

## บทที่ 5

### สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจบริบทแหล่งท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว 2) เพื่อระบุพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และ 3) เพื่อประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

การวิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงสำรวจ (survey research) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว จำนวน 400 คน ซึ่งได้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) สำหรับการรวบรวมข้อมูลได้ใช้แบบสอบถาม เพื่อนำไปสัมภาษณ์ที่ผ่านการทดสอบความเที่ยงตรงในเนื้อหา ซึ่งได้นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว เพื่อพิจารณาความถูกต้องให้ตรงกับเนื้อหาและครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษา หลังจากนั้นทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แล้วนำมาทดสอบกับ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง 30 คน และได้ความเชื่อมั่นของเครื่องมือเท่ากับ 0.88 จากนั้นผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์แล้วถอดรหัสจัดหมวดหมู่และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (statistic package for the social sciences: SPSS) ซึ่งผลการวิจัยสามารถนำมาสรุปตามกรอบวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

**การสำรวจบริบทแหล่งท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว**

เมืองหลวงพระบาง เป็นหนึ่งเมืองของแขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นเมืองมรดกโลก (เมืองท่องเที่ยว) ทางภาคเหนือ มีเนื้อที่ทั้งหมด 818 ตารางกิโลเมตร

มีประชากรทั้งหมด 81,994 คน มีจำนวนหมู่บ้านทั้งหมด 115 หมู่บ้าน ประชากรส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ และยังมีบางกลุ่มที่นับถือความเชื่อดั้งเดิม โดยมีอาชีพหลักทำการเกษตร ปลูกพืช เลี้ยงสัตว์ และการบริการการท่องเที่ยว สามารถเดินทางโดยเครื่องบิน รถยนต์ และเรือ จากนครหลวงเวียงจันทน์ ระยะทางประมาณ 397 กิโลเมตร บนเส้นทางหลวงหมายเลข 13 เหนือ เมื่อผ่านแขวงเวียงจันทน์จะเริ่มเข้าเขตแขวงหลวงพระบาง ซึ่งภูมิประเทศส่วนใหญ่เต็มไปด้วยภูเขาสลับซับซ้อน เส้นทางที่คดเคี้ยวสามารถสัมผัสได้กับวิวทิวทัศน์ที่สวยงาม ความเขียวชอุ่ม ภูมิอากาศที่เย็นสบาย ซึ่งเมืองหลวงพระบางเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวรู้จักมาก และมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีศักยภาพในการท่องเที่ยวและมีความสวยงาม ทางด้านวัฒนธรรม ทางด้านประวัติศาสตร์และทางด้านธรรมชาติ ที่ยังคงรักษาสภาพแวดล้อมทางกายภาพและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้อย่างเหนียวแน่น จนได้รับการจดทะเบียน เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม ปี ค.ศ. 1995 และขนานนามว่าเป็น "เมืองมรดกโลก" เนื่องจากมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เป็นเมืองที่ได้รับการรักษาที่ดีที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 4)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง มีจำนวน 294,213 คน เพิ่มขึ้น 7% สามารถสร้างรายรับได้กว่า 75,902,400 ดอลลาร์สหรัฐ ในปี ค.ศ. 2012 ซึ่งในอนาคตมีแนวโน้มที่นักท่องเที่ยวจะเพิ่มมากขึ้นเป็นจำนวนมาก เมืองหลวงพระบาง มีโรงแรม 53 แห่ง และบ้านพัก 232 แห่ง มีแหล่งท่องเที่ยวรวม 37 แห่ง ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม 29 แห่ง ทางด้านประวัติศาสตร์ 2 แห่งและทางด้านธรรมชาติ 6 แห่ง ซึ่งกิจกรรมการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบางมีความหลากหลายตั้งแต่สัมผัสกับธรรมชาติที่มีความสวยงาม ทัศนคตองประเพณี ตลอดจนถึงวิถีชีวิตของชุมชน และประวัติศาสตร์ ที่น่าสนใจในเมืองแห่งนี้ ซึ่งสามารถมาท่องเที่ยว เพื่อพักผ่อน หย่อนใจ อีกทั้งยังสามารถทำกิจกรรมได้หลายอย่าง เช่น เที่ยวชมความงามทางด้านวัฒนธรรม เที่ยวชมน้ำตก และเดินป่า ชี่ช้าง นั่งเรือชมแม่น้ำโขงและแม่น้ำคาน ปั่นจักรยานเที่ยวชมรอบเมืองหลวงพระบาง นั่งชมพระอาทิตย์ตกดินที่ยอดเขาภูสี โดยมีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง สามารถเดินทางเข้า-ออกได้อย่างสะดวกตามเส้นทาง และมีการเก็บค่าธรรมเนียม บางเส้นทางสามารถเชื่อมต่อแขวงไปยังอีกแขวง ส่วนของระบบสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานด้านต่างๆ ได้แก่ระบบไฟฟ้า น้ำประปา และโทรศัพท์ รวมถึงการจัดเก็บขยะเอื้ออำนวยในพื้นที่ นอกจากนี้การบริการด้านที่พักแรมมีความสะดวก มีหลายระดับราคาที่แตกต่างกันและบริการอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวเพียงพอกับความต้องการ (แผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง, 2012: 4)

### พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ด้านข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53.20 ส่วนด้านอายุนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอายุมากกว่า 50 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 37.00 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.00 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสแล้ว คิดเป็นร้อยละ 49.80 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอาชีพแพทย์ นักเขียน และ แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 38.50 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 2,000 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่า (ประมาณ 60,000 บาท) คิดเป็นร้อยละ 26.20 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีสัญชาติ อเมริกัน คิดเป็นร้อยละ 17.75

ด้านข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวมีจุดประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เพื่อพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ คิดเป็นร้อยละ 94.80 มีเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่เพราะมีวัฒนธรรมและประเพณีมีความโดดเด่น คิดเป็นร้อยละ 67.20 แหล่งท่องเที่ยวที่สนใจเมืองหลวงพระบางส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวได้ไปเที่ยวคือ ตลาดกลางคืน(ถนนคนเดิน) คิดเป็นร้อยละ 95.20 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ทราบข้อมูลข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต คิดเป็นร้อยละ 65.20 สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวสนใจซื้อส่วนใหญ่คือ เสื้อผ้า/ผ้าไหมลาว คิดเป็นร้อยละ 71.50 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางส่วนใหญ่ 250 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่าต่อครั้ง ประมาณ (7,500 บาท) คิดเป็นร้อยละ 32.00 จำนวนวันพักผ่อนในเมืองหลวงพระบางส่วนใหญ่พักผ่อน 4-5 วัน คิดเป็นร้อยละ 54.00 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางด้วยเครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 64.50 ประเภทที่พักแรมที่ใช้ในเมืองหลวงพระบางส่วนใหญ่คือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 59.80 เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก คิดเป็นร้อยละ 78.80 นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวส่วนใหญ่กับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 35.80 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คิดว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง คิดเป็นร้อยละ 70.50 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความประทับใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรม คิดเป็นร้อยละ 44.00

### ความคิดเห็นของการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

ด้านข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นระดับความสำคัญที่มีต่อการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง ทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า มีความสำคัญในระดับมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อ การประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

ด้านผลิตภัณฑ์ ภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.01) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ความมีอรรถประโยชน์ของผู้คนในพื้นที่ มีความสำคัญระดับมากที่สุด (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.26) ขณะที่ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีความสำคัญระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.20) ทิวทัศน์ธรรมชาติมีความสวยงาม (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 4.19) แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.94) การบริการนำเที่ยวและบริการอื่นๆ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.92) สถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในเมืองหลวงพระบาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.82) และสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน ต่างมีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.76) เช่นเดียวกัน

ด้านราคา ภาพรวมมีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า ราคาอาหารมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.89) เช่นเดียวกันกับ ราคาค่าธรรมเนียมในการเข้าแหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.81) ราคาสินค้ามีความเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.74) ราคาที่พักแรมมีความเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.73) ราคาโปรแกรมท่องเที่ยวมีความเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.58) และราคาค่าโดยสารยานพาหนะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยวมีความเหมาะสม (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.53) ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในระดับมากทั้งสิ้น

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ภาพรวมมีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.19) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า สถานที่ตั้งของบริษัทท่องเที่ยวและศูนย์บริการนักท่องเที่ยวพบเห็นได้ง่าย มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.71) ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่ทราบข้อมูลจากการแนะนำเพื่อนและญาติ มีความสำคัญในระดับมาก (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.59) ในขณะที่ช่องทางการจัดจำหน่าย ที่สามารถซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.40) เช่นเดียวกันกับ ช่องทางการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว จากโทรทัศน์ วิทยุ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.89) และช่องทางการจัดจำหน่าย สามารถจองโปรแกรมท่องเที่ยวและที่พักแรมโดยผ่านอินเทอร์เน็ต ต่างมีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.34)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ภาพรวมมีความสำคัญในระดับปานกลาง(คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.14) เมื่อพิจารณารายประเด็น พบว่า การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ มีความสำคัญในระดับปานกลาง (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.18) เช่นเดียวกันกับ การส่งเสริมการตลาดมีการจัดงานเทศกาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.16) การส่งเสริมการตลาดมีโปรโมชั่นจากบริษัททัวร์ (คะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 3.15) และการส่งเสริม

การตลาด การโฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ (คะแนนเฉลี่ย เท่ากับ 3.08) ล้วนแล้วแต่มีความสำคัญในระดับปานกลาง

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว พบว่า ผู้ให้ข้อมูลที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางมีความสอดคล้องไปในทำนองเดียวกันกับข้อมูลด้านสถิติการท่องเที่ยวของกรมพัฒนาการท่องเที่ยว (2009: 16) ที่ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีสถานภาพสมรสแล้ว สัญชาติส่วนใหญ่คือ อเมริกัน ฝรั่งเศส อังกฤษ และเยอรมัน มีรายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ 2,000 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่า (ประมาณ 60,000 บาท) มีอายุระหว่าง 50-59 ปี ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี

จากผลการวิจัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการเดินทาง เพื่อพักผ่อน/เปลี่ยนบรรยากาศ โดยเหตุผลในการตัดสินใจเลือกมาเที่ยว เพราะวัฒนธรรมประเพณี/มีความโดดเด่น ซึ่งได้ทราบข้อมูลข่าวสารมาจาก อินเทอร์เน็ต สินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ซื้อ มากที่สุดคือ เสื้อผ้า/ผ้าไหมลาว โดยมีค่าใช้จ่าย 250 ดอลลาร์สหรัฐหรือต่ำกว่าต่อครั้ง (ประมาณ 7,500 บาท) มีระยะเวลาพักผ่อน 4-5 วัน พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่ คือ เครื่องบิน มีการพักผ่อนที่โรงแรม ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางมาเที่ยวเป็นครั้งแรก และมาท่องเที่ยวกับครอบครัว อีกทั้งยังมีความคิดเห็นจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง และมีความประทับใจประเภทแหล่งท่องเที่ยวทางด้านวัฒนธรรมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวของแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยวแขวงหลวงพระบาง (2011ข: 15) ที่ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบางเป็นครั้งแรก และมาท่องเที่ยวกับครอบครัว หรือเพื่อน/คู่รัก โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง 5 วัน และส่วนใหญ่พักผ่อนที่โรงแรม มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน โดยได้รับทราบข้อมูลมาจาก อินเทอร์เน็ต และเพื่อน/ญาติ ซึ่งพาหนะที่ใช้ เครื่องบิน สำหรับสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อประเภทผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า/ผ้าไหมลาวและผลิตภัณฑ์ เครื่องเงิน โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 50 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน (ประมาณ 1,500 บาท) และ นักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มีความประทับใจทางด้านวัฒนธรรมมากที่สุด ซึ่งต้องการเดินทางกลับมาท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบางอีกครั้ง เช่นเดียวกันกับข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวของ กรมพัฒนาการท่องเที่ยว (2009: 16) ที่ได้ระบุว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่ชาวตะวันตก มีวัตถุประสงค์ เพื่อพักผ่อน ส่วน

ใหญ่เป็นการเดินทางมาท่องเที่ยวที่สาธารณรัฐ ประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นครั้งแรก และมาท่องเที่ยวในสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว กับเพื่อน/ญาติ นักท่องเที่ยวก่อนเดินทางเข้ามาสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ส่วนใหญ่ทราบข้อมูลจาก อินเทอร์เน็ต และเพื่อน/ญาติและครอบครัว รองลงมาคือคู่มือหนังสือนำเที่ยว โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคือ 75 ดอลลาร์สหรัฐต่อวัน (ประมาณ 2,250 บาท) ซึ่งพาหนะที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวส่วนใหญ่ คือ เครื่องบิน และส่วนใหญ่ต้องการเดินทางกลับมาเที่ยวอีกครั้ง และมีความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวทางด้านธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมท้องถิ่น

จากผลการประเมินส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง ในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการวิจัยมีความสอดคล้องกับ วิระพล ทองมา (2548: 169) และ นิศา ชัชกุล (2550: 70-75) ได้ระบุไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดของการท่องเที่ยวทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด โปรแกรมการท่องเที่ยว กระบวนการซื้อ การติดต่อสื่อสาร และ ความร่วมมือทางธุรกิจ มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว

ความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกับ ความมีอิสระของผู้คนในพื้นที่ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน มีทัศนคติธรรมชาติมีความสวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวมีความหลากหลาย มีการบริการนำเที่ยวและบริการอื่นๆที่ดี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง และมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วนและพอเพียง ซึ่งสอดคล้องกับ สิริรุส สโรบล และคณะ (2546: 232) ได้กล่าวไว้ว่า แต่ละแห่งล้วนมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ บางที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อันได้แก่ น้ำตก ป่าเขาลำเนาไพร รวมทั้งสัตว์ป่า บางที่มีความโดดเด่นในด้านสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ อันได้แก่ วัดวาอารามและโบราณสถานทางพุทธศาสนา รวมทั้งมีร่องรอยทางด้าน โบราณคดีปรากฏให้เห็นขณะบางที่มีข้อเด่นด้านอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมประเพณีหลากหลายกลุ่มชาติพันธุ์ มีวิถีชีวิตความเป็นอยู่และวิถีการผลิตที่เอื้อต่อการพัฒนาด้านกานท่องเที่ยวสามารถนำมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับ (ศิริกิติ นวรัตน์ ณ อุทยาน, 2552 อ้างใน วัชนาภรณ์ พลจันทร์, 2553: 26) กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีอรรถประโยชน์ (utility) มีคุณค่า (value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้

ความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้านราคา พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกับ ราคาอาหาร ราคาธรรมเนียมในการเข้าแหล่งท่องเที่ยว ราคาสินค้า ราคาที่พักแรม ราคาโปรแกรมท่องเที่ยว และราคาค่าโดยสารยานพาหนะเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับ ศิริกิติ

นวัติน ณ อุชยา (2547: 95) ได้ระบุว่า การกำหนดราคาบริการ การกำหนดราคาของกลุ่มคู่แข่งจะมีผลกระทบต่อ การกำหนดราคาของกิจการ เนื่องจากราคาของกลุ่มแข่งขันจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า และในขณะเดียวกันนั้น การกำหนดราคาของกิจกรรมการท่องเที่ยวสร้างความคุ้มค่าและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว โดยการที่นักท่องเที่ยวได้มีการเดินทางมาเที่ยวซ้ำ เช่นเดียวกันกับ ฉันทัช วรรณณอม (2547: 190) ได้ระบุว่าราคาต้องจูงใจ และสามารถตอบสนองความต้องการของคน หลายกลุ่มราคาต้องไม่สูงหรือต่ำกว่าคู่แข่งมากเกินไป สามารถแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้

ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกับ ที่ตั้งบริษัทท่องเที่ยว และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยได้ทราบข้อมูลจากการแนะนำเพื่อนและญาติ สามารถซื้อโปรแกรมท่องเที่ยวได้ง่ายจากบริษัทนำเที่ยวทั่วไป มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจากโทรทัศน์ วิทยุที่มีความน่าสนใจ และสามารถจองโปรแกรมท่องเที่ยว และที่พักแรมโดยผ่าน อินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตยาพร เสมอใจ (2548: 52-56) ได้กล่าวไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย ต้องพิจารณาถึงความสะดวกสบายของลูกค้าคือ ลูกค้าควรจะเข้าถึงได้ง่ายที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ในเวลาและสถานที่ การบริการด้านข้อมูลสามารถอาศัย เทคโนโลยีติดต่อสื่อสารผ่านคอมพิวเตอร์ได้ โดยการเปิดเว็บไซต์ติดต่อกับผู้ค้าและลูกค้าอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความรวดเร็ว การจัดจำหน่ายการบริการมีรายละเอียดมากกว่าการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม แต่ต้องพิจารณาถึง ท่าเลที่ตั้ง เนื่องจากการบริการเป็นกระบวนการที่มีลูกค้าเข้ามาเกี่ยวข้องกับอยู่ในกระบวนการด้วยมากกว่า โดยเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการอยู่ในกระบวนการ จึงควรพิจารณาอย่างถี่ถ้วน และยังสอดคล้องกับ (สุคาควง เรื่องรุจิระ, 2541 อ้างใน เปรมจิต ทานูรี, 2549: 25) ที่ได้กล่าวว่า การบริการไม่สามารถเลือกช่องทางได้อย่างสลับ ซับซ้อน วิธีที่เหมาะสม คือใช้ช่องทางจำหน่ายโดยตรง การใช้คนกลาง สำหรับการแจกจ่ายผลิตภัณฑ์นั้น การบริการไม่สามารถขนย้ายไปได้ การจัดหาหน่วยเคลื่อนที่ การจัดสภาพแวดล้อมในการให้บริการ อุปกรณ์การจัดตกแต่งสถานที่จะเป็นสื่อแสดงถึงระดับคุณภาพในการให้บริการ

ความเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญมากกับ การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ การจัดงานเทศกาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความหลากหลาย เช่น ปีใหม่ลาว (สงกรานต์) บุญแข่งเรือไหลเรือไฟ และออกพรรษา เป็นต้น มีการจัดโปรโมชั่นจากบริษัททัวร์ และมีการโฆษณาผ่าน อินเทอร์เน็ต โทรทัศน์ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบว์ชัวร์ โดยมีการประสานงานระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ฉัตยาพร เสมอใจ (2548: 52-56) ได้กล่าวถึง การส่งเสริมการตลาด ช่วยกระตุ้นให้ลูกค้าทำตามในสิ่งที่เราคาดหวังได้แก่การรู้จักและตระหนักถึงตัวผลิตภัณฑ์ เกิดความต้องการใช้และ

ตัดสินใจซื้อและซื้อมากขึ้น โดยอาศัยเครื่องมือที่แตกต่างกันในการส่งเสริมพฤติกรรมของลูกค้าได้แก่ การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรง ที่มีคุณสมบัติ ข้อดี และข้อจำกัดที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงต้องพิจารณาให้เหมาะสมกับความต้องการใช้งาน รวมถึงความแตกต่างของผู้บริโภค ที่ไม่เพียงแต่มีความต้องการในการบริโภคผลิตภัณฑ์ ที่มีความแตกต่างกันแล้ว การบริโภคสื่อและแนวทางในการตัดสินใจของแต่ละบุคคลก็มีความแตกต่างกัน โดยจะเลือกวิธีที่ติดต่อสื่อสาร (communication) ที่สามารถเข้าถึงและจูงใจลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับ ชัชพล ทรงสุนทรวงษ์ (2545: 230) ได้กล่าวว่า หลักการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ควรมีองค์ประกอบ คือ การทำการตลาดด้วยความรับผิดชอบต่อ (marketing tourism responsibility) การตลาดเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันผู้ประกอบการก็จะต้องทำการตลาดให้ลูกค้าทราบถึงจริยธรรมของบริษัท ความรับผิดชอบต่อด้านการตลาดนี้ ผู้ประกอบการจะต้องสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวด้วยการ โฆษณาและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ได้จัดขึ้นในการผ่านรูปแบบสื่อต่างๆ โดยเฉพาะการประสานความร่วมมือกับธุรกิจการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อสร้างระบบการตลาด ในทำนองเดียวกันกับ (ทัศนียวรรณ ดวงมาลา, 2549 อ้างใน ศศิมา ทองปุย, 2553: 125-126) ได้กล่าวไว้ว่า การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยวในสถานการณ์ปัจจุบันนั้น โดยส่วนใหญ่จะใช้วิธีการ โฆษณา เช่น แพนฟับ โบว์ชัวร์ การประชาสัมพันธ์ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดให้มีการแถลงข่าว หรือเข้าร่วมกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้น

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สามารถนำมาซึ่งข้อเสนอแนะสำหรับ ผู้บริหารแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว แขวงหลวงพระบาง ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ และเอกชน และผู้ที่จะนำเอาผลการวิจัยในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการศึกษาในเชิงลึกต่อไปดังนี้

1. ผู้บริหารแผนกแถลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว แขวงหลวงพระบาง ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ

และเอกชน ควรจัดประชุมปรึกษาหารือกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ให้การสนับสนุนส่งเสริมเข้ามามีส่วนร่วมในการช่วยเหลือการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการให้ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับประชาชนชาวเมืองหลวงพระบาง และบุคลากรในแขนงการท่องเที่ยวให้มีความรู้ ความเข้าใจในการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง และแนะนำให้นักท่องเที่ยวหันมาสนใจการท่องเที่ยวเมือง หลวงพระบาง ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนต่อไปได้

2. ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรจัดโครงการเพื่อการส่งเสริม ฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรในแขนงการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพของการบริการให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อ รองรับนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้ให้กับชาวเมืองหลวงพระบาง และเพื่อให้มีความยั่งยืนอย่าง ต่อเนื่อง

3. ผู้อำนวยการหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ และเอกชน ควรจัดสรร งบประมาณสำหรับปรับปรุงพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว และสำหรับจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของ เมืองหลวงพระบาง เพื่ออำนวยความสะดวก และเสริมความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม เมืองมรดกโลก

4. ผู้บริหารแขวงหลวงพระบาง ทั้งภาครัฐ และเอกชน ผู้ประกอบการธุรกิจที่ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนาส่งเสริมการ โฆษณา การให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว และสินค้า ตลอดจนจำหน่ายสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และการเข้าหาดลาดนักท่องเที่ยวอยู่ต่างประเทศ ให้มีความหลากหลาย มีหลายช่องทาง เช่น ทางเทคโนโลยี เป็นช่องทางหนึ่ง ที่ตอบสนองความ ต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

5. ผู้บริหารแผนกแกลลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว แขวงหลวงพระบาง ควร ปรับปรุงสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน และจัดสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ เพื่อรองรับกิจกรรมการ ท่องเที่ยวให้ดีขึ้น เช่น ปรับปรุงสภาพถนนเพื่อให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวจุดต่างๆ และลานจอดรถให้ พอเพียง สนับสนุนงบประมาณปรับปรุงที่พักแรม ระบบไฟฟ้า น้ำประปา ห้องน้ำ ห้องสุขา ระบบป้าย สื่อความหมายและป้ายบอกเส้นทางในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยเสนอต่อเจ้าแขวงหลวงพระบาง เพื่อ ของงบประมาณดำเนินการโดยเร่งด่วน

6. ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการกำหนดขีด ความสามารถในการรองรับของพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อจำกัดปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงฤดู การท่องเที่ยวและกฎระเบียบปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวคงไว้ ซึ่งสภาพเดิมไม่เปลี่ยนแปลง

7. ผู้บริหารแผนกแกลลงข่าว วัฒนธรรม และท่องเที่ยว แขวงหลวงพระบาง ผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้อำนวยการหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐ

และเอกชน สามารถนำผลการวิจัยนี้ไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานของการท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบางได้ ซึ่งเห็นภาพรวมกลยุทธ์การตลาดการท่องเที่ยว ได้ชัดเจนขึ้นและมองเห็นแนวทางในการพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบาง มีความยั่งยืน และประสบผลสำเร็จในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

### ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้ศึกษา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและความคิดเห็นที่มีต่อส่วนประสมทางการตลาดการท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภายหลังที่นักท่องเที่ยวทำกิจกรรมต่างๆ เสร็จสิ้นในเมืองหลวงพระบาง ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว เมืองหลวงพระบาง นอกจากนั้นยังรู้ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งการวิจัยครั้งต่อไปจึงควรศึกษาในประเด็นการวางแผนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบาง เพื่อให้มีความสอดคล้องกับสถานการณ์ในปัจจุบัน อันจะช่วยเพิ่มรายได้เข้าสู่เมืองหลวงพระบางมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งนี้ เป็นภาพสะท้อนของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ในเมืองหลวงพระบาง ซึ่งเป็นเมืองที่มีความเป็นเอกลักษณ์ ทางด้านวัฒนธรรม ทางด้านประวัติศาสตร์ และทางด้านธรรมชาติ ที่มีความสวยงาม มีความโดดเด่น ทั้งเป็นเมืองมรดกโลก เป็นจุดดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งมีความแตกต่างจากแขวงอื่นๆ เช่น นครหลวงเวียงจันทน์ แขวงสะหวันนะเขต และ แขวงจำปาสัก โดยมีแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน ดังนั้นจึงควนทำการศึกษา พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อจะได้มีการเปรียบเทียบกันก็จะทำให้ได้ทราบถึงพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ที่เดินเข้ามาท่องเที่ยว สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เพื่อเป็นประโยชน์ทางภาครัฐบาล ในการกำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจ-สังคมแห่งชาติ และนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวแหล่ง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

3. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบาง เพื่อนำมาปรับปรุงการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบาง แขวงหลวงพระบาง สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว