำเป็นต้องใช้การแก้ปัญหาอย่างกว้างขวาง เพราะต้องทำเป็นกรรมวิธีตัดสินใจโดยผ่านทั้ง 7 ขั้นตอน ดังได้กล่าวมาแล้ว

2. การแก้ปัญหาแบบจำกัดเขต (Limited Problem Solving-LPS) เป็นวิธีตรงกันข้าม ผู้บริโภคน้อยรายที่จะมีทรัพยากรหรือแรงจูงใจเพียงพอที่จะใช้วิธีการแก้ปัญหาอย่างกว้างขวางบ่อยครั้งนัก วิธีนี้ถูกทำให้ง่ายขึ้นโดยการลดจำนวนแหล่งข่าวสารลง ลดข่าวสารลง ลดทางเลือกลง และลดเกณฑ์ในการประเมินค่าลง สรุปแล้วมีการตัดสินใจในขอบเขตแคบกว่าแม้จะขั้นตอนเท่ากับวิธี EPS ก็ตาม

3. การแก้ปัญหาแบบกึ่งกลาง (Mid-range Problem Solving) EPS และ LPS เป็นกระบวนการตัดสินใจที่อยู่คนละฟาก มีการตัดสินใจที่อยู่ระหว่างนั้น โดยมีแบบกึ่งกลางอยู่ตรงกลาง เพื่อแสดงว่าเป็นการตัดสินใจซื้อที่มีลักษณะของ EPS และ LPS ข้างละครึ่ง

กรณีบริโภคซ้ำ (Repeat Purchase)

1. การแก้ปัญหาแบบซ้ำซาก (Repeated Problem Solving) การซื้อซ้ำมักจะต้องมีการแก้ปัญหาติดต่อกันเพราะเกิดจากหลายปัจจัย ที่สำคัญที่สุด คือ เกิดความไม่พอใจในทางเลือกที่ซื้อมาแต่ครั้งก่อนจนบางครั้งเกิดการเปลี่ยนตรายี่ห้ออยู่เรื่อย ๆ ซึ่งผู้ซื้อก็ต้องชั่งใจดูว่าจะเป็นการคุ้มค่าไหมที่จะลงทุนทั้งเวลาและพนักงานเพื่อจะไปซื้อที่อื่น การเปลี่ยนตรายี่ห้ออาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีพฤติกรรมการแสวงหาที่ผันแปรก็ได้ (Variety Seeking Behavior นั่นคือ “ทำไมไม่ลองดูล่ะ?” พฤติกรรมแบบนี้เรามักจะพบเมื่อมีทางเลือกมากมายแต่ว่าแต่ละทางเลือกคล้ายคลึงกัน) สินค้าบริโภคแบบหลายประเภทมีการซื้อซ้ำมากมาย การตัดสินใจก็ใช้แบบ LSP โดยมีกฎว่า “ซื้อของที่ถูกที่สุด” นักการตลาดจึงใช้การส่งเสริมการขายบางประเภท เช่น คูปอง ชิ้นส่วนสินค้าลดราคา เป็นต้น

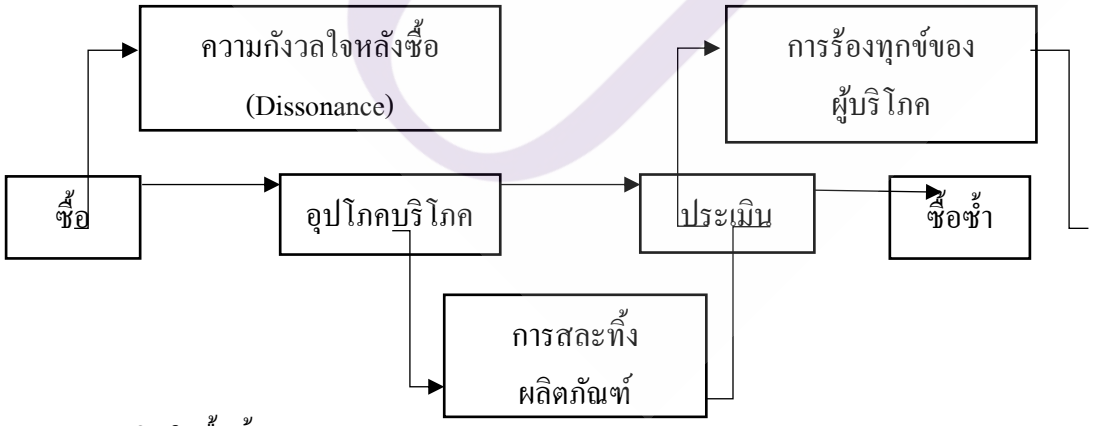
2. การตัดสินใจอย่างเป็นนิสัย (Habitual Decision Making) การซื้อซ้ำอาจเกิดจากนิสัยที่จะทำให้กิจกรรมการตัดสินใจง่ายเข้าและทำให้ผู้บริโภคจัดการกับแรงผลักดันของชีวิตได้ดี

ขึ้น นิสัยในการซื้อแตกต่างกันไปตามระดับของการเกี่ยวข้องและทุ่มเทความพยายามกับสินค้า จึงจำเป็นต้องเปรียบเทียบนิสัยการซื้อที่ขึ้นอยู่กับความซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อ และขึ้นอยู่กับความเฉื่อย

ก. การซื่อสัตย์ต่อตราสินค้า (Brand Loyalty) จะเกิดเมื่อการตัดสินใจครั้งแรกโดยรอบคอบโดยวิธี EPS นั่นคือ ความรู้สึกอันจะเป็นข่าวสารที่ดีสำหรับผู้บริโภคจึงไม่มีแรงจูงใจใด ๆ ที่จะทำให้เขาเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม ทุกครั้งที่ตระหนักถึงความต้องการเขาจะซื้อตรานี้อีก และจะซื่อสัตย์ต่อร้านค้าด้วย แม้ว่าจะต้องใช้เวลาและค่าใช้จ่ายมากกว่าเนื่องจากที่ตั้งของร้านค้าไม่สะดวกก็ตาม การซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อฝังรากลึกเพราะเกิดขึ้นจากการทุ่มเทความพยายามสูง (High involvement) ถ้ามีใครตั้งคำถามแก่ผู้บริโภคที่ซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อว่า “ตราอื่นตราใดที่ท่านจะพิจารณา ถ้าตราที่ท่านซื้ออยู่ไม่มีขายในตลาด?” เขาจะตอบว่า “ไม่มี...ผมไม่มีตราสำรอง...ผมจะจ่ายของเพื่อหาใหม่”

ข. ความเฉื่อย (Inertia) ผู้บริโภคที่ซื้อจนเป็นนิสัย เป็นผู้บริโภคที่ไม่ทุ่มเทความพยายามหรือทุ่มเทน้อยมากในสินค้าประเภทนี้ เขารู้สึกว่าทุกตราเหมือนกัน ความจริงแล้วเขาจะไม่เปลี่ยนตราบ่อยนักนอกเสียจากว่าจะมีการขายในราคาพิเศษ พฤติกรรมเช่นนี้เป็นความเฉื่อย นิสัยนี้ไม่คงทนถาวร ไม่ได้ซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อ แต่มีการซื้อตราเดิมซ้ำจนกว่าจะพบว่าใครขายถูกกว่า ซึ่งคาดคะเนการซื้อจากความพอใจซ้ำเนื่องมาจากประสบการณ์ครั้งนี้ได้รับรางวัล (Rewarding) และแล้วก็มีการเสริมแรง (Reinforcing) ด้วยเหตุผลคือ ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้ในการทำการเสาะแสวงหาใหม่และการประเมินค่าใหม่น้อยกว่าต้นทุนที่คาดว่าจะต้องเสียในการก่อกิจกรรมดังกล่าว

อดุลย์ จาตุรงคกุล (2545) กล่าวถึงกระบวนการประเมินผลหลังการซื้อว่า ส่วนใหญ่จะทำการตัดสินใจแบบเป็นนิสัย (Habitual or Limited Decision Making) ดังนั้นจึงทำให้เกิด Dissonance น้อยมากหรือไม่มีเลย ผู้ซื้อสามารถบริโภคผลิตภัณฑ์โดยไม่มีความกังวลในการซื้อเลย



ภาพที่ 2.6: การตัดสินใจซื้อซ้ำ

ที่มา : ปรับปรุงจาก อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2545)

จากภาพอธิบายได้ว่า การประเมินการตัดสินใจซื้อและผลที่ตามมาในรูปของการร้องทุกข์กระทบกระเทือนต่อการจูงใจให้มีการซื้อซ้ำ ถ้าการคาดคะเนการซื้อเกิดมีขึ้น ก็จะมีแนวโน้มที่จะซื้อตราหรือผลิตภัณฑ์ที่ให้ความพอใจซ้ำอีก เหตุที่เป็นดังนี้เนื่องมาจากประสบการณ์ครั้งนี้ได้รับรางวัล (Rewarding) และแล้วก็มีการเสริมแรง (Reinforcing) เกิดขึ้น ความไม่พอใจในการซื้ออาจตามด้วยการซื้อซ้ำ เหตุผลก็คือประโยชน์ที่คาดว่าจะได้ในการทำการเสาะแสวงหาใหม่และการประเมินค่าใหม่น้อยกว่าต้นทุนที่คาดว่าจะต้องเสียในการก่อกิจกรรมดังกล่าว อย่างไรก็ดีความน่าจะเป็นไปได้ของผลแห่งความไม่พอใจก็คือหยุดใช้ตราหรือผลิตภัณฑ์เสีย ทั้งนี้สภาพของพฤติกรรมการซื้อซ้ำ บ่อยทีเดียวที่มีคนเรียกพฤติกรรมการซื้อซ้ำว่าเป็นการซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อ อันที่จริงการซื่อสัตย์ต่อตรายี่ห้อเป็นพันธะทางจิตวิทยาต่อตรายี่ห้อแต่การซื้อซ้ำเป็นการซื้ออีกบ่อย ๆ ในตราเดิม

1) ความประทับใจในสิ่งที่รู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือคนใดคนหนึ่งหรือองค์กรใดองค์กรหนึ่งจะเรียกว่าชื่อเสียงก็ได้ซึ่งมีความสอดคล้องกับความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลภายใต้สถานการณ์ที่เกิดขึ้นอันเกิดจากการประเมินส่วนตัวและกลายเป็นภาพที่ฝังอยู่ในความรู้สึกนึกคิดหรือทัศนคติของบุคคลยากที่จะเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับ Leisen (2001,p.48) ที่อธิบายว่าภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะการตัดสินใจเลือก

2) สถานที่ท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะมีการรับรู้ถึงภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวจากข่าวสารแหล่งข้อมูลต่าง ๆ และประสบการณ์ตรงของนักท่องเที่ยวเองซึ่งอาจจะแตกต่างไปจากสภาพความเป็นจริงก็ได้เพราะภาพลักษณ์นั้นไม่ใช่เรื่องข้อเท็จจริง (Reality) เพียงอย่างเดียวแต่เป็นการรับรู้ (Perception) ที่เอาความรู้สึกส่วนตัวเข้าไปปะปนอยู่ในข้อเท็จจริงด้วย ทั้งนี้ปัจจัยที่ก่อให้เกิดทัศนคติในด้านลบต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวพื้นที่ใด ๆ ซึ่งไม่ก่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจต่อการเดินทางท่องเที่ยวอันส่งผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางกลับมาความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำ โดยพบว่า ความพึงพอใจ(Satisfaction) และทัศนคติ (Attitude) เป็นจุดกำเนิดของการซื้อซ้ำ (Richard, 1980) และอาจหมายรวมถึงภาพรวมของความสุขของนักท่องเที่ยวและความพึงพอใจที่เกิดจากประสบการณ์เกี่ยวกับการบริการหลังการซื้อบริการทางการท่องเที่ยวที่นำไปสู่ความรู้สึกเป็นกลาง บวกหรือเป็นลบ

ภาพที่ 2.7 : ความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจทัศนคติและการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ
ที่มา: ปรับปรุงจาก ศิโสภา อุทิศสัมพันธ์กุล, 2553

จากที่กล่าวมา สรุปโดยรวมได้ว่า ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำถือเป็นเป็นปัจจัยสำคัญในด้านการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในการทำนายพฤติกรรมในอนาคตของนักท่องเที่ยว ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ คือ สภาวะการรับรู้ที่สะท้อนให้เห็นถึงแผนการของนักท่องเที่ยวที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำแหล่งท่องเที่ยวอีกภายในกรอบเวลา เพราะฉะนั้นหากสามารถเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวแล้วก็จะสามารถทำนายพฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคตของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กนกรหรือหน่วยงานในแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดรูปแบบการบริการตามปัจจัยนั้น ๆ เพื่อให้ตรงกับวามต้องการของนักท่องเที่ยวเมื่อความต้องการถูกตอบสนองจะเกิดความพึงพอใจและมีพฤติกรรมคามตั้งใจทางบวก มีความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำครั้งต่อไป

2.4 แนวคิดการท่องเที่ยวชายแดน

2.4.1 ความหมายของการท่องเที่ยวชายแดน

ปิยะพร ศรีสมุทร (2558) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชายแดนว่า เป็นการเดินทางมาพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อสุขภาพ ประชุม ประกอบภารกิจอย่างใดอย่างหนึ่งและได้ใช้บริการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยพื้นฐานของพื้นที่ชายแดน

Hausman and Haytko (2007) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชายแดนว่า แนวเขตชายแดนจะมีผลดีต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชมจากการที่แหล่งท่องเที่ยวตามแนวชายแดนมักจะมีศักยภาพสูง ทั้งทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เทศกาลงานประเพณี และรวมถึงวิถีชีวิต ชาติพันธุ์ ที่ล้วนเป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชื่นชมสิ่งเหล่านี้ได้ ซึ่งประโยชน์ที่เกิดจากการท่องเที่ยวชายแดนนั้นไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณชายแดนเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความใกล้ชิดและความร่วมมือระหว่างกันในด้านต่าง ๆ มากขึ้นอีกด้วย

กนกวรรณ มโนรมย์ (2552)ให้ความหมายของการท่องเที่ยวชายแดนว่าเกิดจากลักษณะเฉพาะ 2 คำ ทำให้การท่องเที่ยวชายแดนเกิดขึ้นและเป็นที่นิยมที่มีความพิเศษและแตกต่าง

ไปจากการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ คือ (1) การมีปฏิสัมพันธ์กันระหว่างพื้นที่ คือ เป็นการปฏิสัมพันธ์กันกับประเทศเพื่อนบ้าน ตามลักษณะสภาพภูมิประเทศและอาณาเขตที่ติดต่อกัน ซึ่งอาจจะเป็นการเชื่อมต่อถึงกันก่อให้เกิดผลประโยชน์การแลกเปลี่ยนทางการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกันของทั้งสองประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น มีการใช้วิถีชีวิตในชุมชนและการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิประเทศที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ (2) มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในพื้นที่ จะเห็นได้ว่าเมืองท่องเที่ยวชายแดนนั้น จะมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเกิดขึ้น ซึ่งจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสิ่งที่น่าสนใจ (Travel Destination) เพื่อการร่วมกิจกรรม (3) มีการพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งระหว่างประเทศเป็นการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในการขนส่งทุกประเภทเพื่อตอบสนองความสะดวกให้เกิดขึ้นแก่ระบบการขนส่งของนักเดินทางและระบบขนส่งสินค้า (Logistic System) (4) มีการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาคเนื่องจากเมืองท่องเที่ยวชายแดนมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวและยังสามารถสร้างรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เข้าสู่ประเทศได้อย่างมหาศาล ทุกประเทศทั่วโลกเร่งพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเมืองหรือพื้นที่ที่มีศักยภาพรวมทั้งพื้นที่ชายแดนเพื่อสร้างรายได้สู่ประเทศนั่นเอง

Dallen J. Timothy (2001) ได้กล่าวถึงลักษณะนักท่องท่องเที่ยวชายแดนว่า การท่องเที่ยวชายแดนสามารถเกิดขึ้นได้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว 2 ลักษณะคือ (1) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในพื้นที่ชายแดน ซึ่งอาจเกิดจากลักษณะทางกายภาพทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และเกิดขึ้นโดยมนุษย์เป็นผู้สร้าง อาทิ ภูเขา แม่น้ำ รั้วกำแพงที่เป็นจุดแบ่งพรมแดน รวมไปถึงป้าย หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆเป็นต้น กิจกรรมอาทิ การค้าขาย การพนัน เป็นต้น ความแตกต่างทางวัฒนธรรมระหว่าง 2 ชาติ และ (2) กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มที่มีสายสัมพันธ์กับผู้อาศัยในบริเวณชายแดน

จากที่กล่าวมาสรุปได้ว่าการท่องเที่ยวชายแดนคือ การท่องเที่ยวในบริเวณพื้นที่ที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ที่อยู่ติดกันระหว่าง 2 ประเทศ โดยการเดินทางท่องเที่ยวนั้นสามารถเป็นได้ทั้งการท่องเที่ยวข้ามชายแดน หรือเป็นการท่องเที่ยวในเฉพาะบริเวณพื้นที่ชายแดนฝั่งใดฝั่งหนึ่งที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีความสนใจในลักษณะทางกายภาพทั้งที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติ และเกิดขึ้นโดยมนุษย์เป็นผู้สร้าง อาทิ ภูเขา แม่น้ำ รั้วกำแพงที่เป็นจุดแบ่งพรมแดน รวมไปถึงป้าย หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ตลอดจนกิจกรรมบางอย่างที่พิเศษ อาทิ การค้าขาย การพนัน เป็นต้น

2.4.2 แนวคิดการท่องเที่ยวชายแดน

ตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศกำหนดไว้ว่า ความเป็นรัฐมี 4 องค์ประกอบ คือ ประชากร ดินแดน รัฐบาลที่มีประสิทธิภาพ และความสามารถในการติดต่อกับต่างประเทศ การมีดินแดนที่แน่ชัดนั้นมิได้หมายความว่าแต่ละรัฐต้องทราบเขตแดนอย่างชัดเจนทุกแห่งตลอดแนว

จึงจะเป็นรัฐได้ตามกฎหมายระหว่างประเทศ แนวความคิดเรื่องเขตแดนหมายในอดีต หมายถึง บริเวณไกลที่สุดที่รัฐสามารถใช้อำนาจปกครองไปถึงและพร้อมที่จะใช้กำลังปกป้องเมื่อมีศัตรูรุกราน เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนแปลงไป ความจำเป็นในการใช้ประโยชน์จากที่ดินมีมากขึ้น แต่ละรัฐจึงมีความต้องการที่จะกำหนดเขตแดนระหว่างรัฐให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ปัจจุบันเขตแดนจึงหมายถึงเส้นแบ่งขอบเขตที่รัฐสามารถใช้อำนาจอธิปไตยของตนตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศ ดังนั้น ชายแดนหรือเขตแดนจึงหมายถึง บริเวณที่รัฐสามารถใช้อำนาจอธิปไตยตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศได้ การใช้ลักษณะภูมิประเทศเป็นเส้นแบ่งเขตแดนธรรมชาติไว้ว่า โดยทั่วไปแล้วหากไม่มีสัญญาหรือข้อตกลงเกี่ยวกับเขตแดนร่วมกันแล้ว นิยมถือสันปันน้ำของภูเขา (Watershed) หรือเส้นกึ่งกลางร่องน้ำล้ำของแม่น้ำที่ใช้เดินเรือได้ (Thalweg) หรือใช้เส้นกึ่งกลางแม่น้ำในกรณีที่ใช้เดินเรือไม่ได้ ส่วนบริเวณที่ราบจะอาศัยเส้นตรงกลางที่ลากเชื่อมระหว่างจุดต่าง ๆ โดยมีเครื่องหมาย เช่น หลักหินหรือสิ่งถาวรอื่นในภูมิประเทศนั้นเป็นเครื่องกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าวเป็นหลักสากลที่เป็นที่ยอมรับจากนานาประเทศแล้ว (สมพงษ์ ชูมาก, 2533) ซึ่ง Prescott J. R. V. (1987) ได้กล่าวถึงชายแดนว่าเป็นสิ่งที่มีหน้าที่เพียงอย่างเดียวคือการกำหนดขอบเขตพื้นที่การใช้อำนาจอธิปไตยของรัฐ

ผลจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ประเทศสมาชิกอาเซียนตกลงร่วมกันเพื่อจัดทำกรอบการลงทุนของอนุภูมิภาค (Regional Investment Framework: RIF) รัฐบาลไทยได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาความเชื่อมโยงกับประเทศในภูมิภาค เพื่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2560 - 2564) โดยมุ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาการค้าและการลงทุน ส่งเสริมขยายตลาดการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน นอกจากนี้ประเทศสมาชิกต่างตกลงความร่วมมือส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อยกระดับความร่วมมือไปสู่อาเซียนไร้รอยต่อ (Seamless ASEAN) และส่งเสริมการค้าและลงทุนตามแนวพื้นที่ชายแดนให้กลายเป็นโอกาสให้กลายเป็นพื้นเศรษฐกิจร่วมกัน โดยยกระดับการพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยวชายแดนให้เป็นระบบเป็นสถานะที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกัน การพัฒนาระบบ และการขยายตัวของเทคโนโลยีข่าวสารจะท้าให้การจัดการทุกอย่างได้รวดเร็วขึ้นการพัฒนาระบบ และการขยายตัวของเทคโนโลยีข่าวสารจะทำให้การจัดการทุกอย่างได้รวดเร็วขึ้น รวมถึงการเดินทางเข้ามาเพื่อท่องเที่ยวหรือ การเดินทางเพื่อจับจ่ายซื้อของประชาชน 2 ประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ใกล้ด่านชายแดนโดยด่านชายแดนที่ได้รับความนิยมจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม (ชมพูนุช จิตติถาวร, (2550) สอดคล้องกับ Felsenstein and freeman (2001) ที่ระบุว่า การเข้ามาท่องเที่ยวเมืองชาแดนเพื่อจับจ่ายยังเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก และท้าให้การท่องเที่ยวเมืองชายแดนมีการ

พัฒนาขึ้น Hausman and Haytko (2007) กล่าวว่า แนวเขตเศรษฐกิจชายแดนจะเป็นผลดีต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวในจังหวัดให้มาชมธรรมชาติ และวัฒนธรรมที่หายากซึ่งมีอยู่มากมายในประเทศไทย และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ ตามแนวชายฝั่งแม่น้ำโขงซึ่งเป็นแม่น้ำที่มีศักยภาพสูงทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม เทศกาลงานประเพณี และวิถีชีวิตชาติพันธุ์ ล้วนเป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาชื่นชมสุนทรียะจากสิ่งเหล่านี้ หากมีการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียหรือส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน (Indochina Gateway) เชื่อมโยงการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมศักยภาพของการท่องเที่ยวให้เติบโต เข้มแข็ง เชื่อมโยงการเดินทางได้

การเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านสะท้อนได้จากมูลค่าการค้าชายแดนเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่ผลจากการเติบโตอย่างรวดเร็วดังกล่าวทำให้เมืองชายแดนบางแห่งที่ไม่มีการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการพัฒนาที่เกิดขึ้นก่อให้เกิดปัญหาตามมามากมาย เช่น ปัญหา ทางสังคม ปัญหายาเสพติด ปัญหาสิ่งแวดล้อมของชุมชนเมือง หรือการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานไม่ทันกับความต้องการ ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้ป่วยข้ามพรมแดน อันเป็นผลจากความเหลื่อมล้ำของระบบสุขภาพ เป็นต้น ทั้งนี้นโยบายการพัฒนาเมืองชายแดนที่มีประสิทธิภาพต้องดำเนินการด้วยความร่วมมือจากหลายฝ่ายเพื่อเสริมสร้างศักยภาพพื้นที่ตะเข็บชายแดนของไทยและเพื่อนบ้านพร้อม ๆ ไป กับการรักษาผลประโยชน์และการอยู่ดีกินดีของประชาชนในพื้นที่ ด้วยท่ามกลางสภาวะที่ภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกที่เคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง แต่กลับผันแปรและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ส่วนพื้นแผ่นดินใหญ่ (mainland Southeast Asia) และอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงอันหมายถึงไทยกับเพื่อนบ้านคือ พม่า ลาว กัมพูชาและเวียดนาม กำลังถูกผลักดันด้วยระเบียบโลกใหม่ (New World Order) ที่มีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจ ความเป็นสากลของทุนข้ามชาติ การปรับเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจแบบสังคมนิยมมาเป็นเศรษฐกิจที่เน้นพลังของตลาดแบบทุนนิยมนั้นมีความสำคัญต่อไทยและภูมิภาคนี้มากขึ้นตาม “กฎของการอยู่ใกล้เคียงกัน” (Law of roximity) ซึ่งเห็นได้จากความเปลี่ยนแปลงสำคัญของกฎการอยู่ใกล้เคียงกันทำให้เกิดการไหลบ่า (Flow) ทางเศรษฐกิจ เช่น การไหลบ่าของการลงทุนไทยและประเทศในอาเซียนเข้าไปลงทุนในประเทศเพื่อนบ้าน การพัฒนาทางเศรษฐกิจในกลุ่มประเทศมีการปรับตัวที่เน้นมิติเศรษฐกิจแบบตลาดที่เติบโตขึ้นเรื่อย ๆ และสม่ำเสมอโดยส่วนสำคัญพลังขับเคลื่อนนั้นมาจากประเทศไทยด้วยเกิดนโยบายการพัฒนาโดยการเชื่อมต่อทางกายภาพ (Physical connection) อันได้แก่ เขื่อน สะพาน ถนน ระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านเหล่านี้ นอกจากนี้ยังเห็นรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างรัฐต่อรัฐอย่างเป็นทางการ(Formal State to State relations) เช่น ความตกลงและนโยบายสำคัญ ๆ ที่

สานต่อความสัมพันธ์ระหว่างกันทั่วภูมิภาค เช่น นโยบายเปิดสนามรบเป็นตลาดการค้า (turn battlefield to market place) นโยบายผูกพันอย่างสร้างสรรค์ (Constructive Engagement) โครงการสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ (Economic Quadrangle) ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิระวดี เจ้าพระยา แม่น้ำโขง (Ayeyawady-Chao Phraya-Mekong Economic Cooperation Strategy; ACMECS) และความร่วมมือทางเศรษฐกิจ BIMST-EC หรือ Bangladesh-India-Myanmar-Sri Lanka-Thailand Economic Cooperation เป็นต้น พลวัตรการพัฒนาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นการเปลี่ยนแปลงที่ทำให้รัฐบาลต้องให้ความสำคัญกับพื้นที่ชายแดน เพื่อศึกษาและวางกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนา (สุวิทย์ เมษินทรีย์, 2554)

ทั้งนี้ เมืองเศรษฐกิจชายแดนถือเป็นพื้นที่เชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งมิติการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ เห็นได้จากมูลค่าเศรษฐกิจโดยรวม 31 จังหวัดชายแดนไทยที่คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 15 ของ GDP รวมของประเทศ รัฐบาลไทยมีนโยบายสนับสนุนความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านในทุกมิติ โดยบทบาทของเมืองชายแดนจะเป็นด้านโลจิสติกส์และการค้าข้ามพรมแดนที่เชื่อมโยงกับฐานการผลิตในภาคกลางประเทศ ผลทำให้เมืองชายแดนมีจุดที่ตั้งที่ได้เปรียบในการเชื่อมโยงกับภูมิภาคเชื่อมโยงกับพื้นที่ตอนในและ/หรือจังหวัดอื่น ๆ เพื่อสร้างกิจกรรมที่มีมูลค่าเพิ่ม รวมถึงกระจายประโยชน์ ในการพัฒนาและเพิ่มรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่ ทั้งนี้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 กำหนดทิศทางการพัฒนาพื้นที่ชายแดนให้เป็นประตูเศรษฐกิจเชื่อมโยงภูมิภาค สร้างเครือข่ายระบบการผลิตร่วมที่สร้างสรรค์ เพื่อบรรลุผลประโยชน์ร่วมกันทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง รวมถึงตั้งเป้าหมายการขยายตัวมูลค่าการค้าชายแดนของไทยให้เท่ากับร้อยละ 15 ต่อปี (อาคม เติมพิทยาไพสิฐ, 2557) เนื่องด้วยศักยภาพและจุดเด่นพื้นที่จะช่วยส่งเสริมและดึงดูดการท่องเที่ยวชายแดนกลายเป็นการเชื่อมโยงกับกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มน้ำหลากหลากหลายรูปแบบและได้รับรับความนิยมจากกลุ่มประเทศเพื่อนบ้านกลุ่มประเทศ CLMV พิจารณาได้จากสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นอันเป็นผลจากแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรภายในประเทศ ระดับการพัฒนาคนของประเทศและการขยายตัวทางเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศ CLMV ที่มีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมีผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเฉลี่ย (GDP) ขยายตัวราวร้อยละ 6.5-7 เฉลี่ยต่อปี ทั้งนี้ประเทศสมาชิกอาเซียนได้กำหนดข้อตกลงความร่วมมือระหว่างด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียนเพื่อยกระดับความร่วมมือไปสู่อาเซียนไร้รอยต่อ (Seamless ASEAN) และส่งเสริมความเสมอภาค ลดช่องว่างการพัฒนาและการสร้างเศรษฐกิจยั่งยืนร่วมกันผ่านการค้าและลงทุนตามแนวพื้นที่ชายแดน โดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 – 2568 ส่งผลให้จังหวัดพื้นที่ภูมิภาคมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่เกี่ยวเนื่องกับ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงขึ้น เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวเนื่อง เช่น การขนส่ง โรงแรม ร้านอาหาร สินค้าของฝาก และแหล่งท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ (Arellano, 2007) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาในพื้นที่ชายแดนทั้งการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยว ยังไม่สามารถผลักดันได้มากนัก เนื่องจากข้อจำกัดหลายประการกลายเป็นความเสี่ยงจาก อีกทั้งกระบวนการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวยังมีรูปแบบที่ไม่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนจำเป็นต้องพิจารณาด้านศักยภาพและองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวเฉพาะอย่างยิ่งด้านการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อให้รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวและรองรับการพัฒนาด้านเศรษฐกิจของพื้นที่ได้

การที่ประเทศไทยตั้งอยู่ในศูนย์กลางของภูมิภาคอินโดจีน มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น ลาว พม่า เขมร และมาเลเซีย ภูมิศาสตร์จึงมีความสำคัญทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำให้สามารถติดต่อค้าขายไปมาหาสู่ระหว่างพรมแดน โดยใช้ช่องทางการค้าชายแดนระหว่างกัน ทั้งจุดผ่านแดนถาวร จุดผ่านแดนชั่วคราว และจุดผ่อนปรนกระจายอยู่ในจังหวัดชายแดนทั่วประเทศ ซึ่งสามารถทำการค้าการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกัน 4 ประเทศ โดยมีแนวชายแดนทางบกยาวประมาณ 5,656 กิโลเมตร มีด่านการค้าชายแดนจำนวน 91 จุด ซึ่งเป็นจุดผ่านแดนถาวร 38 จุด จุดผ่อนปรนการค้า 53 จุด การที่ประเทศไทยมีแนวอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านโดยรอบดังกล่าว จึงทำให้เกิดการค้าในรูปแบบที่เรียกว่า “การค้าชายแดน” ผ่านทั้งช่องทางการค้าที่ถูกต้องตามกฎหมาย ได้แก่ จุดผ่านแดนถาวร จุดผ่อนปรนการค้า และช่องทางการค้าที่ไม่ถูกต้องตามกฎหมายได้แก่ จุดผ่านแดนลำลองตามสภาพภูมิประเทศหรือช่องทางตามธรรมชาติอื่น ๆ ที่ประชาชนทั้งสองประเทศสามารถเดินทางเข้า-ออก และไปมาหาสู่กันได้ “การค้าชายแดน” สำหรับซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าเล็ก ๆ น้อย ๆ ที่ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าจำเป็นต่อชีวิตประจำวัน เช่น สินค้าอุปโภคบริโภค สินค้าเกษตรบางชนิดและสินค้าที่หาได้จากธรรมชาติได้แก่ ของป่า และซากสัตว์ ต่อมาเมื่อสภาพเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละประเทศเจริญเติบโตขึ้นทำให้การค้าชายแดนมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้นและพัฒนาไปสู่การค้าในรูปแบบของธุรกิจ และการลงทุนรวมถึงการค้าข้ามแดนที่ผู้ประกอบการจากประเทศที่หนึ่งส่งสินค้าผ่านประเทศที่สองไปยังประเทศที่สาม หรือจากประเทศที่สามผ่านแดนประเทศที่สองมายังประเทศที่หนึ่ง ส่งผลให้การค้าชายแดนมีมูลค่า การนำเข้า-ส่งออกเพิ่มขึ้นตามลำดับ ปัจจุบันการพัฒนาความร่วมมือภายใต้กรอบความร่วมมือดังกล่าว ส่งผลให้การค้าชายตามแนวชายแดน มีแนวโน้มขยายตัวเพิ่มขึ้น มูลค่าการค้าชายแดนเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 3.0 ต่อปี และมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2561 ไทยมีมูลค่าการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน รวม 1,392,695 ล้านบาท โดยร้อยละ 80 ของมูลค่าการค้าระหว่างประเทศของไทยกับประเทศเพื่อนบ้านอยู่ในรูปการค้าชายแดน (Border

trade) และในช่วง 2 ปีที่ผ่านมา การค้าชายแดนของมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยมากถึงเกือบร้อยละ 20 (YOY) ทั้งนี้ กรมการค้าต่างประเทศ (2562) รายงานมูลค่าการค้าชายแดนและผ่านแดนของไทยในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2562 (ม.ค. - มี.ค.) มีมูลค่ารวมทั้งสิ้น 342,631.59 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.86 เป็นการส่งออก 192,295.13 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.49 และการนำเข้า 150,336.46 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.66 เกินดุลการค้า 41,958.66 ล้านบาท โดยแยกเป็นการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน 4 ประเทศ มูลค่า 279,538.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.18 เป็นการส่งออก 159,887.11 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 1.95 นำเข้า 119,650.91 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.17 เกินดุลการค้า 40,236.20 ล้านบาท และการค้าผ่านแดนกับ 3 ประเทศ มูลค่า 63,093.57 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.03 เป็นการส่งออก 32,408.02 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.57 นำเข้า 30,685.55 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.61 เกินดุลการค้า 1,722.47 ล้านบาท

2.4.3 บทบาทความสำคัญของการท่องเที่ยวชายแดน

การท่องเที่ยวชายแดน นับเป็นอีกหนึ่งทางเลือกการพัฒนายุทธศาสตร์ความร่วมมือระหว่างประเทศกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยอาศัยภาพเชิงการท่องเที่ยว เช่น ความแตกต่างทางด้านภูมิอากาศ ภูมิประเทศ ธรรมชาติ ประวัติศาสตร์วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชาติพันธุ์ ทำให้เกิดเส้นทางการท่องเที่ยว ชายแดนในพื้นที่ต่าง ๆ ที่ทางรัฐบาลของทั้ง 2 ประเทศ เปิดให้มีการผ่านแดนในรูปแบบต่าง ๆ ตามข้อตกลง (คณะผู้แทนสหภาพยุโรปประจำประเทศไทย, 2559) ทั้งนี้ ชมพูนุช จิตติถาวร (2550) ระบุว่า การท่องเที่ยวชายแดนได้รับความนิยมมาเป็นเวลานานแล้ว โดยเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายซื้อของและแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประเทศที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก (Felsentein and Freeman, 2001) ประเทศไทยมีอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ และ เป็นกลไกสำคัญในการขับเครื่องภาคการผลิต และการจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องรวมรายงานมูลค่าเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2562 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมกว่า 39.80 ล้านคน และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติคิดเป็นมูลค่ารวมกว่า 2.20 ล้านล้านบาท โดยพบว่ารายรับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในไทยมากที่สุด คือ จีน มีอัตราส่วนร้อยละ 28 และรองลงมาคือ มาเลเซีย เกาหลีใต้ และ สปป.ลาว ตามลำดับ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า เศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวชายแดนเริ่มมีบทบาทสำคัญยิ่งเรื่อย ๆ โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศในกลุ่มอาเซียนถือเป็นกลุ่มใหญ่ที่มีการใช้จ่ายในภาคการท่องเที่ยวของไทยมาก เนื่องจากการเดินทางข้ามแดนที่สะดวกมากขึ้นและความโดดเด่นของเอกลักษณ์ไทยในด้านศิลปวัฒนธรรม และโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น เชียงใหม่ หาดใหญ่ อุดรธานี อุบลราชธานี เป็นต้น ซึ่งนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านอย่างมาเลเซียและ สปป.ลาว มีสัดส่วนการใช้จ่ายใน

ภาคการท่องเที่ยวของไทยสูงมาก และเพิ่มขึ้นทุกปี ดังนั้น การขยายตัวในด้านการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านสามารถสร้างโอกาสทางการค้าและการท่องเที่ยวไทยด้วยเช่นกัน โดยเฉพาะบริเวณชายแดนซึ่งเป็นจุดเชื่อมต่อไปยังประเทศต่า ๆ ในปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าและออกด่านหนองคาย-สปป.ลาวมากถึง 4.4 ล้านคน โดยกว่าครึ่งเป็นชาวต่างชาติ ซึ่งจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจบริเวณชายแดนไทย-สปป.ลาว และยังเป็นโอกาสของภาคเอกชนไทยที่จะลงทุนในการท่องเที่ยวบริเวณชายแดนเนื่องจากไทยมีข้อได้เปรียบกว่าประเทศอื่น ๆ ในกลุ่มอาเซียน

2.5 บริบทพื้นที่จุดผ่อนปรนชายแดนไทย-ลาว

จากบทบาทความสำคัญของการท่องเที่ยวชายแดนที่ช่วยสร้างเศรษฐกิจภาคการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยพบว่า สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติ สปป.ลาว ในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวสัญชาติ สปป.ลาว เดินทางเข้าและออกด่านถาวรที่จังหวัดหนองคาย จำนวน 4.4 ล้านคน ทั้งนี้แนวชายแดนไทยกับประเทศลาวพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือครอบคลุม 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ มีจุดผ่านแดนไทย-ลาว ทั้งหมด 47 จุด แบ่งเป็นฐานวาร 15 ที่เหลืออีก 32 จุดเป็นจุดผ่อนปรนชั่วคราว (คณะผู้แทนสหภาพยุโรปประจำประเทศไทย, 2559)

ภาพที่ 2-8 : ช่องทางข้ามแดน ไทย- สปป. ลาว

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2558

จุดผ่านแดนบริเวณชายแดนไทย-ลาว มี 10 จังหวัด คือ เชียงราย พะเยา น่าน อุตรดิตถ์ เลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อำนาจเจริญ และอุบลราชธานี ส่วนพรมแดนไทยที่ติดต่อกับลาวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือครอบคลุม 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ มีจุดผ่านแดนถาวร 10 จุด และจุดผ่อนปรนชั่วคราว อีก 32 จุด เพื่อการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและเชื่อมต่อชายแดนสู่ชุมชน ส่งเสริมการค้า การลงทุน การท่องเที่ยว รวมทั้งในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง ทั้งนี้ชายแดนไทย-สปป.ลาว ถือเป็นเขตชายแดนที่น่าสนใจมากที่สุด เนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกันถึง 1,810 กิโลเมตร รวมถึงจากความสัมพันธ์อันดี โดยมีปัจจัยเกื้อกูล เช่น ความใกล้ชิดทางเชื้อชาติ ศาสนา ภาษา และวัฒนธรรม ตลอดจนความใกล้ชิดสนิทสนมในหมู่ประชาชนไทย-ลาว (ศูนย์ข้อมูลข่าวสารอาเซียน กรมประชาสัมพันธ์, 2558) โดยสถิติในปี พ.ศ. 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 1.68 ล้านคน มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เดินทางผ่านจุดผ่านแดนหรือจุดผ่อนปรนชั่วคราว เนื่องจากมีความสะดวกสบายและขั้นตอนน้อยกว่า ทั้งนี้ จุดผ่อนปรนชั่วคราว ถือเป็นช่องทางที่เปิดระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกัน เพื่อให้มีการค้าขายบริเวณชายแดน โดยสินค้าที่นำมาค้าขายนั้นอยู่ภายใต้ขอบเขตที่จำเป็นต่อการอุปโภคบริโภคของประชาชนทั้งสองประเทศ (พิชิต พรหมประศรี, 2559)

ทั้งนี้ การขยายความร่วมมือระหว่างประเทศภายใต้เศรษฐกิจยุคโลกาภิวัฒน์ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงมีโครงการความร่วมมือเพื่อส่งเสริมการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ หลายโครงการด้วยกัน ประเทศไทยได้กำหนดทิศทางการวิจัยยุทธศาสตร์ของชาติว่าด้วยเรื่องของศักยภาพการพัฒนาทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยว เนื่องจากเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวและการค้าชายแดน โดยกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเมืองชายแดนสำคัญเพื่อส่งเสริมให้ไทยเป็นประตูเศรษฐกิจ (Gate Way) สู่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง และมีความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านตามกลยุทธ์การพัฒนาเศรษฐกิจพื้นที่ชายแดนเพื่อรับผลประโยชน์ร่วมกัน (Win – Win Strategy) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552) โดยการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามกลุ่มพื้นที่ (Area Approach) คือส่งเสริมให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและเพิ่มทางเลือกใหม่ในการเดินทางมากขึ้น โดยแบ่งแนวทางสินค้าของแต่ละพื้นที่ที่จะเสนอขายไว้เป็น 3 กลุ่ม คือ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเสริม 7 กลุ่มพื้นที่ พื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลัก และพื้นที่ที่มีศักยภาพและเมืองชายแดน

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จาตุรงค์ เพ็งนรพัฒน์ และ คณะ (2560) ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชาบริเวณจังหวัดศรีสะเกษ ภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง พบว่า ศักยภาพการท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชาบริเวณ จังหวัดศรีสะเกษ โดยภาพรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง โดยศักยภาพ ด้านแหล่งท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และศักยภาพด้านอื่น ๆ ยังคงเป็นปัญหาและอุปสรรคเช่นเดียวกัน ได้แก่ ความสามารถในการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ที่พักสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรม การท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา (2558) ที่กล่าวถึงผลการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยในระยะ ที่ผ่านมาว่าทรัพยากรการท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและขาดการพัฒนา แหล่งท่องเที่ยวใหม่เป็นปัญหาที่สะสมมานานและไม่มีแผน ดำเนินงานที่ชัดเจน ในส่วนของโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว นั้นค่อนข้างดีระดับหนึ่งแต่ยังมีปัญหาในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างจังหวัดต่าง ๆ รวมทั้งปัญหาการพัฒนามาตรฐานคุณภาพ การให้บริการที่พัก สิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐานสากลสอดคล้องกับกรอบวิสัยทัศน์ การพัฒนาจังหวัดศรีสะเกษ ที่มุ่งเป้าให้ประตูการค้าและการท่องเที่ยวสู่อารยธรรมขอมโบราณ

ธนาวัฒน์ ปัทมฤทธิกุล และคณะ (2561) ศักยภาพการท่องเที่ยวเมืองชายแดนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง: มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-กวางตรี พบว่าประเทศไทยมี แผนให้จังหวัดมุกดาหารเป็นพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ ที่ให้การสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองชายแดน ระดับจังหวัด มีการก่อสร้างโรงแรมระดับ 3-4 ดาว มีโรงพยาบาลระดับมาตรฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆมากมาย ในปี พ.ศ. 2561 เป็นปีการท่องเที่ยวลาวมีการประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นมีการพัฒนาระบบสาธารณูปโภค และเมืองกวางตรีมีการสนับสนุนจากภาครัฐเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและระบบโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งสามประเทศมีการร่วมประชุมและจัดตั้งให้เป็นเมืองแฝดสาม โดยเน้นการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยที่จังหวัดมุกดาหาร มีความโดดเด่นเรื่องความหลากหลายของวัฒนธรรมซึ่งมี 8 ชนเผ่า ประเพณีท้องถิ่น ลักษณะการใช้วิถีชีวิตในชุมชน และยังมีความโดดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น แก่งกะเบา สักการสถานพระมารดาแห่งมรณะสักขี วัดสองคอน พิพิธภัณฑ์บ้านท่านหนูฮัก พูมสะหวัน กิจกรรม บุญออกพรรษา การแข่งเรือสองฝั่งโขง การแข่งจักรยานระหว่างประไทยกับประเทศลาว โดยในจังหวัดมุกดาหารมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือแข่งจักรยาน และการวิ่งมาราธอน สะหวันนะเขตมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ งานนมัสการพระธาตุอิงฮัง งานนมัสการพระธาตุโพนและ กวางตรีมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่โดดเด่น คือ การเที่ยวชมหมู่บ้านวินม๊อค (Vinh Moc

village) เป็นอุโมงค์ใต้ดิน (Vinh Moc tunnels) เป็นที่อยู่อาศัยของชาวบ้านจ้านวน 66 ครอบครัว เมื่อปี ค.ศ. 1966 ใช้ระยะเวลาอาศัย

ภาณุรังษี เดือนโฮ้ง (2550) การศึกษาแนวทางการพัฒนาการทองเที่ยวจังหวัดมุกดาหาร ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน พบว่า จังหวัดมุกดาหารมีประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นที่มาของความหลากหลาย ทางชาติ พันธุ์ กลุ่มชนเผ่าพื้นเมือง 8 ชนเผ่า อันเป็นบ่อเกิดของขนบธรรมเนียมประเพณีที่หลากหลายซึ่ง ยังคงยึดถือปฏิบัติในปัจจุบันและเป็นสิงที่เพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยวที่ดึงดูดเม็ดเงินจากนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี สามารถส่งเสริมให้เป็นสินค้าที่สร้างความสนใจพิเศษทางการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ การท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม กิจกรรมและประเพณี การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบทชายแดน การประกอบอาชีพเฉพาะของชาวบ้านที่ยังมีอยู่ในปัจจุบันและหาดูได้ยากในที่อื่น เชน การท่อผ้าของชาวภูไท เป็นต้น ทั้งนี้ ปัญหาและอุปสรรคการพัฒนาการทองเที่ยวในจังหวัด มุกดาหาร พบว่ายังมีอีกหลายอย่างที่ยังต้องเร่งดำเนินการ เพื่อไม่ให้เป็นอุปสรรคต่อการเติบโตทางการท่องเที่ยวของ จังหวัด ปัญหาที่ยังมีอยู่ได้แก่ ปัญหาการจัดการการท่องเที่ยวในรูปแบบใหม่ ๆ ที่ยังไม่มีการดำเนินการและไม่มีคุณภาพที่สร้างความมันใจ ให้นักท่องเที่ยวได้ เช่น การถูกเอาเปรียบราคาค่าใช้จ่ายจากบริษัทนำเที่ยว ปัญหาการวางผังเมืองและ โครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมที่ยังไม่กระจ่ายกัน เช่น ถนนเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ปัญหา อาชญากรรมและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวที่ยังมี การวิ่งราวทรัพย์นักท่องเที่ยวอยู่บ้างการลักลอบเข้าเมืองและการลักลอบขนสินค้าเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมาย ของชาวลาวและชาวเวียดนาม ที่สร้างภาพลักษณ์เมืองทองเที่ยวที่ไม่ดีในสายตานักท่องเที่ยวได้ ปัญหายาเสพติดและโรคระบาดที่กระจายทั่วทุกพื้นที่ ปัญหาความเสื่อมโทรมของ สิ่งแวดล้อม แม้จะยังไม่เกิดขึ้น แต่เป็นเรื่องที่ต้องให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในการแก้ปัญหาที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต

กิตติ์ธนทัต สุพรรณ์ และ ปภาวิน พชรโชติสุธี (2557) การสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายแดนไทย-ลาว อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลยในฐานะประตูสู่หลวงพระบางเมืองมรดกโลก พบว่า อำเภอท่าลี่ มีทรัพยากรที่สมบูรณ์ เป็นต้นทุน ไม่ว่าจะเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ศาสนาความเชื่อ ธรรมชาติ และทุนที่มนุษย์สร้างขึ้น คือสะพานข้ามแม่น้ำเหืองไทย-ลาว ซึ่ง สามารถเป็นเส้นทางสู่เมืองหลวงพระบางเมืองมรดกโลก ต้นทุนทางการท่องเที่ยวเหล่านี้ทำให้ อำเภอท่าลี่พร้อมที่จะเป็นเมืองท่องเที่ยว ด้วย ภาพลักษณ์เมืองท่องเที่ยวชายแดนที่เป็น เส้นทางเชื่อมต่อเมืองมรดกโลก การสะท้อนภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของอำเภอท่าลี่ จะสะท้อน ภาพลักษณ์ออกมาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดนที่มีสะพานข้ามแม่น้ำเหืองไทย-ลาวเป็นจุดเชื่อมสู่ประเทศลาว เป็นประตูสู่เมืองหลวงพระบาง มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ด้วยแหล่ง ท่องเที่ยว วิถีชีวิต เรื่องเล่าตำนานต่าง ๆ และทรัพยากรอันสมบูรณ์

เทพรักษ์ สุริฝ่าย และ ลำปาง แม่นมาตย์ (2561) บทบาทการค้าชายแดนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนมและจังหวัดมุกดาหาร พบว่า ปัจจุบันการค้าขายบริเวณชายแดนไทย-ลาว ไม่สามารถเข้าสู่ระบบธุรกิจแบบครบวงจรได้ ก่อให้เกิดปัญหาการค้าขายไปมาไม่เป็นระบบ การบริหารจัดการพื้นที่ทางการค้าค่อนข้างยาก และสินค้าที่นำมาขายบริเวณชายแดนส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่นำมาจากภูมิภาคอื่นของประเทศไทย อาทิ กรุงเทพฯ และปริมณฑล หรือสินค้าที่นำมาจากต่างประเทศ อาทิ ประเทศจีน ประเทศเวียดนาม ประเทศญี่ปุ่นและประเทศออสเตรเลีย ซึ่งจะเห็นได้ว่ารายได้จากการขายหรือจำหน่ายสินค้าชุมชนมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับมูลค่าของสินค้าที่นำมาจากภายนอกชุมชน และสินค้าที่นำมาจากต่างประเทศ เนื่องจากจังหวัดชายแดน 3 จังหวัด เป็นเพียงเส้นทางผ่าน หรือเส้นทางการกระจายสินค้า ที่เชื่อมโยงเขตเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ของจังหวัดหนองคาย จังหวัดมุกดาหารและจังหวัดนครพนม ตามแนวระเบียงเศรษฐกิจเหนือ-ใต้ (North Southern Economic Corridor: NSEC) และแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ของกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-region: GMS) โดยผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 1 หนองคาย-นครหลวงเวียงจันทน์ และตามแนวระเบียงเศรษฐกิจตะวันออก-ตะวันตก (East West Economic Corridor: EWEC) ซึ่งอยู่ภายใต้กรอบ GMS และ ACMECS ระหว่างไทย ลาว พม่า และเวียดนาม ผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 2 จังหวัดมุกดาหาร และผ่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 จังหวัดนครพนม ส่งผลทำให้รายได้จากการนาเข้าสินค้าจากต่างประเทศมีจำนวนมากกว่าสินค้าภายในประเทศ และสินค้าภายในชุมชน อย่างเห็นได้ชัด อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงรายได้ของประเทศไทยจะเห็นได้ว่ารายได้ส่วนหนึ่งมาจากการค้าชายแดนที่ทาให้เศรษฐกิจของประเทศขยายตัว ดังนั้นรัฐบาลควรพัฒนาการค้าชายแดนโดยเน้นการพัฒนาศักยภาพของจังหวัดชายแดนทั้งด้านอุตสาหกรรมระบบโลจิสติกส์ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและเส้นทางการขนส่ง คมนาคมที่เอื้อต่อการพัฒนาเขตเศรษฐกิจพิเศษและทำให้ระบบเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศขยายตัว และส่งเสริมการพัฒนาท้องถิ่นสร้างชุมชนเข้มแข็ง สามารถพึ่งต้นเองได้ เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนให้เป็นกระบวนการทั้งกลุ่มผลิต กลุ่มแปรรูปและกลุ่มจาหน่าย จนสามารถพัฒนาไปสู่ชุมชนแห่งการค้าขายได้นำสินค้าเข้าสู่ ระบบการค้าระหว่างประเทศ โดยนำเอาทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นสินค้าให้มีรูปแบบ คุณภาพ จุดเด่นเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์ (2560) การพัฒนาพื้นที่ชายแดน เพื่อการค้าการลงทุนและการยกระดับคุณภาพชีวิต ของประชาชน พบว่า การพัฒนาพื้นที่ชายแดนของประเทศไทย ให้เป็นช่องทางการค้าและการลุงทุน โดยผ่านจุดผ่านแดนที่จะมีการยกระดับให้เป็นจุดผ่านแดนถาวร และ

พัฒนาจุดผ่านแดนใหม่ ในการกระจายสินค้าและบริการไปประเทศเพื่อนบ้านนั้น เพราะประเทศไทยมีโอกาส และศักยภาพในการแข่งขัน โดยเฉพาะในภูมิภาคที่ประเทศเพื่อนบ้านต่างต้องการบริโภคและอุปโภคสินค้าของประเทศไทย แต่การพัฒนาพื้นที่ต่าง ๆ ให้เป็นจุดผ่านแดนเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนเป็นอย่างมาก เพราะบริบทในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน การศึกษาเพื่อการพัฒนาพื้นในการยกระดับให้เป็นด่านผ่านแดนถาวร หรือการพัฒนาพื้นที่แห่งใหม่ควรมีการศึกษาปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยรวม ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง สังคม วัฒนธรรม ความมั่นคง ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ศาสนา ประเพณีและวัฒนธรรม กฎหมายระหว่างประเทศ ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การสาธารสุข การคมนาคมขนส่ง และโลจิสติกส์ ซึ่งปัจจัยในแต่ละด้านจะต้องมีการบูรณาการ เพื่อให้เกิดเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำมาประกอบในการใช้เพื่อการดำเนินการผลักดันเป็นพื้นที่การค้าชายแดนได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล การผลักดันให้เกิดพื้นที่ในการส่งออก-นำเข้าสินค้าและบริการ เป็นนโยบายหลักในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ การคำนึงถึงผลกระทบต่าง ๆ จึงต้องให้เกิดแนวทางการพัฒนาได้โดยเฉพาะการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามไปด้วย ดังนั้นการสร้างความมั่นคงระหว่างประเทศจะต้องอาศัยรัฐที่ต้องดำเนินการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อให้เกิดความร่วมมือในการผลักดันและเกิดการแก้ไขปัญหาอย่างเป็นรูปธรรม เพราะเขตพื้นที่ชายแดนของประเทศไทยหลายแหล่งที่มีความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติได้ การพัฒนาพื้นที่ชายแดนที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 4 ด้าน ดังกล่าวการดำเนินการเพื่อการพัฒนาพื้นที่ชายแดนให้เป็นพื้นที่ด่านผ่านแดน เพื่อเป็นช่องด่านในการกระจายสินค้าและบริการไปสู่ประเทศเพื่อนบ้านนั้น จะต้องศึกษาโครงสร้างพื้นฐาน กฎหมายและระเบียบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาตดำเนินการพัฒนาพื้นที่ จากหน่วยงานภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งหมดด้วยซึ่งการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านของประเทศไทยต้องมีการศึกษาสภาพบริบทของพื้นที่อย่างละเอียดและลึกซึ้ง เพราะเมื่อหากมีการเปิดด่านแล้วกลุ่มคนแรกที่จะได้รับผลกระทบคือประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงต้องมีการศึกษาอย่างรอบคอบและรัดกุม

เศกสรรค์ ยงวณิชย์ และคณะ (2550) ศึกษาเรื่อง การศึกษาศักยภาพพื้นที่เพื่อพัฒนายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว กรณีศึกษา จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ ผลการศึกษาพบว่า ศักยภาพของอุปทานด้านการท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว ณ เขตพื้นที่จังหวัดหนองคายและนครหลวงเวียงจันทน์ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้แก่ (1) ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางการท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวจะคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ

(2) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ต้องมีความพร้อมตลอดเวลาที่พำนักอยู่ (3) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ที่ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว (4) การคมนาคม (Transportation) การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวกปลอดภัย (5) พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร (Border Control and Information) ต้องสะดวกรวดเร็วมีบริการให้ข่าวสารข้อมูลในด้านต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์แก่นักท่องเที่ยว (6) ที่พัก (Accommodation) มีโรงแรมที่พักระดับต่าง ๆ ให้เลือกในอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับ คุณภาพสะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล (7) ร้านอาหาร (Food and Beverage) ต้องหลากหลายชนิดถูกสุขลักษณะ (8) สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) มีคุณภาพกำหนดราคารวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุ พื้นบ้านการออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม

กัณฐิกา สิทธิไทย (2562) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ ในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า นักท่องเที่ยวเพศชายจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าเพศหญิง ร้อยละ 12.44 นักท่องเที่ยวที่เป็นนักเรียน/นักศึกษามีโอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ ร้อยละ 15.57 ถ้านักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาในภาคกลางจะทำให้มีโอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำน้อยกว่าอาศัยอยู่ในภาคอื่น ๆ ร้อยละ 12.39 นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าเดินทางด้วยรถยนต์หรือรถส่วนตัว ร้อยละ 13.03 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียวจะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมากกว่าการเดินทางรวมกับผู้อื่น ๆ ร้อยละ 23.14 ถ้านักท่องเที่ยวมีระดับพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.96

นวรัตน์ กิตติวินิชนันท์ (2560) ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก พบว่า ด้านความต้องการหาประสบการณ์และเปิดโลกทัศน์ในการท่องเที่ยว (ค่าเฉลี่ย 4.01) รองลงมาคือ ด้านบุคคลากร ได้แก่ อัธยาศัยและความเป็นมิตรของชาวอำเภอแม่สอด (ค่าเฉลี่ย 3.94) และด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ความสวยงามและความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว เทศกาล ประเพณี ศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น โบราณสถาน และแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (ค่าเฉลี่ย 3.88) ตามลำดับ

สราวรรณ์ เรืองกัลป์ปวงศ์ (2560) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า บุพปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำดอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยได้แก่ กิจกรรมสืบสานประเพณีไทยความเป็น

รูปธรรมการให้ ความมั่นใจความเข้าใจความเห็นอกเห็นใจกิจกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการลักษณะทางกายภาพและผลิตภัณฑ์

ปัทมา พุ่มแจ่ม (2556) พฤติกรรมการรับข่าวสารภาพลักษณ์ ความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร พบว่า ภาพรวมของภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.00 และภาพลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุดมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน 6 ข้อที่ระดับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 4.01 คือ ความเป็นเอกลักษณ์ ความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว ความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยว การได้สัมผัสกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนบริเวณแหล่งท่องเที่ยว ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว และการอนุรักษ์ทางด้านสถาปัตยกรรมของสถานที่ท่องเที่ยว ภาพรวมของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 2.35 และปัจจัยที่ทาให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมากที่สุดคือ สภาพของถนนในเส้นทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 3.80 ภาพรวมของปัจจัยที่ทาให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมิท่องเที่ยวซ้ำอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.49 และปัจจัยที่ทาให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำมีด้วยกัน 4 ปัจจัยคือ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ป้ายบอกประวัติโดยย่อของสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายแนะนำในการเยี่ยมชมตามจุดที่สำคัญ และการดูแลความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว อยู่ในระดับดี

จิระเดช ห้วยหงส์ทอง (2561) แนวทางการส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV พบว่า ภายใต้กรอบความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศในภูมิภาคอาเซียน มีการบูรณาการการทำงานร่วมกัน เพื่อดำเนินการให้บรรลุวัตถุประสงค์ มียุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจ อิรวดี – เจ้าพระยา -แม่โขง ระหว่างกัมพูชา ลาว พม่า ไทย และเวียดนาม(ACMECS: Ayeyawady - Chao Phraya - Mekong Economic Cooperation Strategy) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาร่วมกันอย่างสมดุล มีการจัดทำความตกลง ACMECS Single Visa เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูมิภาคตามแนวคิด “สี่ประเทศหนึ่งจุดหมาย Four Countries, One Destination” เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดชายแดนที่ติดกัน พบปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศ CLMV ได้แก่ การปฏิบัติตามพันธกรณีของแต่ละประเทศ ปัญหาการเชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางคมนาคมปัญหาด้านบุคลากร ปัญหาเกี่ยวที่ข้องกับความปลอดภัย ด้านแนวทางการแก้ไขปัญหาและอุปสรรคพบว่า ควรมีการปรับปรุง

กฎระเบียบและการอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวบริเวณจุดตรวจผ่านแดน ควรกำหนดงบประมาณที่ชัดเจนสามารถเห็นเป็นรูปธรรมได้

สุรชัย จันทร์จรัส และ อาร์ม นาครทรรพ (2556) ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชียงคานของนักท่องเที่ยว1วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง พบว่า สิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดก็คือวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมแหล่งท่องเที่ยวมีความสวยงาม และความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ปัจจัยระยะทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลการตัดสินใจกลับมาเที่ยวเชียงคานซ้ำของนักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ห่างไกลจากเชียงคานมากขึ้นจะมีแนวโน้มไปเที่ยวเชียงคานอีกครั้งช้าลงหรือนานขึ้นอย่างมีนัยสำคัญจากสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม

ณัฐธยาน์ ชุณหวิริยะกุล (2561) การศึกษาปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่ กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ พบว่า ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อการมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดย 1) ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น 2) ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว 3) ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง และ 4) ปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม โดยปัจจัยที่มีค่า Eigenvalue สูงที่สุด ซึ่งหมายถึงปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด คือปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น (Eigenvalue 5.213) ประกอบด้วย ก) การบริการของพนักงาน (โรงแรม ร้านอาหาร) ข) ที่พักแรมมีมาตรฐาน ค) ความสะอาดได้มาตรฐานของร้านอาหาร ง) อัธยาศัยและความเป็นมิตรไมตรีของชาวเชียงใหม่ จ) ราคาสินค้าการบริการ (โรงแรม อาหาร ทัวร์ ช้อปปิ้ง การเดินทางโดยรถสาธารณะ) และ ฉ) สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการช้อปปิ้ง ปัจจัยแห่งความพึงพอที่มีความสำคัญในอันดับ 2 คือปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว (Eigenvalue 1.678) ประกอบด้วย ก) สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนสถาน/วัด ข) สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โบราณสถาน ค) ความสะอาดและความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว และ ง) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ปัจจัยแห่งความพึงพอใจอันดับที่ 3 คือปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง (Eigenvalue 1.656) ประกอบด้วย ก) ความปลอดภัยในการเดินทางโดยรถสาธารณะ ข) ความเพียงพอต่อการให้บริการรถสาธารณะ และ ค) ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินขณะเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยแห่งความพึงพอใจอันดับสุดท้ายคือปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม (Eigenvalue 1.421) ประกอบด้วย ก) วิถีการดำรงชีวิตของชาวเชียงใหม่ และ ข) เอกลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรม เทศกาล งานประเพณีท้องถิ่น

ธิติมา รัตนพงษ์ (2558) ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมาธิราช พบว่า นักท่องเที่ยวจะได้รับ

ประสบการณ์จากแหล่งที่แตกต่างกัน ทำให้รู้สึกผูกพัน พึงพอใจ และแสดงออกมาในรูปแบบการมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเดิม ความตั้งใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและบอกต่อสามารถพยากรณ์ได้จากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจต่อแหล่งท่องเที่ยว

ธมลวรรณ โรจนไพฑูรย์ (2554) ตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ณ สถาบันคชบาลแห่งชาติในพระอุปถัมภ์ฯ อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง พบว่า ตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวมาจากทรัพยากรการท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย โดยส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยในระดับมากที่สุด การวิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้างพบว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงต่อการตลาดการท่องเที่ยวมากที่สุด โดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.644 และมีค่า R2 เท่ากับ 0.415 รองลงมาเป็นเส้นทางด้านความปลอดภัยมีอิทธิพลทางตรงต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำโดยมีสัมประสิทธิ์เส้นทางเท่ากับ 0.636 และมีค่า R2 เท่ากับ 0.405 ส่วนปัจจัยที่เหลือมีความสัมพันธ์ลดหลั่นกันไปซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ดุษฎี เทียมเทศ และ คณะ (2555) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียว จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำต่างกัน นอกจากนี้ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำแบ่งออกเป็น 7 ด้าน ได้แก่ สภาพเศรษฐกิจ (Economic Factors) นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ (Government /Regulatory Factors) ด้านวัฒนธรรมและสังคม (Socio – Cultural Factors) ด้านการคมนาคม (Factors) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว (Place Factors) ด้านราคา (Price Factors) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion Factors) โดยปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดมีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำโดยเรียงลำดับ ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยวมีความสวยงาม ความประทับใจและสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว และสถานที่ท่องเที่ยวมีความปลอดภัย

รัชชิดา สังขควง และ ธนินทร์ สังขควง (2559) ความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบพื้นที่ด่านชายแดนไทย พบว่า ปัจจัยด้านแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวสูงสุด คือ ความต้องการเติมเต็มความฝันของตนเองในการออกไปเที่ยวนอกประเทศ เป็นสถานที่เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ เป็นสถานที่จับจ่ายซื้อหาผลไม้ที่มีชื่อเสียง ลำดับรองลงมา คือ เป็นสถานที่ที่สามารถเพลิดเพลินไปกับความหลากหลายของอาหารท้องถิ่น ส่วนความความพึงพอใจสูงสุด 2 อันดับแรก คือ คุณภาพและความหลากหลายของอาหารที่มีให้บริการในพื้นที่ และความคุ้มค่าโดยรวมของจำนวนเงินที่จ่ายกับคุณค่า

ที่ได้รับ นอกจากนี้ ปัจจัยอุปสรรคหรือความกังวลของนักท่องเที่ยวอันดับแรก คือ ความกลัวที่จะถูกทำร้ายหรือฆาตกรรม ส่วนปัจจัยแรงจูงใจที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำสูงสุด 3 อันดับแรกคือ เพื่อเติมเต็มความฝันในการไปเยือนต่างประเทศ เพื่อมองหาสิ่งที่ไม่เคยเห็นในชีวิตประจำวัน และเป็นสถานที่จับจ่ายสินค้าตามลำดับ ปัจจัยความพึงพอใจที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำมากสุด อันดับแรกคือ คุณภาพและความหลากหลายของอาหาร คนรอบข้างที่มีความสำคัญ (ครอบครัว เพื่อน คนรักฯลฯ)

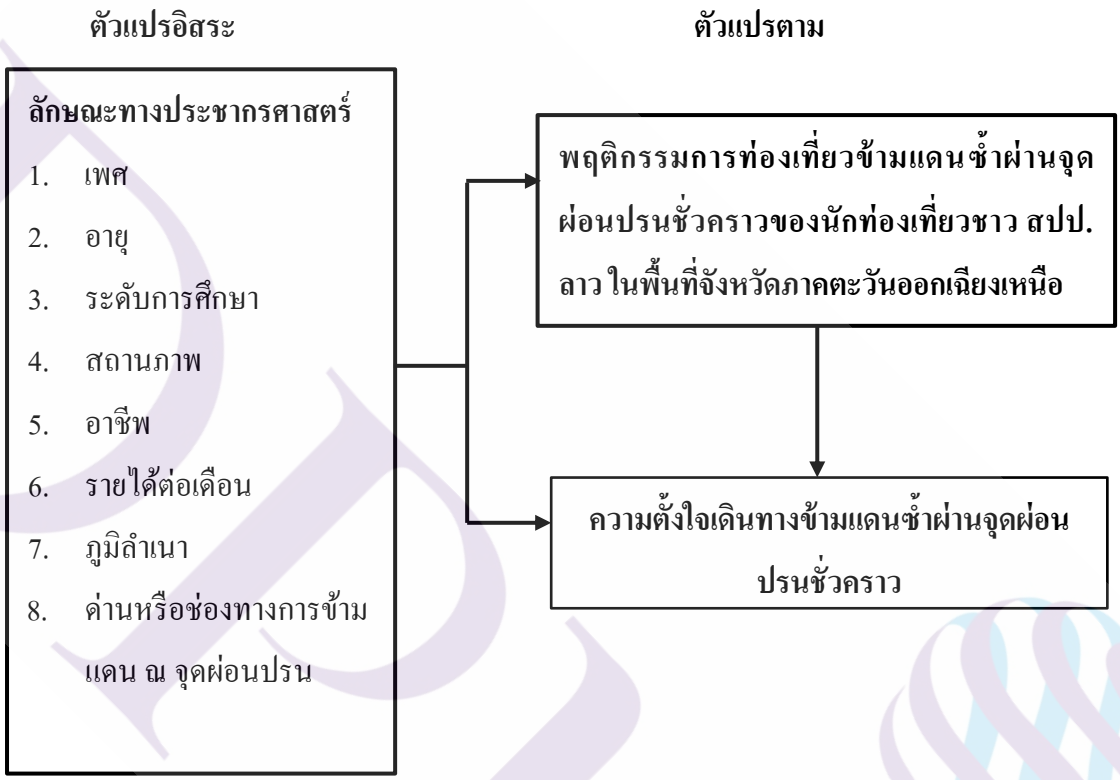
Tun Thiumsak and Athapol Ruangkanjanases (2559) ศึกษาวิจัยเรื่อง Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand พบว่า การรักษาความสามารถในการแข่งขันและเพิ่มความน่าดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ โดยที่พักเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวให้กลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การให้ความสำคัญกับราคาและคุณภาพการบริการยังเป็นประเด็นสำคัญที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ การพัฒนามาตรฐานและยกระดับคุณภาพการบริการให้แตกต่างและโดดเด่นเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวรับรู้ว่าราคาคุ้มค่า ตลอดจนการพัฒนาช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่นิยมใช้สื่อออนไลน์ อินเทอร์เน็ต ในปัจจุบัน ควรดำเนินการด้านการตลาดและส่งเสริมการขายมากขึ้นผ่านระบบออนไลน์ ควรเพิ่มความสะดวกและความน่าเชื่อถือในการจองที่พักผ่านระบบออนไลน์และพัฒนาการประสานงานกับตัวแทนการจองออนไลน์เช่น Agoda และ Booking.com

Narudome Oksue1 (2560) ศึกษาวิจัยเรื่อง Travel Motivations of Thai Tourists Travelling Abroad with a Tour Operator พบว่า แรงจูงใจในการไปเที่ยวและประสบการณ์ที่จะได้รับจากสถานที่ท่องเที่ยวมีหลายมิติ ทั้งนี้ ความปรารถนาในความสะดวกและสบายในการเดินทาง งบประมาณ และ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริการของบริษัททัวร์เป็นสิ่งที่มีผลต่อแรงจูงใจในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ ปัจจัยสองประการแรก คือปัจจัยผลักดันที่ส่งผลต่อสร้างแรงจูงใจ ในขณะที่ปัจจัยด้านการบริการของบริษัททัวร์ถือเป็นปัจจัยดึงสำคัญอีกประการโดยแสดงให้เห็นถึงแรงจูงใจที่เกี่ยวข้องกับคุณลักษณะของผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยเฉพาะชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของผู้จัดทัวร์เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้พวกเขาตัดสินใจที่จะซื้อแพ็คเกจทัวร์

Siripen Yiamjanya, Kevin Wongleedee (2557) ศึกษาวิจัยเรื่อง International Tourists' Travel Motivation by Push-Pull Factors and the Decision Making for Selecting Thailand as Destination Choiceพบว่า แรงจูงใจสำคัญที่เป็นเหตุผลให้ตัดสินใจเดินทางมาไทย คือ แรงผลักดันที่ต้องการได้รับประสบการณ์ในต่างประเทศ ซึ่งมีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ส่วนอาหารไทยเป็นปัจจัยดึงที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาหารไทยถือเป็นสิ่งที่มีชื่อเสียงในหมู่นักท่องเที่ยว

ต่างชาติกลายเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวแห่งชาติ นอกจากนี้ตลาดช็อปปิ้งถือเป็นอีกปัจจัยดึงดูดสำคัญที่ถือเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทย

2.8 กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 2.9 : กรอบแนวคิดการวิจัย

บทที่ 3
ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.1 การกำหนดประชากรและเลือกกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากรในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ผู้ซึ่งเคยเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ที่เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรแน่นอน จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร บุญชม ศรีสะอาด (2556) โดยการคำนวณประชากรใช้ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ค่าความผิดพลาดสูงสุดที่จะเกิดขึ้น 0.05 ค่าสัดส่วนประชากร 0.5

$$n = \frac{z^2\, pq}{n^2}$$

แทนค่า n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

B = ระดับความคลาดเคลื่อน

Z = Z score ขึ้นอยู่กับระดับความเชื่อมั่น

P = ความน่าจะเป็นของประชากรที่สนใจศึกษา

q = 1 – p

ในทางปฏิบัติเรานิยมกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95 ดังนั้น Z = 1.96 (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) B = ค่าความแม่นยำ กำหนดให้มีการเบี่ยงเบนได้ ร้อยละ 5 ดังนั้น B = 0.05 และ P = ค่าสัดส่วนของประชากรที่จะสุ่ม กำหนดได้เป็น 0.5 (ประมาณการ) เพราะฉะนั้นได้ขนาดตัวอย่าง

$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.05^2} = 384.16$$

ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน สำรองเพิ่ม 14 คน จะได้เท่ากับจำนวน 399 คน ซึ่งทำการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีทำการสุ่มตัวอย่างโดยใช้ความสะดวก (Convenience Sampling)

3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเองและได้จากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนและความตั้งใจเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มาจากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้วนำมาสรุปเพื่อสร้างเป็นแบบสอบถามโดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 6 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็น checklist ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – end Questions)

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีลักษณะเป็น checklist ที่เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close – end Questions)

ส่วนที่ 3 ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแต่ละคำถามมีคำตอบให้เลือกตามลำดับความสำคัญ 5 ระดับ

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ในการวิเคราะห์ข้อมูล จะใช้เกณฑ์ในการแบ่งระดับการหาช่วงกว้างของอันตรภาคชั้น (Class Interval) โดยใช้วิธีการคำนวณหาช่วงกว้างระหว่างชั้นตามหลักการเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2556)

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าของชั้นที่มากที่สุด} - \text{ค่าของชั้นที่น้อยที่สุด}}{\text{จำนวนชั้น}} = \frac{5-1}{5}$$

$$= 0.8$$

เกณฑ์เฉลี่ยของระดับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ กำหนดได้ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00	หมายถึง	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20	หมายถึง	มาก
ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40	หมายถึง	ปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60	หมายถึง	น้อย
ค่าเฉลี่ย 1 – 1.80	หมายถึง	น้อยที่สุด

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือมีขั้นตอนการดำเนินการสร้างตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสาร บทความ ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อมาใช้เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามได้แก่ แนวคิดพฤติกรรมการท่องเที่ยว แนวคิดความพึงพอใจในการท่องเที่ยว แนวคิดการท่องเที่ยวชายแดน เป็นต้น

2. นำข้อมูลที่ได้มาสร้างแบบสอบถามให้สอดคล้องกับกรอบแนวความคิดและกำหนดขอบเขตของแบบสอบถามส่วนต่าง ๆ ที่ต้องทำการวิจัย

3. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านเพื่อประเมินค่า IOC ซึ่งค่าที่ได้เท่ากับ 0.97 หมายถึงเครื่องมือสามารถใช้ได้ตามเกณฑ์

4. แก้ไขตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิแล้วนำไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) Try out โดยนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 รายหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha-Coefficient) ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าเท่ากับ 0.724 หมายถึงเครื่องมือสามารถใช้ได้ตามเกณฑ์

5. ปรับให้สมบูรณ์แล้วนำไปใช้ได้

3.3 วิธีการเก็บรวมรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Method) จากแหล่งข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary Data Source) และแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data Source) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาตารา เว็บไซต์ เอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับการวิจัย รายงานการวิจัย วิทยานิพนธ์ สารนิพนธ์ ตลอดจนข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนและความตั้งใจเดินทางข้ามแดนของนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

2. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม(Questionnaire) ทั้งสิ้น 399 ชุด จากนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ครอบคลุม 6 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเลย หนองคาย นครพนม มุกดาหาร อุบลราชธานี และอำนาจเจริญ จากจุดผ่อนปรนชั่วคราวหลักของจังหวัด จำนวน 11 จุด โดยมีวิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่รวบรวมได้ มาจัดทำและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความถูกต้องและสมบูรณ์ของแบบสอบถาม และทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก

2. การลงรหัส (Coding) นำแบบสอบถามที่ถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ล่วงหน้า แล้วนำข้อมูลมาบันทึก เพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป

3. การประมวลผลข้อมูล (Processing) ข้อมูลที่ลงรหัสแล้วบันทึกโดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อการประมวลผลโดยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (SPSS)

4. วิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติในการวิเคราะห์ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าร้อยละ (Percentage) สำหรับ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

- เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ย (Paired Sample t-test)

$$t = \frac{\bar{d}}{Sd\ /\ \sqrt{n}}$$

เมื่อ $\bar{d}$ แทน ค่าเฉลี่ยของผลต่างระหว่างคู่ที่ทดสอบ

Sd แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของผลต่าง

$\sqrt{n}$ แทน จำนวนของคู่ที่ถูกทดสอบ

- การวิเคราะห์ ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way Analysis of Variance)

$$F = \frac{MS_b}{MS_w}$$

เมื่อ F แทน ค่าแจกแจงของ F

MS_b แทน ค่าความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MS_w แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

โดยกำหนดค่าความอิสระ (Degree of Freedom: df) ระหว่างกลุ่ม คือ k – 1 ภายในกลุ่ม คือ n – k รวมทั้งกลุ่ม คือ n – 1 โดย k แทนจำนวนกลุ่มและ n แทนจำนวนสมาชิกในกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด

4.3 สถิติอนุมาน (Inferential Statistics)

ใช้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางข้ามแดนซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

4.4 ข้อมูลจากแบบสอบถามปลายเปิดที่แสดงปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยทำการรวบรวมจากแบบสอบถามแล้วจัดกลุ่มตามประเด็นที่กำหนดไว้จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage) โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหาประกอบบริบท (Content Analysis Techniques)

บทที่ 4
ผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยว ชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผู้วิจัยออกแบบการศึกษาโดยใช้วิธีวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) จากนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ที่เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเข้ามาประเทศไทย ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 399 คน ผลการศึกษาจะนำเสนอตามลำดับ ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนที่ 3 ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนที่ 5 การวิเคราะห์ตัวแปรการทำนายความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะ

ดังรายละเอียดดังนี้

4.1 ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ที่มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเข้ามาประเทศไทย ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 399 คน เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.1 จำนวน ความถี่ และร้อยละของข้อมูลทั่วไปผู้ตอบแบบสอบถาม

(n = 399)

ตัวแปร		จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	89	22.3
	หญิง	310	77.7
อายุ	อายุไม่เกิน 20 ปี	8	2.0
	อายุ 21-30 ปี	37	9.3
	อายุ 31-40 ปี	196	49.1
	อายุ 41-50 ปี	121	30.3
	อายุ 51-60 ปี	28	7.0
	มากกว่า 60 ปี ขึ้นไป	9	2.3
สถานภาพ	โสด	106	26.6
	สมรส	253	63.4
	หม้าย/หย่าร้าง	40	10.0
ระดับการศึกษา	ชั้นประถมศึกษา	200	50.1
	ชั้นมัธยมศึกษา	153	38.4
	ชั้นอนุปริญญา	22	5.5
	ชั้นปริญญาตรี	20	5.0
	ชั้นปริญญาโทและสูงกว่าขึ้นไป	4	1.0
อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	18	4.5
	พนักงานบริษัทเอกชน	13	3.3
	รับจ้างทั่วไป	104	26.1
	ธุรกิจส่วนตัว	52	13.0
	ค้าขาย	177	44.4
	นักเรียน/นักศึกษา	11	2.7
	ประชาชนทั่วไป/ เกษตรกร	24	6.0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

(n = 399)

ตัวแปร		จำนวน	ร้อยละ
รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 5,000บาท ต่อเดือน	100	25.1
	5,001-10,000 บาท ต่อเดือน	166	41.5
	10,001-20,000บาท ต่อเดือน	118	29.6
	20,001-30,000บาท ต่อเดือน	7	1.8
	30,001บาท ต่อเดือน ขึ้นไป	8	2.0
ภูมิลำเนา	หลวงพระบาง	34	8.5
	เวียงจันทร์	138	34.6
	ท่าแขก	16	4.0
	สวันเขต	33	8.3
	สาละวัน	16	4.0
	จำปาศักดิ์	36	9.0
	อื่น ๆ(ระบุ เมือง ปากเซ คำม่วน)	126	31.6
ช่องทางการข้ามแดน ณ จุดผ่อนปรนชั่วคราว	บ้านคงไผ่ อำเภอปากชม จังหวัดเลย	4	1.0
	บ้านปากห้วย ตำบลหนองเผือ จังหวัดเลย	41	10.2
	บ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย	47	11.8
	บ้านเปงจาน อำเภอรัตนวาปี จังหวัดหนองคาย	79	19.8
	บ้านบุ่งคล้า อำเภอบุ่งคล้า จังหวัดบึงกาฬ	34	8.5
	บ้านห้วยคาด อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ	13	3.3
	ท่าเรือบ้านแพง อำเภอบ้านแพง จังหวัดนครพนม	24	6.0
	บ้านท่าอุเทน อำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม	10	2.5
	บ้านสองคอน อำเภอนาไซ จังหวัดอุบลราชธานี	23	5.8
	ท่าเรือเขมราฐ อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี	49	12.3
	บ้านดอนตาล อำเภอดอนตาล จังหวัดมุกดาหาร	16	4.0
	บ้านหว้านใหญ่ อำเภอหว้านใหญ่ จังหวัดมุกดาหาร	42	10.5
	บ้านยักษ์คู่ อำเภอชานุมาน จังหวัดอำนาจเจริญ	17	4.3

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 77.7 และเพศชาย 89 คน คิดเป็น ร้อยละ 22.3 ส่วนใหญ่มีช่วงอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.1 รองลงมาคือ มีช่วงอายุระหว่าง 41-50 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.3 มีช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 9.3 มีช่วงอายุระหว่าง 51-60 ปี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.0 มีอายุมากกว่า 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 และ มีอายุไม่เกิน 20 ปี จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 253 คน คิดเป็นร้อยละ 63.4 มีสถานภาพโสด จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 ผลการวิเคราะห์ระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษา จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 50.1 รองลงมาคือ มีระดับการศึกษาในชั้นมัธยมศึกษา จำนวน 50.1 คน คิดเป็นร้อยละ 38.4 และมีระดับการศึกษาตั้งแต่ชั้นอนุปริญญาขึ้นไป จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.5 ส่วนผลการวิเคราะห์อาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพต่าง ๆ โดยเรียงลำดับ คือ มีอาชีพค้าขาย จำนวน 177 คนคิดเป็นร้อยละ 44.4 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 104คน คิดเป็นร้อยละ 26.1 มีอาชีพธุรกิจส่วนตัว จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และอื่น ๆ อีก รวมกัน จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 16.5

ทั้งนี้ พบว่าโดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน โดยเป็นผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รายได้ต่อเดือน เป็นผู้มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 29.6 รายได้ต่อเดือน เป็นผู้มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 25.1 นอกจากนี้ยังพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีภูมิลำเนาในเมืองหลวงเวียงจันทร์ คิดเป็นร้อยละ 34.6 และพื้นที่อื่น ๆ รวมกัน อาทิ ปากเซ คำม่วน คิดเป็นร้อยละ 31.6 สามารถเรียงลำดับดังนี้ เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว บ้านเปงจาน อำเภอรัตนวาปี จังหวัดหนองคาย คิดเป็นร้อยละ 19.8 ข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ท่าเรือเขมราฐ อำเภอเขมราฐ จังหวัดอุบลราชธานี คิดเป็นร้อยละ 12.3 ข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว บ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ จังหวัดหนองคาย คิดเป็นร้อยละ 11.8 เข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว บ้านหว้านใหญ่ อำเภอหว้านใหญ่ จังหวัดมุกดาหาร คิดเป็นร้อยละ 10.5 ข้ามแดนผ่าน จุดผ่อนปรนชั่วคราว บ้านปากห้วย ตำบลหนองเผือ จังหวัดเลย คิดเป็นร้อยละ 10.2 ข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว บ้านบุ่งคล้า อำเภอบุ่งคล้า จังหวัดบึงกาฬ คิดเป็นร้อยละ 8.5 ข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ท่าเรือบ้านแพง อำเภอบ้านแพง จังหวัดนครพนม คิดเป็นร้อยละ 6.0 และ ข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว อื่น ๆ รวมกัน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 20.1

4.2 ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ผู้ที่มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเข้ามาประเทศไทย ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 399 คน ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.2 จำนวน และร้อยละพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว นักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

(n = 399)

	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว	2 ครั้ง	16	4.0
	3-5 ครั้ง	42	10.5
	6-8 ครั้ง	116	29.1
	9 ครั้งขึ้นไป	225	56.4
จำนวนวัน/คืนในการข้ามแดนมาเที่ยวในไทย	ไปแล้วกลับ(ไม่พักเลย)	228	57.1
	ใช้เวลาพัก 1 วัน/คืน	47	11.8
	ใช้เวลาพัก 2-3 วัน/คืน	22	5.5
	ใช้เวลาพัก 4- 5 วัน/คืน	45	11.3
	ใช้เวลาพักมากกว่า 5 วัน/คืน	45	11.3
	อื่น ๆ ระบุ (ค้างแรมที่โรงพยาบาล)	12	3.0
วัตถุประสงค์ในการข้ามแดนมาเที่ยวในไทย	ผ่านไปพื้นที่อื่น ๆ ในฝั่งไทย	51	12.8
	ซื้อสินค้าในฝั่งไทย	84	21.1
	นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย	147	36.8
	เยี่ยมญาติ/เพื่อนในฝั่งไทย	53	13.3
	ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน	18	4.4
	ท่องเที่ยวพักผ่อน	42	10.1
	ปฏิบัติราชการ/ประชุมสัมมนา	4	1.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

(n = 399)

	ตัวแปร	จำนวน	ร้อยละ
ลักษณะการเดินทาง	จัดการเดินทางด้วยตัวเอง	340	85.2
	ผ่านบริษัทนำเที่ยว	59	14.8
ยานพาหนะในการเดินทาง	รถยนต์ส่วนตัว	270	67.7
	รถเช่า/รถตู้	20	5.0
	เรือโดยสารข้ามฝาก	88	22.0
	รถยนต์บริษัทนำเที่ยว	20	5.0
	อื่น ๆ โปรดระบุ สามล้อเครื่อง	1	0.3
สถานะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง	เดินทางคนเดียว	157	39.3
	ครอบครัว/ญาติ	90	22.6
	เพื่อน	87	21.8
	เพื่อนร่วมงาน	22	5.5
	กลุ่มทัวร์	35	8.8
	อื่น ๆ โปรดระบุ	8	2.0
จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาเที่ยว	เดินทางคนเดียว	157	39.3
	เดินทาง 2-3 คน	103	25.9
	เดินทาง 4-5 คน	91	22.8
	เดินทาง 6 ขึ้นไป	48	12.0
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	ไม่เกิน1,000 บาท	89	22.3
	1,001-2,000บาท	183	45.9
	2,001-2,500บาท	57	14.3
	2,501-3,000 บาท	52	13.0
	มากกว่า3,000 บาท	18	4.5
กิจกรรมที่ใช้จ่ายมากที่สุด	ค่าที่พัก	20	5.0
	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	131	32.9
	ซื้อสินค้าอุปโภค	174	43.6
	ค่าบริการและค่าธรรมเนียมข้ามแดน	18	4.5
	ของทีระลึก	56	14.0

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

(n = 399)

ตัวแปร		จำนวน	ร้อยละ
กิจกรรมอื่น ๆ ที่อยากทำในขณะที่เดินทาง	การเที่ยวชมธรรมชาติในฝั่งไทย	64	16.0
	การเที่ยวชมศึกษาบรรยากาศบ้านเมืองในประเทศไทย	51	12.8
	การศึกษาหาความรู้ใหม่ในฝั่งไทย	23	5.8
	การซื้อของจำเป็นในฝั่งไทย	132	33.1
	การซ็อปปิ่งในฝั่งไทย	41	10.3
	การทำธุระส่วนตัวในฝั่งไทย	18	4.5
	การจับจ่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึกในฝั่งไทย	58	14.5
	อื่น ๆ โปรดระบุ	12	3.0
ความรู้สึกหลังจากกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในครั้งนี้	ความประทับใจเพิ่มมากขึ้นกว่าครั้งก่อน	62	15.5
	รู้สึกประทับใจเท่าเดิม	148	37.1
	รู้สึกเฉย ๆ	177	44.3
	ไม่รู้สึกประทับใจ	12	3.0
สถานที่ที่อยากเดินทางไป ขณะอยู่ฝั่งไทย โปรดระบุ	ห้างสรรพสินค้าเพื่อซื้อของ เช่น โลตัส เช่น โลตัส บิ๊กซี เทสโก้ แม็คโคร	286	ลำดับที่ 1
	โรงพยาบาล คลินิก สถานีอนามัย	31	ลำดับที่ 2
	บ้านญาติหรือคนรู้จัก	30	ลำดับที่ 3
	พื้นทีอื่น ๆ ที่มีแหล่งหางานทำ	28	ลำดับที่ 4
	แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น วัดสำคัญ	24	ลำดับที่ 5
กิจกรรมหลักในการเดินทางข้ามแดนครั้งนี้	ซื้อสินค้าไปขาย	198	ลำดับที่ 1
	นำสินค้ามาขาย	127	ลำดับที่ 2
	ไปหาหมอ	31	ลำดับที่ 3
	เยี่ยมเยือนญาติ	28	ลำดับที่ 4
	อื่น ๆ เช่น รับจ้างชั่วคราว ติดต่อราชการ	15	ลำดับที่ 5

จากตารางที่ 4.2 พบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว นักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักเดินทางที่มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวหลายครั้ง โดยพบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว มากกว่า 9 ครั้งขึ้นไป จำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 56.4 มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว 6-8 ครั้ง จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 29.1 มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว 3-5 ครั้ง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.5 และมีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวไม่เกิน 2 ครั้ง จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์จำนวนวัน/คืนในการข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการเดินทางแบบไปแล้วกลับ (ไม่พักเลย) จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.1 มีพฤติกรรมการข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทยโดยพัก ใช้เวลาพัก 4- 5 วัน/คืนหรือ นานกว่า จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 มีพฤติกรรมการข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทยโดยพัก 1 วัน/คืน จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.8 มีพฤติกรรมการข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทยโดยพัก 2-3 วัน/คืน จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ มีพฤติกรรมการข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทยโดยเหตุผลอื่น ๆ เช่น การเข้ารักษาตัวในโรงพยาบาล เป็นต้น จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์วัตถุประสงค์ในการข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย จำนวน 147 คน คิดเป็นร้อยละ 36.8 ไทย เพื่อข้ามแดนมาซื้อสินค้าในฝั่งไทย จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 เพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนในฝั่งไทย จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 เพื่อผ่านไปพื้นที่อื่น ๆ ในฝั่งไทย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 เพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.1 เพื่อทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.4 และ ปฏิบัติราชการ/ประชุมสัมมนา จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ลักษณะการเดินทางข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่จัดการการเดินทางด้วยตัวเอง จำนวน 340 คน คิดเป็นร้อยละ 85.2 และ ให้บริษัทนำเที่ยวจัดการการเดินทาง จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 14.8 ตามลำดับ ทั้งนี้เดินทางโดยใช้ยานพาหนะตนเองประเภทรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 270 คน คิดเป็นร้อยละ 67.7 เดินทางโดยใช้เรือโดยสารข้ามฝาก จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.0 เดินทางโดยใช้รถเช่า/รถตู้ หรือรถยนต์บริษัทนำเที่ยว จำนวน

40 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ เดินทางโดยวิธีอื่น ๆ เช่น เดินข้ามแม่น้ำและใช้สามล้อเครื่อง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สถานะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทางของนักเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางคนเดียว จำนวน 158 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 เป็นการเดินทางพร้อมกับครอบครัว/ญาติ จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.6 เป็นการเดินทางกับกลุ่มเพื่อน จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.8 เป็นการเดินทางกับกลุ่มทัวร์ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 และ เป็นการเดินทางแบบอื่น ๆ เช่น อีก จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว พบว่า ส่วนใหญ่เป็นการเดินทางคนเดียว จำนวน 157 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 2-3 คน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 มีจำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทาง 4-5 คนจำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.8 และ มีสมาชิกร่วมเดินทางตั้งแต่ 6 คนขึ้นไป จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายในการเดินทางข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางข้ามแดน จำนวน 1,001-2,000บาท จำนวน 183 คน คิดเป็นร้อยละ 45.9 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางข้ามแดน ไม่เกิน1,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.3 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางข้ามแดน 2,001-2,500บาท จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางข้ามแดน 2,501-3,000 บาท จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.0 และ มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางข้ามแดน มากกว่า 3,000 บาทขึ้นไป จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมที่ใช้จ่ายมากที่สุดขณะเดินทางข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่กิจกรรมที่ใช้จ่ายมากที่สุด คือ ซื้อสินค้าอุปโภคกลับคืน จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 43.6ลำดับรองลงมาได้แก่ และ การใช้จ่ายสำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.9การใช้จ่ายสำหรับซื้อของทีระลึก จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.0 การใช้จ่ายสำหรับค่าที่พัก จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และ การใช้จ่ายสำหรับค่าบริการและค่าธรรมเนียมข้ามแดนจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมอื่น ๆ ที่อยากทำในขณะที่เดินทางข้ามแดนมาเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ส่วนใหญ่ต้องการซื้อของจำเป็นในฝั่งไทย จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.1 ต้องการเที่ยวชมธรรมชาติในฝั่งไทย จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0 ต้องการจับจ่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึกในฝั่งไทย จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.5 ต้องการเที่ยวชมศึกษาบรรยากาศบ้านเมืองในประเทศไทย จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.8 ต้องการช็อปปิ่งในฝั่งไทย จำนวน 41 คน คิดเป็น

ร้อยละ 10.3 ต้องการศึกษาหาความรู้ใหม่ในฝั่งไทย จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 ต้องการทำธุระส่วนตัว และอื่น ๆ ในฝั่งไทย เช่น ตรวจโรค มาตามนัดแพทย์ อีก จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 7.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ความรู้สึกหลังจากกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในครั้งนี้ พบว่า ส่วนใหญ่รู้สึกเฉย ๆ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 ลำดับรองลงมาได้แก่ รู้สึกประทับใจเท่าเดิม จำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.1 รู้สึกประทับใจเพิ่มมากขึ้นกว่าครั้งก่อน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5 และไม่รู้สึกประทับใจ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์กิจกรรมหลักในการเดินทางข้ามแดนครั้งนี้ โดยใช้คำถามปลายเปิด พบว่ากิจกรรมหลัก 5 ลำดับแรกในการเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ได้แก่ 1) นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย 2) ซื้อสินค้ากลับไปขายยังประเทศเพื่อนบ้าน 3) ข้ามแดนเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนในฝั่งไทย (ตามบุญเดือนสี่) 4) ข้ามแดนเพื่อมารักษาโรคและความเจ็บป่วย และ 5) ข้ามแดนมาเพื่อรับจ้างเป็นแรงงานในไร่ สวน หรือสถานประกอบการต่าง ๆ ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์สถานที่ที่อยากเดินทางไปขณะอยู่ฝั่งไทย โดยใช้คำถามปลายเปิด พบว่ากิจกรรมหลัก 5 ลำดับแรก ในการเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ได้แก่ 1) ห้างสรรพสินค้า เช่น โลตัส บิ๊กซี เทสโก้ แม็คโคร 2) โรงพยาบาล คลินิก สถานีอนามัย 3) บ้านญาติหรือคนรู้จัก 4) แหล่งหางานทำ เช่น ในไร่ สวน หรือสถานประกอบการต่าง ๆ และ 5) แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น วัดคำชะโนด อำเภอบ้านดุง วัดป่าภูก้อน อำเภอนายูง วัดป่าบ้านตาด อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น

4.3 ส่วนที่ 3 ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 399 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว มีระดับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.60, S.D. = 0.38) โดยความตั้งใจที่จะมาซ้ำ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.46, S.D. = 0.71) โดยหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้นก็ยังจะมาเที่ยวอีก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.55, S.D. = 0.82) ส่วนความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน ภายใน 1 ปีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.38, S.D. = 0.82) ส่วนความตั้งใจที่จะบอกต่อ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.59, S.D. = 0.85) โดยมีระดับความตั้งใจที่จะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวจุดผ่อนปรนชั่วคราวแก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน มีค่าสูงสุด อยู่ใน

ระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.719) รองลงมาคือ จะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D. = 0.82) จะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่แน่นอน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.53, S.D. = 0.99) ระดับความตั้งใจแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาเที่ยว ณ จุดผ่านแดนนี้ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.38, S.D. = 0.84) และการกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้าท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 2.69, S.D. = 0.89) ดังตารางที่ 4.3

ตารางที่ 4.3 ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว

(n = 399)

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	**($\bar{X}$)**	**S.D.**	**แปลผล**
1) ความตั้งใจที่จะมาซ้ำ	**3.46**	**0.71**	**มาก**
ภายใน 1 ปีท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน	3.38	0.84	ปานกลาง
ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้นก็ยังจะมาเที่ยวอีก	3.55	0.82	มาก
2) ความตั้งใจที่จะบอกต่อ	**3.59**	**0.85**	**มาก**
ระดับความตั้งใจแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาเที่ยว ณ จุดผ่านแดนนี้	3.38	0.84	ปานกลาง
การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้าท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี่	2.69	0.89	ปานกลาง
จะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่แน่นอน	3.53	0.99	มาก
จะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวที่นี่แก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน	4.48	0.72	มากที่สุด
จะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง	3.91	0.82	มาก
รวม	**3.60**	**0.38**	**มาก**

4.4 ส่วนที่ 4 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว สปป. ลาว จำนวน 399 คน เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.4 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

(n = 399)

ลำดับ	ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	($\overline{X}$)	S.D.	แปลผล
1	มีรายได้พอเพียง	3.83	0.761	มาก
2	มีฐานะการเงินมั่นคง	3.70	0.770	มาก
3	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่แพงเกินไป	3.19	0.804	ปานกลาง
4	ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป	4.31	0.680	มากที่สุด
5	กฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน	4.75	0.431	มากที่สุด
6	กฎระเบียบไม่เข้มงวด มีความยืดหยุ่น	4.52	0.500	มากที่สุด
7	เจ้าหน้าที่ช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจ	3.85	0.811	มาก
8	ความสวยงามทางธรรมชาติ	3.39	0.711	ปานกลาง
9	ความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	4.12	0.754	มากที่สุด
10	สามารถมาสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นตามแนวตะเข็บชายแดนได้	4.35	0.731	มากที่สุด
11	ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว	4.00	0.800	มาก
12	สินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ	3.95	0.778	มาก
13	ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	4.25	0.784	มากที่สุด
14	ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น	4.28	0.731	มากที่สุด

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

(n = 399)

ลำดับ	ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	($\bar{X}$)	S.D.	แปลผล
15	มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ	4.03	0.916	มาก
16	ที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ	3.94	0.939	มาก
17	มีการบริการของร้านขายของฝากของที่ระลึก	3.65	0.951	มาก
18	การมีความพร้อมของมีบริการรถสาธารณะ เช่น เรือ รถเข้าเมือง	4.98	0.131	มากที่สุด
19	ป้ายแนะนำในการเยี่ยมชมตามจุดที่สำคัญ	4.66	0.669	มากที่สุด
21	การดูแลรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว	4.51	0.770	มากที่สุด
22	มีเจ้าหน้าให้บริการและอำนวยความสะดวกในการข้ามแดน	4.65	0.479	มากที่สุด
23	มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ	4.83	0.372	มากที่สุด
24	มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ	4.80	0.397	มากที่สุด
25	มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน	4.64	0.482	มากที่สุด
26	มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ฯลฯ	4.54	0.499	มากที่สุด
27	การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ละเอียดและทันสมัย	3.44	0.848	มาก
28	มีป้ายบอกทางสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจนมองเห็นได้ง่าย	3.83	0.725	มาก
29	มีระบบคมนาคมขนส่งพร้อม เช่น เรือ รถโดยสาร รถรับจ้าง	4.30	0.814	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยวชาว ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5 ลำดับแรก เป็นดังนี้ ปัจจัยด้านการมีความพร้อมของมีบริการรถสาธารณะ เช่น เรือ รถเข้าเมือง มีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.98, S.D. = 0.131) ปัจจัยด้านการมีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.83, S.D. = 0.372) ปัจจัยด้านการมีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการ

เคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.80, S.D. = 0.397) ปัจจัยด้านการมีกฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.75, S.D. = 0.431) และปัจจัยด้านการมีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D. = 0.482) ส่วนปัจจัยด้านราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่แพงเกินไป มีค่าต่ำที่สุด อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.19, S.D. = 0.804) ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยว ข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นดังนี้

สำหรับการศึกษาวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) โดยทำการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ที่เดินทางข้ามแดนซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการดำเนินการโดยใช้เป็นแบบสอบถามชุดเดียวกัน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทำการสกัดองค์ประกอบให้เหมาะสมกับความสัมพันธ์ของปัจจัยตามแต่ละตัวแปร ที่สกัดออกมา ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้ดังนี้

ตารางที่ 4.5 ค่า KMO and Bartlett's Test ปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.847
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	6.952
	df	406
	Sig.	.000

*กำหนดนัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ 0.05

จากตารางที่ 4.5 แสดงค่า Kaiser-Meyer-Olkin = 0.847 ซึ่งมากกว่า 0.50 สามารถสรุปได้ว่า ข้อมูลที่เก็บจากนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ที่เดินทางข้ามแดนซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่ จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความเหมาะสมและสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ได้ค่าประมาณการทางสถิติของ Chi-quare = 6.952 และ ค่าSignificant = 0.000 น้อยกว่า 0.05 สรุปได้ว่า ตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้ง 29 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันสามารถนำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจได้

การวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกัน ความสะดวกในการวิเคราะห์ และการเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงได้กำหนดสัญลักษณ์ของตัวแปลองค์ประกอบที่ใช้แทนตัวแปรสังเกต(Observed Variable) ดังนี้

สัญลักษณ์	ความหมาย
y	ความตั้งใจข้ามแดนซ้ำ
X_1	มีรายได้พอเพียง
X_2	มีฐานะการเงินมั่นคง
X_3	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เพียง
X_4	ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป
X_5	กฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน
X_6	กฎระเบียบไม่เข้มงวด มีความยืดหยุ่น
X_7	เจ้าหน้าที่ช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจ
X_8	ความสวยงามทางธรรมชาติ
X_9	ความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว
X_{10}	สามารถมาสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นตามแนวตะเข็บชายแดนได้
X_{11}	ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว
X_{12}	มีสินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ
X_{13}	ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม
X_{14}	ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น
X_{15}	มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ
X_{16}	มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ
X_{17}	มีบริการของร้านขายของฝากของที่ระลึก
X_{18}	มีบริการรถสาธารณะครบ เช่น เรือโดยสารข้ามฝาก รถโดยสารเข้าเมือง รถรับจ้าง
X_{19}	ป้ายแนะนำในการเยี่ยมชมตามจุดที่สำคัญ
X_{20}	มีความปลอดภัยขณะเดินทางข้ามแดนและท่องเที่ยว
X_{21}	การดูแลรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว
X_{22}	มีเจ้าหน้าให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางข้ามแดน
X_{23}	มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ
X_{24}	มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น ตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ

สัญลักษณ์	ความหมาย
X_{25}	มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน
X_{26}	มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานเพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด
X_{27}	การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ข้อมูลที่ละเอียดและทันสมัย
X_{28}	มีป้ายบอกทางของสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจนมองเห็นได้ง่าย
X_{29}	ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่ง โดยสาร เช่น เรือ รถโดยสาร รถรับจ้าง

ตารางที่ 4.6 ค่า Total Variance Explained ของตัวแปรสำหรับความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

Total Variance Explained: Method for Extraction (Principal Component Analysis PCA)

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.875	27.154	27.154	7.875	27.154	27.154	5.033	17.354	17.354
2	4.824	16.635	43.789	4.824	16.635	43.789	3.773	13.010	30.364
3	2.025	6.982	50.771	2.025	6.982	50.771	2.979	10.273	40.636
4	1.877	6.471	57.242	1.877	6.471	57.242	2.875	9.915	50.551
5	1.382	4.765	62.006	1.382	4.765	62.006	2.345	8.085	58.636
6	1.295	4.466	66.472	1.295	4.466	66.472	1.777	6.128	64.764
7	1.085	3.743	70.215	1.085	3.743	70.215	1.581	5.451	70.215
8	.995	3.431	73.646						
9	.876	3.019	76.665						
10	.711	2.452	79.117						
11	.651	2.243	81.361						
12	.631	2.175	83.536						
13	.584	2.015	85.551						
14	.499	1.720	87.270						
15	.441	1.519	88.790						

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

Total Variance Explained: Method for Extraction (Principal Component Analysis PCA)

Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
16	.381	1.314	90.104					
17	.367	1.266	91.369					
18	.352	1.214	92.584					
19	.338	1.164	93.748					
20	.308	1.061	94.809					
21	.253	.871	95.680					
22	.234	.806	96.486					
23	.219	.755	97.241					
24	.195	.673	97.913					
25	.173	.598	98.512					
26	.146	.503	99.015					
27	.128	.440	99.455					
28	.102	.351	99.806					
29	.056	.194	100.000					

Extraction Method: Principal Component Analysis.

ตารางที่ 4.6 แสดง ค่า Total Variance Explained ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากจำนวนตัวแปรปัจจัยต่าง ๆ ทั้งหมด 28 ตัวแปร นั้นสามารถจัดได้เป็นจำนวน 5 Factors โดยค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด สามารถอธิบายได้ดึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 17.354, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 13.010, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 11.272, Factor ที่ 4 = ร้อยละ 9.915 และ Factor ที่ 5 = ร้อยละ 8.085 ทั้งนี้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบพิจารณาได้โดยละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.7 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 1 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน Factor 1	ค่าน้ำหนัก						
	1	2	3	4	5	6	7
มีสินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ (X_{12})	0.778						
มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ(X_{15})	0.778						
มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ(X_{16})	0.741						
ความสวยงามทางธรรมชาติ(X_8)	0.574						
กฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน (X_5)	0.545						

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายหลังการหมุนแกน – Factor 1 พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน โดยสามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 1 ได้จำนวน 5 ตัวแปร ดังนี้ 1) มีสินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ (X_{12}) 2) มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ (X_{15}) 3) มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ (X_{16}) 4) ความสวยงามทางธรรมชาติ(X_8) และ 5) กฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน (X_5)โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.778, 0.778, 0.741, 0.574 และ 0.545 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 2 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน Factor 2	ค่าน้ำหนัก						
	1	2	3	4	5	6	7
มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด (X_{26})		0.703					
การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ข้อมูลที่ละเอียดและทันสมัย (X_{27})		0.611					
ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เพียงพอ (X_3)		0.568					
ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว (X_{11})		0.558					
กฎระเบียบไม่เข้มงวด มีความยืดหยุ่น (X_6)		0.526					

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายหลังการหมุนแกน – Factor 2 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 2 ได้จำนวน 5 ตัวแปร ดังนี้ 1) มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า แสงสว่าง น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด (X_{26}) 2) การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ข้อมูลที่ละเอียดและทันสมัย (X_{27}) 3) ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เพียง (X_3) 4) ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว (X_{11}) และ 5) กฎระเบียบไม่เข้มงวด มีความยืดหยุ่น (X_6) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.703, 0.611, 0.568, 0.558 และ 0.526 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 3 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน Factor 3	ค่าน้ำหนัก						
	1	2	3	4	5	6	7
มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ (X_{23})			0.825				
มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ (X_{24})			0.778				
มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน (X_{25})			0.713				

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายหลังการหมุนแกน – Factor 3 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 3 ได้จำนวน 3 ตัวแปร ดังนี้ 1) มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ (X_{23}) 2) มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ (X_{24}) และ 3) มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน (X_{25}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.825, 0.778 และ 0.713 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 4 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน Factor 4	ค่าน้ำหนัก						
	1	2	3	4	5	6	7
มีรายได้พอเพียง (X_1)				0.721			
มีความปลอดภัยขณะเดินทางข้ามแดนและท่องเที่ยว (X_{20})				0.703			
สามารถสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ง่าย ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสาร(X_{13})				0.642			
ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป (X_4)				0.640			

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายหลังการหมุนแกน – Factor 4 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 4 ได้จำนวน 4 ตัวแปร ดังนี้ 1) มีรายได้พอเพียง (X_1) 2) มีความปลอดภัยขณะเดินทางข้ามแดนและท่องเที่ยว(X_{20}) 3) สามารถสื่อสารระหว่างวัฒนธรรมได้ง่าย ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสาร(X_{13}) และ 4) ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป (X_4) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.721, 0.703, 0.642 และ 0.640 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.11 ค่าน้ำหนักองค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน – Factor 5 โดยวิธี Varimax ของตัวแปรปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว

องค์ประกอบภายหลังการหมุนแกน Factor 5	ค่าน้ำหนัก						
	1	2	3	4	5	6	7
มีฐานะการเงินมั่นคง(X_2)					0.768		
ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น(X_{14})					0.655		

(กำหนดให้แสดงค่าเฉพาะค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มีค่ามากกว่า 0.50 ขึ้นไป)

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือภายหลังการหมุนแกน– Factor 5 พบว่า สามารถสรุปได้ค่าน้ำหนักองค์ประกอบของตัวแปรปัจจัยในกลุ่ม Factor ที่ 5 ได้จำนวน 2 ตัวแปร ดังนี้ 1) มีฐานะการเงินมั่นคง(X_2) และ 2) ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น(X_{14}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.768 และ 0.655ตามลำดับ

นอกจากนี้ยังพบว่า มีอีก 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ได้แก่ ปัจจัยด้านการมีบริการของร้านขายของฝากของที่ระลึก(X_{17}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.746 และ ปัจจัยด้านการมีป้ายบอกทางของสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจนมองเห็นได้ง่าย (X_{28}) โดยมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบเท่ากับ 0.834 ตามลำดับ

จากผลการวิจัยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA) สรุปตัวแปรปัจจัยที่สามารถนำไปใช้ได้ เนื่องจากค่าน้ำหนักองค์ประกอบมีค่ามากกว่า 0.5 จาก 5 Factors รวมทั้งหมด 19 ตัวแปรที่สามารถนำไปใช้ได้ และ อีก 8 ตัวแปร ซึ่งมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบน้อยกว่า 0.5 แสดงถึงการไม่มีความสัมพันธ์กันภายหลังการหมุนแกน ประกอบด้วย

X_7 เจ้าหน้าที่ช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจ

X_9 ความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว

X_{10} สามารถมาสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นตามแนวตะเข็บชายแดนได้

X_{11} ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว

X_{13} ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม

X_{18} มีบริการรถสาธารณะครบ เช่น เรือโดยสารข้ามฝาก รถโดยสารเข้าเมือง รถรับจ้าง

X_{19} ป้ายแนะนำในการเยี่ยมชมตามจุดที่สำคัญ

X_{21} การดูแลรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว

X_{22} มีเจ้าหน้าให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางข้ามแดน

X_{29} ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่ง โดยสาร เช่น เรือ รถโดยสาร รถรับจ้าง

4.5 ส่วนที่ 5 วิเคราะห์ตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำโดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของการนำเข้าสมการ

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นดังนี้

จากผลการวิเคราะห์การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)สรุปตัวแปรปัจจัยที่สามารถนำไปใช้วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของการนำเข้าสมการ(Stepwise Multiple Regression Analysis) รวมทั้งหมด 21 ตัวแปร จากจำนวน 5 Factors และทำการตัดออก 10 ตัวแปร โดยผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ของตัวแปร ดังนี้

ตารางที่ 4.12 สัญลักษณ์แทนตัวแปรในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของการนำเข้าสมการ

สัญลักษณ์		ความหมาย
ตัวแปร	สัญลักษณ์	
Travel intention	y	ความตั้งใจมาเดินทางผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวซ้ำ
factor_1	factor_1	ได้จาก (X_{12}), (X_{15}), (X_{16}), (X_8) และ (X_5)
factor_2	factor_2	ได้จาก (X_{26}), (X_{27}), (X_3), (X_{11}) และ (X_6)
factor_3	factor_3	ได้จาก (X_{23}), (X_{24}) และ (X_{25})
factor_4	factor_4	ได้จาก (X_1), (X_{20}) , (X_{13}) และ (X_4)
factor_5	factor_5	ได้จาก (X_2) และ (X_{14})

ผลการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ในการวิเคราะห์การถดถอยของชุดข้อมูลวิเคราะห์ตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำ โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของการนำเข้าสมการ จำนวน 399 คน ผลการวิเคราะห์เป็นดังนี้

ตารางที่ 4.13 ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้ และ ค่าความโด่งของตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำ

	Minimum	Maximum	Mean	Std.Deviation	Skewness	Kurtosis
y	2.70	5.00	3.602	0.382	1.118	8.756
factor_1	2.40	4.36	4.016	0.570	-0.252	-0.791
factor_2	3.40	5.00	4.175	0.442	0.107	-1.246
factor_3	4.00	5.00	4.759	0.339	-1.293	0.425
factor_4	2.75	5.00	4.134	0.586	-0.028	-1.250
factor_5	3.00	5.00	3.990	0.620	-0.057	-0.813

จากตารางที่ 4.13 พบว่าชุดข้อมูลวิเคราะห์ตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของการนำเข้าสมการ การแจกแจงแบบปกติพิจารณาได้จากค่า ความเบ้ (Skewness) อยู่ระหว่าง -3 ถึง +3 (Khemavut, 2010) จะถือว่าชุดข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ โดยพบว่า ค่าความเบ้ของข้อมูล มีค่าอยู่ระหว่าง -1.293 ถึง 1.118 ถือว่าชุดข้อมูลมีการแจกแจงแบบปกติ นอกจากนี้ข้อมูลมีลักษณะเบื้องต้นที่เหมาะสมในการนำไปวิเคราะห์ด้วยการถดถอยพหุคูณตามลำดับความสำคัญของการนำเข้าสมการได้ โดย มีค่าต่ำสุด(Minimum) อยู่ในช่วง 2.40 ถึง 4.00 ส่วนค่าสูงสุด (Maximum) อยู่ในช่วง 4.36 ถึง 5.00 มีค่าเฉลี่ย (Mean) อยู่ในช่วง 3.602 ถึง 4.759 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน อยู่ในช่วง 0.339 ถึง 0.620 และค่าความโด่ง (Kurtosis) อยู่ในช่วง -1.250 ถึง 8.756

ตารางที่ 4.14 ผลการตรวจสอบความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกันของชุดข้อมูล

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.759[g]	.576	.568	.251	1.464

Dependent Variable: y

จากตารางที่ 4.14 พบว่า ผลการตรวจสอบความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน (ไม่เกิด Autocorrelation) ของชุดข้อมูล ซึ่งพิจารณาได้จากค่า Durbin-Watson โดยมีเกณฑ์วัดค่า ดังนี้

1) มีค่าอยู่ในช่วง 1.5-2.5 แสดงว่ามีความเป็นอิสระต่อกัน
2) มีค่าอยู่ในช่วง 2.6-5.0 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางลบ และ
3) มีค่าอยู่ในช่วง 0 -1.5 แสดงว่ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก

ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า Durbin-Watson ของชุดข้อมูล มีค่าเท่ากับ 1.464 แสดงว่า ข้อมูลมีความเป็นอิสระต่อกัน(ไม่เกิด Autocorrelation)

ตารางที่ 4.15 ความสัมพันธ์เชิงเส้นของตัวแปรทำนายความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.781	7	4.112	54.836	.000[b]
	Residual	29.317	391	.075		
	Total	58.098	398			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), factor_1, factor_2, factor_3, factor_4, factor_5

โดยใช้การวิเคราะห์ ANOVA เพื่อวิเคราะห์ความแปรปรวนสำหรับการทดสอบว่าจะสามารถใช้ตัวแปรอิสระที่คัดเลือกเข้าสมการนี้มาพยากรณ์ตัวแปรตามได้หรือไม่ ซึ่งจะปฏิเสธสมมติฐาน H0 ถ้า $F > F_{1,, 391} = 54.836$ เนื่องจาก F = 54.836 จึงปฏิเสธ H0 หรือตัวแปรทำนายสัมพันธ์กับตัวแปร y ในรูปเชิงเส้นได้ (เนื่องจากค่า Sig. มีค่าน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด 0.5)

จากผลการวิเคราะห์สามารถนำมาเขียนเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบสมการเชิงเส้นการถดถอยพหุคูณ(Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดสัญลักษณ์ของตัวแปร ดังนี้

y	แทน Travel intention	คือ ความตั้งใจมาเดินทางผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวซ้ำ
β_1 - β_n	แทน Beta	คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
factor_1	แทน factor_1	คือ ปัจจัยจาก (X_{12}), (X_{15}), (X_{16}), (X_8) และ (X_5)
factor_2	แทน factor_2	คือ ปัจจัยจาก (X_{26}), (X_{27}), (X_3), (X_{11}) และ (X_6)
factor_3	แทน factor_3	คือ ปัจจัยจาก (X_{23}), (X_{24}) และ (X_{25})
factor_4	แทน factor_4	คือ ปัจจัยจาก (X_1), (X_{20}) , (X_{13}) และ (X_4)
factor_5	แทน factor_5	คือ ปัจจัยจาก (X_2) และ (X_{14})

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป จะได้ผลตามตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 4.16 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ แสดงค่า R^2 ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

Model	R	R^2	Adjusted R^2	Std. Error of the Estimate
1	.584[a]	.341	.339	.311
2	.681[b]	.463	.460	.281
3	.733[c]	.538	.534	.260
4	.744[d]	.554	.549	.257
5	.749[e]	.561	.555	.255

จากตารางที่ 4.16 พบว่า ตัวแปรอิสระที่คัดเลือกเข้าสมการพยากรณ์ตัวแปรตามได้ร้อยละ 57.6 (R^2 = 0.576) นั่นคือ factor_1, factor_2, factor_3, factor_4 และ factor_5 สามารถพยากรณ์ y ได้ร้อยละ 56.1 (R^2 = 0.561)

ตารางที่ 4.17 ผลการสร้างสมการการถดถอยพหุคูณ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
	β	Std. Error	β		
(Constant)	1.379	.373		3.695	.000
factor_1	0.154	.032	0.230	-4.842	.000
factor_2	0.586	.041	0.678	14.394	.000
factor_3	0.066	.045	0.058	-1.471	.142
factor_4	0.186	.027	0.285	6.768	.000
factor_5	0.015	.027	0.025	-.560	.576

a. Dependent Variable: Y

Y = (0.154) x factor_1+ (0.586) x factor_2+ (0.066) x factor_3+ (0.186) x factor_4 + (0.015) x factor_5 + (0.044)

ดังนั้นเมื่อแทนค่าในสมการคะแนนมาตรฐาน จะได้

Travel intention = (0.154) x factor_1+ (0.586) x factor_2+ (0.066) x factor_3+ (0.186) x factor_4 + (0.015) x factor_5

4.6 ส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะและการความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคะวันออกเฉียงเหนือ

จากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามสามารถรวบรวมข้อเสนอแนะและการความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคะวันออกเฉียงเหนือ โดยสรุป เป็นภาพรวมได้ดังนี้

- ขยายเวลาให้สามารถอยู่ในประเทศไทยมากกว่า 3 วัน โดยต้องมีใบรับรอง เช่น ใบรับรองแพทย์จากโรงพยาบาล หรือใบรับรองการทำงานจากผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องที่สอดคล้องกับความจำเป็นเพื่อลดค่าใช้จ่ายและอุปสรรคในการทำงาน
- การผ่อนผันค่าธรรมเนียมผ่านแดน กรณี ผู้ด้อยโอกาส อาทิ คนชรา เด็กเล็ก และผู้ป่วย เพื่อบรรเทาความลำบาก ด้วยความจำเป็นด้านคุณภาพชีวิต
- การบริการที่เป็นมิตรและมนุษยธรรมมากขึ้นโดยเฉพาะ กรณีฉุกเฉินจำเป็น

บทที่ 5
สรุป อภิปรายผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาวในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และ 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำ เพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยใช้การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) จากนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ที่เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวเข้ามาประเทศไทย ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 399 ชุด ใช้สถิติเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยว และความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำใช้การวิเคราะห์องค์ประกอบ (Factor Analysis) และการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาสำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ

5.1 สรุปผลการศึกษา

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุในช่วงระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาในระดับชั้นประถมศึกษา มีอาชีพค้าขายและอาชีพรับจ้างทั่วไป โดยภาพรวมมีรายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน แต่ส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อต่อเดือน มีภูมิลำเนาในเมืองหลวงเวียงจันทร์เป็นส่วนใหญ่ โดยทั้งหมดเดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว จากพื้นที่ 6 จังหวัด ได้แก่ 1) จุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดเลย ได้แก่ บ้านปากห้วย อำเภอท่าลี่ 2) จุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดหนองคาย ได้แก่ บ้านเปงจาน อำเภอรัตนวาปี และ บ้านหม้อ อำเภอศรีเชียงใหม่ 3) จุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดบึงกาฬ ได้แก่ บ้านบุ่งคล้า อำเภอบุ่งคล้า 4) จุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดจังหวัดนครพนม ได้แก่ ท่าเรือบ้านแพง อำเภอบ้านแพง 5) จุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร ได้แก่ บ้านหว้านใหญ่ อำเภอหว้านใหญ่ 6) จุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี ได้แก่ ท่าเรือเขมราฐ อำเภอเขมราฐ

สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวบ่อยครั้ง ลักษณะไป- กลับ (ไม่พักเลย) และเป็นการเดินทางคนเดียว หรืออาจจะเดินทางเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกร่วมเดินทาง 2-3 คนและใช้ยานพาหนะตนเองก่อนจะข้ามพรมแดน แม่น้ำโขงและแม่น้ำเหือด (จุดผ่านแดนบ้านปากห้วย จังหวัดเลย) โดยใช้เรือโดยสารข้ามฝาก เพื่อนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย และซื้อสินค้าในฝั่งไทย กลับไปจำหน่ายในขากลับ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,001-2,000 บาทต่อครั้ง กิจกรรมที่ใช้จ่ายมากที่สุด คือ ซื้อสินค้าอุปโภค ส่วนกิจกรรมอื่นที่อยากทำขณะที่เดินทางข้ามแดนมาในประเทศไทย คือ ต้องการซื้อของจำเป็นในฝั่งไทย มีความรู้สึกหลังจากกลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า ส่วนใหญ่รู้สึกเฉย ๆ หรือ มีความรู้สึกประทับใจเท่าเดิม กิจกรรมหลัก 5 ลำดับแรกในการเดินทางข้ามแดนโดยใช้คำถามปลายเปิด ได้แก่ 1) นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย 2) ซื้อสินค้ากลับไปขายยังประเทศเพื่อนบ้าน 3) ข้ามแดนเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อนในฝั่งไทย (ตามบุญเดือนสี่) 4) ข้ามแดนเพื่อมารักษาโรคและความเจ็บป่วย และ 5) ข้ามแดนมาเพื่อรับจ้างเป็นแรงงาน ตามลำดับ สถานที่ที่อยากเดินทางไป 5 ลำดับแรก โดยใช้คำถามปลายเปิดเช่นกัน ได้แก่ 1) ห้างสรรพสินค้า เช่นโลตัส บิ๊กซี เทสโก้ แม็คโคร 2) โรงพยาบาล คลินิก สถานีอนามัย 3) บ้านญาติหรือคนรู้จัก 4) แหล่งหางานทำ เช่น ในไร่ สวน หรือสถานประกอบการต่าง ๆ และ 5) แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น วัดคำชะโนด อำเภอบ้านดุง วัดป่าภูก้อน อำเภอนายูง และวัดป่าบ้านตาด อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี เป็นต้น

สำหรับความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.60, S.D. = 0.38) โดยความตั้งใจที่จะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวจุดผ่อนปรนชั่วคราวแก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน มีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.72) รองลงมาโดยเรียงลำดับ ได้แก่ การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการมาเที่ยวมาก่อน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.93, S.D. = 0.42) ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.91, S.D. = 0.82) เมื่อมีคนวิจารณ์ว่าสถานที่ท่องเที่ยวจุดผ่อนปรนชั่วคราวไม่ดีตั้งใจที่จะแสดงความคิดเห็นทันที อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.87, S.D. = 0.97) ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้นก็ยังจะมาเที่ยวอีก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.55, S.D. = 0.82)

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory Factor Analysis: EFA)

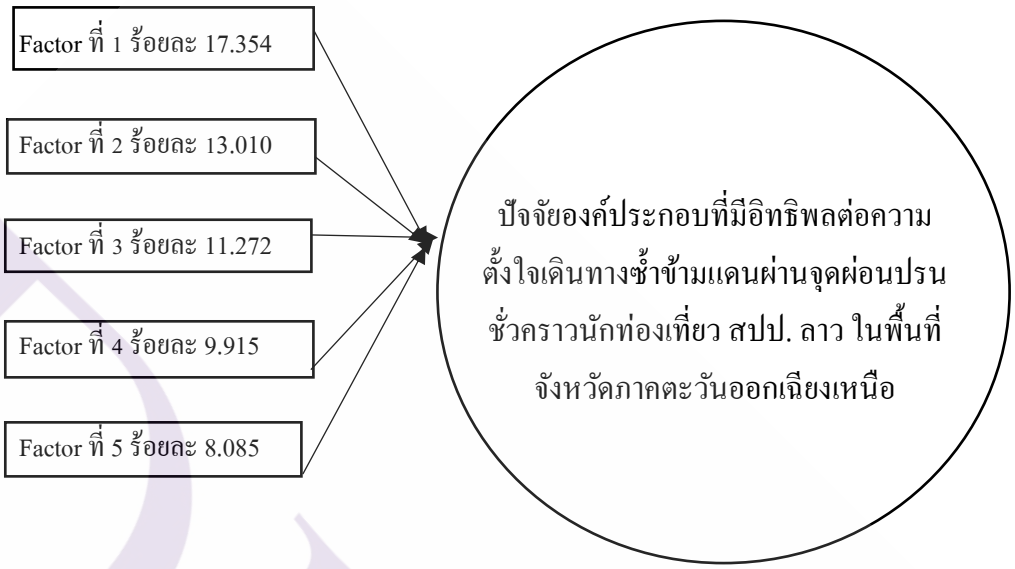
สามารถจัดได้เป็น จำนวน 5 Factors โดย ค่าน้ำหนักองค์ประกอบนั้น Factor ที่ 1 นั้นมีความสำคัญที่สุด ซึ่งสามารถอธิบายได้ดึงความแปรปรวนของชุดข้อมูล = ร้อยละ 17.354, Factor ที่ 2 = ร้อยละ 13.010, Factor ที่ 3 = ร้อยละ 11.272, Factor ที่ 4 = ร้อยละ 9.915 และ Factor ที่ 5 = ร้อยละ 8.085 ตามลำดับ ทำให้มีตัวแปรปัจจัยที่สามารถนำไปใช้ได้ ทั้งหมด 19 ตัวแปร ได้แก่

ตารางที่ 5.1 ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว

Factor	ปัจจัยปัจจัยองค์ประกอบ	Factor Loading
1	มีสินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ (X_{12})	0.778
	มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ (X_{15})	0.778
	มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ (X_{16})	0.741
	ความสวยงามทางธรรมชาติ(X_8)	0.574
	กฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน (X_5)	0.545
2	มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า แสงสว่าง น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด (X_{26})	0.703
	การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวที่ละเอียดและทันสมัย (X_{27})	0.611
	ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่เพียง (X_3)	0.568
	ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว (X_{11})	0.558
	กฎระเบียบไม่เข้มงวด มีความยืดหยุ่น (X_6)	0.526
3	มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ (X_{23})	0.825
	มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ (X_{24})	0.778
	มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน (X_{25})	0.713
4	มีรายได้พอเพียง (X_1)	0.721
	ความปลอดภัยขณะเดินทางข้ามแดนและท่องเที่ยว(X_{20})	0.703
	ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสาร(X_{13})	0.642
	ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป (X_4)	0.640
5	มีฐานะการเงินมั่นคง(X_2)	0.768
	ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น(X_{14})	0.655

***นัยสำคัญที่ 0.05

สามารถนำเสนอภาพความสัมพันธ์ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ได้ดังภาพที่ 5-1



ภาพที่ 5.1 : ปัจจัยองค์ประกอบความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว เพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการนำเข้าสมการ พบว่าตัวแปรอิสระ ที่คัดเลือกเข้าสมการพยากรณ์ความตั้งใจมาเดินทางผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวซ้ำ ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว สปป. ลาวได้ ร้อยละ 56.1 ($R^2 = 0.561$) นั่นคือ factor_1, factor_2, factor_3, factor_4 และ factor_5 สามารถพยากรณ์ y ได้ร้อยละ 56.1 ($R^2 = 0.561$)

สมการคะแนนมาตรฐาน จะได้

Travel intention = (0.154) x factor_1+ (0.586) x factor_2+ (0.066) x factor_3+ (0.186) x factor_4 + (0.015) x factor_5

สำหรับข้อเสนอแนะและการความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจเดินซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ การขยายเวลาที่พำนักในประเทศได้มากกว่า 3 วัน โดยต้องมีใบรับรอง เพื่อลดค่าใช้จ่ายและอุปสรรคในการทำงาน และต้องการให้

ผ่อนผันค่าธรรมเนียมผ่านแดนแก่ผู้ด้อยโอกาส ตลอดจนให้บริการอย่างเป็นมิตรและมนุษยธรรมมากขึ้น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ที่เดินในพื้นที่จังหวัดภาคะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยกลางคนที่รายได้ไม่เกิน 20,000 บาทต่อเดือน มีระดับการศึกษาไม่สูงนัก แต่ที่สำคัญคือ มีอาชีพค้าขาย สอดคล้องกับ อังคณา ธรรมสัจการ และ สายฝน ไชยศรี (2558) ที่พบว่า ผู้ประกอบการที่ด่านชายแดนส่วนใหญ่จะเป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 30-45 ปี ข้ามแดนมาซื้อสินค้าสินค้าอุปโภค บริโภคที่ผลิตในประเทศไทย โดยใช้เงินสด สกุลบาท พร้อมกับนำสินค้าเกษตรและ สินค้าที่หาได้จากธรรมชาติมาขายแลกเปลี่ยน ลักษณะดังกล่าว เทพรักษ์ สุริฝ่าย และ ลำปาง แม่นมาตย์ (2561) อธิบายว่า การค้าชายแดนไทย-ลาว มีลักษณะรูปแบบการค้าขนาดเล็ก อาชีพหลักของครอบครัวพ่อค้า แม่ค้า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม แต่จะเลือกประกอบอาชีพค้าขายเป็นอาชีพเสริม ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าที่นำมาขายหรือจำหน่ายบริเวณชายแดนไทย-ลาว ส่วนใหญ่เป็น พืชผัก ผลไม้ของป่า และสินค้า OTOP เช่น ไม้กวาดผลิตจากไม้ไผ่ กล่องข้าวผลิตจากไม้ไผ่ และสินค้าเบ็ดเตล็ด ซึ่ง ปิยะพร ศรีสมุทร (2558) อธิบายว่า พฤติกรรมของชาว สปป. ลาว ที่เดินทางมาชายแดนส่วนใหญ่ จะมาซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคราคาถูก ตลอดจนเดินทางข้ามแดนเพื่อมารักษาพยาบาล และการติดต่อค้าขายตามวิถีคนเมืองชายแดนที่เดินทางไปมาหาสู่กันเช่นนี้ตั้งแต่สมัยโบราณ สอดคล้องกับ นารา กิตติเมธีกุล (2559) ที่ระบุว่า ผู้บริโภครายย่อยชาว สปป. ลาว ต้องการสินค้าที่มีคุณภาพที่มีราคาถูก ซึ่งจะนิยมไปซื้อหาที่ตลาดนัดใกล้ด่านผ่านแดนซึ่งพ่อค้าชาวไทยนำมาจำหน่าย กรมการค้าต่างประเทศ (2550) รายงานว่า ตลาดนัดใกล้ด่านผ่านแดนเป็นรูปแบบการค้าที่เกิดขึ้นของประชาชนหรือผู้ประกอบการที่มีภูมิลำเนา ในพื้นที่ที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านจะเริ่มมาจากการซื้อ ขาย แลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประชาชนที่อยู่อาศัยตามชายแดนของทั้งสองฝ่ายมีมูลค่าไม่สูงมาก ส่วนใหญ่เป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตประจำวัน เป็นการค้าที่มีกรรมวิธีไม่ยุ่งยาก ประเสริฐ วิจิตรนพรัตน์ (2557) ระบุว่า สินค้ากลุ่มเสื้อผ้า อุปกรณ์ไฟฟ้า และอิเล็กทรอนิกส์ เป็นสินค้าที่ผู้บริโภคลาวใช้บ่อย และมีความต้องการสูง ส่วนสินค้าที่นิยมของลูกค้าชาวไทย ส่วนใหญ่สินค้าที่หาได้จากธรรมชาติ ได้แก่ ของป่า ซากสัตว์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม เทพรักษ์ สุริฝ่าย และ ลำปาง แม่นมาตย์ (2561) ระบุว่า การค้าชายแดนเป็นกิจกรรมการซื้อ ขาย และแลกเปลี่ยนสินค้าระหว่างประชาชนที่อาศัยอยู่ตามแนวชายแดนไทย-ลาว ซึ่งทำให้มี การเคลื่อนย้ายสินค้าบริเวณตลาดการค้าชายแดนก่อให้เกิดอาชีพและการจ้างงานในพื้นเพิ่มขึ้น เช่น อาชีพแรงงานในร้านอาหาร อาชีพขับรถสองแถว อาชีพขับเรือ

รับจ้าง อาชีพขนส่งสินค้าในตลาดหรือขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอาชีพพ่อค้าแม่ค้าหาบเร่แผงลอย จำหน่ายอาหารทั่วไป และอาชีพพ่อค้า อย่างไรก็ตามจากผลกระทบที่เกิดขึ้นนั้นมีบางอาชีพที่ลดลง เช่น การประกอบอาชีพทางการเกษตรลดลง เนื่องจากพื้นที่ทางการเกษตรลดลงและหันมาประกอบอาชีพค้าขายและรับจ้างแทนการทำการเกษตรอย่างเดิม โดยทั้งหมดทำให้ชุมชนชายแดนกลายเป็นย่านการค้าที่มีลักษณะเฉพาะเกิดขึ้นตามด่านชายแดน ตลอดจนจุดผ่อนปรนชั่วคราวในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Felsenstein and freeman (2001) ที่ระบุว่า การเข้ามาท่องเที่ยวเมืองชายแดนเพื่อจับจ่ายยังเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมไปทั่วโลก และทำให้การท่องเที่ยวเมืองชายแดนมีการพัฒนาขึ้น พิชิต พรหมประศรี (2559) กล่าวว่า จุดผ่อนปรนชั่วคราวถือเป็นช่องทางที่เปิดระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกันให้มีการค้าขายสินค้าที่จำเป็นต่อการอุปโภคบริโภคของประชาชนทั้งสองประเทศ ถือเป็นแหล่งรายได้สำคัญ ช่วยสร้างอาชีพแก่ประชาชนท้องถิ่น ถือเป็นทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจและเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้าน ส่วน กีรติพร จูตะวิริยะ (2560) กล่าวถึงบทบาทของการค้าในพื้นที่ชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านใน 31 จังหวัดทั่วประเทศว่า มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) มากถึงร้อยละ 15 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ กิจกรรมการค้าชายแดนจึงทำให้มีการไหลเวียนของผู้คนและสินค้า ซึ่ง Hausman and Haytko (2007) ระบุว่า ประโยชน์ที่เกิดจากการค้าชายแดนนั้นไม่เพียงแต่ส่งผลดีต่อผู้คนที่อาศัยอยู่ในบริเวณชายแดนเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อความใกล้ชิดและความร่วมมือระหว่างประเทศมากขึ้นด้วย

จากผลการศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยวชาว สปป.ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ พบว่า ส่วนใหญ่มีประสบการณ์เดินทางข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวบ่อยครั้ง ลักษณะไป- กลับ (ไม่พักเลย) และเป็นการเดินทางคนเดียว หรืออาจจะเดินทางเป็นกลุ่มที่มีสมาชิกร่วมเดินทาง 2-3 คนและใช้ยานพาหนะตนเองก่อนจะข้ามพรมแดน แม่น้ำโขงและแม่น้ำเหือด (จุดผ่านแดนบ้านปากห้วยจังหวัดเลย) โดยใช้เรือโดยสารข้ามฝาก เพื่อนำสินค้าเข้ามาจำหน่าย และซื้อสินค้าในฝั่งไทยกลับไปจำหน่ายในขากลับ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 1,001-2,000 บาทต่อครั้ง กิจกรรมที่ใช้จ่ายมากที่สุด คือ ซื้อสินค้าอุปโภค ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริญญา วิรุณราช และคณะ (2556) ที่พบว่า ลูกค้าที่ตลาดชายแดนไทย-ลาว จะมีรายได้ไม่สูง เฉลี่ยใช้จ่ายต่อครั้งประมาณ 2,000 บาท ลักษณะดังกล่าว มณีรัตน์ การรักษ์ (2558) อธิบายว่า พฤติกรรมของลูกค้าที่ตลาดชายแดนส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญราคาถูกเมื่อเปรียบเทียบกับร้านจำหน่ายสินค้าทั่วไป ลักษณะสำคัญคือระยะทางไม่ไกลจากภูมิลำเนาที่อาศัยอยู่ สามารถเดินทางไป-กลับได้โดยสะดวก โดยจะใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณครั้งละ

1,000-2,000 บาท ซึ่งสอดคล้องกับ กันตเมศฐ์ วงศ์ธิวัฒน์ และ นันทสารี สุขโต (2557) ที่พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าตลาดชายแดนไทย-พม่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มักเป็นลูกค้าที่มีรายได้ไม่สูง ส่วน อันทร์ธีรา เดชธนันนิติกุล (2554) ระบุว่า ผู้ที่มาใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จะข้ามแดนมาใช้บริการในช่วงวันหยุด (เสาร์-อาทิตย์) เช่นเดียวกันกับ นิรัชพร จันทร์สุข และบุษกร ถาวรประสิทธิ์ (2557) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมมาวันหยุด หรือเวลาที่มีการเปิดปิดที่แน่นอน ลูกค้าส่วนใหญ่จะใช้เงินสดในการชำระค่าสินค้า ทั้งนี้อาจจะเนื่องจากว่า บริเวณชายแดนไม่สะดวกในการใช้บัตรเครดิต วรรณี พุทธาวุฒิไกร (2549) ระบุว่า การค้าระหว่างประเทศกับประเทศเพื่อนบ้านในลักษณะการค้าชายแดนมีบทบาทสำคัญต่อมูลค่าสินค้าส่งออกของประเทศไทย สูงกว่ามูลค่าการนำเข้าสินค้า ทำให้ประเทศไทยได้ดุลการค้า รัฐบาลไทยทุกรัฐบาลจึงให้ความสำคัญกับการค้าชายแดน โดยเน้นการพัฒนาพื้นที่เมืองชายแดนเพื่อรองรับการค้าการลงทุนและการท่องเที่ยว คณะผู้แทนสหภาพยุโรปประจำประเทศไทย (2559) ระบุว่าลักษณะการท่องเที่ยวชายแดนของประเทศไทยเกี่ยวโยงกับเศรษฐกิจและการค้าเชิงพื้นที่ และเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนหย่อนใจ และเรียนรู้วัฒนธรรมของประเทศเพื่อนบ้าน จึงเกิดเส้นทางการท่องเที่ยวชายแดนในพื้นที่ต่าง ๆ ลักษณะดังกล่าว ซึ่ง คชษิณ สุวิชา, อภิชาต ภูแช่มโชติ และนรา ยุระชัย (2557) ระบุว่า โรงพยาบาลรัฐและสถานีอนามัยในพื้นที่ชายแดนมักจะรับภาระการให้บริการสุขภาพกับแรงงานข้ามชาติ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาติรส สัมมะวัฒนา (2557) ที่พบว่า นักเดินชาว สปป. ลาวส่วนหนึ่งเดินทางข้ามแดนเพื่อประสงค์ที่จะเข้ามาใช้บริการทางการแพทย์ฝั่งไทย ซึ่งส่วนใหญ่เคยมีประสบการณ์ข้ามแดนมารักษาตัวที่ประเทศไทย โดยเป็นคนไข้ประจำที่มาตามตารางนัดรายเดือนของแพทย์ ซึ่ง สำนักงานวิจัยเพื่อการพัฒนาหลักประกันสุขภาพ (2555) อธิบายว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลที่ส่งเสริมให้ชาวลาวข้ามพรมแดนมาใช้บริการสุขภาพในประเทศไทยได้แก่ ทัศนคติเชิงบวกต่อคุณภาพด้านสาธารณสุขของไทย และมีความคุ้มค่าในการรักษาพยาบาล ลักษณะดังกล่าว ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และ ปัทถาพร สุขใจ (2562) อธิบายว่า พฤติกรรมการข้ามแดนของชาว สปปง ลาว เพื่อใช้บริการทางการแพทย์นอกจากจะใช้บริการตามโรงพยาบาลชุมชนฝั่งไทยตามแนวชายแดนแล้ว กรณีที่ต้องการบริการการแพทย์เฉพาะก็จะไปยังโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีแพทย์เฉพาะในพื้นที่ชั้นใน เช่น จังหวัดอุดรธานี ซึ่งมีคลินิกเฉพาะทางหลายแบบและยังมีแหล่งท่องเที่ยวรองรับกิจกรรมการช๊อปปิ้งเพื่อซื้อ ลักษณะดังกล่าว วารี เจริญมุขยนันท (2555) อธิบายว่า ความสะดวกในการเดินทางไปมาหาสู่และติดต่อกันระหว่างประชากรในประเทศไทย กับ สปป.ลาว ซึ่งสามารถทำได้หลากหลายช่องทาง ประกอบกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการค้าชายแดน โดยเฉพาะอย่างยิ่งชายแดนด้านจังหวัดหนองคายซึ่งติดอยู่กับนครหลวงเวียงจันทน์ ยิ่งพบเห็นการข้ามแดนมากกว่าพื้นที่อื่น ๆ

จากผลการศึกษาความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยความตั้งใจที่จะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวจุดผ่อนปรนชั่วคราวแก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน มีค่าสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด โดยความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ 5 ลำดับแรก ได้แก่ มีความตั้งใจจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยว ด้วยครั้งต่อไป มีความตั้งใจที่จะแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจ มีความตั้งใจที่จะแสดงความคิดเห็นทันทีเมื่อมีคนวิจารณ์จุดผ่อนปรนชั่วคราวไม่ดี มีความตั้งใจที่จะมาซ้ำอีกในครั้งต่อไป อยู่มีความตั้งใจที่จะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่แน่นอน และมีความตั้งใจแนะนำบอกต่อคนรู้จัก สอดคล้องกับแนวคิดของ Bosque & Martin (2008) และCao and Chen (2011) ที่กล่าวว่า ความตั้งใจบริโภคซ้ำมีสองแบบ คือ ความเต็มใจที่จะกลับมาบริโภคซ้ำและความยินดีที่จะบอกต่อ ในส่วนของความเต็มใจที่จะกลับมาบริโภคซ้ำมีความเป็นไปได้ที่ผู้บริโภคจะกลับมาบริโภคซ้ำอีก และส่วนความยินดีที่จะบอกต่อ ซึ่ง Oliver (1999) อธิบายว่า ความตั้งใจได้ถูกกำหนดเป็นลำดับขั้นเริ่มจากความรู้ความเข้าใจ (การรับรู้คุณภาพ) ส่งผ่านความพึงพอใจ (Satisfaction) และองค์ประกอบของความรู้ความเข้าใจ (ความตั้งใจหรือความมุ่งมั่นที่จะบริโภค) เหล่านี้จะส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่เรียกว่า “การแสดงออกต่อความภักดี” ซึ่งเป็นความพึงพอใจระดับ High ตามแนวคิดของ Weaver & Lawton (2002) โดยนักท่องเที่ยวมีความภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในระดับสูง และเดินทางกลับไปท่องเที่ยวซ้ำเสมออีกทั้งยังทำหน้าที่เป็นผู้ประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวนั้นได้เป็นอย่างดี โดยวิธีการบอกต่อเกี่ยวกับความประทับใจจากการเดินทางท่องเที่ยวที่นั่น ซึ่ง นงนุช กันธะชัย และ ธีระ เตชะมณีสถิต (2558) อธิบายว่า คุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อความตั้งใจมาซ้ำ ความพึงพอใจ ความตั้งใจในเชิงพฤติกรรมและมีผลต่อมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ผลการศึกษาของ กัณฐิกา สิทธิไทย (2562) ที่พบว่า ระดับพึงพอใจในแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ระดับ จะทำให้โอกาสในการตัดสินใจเดินทางกลับมาท่องเที่ยวซ้ำเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.96 ซึ่งผลที่ได้ล้วนสอดคล้องกับผลการศึกษา

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ที่พบว่า กลุ่มปัจจัยองค์ประกอบที่เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและปัจจัยเชิงกายภาพ อันได้แก่ สินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ มีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ ความสวยงามทางธรรมชาติ และ กฎระเบียบ เอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน ล้วนเป็นปัจจัยหลักที่อิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ด้วยเพราะเป็นผลจากความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว สอดคล้องกับ แนวคิดของ Bosque & Martin (2008),

Cao and Chen (2011) Oliver (1999) และ Weaver & Lawton (2002) ทั้งนี้ พบพร โอทกานนท์ และเยาวภา ปฐมศิริกุล (2556) อธิบายว่า ภาพลักษณ์ แหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวผ่านความพึงพอใจ ส่งผลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำ ส่วน พรพิมล ลอแท และมนตรี พิริยะกุล (2562) ได้อธิบายว่าความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความภักดีพื้นที่ปลายทางมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อภาพลักษณ์ของพื้นที่ปลายทางและความคุ้นเคยกับพื้นที่ปลายทางตามลำดับ ส่วนผลการศึกษาที่พบว่า กลุ่มปัจจัยองค์ประกอบที่เกี่ยวกับบริการของแหล่งท่องเที่ยว อันได้แก่ มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน เป็นอีกกลุ่มปัจจัยหลักที่อิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ทั้งนี้เพราะแรงจูงใจด้านดึงของแหล่งท่องเที่ยวโดยเฉพาะความสามารถในการตอบสนองความต้องการ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และ ปัทถาพร สุขใจ (2562) ระบุว่าปัจจัย ด้านการตอบสนองความต้องการส่วนตัว เป็นองค์ประกอบหลักของการเลือกข้ามพรมแดนมารักษา ในประเทศไทยของผู้ป่วย สปป. ลาว ส่วนกลุ่มปัจจัยด้านความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคที่อิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางซ้ำเพื่อการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว อันได้แก่ การมีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า แสงสว่าง น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด มีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ข้อมูลที่ละเอียดและทันสมัย Crouch et al. (2004) ได้อธิบายไว้ว่าปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการด้านสาธารณูปโภค อาทิ การให้บริการ ความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ นอกจากนี้ กลุ่มปัจจัยที่ด้านเศรษฐกิจ อันได้แก่ มีรายได้พอเพียง มีความปลอดภัยขณะเดินทางและท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป และไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับ ดุษฎี เทียมเทศ บุญมาสูงทรง และคณะ (2555) ที่พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำอย่างชัดเจน ส่วน ณัฐธยาน์ ชุณหวิริยะกุล (2561) อธิบายว่าปัจจัยด้านความปลอดภัยในการเดินทางเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และ ธมลวรรณ โรจนไพฑูรย์ (2554) ระบุว่า ตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวมาจากทรัพยากร การท่องเที่ยว การตลาดการท่องเที่ยว คุณภาพการให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัย นอกจากนี้กลุ่มปัจจัยด้านที่เกี่ยวกับ การมีฐานะการเงินมั่นคง ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น มีบริการของร้านขายของฝากของที่ระลึก มีป้ายบอกทางของสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจนมองเห็นได้ง่าย นั้น นวรัตน์ กิตติวินิชนันท์ อธิบายว่าอัธยาศัยและความเป็นมิตรของคนในชุมชนชายแดนเป็นอีกเสน่ห์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวพึงพอใจ

จนกลับมาเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับ ณัฐธยาน์ ชุณหวิริยะกุล (2561) ที่พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลมากที่สุดต่อการกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในชนบท ได้แก่ ปัจจัยด้านการบริการและความเป็นมิตรของคนท้องถิ่น ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านความปลอดภัยและการเดินทาง และปัจจัยด้านวิถีชีวิตและวัฒนธรรม

จากผลการศึกษาสมการทำนายความตั้งใจมาเดินทางเข้าประเทศไทยผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว เพื่อมาท่องเที่ยวซ้ำโดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของการนำเข้าสมการ พบว่าตัวแปรอิสระ ที่คัดเลือกเข้าสมการพยากรณ์ความตั้งใจมาเดินทางผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวซ้ำ ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือของนักท่องเที่ยว สปป. ลาวได้ร้อยละ 50.3 ($R^2 = 0.503$) สอดคล้องกับ นรินทร์สิรี เชียงพันธ์ และ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์ (2560) พบว่า พฤติกรรมการกลับมาเที่ยวซ้ำและการบอกต่อเกิดขึ้นจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการบริการ สถานที่ท่องเที่ยวหรือผู้คน จึงทำให้เกิดความต้องการในการกลับมาเที่ยวซ้ำและบอกต่อข้อมูลที่เคยได้ไปท่องเที่ยวมาให้แก่คนรอบข้าง สอดคล้องกับการศึกษาของ ฉัตรฤดี แก้วระกา และ นันทสารี สุขโต (2560) ที่พบว่า ลูกค้าชาว สปป. ลาว ส่วนใหญ่จะข้ามมาเพื่อเลือกซื้อสินค้าอุปโภคจำเป็นจากฝั่งไทย ซึ่งมีความตั้งใจมาซื้ออยู่ก่อนแล้ว ลักษณะดังกล่าว สุดารัตน์ ศรีอุบล และ จักรพันธ์ ขัดชุมแสง (2562) อธิบายผ่านมุมมอง “ตลาดลาว” หรือ “ตลาดชายแดน ณ จุดผ่อนปรน” ว่าเป็นลักษณะของการมีปฏิสัมพันธ์ควบคู่ความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ นั่นคืออำนาจรัฐต้องยืดหยุ่นให้สามารถดำเนินการได้ทั้งการนำสินค้าป่ามาขาย หรือ เพื่อผ่านไปยังพื้นที่อื่น ๆ เช่น ซื้อของในตลาดในเมือง หรือเดินทางไปรักษาพยาบาลนอกเขตพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่พบว่า การเดินทางข้ามแดนมาในประเทศไทย ส่วนใหญ่ นักเดินทางชาว สปป. ลาว มักจะมีความต้องการทำกิจกรรมอื่น ๆ ร่วมด้วยเสมอ อาทิ ต้องการซื้อของจำเป็นในเมือง พร้อมกับไปพบปะญาติ หรือ มิตรสหาย หรือ การข้ามแดนเพื่อมารักษาโรคและความเจ็บป่วย หรือ การข้ามแดนมาเพื่อรับจ้างเป็นแรงงาน ลักษณะดังกล่าว กรวรรณ สังขกร (2553) อธิบายว่า เมืองชายแดนนอกจากจะเป็นจุดผ่านสินค้าขาเข้าและออกของประเทศแล้ว ยังเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักเดินทางและประชาชนท้องถิ่นของประเทศเพื่อนบ้านเดินทางไปมาหาสู่กัน ยิ่งเป็นเส้นทางที่ใกล้กับเมือง หรือ ชุมชนขนาดใหญ่ เช่น นครเวียงจันทน์ยิ่งจะพบเห็นคน สปป.ลาว ข้ามแดนมาจับจ่ายซื้อของ หรือ เดินทางมารักษาตัว หรือเดินทางมาท่องเที่ยวในไทยจำนวนมากด้วย ทั้งนี้ การเดินทางข้ามแดนของนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว เกิดจากปัจจัยดึงดูดของแหล่งท่องเที่ยวในฝั่งไทยเป็นหลัก ซึ่ง ธรรญชนก เพชรานนท์ (2558) อธิบายว่า ปัจจัยความพร้อมของสิ่งอำนวยสะดวกพื้นฐานจะมีค่าน้ำหนักสำคัญมากที่สุดต่อความตั้งใจมาเดินเพื่อท่องเที่ยวซ้ำ ทั้งนี้ ระเดช ห้วยหงส์ทอง (2561) เห็นว่า ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV ต้องอาศัยความเชื่อมโยง (Connectivity)

ระหว่างกัน และการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานให้มีความพร้อมเพื่อรองรับการเดินทางไปมาหาสู่กันได้สะดวกสบาย และง่ายขึ้นเสนอให้มีการแก้ไขปัญหาบริเวณจุดผ่านแดนที่ยังมีความแตกต่างกันเรื่องเวลาเปิด-ปิดด่าน

ทั้งนี้ เนตรดาว เถาถวิล และ พฤกษ์ เถาถวิล (2562) อธิบายว่า เกิดจากการค้าชายแดนเป็นวิถี การยังชีพตามประเพณีของประชาชนชายแดน เป็นการค้าสินค้าจำเป็นในการดำรงชีวิต ทำให้การข้ามพรมแดนมาซื้อสินค้าไทยแล้วนำกลับไปมีราคาถูกกว่าการไปซื้อสินค้าจากตอนในของประเทศลาวมาก จึงทำให้เกิดการเดินทางเพื่อไปจับจ่ายซื้อของจำเป็นจากฝั่งไทย สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2558) อธิบายว่า เพื่อตอบสนองต่อความต้องการซื้อของคนลาวทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดนจะต้องมีการเรียนรู้ การศึกษาความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคใน สปป. ลาว อย่างสม่ำเสมอ ทั้งจากการสังเกตเองโดยตรง สังเกตจากชาวลาวที่เข้ามาทำงานหรือเดินทางมาซื้อสินค้าในพื้นที่ ทำให้ลูกค้าจากประเทศเพื่อนบ้านต้องการข้ามแดนมาหาซื้อข้าวของจำเป็นและกลายเป็นระบบเศรษฐกิจการค้าชายแดน ลักษณะดังกล่าว พีรญา คงคาฉุยฉาย (2549) อธิบายไว้ว่าเกิดขึ้นจากปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ การดำรงอยู่และการเติบโตของกลุ่มพ่อค้าชาวไทย-ประเทศเพื่อนบ้าน เป็นปฏิสัมพันธ์ลักษณะเฉพาะของพื้นที่ชายแดนที่เอื้อให้ชาวไทยและประเทศเพื่อนบ้านที่มีความสัมพันธ์กันมาโดยตลอด ความเป็นคนชายแดนของทั้งสองชาติ จึงมีความคุ้นชินกับการปฏิสัมพันธ์กับคนในอีกฝั่งชายแดนโดยไม่รู้สึกแปลกแยกประกอบกับอีกประการหนึ่งคือ ปัจจัยเสริมจากภาครัฐ และภาคเอกชนที่เอื้อให้เกิดการหลั่งไหลของกลุ่มพ่อค้าจนกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยว ณ ที่สุด ลักษณะดังกล่าว มธุรดา สมัยกุล (2557) ชี้ให้เห็นว่า จุดแข็งของตลาดมิตรภาพชายแดนไทยกับประเทศเพื่อนบ้านส่วนใหญ่จะได้เปรียบด้านทำเลที่ตั้ง โดยมักจะอยู่บนเส้นทางการคมนาคมขนส่งและอยู่ใกล้จุดผ่านแดน สอดคล้องกับ ธนภัทร สีสดใส (2559) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวทุกคนต้องการลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัย สะอาด และสะดวก สำหรับการเดินทาง จึงให้ความสำคัญต่อสถานที่ท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ส่วนความสะอาด และ ความสะดวกสบายเป็นอันดับรอง เช่นเดียวกันกับ ชลิตา เฉลิมรักชาติ (2560) ที่ระบุว่า นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญต่อด้านสถานที่ ด้านราคา ค่าใช้จ่าย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นหลักก่อนตัดสินใจไปเที่ยวลักษณะทางกายภาพดังกล่าวจึงเป็นปัจจัยกำหนดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป ทั้งนี้ แหล่งท่องเที่ยวที่ ณ จุดผ่อนปรนชั่วคราวว่ามีสินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ มีค่าสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับ สุรีย์ฉาย สุคันธรัต และ นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์ (2555) ที่พบว่า ด่านชายแดนส่วนใหญ่มักจะมีตลาดการค้าชายแดนที่มีสินค้าหลากหลายประเภทให้เลือกซื้อ เช่น สินค้าเกษตร สินค้าอุปโภคบริโภค เครื่องประดับ และสินค้ามือสอง เป็นต้น จึงทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อตามความต้องการได้ เช่นเดียวกันกับการศึกษาของ

ปฏิมา พิมพ์สกุล และ สุเทพ นิ่มสาย (2558) ที่พบว่า ด่านการค้าชายแดนในเขตภาคเหนือตอนบนมีจุดแข็ง (Strengths) สำคัญจากการมีสินค้าราคาถูกจากประเทศเพื่อนบ้านที่ช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ส่วนผลการศึกษาที่พบว่าระดับความพึงพอใจต่อด้านสิ่งอำนวยความสะดวกที่จุดข้ามแดน ณ ผ่อนปรนชั่วคราว และ ระดับความพึงพอใจต่อการมีที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโลไว้คอยบริการ มีค่าสูงสุด นั้น วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป (2560) อธิบายว่า การท่องเที่ยวชายแดนมีผลทำให้เกิดการพัฒนาการค้า บริการ และการคมนาคม ทำให้ถนนได้รับการพัฒนาให้มีความสะดวกสบายในการสัญจรไปมาของชาวบ้านและเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบได้ทำธุรกิจเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ เศกสรรค์ ยงวณิชย์ และคณะ (2550) ที่พบว่า ศักยภาพของอุปทานด้านการท่องเที่ยวชายแดนไทย- ลาว ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยว ประกอบด้วย 1) โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) เช่น ถนน สะพาน สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ต้องมีความพร้อมตลอดเวลาที่พำนักอยู่ 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) ที่ไว้บริการแก่นักท่องเที่ยว 3) การคมนาคม (Transportation) การคมนาคมขนส่งทั้งจากต่างประเทศและภายในประเทศจะต้องสะดวกปลอดภัย 4) พิธีการเข้าเมืองและบริการข่าวสาร (Border Control and Information) ต้องสะดวกรวดเร็ว 5) ที่พัก (Accommodation) มีโรงแรมที่พักระดับต่าง ๆ ให้เลือกในอัตราค่าที่พักที่เหมาะสมกับ คุณภาพสะอาดและมีบริการตามมาตรฐานสากล 6) ร้านอาหาร (Food and Beverage) ต้องหลากหลายชนิดถูกสุขลักษณะ 7) สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมไว้คอยบริการนักท่องเที่ยว และ 8) มีความปลอดภัย (Security) ส่วน ปิยะพร ศรีสมุทร (2558) ระบุว่า นักท่องเที่ยวจะมีระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพด้านการตลาดการท่องเที่ยวชายแดนสูงต่อด้านปัจจัยพื้นฐานของพื้นที่ ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว และด้านที่พัก เป็นพิเศษ นอกจากนี้จากผลการศึกษายังพบว่า นักท่องเที่ยว สปป. ลาว มีความพึงพอใจต่อด้านการบริการของภาครัฐที่จุดข้ามแดน ณ ผ่อนปรนชั่วคราว โดยภาพรวม อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะความพึงพอใจต่อการมีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ มีค่าสูงสุด ลักษณะดังกล่าว วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์ (2559) อธิบายผ่านมุมมองด้านสังคมวิทยาของบริบทสังคมชุมชนชายแดนว่าเป็นสังคมของประชาชนระหว่างพื้นที่การค้าชายแดนระหว่างประเทศ การดำรงชีวิต ประเพณี พฤติกรรมการดำรงอยู่ของบุคคล ความเชื่อ ศาสนาและความศรัทธาของกลุ่มชนระหว่างประชนในพื้นที่ส่วนใหญ่มักอยู่บนพื้นฐานวัฒนธรรมและประเพณีเดียวกันจึงไม่เป็นปัญหาและอุปสรรคต่อการเปิดด่านการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้าน ลักษณะดังกล่าว สุเทพ นิ่มสาย (2558) อธิบายว่า การค้าชายแดนเป็นลักษณะหนึ่งความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความสัมพันธ์มีลักษณะที่อำนวยประโยชน์ให้แก่กันทั้งในระดับ

จุลภาค คือตัวบุคคล พ่อค้าแถบชายแดน ตลอดจนเจ้าหน้าที่ของรัฐและระดับมหภาค คือ เศรษฐกิจในภูมิภาค และพ่อค้าส่วนกลางที่เป็นผู้ผลิตสินค้าการค้าชายแดน

ทั้งนี้ ธิติมา รัตนพงษ์ (2558) กล่าวว่าผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวโดยสามารถนำมา พยากรณ์การกลับมาเที่ยวซ้ำได้จากระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยว และยังเป็นการช่วยประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจต่อแหล่งท่องเที่ยว และ ปัทมา พุ่มแจ่ม (2556) ค้นพบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากกลับมาท่องเที่ยวซ้ำประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ ร้านจำหน่ายของที่ระลึก ป้ายบอกประวัติโดยย่อของสถานที่ท่องเที่ยว ป้ายแนะนำตามจุดที่สำคัญ และความปลอดภัยแก่ชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ส่วน ธรรญชนก เพชรานนท์ (2558) ระบุว่า ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยว โดยใช้สถิติการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA)องค์ประกอบหลัก พบว่า 4 องค์ประกอบสามารถอธิบายความแปรปรวนรวมของปัจจัยได้ถึงร้อยละ 70.015 ได้แก่ การท่องเที่ยวและการขนส่ง การให้บริการด้านที่พัก การให้บริการเกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวและสันทนาการ ร้านค้าของที่ระลึก และการให้บริการด้านร้านอาหารและเครื่องดื่ม

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1) หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรประสานความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อพัฒนายกระดับให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวตลาดวิถีชุมชนชายแดนภายใต้แนวคิดให้สอดคล้องกับหลักการยกระดับความร่วมมือไปสู่อาเซียนไร้รอยต่อ (Seamless ASEAN) เพื่อส่งเสริมความเสมอภาค ลดช่องว่างการพัฒนาและการสร้างเศรษฐกิจยั่งยืนร่วมกันผ่านการค้าและลงทุนตามแนวพื้นที่ชายแดนโดยใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือตามแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวอาเซียน พ.ศ. 2559 – 2568

2) ควรเพิ่มบทบาทของชุมชนและท้องถิ่นให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมการกำกับดูแลจุดผ่อนปรนชั่วคราวเพื่อลดภาระงานของภาครัฐ และเพิ่มโอกาสด้านเศรษฐกิจของชุมชนให้เป็นรูปธรรมมากขึ้น

3) การศึกษาครั้งต่อไปควรวิจัยเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตลาดวิถีชุมชนชายแดนในรูปแบบนวัตกรรมเชิงพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหาอิทธิพลเถื่อน การค้าสิ่งเสพติด การลักลอบเข้าเมือง และนำไปสู่การเพิ่มคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ชายแดน เป็นต้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กชกร เป้าสุวรรณ และคณะ. (2550). *รายงานการวิจัยเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจต่อการมาศึกษาต่อที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ศูนย์พิษณุโลก*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิ

กนกวรรณ มะโนรมย์ และคณะ. (2552). *การศึกษาผลกระทบทางสังคมโครงการฝายหัวนา อำเภอกันทรารมย์ จังหวัดศรีษะเกษ*. คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

กรมการท่องเที่ยว. (2562). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2562*. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2562, จาก http://www.tourism.go.th/home/details/11/221/25516.

กรวรรณ สังขกร. (2553). *การพัฒนาเมืองชายแดนเพื่อรองรับผลกระทบจากการท่องเที่ยวและการค้าในลุ่มแม่น้ำโขง*. เชียงใหม่: ล๊อคอินดีไซน์เวิร์ค.

กฤตภัทร ถาปาลบุตร และคณะ. (2552). *กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวชายแดนไทย-ลาว กรณีศึกษา ชุมชนเมืองเก่าริมแม่น้ำโขง ด่านสะพานมิตรภาพไทยลาว จังหวัดหนองคาย*. รายงานการวิจัย, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

กฤติกา สายณะรัตร์ชัย และ คมสิทธิ์เกียนวัฒนา. (2561). การสร้างแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวในจังหวัดสระแก้วเพื่อรองรับการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*.

ก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2550). *เศรษฐศาสตร์เบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: วังอักษร.

กัณฐิกา สิทธิไทย. (2562). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดสมุทรสงคราม*.

กันตเมศฐ์ วงศ์ธิวัฒน์ และ นันทสารี สุขโต. (2557). *พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าตลาดชายแดนไทย-พม่า จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. การประชุมวิชาการระดับบัณฑิตศึกษาระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยศิลปกร.

กิตติ์ธนทัต สุพรรณ์ และ ปภาวิน พชรโชติสุธี. (2559). *การสร้างภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยวบริเวณชายแดนไทย-ลาว อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย ในฐานะประตูสู่หลวงพระบางเมืองมรดกโลก*. รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตขอนแก่น

คณะผู้แทนสหภาพยุโรปประจำประเทศไทย. (2559). *สนับสนุนความเชื่อมโยงทางเศรษฐกิจข้ามแดน*. สืบค้น 22 สิงหาคม 2562, จากhttp://www.thaieurope.net/ftp/EU_Factsheet.pdf.

จาตุรงค์ เพ็งนรพัฒน์ และคณะ. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณจังหวัดศรีสะเกษ ภายใต้ยุทธศาสตร์ความร่วมมือทางเศรษฐกิจอิรวดี-เจ้าพระยา-แม่โขง. *วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม, 7*(1). มกราคม – เมษายน.

จิตตินันท์ เดชะคุปต์. (2551). *เจตคติและความพึงพอใจในการบริการ. เอกสารการสอนชุดวิชาจิตวิทยาการบริการ หน่วยที่ 8-15*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุขโขทัยธรรมาธิราช.

จิระเดช ห้วยหงส์ทอง. (2561). *แนวทางการส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับกลุ่มประเทศ CLMV*. เอกสารวิจัยส่วนบุคคลวิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักร ประจำปีการศึกษา พุทธศักราช 2560 – 2561.

จิระวัฒน์ อนุวิชชานนท์. (2554). *การตลาดการท่องเที่ยวและการบริการ*. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

เจริญ โสภา และ คณะ. (2559). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยของผู้บริโภคจากประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี*.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตยาพร เสมอใจ. (2547). *การจัดการและการตลาดบริการ*. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ฉัตรชัย ศรีเมืองกาญจนา. (2559). *การบริหารจัดการด้านความมั่นคงพื้นที่ชายแดนของประเทศไทย. สำนักวิชาการ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.

ฉัตรฤดี แก้วระกา และ นันทสารี สุขโต. (2561). พฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าชายแดนเชียงของ จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 12*(28). พฤษภาคม – สิงหาคม.

ชนิด ศุทธยาลัย. (2548). รายงานการค้าชายแดนไทยกับเพื่อนบ้าน 5 ประเทศ (มาเลเซีย พม่า จีนตอนใต้ ลาว และกัมพูชา) ของธนาคารแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2548. สืบค้น 16 สิงหาคม 2562, จาก http://goldenworldinter.com/index.php?option=com_content&view=article.

ชลิตา เฉลิมรักชาติ. (2560). *ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อวัดร่องขุ่น จังหวัดเชียงราย*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการบริการและการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ชัยณรงค์ ศรีรักษ์ และ ปัทถาพร สุขใจ. (2562). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มประเทศ CLMV ในพื้นที่จังหวัดภูมิภาค (สถาบันระหว่างประเทศเพื่อการค้าและการพัฒนา (องค์การมหาชน)*. กรุงเทพฯ.

ฐิติพร คูวัฒนสุชาติ. (2544). *ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการให้บริการของแผนกให้บริการลูกค้า ศึกษาเฉพาะกรณี บริษัท พรอดเตอร์ แอนด์ แกมเบิล แมนูแฟคเจอริ่ง (ประเทศไทย) จำกัด*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ณัฐธยาน์ ชุณหวิริยะกุล. (2561). ปัจจัยแห่งความพึงพอใจที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำจังหวัดเชียงใหม่กรณีศึกษาเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 2 "GRADUATE SCHOOL CONFERENCE 2018"*.

ด่านศุลกากรอรัญประเทศ. (2558). *ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับการค้าชายแดน*. สืบค้น 17 กุมภาพันธ์ 2562, จาก http://goldenworldinter.com/index.php?.

ดุษฎี เทียมเทศ และคณะ. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวในอำเภอวังน้ำเขียวจังหวัดนครราชสีมา*. รายงานวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน งบผลประโยชน์ประจำปี 2555.

เติมธรรม สิทธิเลิศ. (2558). *เขตเศรษฐกิจพิเศษไทย 5 จังหวัด 6 พื้นที่ เพื่อรองรับ AEC. ส่วนอาเซียนสำนักการประชาสัมพันธ์ต่างประเทศ กรมประชาสัมพันธ์*. สืบค้น 16 มิถุนายน 2560.

เทพรักษ์ สุริฝ่าย และ ลำปาง แม่นมาตย์. (2561). บทบาทการค้าชายแดนในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน กรณีศึกษา จังหวัดหนองคาย จังหวัดนครพนม และจังหวัดมุกดาหาร. *วารสารการเมืองการปกครอง, 8*(1). มกราคม – เมษายน.

ธนภัทร สีสดใส. (2559). ความต้องการปัจจัยทางการตลาดการท่องเที่ยวชายแดน ณ ด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 30*(94). เมษายน – มิถุนายน.

ธนสิทธิ์ ปั้นประเสริฐ. (2543). *ความพึงพอใจของผู้โดยสารคนไทยที่มีต่อการให้บริการเที่ยวบินภายในประเทศ ของ บริษัท การบินไทย (จำกัด) มหาชน*. ภาคนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ธนาวัฒน์ ปัทมฤทธิกุล และคณะ. (2561). ศักยภาพการท่องเที่ยวเมืองชายแดนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง: มุกดาหาร-สะหวันนะเขต-กวางตรี. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา, 8*(1). (มกราคม-มิถุนายน).

ธมลวรรณ โรจนไพฑูรย์. (2554). *ตัวกำหนดพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศในการกลับมาเที่ยวซ้ำ ณ สถาบันคชบาลแห่งชาติในพระอุปถัมภ์ฯ อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง*. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.

ธรรญชนก เพชรานนท์. (2559). แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในเขตพื้นที่การค้าชายแดนจังหวัดเชียงราย. *วารสารสุทธิปริทัศน์, 30*(94). เมษายน – มิถุนายน.

ธิติมา รัตนพงษ์. (2558). *ผลกระทบของความผูกพันและความพึงพอใจที่มีต่อแนวโน้มการกลับมาเที่ยวซ้ำยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมาธิราช.* วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจสาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. สงขลา.

นงนุช กันธะชัย และ ธีระ เตชะมณีสถิต. (2558). ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการ, 32*(2). กรกฎาคม-ธันวาคม.

นรินทร์สิรี เชียงพันธ์ และ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการการท่องเที่ยวนานาชาติ, 13*(2).

นรินทร์สิรี เชียงพันธ์ และ รักษ์พงศ์ วงศาโรจน์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพศหญิงชาวต่างชาติในกรุงเทพมหานคร. *วารสารการท่องเที่ยวนานาชาติ, 13*(2).

นริศา มัจฉริยกุล. (2559). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวแบบอิสระบนเกาะไต้หวันของนักท่องเที่ยวชาวไทย.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

นวรัตน์ กิตติวินิชนันท์. (2560). *ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก.* การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

นารา กิตติเมธีกุล. (2559). ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภครายย่อยชาวลาวในนครหลวงเวียงจันทน์ต่ออาหารทะเลสด ในจังหวัดหนองคาย. *วารสารรัชต์ภาคย์, 10*(19). มกราคม – มิถุนายน.

นารินจง วงศ์อุต และคณะ. (2559). *ศักยภาพทางเศรษฐกิจด้านการค้าชายแดน อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา ภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน.* โครงการประชุมวิชาการ การนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ครั้งที่ 6 มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สร้างสรรค์ การศึกษาพัฒนางานวิจัย ใช้นวัตกรรมนำสังคม".

เนตรดาว เถาถวิล และ พฤกษ์ เถาถวิล. (2562). *การค้าชายแดนนอกระบบ: เงื่อนไข กลไก และการจัดการของหน่วยงานรัฐกรณีศึกษาชายแดนไทย-ลาว.*

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). *การวิจัยเบื้องต้น.* พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2555). *พฤติกรรมการท่องเที่ยว (Tourist Behavior).* นนทบุรี: เฟิร์นข้าหลวง พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

ปฏิมา พิมพ์สกุล และ สุเทพ นิ่มสาย. (2558). การคาดการณ์ผลกระทบจากนโยบายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนต่ออุตสาหกรรมการค้าและการท่องเที่ยวในเขตเมืองชายแดนจังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 10*(2). (กรกฎาคม – ธันวาคม).

ประสิทธิ์ ทองอุ่น. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน.* กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ประเสริฐ วิจิตรนพรัตน์. (2557). *ทัศนคติผู้บริโภคชาวลาวต่อสินค้าและบริการที่มีศักยภาพส่งออกของ SMEs ไทย.* กรุงเทพฯ: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

ปรียนันท์ และศิลาศิริ โชติ. (2558). *ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศ ของนักท่องเที่ยวชาวไทย: กรณีศึกษาประเทศ ลาวและเวียดนาม.* วิทยานิพนธ์ สาขาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ปัทมา พุ่มแจ่ม. (2556). *พฤติกรรมการรับข่าวสารภาพลักษณ์ ความพึงพอใจและการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยในแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.

ปิยะพร ศรีสมุทร. (2558). *แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวชายแดนแม่สาย – ท่าขี้เหล็ก อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต (การจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการ) คณะการจัดการการท่องเที่ยวสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ผณินทรา ธนะเพ็ชร. (2556). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทย ในการท่องเที่ยวเชิงพุทธกรณีศึกษาวัดป่าธรรมอุทยาน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น.* การศึกษาอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

พบพร โอทกานนท์ และ เยาวภา ปฐมศิริกุล. (2556). รูปแบบคุณภาพการบริการ ภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของชาวยุโรปและอเมริกัน. *วารสารธรรมศาสตร์, 32*(1). มกราคม-เมษายน.

พรพิมล ลอแท และมนตรี พิริยะกุล. (2562). อิทธิพลของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว คุณค่าที่รับรู้ ความคุ้นเคย และภาพลักษณ์ที่มีต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ปลายทางประเทศไทย : การศึกษาเปรียบเทียบตัวแบบสมการโครงสร้างแบบพหุกลุ่มระหว่างเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 13*(3). กันยายน-ธันวาคม.

พิมลกร แปงฟู. (2561). *มาตรการทางกฎหมายในการพัฒนาการค้าชายแดนภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0.* การประชุมวิชาการสาขานิติศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 1 หัวข้อ “ระบบกฎหมายไทย : ปฏิรูป / เปลี่ยนผ่าน/ ปฏิสังขรณ์” วันที่ 8 มิถุนายน.

พีรญา คงคาฉุยฉาย. (2549). *ปฏิสัมพันธ์ของพ่อค้าชาวกัมพูชาในพื้นที่การค้าชายแดน : กรณีศึกษาตลาดโรงเกลือ จังหวัดสระแก้ว.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ภัทรวดี โอฬารวัตร. (2556). การศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจชายแดนไทย-พม่า กรณีศึกษา : ด่านสิงขร ตำบลคลองวาฬ อำเภอเมือง จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารสหวิทยาการวิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 10*(2). (เมษายน 2556 – กันยายน).

ภาณุรังษี เดือนโส้ง. (2550). *การศึกษาแนวทางการพัฒนาการทองเที่ยวจังหวัดมุกดาหารให้เป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดน.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

มธุรดา สมัยกุล. (2557). แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาตลาดมิตรภาพชายแดนไทย – กัมพูชา. *วารสารวิทยบริการ, 25*(1) : 22-30.

รัชดา สังขดวง และ. ธนินทร์ สังขดวง. (2559). ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวมาเลเซียภายใต้สถานการณ์ความไม่สงบพื้นที่ด่านชายแดนไทย อำเภอเบตง จังหวัดยะลา. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 8*(2). น. 261-276.

รัชวลี วรวุฒิ. (2548). *ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รัฐทิตยา หิรัณยหาด และกนกกานต์ แก้วนุช. (2562). ศักยภาพและปัญหาการท่องเที่ยวของจังหวัดกาญจนบุรีในฐานะเมืองชายแดน. *วารสารชุมชนวิจัย, 13*(2). (พฤษภาคม – สิงหาคม).

เลิศพร ภาระสกุล. (2558). *แรงจูงใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวชาวจีนต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย.* รายงานการวิจัย มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

วรินทร์ อินทรละมุล. (2559). *การพัฒนาการค้าชายแดนเพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนบริเวณจุดผ่อนปรนการค้าด่านสิงขร จังหวัดประจวบคีรีขันธ์.* การประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ก้าวสู่ทศวรรษที่ 2: บูรณาการการวิจัย ใช้ความรู้สู่ความยั่งยืน”.

วันชัย คำเจริญ. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้บริการโทรศัพท์พื้นฐานของสำนักงานบริการโทรศัพท์งามวงศ์วาน องค์การโทรศัพท์แห่งประเทศไทย.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

วิศรุต อักษรวงศ์วิทยา. (2557). *การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความต้องการท่องเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวจีนในจังหวัดเชียงราย.* การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์. (2560). การพัฒนาพื้นที่ชายแดน เพื่อการค้าการลงทุนและการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน. *วารสารมหาวิทยาลัยพายัพ, 27*(2). (กรกฎาคม – ธันวาคม 2560).

วีรวิชญ์ ปิยนนทศิลป์. (2560). ความเหมาะสมในการเปิดด่านจุดผ่านแดนถาวรไทย-เมียนมาบ้านห้วยต้นนุ่น อำเภอขุนยวม จังหวัดแม่ฮ่องสอน. *พิฆเนศวร์สาร, 13*(2). กรกฎาคม – ธันวาคม.

วีระยุทธ ทนทาน (2555) *แนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการทำธุรกิจของผู้ประกอบการการค้าชายแดนไทย-ลาว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพื่อรองรับการบูรณาการประชาคมอาเซียน*. Naresuan University Journal 2012.

ศุภลักษณ์ อัครางกรู. (2555). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ขอนแก่น: คลังนานาวิทยา.

สถาบันวิจัยและให้คาปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2558). *กรณีศึกษาผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดนที่ประสบความสำเร็จ.* โครงการจัดทำมาตรการส่งเสริมและเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในพื้นที่ชายแดน.

สมสันต์ กางการ. (2547). *ปัจจัยที่สัมพันธ์กับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ศูนย์บริการโตโยต้าในเขตกรุงเทพมหานคร.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สราวรรณ์ เรืองกัลป์ปวงศ์. (2560). บุพปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจกลับมาเที่ยวตลาดริมน้ำคอนหวายซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, 11*(4). ตุลาคม-ธันวาคม.

สวรรยา วัฒนศิริเสรีกุล. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.* การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.

สาริกา ค้าสุวรรณ. (2560). พฤติกรรมการใช้บริการทางการแพทย์ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากตะวันออกกลาง: มุมมองจากผู้ให้บริการทางการแพทย์. *วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์.*

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *ทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564).* กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สุดารัตน์ ศรีอุบล และ จักรพันธ์ ขัดชุมแสง. (2562). สินค้าสัตว์ป่า: ปฏิบัติการในชีวิตประจำวันของผู้ค้าลาวในตลาดชายแดนไทย - สปป. ลาว. *วารสารไทยคดีศึกษา, 16*(1). (มกราคม - มิถุนายน).

สุเทพ นิ่มสาย. (2558). *ผลกระทบและการปรับตัวของชุมชนและสังคมเมืองชายแดนในเขตภาคเหนือต่อนโยบายประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน : กรณีศึกษาเมืองชายแดนจังหวัดเชียงรายและจังหวัดตาก.* กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.

สุบิน ชะรอยรัมย์. (2560). *สภาพแวดล้อมภายนอกกับความคาดหวังของผู้ประกอบการธุรกิจการค้าชายแดน : กรณีศึกษาอำเภอสะเดาจังหวัดสงขลา.* วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

สุภาภรณ์ พลนิกร. (2548). *พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: โฮลิสติก พับลิชชิ่ง.

สุรชัย จันทร์จรัส และ อาร์ม นาครทรรพ. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชียงคานของนักท่องเที่ยว. *วารสารสังคมลุ่มน้ำโขง, 9*(3). (กันยายน-ธันวาคม) น. 145-166.

สุรีย์ฉาย สุคันธรัต และ นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์. (2556). การพัฒนาตลาดการค้าชายแดนช่องจอมจังหวัดสุรินทร์. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์. 8*(2), (กรกฎาคม - ธันวาคม).

สุรีรัตน์ เตชาทวีวรรณ. (2545). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.* (เอกสารประกอบการสอน). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

สุวีร์ณัสญ์ โสภณศิริ. (2554). *พฤติกรรมนักท่องเที่ยว.* กรุงเทพฯ: อินทนิล.

เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค.* กรุงเทพฯ: ไดมอนด์ อินบิสซิเนส เวิร์ด.

แสงเดือน รติธร. (2555). ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. *วารสารวิชาการสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย (สสอท.), 18*(2), 88-90.

อังคณา ธรรมสัจการ และสายฝน ไชยศรี. (2558). *พฤติกรรมการค้าชายแดนไทย-มาเลเซียในจังหวัดสงขลา.* รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

อุบลรัตน์ เพ็งสถิต. (2544). *จิตวิทยาเรียนรู้.* กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ภาษาต่างประเทศ

Arellano, A. (2007). Patients Without Border: The emergence of medical tourism. International *Journal of Health Services, 37*(1), pp. 193-8.

Bosque, I.R.D., & Martin, H.S. (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of Tourism Research, 35*(2), 551-573.

Cao, C. & Chen, J. (2011). An empirical analysis of the relationship among the service quality, customer satisfaction and loyalty of high speed railway based on Structural Equation Model. *Canadian Social Science. 7*(4): 67-73.

Charumanee, N. (2001). *Tourism and tourism industry management*. (2nd ed.). Bangkok : Odeon Store Publishing. (In Thai)

Chen, C.F., & Tsai, D. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions?. Tourism Management, 28(4), 1115-1122.

Cohen, E. (1979). A Phenomenology of Tourist Experience, Sociology, 13, p. 179-201. Cooper, Chris et al. 2008. *Tourism Principles and Practice*, 4th edition, Prentice-Hall, Essex.

Cooper, C., Scott, N., & Baggio, R. (2009). Network position and perceptions of destination stakeholder importance. *Anatolia, 20*(1), 33-45.

Crompton, J. L. (1979). Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research, 6(4), 408–424.

Dallen, J. Timothy. (2000). Making sense of heritage tourism: Research trends in a maturing field of study. *Tourism Management Perspectives, 25*, 177-180.

Dann, G. M. S. (1981). Tourist motivation: An appraisal. *Annals of Tourism Research, 8*(2), 187–219.

Dickman, S. (1996). *Tourism: An Introductory Text* (2nded.). Sydney : Hodder Education.

Engel, J.F., Blackwell, R.D., & Miniard, P.W. (1993). *Consumer behavior*. Fort Worth: The Dryden.

Felsenstien, D and Freemand D. (2001). "*Gambling on the border: Casino Tourism Development and Prisoner's dilemma.*" pp.95-113, in Krakover.S and Gradus,Y.(eds). Tourism in frontier areas. Lexington: KY

Goeldner, C., & Ritchie, J.R.B. (2006). Tourism: principles, practices, philosophies (10th ed.). Hoboken: Wiley.

Gray, H.P. (1970). *International travel-international trade*. Lexington: Heath Lexington.

Haytko, D.L., Kent, J.L., Hausman, A., (2007) Mexican maquiladoras: Helping or hurting the US/Mexico cross-border supply chain? *The International Journal of Logistics Management, 18*(3), 347-363

Iso–Ahola, S. E. (1982). Toward a social psychological theory of tourism motivation: A rejoiner. *Annals of Tourism, 9*(2), 256–262.

Kotler, E. L. and H. L. Armstrong. (2002). *Citizen evaluation and urban management: Services delivery in an era of protest*. Harper & Row. New York.

Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed.). New Jersey: Prentice-Hall.

Lennon, R., Weber, J. M., & Henson, J. (2001). A Test of a Theoretical Model of Consumer Travel Behavior: German Consumers' perception of Northern Ireland as a Tourist Destination. *Journal of Vacation Marketing, 7*(1) 51-62.

Lovelock, C. & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: people, technology, strategy.* (7th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Journal Psychology Review, 50*, 370–396.

McIntosh, R. W., & Goeldner, C. R. (1986). *Tourism principles, practices, philosophies*. New York: John Wiley & Son.

Mullins, L. J. (1985). Management and organization behavior. London: Pitman.

Narudome Oksue1 (2017). *Travel Motivations of Thai Tourists Travelling Abroad with a Tour Operator.* "Local & Global Sustainability: Meeting the Challenges & Sharing the Solutions"

Oliver, R.L. (1999). Whence Consumer Loyalty? *Journal of Marketing, 63*, p. 33-44.

Pearce, P. L., & Caltabiano, M. L. (1983). Inferring travel motivation from travellers'experiences. *Journal of Travel Research, 22*(2), 16–20.

Phayakvichien, P. (2000). Sustainable tourism development. *TAT Tourism Journal, 2*(1), 5-10. (In Thai)

Prescott J. R. V. (1987). *Political frontiers and boundaries*. London: Allen and Unwin.

Siripen Yiamjanya, Kevin Wongleedee. (2014) International Tourists' Travel Motivation by Push-Pull Factors and the Decision Making for Selecting Thailand as Destination Choice. World Academy of Science, Engineering and Technology International *Journal of Humanities and Social Sciences:8*(5), 2014

Tun Thiumsak and Athapol Ruangkanjanases. (2016).Factors Influencing International Visitors to Revisit Bangkok, Thailand. *Journal of Economics, Business and Management, 4*(3), March

Wang, X., Zhang, J., Gu, C., and Zhen, F. (2009). Examining Antecedents and Consequences of Tourist Satisfaction: A Structural Modeling Approach. *Tsinghua Science and Technology, 14*(3): 397- 406.

Weaver, D., & Laura, L. (2002). *Tourism management* (2nd ed.). Australia: KyodoPrinting Co (S'pore).

Zeithaml, A. (2000). Service quality, Profitability, and the economic worth of customers: What we know and what we need to learn. *Journal of the Academy of Marketing Science. 28*(1): 67-85.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิตรวจเครื่องมือการวิจัย

ชื่อ-สกุล	วุฒิการศึกษา	สังกัด
ผศ.ดร. เอกฉัตร ตันศิริ	D.B.A. (Doctor of Business Administration) University of Newcastle, Australia M.Sc. (Technology) University of New South Wales, Australia M.Sc. (Aviation Management) University of New South Wales, Australia	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
ผศ.ดร.ดนุสรณ์ กาญจนวงศ์	ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และชุมชน)	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
อ.ดร. เขวิกา สุขเอี่ยม	Ph.D. (Human Resource Development (International), Burapha University Thailand ศศ.ม. การท่องเที่ยวบูรณาการ ศศ.บ. (การโรงแรมและการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

ภาคผนวก ข

ผลการวิเคราะห์คุณภาพเครื่องการวิจัย

ภาคผนวก ข-1

ผลการวิเคราะห์ Reliability Statistics ของเครื่องการวิจัย

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	73

ภาคผนวก ข-2 ผลการประเมินคะแนน IOC ของเครื่องการวิจัย

ข้อคำถาม	ผลการประเมินจากผู้ทรงฯ			
	1	2	3	รวม
พฤติกรรมพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
จำนวนครั้งในการมาเที่ยว	+1	+1	+1	1
จำนวนวัน/คืนที่พักขณะข้ามแดนมาเที่ยวในไทย	+1	+1	+1	1
วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรวมในครั้งก่อนหน้านี้	+1	+1	+1	1
ลักษณะการเดินทาง	+1	+1	+1	1
ยานพาหนะในการเดินทาง	+1	+1	+1	1
สถานะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง	+1	+1	+1	1
จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง	+1	+1	+1	1
กิจกรรมที่ใช้จ่ายมากที่สุด	+1	+1	+1	1
กิจกรรมอื่น ๆ ที่อยากทำในขณะที่เดินทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	+1	+1	+1	1
สถานที่ที่อยากเดินทางไป ขณะอยู่ฝั่งไทย โปรดระบุ	+1	+1	+1	1
กิจกรรมหลักในการเดินทางข้ามแดนครั้งนี้	+1	+1	+1	1
ความรู้สึกหลังจากกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในครั้งนี้	+1	+1	+1	1
ความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
ภายใน 1 ปีท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน	+1	+1	+1	1
การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ	+1	+1	0	0.67
การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้าท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี้ให้มาเที่ยวด้วยกันกับท่านอย่างแน่นอน	+1	0	+1	0.67

ข้อคำถาม	ผลการประเมินจากผู้ทรงฯ			
	1	2	3	รวม
ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้น ท่านก็ยังคงตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ อีกอย่างแน่นอน	+1	0	+1	0.67
ระดับความตั้งใจที่จะมาซ้ำอีกในครั้งต่อไป	+1	+1	+1	1
ระดับความตั้งใจแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาเที่ยว ณ จุดผ่านแดนนี้	+1	+1	+1	1
ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่แน่นอน	+1	+1	+1	1
ท่านจะเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวที่นี่แก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน	+1	+1	+1	1
ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง	+1	+1	+1	1
เมื่อมีคนวิจารณ์ว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี้ไม่ดีท่านจะแสดงความคิดเห็นโต้แย้งคำวิจารณ์ดังกล่าวอย่างแน่นอน	+1	+1	+1	1
ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
มีรายได้พอเพียง	+1	+1	+1	1
มีฐานะการเงินมั่นคง	+1	+1	+1	1
ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่แพงเกินไป	+1	0	+1	0.67
ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป	+1	+1	+1	1
กฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน	+1	+1	+1	1
กฎระเบียบไม่เข้มงวด มีความยืดหยุ่น	+1	+1	+1	1
เจ้าหน้าที่ช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจ	+1	+1	+1	1
ความสวยงามทางธรรมชาติ	+1	+1	+1	1
ความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1
สามารถมาสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นตามแนวตะเข็บชายแดน	+1	+1	+1	1
ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1

ข้อคำถาม	ผลการประเมินจากผู้ทรงฯ			
	1	2	3	รวม
มีสินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ	+1	+1	+1	1
ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม	+1	+1	+1	1
ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น	+1	+1	+1	1
มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ	+1	+1	+1	1
ที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ	+1	+1	+1	1
มีการบริการของร้านขายของฝากของที่ระลึก	+1	+1	+1	1
มีบริการรถสาธารณะครบ เช่น เรือโดยสารข้ามฝาก รถโดยสารเข้าเมือง รถรับจ้าง	+1	+1	+1	1
ป้ายแนะนำในการเยี่ยมชมตามจุดที่สำคัญ	+1	+1	+1	1
มีความปลอดภัยขณะเดินทางข้ามแดนและท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1
การดูแลรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว	+1	+1	+1	1
มีเจ้าหน้าให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางข้ามแดน	+1	+1	+1	1
มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ	+1	+1	+1	1
มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ	+1	+1	+1	1
มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน	+1	+1	+1	1
มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า แสงสว่าง น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด	+1	+1	+1	1
การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ข้อมูลที่ละเอียดและทันสมัย	+1	+1	+1	1
มีป้ายบอกทางของสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจนมองเห็นได้ง่าย	+1	+1	+1	1
ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่ง โดยสาร เช่น เรือ รถโดยสาร รถรับจ้าง	+1	+1	+1	1
รวมผลคะแนนการประเมิน IOC				**0.97**

ภาคผนวก ค
เครื่องการวิจัย

ลำดับที่ .....

เครื่องการวิจัยเรื่อง

พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยว ชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

คำชี้แจง

แบบสอบถามนี้สำหรับรวบรวมข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวของนักท่องเที่ยว ชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบด้วย 4 ตอน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราวนักท่องเที่ยว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 3 ความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 4 ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

ทั้งนี้ ข้อมูลที่รวบรวมได้ในครั้งนี้จะใช้สำหรับการศึกษาในเชิงวิชาการเท่านั้น จะไม่มีผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูลแต่ประการใด จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านได้ให้คำตอบในแบบสอบถามฉบับนี้ด้วยความจริงทุกประการ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัย:
นายชัยณรงค์ ศรีรักษ์
นักศึกษาหลักสูตรดิจิปปส์ตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการการท่องเที่ยว
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

2. อายุ

☐ 20 ปีหรือต่ำกว่า ☐ 21 – 30 ปี ☐ 31 – 40 ปี

☐ 41 – 50 ปี ☐ 51 – 60 ปี ☐ มากกว่า 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

☐ โสด ☐ สมรส ☐ หม้าย/หย่าร้าง

4. ระดับการศึกษา

☐ 1. ประถมศึกษา ☐ 2. มัธยมศึกษา ☐ 3. อนุปริญญา

☐ 4. ปริญญาตรี ☐ 5. ปริญญาโทหรือสูงกว่าปริญญาโท

5. อาชีพ

☐ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ พนักงานบริษัทเอกชน

☐ รับจ้างทั่วไป ☐ ธุรกิจส่วนตัว

☐ ค้าขาย ☐ นักเรียน/นักศึกษา

☐ ประชาชนทั่วไป /เกษตรกร ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

6. รายได้ต่อเดือน

☐ 5,000 บาท หรือต่ำกว่า ☐ 5,001 – 10,000 บาท

☐ 10,001 – 20,000 บาท ☐ 20,001 – 30,000 บาท

☐ 30,001 บาทขึ้นไป

7. ภูมิลำเนา

☐ หลวงพระบาง ☐ เวียงจันทน์

☐ ท่าแขก ☐ สวันเขต

☐ สาละวัน ☐ ปากเซ

☐ จำปาศักดิ์ ☐ อื่นๆ (ระบุ) .....

8. ช่องทางข้ามแดน ณ. จุดผ่อนปรน .....

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมพฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามแดนผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว นักท่องเที่ยวชาว สปป. ลาว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับข้อมูลของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

1. จำนวนครั้งในการมาเที่ยว

☐ 2 ครั้ง ☐ 3 -5 ครั้ง

☐ 6 – 8 ครั้ง ☐ 9 ครั้งขึ้นไป

2. จำนวนวัน/คืนที่พักขณะข้ามแดนมาเที่ยวในไทย

☐ ไม่พักเลย ☐ พัก 1 วัน/คืน

☐ พัก 2-3 วัน/คืน ☐ พัก 4-5 วัน/คืน

☐ พักมากกว่า 5 วัน/คืน ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

3. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยภาพรวมในครั้งก่อนหน้านี้

☐ ข้ามแดนไปพื้นที่อื่นๆ ในฝั่งไทย ☐ ซื้อสินค้าในฝั่งไทย

☐ นำสินค้าเข้ามาจำหน่าย ☐ เยี่ยมญาติ/เพื่อนในฝั่งไทย

☐ ทัศนศึกษา/ศึกษาดูงาน ☐ ท่องเที่ยว/พักผ่อน

☐ ปฏิบัติราชการ/ประชุมสัมมนา ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

4. ลักษณะการเดินทาง

☐ จัดการเดินทางด้วยตัวเอง ☐ ผ่านบริษัทนำเที่ยว

5. ยานพาหนะในการเดินทาง

☐ 1. รถยนต์ส่วนตัว ☐ 2. รถเช่า / รถตู้ ☐ 3. เรือโดยสารข้ามฝาก

☐ 4. รถยนต์บริษัทนำเที่ยว ☐ 5. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. สถานะความสัมพันธ์ของผู้ร่วมเดินทาง

☐ คนเดียว ☐ ครอบครัว/ญาติ

☐ เพื่อน ☐ เพื่อนร่วมงาน

☐ กลุ่มทัวร์ ☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

7. จำนวนสมาชิกที่ร่วมเดินทางมาท่องเที่ยว

☐ มาคนเดียว ☐ 2-3 คน

☐ 4-5 คน ☐ 6 คนขึ้นไป

8. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

☐ ไม่มี ☐ ไม่เกิน 1,000 บาท

☐ 1,001-2,000 บาท ☐ 2,001-2,500 บาท

☐ 2,501-3,000 บาท ☐ มากกว่า 3,000 บาท

9. กิจกรรมที่ใช้จ่ายมากที่สุด

☐ ค่าที่พัก ☐ ค่าอาหารและเครื่องดื่ม

☐ ซื้อสินค้าอุปโภค ☐ ค่าบริการและค่าธรรมเนียมข้ามแดน

☐ ของที่ระลึก ☐ อื่น ๆ โปรดระบุ.....

10. กิจกรรมอื่นๆ ที่อยากทำในขณะที่เดินทาง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

☐ การเที่ยวชมธรรมชาติในฝั่งไทย ☐ การเที่ยวชมศึกษาบรรยากาศบ้านเมืองในฝั่งไทย

☐ การศึกษาหาความรู้ใหม่ในฝั่งไทย ☐ การซื้อของจำเป็นในฝั่งไทย

☐ การช็อปปิ้งในฝั่งไทย ☐ การทำธุระส่วนตัวในฝั่งไทย

☐ การจับจ่ายสินค้าพื้นเมืองของที่ระลึกในฝั่งไทย

☐ อื่นๆ โปรดระบุ.....

11. สถานที่ที่อยากเดินทางไป ขณะอยู่ฝั่งไทย โปรดระบุ.....

12. กิจกรรมหลักในการเดินทางข้ามแดนครั้งนี้

โปรดระบุ.....

13. ความรู้สึกหลังจากกลับมาเที่ยวซ้ำอีกในครั้งนี้

☐ ความประทับใจเพิ่มมากขึ้นกว่าครั้งก่อน

☐ รู้สึกประทับใจเท่าเดิม

☐ รู้สึกเฉยๆ

☐ รู้สึกไม่ประทับใจ

<u>ตอนที่ 3</u> แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ระดับ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. ภายใน 1 ปีท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกอย่างแน่นอน					
2. การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในครั้งนี้ท่านมีสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้เป็นตัวเลือกอันดับแรกในใจ					
3. การกลับมาเที่ยวซ้ำในครั้งหน้าท่านจะพาคนรู้จักที่ไม่เคยมาเที่ยวที่นี้ให้มาเที่ยวด้วยกันกับท่านอย่างแน่นอน					
4. ในอนาคตหากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้แพงขึ้น ท่านก็ยังคงตั้งใจที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำ อีกอย่างแน่นอน					
5. ระดับความตั้งใจที่จะมาซ้ำอีกในครั้งต่อไป					
6. ระดับความตั้งใจแนะนำบอกต่อคนรู้จักให้มาเที่ยว ณ จุดผ่านแดนนี้					
7. ท่านจะชักชวนคนที่รู้จักให้มาเที่ยวที่นี่แน่นอน					
8. ท่านจะบอกเล่าประสบการณ์ที่ดีในการมาเที่ยวที่นี่แก่ผู้อื่นอย่างแน่นอน					
9. ท่านจะช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจอย่างยิ่ง					
10. เมื่อมีคนวิจารณ์ว่าสถานที่ท่องเที่ยวที่นี้ไม่ดีท่านจะแสดงความคิดเห็นโต้แย้งคำวิจารณ์ดังกล่าวอย่างแน่นอน					

<u>ตอนที่ 4</u> แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุดเพียงข้อเดียว

ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ระดับตั้งใจ				
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)
1. มีรายได้พอเพียง					
2. มีฐานะการเงินมั่นคง					
3. ราคาน้ำมันเชื้อเพลิงไม่แพงเกินไป					
4. ค่าใช้จ่ายและค่าบริการไม่สูงเกินไป					
5. กฎระเบียบเอื้อต่อการดำเนินชีวิตและการข้ามแดน					
6. กฎระเบียบไม่เข้มงวด มีความยืดหยุ่น					
7. เจ้าหน้าที่ช่วยแนะนำข้อมูลในการท่องเที่ยวที่นี่แก่คนอื่นด้วยความเต็มใจ					
7. ความสวยงามทางธรรมชาติ					
8. ความงดงามของศิลปวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว					
9. สามารถมาสัมผัสวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่นตามแนวตะเข็บชายแดนได้					
10. ความสวยงามของสภาพภูมิทัศน์โดยรวมของสถานที่ท่องเที่ยว					
11. มีสินค้าของใช้จำเป็นที่ตรงตามความต้องการ					
12. ไม่มีอุปสรรคด้านการสื่อสารระหว่างวัฒนธรรม					
13. ความมีไมตรีและเป็นกันเองของคนในท้องถิ่น					
14. มีร้านอาหารที่หลากหลายไว้คอยให้บริการ					
15. ที่พักแรม เช่น โรงแรม บังกะโล ไว้คอยบริการ					
16. มีการบริการของร้านขายของฝากของที่ระลึก					

17. มีบริการรถสาธารณะครบ เช่น เรือโดยสารข้ามฝาก รถโดยสารเข้าเมือง รถรับจ้าง					
18. ป้ายแนะนำในการเยี่ยมชมตามจุดที่สำคัญ					
19. มีความปลอดภัยขณะเดินทางข้ามแดนและท่องเที่ยว					
20. การดูแลรักษาความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว					
21. มีเจ้าหน้าให้บริการและอำนวยความสะดวกในการเดินทางข้ามแดน					
22. มีบริการที่จำเป็นในกรณีฉุกเฉิน เช่น แพทย์ พยาบาล ฯลฯ					
23. มีบริการเฉพาะกรณีพิเศษ เช่น การตรวจคนเข้าเมือง การตรวจการเคลื่อนย้ายสัตว์ ฯลฯ					
24. มีกำหนดการและเวลาปิด-เปิดแน่นอน					
25. มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ เช่น ไฟฟ้า แสงสว่าง น้ำประปา ห้องน้ำสะอาด					
26. การประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวให้ข้อมูลที่ละเอียดและทันสมัย					
27. มีป้ายบอกทางของสถานที่ท่องเที่ยวที่ชัดเจน มองเห็นได้ง่าย					
28. ความเพียงพอของระบบคมนาคมขนส่ง โดยสาร เช่น เรือ รถโดยสาร รถรับจ้าง					

<u>ตอนที่ 5</u> ข้อเสนอแนะและการความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความตั้งใจเดินทางเข้าประเทศไทยซ้ำผ่านจุดผ่อนปรนชั่วคราว ในพื้นที่จังหวัดภาคะวันออกเฉียงเหนือ

.....

.....

.....

ขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

ภาคผนวก ง
ภาพประกอบการลงพื้นที่เก็บข้อมูล

ด่านพรมแดนบึงกาฬ

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ-สกุล ชัยณรงค์ ศรีรักษ์

Email address yaravee.add@gmail.com

ประวัติ

- การศึกษา	ปร.ด. (การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และชุมชน)	มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
	ปร.ด. (อุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว)	มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต
	รป.ม. (รัฐประศาสนศาสตร์)	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
	ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์)	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
	ภ.บ. (เภสัชศาสตร์)	มหาวิทยาลัยขอนแก่น

-การทำงาน อาจารย์

สังกัดภาควิชา โครงการจัดตั้งภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา
คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กำแพงแสน
อำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม