

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง)” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน รวมทั้งศึกษาถึงความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 สรุปข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ดังนี้

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (56.20%) อายุ 35 ปีขึ้นไป (42.50%) สถานภาพโสด/ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (61.00%) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า (65.10%) อาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต/เกษตรกร/แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน/นักศึกษา/นักเรียน/อื่นๆ (40.50%) รายได้ครัวเรือน/เดือนต่ำกว่า 13,499 บาท (38.80%) และสัญชาติผู้ตอบแบบสอบถามชาติอื่นๆ (ยุโรป) (50.20%)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว พม่า (เชียงใหม่) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (64.40%) อายุน้อยกว่า 25 ปี (36.90%) สถานภาพโสด/ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (67.00%) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี (54.40%) อาชีพพนักงานทางการค้า /ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (41.70%) รายได้ครัวเรือน/เดือน น้อยกว่า 13,499 บาท (65.00%) และสัญชาติผู้ตอบแบบสอบถามพม่า (49.50%)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (สิบสองปันนา) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (61.20%) อายุ 35 ปีขึ้นไป (65.30%) สถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน (52.00%) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี (67.30%) อาชีพอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต/เกษตรกร/แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน /นักศึกษา/นักเรียน/อื่นๆ (38.80%) รายได้ครัวเรือน/เดือน 13,500-40,499 บาท (43.90%) และสัญชาติผู้ตอบแบบสอบถามจีน (51.00%)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (หลวงพระบาง) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (54.90%) อายุ 25-34 ปี (40.00%) สถานะโสด/ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (76.60%) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี (74.70%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ /ผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส/ผู้ประกอบการ (55.90%) รายได้ครัวเรือน/เดือน 40,500 บาท ขึ้นไป (45.10%) และสัญชาติผู้ตอบแบบสอบถามชาติอื่นๆ (ยุโรป) (50.00%)

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนทั้ง 4 ประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (57.90%) อายุ 35 ปีขึ้นไป (38.40%) สถานะโสด/ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (65.20%) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี (66.80%) อาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ /ผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส/ผู้ประกอบการ (39.80%) รายได้ครัวเรือน/เดือน ต่ำกว่า 13,499 บาท (37.80%) และสัญชาติผู้ตอบแบบสอบถามไทย (41.10%)

5.1.2 ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) และการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยรวมและแต่ละประเทศ สรุปได้ ดังนี้

ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงโดยรวม 4 ประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก อันดับแรกได้แก่ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาคือ ได้แก่ ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.56$) ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.49$) ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.42$) และด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.42$) มีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรก ได้แก่ ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.40$) รองลงมาคือ ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.38$) ด้าน นวัตกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.29$) ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.28$) ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.17$) และด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางอันดับแรก ได้แก่ ประเทศจีน (เซียงรุ่ง) ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมา ประเทศลาว (เซียงทอง) ($\bar{X} = 3.47$) ประเทศพม่า (เซียงตุง) ($\bar{X} = 3.39$) และประเทศไทย (เซียงแสน) ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงโดยรวม 4 ประเทศ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.43$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก อันดับแรกได้แก่ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.68$) ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} =$

3.56) ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ($\bar{X} = 3.41$) มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง อันดับแรกได้แก่ ด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.39$) รองลงมาคือ ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.35$) ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.33$) ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\bar{X} = 3.28$) ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ($\bar{X} = 3.24$) และด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\bar{X} = 3.11$)

เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากอันดับแรก ได้แก่ ประเทศลาว (เชียงทอง) ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมา คือ ประเทศพม่า (เชียงตุง) ($\bar{X} = 3.44$) และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเทศไทย (เชียงแสน) ($\bar{X} = 3.34$) และประเทศจีน (เชียงรุ่ง) ($\bar{X} = 3.29$) ตามลำดับ

5.1.3 นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในแต่ละประเทศอยู่ในระดับมาก อันดับแรก ได้แก่ เชียงแสน ประเทศไทย ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมา ได้แก่ เชียงตุง ประเทศพม่า ($\bar{X} = 4.00$) เชียงรุ่ง ประเทศจีน ($\bar{X} = 3.92$) และเชียงทอง ประเทศลาว ($\bar{X} = 3.24$)

ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง โดยรวม 4 ประเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) โดยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมาก อันดับแรกโดยใช้เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) – เชียงรุ่ง (จีน) รองลงมา เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) – ด่านห้วยทราย (ลาว) – สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 3.73$) เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย – ปากแบง – หลวงพระบาง ($\bar{X} = 3.73$) เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) – ด่านห้วยทราย (ลาว) ($\bar{X} = 3.73$) และเส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

5.1.4 ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง ตอนบน โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือน/เดือน สัญชาติผู้ตอบแบบสอบถาม

(1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ) จากผลการวิจัย พบว่า

ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า

(1.1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงแสน ประเทศไทย) ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจ

(5) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม โดยนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่ม 2) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ (กลุ่มที่ 1) และ มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และ อาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า

(5.1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

(5.2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ ผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ (กลุ่มที่ 1) และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3)

(5.3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

(5.4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศลาว) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

(6) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตรวม 4 ประเทศ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500 – 40,499 มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 (กลุ่มที่ 1) และมีรายได้ 40,500 บาท ขึ้นไป เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า

(6.1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

(7.3) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เซี่ยงรู่ ประเทศจีน) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เซี่ยงรู่ไม่แตกต่างกัน

(7.4) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เซี่ยงทอง ประเทศลาว) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เซี่ยงทองแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาว และชาติอื่นๆ

5.1.5 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน แตกต่างกัน

(1) นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ) จากผลการวิจัย พบว่า

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างจากการรับรู้โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

นักท่องเที่ยวยังมีความพึงพอใจ ($E < P$) ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างมาก

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์น้อยกว่าการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจ ($E > P$) ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมมากกว่าการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการนวัตกรรมการท่องเที่ยว

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(2) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมน้อยกว่าการรับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ($E < P$) ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์

วัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการนวัตกรรมท่องเที่ยว น้อยกว่าการรับรู้ในด้านการนวัตกรรมท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการนวัตกรรมท่องเที่ยว

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล น้อยกว่าการรับรู้ในด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม น้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(3) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างจากการรับรู้โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ (E<P) ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมอย่างมาก

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการนวัตกรรมการท่องเที่ยว

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(4) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (ليبสองปีนนา/เชียงรุ่ง ประเทศจีน)

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (ลิปสองปีนนา) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมมากกว่าการรับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติมากกว่าการรับรู้ในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าการรับรู้ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมมากกว่าการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าการรับรู้ในการเดินทางและ

การทอ้งเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากกว่าการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากกว่าการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการนวัตกรรมการท่องเที่ยว

(5) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (หลวงพระบาง/เชียงทอง ประเทศลาว)

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (หลวงพระบาง) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมน้อยกว่าการรับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ($E < P$) ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจน้อยกว่าการรับรู้ในการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์น้อยกว่าการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

5.1.6 เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวมตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

(1) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (รวม 4 ประเทศ) จากผลการวิจัย พบว่า

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (รวม 4 ประเทศ) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 1.9 (Adjusted $R^2 = 0.019$) โดยการรับรู้ด้านการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -2.443$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 2.872$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

(2) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 7.1 (Adjusted $R^2 = 0.071$) โดยการรับรู้ด้านการรับรู้ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ($\beta = -0.221$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\beta = 0.183$) และด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.254$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

(3) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม

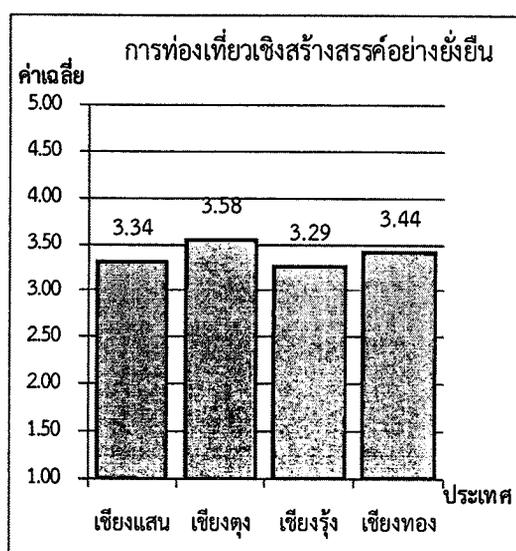
(4) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (ลึบสองปันนา ประเทศจีน)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (สิบสองปี) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 11.7 (Adjusted $R^2 = 0.117$) โดยการรับรู้ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.419$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

(5) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (หลวงพระบาง ประเทศลาว)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (หลวงพระบาง) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 11.7 (Adjusted $R^2 = 0.117$) โดยการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.259$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 0.277$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

5.1.7 เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยจำแนกตามประเทศ ประกอบด้วย เชียงแสน (ประเทศไทย) เชียงตุง (พม่า) เชียงรุ้ง (ประเทศจีน) เชียงทอง (ประเทศลาว)



ภาพที่ 5.1 แสดงการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยจำแนกตามประเทศ

การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยจำแนกตามประเทศแตกต่างกัน มีการรับรู้ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 ดังรูปโดย นักท่องเที่ยวมีการรับรู้การท่องเที่ยวงเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่เชียงตุง ประเทศพม่าเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เชียงแสน ประเทศไทย เชียงทอง ประเทศลาว และเชียงรุ่ง ประเทศจีน เมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า

(1) การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจในประเทศพม่า (เชียงตุง) ประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง) ไม่แตกต่างกัน

(2) การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง)

(3) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในประเทศพม่า (เชียงตุง) ประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศ จีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง) ไม่แตกต่างกัน

(4) การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรมในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่า ประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง)

(5) ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง)

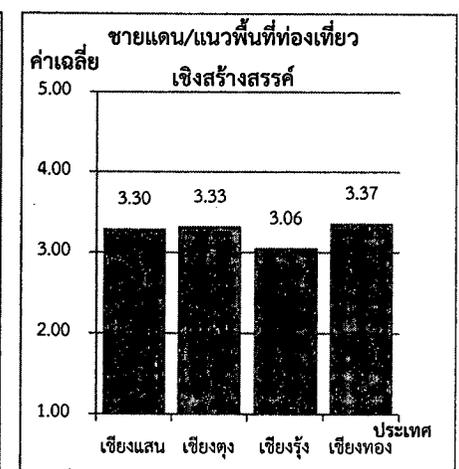
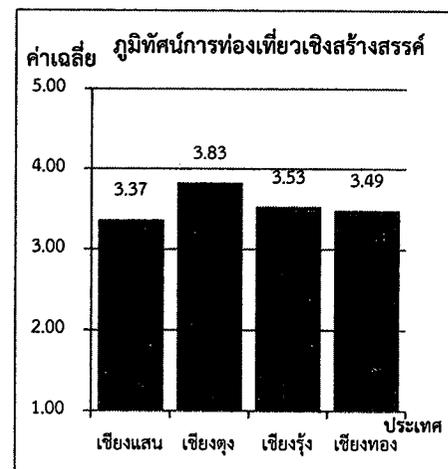
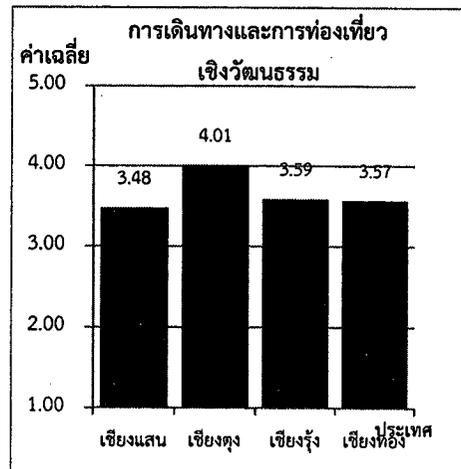
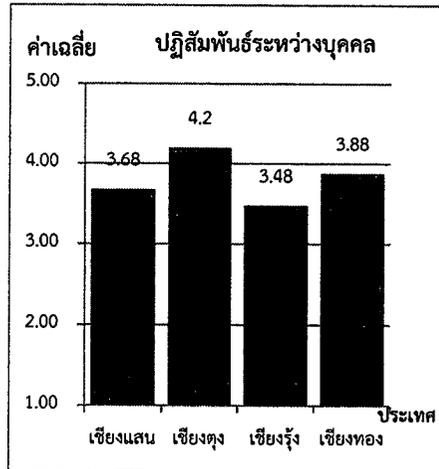
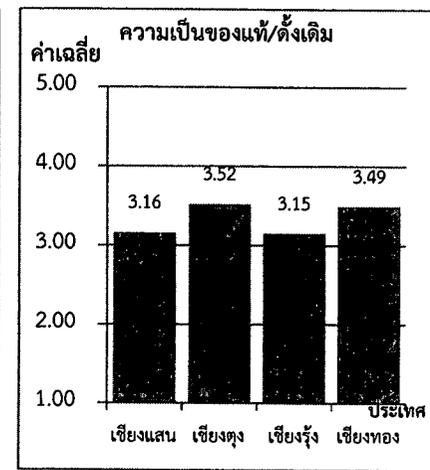
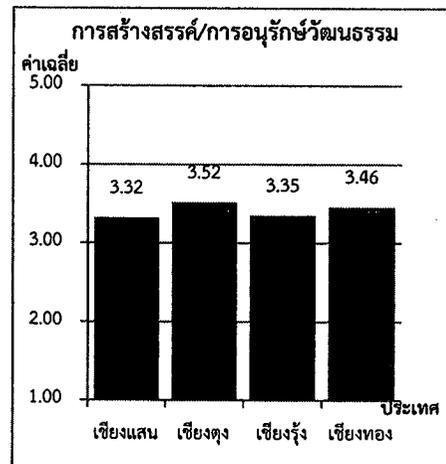
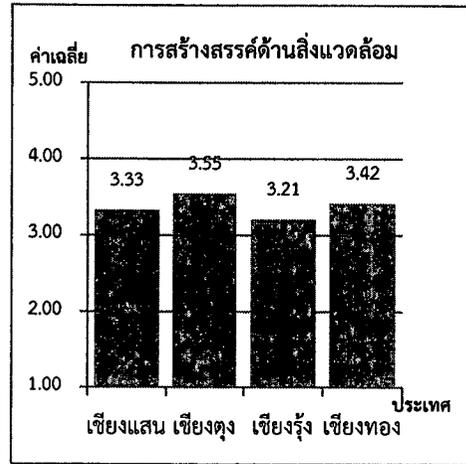
(6) นวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวในประเทศพม่า (เชียงตุง) ประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศ จีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง) ไม่แตกต่างกัน

(7) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง)

(8) การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง)

(9) ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศพม่า (เชียงใหม่) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เชียงใหม่) และประเทศลาว (เชียงใหม่)

(10) ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศพม่า (เชียงใหม่) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เชียงใหม่) และประเทศลาว (เชียงใหม่) ดังภาพที่ 5.2



หมายเหตุ: รูปกราฟแสดงเฉพาะที่ Sig.

ภาพที่ 5.2 แสดงการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำแนกตามประเทศ

สรุปนักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เซี่ยงจู้) ประเทศลาว (เชียงทอง) และ การรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์ วัฒนธรรม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใน ประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เซี่ยงจู้) ประเทศลาว (เชียงทอง)

5.2 การอภิปรายผล

5.2.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต โดยรวมตามเส้นทางในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง แตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีการประกอบอาชีพพนักงานทางด้านการค้าและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 13,500-40,499 บาท และมีสัญชาติไทย มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมตามเส้นทางในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากเส้นทางท่องเที่ยวดังกล่าวมีความเหมาะสมกับผู้ที่มีรายได้ระดับปานกลาง เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แพงหรือถูกจนเกินไป และจำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยวก็เหมาะสมกับกลุ่มอาชีพพนักงานทางด้านการค้าและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีวันหยุดจำนวนไม่มากนัก นอกจากนั้นการเดินทางไปท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวยังเดินทางสะดวกจากประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการท่องเที่ยวซ้ำมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kattiyapornpong และ Miller (2009) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านสังคมและลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า อายุ รายได้ และช่วงชีวิต (Life stage) ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของPratt (2011) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมโรงงานไวน์ (Wine tourist) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งได้จากการวิเคราะห์ระดับของความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-image congruity) และระดับของการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติและความตั้งใจท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมโรงงานไวน์ในภูมิภาคต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler (1997) ที่ได้เสนอโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภคไว้ โดยกล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้สึกของผู้บริโภค (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ผลิตหรือผู้ขายไม่

สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ หรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ โดยจุดเริ่มต้นของโมเดลนี้อยู่ที่สิ่งกระตุ้น (Stimulus) ให้เกิดความต้องการก่อน แล้วทำให้เกิดการตอบสนอง (Response)

5.2.2 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า

ความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างจากการรับรู้โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

(1) นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ($E < P$) ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้คาดหวังเกี่ยวกับการท่องเที่ยวใน 4 ประเทศ เนื่องจากขาดข้อมูลในแหล่งท่องเที่ยว ส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเพราะเกิดจากเพื่อนชวน หรือเกิดจากการบอกต่อจากคนที่รู้จัก แต่เมื่อได้มารู้ในแหล่งท่องเที่ยวใน 4 ประเทศแล้ว จึงรู้ว่าดีกว่าที่คาดหวังไว้

(2) นักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจ ($E > P$) ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ได้แก่ ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาติต่างๆ คาดหวังว่าใน 4 ประเทศนี้มีความเป็นดั้งเดิม อาทิเช่น ในหลวงพระบาง เชียงแสน สิบสองปันนา เชียงตุง แต่เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวจริงก็ได้รับรู้ว่ามีบางแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่เหลือความดั้งเดิม หรือเหลือน้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่เชียงแสน สิบสองปันนา มีการเปลี่ยนแปลงในด้านวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น บ้านเรือนแบบใหม่ที่ไม่ได้เหลือความดั้งเดิมเอาไว้ หรือมีแต่ก็น้อยมาก จึงมีการรับรู้ต่ำกว่าความคาดหวังส่งผลต่อความไม่พึงพอใจประเด็นความดั้งเดิมนี้อย่างมาก

จากผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับแนวความคิดของ Chen & Chen (2010) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist satisfaction) หมายถึง การเปรียบเทียบความหวังก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวและประสบการณ์ภายหลังการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นผลที่เกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กรณี คือ (1) หากความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ ผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ (2) หากความคาดหวังเท่ากับการรับรู้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และ (3) หากความคาดหวังน้อยกว่าการรับรู้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกชื่นชมยินดีหรือมีความพึงพอใจอย่างมาก

นอกจากนี้สอดคล้องกับแนวความคิดของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเป็นความนึกคิดที่ได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ในอดีต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นครั้งแรก ซึ่งสอดคล้องกับแนวความคิดของ Marenco (2010) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเป็นความนึกคิดในช่วงแรกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ ประสบการณ์ในอดีต และข้อมูลในความทรงจำของนักท่องเที่ยวที่เคยได้ยินหรือได้เห็นจากสื่อต่างๆ และยังสอดคล้องกับแนวความคิดของวีระรัตน์ กิจเลิศไพโรจน์ (2548) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังของผู้บริโภคเป็นผลมาจากปัจจัยต่างๆ ซึ่งได้แก่ ความต้องการส่วนบุคคล ประสบการณ์ในอดีต การสื่อสารถึงลูกค้าในรูปแบบต่างๆ ปัจจัยทางสภาพการณ์ และการบอกต่อ

นอกจากนี้ผลการวิจัยในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Reisinger (2001) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวทุกคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน ความต้องการดังกล่าวจะก่อให้เกิดความคาดหวังในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวนี้จะมีความเสี่ยงมากกว่าสินค้าทั่วไปที่สามารถจับต้องได้ นักท่องเที่ยวจึงพิจารณาความคาดหวังโดยคำนึงถึงคุณภาพของบริการและราคาเป็นหลัก ส่วนผลการวิจัยในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งอนุรักษ์สอดคล้องกับแนวความคิดของอุดมศักดิ์ แนวจิตร (2544) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะมีความคาดหวังของการจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่พึงปรารถนาและจินตนาการไว้ก่อนที่จะได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ด้วยตนเอง ทั้งนี้ความคาดหวังดังกล่าวจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์และปัจจัยส่วนบุคคล

5.2.3 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน จากผลการวิจัยพบว่า

โดยภาพรวมพบว่าการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ และด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม เนื่องจากในเส้นทางท่องเที่ยวไปยัง 4 ประเทศนั้นเป็นสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา แม่น้ำโขง พืชต่างๆ การปลูกพืช ยางพาราบนภูเขา ซึ่งแม้ว่าจะมีแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติถูกทำลายไปอย่างมาก แต่ก็มีบางแห่งที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์หรือมีการปลูกพืชทดแทน ในเส้นทางเดินทางโดยรถยนต์นักท่องเที่ยวก็จะถือว่าทิวทัศน์ชานชาลามีคุณค่า อีกทั้งเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือจากท่าเรือไปหลวงพระบางมีทัศนียภาพ 2 ข้างทางที่สวยงามของไทย และลาว อีกทั้งวิถีชีวิตของคนไทยและลาวที่อยู่อาศัยเลียบบแม่น้ำด้วย ส่วนเส้นทางล่องเรือบริเวณสามเหลี่ยมทองคำไปยังพม่า ลาว และสามารถล่องเรือไปสิบสองปันนา ก็จะ

มีทัศนียภาพที่สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินกับธรรมชาติ และวิถีชีวิตของคนที่อยู่เลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ คนไทย ลาว และชาวจีน ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้จึงถือว่าส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเส้นทางนี้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Wilson & Beard (2003, pp.88-97) ที่อธิบายถึงกระบวนการรับรู้ไว้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายนอกและภายในผ่านทางประสาทสัมผัส เขาจะเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตีความซึ่งหากนักท่องเที่ยวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ได้แก่การตอบสนองด้านพฤติกรรม ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึก ทั้งนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความในอนาคต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Solomon (2007, p. 49) ที่กล่าวว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการเปิดรับ (Exposure) เกิดความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว (Attention) และเกิดการตีความการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว (Interpretation) ในทางพอใจหรือไม่พอใจทั้งนี้ประเด็นในเรื่องความพึงพอใจจะเชื่อมโยงกับแนวความคิดKotler & Keller (2006)เกี่ยวกับพฤติกรรมภายหลังการซื้อหรือใช้บริการ กล่าวคือเมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแล้วพวกเขาจะทำการประเมินผลผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น หากนักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจก็จะกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อในเชิงบวกในทางตรงข้ามหากผู้บริโภครู้สึกไม่พึงพอใจก็จะเลิกใช้บริการและมีการบอกต่อในเชิงลบ

5.2.4 นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เชียงแสน (ประเทศไทย) เชียงตุง (พม่า) (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง) มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ท่องเที่ยวในประเทศรวม 4 ประเทศแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) ประเทศลาว (เชียงทอง) เนื่องจากเชียงตุงยังมีลักษณะของความดั้งเดิมอยู่มากเมื่อเทียบกับอีก 3 เมือง (เชียงแสน เชียงรุ่ง/สิบสองปันนา เชียงทอง/หลวงพระบาง) ดังนั้นนักท่องเที่ยวยุคใหม่จึงมองว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชียงตุงมีมากกว่าอีก 3 เมือง

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ท่องเที่ยวในประเทศรวม 4 ประเทศแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ แตกต่างกัน 7 ด้าน ได้แก่ ด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม ด้านการสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรม ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยนักท่องเที่ยวยุคใหม่มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 7

ด้านในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เชียงรุ้ง) และประเทศลาว (เชียงทอง) เนื่องจากพม่ายังไม่เปิดประเทศการเดินทางไปเชียงตุงเป็นไปด้วยความยากลำบาก มีนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวพม่าเท่านั้นในงานวิจัยนี้ได้ไป นักท่องเที่ยวจึงมองเห็นว่ามีสิ่งแวดล้อมที่ยังใหม่ วัฒนธรรมวิถีชีวิตของผู้คนที่ยังคงความเป็นดั้งเดิม ภูมิทัศน์ที่ยังใหม่เหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่เขายังไม่ได้พบเห็นจึงมองว่าน่าจะมีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มากกว่าเมืองอื่นอีก 3 เมือง (เชียงใหม่ เชียงรุ้ง/สิบสองปันนา เชียงทอง/หลวงพระบาง)

จากผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับแนวความคิดของ Strydom, Jooste; & Cant (2000, p. 84) ที่กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการในการรับจัดระเบียบ และแปลความข้อมูลหรือสิ่งเร้าที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่นเดียวกับ Solomon (2007, p. 49) ที่กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) ของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้ง 5 ซึ่งประสาทสัมผัสทั้ง 5 จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเปิดรับ (Exposure) เกิดความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว (Attention) และเกิดการตีความการท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยว (Interpretation) ในทางพอใจหรือไม่พอใจ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Wilson & Beard (2003, pp.88-97) ที่อธิบายถึงกระบวนการรับรู้ไว้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายนอกและภายในผ่านทางประสาทสัมผัส นักท่องเที่ยวจะพิจารณาและเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตีความซึ่งได้แก่ ความรู้ในอดีต ประสบการณ์ในอดีต อารมณ์ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ทางเลือกความชัดเจนของสิ่งกระตุ้น สถานที่ และความจำเป็น/ความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจยอมรับหรือปฏิเสธ ข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่ก็ได้ หากนักท่องเที่ยวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ได้แก่ การตอบสนองด้านพฤติกรรม ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึกทั้งนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. กลยุทธ์การตลาดตามเป้าหมาย (Target marketing) ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการทั้ง 4 ประเทศ (ไทย พม่า จีน และลาว) ควรร่วมกันวางแผนการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายหลัก ซึ่งจะทำให้เกิดการท่องเที่ยว ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวมของ 4 ประเทศตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยมีกลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ นักท่องเที่ยวมีอาชีพพนักงานทางการค้า และพนักงานข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ระหว่าง 13,500 – 40,499 บาท มีสัญชาติไทย และกลุ่มเป้าหมายหลักของแต่ละประเทศเป็นดังนี้

ประเทศไทย (เชียงใหม่) กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ เพศหญิง สัญชาติไทยที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

ประเทศพม่า (เชียงใหม่) กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ได้แก่ กลุ่มสมรส มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่า รายได้อยู่ระหว่าง 40,500 บาทขึ้นไป เป็นนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทย

ประเทศจีน (เชียงใหม่) กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยมีสัญลักษณ์ส่วนบุคคลไม่แตกต่างกันคือ เหมือนๆกันทุกกลุ่ม

ประเทศลาว (เชียงใหม่) กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 13,500 – 40,499 บาท มีสัญชาติไทย

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผู้บริหารทั้ง 4 ประเทศและผู้นำชุมชนต้องดำเนินการต่อเนื่องต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านการสร้างสรรคด้านเศรษฐกิจ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการควรร่วมมือในการให้ชุมชนมีรายได้จากการที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยว โดยมีการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ส่งเสริมชุมชนให้มีสินค้าที่ดึงดูดกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เพื่อจำหน่ายนักท่องเที่ยว มีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจของชุมชนจำหน่าย และส่งเสริมให้สินค้าชุมชนใช้บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวซื้อ

2.2 ด้านสร้างสรรค์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้นำชุมชนต้องรณรงค์อย่างต่อเนื่องให้ชุมชนเป็นเจ้าของที่ติดกับนักท่องเที่ยว โดยมีความเป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรี และเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

2.3 ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว

2.4 สร้างสรรคด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้บริหาร 4 ประเทศต้องมีนโยบายดูแลอย่างต่อเนื่องในการปรับภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น การปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม

นอกจากนี้ผู้บริหารและผู้นำชุมชนทั้ง 4 ประเทศมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการปรับภูมิทัศน์ ควรมีการอนุรักษ์สิ่งที่ยังคงเป็นธรรมชาติ ลักษณะของบ้านเรือนในสมัยก่อน การแต่งกาย และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนให้คงความดั้งเดิมยาวนานแท้ไม่ปรุงแต่ง ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้

ประเทศไทย (เชียงใหม่) ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอเชียงใหม่ต้องรักษาจุดแข็ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม นวัตกรรมการท่องเที่ยว ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประเทศพม่า (เชียงใหม่) ผู้บริหารของเมืองเชียงใหม่ในการวางแผนการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประเทศจีน (เชียงใหม่) ผู้บริหารในเมืองเชียงใหม่ ในการขยายเมืองเชียงใหม่ต้องคำนึงถึงการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวในอนาคต เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ

ประเทศลาว (เชียงใหม่) ผู้บริหารเมืองเชียงใหม่ต้องใช้กลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะสร้างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. ผู้บริหารทั้ง 4 ประเทศ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชียงใหม่ เชียงตุง เชียงรุ่ง และเชียงใหม่ให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ ดงงาม อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันทัน กลิ่นเหม็น มีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศตามลำดับ (2) ด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม รวม 4 ประเทศ ได้แก่ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า เนื่องจากการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต

ประเทศไทย (เชียงใหม่) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ คนในเชียงใหม่มีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว คนในเชียงใหม่เต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

(2) ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้ มีความสะดวกและรวดเร็ว ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ ตามลำดับ

ประเทศจีน (เซี่ยงจู้ง) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การข้ามชายแดนให้มีความสะดวกและรวดเร็ว มีร้านอาหารที่มีคุณภาพ และมีสินค้าจำหน่ายมีความหลากหลายและมีคุณภาพ

ประเทศลาว (เซียงทอง) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ได้แก่ การส่งเสริมวัฒนธรรมและให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน และการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน

4. ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด/เมือง ของทั้ง 4 ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า จีน และลาว ควรร่วมมือกับวางแผนกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในลักษณะ Combine destination โดยชูประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามเส้นทางในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในเรื่อง (1) การสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม มีความเป็นธรรมชาติ และรักษาสิ่งแวดล้อม (2) การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม (3) ความเป็นของแท้และดั้งเดิม โดยผู้คนที่ทั้ง 4 เขียง (เซียงแสน เซียงตุง เซียงจู้ง และเซียงทอง) มีรูปแบบการดำรงชีวิตยังคงความดั้งเดิม ลักษณะของบ้านเรือนคงความดั้งเดิม รวมทั้งการแต่งกายที่ยังคงความดั้งเดิม (4) การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านโดยมีอัยาศัยมิตรี ความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และเต็มใจให้คำแนะนำหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางการท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น อาหารมีเอกลักษณ์ประจำของแต่ละชาติ (6) มีภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่สวยงามและดึงดูดใจ และ (7) การข้ามชายแดนต้องมีความสะดวกรวดเร็ว มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและให้มีคุณภาพ และเมืองเซียงตุงประเทศพม่ามีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 7 ด้านดังกล่าว มากที่สุด รองลงมาเซียงทอง ประเทศลาว เซียงแสน ประเทศไทย และเซียงจู้งประเทศจีน นอกจากนี้ถ้าประเทศพม่าเปิดชายแดนที่เมืองลาซึ่งติดต่อกับประเทศจีน ซึ่งยังมีวัฒนธรรมที่คงความดั้งเดิม ประเทศพม่ามีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า 3 ประเทศ