

บทที่ 6

การเปรียบเทียบพฤติกรรมและภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีต่อ กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม

ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวตามรายงานขององค์การท่องเที่ยวโลก (UNWTO 2007) มีการขยายตัวต่อเนื่องในช่วงร้อยละ 5 - 20 ภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงในส่วนที่เคยเป็นกลุ่มประเทศอินโดจีนคือ กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม ก็ได้รับอานิสงส์จากการเติบโตดังกล่าวไปพร้อมๆ กันด้วย และเช่นเดียวกับประเทศไทยที่รายได้จากการท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในรายได้หลักของประเทศ รวมทั้งก่อให้เกิดการจ้างงานตามมาอย่างมหาศาล ทำให้แต่ละประเทศต่างพยายามที่จะแข่งขันกันสร้างความน่าสนใจเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้ไปเยือนประเทศของตน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว กลยุทธ์การตลาด และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ พร้อมกันนั้นก็เริ่มเกิดความตระหนักในความสำคัญของภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น เพราะยังสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่น่าจดจำ น่าประทับใจ และมีความแตกต่างได้ชัดเจนมากเพียงใด ก็ย่อมมีผลต่อการตัดสินใจมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้มากเท่านั้น ซึ่งนั่นก็หมายถึงรายได้จากการท่องเที่ยวที่จะตามมาด้วย

จุดประสงค์หลักของบทนี้คือ การวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม รวมทั้งการวิเคราะห์ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อสามประเทศนี้ทั้งก่อนมาเยือนและภายหลังได้มาเยือนแล้วว่าเป็นอย่างไร โดยในช่วงแรกจะเป็นการอธิบายสถานการณ์การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศก่อนเพื่อให้เห็นภาพรวมทั่วไป จากนั้นจึงเป็นการอธิบายโดยย่อถึงวิธีการที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ก่อนที่จะนำเสนอผลการศึกษาทั้งในส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ และสุดท้ายจะเป็นส่วนสรุปกับข้อเสนอแนะ

6.1 ภาพรวมการท่องเที่ยว กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม

การท่องเที่ยวกัมพูชา

นับตั้งแต่ประเทศปลอดจากภาวะสงคราม และการเมืองภายในประเทศเริ่มมีเสถียรภาพมากขึ้น ประกอบกับการสนับสนุนจากรัฐบาลที่มีจุดมุ่งหมายให้ภาคการท่องเที่ยวเป็นจักรกลสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจและช่วยลดภาวะความยากจนของประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่

เดินทางมาเยือนกัมพูชาก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก จากปี พ.ศ. 2536 ซึ่งเป็นปีที่มีการเปิดประเทศเพื่อเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจตลาด จำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นจากจำนวนที่เกินกว่าแสนคนเพียงเล็กน้อย จนมีจำนวนมากกว่า 2.12 ล้านคนในปี พ.ศ. 2551 โดยเมืองหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนคือพนมเปญและเสียมเรียบ นักท่องเที่ยวหลักคือกลุ่มที่มาจากประเทศเอเชียและแปซิฟิกซึ่งคิดเป็นร้อยละ 66 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ถัดไปคือกลุ่มนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป (ร้อยละ 24) และทวีปอเมริกา (ร้อยละ 10) ทั้งนี้ตลาดนักท่องเที่ยวเอเชียที่มาเยือนกัมพูชาถือเป็นตลาดที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ดังจะเห็นได้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2550 – 2551 มีจำนวนเพิ่มมากถึงร้อยละ 35 ซึ่งนักท่องเที่ยวสำคัญที่รวมอยู่ในตลาดนี้คือนักท่องเที่ยวที่มาจาก เวียดนาม ไทย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากประเทศเอเชียแปซิฟิกอื่นๆที่ไม่ใช่อาเซียน เช่น ญี่ปุ่น เกาหลี จีน ออสเตรเลีย และอินเดียกลับมีจำนวนที่ลดลงถึงร้อยละ 9 อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชามากที่สุดห้าอันดับแรกในปีล่าสุดคือ ปี พ.ศ. 2551 แล้วจะพบว่า เป็นนักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ เวียดนาม ญี่ปุ่น อเมริกา และจีน โดยเฉพาะเกาหลีใต้และเวียดนามนั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชามากกว่า 2 แสนคน ส่วนนักท่องเที่ยวจีนนั้นนับติดอยู่ใน 10 อันดับแรกนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 แล้ว โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วงปี พ.ศ. 2543 – 2551 เท่ากับร้อยละ 20 สำหรับนักท่องเที่ยวจากไทยนั้นมีจำนวนประมาณ 1 แสนคนซึ่งมากเป็นอันดับที่ 6

ภาพรวมการท่องเที่ยว สปป.ลาว

ในช่วงระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวของ สปป.ลาว มีการเติบโตด้วยดีมาตลอด จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี พ.ศ. 2536 ที่มีเกินกว่า 1 แสนคนเพียงเล็กน้อย พอมาถึงปี พ.ศ. 2551 จำนวนดังกล่าวกลับเพิ่มขึ้นเป็น 1.7 ล้านคน หรือคิดเป็นการเติบโตถึงประมาณ 17 เท่า ในช่วงเวลาเพียงทศวรรษครึ่ง ซึ่งสาเหตุสำคัญก็เนื่องมาจากการเปิดประเทศของ สปป.ลาวเอง และการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก ทั้งนี้การท่องเที่ยวแห่งชาติลาว (Lao National Tourism Administration) ได้มีการคาดการณ์ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2558 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือน สปป.ลาว จะมีมากถึง 3.4 ล้านคน และจะเพิ่มขึ้นเป็น 4 ล้านคนในเวลาห้าปีถัดไปจากนั้น (LNTA, 2009) รายได้รวมจากการท่องเที่ยวล่าสุดในปี พ.ศ. 2551 คือ 276 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งคาดว่าจะเพิ่มขึ้นจนถึงประมาณ 500 – 600 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 อย่างไรก็ตาม สปป.ลาว ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักมากนักเมื่อเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีการพัฒนาการท่องเที่ยวจนมีชื่อเสียงและกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ดังจะเห็นได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวที่มาเยือนภูมิกัดนี้ในปี พ.ศ. 2550 ที่ลาวมีผู้มาเยือนประมาณ 1.6 ล้านคน ซึ่งมากกว่าเพียงพม่า (ที่มีอยู่ประมาณ 2.5 แสนคน) เท่านั้น ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนไทย เวียดนาม กัมพูชา มี

จำนวนมากถึงประมาณ 14.5, 4.2 และ 2.2 ล้านคน ตามลำดับ (Mekong Tourism Coordinating Office, 2008) ซึ่งในแง่หนึ่งก็หมายความว่าลาวยังมีโอกาสอีกมากในการยกระดับการท่องเที่ยวของตนให้เป็นที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่แสวงหาทางเลือกใหม่ๆทางการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

การท่องเที่ยวเวียดนาม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวทวีความสำคัญเพิ่มขึ้นต่อระบบเศรษฐกิจเวียดนามอย่างมีนัยสำคัญ โดยปัจจุบันรายได้จากการท่องเที่ยวคิดเป็นสัดส่วนที่มากถึงร้อยละ 8 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ (GDP) จะเป็นรองก็เพียงรายได้จากน้ำมัน เสื้อผ้า รองเท้า และอาหารทะเลเท่านั้น ล่าสุดในปี พ.ศ. 2551 เวียดนามมีรายได้จากการท่องเที่ยวมากถึง 3.52 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ และรัฐบาลตั้งเป้าที่จะให้ตัวเลขนี้เพิ่มสูงขึ้นเป็นมากกว่า 4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐภายในปี พ.ศ. 2553 นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นภาคเศรษฐกิจที่ก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม (คือการจ้างงานในอุตสาหกรรมเกี่ยวเนื่องกับการท่องเที่ยว) อย่างมหาศาลแก่ระบบเศรษฐกิจของเวียดนาม ซึ่งจะเห็นได้จากตัวเลขการจ้างงานโดยตรงในปี พ.ศ. 2543 ที่มีประมาณ 150,000 คน และได้เพิ่มขึ้นเป็นมากกว่า 300,000 คนสำหรับการจ้างงานโดยตรง และอีกกว่า 700,000 คนสำหรับการจ้างงานโดยอ้อม ในปี พ.ศ. 2551

ตลาดท่องเที่ยวเวียดนามถือเป็นตลาดที่มีการเติบโตในระดับสูง ดังจะเห็นได้ว่าในปี พ.ศ. 2541 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนเพียง 1.5 ล้านคน หลังจากนั้นเพียงหนึ่งทศวรรษคือในปี พ.ศ. 2551 จำนวนดังกล่าวก็พุ่งทะยานขึ้นเป็นมากกว่าสองเท่าคือเท่ากับ 4.2 ล้านคน และคาดว่าจะมีจำนวนมากถึง 6 ล้านคนเมื่อถึงปี พ.ศ. 2553 (Vietnam National Administration of Tourism, 2008) ทั้งนี้ นอกจากความมีเสถียรภาพที่อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจแล้ว การท่องเที่ยวของเวียดนามยังสามารถที่จะฟื้นตัวจากภาวะวิกฤตต่างๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วอีกด้วยไม่ว่าจะเป็นวิกฤตเศรษฐกิจในเอเชีย โรคซาร์ส โรคไข้หวัดนก เหตุการณ์ก่อการร้ายทั้งที่นิวยอร์ก (9-11) และบาห์ลี เป็นต้น โดยเฉพาะกรณีไข้หวัดนกในปี พ.ศ. 2547 และ 2548 ซึ่งทำให้ภูมิภาคเอเชียได้รับผลกระทบทางลบอย่างกว้างขวาง แต่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเวียดนามกลับมีการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจนเมื่อสิ้นสุดปี พ.ศ. 2548 จำนวนนักท่องเที่ยวก็มีมากถึงกว่า 3.46 ล้านคน ตลอดช่วงทศวรรษที่ผ่านมา เวียดนามจึงมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่อปีเฉลี่ยร้อยละ 10 อย่างไรก็ตามลักษณะที่โดดเด่นดังกล่าวของเวียดนามเริ่มมีสัญญาณเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ไม่ต่างจากประเทศเพื่อนอื่นๆแล้ว ดังเช่น อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวปีล่าสุด (คือ 2550 – 2551) เหลือเพียงประมาณร้อยละ 2 เท่านั้น ในขณะที่วิกฤตเศรษฐกิจโลกครั้งใหม่ก็กระทบการท่องเที่ยวของเวียดนามอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งเมื่อพิจารณาตัวเลขการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วง 5 เดือน

แรกของปี พ.ศ. 2552 ที่มีเพียงประมาณ 1.6 ล้านคน นับว่ามีจำนวนที่ลดน้อยลงกว่าในช่วงเดียวกันของปี พ.ศ. 2551 ถึงเกือบร้อยละ 19 ทั้งนี้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเวียดนามมากที่สุดคือนักท่องเที่ยวจากจีน แม้จะถูกมองว่าเป็นตลาดที่มีมูลค่าต่ำก็ตาม แต่ก็มีจำนวนมากถึงเกือบหนึ่งล้านคนและคิดเป็นหนึ่งในห้าของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด อันดับสองคือนักท่องเที่ยวจากเกาหลี รองลงมาคือนักท่องเที่ยวอเมริกาและญี่ปุ่น ซึ่งแต่ละประเทศในสามประเทศหลังนี้มีนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วงประมาณ 4 – 5 แสนคน (ตัวเลขของปี พ.ศ. 2551)

6.2 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

6.2.1 ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว

ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง (ตารางที่ 1-54) พบว่า หนึ่งในสามของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชามีอายุอยู่ระหว่าง 25 – 34 ปี เป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย และส่วนใหญ่ (ประมาณร้อยละ 43) มาจากแถบยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย กว่าร้อยละ 80 มีระดับการศึกษาอยู่ในชั้นอุดมศึกษาหรือสูงกว่า ส่วนอาชีพของกลุ่มตัวอย่างนั้นพบว่ามีสองกลุ่มหลักคือ ประมาณหนึ่งในสามจะเป็นพวกพนักงานของรัฐหรือพวกที่มีอาชีพอิสระ เช่น หมอ ทนายความ เป็นต้น อีกกลุ่มหนึ่งซึ่งมีจำนวนประมาณหนึ่งในสามเช่นกันจะเป็นกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก เช่น พนักงานขาย เกษตรกร นักศึกษา ผู้ที่เกษียณอายุแล้ว เป็นต้น

ในส่วนของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเยือนลาวนั้นพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 55) มีการศึกษาระดับอุดมศึกษาเกินกว่าร้อยละ 80 และมีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 18 – 45 ปี กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวร้อยละ 55 มีระดับรายได้ อยู่ในช่วง 10,000 – 50,000 ดอลลาร์สหรัฐต่อปี มีเพียงร้อยละ 6 เท่านั้นที่มีรายได้เกินกว่า 100,000 เหรียญสหรัฐต่อปี อาชีพที่พบส่วนมากคือ พนักงานขาย และเกษตรกร (ร้อยละ 25 และ 16 ตามลำดับ) และนักท่องเที่ยวจากยุโรปซึ่งคิดเป็นร้อยละ 42 คือกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวหลักที่มาเยือน ลาว

สำหรับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนเวียดนามนั้น เกินกว่าครึ่งจะอยู่ในช่วงวัยกลางคนโดยมีอายุอยู่ในช่วง 26 – 45 ปีและเป็นเพศชาย การศึกษาของนักท่องเที่ยวก็เป็นเช่นเดียวกับกรณีของกัมพูชาและ ลาวคือ เป็นพวกที่มีการศึกษาในระดับอุดมศึกษาถึงกว่าร้อยละ 80 ประมาณหนึ่งในห้าประกอบอาชีพอิสระ และประมาณหนึ่งในห้าอีกเช่นกันที่เป็นพนักงานบริษัทเอกชน การสำรวจของเวียดนามเกี่ยวกับแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวไม่ได้เพียงให้ระบุเป็นรายภูมิภาคแต่จะจงให้นักท่องเที่ยวช่วยระบุประเทศที่ตนอาศัยอยู่ด้วย ทำให้ทราบว่ามีประมาณร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชาคือนักท่องเที่ยวจีน รองลงไปประมาณร้อยละ 10 เป็น

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่น อันดับรองลงไปมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกันคือ ฝรั่งเศส ออสเตรเลีย (ร้อยละ 6 เท่ากัน) และสิงคโปร์ (ร้อยละ 5)

ตารางที่ 1-54: ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชา
สปป.ลาว และเวียดนาม

รายการ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
จำนวนตัวอย่าง (คน)	998	841	782
เพศชาย (ร้อยละ)	49.0	55.3	56.5
กลุ่มอายุ [ปี] (ร้อยละ)	[25-34] 32.0	[18-29] 39.12	[26-45] 57.8
ระดับการศึกษา อุดมศึกษา/สูงกว่า (ร้อยละ)	82.0	83.5	81.9
อาชีพ (ร้อยละ)	พนักงานของรัฐ/วิชาชีพอิสระ 32	พนักงานขาย 25.1	วิชาชีพอิสระ 21.9
รายได้ (USD/คน/ปี)	N/A	[20,001-30,000] 16.51	N/A
ภูมิภาคที่อาศัย (ร้อยละ)	ยุโรป อเมริกา และ โอเชียเนีย 43	ยุโรป 42.4	จีน 19.9

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

6.2.2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชา สปป.ลาวและเวียดนาม

ข้อมูลที่น่าสนใจในตารางที่ 1-55 ถึง 1-61 เป็นข้อมูลด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม ซึ่งสามารถกล่าวโดยภาพรวมของแต่ละประเทศดังรายละเอียดต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชา

ข้อมูลจากการสำรวจพบว่าร้อยละ 78 ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชานั้นเป็นการมาเยือนครั้งแรก แต่กระนั้นนักท่องเที่ยวเกินกว่าร้อยละ 60 ก็เป็นนักท่องเที่ยวที่มี

ประสบการณ์ในการท่องเที่ยวต่างประเทศมาแล้ว กล่าวคือในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมามีโอกาสท่องเที่ยวต่างประเทศตั้งแต่ 3 ครั้งขึ้นไป การมาเยือนกัมพูชาในครั้งนี้นักท่องเที่ยวมีจุดหมายสำคัญคือการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก (ร้อยละ 72) โดยนักท่องเที่ยวจีนที่มาเยือนกัมพูชาว่าร้อยละ 60 นิยมเดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากยุโรป อเมริกา และ โอเชียเนียถึงประมาณร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ จุดประสงค์สำคัญในการเดินทางมาเยือนกัมพูชา โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเป็นครั้งแรกคือ การมาพักผ่อนหย่อนใจ โดยประมาณครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวมีแหล่งข้อมูลสำคัญจากญาติหรือเพื่อน ถัดไปคือจากหนังสือหรือบริษัทนำเที่ยว

หากนักท่องเที่ยวไม่ได้มาเยือนกัมพูชา เวียดนามกับไทยเป็นสองประเทศสำคัญที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทน โดยนักท่องเที่ยวเลือกที่จะไปเยือนทั้งสองประเทศรวมกันถึงร้อยละ 58 ในขณะที่เลือกไปเยือนลาวแทนกัมพูชาเพียงร้อยละ 12 เท่านั้น ทั้งนี้ทั้งสองประเทศนี้ถือว่าเป็นประตูหลักที่เชื่อมนักท่องเที่ยวนานาชาติมายังสนามบินแห่งชาติของกัมพูชา ซึ่งจากการศึกษาของ Men (2008) พบว่าเกือบครึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนกัมพูชานั้นเดินทางมาจากประเทศของตนผ่านสนามบินสุวรรณภูมิของไทยก่อนจะเดินทางต่อไปยังกัมพูชา นักท่องเที่ยวที่มาครั้งนี้มีรูปแบบการเดินทางแบบพวงหลายประเทศต่อหนึ่งทริป ดังนั้นการเดินทางมาเที่ยวกัมพูชาครั้งนี้ นักท่องเที่ยวจึงเลือกเที่ยวประเทศอื่นที่อยู่ในภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) อีกอย่างน้อย 2 ประเทศ ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวมักจะใช้เวลามากที่สุดที่ประเทศไทย (เฉลี่ย 9 คืน) รองลงไปที่เวียดนามและ สปป.ลาว (เฉลี่ย 8 คืน) ส่วนกัมพูชาเองนั้น นักท่องเที่ยวใช้เวลาเฉลี่ยประมาณ 6 คืน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 754 ดอลลาร์สหรัฐต่อคน

จากการสำรวจพบว่าร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวเผชิญกับปัญหาระหว่างการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่คือประมาณร้อยละ 32 จะพบกับปัญหาความไม่ปลอดภัยของการจราจรหรือประสบอุบัติเหตุทางถนน ทั้งนี้เพราะการจราจรในเมืองใหญ่ของกัมพูชาเช่น พนมเปญและเสียมเรียบนั้นค่อนข้างวุ่นวายเมื่อเทียบกับการจราจรของประเทศตะวันตก รัฐบาลกัมพูชาเองก็ได้พยายามแก้ปัญหานี้อยู่โดยพยายามปรับปรุงการบังคับใช้กฎจราจรรวมทั้งยกระดับมาตรฐาน泊ทพื้นฐานด้านนี้ให้ดีขึ้น ปัญหาลำดับรองลงไปที่นักท่องเที่ยวเผชิญคือ เรื่องอาหารเป็นพิษ ซึ่งแสดงให้เห็นความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงคุณภาพและมาตรฐานเรื่องความสะอาดให้ดีขึ้น นอกจากนี้ก็เป็นปัญหาเรื่องขอทานและเร่ร่อนที่ที่มีการรบกวนสร้างความรำคาญใจให้กับนักท่องเที่ยว และปัญหาการถูกโกงซึ่งมักจะเกิดขึ้นบริเวณร้านขายของที่ระลึกและบริเวณสถานีขนส่งท้องถิ่น สถานที่เหล่านี้เป็นที่ที่นักท่องเที่ยวต้องมีการต่อรองราคาเพื่อซื้อสินค้าหรือบริการซึ่งไม่ใช่วิถีปฏิบัติที่นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะที่มาจากแถบยุโรปคุ้นเคยมาก่อน ด้วยเหตุนี้เองกลุ่มนักท่องเที่ยวที่

เผชิญกับปัญหาในการเดินทางท่องเที่ยวมากที่สุดจึงมักจะเป็นนักท่องเที่ยวอิสระที่มาจากประเทศยุโรป อเมริกา และ โอเชียเนีย และกว่าร้อยละ 70 เป็นพวกที่เพิ่งจะมาเยือนกัมพูชาเป็นครั้งแรก

กรอบที่ 2: ท่องเที่ยวกับพญา...คนท้องถิ่นทำอะไร?

ช่องทางสำคัญที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงินและคนท้องถิ่นได้ประโยชน์อย่างเต็มที่สำหรับการท่องเที่ยวกับพญาเมื่ออยู่ด้วยกัน 3 แหล่งคือ การบริจาคสำหรับคนยากจน การนวดหรือทำสปา และการซื้อของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น การศึกษาครั้งนี้ได้วิเคราะห์รายละเอียดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวใน 3 ภาคส่วนนี้ดังนี้

(1) การบริจาคสำหรับคนยากจน

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวประมาณเกือบครึ่ง (ร้อยละ 42) ตอบว่ามีการใช้จ่ายเงินเพื่อการบริจาคสำหรับคนยากจนระหว่างพำนักอยู่ในกัมพูชา โดยมีค่าใช้จ่ายเพื่อการนี้เฉลี่ยคนละประมาณ 42 ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 6 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อทริป ของนักท่องเที่ยวหนึ่งคน นักท่องเที่ยวที่มีการบริจาคส่วนใหญ่จะเป็นพวกที่มาจากแถบยุโรป อเมริกา และ โอเชียเนียเป็นสำคัญ (ร้อยละ 53) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่ชอบบริจาคเงินจะเป็นกลุ่มพวกแบกเป้ท่องเที่ยว (ร้อยละ 54) และพวกนักท่องเที่ยวบ่น้อย (ร้อยละ 51)

(2) การนวดหรือทำสปา

ธุรกิจนวดแผนโบราณและสปากำลังเป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วในกัมพูชา ดังจะเห็นได้อย่างชัดเจนในเมืองเสียมเรียบที่ในปี ค.ศ. 2006 มีอยู่เพียง 22 ราย แล้วกลับเพิ่มขึ้นเป็น 44 รายในปี ค.ศ. 2008 (Provincial Department of Tourism in Siem Reap, 2008) นักท่องเที่ยวประมาณหนึ่งในสามจะรับบริการนวดหรือสปาในระหว่างที่พักอยู่ในกัมพูชา โดยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเท่ากับ 47 ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งก็คิดเป็นร้อยละ 6 ของค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดในขณะที่อยู่ในกัมพูชา (เช่นเดียวกันกับการบริจาคเงิน) นักท่องเที่ยวสูงวัย (อายุ 45 ปีขึ้นไป) จะใช้จ่ายเพื่อการนี้มากกว่าพวกที่อายุน้อยกว่า (น้อยกว่า 35 ปี) คือเฉลี่ยต่อคนมากกว่า 60 ดอลลาร์สหรัฐฯ ทั้งนี้กลุ่มนักท่องเที่ยวจีนและอาเซียนถือเป็นลูกค้าสำคัญของธุรกิจนี้ของกัมพูชา

(3) การซื้อของที่ระลึกหรือผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

จากรายงานการศึกษาของ German Technical Cooperation ในปี ค.ศ. 2006 พบว่าของที่ระลึกที่ขายในเสียมเรียบนั้นนำเข้าจากประเทศเพื่อนบ้านถึงร้อยละ 78 มีของที่ผลิตจริงๆ ในเมืองเสียมเรียบเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น กระนั้นก็ตามรัฐบาลกัมพูชาก็ได้พยายามส่งเสริมการผลิตของที่ระลึกเพื่อขายแก่นักท่องเที่ยวโดยมุ่งหวังให้เป็นแนวทางหนึ่งในการช่วยลดระดับปัญหาความยากจน ด้วยเหตุนี้สินค้าท้องถิ่นเช่น ผ้าไหม เครื่องเงิน อัญมณี เป็นต้น จึงเริ่มมีการผลิตมากขึ้นเรื่อยๆ ตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นนั้น การสำรวจครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวมากถึงร้อยละ 57 มีการซื้อของที่ระลึกโดยใช้จ่ายเพื่อการนี้เฉลี่ยคนละ 93 ดอลลาร์สหรัฐฯ คิดเป็นร้อยละ 12 ของรายจ่ายทั้งหมดที่ใช้ในการท่องเที่ยวครั้งนี้ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายซื้อของที่ระลึกมากที่สุดคือกลุ่มที่มาจากเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉลี่ยใช้มากถึง 109 ดอลลาร์สหรัฐฯ

นักท่องเที่ยวที่มาเยือน สปป.ลาว

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 85) เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเยือน สปป.ลาว ครั้งแรกและโดยส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.5) เช่นกันที่เดินทางมาแบบอิสระ แต่เนื่องจากการเก็บข้อมูลดำเนินการที่สนามบิน จึงไม่น่าแปลกใจที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะตอบว่าเดินทางมา สปป.ลาว โดยอาศัยเครื่องบิน อย่างไรก็ตามจากสถิติที่เก็บโดยองค์การท่องเที่ยวแห่งชาติลาว (LNTA, 2009) พบว่านักท่องเที่ยวที่มา สปป.ลาว ส่วนมากอาศัยเส้นทางทางบกเป็นสำคัญ การเดินทางมาลาวในครั้งนี้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวร้อยละ 85.9 มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจเป็นหลัก โดยมากของพวกเขาอาศัยการสอบถามหรือรับฟังข้อมูลเกี่ยวกับลาวจากคำบอกเล่าของเพื่อนหรือของญาติมิตร ทั้งนี้จะพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเยือน สปป.ลาว นั้นจะไม่ได้มุ่งมาเยือนลาวเพียงแห่งเดียว แต่จะพ่วงมาพร้อมกับการเยือนประเทศอื่นๆ ในแถบภูมิภาคเดียวกันนี้ด้วย เช่น ไทย (ร้อยละ 72.1) กัมพูชา (ร้อยละ 59.0) เวียดนาม (ร้อยละ 47.9) เป็นต้น การที่นักท่องเที่ยวเลือกมาเยือนประเทศไทยก่อนจะมาเยือน สปป.ลาว นั้นส่วนหนึ่งก็เนื่องมาจากท่าอากาศยานนานาชาติของไทยเป็นเหมือนประตูหลักที่เชื่อมโยงพนักท่องเที่ยวยังต่างประเทศเพื่อนบ้านใกล้เคียงต่อไปได้ ด้วยเหตุนี้สายการบินเกือบทุกประเทศที่จะบินมาลาวจึงแวะที่ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิก่อน สาเหตุอีกส่วนหนึ่งก็อาจเนื่องมาจากการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวของไทยที่ค่อนข้างรวดเร็วไปไกลกว่าประเทศเพื่อนบ้านเป็นอย่างมาก อีกทั้งผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของไทยก็มีการนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลายมากกว่า ดังนั้นเมื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือน สปป.ลาว ได้เลือกไปเยือนประเทศอื่นที่ไม่ใช่ สปป.ลาว คำตอบที่ได้จึงเป็นประเทศไทยมากที่สุด (ร้อยละ 36.6) รองลงไปจึงเป็นกัมพูชา และเวียดนาม

เมื่อพิจารณาในเรื่องความปลอดภัย จะพบว่าลาวเป็นประเทศที่มีความปลอดภัยค่อนข้างสูง ดังจะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 80 ที่ไม่เผชิญกับปัญหาใดๆ ในเรื่องนี้ระหว่างท่องเที่ยวใน สปป.ลาวเลย ในขณะที่กลุ่มที่มีปัญหานั้นมักจะเป็นเรื่องอาหารเป็นพิษเป็นส่วนใหญ่ (ร้อยละ 44) รองลงไปคือถูกโกง (ร้อยละ 17) ซึ่งกรณีปัญหาที่นักท่องเที่ยวเผชิญนี้ เมื่อพิจารณาข้อมูลอย่างละเอียดแล้วจะพบว่า กลุ่มที่เผชิญกับปัญหามากกว่ากลุ่มอื่นๆ คือ พวกแบกเป้ท่องเที่ยว (backpackers) และกลุ่มนักท่องเที่ยวงบน้อย (budget travelers) เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการจัดการเดินทางที่คิติก แต่กลับมีการพบปะสังสรรค์กับคนท้องถิ่นมากกว่ากลุ่มอื่น มักจะพักในที่พักราคาย่อมเยา และทานอาหารท้องถิ่นราคาถูกที่มีขายตามร้านขายอาหารแบบง่ายๆ ที่อยู่ริมถนนหนทางทั่วไป สาเหตุดังกล่าวทำให้ร้อยละ 46 ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มีปัญหาอาหารเป็นพิษนั้นจะเป็นพวกแบกเป้ท่องเที่ยว ในขณะที่อีกร้อยละ 29 เป็นพวกนักท่องเที่ยวงบน้อย ซึ่งปัญหาเดียวกันนี้จะพบกับนักท่องเที่ยวทั่วไป (regular travelers) และ

นักท่องเที่ยวกลุ่มหรู (luxury travelers) เพียงร้อยละ 22 และร้อยละ 3 เท่านั้น เช่นเดียวกับกรณีถูกโกงที่ร้อยละ 49 จะเป็นพวกแบกเป้ท่องเที่ยว และร้อยละ 28 จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีงบน้อย

กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ลาวมีค่าใช้จ่ายทั้งหมดต่อทริปประมาณคนละ 1,156 ดอลลาร์สหรัฐฯ แต่หากค่าใช้จ่ายดังกล่าวผนวกรวมกับค่าตัวโดยสารเครื่องบินแล้วจะเพิ่มเป็นคนละ 2,372 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีการใช้เวลาท่องเที่ยวใน ลาวเฉลี่ยคนละประมาณ 10.5 คืน

กรอบที่ 3: ลาว...สวรรค์ของนักแบกเป้ท่องเที่ยว?

จากกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวที่มาเยือนลาวเกินกว่าครึ่งจะเป็นกลุ่มแบกเป้ท่องเที่ยวและกลุ่มนักท่องเที่ยวงบน้อย โดยกลุ่มแรกจะมีมากถึงร้อยละ 36 ในขณะที่กลุ่มหลังมีอยู่ร้อยละ 29 ซึ่งส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวแบบแบกเป้ท่องเที่ยวจะเป็นหนุ่มสาวที่มีอายุอยู่ในช่วง 18 – 29 ปี (เกือบร้อยละ 70)

การที่ลาวมีภูมิประเทศที่เป็นเทือกเขา มีธรรมชาติที่ยังอุดมสมบูรณ์ มีหลายชนเผ่าอาศัยอยู่ หลายพื้นที่ก็ยังไม่ได้มีการบุกเบิกเปิดรับการท่องเที่ยวอย่างเป็นทางการ ถนนหนทางยังคงไม่ได้มาตรฐานและยังไม่พอเพียง สาธารณูปโภคพื้นฐานก็ยังคงเป็นแบบง่ายๆ พื้นที่ๆ ในขณะที่ยังมีการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนได้ขยายตัวไปทั่วประเทศแล้วนั้น องค์ประกอบเหล่านี้ อาจทำให้ลาวเป็นประเทศหนึ่งที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ และด้วยสภาพความเป็นจริงดังกล่าวที่แม้สิ่งอำนวยความสะดวกจะจำกัดแต่ก็เพียงพอและน่าค้นหาสำหรับพวกเขา ลาวอาจดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้เข้ามาเที่ยวได้มากขึ้น แต่สิ่งสำคัญที่ควรคำนึงก็คือการทำให้ให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ใช้เวลาท่องเที่ยวและมีการใช้จ่ายให้มากขึ้นพร้อมๆ กับการระมัดระวังผลกระทบทางลบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมที่จะตามมาพร้อมกันด้วย

นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเวียดนาม

การที่รูปแบบการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเวียดนามประมาณถึงเกือบครึ่งหนึ่งเป็นพวกที่มากับกรุ๊ปทัวร์ ส่วนหนึ่งอาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่มาเยือนเวียดนามคือนักท่องเที่ยวชาวจีน ซึ่งถือเป็นตลาดนักท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่ค่อยมีประสบการณ์ในการเดินทางไปต่างประเทศมากนักจึงนิยมใช้บริการบริษัทนำเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ ทั้งนี้หากพิจารณาเปรียบเทียบกับกรณีของกัมพูชาและ สปป.ลาว ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นพวกที่มาจากยุโรปหรืออเมริกาแล้ว รูปแบบการเดินทางจะมีลักษณะเป็นนักท่องเที่ยวอิสระมากกว่า กระนั้นแหล่งข้อมูล

หลักที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการกลับไม่ต่างไปจากกรณีของกัมพูชาและ สปป.ลาว คืออาศัยการสอบถามจากเพื่อนหรือญาติเป็นสำคัญ (ร้อยละ 31.4)

ประเด็นที่น่าสนใจคือเมื่อถามนักท่องเที่ยวว่าประเทศไหนในกลุ่มแม่น้ำโขงที่นักท่องเที่ยวนิยมมากที่สุดนั้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่ไปเวียดนามเลือกเวียดนามเป็นอันดับแรก (ร้อยละ 29.9) และไทยเป็นลำดับรองลงมา (ร้อยละ 22.4) แต่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนกัมพูชาและ สปป.ลาว กลับเลือกประเทศไทยเป็นประเทศที่ได้รับความนิยมมากที่สุด และเมื่อถามนักท่องเที่ยวต่อไปถึงประเทศที่ต้องการเลือกไปเยือนหากไม่ได้มาเยือนเวียดนามแล้ว กลับพบว่าส่วนใหญ่เลือกประเทศไทย (ร้อยละ 26.2) ในขณะที่กัมพูชาและจีนเป็นตัวเลือกรองลงมาที่มีคะแนนใกล้เคียงกัน (ประมาณร้อยละ 17) ข้อมูลดังกล่าวนี้ทำให้เราเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกไปเยือนเวียดนามนั้นเป็นนักท่องเที่ยวที่ตั้งใจไปเยือนประเทศนี้อย่างแท้จริง ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนกัมพูชาและลาวนั้น ส่วนใหญ่อาจตั้งใจที่จะมาประเทศไทยเป็นหลัก แต่ก็ถือโอกาสไปเยือนประเทศทั้งสองนี้เนื่องจากมีความสะดวกในเรื่องของการเดินทางเชื่อมต่อไปได้ ข้อมูลที่สนับสนุนบทสรุปดังกล่าวนี้อีกส่วนหนึ่งคือนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนเวียดนามส่วนใหญ่จะเลือกลงที่สนามบินที่ซานอยโดยตรงมากกว่าจะมาเลือกลงที่สนามบินสุวรรณภูมิก่อนดังเช่นนักท่องเที่ยวที่จะไปเที่ยวกัมพูชาหรือลาวปฏิบัติ (แม้ว่าสาเหตุส่วนหนึ่งจะเนื่องมาจากสนามบินของทั้งสองประเทศนี้ยังไม่ได้พัฒนาเป็นประตูเชื่อมโยงดังเช่นสนามบินสุวรรณภูมิก็ตาม) นอกจากนี้แล้ว การที่นักท่องเที่ยวมองไทยเป็นตัวเลือกลำดับรองลงมา (ถ้าไม่ได้เลือกเวียดนามก่อน) ก็แสดงให้เห็นบทบาททางการท่องเที่ยวของเวียดนามที่พัฒนามาเป็นคู่แข่งของการท่องเที่ยวไทยที่น่าจับตามอง

ในส่วนของปัญหาที่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนเวียดนามประสบมากที่สุดคือ ปัญหาด้านอุบัติเหตุการจราจร (ร้อยละ 25.2) ปัญหาดังกล่าวนี้ หากใครได้เคยไปเยือนเวียดนามโดยเฉพาะเมืองหลักทั้งสองคือฮานอยและโฮจิมินห์ซิตี้จะจินตนาการสิ่งที่เกิดขึ้นได้ไม่ยาก เพราะนอกจากรถยนต์โดยสารทั่วไปแล้ว ตามถนนหนทางของทั้งสองเมืองดังกล่าว จะคลาคล่ำไปด้วยรถยนต์ไจค์เป็นจำนวนมากและมีเสียงดังอื้อออลอันเนื่องมาจากการใช้แตรรถตลอดทั้งวัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่จะรู้จังหวะการข้ามได้ค่อนข้างดี นักท่องเที่ยวที่ไม่คุ้นเคยจะเกิดความตระหนกและเผชิญภาวะยากลำบากในการข้ามถนนเพราะหาจังหวะในการข้ามไม่ได้ การเกิดอุบัติเหตุทางถนนจึงมีโอกาสดังขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ไม่ยากนัก สำหรับปัญหาลำดับรองลงไปนี้นักท่องเที่ยวเผชิญคือการถูกโกงและการขโมย คิดเป็นร้อยละ 23.1 และ 16.1 ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวที่ไปเยือนเวียดนามใช้ในการมาเยือนครั้งนี้นั้น เฉลี่ยต่อคนคือประมาณ 905.7 ดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีจำนวนคืนที่พักเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณ 9.4 คืน

ตารางที่ 1-55: ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยว

หน่วย: ร้อยละ

รายการ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
กลุ่มเที่ยวครั้งแรก	77.0	85.0	69.7
กลุ่มเที่ยวซ้ำ	23.0	15.4	30.3
เดินทางโดยเครื่องบิน	84.0	57.9	89.7

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-56: วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเยือนกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม

5 อันดับแรก

หน่วย: ร้อยละ

ลำดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	พักผ่อน	พักผ่อน	พักผ่อน
	72.0	85.9	80.6
2	เรียน	ติดต่อธุรกิจ	ติดต่อธุรกิจ
	8.0	2.0	6.9
3	ติดต่อธุรกิจ	เยี่ยมญาติ/เพื่อน	เยี่ยมญาติ/เพื่อน
	7.0	3.5	3.5
4	เยี่ยมญาติ/เพื่อน	เรียน	เรียน
	6.0	1.4	2.7
5	อื่นๆ	ปฏิบัติราชการ	ประชุม/สัมมนา
	5.0	1.2	2.2

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-57: แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนามที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากที่สุด

หน่วย: ร้อยละ

อันดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	เพื่อน/ญาติ 50.0	เพื่อน/ญาติ 56.8	เพื่อน/ญาติ 31.4
2	หนังสือแนะนำเที่ยว 22.0	หนังสือ/นิตยสาร 25.4	สื่อ 16.3
3	บริษัทนำเที่ยว 20.0	อื่นๆ (เช่น ที่ทำงาน) 17.1	บริษัทนำเที่ยว 16.0

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-58: ประเทศที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม มากที่สุด 3 อันดับ

หน่วย: ร้อยละ

ลำดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	ไทย (na)	ไทย 72.1	เวียดนาม 29.9
2	สปป.ลาว (na)	กัมพูชา 59.0	ไทย 22.4
3	เวียดนาม (na)	เวียดนาม 47.9	กัมพูชา 13.9

หมายเหตุ: นักท่องเที่ยวสามารถเลือกได้มากกว่าหนึ่งประเทศ

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-59: ประเทศที่นักท่องเที่ยวเลือกไปเยือนแทนกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม 3 อันดับแรก

หน่วย: ร้อยละ

อันดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	เวียดนาม 32.0	ไทย 36.6	ไทย 26.2
2	ไทย 26.0	กัมพูชา 28.1	จีน 16.8
3	สปป.ลาว 12.0	เวียดนาม 19.9	กัมพูชา 16.6

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-60: เหตุการณ์อันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบมากที่สุดขณะท่องเที่ยวในประเทศกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม

หน่วย: ร้อยละ

อันดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	อุบัติเหตุการจราจร 32.0	อาหารเป็นพิษ 43.5	อุบัติเหตุการจราจร 25.2
2	อาหารเป็นพิษ 4.0	ถูกโกง 17.0	ถูกโกง 23.1
3	ถูกโกง 3.0	อื่นๆ 13.9	ขโมย 16.1

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-61: ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม

รายการ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่ใช้ในแต่ละประเทศ* (ดอลลาร์สหรัฐ / คน/ทริป)	754.0	1,156.2	905.7
จำนวนคืนที่พักในแต่ละประเทศ (คืน)	6.3	10.5	9.4

หมายเหตุ: *ไม่ได้รวมค่าตัวโดยสารเครื่องบิน

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

6.2.3 ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว

ผลที่ได้จากการสอบถามนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาพลักษณ์ ความพึงพอใจ รวมทั้งคุณค่าที่ได้รับจากการเดินทางมาเยือนในครั้งนี้นำเสนอในตารางที่ 1-62 ถึง 1-65 โดยมีรายละเอียดของแต่ละประเทศดังต่อไปนี้

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวกัมพูชา

ภาพทิวทัศน์อันน่าตื่นตะลึงของนครวัด มรดกโลกของกัมพูชานั้นเป็นประหนึ่งตัวแทนภาพลักษณ์ของประเทศนี้ที่นักท่องเที่ยวทุกคนมักจะมียูอยู่ในใจก่อนมาเยือนและติดตรึงใจภายหลังที่ได้มาเยือนแล้ว ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวจึงให้คะแนนภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนี้ค่อนข้างสูง และเป็นภาพลักษณ์เพียงอันเดียวที่มีคะแนนเฉลี่ยเกินกว่า 4 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ เหมือนกับที่นักท่องเที่ยวจะมีต่อทิวทัศน์ของเมืองอินชีย หรือกำแพงหินสีหากทอดถึงเมืองจีน โบราณสถานสุดตระการตาที่ประกอบด้วยสิ่งก่อสร้างนับร้อยแห่งและครอบคลุมพื้นที่กว่า 400 ตารางกิโลเมตรของกัมพูชาแห่งนี้นับเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับแหล่งท่องเที่ยวประเภทเดียวกันของประเทศเพื่อนบ้าน (Men, 2008) และอาจกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวที่ไปเยือนกัมพูชาทุกคนต่างมีจุดมุ่งหมายที่จะไปเยือนสถานที่แห่งนี้ สำหรับภาพลักษณ์ในลำดับรองลงมาของกัมพูชาคือ ภาพของประเทศที่ผ่านภาวะสงครามฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ คะแนนเฉลี่ยสำหรับภาพลักษณ์นี้คือ 3.81

แสดงว่าภาพประวัติศาสตร์ความโหดร้ายของทุ่งสังหาร (Killing field) เป็นที่รับรู้กันค่อนข้างจะแพร่หลายในหมู่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้นักท่องเที่ยวก็ให้คะแนนความเป็นมิตรของผู้คน และความคุ้มค่าของเงินสำหรับมาท่องเที่ยวในระดับที่สูงรองลงมา คือเฉลี่ย 3.73 และ 3.63 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงหรือเป็นสิ่งที่พวกเขาคาดหวังไว้ก่อนเดินทางมาเยือน สิ่งที่ได้คะแนนเฉลี่ยสูงที่สุด (4.27) คือ นครวัดและศิลปวัฒนธรรมของกัมพูชา ซึ่งสอดคล้องกับคะแนนที่นักท่องเที่ยวมีต่อภาพลักษณ์ของประเทศที่กล่าวมาในย่อหน้าข้างต้น เมื่อนักท่องเที่ยวมีภาพลักษณ์ของประเทศนี้ว่าต้องเป็นอย่างไรและชัดเจนมากเพียงใด ปัจจัยที่พวกเขาคำนึงถึงก่อนที่จะเลือกมาเยือนก็ย่อมเป็นสิ่งที่นั่นเป็นธรรมดา ปัจจัยลำดับรองลงไปคือความเป็นมิตรของผู้คน ราคา การบริการ ซึ่งได้คะแนนเฉลี่ย 3.50, 3.43 และ 3.38 ตามลำดับ ส่วนปัจจัยที่ได้คะแนนเฉลี่ยค่อนข้างน้อยคือ ทะเลและชายหาด ความบันเทิง อาหาร ซึ่งล้วนได้คะแนนต่ำกว่า 3 คะแนนทั้งหมด อย่างไรก็ตามเมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเยือนกัมพูชาแล้วระดับความพึงพอใจเฉลี่ยล้วนสูงกว่าสิ่งที่พวกเขาคาดหวังไว้ทุกประการ ไม่ว่าจะเป็นนครวัดเองที่ตอนก่อนมาก็นับว่าเป็นปัจจัยที่ได้

คะแนนสูงอยู่แล้ว แต่เมื่อได้มาเห็นจริง พวกเขาก็ได้ให้คะแนนเฉลี่ยที่สูงยิ่งกว่าคือ 4.41 คะแนน นับได้ว่ามรดกโลกของกัมพูชาแห่งนี้สร้างความตื่นตะลึงให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง ถัดไป คือความเป็นมิตรของผู้คนก็ได้รับความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวด้วยคะแนนเฉลี่ยที่สูงถึง 3.94 แม้กระทั่งทะเลและชายหาด ความบันเทิง และอาหารของกัมพูชาที่นักท่องเที่ยวก็ให้ระดับความพึงพอใจเกิน 3 หมวดทุกปัจจัย สำหรับภาพรวมความพึงพอใจในการมาเยือนกัมพูชาครั้งนี้ นักท่องเที่ยว เห็นด้วยมากที่สุดกับข้อที่ว่า การมาเยือนครั้งนี้คุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป โดยให้คะแนนเฉลี่ยถึง 4.16 คะแนน ส่วนที่ได้คะแนนเฉลี่ยรองลงมาในระดับที่ไม่แตกต่างกันมากนักคือ 4.13 คะแนน คือ การเห็นด้วยว่าการมาเยือนกัมพูชาให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่คุ้มค่า

มีข้อสังเกตที่น่าสนใจเกี่ยวกับความแตกต่างระหว่างนครวัดกับประวัติศาสตร์การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ กล่าวคือ ในขณะที่เมื่อกล่าวถึงกัมพูชา ภาพลักษณ์ทั้งสองประการนี้ค่อนข้างจะเด่นชัดในจินตนาการของนักท่องเที่ยว แต่ในขณะที่ภาพลักษณ์ประการแรกเป็นภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวังเป็นประการแรกว่าเป็นสิ่งที่ต้องมาเห็น (พิจารณาได้จากคะแนนสูงที่สุดของปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงหรือคาดหวังก่อนมาเยือน) ภาพลักษณ์ประการหลังกลับไม่ใช่สิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงมากนัก (เพราะคะแนนเฉลี่ยที่ได้มีเพียง 3.22 และไม่ติดห้าอันดับแรกของสิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงหรือคาดหวังก่อนมาเยือน) ซึ่งแน่นอนว่าสิ่งที่หลงเหลือเพื่อแสดงให้เห็นความโหดร้ายของสงครามนั้นย่อมไม่ใช่สิ่งที่นักท่องเที่ยวหลายคนอยากเห็นมากนัก เพราะไม่ใช่สิ่งที่น่าอภิรมย์ แต่หลายคนเมื่อได้มาเยือนกัมพูชาแล้วก็คงอดที่จะไปเยือนทุ่งสังหาร รวมทั้งพิพิธภัณฑ์อันเกี่ยวเนื่องกับเหตุการณ์เศร้าสลดของประเทศนี้ไม่ได้ และอาจจะด้วยการจัดแสดงที่โดดเด่นจนสร้างความสะเทือนใจกับนักท่องเที่ยวได้อย่างรุนแรงก็เป็นที่ทำให้คะแนนของความพึงพอใจในส่วนนี้ติดหนึ่งในห้าสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจสูงสุดเมื่อได้มาเยือนกัมพูชา

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยว สปป.ลาว

คะแนนที่นักท่องเที่ยวมีให้ต่อภาพลักษณ์ประเภทต่างๆ ของ สปป.ลาว อาจแสดงให้เห็นได้ว่าลาวเป็นประเทศที่ยังไม่ค่อยเป็นที่รู้จักหรือมีภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจนนักในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เพราะแม้คะแนนจะค่อนข้างไปในทางที่ดีแต่ก็ยังไม่ถึงระดับ 4 (จากทั้งหมด 5 ระดับ) และจากคะแนนที่ให้มาของแต่ละภาพลักษณ์ก็ไม่มีภาพลักษณ์ไหนที่มีความโดดเด่นเป็นพิเศษ แต่ละอันล้วนเป็นภาพลักษณ์ที่ไม่ค่อยแตกต่างจากประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเดียวกันมากนัก ข้อสังเกตที่น่าสนใจประการหนึ่งคือ คะแนนที่นักท่องเที่ยวมีให้ต่อภาพลักษณ์ที่ว่า ‘สปป.ลาว เป็นจุดหมายปลายทางอันดับต้นของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์’ มีเพียง 2.99 เท่านั้น ตัวเลขดังกล่าวบ่งชี้ว่าการประชาสัมพันธ์ภาพลักษณ์ด้านนี้ของการท่องเที่ยวแห่งชาติลาวยังไม่ค่อยประสบ

ความสำเร็จมากนัก อย่างไรก็ตามการที่คะแนนความเป็นมิตรของผู้คนอยู่ในระดับที่สูงกว่าภาพลักษณ์อื่นๆ นั้นก็น่าที่จะถูกนำมาประชาสัมพันธ์ให้ชัดเจนและแพร่หลายเพิ่มมากขึ้นไปพร้อมๆ กับเรื่องท่องเที่ยวเชิงนิเวศก็ได้

สำหรับปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนเดินทางมาเยือนลาวนั้นก็ก็เป็นเหมือนกับปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงก่อนไปเยือนประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลาย นั่นคือเป็นสิ่งที่ไม่น่าจะซับซ้อน ยังไม่ค่อยมีการพัฒนามากนัก และยังคงความบริสุทธิ์ทั้งหลาย เช่น ผู้คน บรรยากาศ ธรรมชาติ ความปลอดภัย เป็นต้น ดังจะเห็นได้ว่าปัจจัยเหล่านี้ได้รับคะแนนสูงที่สุดเมื่อเทียบกับปัจจัยอื่นๆ และเมื่อนักท่องเที่ยวได้มาเยือน ลาวจริงๆ แล้วก็พบว่าปัจจัยเหล่านี้เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจมากที่สุดเช่นกันโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้คนของ ลาวนั้นได้รับคะแนนความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวในระดับสูง และเป็นปัจจัยเดียวที่ได้คะแนนเกิน 4 รองลงไปคือความปลอดภัยและธรรมชาติ คะแนนที่นักท่องเที่ยวให้ตรงนี้ยังแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า จุดแข็งอันดับหนึ่งของการท่องเที่ยวลาวคือผู้คนของลาวเองที่สร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ด้วยเหตุนี้นักท่องเที่ยวจึงรู้สึกคุ้มค่ากับเวลาที่ใช้ไปและการได้รับประสบการณ์ที่เต็มอิ่มดังคะแนนเฉลี่ยที่ได้รับมากถึง 4.32 และ 4.19 ตามลำดับ

ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเวียดนาม

ก่อนการเดินทางมาเยือนเวียดนาม ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อประเทศนี้เป็นอันดับแรกคือ มรดกโลก แต่กระนั้น หากเทียบกับภาพลักษณ์อันดับแรกของกัมพูชา (นครวัด) และ สปป.ลาว (ความเป็นมิตรของผู้คน) ที่นักท่องเที่ยวให้คะแนนเฉลี่ยมากถึง 4.48 และ 3.85 ตามลำดับแล้ว คะแนนเฉลี่ยที่เวียดนามได้รับจากนักท่องเที่ยวเพียง 3.75 สำหรับมรดกโลก ก็ไม่ได้มีความโดดเด่นเป็นพิเศษแต่อย่างใด แม้ว่านักท่องเที่ยวที่ไปเยือนทั้งสามประเทศและตอบแบบสอบถามจะเป็นคนละคนกันก็ตาม แต่แม้จะพิจารณาเฉพาะเวียดนามเอง คะแนนเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ได้รับจากนักท่องเที่ยวก็ไม่ได้สูงมากนักอยู่นั่นเอง เมื่อพิจารณาว่าคะแนนเต็มนั้นมีค่าถึง 5 คะแนน และหากพิจารณาภาพลักษณ์ที่ได้ลำดับคะแนนรองลงไปในห้าอันดับแรกคือ ธรรมชาติที่สวยงาม (3.59 คะแนน) อาหารอร่อย (3.47) หาดสวยฟ้าใส (3.39) และผู้คนเป็นมิตร (3.33 คะแนน) แล้ว ก็จะได้เห็นได้ว่าเป็นภาพลักษณ์แบบรวมๆ หรือเป็นกลางๆ ของประเทศในภูมิภาคนี้ที่ชาวต่างชาติมักมีอยู่ในใจ แม้แต่ภาพลักษณ์ด้านชายหาดซึ่งเวียดนามน่าจะมีความโดดเด่นเมื่อเทียบกับลาวซึ่งเป็นดินแดนที่ไม่มีทางออกทางทะเล หรือกัมพูชาซึ่งไม่ได้มีชื่อเสียงด้านนี้ก็ยังได้คะแนนค่อนข้างน้อย แสดงให้เห็นว่าแม้นักท่องเที่ยวจะรับรู้ในเรื่องทะเลและหาดทรายของเวียดนาม แต่อาจจะยังไม่โดดเด่นจนเป็นที่กล่าวขานในระดับโลกดังเช่นกรณีเกาะภูเก็ตหรือเกาะสมุยของไทยก็เป็นได้

ในขณะที่ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อกัมพูชาก่อนมาเยือนคือภาพปราสาทนครวัด ซึ่งน่าจะมีผลให้ปัจจัยแรกที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญก่อนมาเยือนคือการมาให้ได้เห็นนครวัด และภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีต่อ สปป.ลาว ก่อนมาเยือนคือความเป็นมิตรของผู้คน ซึ่งก็เช่นเดียวกันว่าน่าจะส่งผลให้ปัจจัยเรื่องของผู้คนที่จะได้พบปะนั้นเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนมาเยือน แต่ในกรณีของเวียดนามนั้น แม้ว่าภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีก่อนมาเยือนคือภาพของมรดกโลก ดังกล่าวมาแล้วในย่อหน้าที่ ผ่านมา แต่ปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนมาเยือนประเทศนี้ กลับเป็นเรื่องความปลอดภัย ส่วนปัจจัยเรื่องมรดกโลกนั้นกลับอยู่ในลำดับรองลงไปแทน จริงอยู่ว่าโดยทั่วไปแล้วการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงเรื่องความปลอดภัยของการเดินทางเป็นปกติอยู่แล้ว แต่ก็เห็นได้ว่าในกรณีของกัมพูชาและ สปป.ลาว นั้นนักท่องเที่ยวไม่ได้ถึงกับต้องคำนึงกับเรื่องนี้เป็นลำดับแรกๆ กลับให้ความสำคัญกับสิ่งที่จะมาพบมาเจอจากการเดินทางมาเยือนแทน แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวรับรู้และค่อนข้างให้ความสนใจในเรื่องความปลอดภัยของประเทศเหล่านี้มากขึ้นแล้ว ซึ่งนับเป็นเรื่องที่น่าสนใจมากที่องค์การการท่องเที่ยวของเวียดนามอาจจะต้องกลับไปพิจารณาว่าเหตุใดนักท่องเที่ยวจึงยังมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัยก่อนมาเยือนอยู่ เพราะความจริงแล้วเวียดนามได้ผ่านพ้นจากช่วงเหตุการณ์สงครามมานาน และการเมืองในปัจจุบันก็ค่อนข้างมีเสถียรภาพแล้ว

ทั้งนี้ทั้งนั้นเมื่อพิจารณา คะแนนเฉลี่ยของระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยเทียบกับคะแนนเฉลี่ยของปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนมาเยือนแล้ว จะพบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในทุกผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของเวียดนามยกเว้นเพียงสองปัจจัยคือ การบริการและความปลอดภัย โดยการบริการนั้นเป็นปัจจัยที่ได้คะแนนเฉลี่ยมากถึง 3.05 แต่ได้คะแนนความพึงพอใจเพียง 2.78 ในขณะที่ความปลอดภัยนั้นเป็นปัจจัยที่ได้คะแนนเฉลี่ยมากถึง 3.61 แต่ได้คะแนนความพึงพอใจเพียง 3.18 ระดับคะแนนความพึงพอใจที่ต่ำกว่าความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวมีในสองปัจจัยนี้เป็นสิ่งที่องค์การการท่องเที่ยวของเวียดนามต้องมีการปรับปรุงกันต่อไป โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องความปลอดภัยนั้นจะเห็นได้อย่างชัดเจนอีกครั้งว่า แม้นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญเป็นลำดับแรกก่อนมาเยือนเวียดนามแล้ว แต่ความพึงพอใจที่ได้นั้นก็ยังต่ำกว่าความคาดหวังอยู่ดี อย่างไรก็ตามปัจจัยอันหนึ่งที่เดิมไม่ได้ติดอันดับหนึ่งในห้าของปัจจัยที่นักท่องเที่ยวคำนึงถึงก่อนมาเยือนคือ หาดสวยฟ้าใส นั้นกลับติดอันดับหนึ่งในห้าสิ่งที่นักท่องเที่ยวให้ความพึงพอใจเป็นอย่างสูง และเป็นรองก็เพียงมรดกโลกเท่านั้น แสดงว่าก่อนมาเยือนเวียดนามนั้นอาจจะไม่ได้ตั้งความหวังในเรื่องความสวยงามด้านนี้ของเวียดนามนัก แม้อาจจะรู้ว่าเวียดนามมีชายฝั่งทะเลที่สวยงามต่อเนื่องรายใดของประเทศก็ตาม แต่ครั้งได้มาสัมผัสแล้วอาจจะได้พบความบริสุทธิ์และสวยงามของชายหาดซึ่งยังไม่เป็นที่รับรู้ในวงกว้างก็เป็นได้ ทำให้เกิดความพึงพอใจในระดับสูงตามมา ทั้งนี้ทั้งนั้น หากลองนำ

ภาพรวมด้านภาพลักษณ์ที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปเปรียบเทียบกับภาพลักษณ์ที่นำเสนอในหนังสือนำเที่ยว Lonely Planet (กรอบที่ 3) จะพบว่ามีความคล้ายคลึงกันเป็นอย่างมากซึ่งเป็นไปได้ว่าภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีอยู่ในใจก่อนการเดินทางและคาดหวังว่าจะได้มาเห็นนั้น คงได้รับการชี้นำจากหนังสือนำเที่ยวดังกล่าวไม่มากนักน้อย

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวมีต่อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของกัมพูชาและ สปป.ลาว แล้วจะเห็นได้ว่า นครวัดซึ่งเป็นจุดเด่นของกัมพูชานั้นได้คะแนนความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวสูงถึง 4.41 และคนซึ่งเป็นจุดเด่นของลาวนั้นก็ได้คะแนนความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวสูงถึง 4.08 แต่จุดเด่นของการท่องเที่ยวเวียดนามคือ มรดกโลก นั้นกลับได้คะแนน ความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวเพียง 3.82 ซึ่งก็เป็นคะแนนความพึงพอใจที่สูงที่สุดแล้วที่นักท่องเที่ยวให้กับผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวของเวียดนาม ระดับคะแนนที่ไม่สูงอย่างเด่นชัดอย่างจุดขายอันดับหนึ่งด้านการท่องเที่ยวของประเทศจึงจะมีเช่นที่เกิดกับเวียดนาม อาจแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของเวียดนามในตอนนี้อาจยังไม่ได้มีลักษณะด้านใดด้านหนึ่งที่โดดเด่นอย่างชัดเจนถึงขนาดจะสร้างความตราตรึงใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ในระดับนครวัดของกัมพูชาหรือผู้คนของลาว แม้ว่าเวียดนามอาจจะมีทรัพยากรทาง การท่องเที่ยวมากกว่าอีกสองประเทศนี้ก็ตาม

ในท้ายที่สุด อาจจะด้วยเหตุผลที่กล่าวมาแล้วนี้ก็ได้ที่ทำให้โดยภาพรวมของความคุ้มค่าจากการมาเยือนเวียดนามครั้งนี้ นักท่องเที่ยวไม่ได้ให้คะแนนเฉลี่ยที่สูงมากนัก และจะเห็นได้ชัดเจนขึ้นหากนำไปพิจารณาในเชิงเปรียบเทียบกับกัมพูชาและลาว ซึ่งจะเห็นได้ว่าคะแนนเฉลี่ยที่นักท่องเที่ยวให้กับรู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายสำหรับกัมพูชาและลาวนั้นมีค่ามากกว่าของเวียดนาม โดยเฉพาะกรณีของลาวที่ได้คะแนนเฉลี่ยถึงเกือบ 4 คะแนน ในขณะที่เวียดนามได้คะแนนเฉลี่ยเพียง 3.66 ต่อมาเมื่อพิจารณาในส่วนของความคุ้มค่าของเวลาและความคุ้มค่าของประสบการณ์ คะแนนเฉลี่ยที่กัมพูชาและ สปป.ลาว ได้รับก็ล้วนเกินกว่า 4 คะแนนทั้งหมด ในขณะที่เวียดนามก็ยังได้คะแนนเฉลี่ยเพียงประมาณ 3.7 คะแนน ด้วยเหตุนี้จึงไม่น่าแปลกใจที่คะแนนเฉลี่ยของกัมพูชาและ สปป.ลาว สำหรับคำถามที่ว่านักท่องเที่ยวยินดีจะจ่ายเพื่อกลับมาอีกครั้งหรือไม่จึงสูงกว่าคะแนนเฉลี่ยของเวียดนาม

ตารางที่ 1-62: ภาพลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวมีก่อนการมาเยือนไทย กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม
5 อันดับแรก

ลำดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	นครวัด 4.48	ความเป็นมิตรของผู้คน 3.85	มรดกโลก 3.75
2	การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ 3.81	ภูเขาและแม่น้ำ 3.83	ธรรมชาติที่สวยงาม 3.59
3	ความเป็นมิตรของผู้คน 3.73	บรรยากาศที่สงบ 3.80	อาหารอร่อย 3.47
4	ราคาสมเหตุสมผล 3.63	วิถีชีวิตที่ผ่อนคลาย 3.79	หาดสวยฟ้าใส/ผู้คนเป็นมิตร 3.39
5	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ 3.44	ราคาสมเหตุสมผล 3.76	ราคาสมเหตุสมผล 3.33

หมายเหตุ: คะแนนที่นักท่องเที่ยวให้มิตั้งแต่ 1 คือน้อยที่สุด ไปจนถึง 5 คือมากที่สุด
ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

กรอบที่ 4: ภาพลักษณ์กัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนามใน Lonely Planet

ในปัจจุบัน Lonely Planet เป็นทั้งผู้ผลิตหนังสือและสื่อดิจิทัลที่น่าเชื่อถือที่ใหญ่ที่สุดในโลก และหนังสือ Lonely Planet ยังนับว่าเป็นหนังสือแนะนำเที่ยวฉบับแรกๆ ที่มีกลุ่มเป้าหมายคือนักท่องเที่ยวแบกเป้และนักท่องเที่ยวงบประมาณน้อย นับจนถึงปี ค.ศ. 2009 Lonely Planet ได้พิมพ์หนังสือแนะนำเที่ยวไปแล้วทั้งสิ้นประมาณ 500 หัวเรื่อง ใน 8 ภาษา โดยมียอดขายปีละกว่า 6 ล้านเล่ม ความแพร่หลายของหนังสือแนะนำเที่ยว Lonely Planet ดังกล่าวนี้นี้แสดงให้เห็นความนิยมในข้อมูลที่น่าเสนอของผู้ผลิตหนังสือรายนี้ และนับเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีจินตนาการเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของประเทศที่ตนกำลังจะไปเยือนว่าจะเป็นอย่างไ ภาพลักษณ์ของทั้งสามประเทศที่นำมาจากบทเกริ่นนำประเทศของ Lonely Planet ที่จะนำเสนอต่อไปนี้อาจช่วยให้เรามองเห็นภาพรวมในเบื้องต้นว่าในสายตาของชาวต่างชาติ (ซึ่งน่าจะเน้นไปที่ชาวยุโรปและชาวอเมริกา) มองเอกลักษณ์ของแต่ละประเทศอย่างไรบ้าง

ภาพลักษณ์กัมพูชา

กัมพูชาเป็นดินแดนที่สามารถสะกดผู้ที่ได้มาเยือนดินแดนที่มีเสน่ห์ชวนตะลึงพรึงเพริดแห่งนี้ นับตั้งแต่ปริณทณแห่งเทวสถานอันเป็นเอกเหนือปราสาททั้งหลายคือนครวัด สิ่งก่อสร้างชวนตะลึงที่หลอมรวมเอารูปสัญลักษณ์ ความสมมาตร และจิตวิญญาณเข้าไว้ด้วยกัน จนกระทั่งดินแดนรกรกตสะเลง ที่เราจะได้เผชิญกับความโหดร้ายของเขมรแดงและเครื่องมือสังหารเหยื่อ...ยินดีต้อนรับสู่กัมพูชา...ดินแดนน่าพิศวง ดินแดนแห่งประวัติศาสตร์ที่ทั้งชวนให้เกิดแรงบันดาลใจและชวนหดหู่ใจได้ไม่แพ้กัน ดินแดนแห่งความระทึกใจที่รอคอยการมาเยือนจากนักเดินทาง

ภาพลักษณ์ลาว

ภายหลังสงครามที่ยาวนานหลายปีและการปิดประเทศ ลาว...ดินแดนที่มีธรรมชาติอันบริสุทธิ์ที่สุดในอุษาคเนย์ ดินแดนแห่งวัฒนธรรมที่ยังไม่แปรเปลี่ยน และดินแดนที่ผู้คนน่าจะมีความสุขที่เรียบง่ายที่สุดในโลกใบนี้...กำลังเป็นจุดหมายที่ได้รับความนิยมจากนักเดินทางอย่างรวดเร็ว แม้ว่าการพัฒนาจะดำเนินไปอย่างเร่งรีบ แต่ลาวยังสามารถธำรงไว้ซึ่งวัฒนธรรมประเพณีที่สูญหายไปอย่างน่าเสียดายจากดินแดนอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ชีวิตชนบทยังคงเรียบง่ายกว่าที่อื่นแม้กระทั่งในเวียงจันทน์ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศก็แทบเป็นเรื่องไม่น่าเชื่อที่เราจะได้เห็นภาพชีวิตที่ดำเนินไปอย่างเนิบช้าของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ตามริมแม่น้ำ และเช่นเดียวกับที่หลวงพระบาง...ราชธานีเก่าของประเทศที่เราจะได้เห็นพระภิกษุหนุ่มจิ๋วสีเหลืองนบร้อยรูปเดินอย่างสงบในวัดวาอารามเก่าแก่อายุร้อยปี ซึ่งนับเป็นหนึ่งในภาพอันน่าตราตรึงใจที่เราจะได้พบเห็นในทุกๆ ที่ของประเทศตะวันออก

ภาพลักษณ์เวียดนาม

เวียดนามเป็นดินแดนที่มีส่วนผสมอันน่าตื่นตาตื่นใจระหว่างความมีชีวิตชีวาแต่แฝงไว้ด้วยรูปแบบในเชิงอนุรักษ์นิยม ชายหาดที่สามารถทอดครได้แบบไม่ต้องอาศัยประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่ชวนตะลึง และอาหารการกินที่มีรสชาติถูกปาก แม้ในช่วงเดือนเมษายนถึงตุลาคมจะเป็นช่วงที่ดินแดนแห่งนี้มีอากาศร้อนเพราะลมมรสุมฤดูร้อนพัดพาอากาศร้อนและความชื้นเข้าปกคลุมทั่วประเทศ แต่เราก็สามารถหาที่หลบร้อนได้ตามชายหาดที่มีให้เลือกอย่างหลากหลาย เพราะเวียดนามได้ชื่อว่ามีหาดทรายที่นับว่าดีที่สุดในแถบอุษาคเนย์อยู่หลายแห่ง

ที่มา: <http://www.lonelyplanet.com> (24 ตุลาคม 2552)

http://en.wikipedia.org/wiki/Lonely_Planet (24 ตุลาคม 2552)

ตารางที่ 1-63: ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญก่อนเดินทางมาเยือน กัมพูชา สปป.ลาว และ เวียดนาม 5 อันดับแรก

ลำดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	นครวัด 4.27	ผู้คน 3.81	ความปลอดภัย 3.61
2	ความเป็นมิตรของผู้คน 3.50	บรรยากาศ 3.76	มรดกโลก 3.47
3	ราคาสมเหตุสมผล 3.43	ธรรมชาติ 3.71	แหล่งดึงดูดใจทางธรรมชาติอื่นๆ 3.30
4	การบริการ 3.38	ความปลอดภัย 3.64	ผู้คน 3.25
5	บรรยากาศ 3.26	ราคา 3.46	อาหาร 3.24

หมายเหตุ: คะแนนที่นักท่องเที่ยวให้มิตั้งแต่ 1 คือน้อยที่สุด ไปจนถึง 5 คือมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-64: ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวแต่ละประเภทของกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนาม 5 อันดับ

ลำดับ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1	นครวัด 4.41	ผู้คน 4.08	มรดกโลก 3.82
2	ผู้คนเป็นมิตร 3.94	ความปลอดภัย 3.94	หาดสวยฟ้าใส 3.59
3	การบริการ 3.69	ธรรมชาติ 3.92	แหล่งดึงดูดใจทางธรรมชาติอื่นๆ 3.58
4	การฆ่าล้างเผ่าพันธุ์ 3.67	วิถีชีวิต 3.87	อาหาร 3.56
5	ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ 3.60	วัดและอนุสรณ์สถาน/บรรยากาศ 3.60	ผู้คน 3.49

หมายเหตุ: คะแนนที่นักท่องเที่ยวให้มิตั้งแต่ 1 คือน้อยที่สุด ไปจนถึง 5 คือมากที่สุด

ที่มา: จากการสำรวจ (2552)

ตารางที่ 1-65: ความคุ้มค่าจากการมาเยือนประเทศกัมพูชา สปป.ลาว และเวียดนามในครั้งนี้ใน
ความเห็นของนักท่องเที่ยว

รายการ	กัมพูชา	สปป.ลาว	เวียดนาม
1. รู้สึกคุ้มค่ากับเงินที่จ่าย	3.74	3.98	3.66
2. รู้สึกคุ้มค่ากับเวลาที่เสียไป	4.16	4.32	3.78
3. การเยือนครั้งนี้เป็นประสบการณ์ที่คุ้มค่า	4.13	4.19	3.77
4. ยินดีจ่ายเพื่อกลับมาอีกครั้ง	3.72	3.85	3.62

หมายเหตุ: คะแนนที่นักท่องเที่ยวให้มิตั้งแต่ 1 คือน้อยที่สุด ไปจนถึง 5 คือมากที่สุด
ที่มา: จากการสำรวจ (2552)