

การวิจัยนี้มุ่งที่จะศึกษาบทบาทของภาครัฐบาล และภาคเอกชนในการส่งเสริมประเทศไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน และศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน และหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย จากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีระยะเวลาวันพักและใช้จ่ายในประเทศไทยมากขึ้น ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) สำหรับการศึกษารวมถึงบทบาทของภาครัฐบาลในการส่งเสริมไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน และข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) โดยข้อมูลปฐมภูมิแบ่งออกเป็น การศึกษาบทบาทของภาคเอกชนในการส่งเสริมไทยเป็นประตูหรือศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน ออกแบบสอบถามไปยังผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอินโดจีน 3 กลุ่ม คือกลุ่มธุรกิจบริการการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก และกลุ่มธุรกิจสายการบิน และการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางสู่อินโดจีน โดยการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ

10 สัญชาติ จำนวน 634 คน แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ถดถอยพหุแบบขั้นตอน (stepwise regression analysis)

ผลการศึกษาในภาพรวมพบว่า ภาครัฐบาลมีบทบาทนำทั้งในกรอบความร่วมมือในการส่งเสริมความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอินโดจีนโดยผ่านทางโครงการเศรษฐกิจความร่วมมือในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub-regional Economic Cooperation--GMS-EC) และโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยเป็นประตูและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวสู่อินโดจีน สำหรับภาคเอกชนเองยังมีส่วนร่วมค่อนข้างน้อยในการให้ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในโครงการ GMS-EC และโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน ยังต้องอาศัยการชี้แนะและการส่งเสริมสนับสนุนของภาครัฐบาลอยู่ ดังนั้น ในการศึกษาี้แนะนำให้ภาครัฐบาลและภาคเอกชนร่วมมือกันศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาพื้นที่ท่องเที่ยว และเส้นทางเชื่อมโยงระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและย่อมได้มีการพัฒนา และมีความรู้ด้านการท่องเที่ยว ร่วมกันกำหนดจุดยุทธศาสตร์เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันในตลาดโลก เพื่อพัฒนาคุณภาพด้านการบริการให้สอดคล้องกับลักษณะของภูมิภาค และประการสำคัญคือต้องสร้างความร่วมมือกันทำการตลาดและเร่งส่งเสริมการทำประชาสัมพันธ์ร่วมกันให้มากขึ้น

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวผ่านประเทศไทยไปสู่ประเทศในอินโดจีน พบว่า ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศในอินโดจีน คือ เพศ อายุ อาชีพ รสนิยม ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ค่าตัวเครื่องบิน ค่าที่พัก ค่าอาหาร รายได้ สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว ความปลอดภัย แรงจูงใจในการท่องเที่ยวไทย เส้นทางการบิน ธุรกิจนำเที่ยว และมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และรูปแบบการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย สำหรับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งประเทศไทยและประเทศในอินโดจีนนั้นพบว่า ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและอินโดจีน คือ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา สถานภาพสมรส รสนิยม ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อน ค่าที่พัก

ค่าอาหาร รายได้ สถานที่ท่องเที่ยว การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยว การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงไทย-อินโดจีน ความปลอดภัย ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจโรงแรมที่พัก รูปแบบการเดินทาง และประสบการณ์ในการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับการทบทวนวรรณกรรมและสมมติฐานของการวิจัย

สำหรับแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยจากประโยชน์การเป็นประตูสู่อินโดจีนนั้น ในระดับพหุภาคีเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการส่งเสริมการขายร่วมกันระหว่างประเทศไทยและประเทศในอินโดจีน ในระดับทวิภาคีเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างประเทศไทยและกัมพูชา สปป. ลาว และเวียดนาม และในการจำแนกตามแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ โดยการนำผลการศึกษาที่ได้จากการศึกษาการดำเนินงานของภาครัฐและการมีส่วนร่วมของภาคเอกชนในการพัฒนาประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน รวมทั้งนำผลการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางสู่ประเทศในอินโดจีน มาเป็นแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

This study examines the roles of both the public and the private sectors in promoting Thailand as a tourist hub and as the gateway to Indochina. A further aim is to determine the factors related to the demand from foreign tourists traveling to Indochina in order to recommend some ways of encouraging them to stay longer and spend more money in Thailand. Secondary data was used to study the role of the public sector, while primary data from two populations was used to determine the role of the private sector.

The first group consisted of entrepreneurs from three types of businesses related to tourism in Indochina: tour operators and guide business, the hospitality business and the airline business. A questionnaire was employed to collect the data from the sample. The second group consisted of

634 foreign tourists-from ten nationalities at all-who traveled to Indochina. In-depth interviews were used to collect the data from this sample and a stepwise regression analysis was made to analyze the data.

Overall, it was found that the public sector played a leading role in the Greater Mekong Subregional Economic Cooperation (GMS-EC) and in the promotion of Thailand as a tourist hub and as the gateway to Indochina. On the other hand, the private sector participated in tourism promotion at a rather low level and still needed guidance and support from the public sector.

Accordingly, it was recommended that the public sector, in collaboration with the private sector, conduct a feasibility study regarding the development of tourist attractions and roads linking them together. Also, SME entrepreneurs should be promoted and educated with regard to tourism so that they would participate in establishing strategies to compete in the world market and so that they would develop their services in harmony with the characteristics of the region. In particular, cooperation is needed in the fields of marketing and public relations.

The analysis of the demand on the part of foreign tourists who visited Indochina merely indicated that the factors that bore a significant relationship to their demand were gender, age, occupation, preference, length of vacation time, air fare, the cost of accommodation, food expenses, income, tourist attractions, access to tourist information, safety, resistance to traveling in Thailand, flight routes, tour operators and guide businesses, food and beverage businesses and forms of traveling. The findings were in line with the previous literature and the research hypotheses. On the other hand, the factors

bearing a significant correlation with the demand of foreign tourists who intended to travel both in Thailand and Indochina were as follows: gender, age, occupation, education, marital status, taste, length of vacation time, the cost of accommodation, food expense, income, tourist attractions, access to tourist information, awareness of the Thailand-Indochina tourism promotion, safety, the tour and guide business, the food and beverage business, the hospitality business, forms of traveling, and traveling experience. Again, the findings were in line with the previous literature and the research hypotheses.

The following measures were recommended to promote Thailand as a tourist hub and the gateway to Indochina. At the multilateral level, emphasis should be placed tourism promotion and on Thailand-Indochina package sales by building alliances with the countries of Indochina. At a bilateral level, an effort should be made to reach out to the target groups of tourists overseas. Lastly, the results of this study should be used as a guideline for the promotion of tourism.