

บทที่ 4

ผลการวิจัยและวิจารณ์

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว โดยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจบริบทแหล่งท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อระบุพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ 3) เพื่อประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ กระทำโดยใช้แบบสอบถาม เพื่อการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 400 คน และใช้วิธีการนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยายและความเรียบเรียง เพื่อให้สอดคล้องและครอบคลุมประเด็นเนื้อหาของการวิจัยครั้งนี้ตามวัตถุประสงค์การวิจัยโดยแบ่งเป็นส่วนต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การสำรวจบริบทแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตอนที่ 1 การสำรวจบริบทแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

เมืองหลวงพระบางมีชื่อเสียงทางด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวและมีความสวยงาม ทางด้านวัฒนธรรม ทางด้านธรรมชาติและทางด้านประวัติศาสตร์ ที่ยังคงรักษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้อย่างเหนียวแน่น จนได้รับการจดทะเบียน เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม ปี ค.ศ. 1995 และขนานนามว่าเป็น “เมืองมรดกโลก” เนื่องจากว่ามีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เป็นเมืองที่ได้รับการรักษาดูแลดีที่สุดแห่งหนึ่งในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความหลากหลายทางเชื้อชาติ มีคุณค่าทางด้านวัฒนธรรม และเป็นเมืองสีเขียวน่าอยู่ สิ่ง

เหล่านั้นได้ทำให้หลวงพระบางมีความโดดเด่นขึ้นอยู่ในเวทีสากลจนทำให้หลวงพระบางสามารถได้ขนานนาม กลายเป็นเมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของโลก 6 ปี ติดต่อกัน (2005-2006-2007-2008-2010 และ 2011) จากวารสารชั้นนำชื่อดังของโลก (Wanderlust) จากประเทศอังกฤษ ว่าเป็นเมืองสีเขียวที่น่าอยู่ และได้ประกาศให้เป็นเมืองที่ปลอดควันบุหรี่ ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวได้เดินทางมาเยี่ยมชม และทำงานที่หลวงพระบางเพิ่มขึ้นในแต่ละปี แสดงให้เห็นจากตัวเลขนักท่องเที่ยวสากล ในปี ค.ศ. 2012 มีจำนวน 294,213 คน มี อัตราเพิ่มขึ้น 7 % ต่อปี และสามารถสร้างรายรับได้กว่า 75,902,400 ดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 4)

แหล่งท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง

จากข้อมูลปี ค.ศ. 2012 เมืองหลวงพระบางมีแหล่งท่องเที่ยวรวม 37 แห่ง ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 6 แห่ง เช่น ดาดกวางซี ดาดนาเคือย แก้งนูน ดาดทอง ย่างป่าล่องเลา-ดาดกวางซี และเขื่อนไฟฟ้าน้ำคัง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม 29 แห่ง เช่น วัดเชียงทอง วัดวิซุน วัดแสนสุขาราม วัดหนองศรีคูณเมือง วัดใหม่ วัดพระบาใต้ วัดธาตุหลวง วัดธาตุน้อย วัดหัวเชียง วัดมโน วัดโพนเพา วัดถ้ำภูศรี วัดเชียงม่วน วัดจุมหม่อง วัดศรีพุทธบาท วัดสบบ วัดอาฮาม ตลาดดาดา ตลาดโพศรี ร้านทำเครื่องเงิน ลุงทิดเพรง บ้านผานม บ้านช่างหม้อ บ้านล่องเลา บ้านพอนไซ(ท่อผ้า) ย่างป่าล่องเลา ดาดกวางซี บ้านหาดเหียน บ้านดอน ศูนย์วางแสดงชนเผ่าวิซยา บ้านนาอวน และตลาดกลางคืน นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 2 แห่ง เช่น พิพิธภัณฑ์ และพระธาตุจอมศรี ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจของเมืองหลวงพระบาง (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 18)

แหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ

จากสภาพภูมิประเทศที่เป็นภูเขาสลับซับซ้อน มีป่าไม้ สัตว์ป่า และแหล่งน้ำอันอุดมสมบูรณ์ จึงเป็นแหล่งที่มีทรัพยากรธรรมชาติที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและสัตว์ป่านานาชนิดแล้ว เมืองหลวงพระบางยังมีแหล่งต้นน้ำที่อุดมสมบูรณ์ และมีจุดเด่นทางธรรมชาติที่สวยงามอีกหลายแหล่ง โดยสถานที่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ

น้ำตกดาดกวางสี มีทัศนียภาพอันสวยงาม อากาศที่แสนบริสุทธิ์สัมผัสกับบรรยากาศน้ำตกเย็นสบาย ที่มีเสน่ห์ให้น่าหลงใหล สร้างความประทับใจให้แก่ผู้ที่ได้มาเยือน

น้ำตกตาดควางสี อยู่ห่างจากตัวเมือง 25 กิโลเมตร ไปตามเส้นทางหลวง 13 เหนือ ซึ่งตั้งอยู่บนที่สูงจากระดับน้ำทะเล 560 เมตร เป็นน้ำตกตาดหินปูนที่มีความสูงประมาณ 80 เมตร น้ำตกลงมาเป็นชั้นๆ ส่วนชั้นที่สองมีแอ่งน้ำใหญ่สามารถว่ายน้ำได้ จากชั้นสองมีเส้นทางให้ขึ้นไปชม ถึงยอดบ่อน้ำออกได้ โดยมีสภาพป่าที่สมบูรณ์ล้อมรอบน้ำตก ส่วนข้างล่างมีสะพานไม้และเส้นทางเดินชมรอบๆน้ำตกและสามารถเลาะขึ้นชมความงามของน้ำตก โดยมีการบูรณะ และสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกใน บริเวณตัวน้ำตกชั้นล่าง ทำเป็นสวนสาธารณะ มีร้านขายของที่ระลึกที่ทางเข้าน้ำตก ซึ่งเป็นสินค้าพื้นเมืองที่ทำจากไม้ไผ่เป็นของใช้หลายชนิด และมีร้านอาหารตามสั่งพร้อมโต๊ะให้นั่งพักผ่อนและรับประทานอาหาร ให้บริการอยู่หลายร้าน น้ำตกตาดควางสีมีน้ำตลอดปี ในฤดูร้อนน้ำจะน้อย นอกจากนั้น มีความสะดวกสบาย ในการเข้าไปถึง ซึ่งสามารถใช้ยานพาหนะตามความต้องการเช่น รถยนต์ประจำทาง จักรยานยนต์ จักรยาน เป็นต้น (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 1)



ภาพ 4 ทิวทัศน์ความสวยงามของน้ำตกตาดควางสี
ที่มา: โอเชียนส์ไมล์ทัวร์ (2557: ระบบออนไลน์)

นอกจากนั้นยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่มีความสวยงาม เช่น น้ำตกตาดนาเดือย เป็นอีกน้ำตกหนึ่งที่มีความสวยงามทางธรรมชาติของสายน้ำค้างห่างจากตัวเมืองประมาณ 6 กิโลเมตร เป็นน้ำตกตาดขนาดเล็กที่สวยงามอีกแห่งหนึ่งของเมือง

หลวงพระบางเหมาะแก่การไปพักผ่อน (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 1)

เขื่อนไฟฟ้าน้ำคอง เป็นเขื่อนไฟฟ้าขนาดเล็ก ห่างจากตัวเมืองประมาณ 12 กิโลเมตร ซึ่งสร้างขึ้นในปี ค.ศ 1962 ในรัชสมัยสงครามฝรั่งเศส เพื่อผลิตกระแสไฟฟ้า ใช้เฉพาะเมืองหลวงพระบาง ซึ่งในทุกๆปีประชาชนบ้านมวก ยังได้จัดงานแข่งขันช่วงเรืออยู่บนน้ำเขื่อนไฟฟ้าตามประเพณี (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 1)

อ่างปล้ำล่องเลาตากวางซี เป็นทางเดินจากบ้านล่องเลาถึงตากวางซี ใช้เวลาประมาณ 3-4 ชั่วโมง เป็นการท่องเที่ยวแบบอนุรักษ์ประชาชนมีส่วนร่วม เพื่อเที่ยวชมวัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี ของชนเผ่าม้ง และเดินป่าเที่ยวชมธรรมชาติภูเขา ป่าไม้ แล้วลงสู่แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติน้ำตกตากวางสี และอีกที่หนึ่งเป็นน้ำตกตาดทองห่าง อยู่ห่างจากตัวเมือง 2.8 กิโลเมตร เป็นที่แตกต่างจากน้ำตกแห่งอื่นเพราะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถเข้าถึงธรรมชาติได้ในเขตป่าดงดิบ นักท่องเที่ยวสามารถลง เล่นน้ำได้ ซึ่งน้ำที่ไหลมาจากภูเขาผ่านโขดหินลงมาภายใต้ร่มสีเขียว สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มารับบรรยากาศที่เย็นสบาย มีสถานที่จอดรถ และร้านอาหารราคาอาหาร-เครื่องดื่มไม่แพง การบริการมีอัธยาศัยเป็นกันเอง (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 5)

แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม

เมืองหลวงพระบางเป็นเมืองเก่าที่มีความน่าสนใจมากมาย และตั้งถิ่นฐานมาเป็นเวลายาวนานมีขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตที่ผูกพันกับพื้นที่นี้มาช้านาน โดยมีภูมิทัศน์ทั่วไปของเมืองประกอบด้วยสิ่งปลูกสร้างเป็นหลัก มีอาคารและบ้านเรือน แบบสถาปัตยกรรมลาวและฝรั่งเศส นอกจากนี้ยังมีประเพณีวัด เป็นจำนวนมากถึง 29 วัด ที่มีประวัติความเป็นมาอันยาวนาน โดยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสำคัญและมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว คือ

วัดเชียงทองเป็นวัดที่สำคัญและสวยงาม ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือบนถนนโพธิสารราช ริมแม่น้ำโขง เป็นวัดที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เข้ามาเยี่ยมชมวัดแห่งนี้มากที่สุด ด้วยความงามทางสถาปัตยกรรมที่ไม่เหมือนใคร และเรื่องราวทางวัฒนธรรมของคนลาวที่ผ่านมา วัดนี้สร้างขึ้นเมื่อปี ค. ศ. 1559-1560 ตั้งอยู่ภายในตัวเมืองหลวงพระบาง สร้างขึ้นก่อนที่พระเจ้าไชยเชษฐาธิราชจะย้ายเมืองหลวงไปยัง นครเวียงจันทน์ เป็นวัดที่มีสถาปัตยกรรมและการตกแต่งแบบลาวดั้งเดิมจริงๆ ซึ่งวัดเชียงทองประกอบมีสิม (พระอุโบสถ) ที่มีความสวยงามหลังคาอ่อนโค้ง ลาดต่ำลงมาซ้อนกันอยู่ 3 ชั้น ส่วนกลางของหลังคามียอดช่อฟ้า ส่วนที่ประดับที่ยอดหน้าที่มีรูปร่างเป็นเศียรนาคเม่นมีความหมายเกี่ยวกับทางศาสนาพุทธ ส่วนประติมากรรมแกะสลัก

สวยงาม กับหน้าต่างภายในสิมมีภาพสวยงาม ที่ผนังมีลักษณะลวดลายปิดทองฉลุบนพื้นสีดำ นอกจากนี้ยังมีภาพวิถีการดำรงชีวิต ติดด้วยกระจก ติดต่อกันเป็นรูปลักษณะคล้ายต้นโพธิ์ ด้านข้าง ต้นทองเป็นรูปสัตว์ ที่มีสีส้มสวยงาม ซึ่งด้านข้างและด้านหลังของสิมมีวิหารสองหลัง โดยมีจุดเด่นคือผนังด้านนอกมีการตกแต่งด้วยกระจกสี เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับนิทานพื้นบ้าน และวิถีชีวิตของผู้คน ซึ่งภายในวิหารเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปในช่วงวันขึ้นปีใหม่จะมีการอันเชิญมาให้ประชาชน สรงน้ำและกราบไหว้เป็นประจำทุกๆปี และมีโรงเขียน โกศ ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกของวัด จุดเด่นของโรงเขียน โกศยังอยู่ที่ประตูด้านนอกคือ เป็นภาพแกะสลักวรรณคดีเรื่อง รามเกียรติ์ ภายในวัดยังมีพระอยู่เช่น วัดทั่วไป การเดินทางมีความสะดวกไปวัดเชียงทองสามารถ เดิน ปั่นจักรยาน หรือใช้รถโดยสารได้ แล้วแต่มีความสะดวก (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว แขวงหลวงพระบาง, 2012: 1)



ภาพ 5 ความสวยงามของวัดเชียงทองโบราณสถานที่สำคัญคู่บ้านคู่เมืองหลวงพระบาง
ที่มา: แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว แขวงหลวงพระบาง (2012)

วัดวิชุน (วัดหมากโม) ตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงใต้ ของเมืองหลวงพระบาง บนถนนวิชุน สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1503 โดยเจ้าวิชุนนราชเป็นผู้สร้าง เป็นวัดคู่บ้านคู่เมืองอีกวัด หนึ่งที่มีความสวยงาม ภายในวัดมีพระธาตุที่มีลักษณะพิเศษคล้ายหมากโม (แดงโม) ฝาครั้ง ทำให้ชาวเมืองหลวงพระบางเรียกว่า “พระธาตุหมากโม” ยอดพระธาตุมีลักษณะคล้ายเปลวไฟ บริเวณมุมฐานชั้นกลาง และชั้นบนมีเจดีย์รูปทรงบัวตูม ในปี ค.ศ. 1942 วัดวิชุนได้ถูกจัดให้เป็นพิพิธภัณฑสถาน

และศิลปะ ซึ่งปัจจุบัน ได้ย้ายไปที่หอคำ วัดวิชุนยังมีลักษณะที่แปลกแตกต่างจากวัดทั่วไป ทั้งรูปทรงหลังคา และการใส่สีพื้น ซึ่งวัดแห่งนี้ยังคงเคยเป็นที่ประดิษฐานของพระบาง ซึ่งมีความโดดเด่นเป็นตัวละคร (พระอุโบสถ) อยู่ภายในสิมมีพระพุทธรูปที่มีขนาดใหญ่ที่สุดในเมืองหลวงพระบาง ด้านหลังยังมีโบราณวัตถุที่ได้เก็บรวบรวมรักษาไว้ เช่น พระพุทธรูปสำริด ไม่จำหลักลวดลายต่างๆ พระพุทธรูปไม้แกะสลักจำนวนมาก (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 1)



ภาพ 6 บริเวณพระธาตุหมากโมภายในวัดวิชุน

วัดใหม่ สุวรรณภูมิรามสร้างขึ้นเมื่อศตวรรษที่ 15-16 ได้ทรงปฏิสังขรณ์วัดนี้ใหม่ในปี ค. ศ. 1796 อารามเป็นหลังคา 5 ชั้น ตามลักษณะสถาปัตยกรรมลาวดั้งเดิม มุงด้วยกระเบื้องดิน วัตถุประสงค์อยู่บนถนนศรีสว่างวงศ์ หรือติดกับตลาดกลางคืนเป็นที่กำเนิดของโรงเรียนปริยัติธรรม และเคยเป็นที่ประดิษฐานของพระบางมาแต่ปี ค. ศ. 1894 ซึ่งในช่วงปีใหม่ลาว (สงกรานต์) จะอัญเชิญพระบางมาไว้ที่วัดใหม่เป็นเวลา 3 วัน เพื่อให้ประชาชนได้สรงน้ำ ซึ่งภายในวัดมีตัวละคร (พระอุโบสถ) มีหลังคาขนาดใหญ่ มีชายคาปกคลุมทั้งสี่ด้าน สองระดับต่อเนื่องกัน บนยอดหลังคาเป็นหน้าจั่วขนาดใหญ่ และมีหลังคาเล็กๆ ซ้อนอยู่อีกชั้นหนึ่งด้วย ตรงกลางของหลังคาเล็กประดับช่อฟ้า ผนังด้านหน้าสิมตกแต่งด้วยภาพลึงสีทองดูเหลือืองงามตา โดยเล่าเรื่องพระเวสสันดรชาดก ส่วนบานประตูแกะสลักเป็นรูปเทวดาโดยฝีมือช่างสถาปัตยกรรมแบบลาวดั้งเดิม ภายในสิมมีพระพุทธรูปนับหมื่นนับแสนองค์บนผนังสีแดงตรงกลางเป็นพระพุทธรูปทรงเครื่อง มีพระพักตร์ที่งดงาม ตรงข้ามด้านหน้าสิมมีอาคารเป็นปูนหลังเล็กๆ 2 หลังขนาดต่างกัน ชาวลาวเรียกว่า “อุบมุง”

อุบมุงหลังใหญ่หันหน้ามาทางสิม ส่วนอุบมุงหลังเล็กหันหน้าออกถนนศรีสว่างวงศ์ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)



ภาพ 7 ความสวยงามของวัดใหม่ สุวรรณภูมิราม ในยามเช้า

นอกจากนี้ยังมีแหล่งท่องเที่ยวอีกหลายแห่งที่มีความสวยงามเช่น

วัดแสนสุขาราม เป็นวัดเดียวที่มีพระพุทธรูปยืนองค์ใหญ่ องค์เดียวในเมืองหลวงพระบาง เป็นวัดเก่าแก่ที่ถูกสร้างขึ้นในปี ค.ศ 1718 ในรัชสมัยเจ้ากิงกิดสลาด เมื่อคริสต์วรรษที่ 15 และได้รับการบูรณะ 2 ครั้ง ครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ 1932 ครั้งที่สองเมื่อปี ค.ศ 1957 มีการปรับปรุงติดด้วยทองคำที่มีความสวยงาม โดยช่างชาวหลวงพระบาง (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)

วัดหนองศรีคูณเมือง สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1729 โดยนายเจ้าห้าง ในรัชสมัยของเจ้าพระเจ้าอองนาก จนถึงราชการของเจ้าแผ่นดิน สมเด็จพระเจ้าสุริยวงศา ในปี ค.ศ 1774 เดือน 5 ขึ้น 14 ค่ำได้เกิดไฟไหม้ ตั้งแต่บ้านหัวเชิงถึงบ้านปากคาน และไหม้ที่วัดหนองศรีคูณเมืองเสียหายเกือบทั้งหมด ซึ่งภายหลังได้รับการบูรณะก่อสร้างขึ้นมาใหม่จนสวยงาม พุทธศตวรรษที่ 19 (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)

วัดพระบาไค้ เป็นวัดสร้างและบูรณะใหม่ในปี ค.ศ 1960 โดยมีสถาปัตยกรรมในการตกแต่งแบบศิลปะจีน-เวียดนาม จากวัดเดิมที่สร้างพุทธศตวรรษที่ 15 วัดนี้มีรอยพระพุทธรูปประดิษฐานอยู่บริเวณริมแม่น้ำโขง จากบริเวณนี้สามารถมองเห็นทิวทัศน์ของแม่น้ำโขงและเมืองฝั่ง

ตรงข้ามได้อย่างชัดเจน นับเป็นจุดชมพระอาทิตย์ตกดินที่สวยงามที่สุดแห่งหนึ่งของหลวงพระบาง (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)

วัดธาตุหลวง (วัดทาดหลวง) สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1818 ในรัชสมัยพระเจ้ามันธาตุราช เป็นวัดเก่า ในพุทธศตวรรษที่ 14-15 ประกอบด้วยอารามที่ก่อด้วยดินเผา มีพระธาตุหลวง พระธาตุน้อยที่ปัจจุบันมีกระดูกของเจ้าศรีสว่างวงศ์และมีกุฏิสามหลังที่สร้างตามสถาปัตยกรรมแบบลาวดั้งเดิม (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)

วัดธาตุน้อย(วัดทาดน้อย) สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1548 โดยพระเจ้าไชยเชษฐาธิราช มีทั้งวิหารและอาราม โดยวัดนี้ถูกลมพายุพัดในปี ค.ศ 1900 และได้ถูกบูรณะใหม่ในปี ค.ศ 1907-1910 โดยเจ้ามหาอุปประเทศบุญคงและวัดนี้ยังเป็นสถานที่จัดตั้งงานฉลองประเพณีบุญปีใหม่มูลาว (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)

วัดหัวเชียง สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1705 เป็นวัดที่พระเจ้าไชยเชษฐาธิราช ดั้งห่อเลี้ยง ซึ่งจะสร้างวัดพระสิมหาราตุวอวิหารภายหลังคำว่า ห่อเลี้ยงเลยผันแปรไปเป็นหัวเชียง โดยสถาปัตยกรรมศิลปะแบบหลวงพระบาง (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)

วัดมโน สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1378-1379 โดยเป็นพระเจ้าสามแสนไท เป็นวัดที่เก่าแก่ที่สุดในหลวงพระบางอีกแห่งหนึ่งวัดนี้เคยเป็นที่ประดิษฐาน พระบางในเมื่อก่อน มีพระเจ้าแสนกุด พระพุทธรูป องค์นี้ถูกเจาะท้องและทำลายเป็นส่วน ๆ เสียหายในช่วงที่มีการปล้นสะดมเมืองของพวกเขาห่อธงดำ ธงแดงในปี ค.ศ 1887 และถูกซ่อมแซมต่อแขนในปี ค.ศ 1971 (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

วัดโพนเพา เป็นวัดเล็กๆ ตั้งอยู่บริเวณเชิงเขาทางไปบ้านผานม ห่างจากตัวเมือง 2 กิโลเมตร จุดเด่นที่น่าชมอยู่ที่เจดีย์ทอง ซึ่งมีความแตกต่างจากเจดีย์องค์อื่นในเมืองหลวงพระบาง สร้างขึ้นใน ปี ค.ศ. 1988 ลักษณะเป็นอาคารทรงพระธาตุภายนอกชั้นบนทาสีทอง ส่วนชั้นล่างเป็นโถงทรงเหลี่ยมรอบๆ พระธาตุ มีหน้าต่างแกะสลักเล่าเรื่องพุทธประวัติ ภายในแบ่งเป็นชั้นๆ แต่ละชั้นจะประดับภาพฝาผนังที่สำคัญ ๆ และบริเวณระเบียงชั้นสองสามารถมองเห็นทิวทัศน์เมืองหลวงพระบางโดยรอบ ตั้งแต่ตัวเมืองสะพานเหล็ก แม่น้ำคาน (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

วัดถ้ำภูศรี เป็นวัดเล็กๆที่ตั้งอยู่เนินภูสี ข้างน้ำคาน ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งทางทิศใต้ มีรอยพระพุทธบาทที่มีความน่าสนใจ โดยพระหุมแพงเหมะบันโยเป็นผู้สร้างพระพุทธรูปพระกระยาเยเถร ในปี ค.ศ 1324 (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

วัดเชียงม่วน สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1853 โดยพระยาศรีสนชัย รัชสมัยราชการของพระเจ้าจันทราช ตามเสียงคนตรีเสบ และชื่นชมยินดีของชาวบ้านมายกวัด หรือตามเสียงฆ้องดี จึงขนานนามว่าวัดเสียงม่วน ภายหลังจึงได้ผันแปรไปเป็นวัดเชียงม่วนและมีการซ่อมแซมในปี ค.ศ 1964 (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรมและท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

วัดจุมฆ้อง สร้างขึ้นในปี ค.ศ 1853 โดยครูบาแก้ว ในรัชสมัยพระเจ้าสุทโศทวารวดี ก่อนจะตั้งชื่อว่าวัดจุมฆ้อง ซึ่งได้หล่อพระพุทธรูปประดิษฐานไว้วัดนี้เรียกว่า พระฆ้อง จึงขนานนามว่า วัดจุมฆ้องและได้มีการบูรณะคืนใหม่ในปี ค.ศ. 1933-1951-1963 (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

วัดศรีพุทธบาท สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1853 โดยพระเจ้าจันทราช ในอดีตวัดนี้มีชื่อว่า วัดป่าแค ซึ่งเมื่อพระเจ้าจันทราช สวรรคตชาวเมืองได้อาพระบรมมหาราชูปถัมภ์ไว้ที่ธาตุวัดป่าแค และพระราชยานของพระองค์ ก็ได้เอามาสักการบูชาไว้กับวัดนี้ ในระยะต่อมาได้เปลี่ยนชื่อวัดป่าแคมาเป็นวัดศรีพุทธบาท (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

วัดสบ สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1481 โดยพระเจ้าแท่นคำพระราชโอรส ของพระเจ้าจักรพรรดิแผ่นดินแก้ว ดิถองทัพแถวแตกฝ่ายหนีพ้นเขตประเทศล้านช้าง แล้วพระราชบิดาที่รบภัยสงครามไปอยู่เมืองเชียงคาน เมื่อพระราชบิดาได้ทรงสวรรคต ในปี จ.ศ 842 เมื่อได้ถวายพระเพลิงแล้ว ได้สร้างวัด 1 หลังและพระเจดีย์ 1 องค์ บรรจุพระบรมอัฐิของพระชนก วัดนี้จึงเรียกว่า วัดสบ เชียงคาน ซึ่งได้มีการบูรณะคืนใหม่ในปี ค.ศ. 1909 และปี ค.ศ. 1950 โดยสร้างระเบียงสองข้าง และเป็นสถานศึกษาของ พระภิกษุสามเณร โรงเรียนอุดมสง (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

วัดอาฮาม สร้างขึ้นในปี ค.ศ. 1822 โดยพระเจ้ามังทาดราช วัดนี้ได้รับการบูรณะในปี ค.ศ. 1931 มีทางบันไดขึ้น 6 ที่และยังมี 5 หน้าต่างเท่านั้นได้ออกสองหน้าต่าง ซึ่งสถานที่ดังกล่าวเคยถูกเลือกไว้ เพื่อเป็นหอไหว้เจ้าอาหลักเมือง “ปู่เยอ-ย่าเยอ” (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 2)

ตลาดคาลา แต่ก่อนเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด เป็นตลาดแห่งทำอิฐที่มีชื่อเสียงของเมืองหลวงพระบาง ตัวตลาดมีลักษณะเหมือนศาลาขนาดเล็กมีหนึ่งชั้น ซึ่งปัจจุบันยังมีการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองต่างๆและสินค้าจากต่างประเทศ เช่น สินค้าเครื่องอุปโภค ของที่ระลึก ผ้าไหม และอื่นๆ เพื่อรองรับการท่องเที่ยวอีกด้วย (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)

ตลาดโพศรี (ตลาดโพสี) เป็นตลาดที่สร้างขึ้นใหม่ และเป็นตลาดที่ใหญ่ที่สุด อยู่เมืองหลวงพระบาง เป็นตลาดที่จำหน่ายสินค้าทุกๆ ประเภท ไม่ว่าจะเป็นเครื่องสินค้าหัตถกรรม

พื้นเมืองต่างๆและสินค้าจากต่างประเทศ เช่น ร้านขายสินค้าเครื่องอุปโภค ของที่ระลึก เครื่องเงิน เครื่องทอง ผ้าแพไหม หลังตลาดโพศรีมีร้านขายประเภทอาหาร เช่น ไคแผ่น หนังก๋วย และอื่นๆ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 5)

บ้านผานม เป็นหมู่บ้านชาวไทลื้อ ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง 3 กิโลเมตรเป็นบ้านที่มีชื่อเสียงทางการทอผ้าไหม ซึ่งประชาชนทั้งหมู่บ้านมีอาชีพทอผ้า ปัจจุบันผ้าทอ บ้านผานมมีชื่อเสียงมาก มีการรวมกลุ่มตั้งเป็นศูนย์หัตถกรรมแสดงสินค้า มีการสาธิตการทอผ้าและผ้าทอจำหน่ายให้นักท่องเที่ยว อาทิ เสื้อ กระเป๋าผ้า ผ้าคลุมโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง ส่วนภายในหมู่บ้านก็สามารถเที่ยวชมหมู่บ้านได้ ซึ่งภายในหมู่บ้านมีบ้านเรือนแบบลาว มีวัดและวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 5)



ภาพ 8 สถานที่ภายในศูนย์ส่งเสริมหัตถกรรมของบ้านผานม เมืองหลวงพระบาง

บ้านช่างฆ้องเป็นหมู่บ้านที่ตั้งห่างจากตัวเมืองประมาณ 6 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านงานหัตถกรรม ผลิตกระดาษสาและการทอผ้าซึ่งสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกระดาษสาและผ้าแพ เช่น สมุดบันทึกรูปแบบต่างๆ โปสการ์ด โคมไฟรูปดาว หรือจะซื้อกระดาษสาเป็นแผ่นสีสันต่างๆ และเสื้อผ้า กระเป๋าผ้า ผ้าคลุมโต๊ะ ผ้าคลุมเตียง ส่วนภายในหมู่บ้านก็สามารถเที่ยวชมหมู่บ้านก็ได้ ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถชมการสาธิตขั้นตอนการผลิต กรรมวิธีการผลิตโดยใช้แรงงานฝีมือ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 5)



ภาพ 9 สถานที่ผลิตกระดาษสาของบ้านช่างฆ้อง เมืองหลวงพระบาง

บ้านล่องเลา ตั้งอยู่ห่างจากตัวเมือง 26 กิโลเมตร เป็นหมู่บ้านเผ่าม้งอยู่ร่วมกันเป็นชุมชนมีวิถีชีวิตตามแบบดั้งเดิม ประชาชนประกอบอาชีพทำไร่ ทำนา และเลี้ยงสัตว์ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 5)

บ้านพอนไซ ตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขงทางเข้าเมือง ห่างจากตัวเมืองประมาณ 8 กิโลเมตร เป็นบ้านที่มีชื่อเสียงในการทอผ้าแพไหมมานาน จนถึงปัจจุบันอยู่ในบ้านมีเตาเผาโบราณสำหรับเผาปูนขาว และมีพระธาตุเก่าอีกด้วย (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 4)

บ้านหาดเหียน อยู่ห่างจากตัวเมือง 3 กิโลเมตร เป็นบ้านตีเหล็ก เช่น มีด พร้า และเครื่องใช้ต่างๆ ส่งตลาดในเมือง เป็นการตีเหล็กในแบบโบราณโดยใช้แรงงานคนทั้งหมด (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 5)

บ้านดอน เป็นบ้านชนเผ่าลาวลุ่ม ซึ่งห่างจากตัวเมืองประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นบ้านวัฒนธรรม และเป็นบ้านที่มีชื่อเสียงทางการตีเหล็ก โดยประชาชนถือเอาอาชีพตีเหล็กเป็นหลักแบบโบราณ โดยใช้แรงงานคนทั้งหมดเช่น มีด พร้า และอื่นๆ เพื่อส่งขายในท้องตลาด (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 9)

ศูนย์วางแสดงชนเผ่าวิธยา ตั้งอยู่บ้านขามย่อง ซึ่งใกล้กับตลาดคาลาประมาณ 50 เมตร ซึ่งเป็นศูนย์อนุรักษ์วัฒนธรรมหลากหลายชนเผ่าของลาวและเป็นศูนย์วางแสดงวิถีชีวิต การดำรงชีวิตของชนเผ่าต่างๆ นอกจากนั้นยังเป็นสถานที่ขายเครื่องหัตถกรรม และของที่ระลึกต่างๆ มี

ร้านกาแฟไว้คอยให้บริการให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชม (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 7)

บ้านนาอวน ห่างจากตัวเมืองหลวงพระบางประมาณ 15 กิโลเมตร เป็นบ้านชนเผ่าม้งที่ยังรักษาขนบธรรมเนียมประเพณี และวิถีชีวิตของชนเผ่าตัวเองได้ดี อยู่ภายในบ้านได้มีร้านขายของที่ระลึกไว้ขายให้แก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวชม ซึ่งบ้านสามารถสร้างรายรับให้แก่ประชาชนมากพอสมควร (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 8)

ตลาดกลางคืน(ถนนคนเดิน) ตั้งอยู่ถนน สีสะหวางวงศ์ เริ่มเปิดมาตั้งแต่ปี ค.ศ. 2002 เป็นสัญลักษณ์อย่างหนึ่งของเมืองหลวงพระบางเป็นสถานที่ที่รวมสิ่งของต่างๆ เช่น ผ้าไหม เครื่องหัตถกรรมชนเผ่า อาหาร ของที่ระลึก และอื่นๆ เป็นสถานที่ที่ได้รับความสนใจและนิยมในการซื้อสินค้า จากนักท่องเที่ยวทั้งภายในและต่างประเทศ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 7)



ภาพ 10 บรรยากาศยามเย็นในตลาดกลางคืน เมืองหลวงพระบาง

แหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์

เมืองหลวงพระบางมีสถานที่แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ 2 แห่ง เช่น พิพิธภัณฑ์ และพระธาตุจอมศรี (พระธาตจ่อมสี) ทั้งสองแหล่งท่องเที่ยวมีความสำคัญและมีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยว

พิพิธภัณฑ์เป็นพระราชวังเก่าลักษณะอาคารเป็นอาคารชั้นเดียวยกพื้นสูงสร้างตามแบบสถาปัตยกรรมฝรั่งเศส ในปี ค. ศ. 1904 และต่อเติมยอดของผาสาดแบบลาวในปี ค. ศ. 1930

ปัจจุบันใช้แสดงศิลปะและพุทธศาสนาเป็นที่ประดิษฐานพระบาง ซึ่งภายในเป็นการจัดแสดงข้าวของเครื่องใช้ต่าง ๆ และแสดงเกี่ยวกับประวัติเจ้าชีวิต และครอบครัว มีการก่อสร้างอาคารใหม่ที่มีความสวยงามสำหรับประดิษฐานของพระบาง ด้านนอกอาคารเป็นที่ตั้งของอนุสาวรีย์เจ้าศรีสว่างวงศ์ ส่วนด้านหลังเป็นโรงละครพระลักษณ์ พระราม และทางด้านหน้าประตูเข้ามาเป็นหอพระบางที่มีความสวยงามเป็นที่ประดิษฐานพระบาง ซึ่งเป็นพระพุทธรูปศักดิ์สิทธิ์ของลาว ในช่วงปีใหม่ลาว (สงกรานต์) จะอัญเชิญพระบาง เพื่อให้ประชาชนได้สรงน้ำ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)



ภาพ 11 ทิวทัศน์ความสวยงามของพิพิธภัณฑน์ เมืองหลวงพระบาง

พระธาตุจอมศรี (พระธาตุจอมลี) เป็นศูนย์กลางของวัฒนธรรม ตั้งอยู่ใจกลางเมืองหลวงพระบาง อยู่บนถนนศรีสว่างวงศ์ หรือติดกับตลาดกลางคืน ถูกสร้างขึ้นเมื่อปี ค.ศ. 1804 เป็นพระธาตุตั้งอยู่จอมภู ขนาดกว้าง 10.55 เมตร สูง 21 เมตร จอมภูสูงจากถนน 100 เมตร มีบันไดทางขึ้น 328 ขั้น อยู่บนยอดภูสามารถมองเห็นทิวทัศน์สวยงามและสถานที่นี้ยังเป็นจุดชมวิว สามารถมองเห็นเมืองหลวงพระบางได้โดยรอบ เห็นแม่น้ำโขงและแม่น้ำคานได้อย่างชัดเจน ในตอนเย็นเป็นจุดชมวิวที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุด เพื่อชมความงามของพระอาทิตย์ตกดินที่จุดนี้เพราะว่าเมืองหลวงพระบางไม่มีตึกสูง จะมีก็ยอดเขาภูสีที่สูงสุด และตรงบริเวณจุดที่ตั้งพระธาตุนั้นเป็นจุดสูงสุดของภูเขา มีบริเวณที่สามารถมองวิวได้แบบรอบทิศ ซึ่งจะสามารถมองเห็นวิวสวยที่สุดตอนพระอาทิตย์ตกดิน (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 3)



ภาพ 12 ความสวยงามของพระธาตุจอมศรี ซึ่งเป็นจุดชมวิว เมืองหลวงพระบาง



ภาพ 13 แผนที่แหล่งท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง
ที่มา: ชวนชมลาว (2557: ระบบออนไลน์)

กิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง

เมืองหลวงพระบาง มีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ตั้งแต่สัมผัสกับธรรมชาติที่มีความสวยงาม สัตว์คลองประเพณี ตลอดจนถึงวิถีชีวิตของชุมชน และประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจในเมืองแห่งนี้ ซึ่งสามารถมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน หย่อนใจ อีกทั้งยังสามารถทำกิจกรรมได้หลายอย่าง เช่น เที่ยวชมความงามทางวัฒนธรรม เที่ยวชมน้ำตก และแคมป์ช้าง เดินป่า ขี่ช้าง นั่งเรือชมแม่น้ำโขงและแม่น้ำอู ปั่นจักรยานเที่ยวชมรอบเมืองหลวงพระบาง นั่งชมพระอาทิตย์ตกดิน (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 9)

สิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

สิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงสามารถเดินทางเข้าออกได้อย่างสะดวกตามเส้นทาง และมีการเก็บค่าธรรมเนียมน บางเส้นทางสามารถเชื่อมต่อแขวงไปยังแขวง ส่วนของระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานด้านต่างๆ ได้แก่ระบบไฟฟ้า น้ำประปา และโทรศัพท์ รวมถึงการจัดเก็บขยะเอื้ออำนวยในพื้นที่ นอกจากนี้การบริการด้านที่พักแรมมีความสะดวก บริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเพียงพอกับความต้องการ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 9)

ตอนที่ 2 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง

แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ลักษณะข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 53.20 และเป็นเพศหญิงจำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติ เพศชายมากกว่าเพศหญิง เนื่องจากเพศชาย มีความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางที่เต็มไปด้วยสถาปัตยกรรมโบราณสถาน ที่โดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมที่ยังคงรักษาประเพณีและวัฒนธรรมไว้ได้เป็นอย่างดี

และความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ กรมพัฒนาการท่องเที่ยวลาว (2009: 20) ข้อมูลจากสถิติการท่องเที่ยว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง มีเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 55.00 มากกว่าเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 45.00 เพราะเป็นเมืองที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวและมีความสวยงาม ทางด้านธรรมชาติ ทางด้านประวัติศาสตร์ และทางด้านวัฒนธรรม ที่ยังคงรักษาไว้ อย่างเหนียวแน่น

2. อายุ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยเท่ากับ 43.62 ปี กลุ่มตัวอย่างมีอายุน้อยที่สุด 18 ปี และมีอายุมากที่สุด 75 ปี โดยกลุ่มตัวอย่างมีอายุมากกว่า 50 ปี ขึ้นไป มากที่สุด มีจำนวน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 รองลงมา มีอายุตั้งแต่ 21-30 ปี มีจำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 มีอายุตั้งแต่ 31-40 ปี มีจำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.80 มีอายุตั้งแต่ 41-50 ปี มีจำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 13.70 และน้อยที่สุดมีอายุตั้งแต่ 20 ปีลงมา มีจำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00

จากผลการวิจัยสามารถสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 50 ปีขึ้นไป เนื่องจากกลุ่มบุคคลช่วงวัยนี้ เป็นกลุ่มบุคคลที่เข้าใกล้วัยเกษียณ ซึ่งมีความพร้อมด้านเวลาและการเงิน จึงสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ตามที่ต้องการ นอกจากนั้นยังเป็นวัยที่มีประสบการณ์สูงในชีวิต และค้นหาประสบการณ์สิ่งใหม่ๆ ด้วยการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าจากการเดินทางเป็นกรุปทัวร์โดยวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง เพื่อมาพักผ่อน หรือเปลี่ยนบรรยากาศ และชมทัศนียภาพมากกว่า ในทำนองเดียวกันกับแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง (2011ข: 16) ข้อมูลจากสถิติการท่องเที่ยวของแขวงหลวงพระบาง ที่ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง มีอายุ 51 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 40.90 ที่มาจกอายุของนักท่องเที่ยว

3. ระดับการศึกษา

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีการศึกษาสูงสุดในระดับปริญญาตรี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.00 รองลงมามีการศึกษาสูงกว่าในระดับปริญญาตรี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.20 มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 และมีการศึกษาในระดับประถมศึกษา จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ มีวุฒิทางการศึกษา
 ขั้นสูงในระดับปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี เนื่องจากกลุ่มนี้ชอบเปิดตัวรับสิ่งใหม่ๆ
 นอกจากนั้นยังมีฐานะทางการเงินที่ดี ฯลฯ มีรายได้พอสมควร จึงทำให้ผู้คนเหล่านี้นิยมเดินทาง
 ท่องเที่ยวมาก มีความมั่นใจและความคล่องตัว มากกว่าคนที่ได้รับการศึกษาน้อย ซึ่งไม่สอดคล้อง
 กับ สรุศักดิ์ ด้วงกลัด (2548: 41) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบนเกาะสมุย
 จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดเป็นร้อย
 ละ 34.50 มีวุฒิการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา

4. สถานภาพ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่สมรสแล้ว จำนวน 199
 คน คิดเป็นร้อยละ 49.80 รองลงมาโสด จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 42.20 หย่าแยกกันอยู่
 จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 และหม้าย จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ มีสถานภาพสมรส
 มาก และมากกว่าสถานภาพโสด เนื่องจากว่ามีรายได้หรือรายรับมาก จึงทำให้มีนักท่องเที่ยว
 สถานภาพสมรส มีการเดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น และจากข้อมูลแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยว
 ชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว ซึ่งสอดคล้องกับอายุของผู้ให้ข้อมูลที่มีอายุระหว่าง
 50 ปีขึ้นไป ซึ่งอยู่ในวัยทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ แผนกแกลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวง
 หลวงพระบาง (2011ข: 17) ข้อมูลจากสถิติการท่องเที่ยวของแขวงหลวงพระบาง ที่ได้ระบุว่า
 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้วและมีอายุ
 ระหว่าง 51 ปีขึ้นไป

5. อาชีพ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีอาชีพได้แก่ แพทย์
 นักเขียน และ แม่บ้าน จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 รองลงมามีอาชีพบริษัทเอกชน จำนวน
 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 มีอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 9.75 มีอาชีพ
 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 มีอาชีพรับราชการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อย
 ละ 3.75 และมีอาชีพเกษตรกร จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 2.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นคนที่มามีอาชีพ
 แพทย์ นักเขียน แม่บ้านและเกษียณ ในทำนองเดียวกันกับผลการศึกษาของแผนกแกลงข่าว
 วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง (2011ข: 15) ข้อมูลจากสถิติการท่องเที่ยวของแขวง
 หลวงพระบาง ที่ได้ระบุว่า ในอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวง

พระบาง มีอาชีพได้แก่ แพทย์ นักเขียน แม่บ้านและเกษียณ คิดเป็นร้อยละ 33.60 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 23.10

6. รายได้ต่อเดือน

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนเฉลี่ยเท่ากับ 3,547.94 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 106,440 บาท) มีรายได้น้อยที่สุด 700 ดอลลาร์สหรัฐ และมีรายได้มากที่สุด 35,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยกลุ่มตัวอย่างมีรายได้มากที่สุดเฉลี่ยต่อเดือน 2,000 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่า (ประมาณ 60,000 บาท) จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 2,001-3,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 60,030-90,000 บาท) จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 3,001-4,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 90,030-120,000 บาท) จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 4,001-5,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 120,030-150,000 บาท) จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 150,000 บาท) จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีรายได้ต่อเดือน 2,000 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่า (ประมาณ 60,000 บาท) โดยกลุ่มนี้เป็นกลุ่มเป้าหมายการตลาดในด้านการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง และกลุ่มเป้าหมายการตลาดการท่องเที่ยวได้ขยายจากกลุ่มที่มีรายได้น้อย ไปสู่กลุ่มที่มีรายได้ระดับสูง ดังนั้นจึงควรมีการกำหนดยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มรายได้ดังกล่าว เพื่อให้เกิดการจัดการการท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืนและเกิดการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น

7. สัญชาติ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีสัญชาติอเมริกัน คิดเป็นร้อยละ 17.75 รองลงมา มีสัญชาติอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 13.25 มีสัญชาติฝรั่งเศส คิดเป็นร้อยละ 12.00 มีสัญชาติเยอรมัน คิดเป็นร้อยละ 9.25 มีสัญชาติแคนาดา คิดเป็นร้อยละ 7.75 มีสัญชาติออสเตรเลีย คิดเป็นร้อยละ 6.25 มีสัญชาติสวีต คิดเป็นร้อยละ 5.75 มีสัญชาติออสเตรเลียและฮอลแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 3.00 มีสัญชาติอิตาลีและไทย คิดเป็นร้อยละ 2.50 มีสัญชาติเบลเยียม นอร์เวย์และรัสเซีย คิดเป็นร้อยละ 2.00 มีสัญชาติอาร์เจนตินา คิดเป็นร้อยละ 1.50 มีสัญชาติเดนมาร์ก ญี่ปุ่นและสเปน คิดเป็นร้อยละ 1.25 มีสัญชาติแอลจีเรีย บราซิลและสโลวาเนีย คิดเป็นร้อยละ 0.75 มีสัญชาติเบารุส สวีเดนและซีเรีย คิดเป็นร้อยละ 0.50 และมีสัญชาติจีน เช็ก กรีก ฮองกง มาซิโดเนีย เม็กซิโก นิวซีแลนด์และโปแลนด์ คิดเป็นร้อยละ 0.25

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นสัญชาติ อเมริกัน อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และแคนาดา ซึ่งถือว่าเป็นประเทศที่มีมหาอำนาจ มีความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจสูงของโลก ซึ่งสอดคล้องกับ ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2550: 21) ที่ได้ศึกษา การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว พบว่า เขตที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมาท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อไปพักผ่อน ศึกษาหาความรู้ ประชุม หรือเจรจาติดต่อทางธุรกิจ และ โอกาสในการซื้อสินค้า การบริการการท่องเที่ยวสูงมากกว่าเขตที่กำลังพัฒนาหรือพัฒนาเศรษฐกิจยังไม่ดีนักและในทำนองเดียวกันกับผลการศึกษาแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง (2011ข: 14) ข้อมูลจากสถิติการท่องเที่ยวของแขวงหลวงพระบาง พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีสัญชาติ อังกฤษ อเมริกัน ออสเตรเลีย และฝรั่งเศส ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ตาราง 3 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวต่างชาติ (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	213	53.20
หญิง	187	46.80
อายุ		
20 ปีหรือต่ำกว่า	8	2.00
21 - 30 ปี	110	27.50
31 - 40 ปี	79	19.80
41 - 50 ปี	55	13.70
มากกว่า 50 ปี	148	37.00
$\bar{X} = 43.62$	S.D. = 15.55	R = 18 - 75
ระดับการศึกษา		
ประถมศึกษา	2	0.50
มัธยมศึกษาตอนต้น	11	2.80
มัธยมศึกษาตอนปลาย	52	13.00

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
อนุปริญญา	78	19.50
ปริญญาตรี	168	42.00
สูงกว่าปริญญาตรี	89	22.20
สถานภาพ		
สมรส	199	49.80
โสด	169	42.20
หย่า/แยกกันอยู่	22	5.50
หม้าย	10	2.50
อาชีพ		
บริษัทเอกชน	144	36.00
รับจ้างทั่วไป	39	9.75
นักเรียน/นักศึกษา	38	9.50
รับราชการ	15	3.75
เกษตรกร	10	2.50
อื่นๆ (แพทย์ นักเขียน และแม่บ้าน)	154	38.50
รายได้ต่อเดือน (ดอลลาร์สหรัฐ)		
2,000 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่า	105	26.20
2,001 - 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ	97	24.30
3,001 - 4,000 ดอลลาร์สหรัฐ	94	23.50
4,001 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ	58	14.50
มากกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ	46	11.50
$\bar{X} = 3,547.94$	S.D. = 2,538.87	R= 700 - 35,000
สัญชาติ		
อเมริกัน	71	17.75
อังกฤษ	53	13.25

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
ฝรั่งเศส	48	12.00
เยอรมัน	37	9.25
แคนาดา	31	7.75
ออสเตรเลีย	25	6.25
สวีต	23	5.75
ออสเตรเลีย	12	3.00
ฮอลแลนด์	12	3.00
อิตาลี	10	2.50
ไทย	10	2.50
เบลเยียม	8	2.00
นอร์เวย์	8	2.00
รัสเซีย	8	2.00
อาร์เจนตินา	6	1.50
เดนมาร์ก	5	1.25
ญี่ปุ่น	5	1.25
สเปน	5	1.25
แอลจีเรีย	3	0.75
บราซิล	3	0.75
สโลวาเนีย	3	0.75
เบรารุส	2	0.50
สวีเดน	2	0.50
ซีเรีย	2	0.50
จีน	1	0.25
เช็ก	1	0.25
กรีก	1	0.25

ตาราง 3 (ต่อ)

ลักษณะส่วนบุคคล	นักท่องเที่ยวต่างชาติ (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
ฮ่องกง	1	0.25
มาซิโดเนีย	1	0.25
เม็กซิโก	1	0.25
นิวซีแลนด์	1	0.25
โปแลนด์	1	0.25

ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

วัตถุประสงค์ของการเดินทาง

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ จำนวน 379 คน คิดเป็นร้อยละ 94.80 รองลงมา มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติ/เพื่อน จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อศาสนา จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50 มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อธุรกิจ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.80 นอกจากนี้แล้วยังมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวอื่นๆ เช่น ชมทัศนียภาพ และเพื่อสุขภาพ 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50 และมีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.20

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยว เพื่อพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ มากที่สุด ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เรวัต ทองประดา (2548: 45) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ตะวันออกที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ และสุรศักดิ์ ค้างกลัด (2548: 44) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเที่ยวเพื่อพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ

เหตุผลในการตัดสินใจเลือก

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยว เพราะมีวัฒนธรรม/ประเพณีมีความโดดเด่น จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 67.20 รองลงมาเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยว เพราะเป็นเมืองมรดกโลก จำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.80 มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเพราะมีทัศนียภาพที่สวยงาม จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเพราะมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 36.50 มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเพราะมีความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.80 มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวอื่นๆ เช่น น้ำตก มาทำบุญ ร่องเรือตามแม่น้ำโขง และกอล์ฟ จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 12.20 และมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวเพราะมีความปลอดภัย จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีจำนวนมากมีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยวครั้งนี้ คือ ความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมประเพณี การเป็นเมืองมรดกโลก และมีทัศนียภาพที่สวยงาม ซึ่งในทำนองเดียวกันกับกรมพัฒนาการท่องเที่ยว (2009: 20) ข้อมูลสถิติการท่องเที่ยว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ที่กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ต้องการสัมผัสกับวัฒนธรรมประเพณี และสถาปัตยกรรมที่สวยงาม จึงนิยมไปท่องเที่ยวความโดดเด่นทางด้านวัฒนธรรมประเพณี นอกจากนี้ ยังนิยมไปท่องเที่ยวทางทัศนียภาพที่สวยงามแบบธรรมชาติ และมีชื่อเสียงในเมืองหลวงพระบาง จึงทำให้นักท่องเที่ยวเลือกไปเที่ยวชมทัศนียภาพ

แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวที่สนใจในเมืองหลวงพระบางคือ ตลาดกลางคืน (ถนนคนเดิน) จำนวน 381 คน คิดเป็นร้อยละ 95.20 รองลงมาแหล่งท่องเที่ยววัดเชียงทอง จำนวน 330 คน คิดเป็นร้อยละ 82.50 แหล่งท่องเที่ยวหอพิพิธภัณฑสถาน จำนวน 294 คน คิดเป็นร้อยละ 73.50 แหล่งท่องเที่ยวพระธาตุจอมศรี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 แหล่งท่องเที่ยวตลาดเช้า จำนวน 247 คน คิดเป็นร้อยละ 61.80 แหล่งท่องเที่ยว น้ำตกตาดกลางสี จำนวน 229 คน คิดเป็นร้อยละ 57.20 แหล่งท่องเที่ยววัดใหม่สุวรรณภูมาราม จำนวน 190 คน คิดเป็นร้อยละ 47.50 แหล่งท่องเที่ยววัดวิชุนราช จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.20 แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ (ถ้ำดิ่ง ชมช้าง แม่น้ำโขง น้ำคาน และทุ่งนา) จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 แหล่งท่องเที่ยวบ้านผานม จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.20 นอกจากนี้แล้วยังมีแหล่งท่องเที่ยวบ้านช้างม้อง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก ไปเที่ยวชมสถานที่ แหล่งท่องเที่ยวประเภท ตลาดกลางคืน และวัด ทั้งนี้อาจเนื่องจากมีกิจกรรมที่หน้าสนใจ เพื่อซื้อสินค้าของชนเผ่า เป็นจุดรวมของสินค้าชนเผ่าพื้นเมือง เปิดให้บริการทุกวัน ในช่วงเวลาประมาณ 17.00-18.00 น. เป็นต้นไป ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่มียุทธศาสตร์มากที่สุดของนักท่องเที่ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินเที่ยวเลือกซื้อสินค้าได้ง่าย โดยได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนลาว และสถาปัตยกรรมที่มีความโดดเด่นตามแหล่งท่องเที่ยวและความมีชื่อเสียงมากที่สุดในเมืองหลวงพระบาง

แหล่งข้อมูลข่าวสาร

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ได้ทราบข้อมูลข่าวสารมาจาก อินเทอร์เน็ต จำนวน 261 คน คิดเป็นร้อยละ 65.20 รองลงมาได้ทราบข้อมูลข่าวสารมาจาก เพื่อน/ญาติ จำนวน 187 คน คิดเป็นร้อยละ 46.80 ทราบข้อมูลข่าวสารมาจากบริษัททัวร์ จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 ทราบข้อมูลข่าวสารอื่นๆ(guide book, lovely planet) จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 21.80 ทราบข้อมูลข่าวสารมาจากหนังสือพิมพ์/นิตยสาร จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และทราบข้อมูลข่าวสารมาจากการท่องเที่ยวลาว จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสาร แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ทาง อินเทอร์เน็ต เพราะสามารถหาข้อมูลได้ง่าย มีความรวดเร็วและมีความน่าเชื่อถือในด้านข้อมูลต่างๆ ทั้งนี้เนื่องจากในปัจจุบัน มีการลงโฆษณาทางอินเทอร์เน็ต มีความสะดวกรวดเร็ว และประหยัดค่าใช้จ่าย ทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายก่อนการเดินทางมาท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกันกับ สุรศักดิ์ ดั่งกลัด (2548: 44) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศบนเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบนเกาะสมุย ทราบข้อมูลมากที่สุดทาง อินเทอร์เน็ต

สินค้าและผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ของเมืองหลวงพระบางมากที่สุดคือ เสื้อผ้า / ผ้าไหมลาว จำนวน 286 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องหัตถกรรม/กระดาษสา จำนวน 210 คน คิดเป็นร้อยละ 52.50 ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เช่น อาหาร กาแฟ จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.80 ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทจิวเวลรี่ จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 25.80 ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอาง จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 และซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องหนัง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่ซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์เป็น เสื้อผ้า/ผ้าไหมลาว สามารถห่อเป็นแพ็คเกจย่อนำกลับบ้าน เป็นสินค้าที่ทำด้วยแรงงานคนทั้งหมด และสิ่งที่สำคัญผ้าไหมลาว ได้ย้อมสีธรรมชาติ มีรูปแบบหลากหลาย มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีลวดลายไม่เหมือนใคร โดยสามารถเป็นของฝากและนำกลับบ้านสะดวก ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสนใจอย่างมาก

ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางเฉลี่ยเท่ากับ 556.65 ดอลลาร์สหรัฐ (ประมาณ 16,710 บาท) กลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายน้อยที่สุด 150 และมีค่าใช้จ่ายมากที่สุด 3,000 ดอลลาร์สหรัฐ โดยกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมากที่สุด คือ เฉลี่ย 250 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่า ต่อครั้ง (ประมาณ 7,500 บาท) จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมา มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วง 251-500 ดอลลาร์สหรัฐต่อครั้ง (ประมาณ 7,530-15,000 บาท) จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 26.80 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วง 501-750 ดอลลาร์สหรัฐต่อครั้ง (ประมาณ 15,030-22,500 บาท) จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.20 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วงมากกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อครั้ง (ประมาณ 30,000 บาท) จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 11.50 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วง 751-1,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อครั้ง (ประมาณ 22,530-30,000 บาท) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง 250 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่าต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 32.00 เป็นการใช้จ่ายอยู่ในระดับไม่สูง สาเหตุอาจเนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวไม่ไกลกันและส่วนใหญ่ใช้บริการนำเที่ยว โดยผ่านบริษัททัวร์จัดการการท่องเที่ยวเป็นแพ็คเกจทัวร์ เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวจะได้รับความสะดวกสบายแล้วนักท่องเที่ยวยังจะได้รับประทานอาหารที่โรยแรม ซึ่งคิดค่าบริการต่อคนหรือมีลักษณะแบบบุฟเฟต์ ทำให้มีค่าใช้จ่ายน้อยลง

จำนวนวันพักผ่อน

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีจำนวนวันพักผ่อนเฉลี่ยเท่ากับ 5.79 วัน กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนวันพักผ่อนน้อยที่สุด 2 วันและมีจำนวนวันพักผ่อนมากที่สุด 27 วัน โดยกลุ่มตัวอย่างมีจำนวนวันพักผ่อนมากที่สุด 4-5 วัน จำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมา มีจำนวนวันพักผ่อน 6-7 วัน จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 มีจำนวนวันพัก

แรมมากกว่า 7 วัน จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และมีจำนวนวันพักผ่อน 2-3 วัน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาพักผ่อน 4-5 วัน ขึ้นไปเนื่องจากว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ จึงมาท่องเที่ยวในรูปแบบแพ็คเกจทัวร์ส่วนมาก ซึ่งในทำนองเดียวกันกับผลการศึกษาของแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง (2005: 3) ข้อมูลจากสถิติการท่องเที่ยวของแขวงหลวงพระบางพบว่า ในระยะวันพักผ่อนของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางส่วนใหญ่ มีการพักผ่อน 4 วันขึ้นไป

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้วยเครื่องบิน จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.50 รองลงมาพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้วยรถโดยสารประจำทาง จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้วยเรือ จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้วยรถบริษัททัวร์ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 และพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้วยรถส่วนตัว จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้วยเครื่องบิน เพราะส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่เดินทางมาท่องเที่ยวและมีถิ่นที่อยู่อาศัยห่างไกลจากประเทศลาว โดยใช้บริการนำเที่ยวจากบริษัททัวร์ เพราะทำให้มีความสะดวกสบายในการท่องเที่ยว มีการบริการจัดสถานที่ท่องเที่ยวและให้บริการความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกมากกว่า การเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง

ประเภทแหล่งที่พักแรม

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เลือกพักแรมประเภทโรงแรม จำนวน 239 คน คิดเป็นร้อยละ 59.80 รองลงมาเลือกพักแรมประเภทเกสเฮ้าส์ จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.20 เลือกพักแรมประเภทโฮมสเตย์ จำนวน 10 คนคิดเป็นร้อยละ 2.50 และเลือกพักแรมประเภทรีสอร์ท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนใหญ่เลือกพักแรมประเภทโรงแรม ซึ่งเป็นที่พักสบาย สามารถตอบสนองกับความต้องการ มีการสื่อสารได้สะดวก มีราคาที่เหมาะสมกับการบริการและมีความปลอดภัย จึงทำให้นักท่องเที่ยวพักแรมที่โรงแรมมากกว่าสถานที่อื่นๆ ซึ่งมีความสอดคล้องกับ เรวัต ทองประดา (2548: 52) ที่ได้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตะวันออกที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา พบว่า นักท่องเที่ยวที่พักแรมประเภทโรงแรมที่พักส่วนใหญ่เป็นระดับ 4-5 ดาว คิดเป็นร้อยละ 77.0 ซึ่งมีความสะดวกต่อนักท่องเที่ยว

จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางเป็นจำนวนครั้งเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ยเท่ากับ 1.28 ครั้ง กลุ่มตัวอย่างมีจำนวนครั้งน้อยที่สุด 1 ครั้งและมีจำนวนครั้งมากที่สุด 3 ครั้ง โดยกลุ่มตัวอย่างมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 315 คน คิดเป็นร้อยละ 78.80 มาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางเป็นครั้งแรก จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 เคยมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง 2 ครั้ง และยังมีอีกจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.20 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติเคยมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบางมากกว่า 2 ครั้งขึ้นไป

จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่า ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ครั้งแรกมักจะเลือกไปท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง เพราะว่าเป็นเมืองที่มีชื่อเสียงทางด้านแหล่งท่องเที่ยว มีศักยภาพในการท่องเที่ยว มีความสวยงามทางด้านวัฒนธรรม ทางด้านธรรมชาติ และทางด้านประวัติศาสตร์ ที่ยังคงรักษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้อย่างเหนียวแน่น

ผู้ร่วมเดินทาง

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.80 รองลงมาเดินทางมากับเพื่อน จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 31.50 เดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียว จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.20 เดินทางมากับบริษัททัวร์ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และเดินทางมาท่องเที่ยวแบบอื่นๆ (คู่รัก) จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางมากับครอบครัวและมากับเพื่อนมีจำนวนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.30 ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนกแถลงข่าววัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง (2011ก: 15) ที่ได้ศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยว

ชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง ส่วนใหญ่ เดินทางมากับครอบครัวและมากับเพื่อน คิดเป็นร้อยละ 84.70 เนื่องจากว่านักท่องเที่ยวสามารถทำวีซ่าท่องเที่ยวได้ตามด่านสากลต่างๆ ทั่วไป

การกลับมาเที่ยวซ้ำ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่จะกลับมาเที่ยวซ้ำเมืองหลวงพระบางอีกครั้ง จำนวน 282 คน คิดเป็นร้อยละ 70.50 และจะไม่กลับมา จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่จะกลับมาเที่ยวซ้ำเมืองหลวงพระบางมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะไม่กลับมา เพราะส่วนใหญ่นิยมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนและความมีอัธยาศัยของผู้คนในพื้นที่ ที่ยังคงรักษาไว้ ชอบแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ทางธรรมชาติ และทางประวัติศาสตร์ ที่มีความสวยงาม มีสถาปัตยกรรมที่ไม่เหมือนใคร นอกจากนี้ยังเป็นเมืองมรดกโลก ของแขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีความประทับใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม เมืองหลวงพระบาง จำนวน 176 คน คิดเป็นร้อยละ 44.00 รองลงมาคือมีความประทับใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 43.20 และมีความประทับใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 12.80

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความประทับใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากที่สุด เพราะเมืองหลวงพระบาง เป็นเมืองมรดกโลก ที่มีชื่อเสียงทางด้านแหล่งท่องเที่ยว มีวัดเป็นจำนวนมาก ซึ่งมีเรื่องราวความเป็นมาที่ยาวนาน มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ มีความงามทางสถาปัตยกรรมที่ไม่เหมือนใคร และเป็นเมืองที่ได้รับการปกป้องรักษาที่ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ นอกจากนี้ยังมีวิถีชีวิตผู้คนในเมืองหลวงพระบาง ยังคงรักษาไว้ ไม่ว่าจะเป็นสำเนียงการพูด การแต่งกายด้วยผ้าซิ่นของผู้หญิงลาว โดยเฉพาะนักเรียนและพนักงาน ทั้งหน่วยงานรัฐและเอกชน รวมไปถึงการไว้ผมยาวของผู้หญิงด้วยและภูมิทัศน์ทางวัฒนธรรมอย่างอื่นที่เห็นได้อีกก็คือ อาหารและเครื่องดื่ม เช่น ออหลาม แผ่นไค ขนมน้ำแมว เป็นต้น

ตาราง 4 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง		
พักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ	379	94.80
เยี่ยมญาติ/เพื่อน	18	4.50
ศาสนา	14	3.50
ธุรกิจ	11	2.80
ประชุมสัมมนา	9	2.20
อื่นๆ (ชมทัศนียภาพ (sight seeing) และเพื่อสุขภาพ)	26	6.50
หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
เหตุผลในการตัดสินใจเลือก		
มีวัฒนธรรม/ประเพณีมีความโดดเด่น	269	67.20
เมืองมรดกโลก	203	50.80
มีทัศนียภาพที่สวยงาม	173	43.20
แหล่งท่องเที่ยวมีชื่อเสียง	146	36.50
ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	131	32.80
มีความปลอดภัย	32	8.00
อื่นๆ (น้ำตก มาทำบุญ ร่องเรือตามแม่น้ำโขง และกอล์ฟ)	49	12.20
หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจ		
ตลาดกลางคืน	381	95.20
วัดเชียงทอง	330	82.50
หอพิพิธภัณฑ์	294	73.50
พระธาตุจอมศรี	264	66.00
ตลาดเช้า	247	61.80
น้ำตกตาดกวาสี	229	57.20
วัดใหม่สุวรรณภูมาราม	190	47.50

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
วัดวิษณุราช	145	36.20
บ้านผานม	77	19.20
บ้านช้างม้อง	72	18.00
อื่นๆ (ถ้ำดั่ง ชมช้าง แม่น้ำโขง น้ำคาน และทุ่งนา)	88	22.00
หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
แหล่งข้อมูลข่าวสาร		
อินเทอร์เน็ต	261	65.20
เพื่อน/ญาติ	187	46.80
บริษัททัวร์	132	33.00
หนังสือพิมพ์/นิตยสาร	34	8.50
การท่องเที่ยวประเทศลาว	22	5.50
อื่นๆ (guide book, lovely planet)	87	21.80
หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
สินค้าและผลิตภัณฑ์		
เสื้อผ้า/ผ้าไหมลาว	286	71.50
เครื่องหัตถกรรม/กระดาดสา	210	52.50
จิวเวลรี่	103	25.80
เครื่องสำอาง	17	4.20
เครื่องหนัง	12	3.00
อื่นๆ (อาหาร กาแฟ)	123	30.80
หมายเหตุ สามารถเลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ		
ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (ดอลลาร์สหรัฐ)		
250 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่า	128	32.00
251 - 500 ดอลลาร์สหรัฐ	107	26.80
501 - 750 ดอลลาร์สหรัฐ	93	23.20
751 - 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ	26	6.50

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
มากกว่า 1,000 ดอลลาร์สหรัฐ	46	11.50
$\bar{X} = 556.65$	S.D. = 433.13	R = 150 - 3,000
จำนวนวันพักผ่อน		
2 - 3 วัน	50	12.50
4 - 5 วัน	216	54.00
6 - 7 วัน	76	19.00
มากกว่า 7 วัน	58	14.50
$\bar{X} = 5.79$	S.D. = 3.23	R = 2 - 27
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง		
เครื่องบิน	258	64.50
รถโดยสารประจำทาง	80	20.00
เรือ	57	14.20
รถบริษัททัวร์	3	0.80
รถส่วนตัว	2	0.50
ประเภทแหล่งที่พักแรม		
โรงแรม	239	59.80
เกสเฮ้าส์	149	37.20
โฮมสเตย์	10	2.50
รีสอร์ต	2	0.50
จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว		
1 ครั้ง	315	78.80
2 ครั้ง	60	15.00
มากกว่า 2 ครั้ง	25	6.20
$\bar{X} = 1.28$	S.D. = 0.57	R = 1 - 3

ตาราง 4 (ต่อ)

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	จำนวนนักท่องเที่ยว (n = 400)	
	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ร่วมเดินทาง		
ครอบครัว	143	35.80
เพื่อน	126	31.50
คนเดียว	57	14.20
บริษัททัวร์	48	12.00
อื่น ๆ (คู่รัก)	26	6.50
การกลับมาเที่ยวซ้ำ		
กลับมา	282	70.50
ไม่กลับมา	118	29.50
ประเภทแหล่งท่องเที่ยวที่ประทับใจ		
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	176	44.00
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	173	43.20
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	51	12.80

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ระดับความสำคัญของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง ได้วิจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสำคัญต่อการสนใจมาท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด

ภาพรวมระดับความสำคัญของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ทั้ง 4 ด้าน

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น ภาพรวมระดับความสำคัญของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ทั้ง 4 ด้าน มีความสำคัญในระดับมากและเมื่อพิจารณาโดยเห็นว่า ในอันดับแรกด้านผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.01) รองลงมาคือ ด้านราคา (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.71) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.40) และน้อยที่สุดด้านการส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.14)

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่มีความคิดเห็นต่อระดับความสำคัญกับด้านต่างๆของการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสำคัญในระดับมาก (ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.57) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า เมืองหลวงพระบาง มีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีการบริการนำเที่ยวและบริการอื่นๆที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน และพอเพียง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ความมีอัธยาศัยของผู้คนในพื้นที่ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน และราคามีความเหมาะสม

ตาราง 5 ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม และระดับความสำคัญของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ทั้ง 4 ด้าน

ภาพรวมของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบน	
		มาตรฐาน (S.D.)	ระดับความสำคัญ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.01	0.84	มาก
ด้านราคา	3.71	0.92	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.40	0.99	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.14	0.91	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมทั้ง 4 ด้าน	3.57	0.92	มาก

การประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ความมีอิสระของผู้คนในพื้นที่ มีความสำคัญในระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26) รองลงมาคือ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) ทิวทัศน์ธรรมชาติมีความสวยงาม มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19) แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) การบริการนำเที่ยวและบริการอื่นๆ ที่ดี มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) สถานที่ท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางที่มีชื่อเสียง มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) และ สิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและพอเพียง มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76)

จากผลการวิจัยด้านผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญมากกับ ความมีอิสระของผู้คนในพื้นที่ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีทิวทัศน์ธรรมชาติมีความสวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย มีการบริการนำเที่ยวและบริการอื่นๆ ที่ดี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและพอเพียง ซึ่งสอดคล้องกับ สินธุ์ สโรบล และคณะ (2546: 232) ได้กล่าวไว้ว่า แต่ละแห่งล้วนมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่นั่นมีอยู่ บางที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันได้แก่ น้ำตก ป่าเขาลำเนาไพร รวมทั้งสัตว์ป่า บางที่มีความโดดเด่นในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อันได้แก่ วัดวาอารามและโบราณสถานทางพุทธศาสนา หรือมีประวัติศาสตร์ท้องถิ่นที่น่าสนใจ รวมทั้งมีร่องรอยทางด้านโบราณคดีปรากฏให้เห็นขณะที่บางที่มีข้อเด่นด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตที่เอื้อต่อการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวสามารถนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้เป็นอย่างดี

ด้านราคา

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านราคา ภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า ราคาอาหารมีความเหมาะสม มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ย

เท่ากับ 3.89) รองลงมาคือ ราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) ราคาสินค้ามีความเหมาะสม มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) ราคาที่พักแรมมีความเหมาะสม มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73) ราคาโปรแกรมท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58) และราคาค่าโดยสารยานพาหนะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสม มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.53)

จากผลการวิจัยด้านราคาแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญมากกับ ราคาอาหาร ราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าแหล่งท่องเที่ยว ราคาสินค้า ราคาที่พักแรม ราคาโปรแกรมท่องเที่ยว และราคาค่าโดยสารยานพาหนะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ธีรภินันท์ นวรัตน์ ณ อุทยาน (2547: 95) ได้ระบุว่า การกำหนดราคาบริการ การกำหนดราคาของกลุ่มแข่งจะมีผลกระทบต่อราคากำหนดราคาของกิจการ เนื่องจากราคาของกลุ่มแข่งขึ้นจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และในขณะเดียวกันนั้นการกำหนดราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างความคุ้มค่าและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวโดยการที่นักท่องเที่ยวได้มีการเดินทางมาเที่ยวซ้ำ

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมมีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.19) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า สามารถเห็นบริษัทท่องเที่ยวและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้ง่าย และชัดเจน มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) รองลงมาคือ ทราบข้อมูลจากการแนะนำเพื่อนและญาติ มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.59) สามารถซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จากโทรทัศน์ วิทยุ มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.89) และสามารถจองโปรแกรมท่องเที่ยวและที่พักแรมโดยผ่าน อินเทอร์เน็ต มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.34)

จากผลการวิจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ให้ความสำคัญมากกับ ที่ตั้งบริษัทท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยได้ทราบข้อมูลจากการแนะนำเพื่อนและญาติ สามารถซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ วิทยุที่มีความน่าสนใจ และสามารถจองโปรแกรมท่องเที่ยวและที่พักแรมโดยผ่าน อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ รัชยาพร เสมอใจ (2548: 52-56) ได้กล่าวไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบาย ในการรับบริการ การส่ง

มอบสู่ลูกค้า สถานที่และเวลาในการส่งมอบ กล่าวคือลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะ เป็นไปได้ในเวลาและสถานที่ ที่ลูกค้าเกิดความสะดวกที่สุด การเลือกช่องทางในการนำส่งบริการที่เหมาะสมขึ้นอยู่กับลักษณะของบริการแต่ละประเภท การบริการด้านข้อมูลสามารถอาศัยเทคโนโลยีติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้ โดยการเปิดเว็บไซต์ติดต่อกับผู้ค้าและลูกค้าอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว การจัดทำนายการบริการมีรายละเอียดมากกว่าการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม แต่ต้องพิจารณาถึง ทำเลที่ตั้ง เนื่องจากการบริการเป็นกระบวนการที่มีลูกค้าเข้ามาเกี่ยวข้องอยู่ในกระบวนการด้วยมากกว่าโดยเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการอยู่ในกระบวนการจึงควรพิจารณาอย่างถี่ถ้วน และยังสอดคล้องกับ สุดาตวง เรืองรุจิระ (2541 อ้างใน เปรมจิต ทาบุรี, 2549: 25) ที่ได้กล่าวว่า การบริการไม่สามารถเลือกช่องทางได้อย่างสลับ ซับซ้อน วิธีที่เหมาะสมคือใช้ช่องทางจำหน่ายโดยตรง การใช้คนกลาง สำหรับการแจกจ่ายผลิตภัณฑ์นั้น การบริการไม่สามารถขนย้ายไปได้ การจัดหน่วยเคลื่อนที่ การจัดสภาพแวดล้อมในการให้บริการ อุปกรณ์การจัดตกแต่งสถานที่จะเป็นสื่อแสดงถึงระดับคุณภาพในการให้บริการ

ด้านการส่งเสริมการตลาด

ผลการวิจัยข้อมูลในตาราง 6 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็น ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมมีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.14) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.18) รองลงมาคือการจัดงานเทศกาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.16) มีโปรโมชั่นจากบริษัททัวร์ มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.15) และการโฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.08)

จากผลการวิจัยด้านการส่งเสริมการตลาด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญมากกับ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ การจัดงานเทศกาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น ปีใหม่ลาว (สงกรานต์) บุญแข่งเรือ ไหลเรือไฟ และออกพรรษา เป็นต้น มีการ โปรโมชันจากบริษัททัวร์ และมีการโฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ โดยมีการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตยาพร เสมอใจ (2548 : 52-56) ได้กล่าวถึง การส่งเสริมการตลาด (promotion) ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เรา คาดหวังได้แก่การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้

และตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้าได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรง ที่มี คุณสมบัติ ข้อดี และข้อจำกัดที่ต่างกัน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน รวมถึงความแตกต่างของผู้บริโภคที่ไม่เพียงแต่มีความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างกันแล้ว การบริโภคสื่อและแนวทางในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่าง กันไปด้วย ดังนั้นสิ่งที่สำคัญในการวางแผนการส่งเสริมการตลาดธุรกิจต้องพิจารณาถึงพฤติกรรม และความต้องการของลูกค้า เพื่อที่จะเลือกวิธีที่ติดต่อสื่อสาร (communication) ที่สามารถเข้าถึงและจูงใจลูกค้าได้

ตาราง 6 ค่าคะแนนเฉลี่ยและระดับความสำคัญของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (n= 400)					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
ด้านผลิตภัณฑ์								
- ความมีอัธยาศัยของผู้คนในพื้นที่	43.80	42.50	11.00	1.50	1.20	4.26	0.81	มากที่สุด
- มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน	44.50	36.25	15.25	2.75	1.25	4.20	0.88	มาก
- มีทิวทัศน์ธรรมชาติที่สวยงาม	34.50	52.50	11.00	1.00	1.00	4.19	0.74	มาก
- แหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	24.00	52.00	20.00	2.20	1.80	3.94	0.83	มาก
- มีการบริการนำเที่ยวและบริการอื่นๆที่ดี	24.20	50.20	19.80	4.80	1.00	3.92	0.85	มาก
- มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทางด้าน โบราณสถาน และวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์	22.25	44.50	27.75	4.25	1.25	3.82	0.87	มาก
- มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและเพียงพอ	18.25	47.75	28.25	3.50	2.25	3.76	0.87	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมด้านผลิตภัณฑ์						4.01	0.84	มาก
ด้านราคา								
- ราคาอาหารมีความเหมาะสม	24.80	45.00	26.20	2.80	1.20	3.89	0.85	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (n= 400)					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
- ราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	26.80	38.00	26.20	7.80	1.20	3.81	0.96	มาก
- ราคาสินค้ามีความเหมาะสม	19.75	42.75	31.75	3.25	2.50	3.74	0.90	มาก
- ราคาที่พักแรมมีความเหมาะสม	17.00	47.50	30.00	3.00	2.50	3.73	0.86	มาก
- ราคาโปรแกรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	16.00	41.20	32.00	5.80	5.00	3.58	0.99	มาก
- ราคาค่าโดยสารยานพาหนะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม	14.80	40.20	31.00	11.20	2.80	3.53	0.97	มาก
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมด้านราคา						3.71	0.92	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย								
- สามารถเห็นบริษัทท่องเที่ยวและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวได้ง่าย และชัดเจน	20.50	41.25	29.50	6.25	2.50	3.71	0.95	มาก
- ทราบข้อมูลจากการแนะนำเพื่อนและญาติ	21.25	32.50	35.25	5.75	5.25	3.59	1.05	มาก

ตาราง 6 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวต่างชาติ (n= 400)					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
- สามารถซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป	13.75	34.00	36.75	9.50	6.00	3.40	1.03	ปานกลาง
- การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จากโทรทัศน์ วิทยุ มีความน่าสนใจ	5.50	14.75	49.75	23.00	7.00	2.89	0.93	ปานกลาง
- สามารถจองโปรแกรมท่องเที่ยวและที่พักแรมโดยผ่าน อินเทอร์เน็ต	4.00	7.00	31.80	33.00	24.20	2.34	1.04	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย						3.19	1.00	ปานกลาง
ด้านการส่งเสริมการตลาด								
- การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง และสม่ำเสมอ	6.25	29.75	44.75	14.75	4.50	3.18	0.92	ปานกลาง
- การจัดงานเทศกาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย	7.75	22.00	53.50	11.75	5.00	3.16	0.91	ปานกลาง
- มีการโปรโมชันจากบริษัททัวร์	6.80	23.80	51.20	14.20	4.00	3.15	0.89	ปานกลาง

ตาราง 6 (ต่อ)

ส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว	นักท่องเที่ยวต่างชาติ (n= 400)					\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
	ระดับความสำคัญ							
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
- มีการโฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์	7.50	20.00	50.25	17.25	5.00	3.08	0.93	ปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ยรวมด้านการส่งเสริมการตลาด						3.14	0.91	ปานกลาง