



ร่างรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่าง
ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยว
ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่)
สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน
(เชียงราย) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง)

โดย รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา และคณะ

กรกฎาคม 2556

(งานวิจัยยังไม่เสร็จสมบูรณ์ โปรดอย่านำไปใช้อ้างอิง)

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่าง
ระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยว
ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย)
สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง)
สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง)
Sustainable Creative Tourism for fulfilling the gap between Tourists'
Expectation and Perception toward the Tourism Routes in the Upper
Greater Mekong Subregion: A Case Study of Thailand (Chiang Rai/Chiang
Saen) – Republic of the Union of Myanmar (Keng Tung) - People's
Republic of China (Jinghong) – Lao People's Democratic Republic (Chiang
Thong, Luang Prabang)

คณะผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ สุพาตา สิริกุตตา
ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์
ดร. วรินทรา ศิริสุทธิกุล

สังกัด

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช.- สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง) งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนสนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปีงบประมาณ 2555 จึงขอขอบคุณสำนักงานที่ได้จัดสรรงบประมาณให้และขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่อำนวยความสะดวกในการให้คำแนะนำ แก้ไข ปรับปรุง เรื่องต่างๆ

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณที่ปรึกษาแผนงานการวิจัย คุณชัยสงค์ ชูฤทธิ์ รองผู้อำนวยการด้านนโยบายและแผนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย คุณสาธิต นิลวงศ์ อดีตผู้อำนวยการภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และขอขอบคุณมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้การยินยอมอนุญาตให้ดำเนินการวิจัย รวมทั้งให้ใช้สถานที่ อุปกรณ์ และสาธารณูปโภคในการดำเนินการวิจัย ตลอดจนบุคลากรของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ได้ให้ความช่วยเหลือในการดำเนินงานวิจัย

คณะผู้วิจัยหวังว่างานวิจัยเรื่องนี้จะประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทำให้งานวิจัยนี้มีผลที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริง และเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจจะศึกษาเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนทั้งประเทศไทย สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า สาธารณรัฐประชาชนจีน และสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าในการตอบแบบสอบถามด้วยความเต็มใจ ทำให้งานวิจัยนี้มีผลที่สอดคล้องกับข้อเท็จจริงและเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

คณะผู้วิจัย

กรกฎาคม 2556

หัวข้อวิจัย	การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง)
ผู้ดำเนินการวิจัย	รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกุตตา ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์ ดร. วรินทรา ศิริสุทธิกุล
หน่วยงาน	ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
ปี พ.ศ.	2556

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนและเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบนของประเทศไทย (เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบนที่เชียงใหม่ ประเทศไทย เชียงทอง ประเทศลาว ประเทศละ 200 คน ที่เชียงตุง ประเทศพม่า และเชียงรุ่ง ประเทศจีน ประเทศละ 100 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง 600 คน ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางนี้ในภาพรวมทั้ง 4 ประเทศอยู่ในระดับปานกลาง และมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวม 4 ประเทศ อยู่ในระดับมาก โดยมีความตั้งใจท่องเที่ยวโดยใช้เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน ประเทศไทย เชียงรุ่ง ประเทศจีน อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก และมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงแสน ประเทศไทยมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เชียงตุง ประเทศพม่า เชียงรุ่ง ประเทศจีน และเชียงทอง ประเทศลาว

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้ สัญชาติ แตกต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวม 4 ประเทศ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในภาพรวม 4 ประเทศไม่พบความแตกต่าง แต่พบว่าการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ การมีอัตยาศัยที่ดีไมตรี และการให้คำแนะนำของชุมชนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ส่วนด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

ผู้ประกอบการธุรกิจในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาครัฐ ต้องคำนึงถึงการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวม 4 ประเทศ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยวใน 4 ประเทศมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่เชียงตุง ประเทศพม่าเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เชียงแสน ประเทศไทย เชียงทอง ประเทศลาว และเชียงรุ่ง ประเทศจีน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วัฒนธรรม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Research Title	Sustainable Creative Tourism for fulfilling the gap between Tourists' Expectation and Perception toward the Tourism Routes in the Upper Greater Mekong Subregion: A Case Study of Thailand (Chiang Rai/Chiang Saen) – Republic of the Union of Myanmar (Keng Tung) - People's Republic of China (Jinghong) – Lao People's Democratic Republic (Chiang Thong, Luang Prabang)
Researcher	1. Assoc.Prof.Supada Sirikudta 2. Dr. Paiboon Archarungroj 3. Dr. Varintra Sirisuthikul
Organization	Department of Business Administration Faculty of Social Sciences, Srinakharinwirot University

Abstract

The purpose of this research is to study the factors effecting intention to participate in sustainable creative tourism, and to compare the expectation and perception of the tourists along the travel route in the Upper Greater Mekong Subregion of Thailand (Chiang Saen), Republic of the Union of Myanmar (Chiang Tung), the People's Republic of China (Chiang Rung) and Lao People's Democratic Republic (Chiang Thong, Luang Prabang). This research collected information from both Thai and foreign travelers travelling along the Upper Greater Mekong Subregion route. A total of 600 samples were collected, 200 samples each from Chiang Saen in Thailand and Chiang Tong in Laos, and another 100 each from Chiang Tung in Myanmar and Chiang Rung in China. The results showed that the respondents from 4 countries had overall perception and expectation in travelling along the routes at moderate level, while the intention to travel again in the future was at high level. The most intended travel route is boat route between Chiang Saen in Thailand to Chiang Rung in China, while the most intended future travel destination is Chiang

Saen in Thailand, following by Chiang Tung in Myanmar, Chiang Rung in China and Chiang Thong in Laos respectively.

Travelers with different occupations, incomes and nationalities from the 4 countries were different in terms of the intention to travel in the future at statistically significant level of 0.05

There is no significant different found in comparing between expectations and perceptions towards sustainable creative tourism factor. It was found that the travelers were satisfied in terms of creative economy factor, human interaction factor including good hospitality and advises from community, cultural travel and tourism factor, and travel landscape factor, while they were dissatisfied in term of authenticity at statistically significant level of 0.05

Entrepreneurs in travel industries and government sector need to consider perceptions towards creative tourism of the tourists from 4 countries in term of ecological tourism which statistically effects intention to travel in future at statistically significant level of 0.01

Travelers from 4 countries had different perceptions towards creative tourism at statistically significant level of 0.01, with tourists from Chiang Tung in Myanmar had the highest perception in sustainable creative tourism, following by Chiang Saen in Thailand, Chiang Thong in Laos and Chiang Rung in China. Therefore, government sectors and entrepreneurs in travel industries of each countries need to emphasize importance of creative tourism in the aspects of environment, cultural preservation, authenticity, human interaction, cultural travel and tourism, creative cultural landscape, and creative country border tourism.

บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary)

ชื่อโครงการวิจัย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง)

ชื่อคณะผู้วิจัย รองศาสตราจารย์ สุพาดา สิริกิตตา
ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์
ดร. วรินทรา ศิริสุทธิกุล

งบประมาณและระยะเวลาทำวิจัย

ได้รับงบประมาณอุดหนุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)
และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปีงบประมาณ 2555
ระยะเวลาการทำวิจัย 12 เดือน ตั้งแต่ 1 มิถุนายน 2555 ถึง 24 พฤษภาคม 2556 (ขยายเวลาทำการวิจัย)

ที่ปรึกษา นายสาธิต นิลวงศ์
อดีตผู้อำนวยการภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
นายชัยสงค์ ชูฤทธิ์
อดีตรองผู้อำนวยการด้านนโยบายและแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ความเป็นมาและความสำคัญ

การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในงานวิจัยชุดนี้เกิดขึ้นจากการค้นหาคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวในเส้นทางในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ในแหล่งท่องเที่ยว 4 แห่ง ได้แก่ เชียงแสน เชียงตุง เชียงรุ่ง/สิบสองปันนา เชียงทอง/หลวงพระบาง กล่าวคือ การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ประกอบการในภาคเอกชนและผู้บริหารในภาครัฐนำข้อมูลต่างๆ ไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ และจากการ

รับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจในการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและภาครัฐสามารถแก้ไขปรับปรุงในสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับรู้ในประเด็นที่ไม่ดีหรือมีปัญหาและดำรงรักษาในประเด็นที่นักท่องเที่ยวที่ดีแล้ว และจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะทำให้ทราบถึงประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งนำไปสู่การแก้ไขประเด็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจและดำรงรักษาในประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจอยู่แล้วซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้งานวิจัยชุดนี้ยังมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวของกลุ่มแม่น้ำโขงนี้ โดยตัวแปรที่ศึกษาคือ ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และการรับรู้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวในแถบกลุ่มแม่น้ำโขงแห่งนี้

วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวมตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยจำแนกตามประเทศ

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย และเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนที่เชียงแสน ประเทศไทย เชียงทอง ประเทศลาว ประเทศละ 200 คน ที่เชียงตุง ประเทศพม่า และเชียงรุ่ง ประเทศจีน ประเทศละ 100 คน รวมกลุ่มตัวอย่าง 600 คน

ผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางนี้ในภาพรวมทั้ง 4 ประเทศอยู่ในระดับปานกลาง และมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวม 4 ประเทศ อยู่ในระดับมาก โดยมีความตั้งใจท่องเที่ยวโดยใช้เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียง

แสน ประเทศไทย เชียงรุ้ง ประเทศจีน อยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรก และมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงแสน ประเทศไทยมากเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เชียงตุง ประเทศพม่า เชียงรุ้ง ประเทศจีน และเชียงทอง ประเทศลาว

นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพ รายได้ สัญชาติ แตกต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวม 4 ประเทศ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในภาพรวม 4 ประเทศไม่พบความแตกต่าง แต่พบว่าการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ การมีอัธยาศัยที่ดีไมตรี และการให้คำแนะนำของชุมชนด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ส่วนด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมนักท่องเที่ยวไม่พึงพอใจที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาครัฐ ต้องคำนึงถึงการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในภาพรวม 4 ประเทศ ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ซึ่งมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

นักท่องเที่ยวใน 4 ประเทศมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่เชียงตุง ประเทศพม่าเป็นอันดับแรก รองลงมา ได้แก่ เชียงแสน ประเทศไทย เชียงทอง ประเทศลาว และเชียงรุ้ง ประเทศจีน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ และผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์วัฒนธรรม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม การมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย และการประยุกต์ใช้ในการบริหาร

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

1.1 ประเทศไทย (เชียงแสน) กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ เพศหญิง สัญชาติไทยที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน

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

1.3 ประเทศจีน (เชียงใหม่/สิบสองปันนา) กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยมีสัญลักษณ์ส่วนบุคคลไม่แตกต่างกันคือ เหมือนๆ กันทุกกลุ่ม

1.4 ประเทศลาว (เชียงทอง/หลวงพระบาง) กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 13,500 – 40,499 บาท มีสัญชาติไทย

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผู้บริหารทั้ง 4 ประเทศและผู้นำชุมชนต้องดำเนินการต่อเนื่องต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการควรร่วมมือในการให้ชุมชนมีรายได้จากการที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยว โดยมีการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ส่งเสริมชุมชนให้มีสินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เพื่อจำหน่ายนักท่องเที่ยว มีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจของชุมชนจำหน่าย และส่งเสริมให้สินค้าชุมชนใช้บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวซื้อ

2.2 ด้านสร้างสรรค์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้นำชุมชนต้องรณรงค์อย่างต่อเนื่องให้ชุมชนเป็นเจ้าบ้านที่ดีกับนักท่องเที่ยว โดยมีความเป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรี และเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

2.3 ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว

2.4 สร้างสรรค์ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้บริหาร 4 ประเทศต้องมีนโยบายดูแลอย่างต่อเนื่องในการปรับภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น การปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม

นอกจากนี้ผู้บริหารและผู้นำชุมชนทั้ง 4 ประเทศมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการปรับภูมิทัศน์ ควรมีการอนุรักษ์สิ่งที่ยังคงเป็นธรรมชาติ ลักษณะของบ้านเรือนในสมัยก่อน การแต่งกาย และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนให้คงความดั้งเดิมขนานแท้ไม่ปรุงแต่ง ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยวได้ ดังนี้

(1) ประเทศไทย (เชียงใหม่) ผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงใหม่ และอำเภอ เชียงแสนต้องรักษาจุดแข็ง นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการอนุรักษ์วัฒนธรรม นวัตกรรมการท่องเที่ยว ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(2) ประเทศพม่า (เชียงใหม่) ผู้บริหารของเมืองเชียงใหม่ในการวางแผนการท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(3) ประเทศจีน (เชียงใหม่/สิบสองปันนา) ผู้บริหารในเมืองเชียงใหม่ ในการขยายเมืองเชียงใหม่ต้องคำนึงถึง การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวในอนาคต เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ

(4) ประเทศลาว (เชียงใหม่/หลวงพระบาง) ผู้บริหารเมืองเชียงใหม่ต้องใช้กลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ในด้าน การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทาง และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะสร้างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

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

3.1 ประเทศไทย (เชียงใหม่) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านต่างๆ ดังนี้

(1) ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ คนในเชียงใหม่มีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว คนในเชียงใหม่เต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

(2) ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ ตามลำดับ

3.2 ประเทศจีน (เชียงรุ่ง/สิบสองปันนา) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การข้ามชายแดนให้มีความสะดวกและรวดเร็ว มีร้านอาหารที่มีคุณภาพ และมีสินค้าจำหน่ายมีความหลากหลายและมีคุณภาพ

3.3 ประเทศลาว (เชียงทอง) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ได้แก่ การส่งเสริมวัฒนธรรม และให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน และการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน

4. ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด/เมือง ของทั้ง 4 ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า จีน และลาว ควรร่วมมือกับวางแผนกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในลักษณะ Combine destination โดยชูประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามเส้นทางในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในเรื่อง (1) การสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม มีความเป็นธรรมชาติ และรักษาสีเขียว (2) การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม (3) ความเป็นของแท้และดั้งเดิม โดยผู้คนที่ทั้ง 4 เชน (เชียงแสน เชียงตุง เชียงรุ่ง และเชียงทอง) มีรูปแบบการดำรงชีวิตยังคงความดั้งเดิม ลักษณะของบ้านเรือนคงความดั้งเดิม รวมทั้งการแต่งกายที่ยังคงความดั้งเดิม (4) การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านโดยมีอัตลักษณ์ไม่ตรี มีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และเต็มใจให้คำแนะนำหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น อาหารมีเอกลักษณ์ประจำของแต่ละชาติ (6) มีภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่สวยงามและดึงดูดใจ และ (7) การข้ามชายแดนต้องมีความสะดวกรวดเร็ว มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและให้มีคุณภาพ และเมืองเชียงตุงประเทศพม่ามีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 7 ด้านดังกล่าว มากที่สุด รองลงมาเชียงทอง ประเทศลาว เชียงแสน ประเทศไทย และเชียงรุ่งประเทศจีน นอกจากนี้ถ้าประเทศพม่าเปิดชายแดนที่เมืองลาซึ่งติดต่อกับประเทศจีน ซึ่งยังมีวัฒนธรรมที่คงความดั้งเดิม ประเทศพม่ามีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า 3 ประเทศ

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	0
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(1)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(3)
บทสรุปผู้บริหาร (Executive Summary).....	(5)
สารบัญ.....	(11)
สารบัญตาราง.....	(13)
สารบัญภาพ.....	(20)
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	2
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	3
สมมติฐานการวิจัย.....	4
ขอบเขตการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์.....	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	7
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism).....	8
หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism).....	12
ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Tourists' Expectation and Perception).....	15
ความพึงพอใจต่อเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Overall satisfaction with creative tourism route).....	18
แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourists' Behavior and Trend).....	24
อนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน (Upper Greater Mekong Subregion).....	28
โมเดลคุณภาพบริการ (Service-quality model).....	30
การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง.....	31

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	31
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	41
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	43
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	43
 บทที่ 4 ผลการวิจัย.....	 48
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ – นักท่องเที่ยว.....	49
การทดสอบสมมติฐาน.....	104-191
 บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	 192
สรุปผลการวิจัย.....	192
การอภิปรายผล.....	211
ข้อเสนอแนะ.....	215
 บรรณานุกรม.....	 219
 ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก แบบสอบถาม.....	226
ภาคผนวก ข ภาพกิจกรรม.....	263
ภาคผนวก ค ประวัติผู้วิจัย.....	264

สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 3.1 ขนาดตัวอย่างที่กำหนดและที่เก็บได้จริงในแต่ละประเทศ.....	40
ตารางที่ 4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง).....	49
ตารางที่ 4.2 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ ด้านเศรษฐกิจ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	53
ตารางที่ 4.3 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	56
ตารางที่ 4.4 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	59
ตารางที่ 4.5 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ การอนุรักษ์วัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และ 4 ประเทศ.....	61
ตารางที่ 4.6 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้าน ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค แม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	64
ตารางที่ 4.7 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรม การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	66

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.8	ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง).....	68
ตารางที่ 4.9	ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทาง และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	70
ตารางที่ 4.10	ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง).....	72
ตารางที่ 4.11	ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง).....	74
ตารางที่ 4.12	การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	76
ตารางที่ 4.13	การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ/ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	79
ตารางที่ 4.14	การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	82

สารบัญตาราง (ต่อ)

หน้า

ตารางที่ 4.15 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	84
ตารางที่ 4.16 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) / ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ของนักท่องเที่ยวที่มา ท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	87
ตารางที่ 4.17 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	89
ตารางที่ 4.18 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของนักท่องเที่ยว ที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	91
ตารางที่ 4.19 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	93
ตารางที่ 4.20 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	95
ตารางที่ 4.21 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	97

สารบัญตาราง (ต่อ)

	หน้า
ตารางที่ 4.22 ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ.....	99
ตารางที่ 4.23 ค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ของแต่ละสถานที่.....	101
ตารางที่ 4.24 ค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ของแต่ละสถานที่.....	103
ตารางที่ 4.25 ค่าเฉลี่ยความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน.....	104
ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศ ของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ).....	105
ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศ ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่).....	106
ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่).....	107
ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่).....	108
ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงทอง).....	109
ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามอายุ ของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ).....	110
ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่).....	112
ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่).....	113
ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว เชียงใหม่).....	114
ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว เชียงทอง).....	115

ตารางที่ 4.64 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่).....	164
ตารางที่ 4.65 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่).....	167
ตารางที่ 4.66 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (รวม 4 ประเทศ).....	170
ตารางที่ 4.67 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่).....	172
ตารางที่ 4.68 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่).....	175
ตารางที่ 4.69 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่).....	177
ตารางที่ 4.70 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการ ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่).....	180
ตารางที่ 4.71 การเปรียบเทียบการรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จำแนกตามประเทศ (รวม 4 ประเทศ).....	183
ตารางที่ 4.72 สรุปการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามลักษณะ ส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ t-test หรือ One Way ANOVA.....	188
ตารางที่ 4.73 สรุปการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน โดยใช้สถิติ Paired t-test.....	189
ตารางที่ 4.74 สรุปการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจ ท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression).....	190
ตารางที่ 4.75 การเปรียบเทียบการรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืนจำแนกตามประเทศ One Way ANOVA.....	191

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย.....	3
ภาพที่ 2.1 โมเดลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Models of creative tourism).....	9
ภาพที่ 2.2 โมเดลต้นทุนของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Destination capitals model of tourism development).....	14
ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (A framework for tourist expectations).....	15
ภาพที่ 2.4 กระบวนการรับรู้ (Perception process).....	17
ภาพที่ 2.5 สมการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	19
ภาพที่ 2.6 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผลกระทบที่เกิดขึ้น (Factor Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences).....	19
ภาพที่ 2.7 ทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม (The theory of planned behavior).....	27
ภาพที่ 2.8 คุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า.....	28
ภาพที่ 5.1 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยจำแนกตามประเทศ.....	207
ภาพที่ 5.2 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำแนกตามประเทศ.....	210

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญ

ในปัจจุบันคนไทยและชาวต่างชาติได้ให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนเป็นอย่างมาก เพราะในภูมิภาคนี้มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพหลากหลาย เป็นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ ทรัพยากรธรรมชาติ ประกอบด้วย ป่าไม้ น้ำตก ภูเขา เมฆ หมอก น้ำค้าง ความหนาวเย็น และดอกไม้ที่สวยงามแปลกตา มีความอุดมสมบูรณ์ของวัฒนธรรมดั้งเดิมของชาติพันธุ์ที่แตกต่างที่ควรอนุรักษ์ ซึ่งมีทั้งความโดดเด่น แปลก แตกต่าง น่าตื่นตา ตื่นใจ เป็นที่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ประกอบทั้งในภูมิภาคนี้มีเส้นทางสำหรับการท่องเที่ยวได้หลากหลายเส้นทาง ซึ่งมีทั้งความสะดวกและแปลกแตกต่างกันไป ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเลือกเส้นทางที่จะท่องเที่ยวซ้ำได้จากหลากหลายเส้นทาง เช่น เส้นทางรถยนต์ มีถนนจากแม่สาย (ประเทศไทย) สู่เชียงตุง (พม่า) ไปยังต้าลอ (จีน) และยังต่อไปยังสิบสองปันนา จากห้วยทรายสู่สิบสองปันนาซึ่งเป็นเส้นทางที่สะดวกและมีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวได้สะดวกและปลอดภัย เส้นทางเรือ ท่าเรือจากเชียงรุ่งถึงหลวงพระบาง เชื่อมระหว่างจีนตอนใต้ – พม่า – ลาว – เชียงราย ถึงหลวงพระบาง โดยมีภาคเอกชนเดินเรือตามลำน้ำโขง ใช้เวลาประมาณ 8 ชั่วโมง เป็นเส้นทางที่สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจตลอดสองฝั่งแม่น้ำที่นักท่องเที่ยวสามารถแวะ เยี่ยมชมได้ นอกจากเส้นทางที่กล่าวมาแล้ว เส้นทางทางอากาศก็เป็นอีกเส้นทางหนึ่งที่สะดวกรวดเร็วและนักท่องเที่ยวสามารถเลือกต่อกับเส้นทางอื่นๆ ได้หลากหลายรูปแบบ โดยมีสนามบินในจังหวัดเชียงใหม่และเชียงรายของประเทศไทยเป็นศูนย์กลางร่วมด้านการท่องเที่ยว มีการบินเชื่อมโยงไปยังประเทศอื่นๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงเหล่านี้

อย่างไรก็ตามพื้นที่ส่วนนี้เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพและมีความเสี่ยงจากการได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น ในขณะเดียวกันก็มีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชนในท้องถิ่น ดังนั้นการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแห่งนี้ ก็คือการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ส่งผลกระทบเชิงลบให้กับแหล่งท่องเที่ยว มีการจัดสรรทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิผล มีการควบคุมกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการพัฒนา

ท่องเที่ยวโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกฝ่ายด้านการท่องเที่ยวต้องวางกรอบแนวคิดในการท่องเที่ยวดังกล่าว ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จะเป็นการนำเสนอในลักษณะการเรียนรู้ ด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ งานฝีมือ ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น รวมทั้งการติดต่อกับคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่จะเชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละสถานที่ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในการให้ความรู้ ความเข้าใจด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การสร้างอารมณ์ที่สุนทรีย์ และการมีปฏิสัมพันธ์กับคนในท้องถิ่น

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในงานวิจัยชุดนี้เกิดขึ้นจากการค้นหาความคาดหวังและการรับรู้จริงของนักท่องเที่ยวในเส้นทางในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน กล่าวคือ การศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจากความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ประกอบการในภาคเอกชนและผู้บริหารในภาครัฐนำข้อมูลต่างๆ ไปพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้สามารถตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้ และจากการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาครัฐสามารถแก้ไขปรับปรุงในสิ่งที่นักท่องเที่ยวรับรู้ในประเด็นที่ไม่ดีหรือมีปัญหาและดำรงรักษาในประเด็นที่นักท่องเที่ยวที่รู้ว่าดีแล้ว และจากการเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะทำให้ทราบถึงประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งนำไปสู่การแก้ไขประเด็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจและดำรงรักษาในประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจอยู่แล้วซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน

นอกจากนี้งานวิจัยชุดนี้ยังมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการมาท่องเที่ยวยังลุ่มแม่น้ำโขงนี้ โดยตัวแปรที่ศึกษาคือ ลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และการรับรู้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแผนการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน และไม่ทำลายสภาพแวดล้อม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวในแถบลุ่มแม่น้ำโขงแห่งนี้

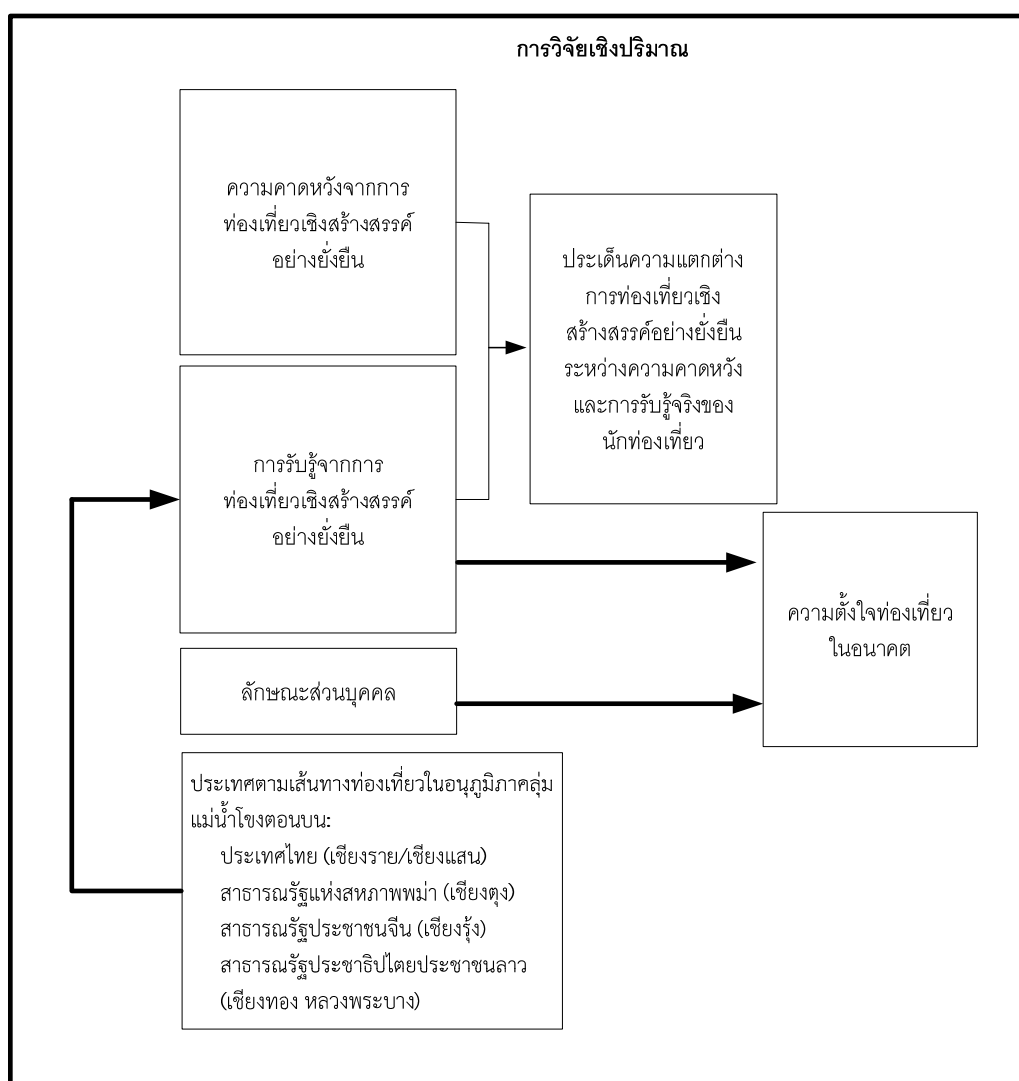
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความตั้งใจในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน เพื่อตอบสนองช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนของประเทศไทย (เชียงแสน) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) โดยมีวัตถุประสงค์ย่อย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล

2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน
3. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวมตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน
4. เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยจำแนกตามประเทศ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน
2. นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน
3. การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน
4. นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เชียงแสน (ประเทศไทย) เชียงตุง (พม่า) (เชียงรุ้ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงทอง) มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน

ขอบเขตการวิจัย

1. **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน รวมทั้งศึกษาถึงความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต

ตัวแปรที่ศึกษาในการวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย

1.1 ตัวแปรอิสระ คือ (1) ความคาดหวังจากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (2) การรับรู้จากการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (3) ลักษณะส่วนบุคคล (4) ประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจากช่องว่างความต่างระหว่างความคาดหวัง และรับรู้จริงของนักท่องเที่ยว

1.2 ตัวแปรตาม คือ ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต

2. **พื้นที่การวิจัย** อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ซึ่งประกอบด้วย (1) ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) (2) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) (3) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ้ง) (4) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงทอง หลวงพระบาง)

3. รายละเอียดการดำเนินกิจกรรม

(1) ลงพื้นที่สำรวจเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน เพื่อศึกษาโดยให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ้ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เวียงทอง หลวงพระบาง)

(2) การวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เป้าหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูล

(3) กำหนดแนวทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในเส้นทางการท่องเที่ยวใน อนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ในพื้นที่จากประเทศไทย ไปยังพม่า จีน และลาว

(4) บูรณาการการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเข้ากับโครงการอื่น

นิยามศัพท์

1. เส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน หมายถึง เส้นทางท่องเที่ยวระหว่างอำเภอเชียงแสน ประเทศไทย อำเภอเชียงตุง ประเทศพม่า เมืองเชียงรุ่ง ซึ่งปัจจุบันเรียกว่าสิบสองปันนา ประเทศจีน และเมืองเชียงทอง ซึ่งปัจจุบันเรียกว่าหลวงพระบาง ประเทศลาว ซึ่งนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยเส้นทางรถยนต์ และทางเรือ

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) หมายถึง เป็นการนำเสนอการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยมีลักษณะการเรียนรู้ร่วมกันด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ งานฝีมือ และเน้นการนำเสนอการท่องเที่ยวที่บ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นแต่ละสถานที่

3. การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable tourism) หมายถึง เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืนในการท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

4. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism) หมายถึง เป็นการสร้างสรรค์การนำเสนอการท่องเที่ยวในลักษณะการเรียนรู้ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ งานฝีมือ ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นโดยมุ่งให้เกิดความยั่งยืนด้านเศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม สังคม วัฒนธรรม และการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียสำหรับการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

4.1 การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ (Creative economy) หมายถึง การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้าเชิงเกษตร สินค้าหัตถกรรมสินค้าเกษตรแปรรูป ซึ่งก่อให้เกิดรายได้อันเนื่องมาจากการรวมกลุ่มของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

4.2 การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ (Environment/Natural) หมายถึง กิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์ในแหล่งท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

4.3 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecological tourism) หมายถึง การเรียนรู้ การมีส่วนร่วมจากนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในเส้นทางท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

4.4 สร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural heritage reservation) หมายถึง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม บำเพ็ญประโยชน์ การเรียนรู้ และกิจกรรมนันทนาการ ในเส้นทางท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

4.5 ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม (Authenticity) หมายถึง เส้นทางท่องเที่ยวในออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบนการดำรงชีวิตของชุมชนยังมีความดั้งเดิม รวมทั้งการแต่งกายของผู้คน ลักษณะบ้านเมืองยังคงความดั้งเดิม และความเป็นธรรมชาติยังคงความบริสุทธิ์ไม่ถูกทำลาย

4.6 นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation) หมายถึง มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ มีการบูรณะ และการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่องในเส้นทางท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

4.7 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Human interaction) หมายถึง ความมีอัธยาศัยไมตรี ความเป็นมิตร และความเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

4.8 การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural travel and tourism) หมายถึง แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์มีประเพณีเทศกาลต่างๆ สถาปัตยกรรม ศิลปหัตถกรรม อาหารท้องถิ่น ที่ดึงดูดความสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในเส้นทางท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

4.9 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Destination) หมายถึง การปรับภูมิทัศน์ของเมือง บ้านเรือน วัฒนธรรมท้องถิ่น ให้มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม โดดเด่นดึงดูดใจในเส้นทางท่องเที่ยวออนูภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

4.10 คุณภาพการท่องเที่ยวแนวชายแดน หมายถึง ความสะดวกรวดเร็วในการข้ามชายแดน ความหลากหลายและคุณภาพของอาหาร และสินค้าที่จำหน่ายตามแนวชายแดนในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

5. ความคาดหวัง (Expectation) หมายถึง ความต้องการที่ลูกค้าคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

6. การรับรู้ (Perception) หมายถึง ระดับการรับรู้จริงภายหลังการท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

7. ความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวน้อยกว่าการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

8. ความไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยว หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวมากกว่าการรับรู้จริงต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน

9. ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต หมายถึง ความต้องการท่องเที่ยวในอนาคตตั้งใจท่องเที่ยวในเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบนของนักท่องเที่ยว

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและภาครัฐสามารถนำข้อมูลจากประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจหรือไม่พอใจ ซึ่งนำไปสู่การแก้ไขประเด็นปัญหาที่นักท่องเที่ยวไม่พอใจและธำรงรักษาในประเด็นที่นักท่องเที่ยวพอใจอยู่แล้ว

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะเพิ่มความสำเร็จให้กับผู้ประกอบการธุรกิจในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และทำให้ชุมชนเพิ่มรายได้

3. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจะทำให้เกิดความร่วมมือระหว่างประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ตลอดจนทั้งชุมชนในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่ความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจอื่นๆ ด้วย

4. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นและส่งผลกระทบต่อรายได้ของชุมชนมากขึ้น

5. เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงเศรษฐกิจของกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยก้าวไปสู่ความเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและการค้าขายในชายแดนภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เป็นการส่งเสริมวัฒนธรรมและความมีส่วนร่วมของชุมชน ตลอดจนจะเป็นการช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวตระหนักถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้วย

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเรื่องการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) คณะผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยได้นำเสนอตามลำดับหัวข้อดังนี้

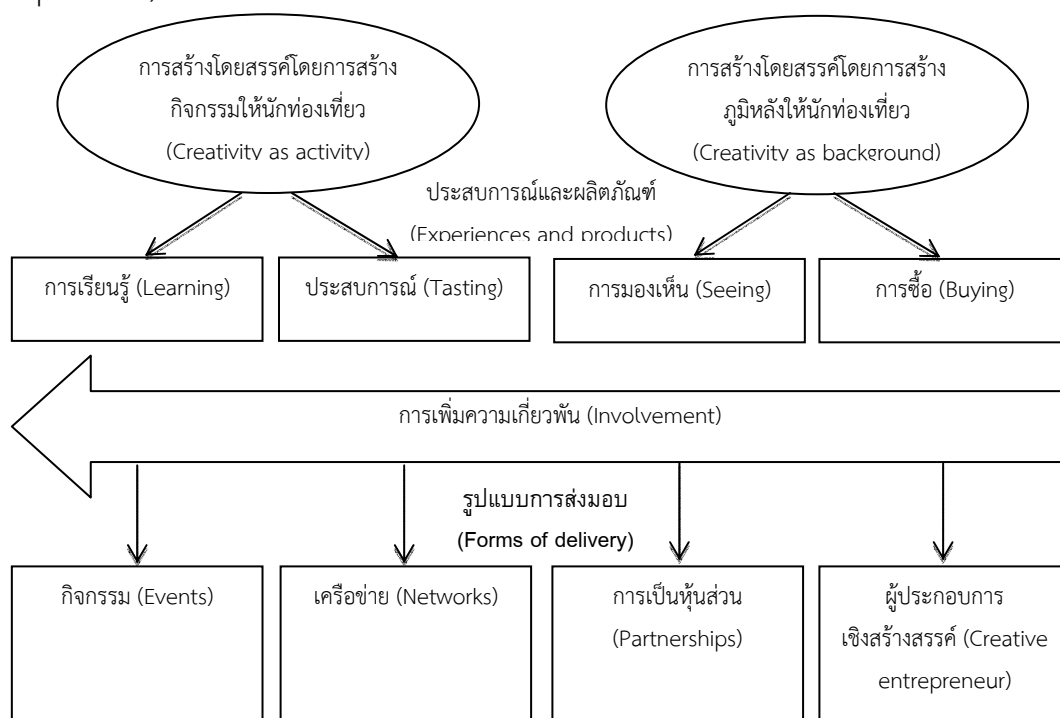
1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)
2. การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)
3. ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Tourists' Expectation and Perception)
4. ความพึงพอใจต่อเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Overall satisfaction with creative tourism route)
5. แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourists' Behavior and Trend)
6. อนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน (Upper Greater Mekong Subregion)
7. โมเดลคุณภาพบริการ (Service-quality model)
8. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

1. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) มีผู้ให้คำนิยามไว้อย่างต่าง ๆ ดังนี้ (1) Richards; & Raymond (2000) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเภทหนึ่ง โดยยึดหลักความร่วมมืออย่างสร้างสรรค์ระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้คนในท้องถิ่น เพื่อให้มีส่วนร่วมในการพัฒนาและสร้างประสบการณ์ที่ดีหรือเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้พัฒนาศักยภาพด้านความคิดสร้างสรรค์ผ่านการมีส่วนร่วมในการเรียนรู้และเกิดเป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยว (2) Wurzbarger & Other (2010) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งไปสู่ความผูกพันและประสบการณ์อันแท้จริง ซึ่งได้มาจากการเข้าไปมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ด้านศิลปะ วัฒนธรรม หรือคุณลักษณะเฉพาะของพื้นที่

จากความหมายข้างต้นจะเห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ประกอบด้วย องค์ประกอบที่สำคัญ 4 ประการ คือ (1) ประสบการณ์ (Experience) ด้านวัฒนธรรม (2) การมีส่วนร่วม (Participation) ในวัฒนธรรม (3) การเรียนรู้ (Learning) เกี่ยวกับวัฒนธรรม (4) ลักษณะดั้งเดิมของวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว (Authentic characteristic of destination)

1.2 โมเดลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Model of creative tourism) Richards (2010) ได้เสนอโมเดลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไว้ว่า เราสามารถนำเสนอประสบการณ์เชิงสร้างสรรค์ได้ 2 วิธี คือ (1) การสร้างสรรค์โดยการสร้างภูมิหลัง (Creativity as background) ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาศัยเครื่องมือต่างๆ เช่น แผ่นพับ พิพัสภัณฑ์ ซึ่งจะนำไปสู่การมองเห็นและการซื้อ วิธีการนี้จะช่วยให้นักท่องเที่ยวเกิดความคิดสร้างสรรค์ภายหลังการมีส่วนร่วม (2) การสร้างสรรค์โดยการสร้างกิจกรรม (Creativity as activity) ให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น การจัดเวิร์คช็อป (Workshop) ซึ่งทั้ง 2 วิธีการนี้จะมีผลต่อความเกี่ยวพัน (Involvement) ในระดับที่แตกต่างกัน และส่งมอบประสบการณ์ดังกล่าวผ่านการจัดกิจกรรมพิเศษ (Events) เครือข่ายต่างๆ (Networks) การเป็นหุ้นส่วน (Partnerships) และผู้ประกอบการเชิงสร้างสรรค์ (Creative entrepreneurs) ดังภาพที่ 2.1



ภาพที่ 2.1 โมเดลการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Models of creative tourism)

ที่มา: Richards, G. (2010). Creative tourism and cultural events. Paper presented at the second Forum on UNESCO Creative Cities Network, Icheon, Republic of Korea.

ทั้งนี้ Lorentzen (2009) ได้แสดงความเห็นว่า การสร้างประสบการณ์ในผลิตภัณฑ์จะต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ เนื่องจากการสร้างสรรค์ ความมีนวัตกรรม และประเด็นทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หรือบริการเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอที่จะสร้างประสบการณ์ จึงต้องอาศัยเสนอความร่วมมือในการสร้างประสบการณ์ (Co-creation experience) ระหว่างคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยว กล่าวคือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายทำงานร่วมกันเป็นทีม ซึ่งประเด็นนี้เป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Binkhorst & Dekker, 2009)

1.3 การสร้างสรรค์คุณค่าร่วม (Co-creation) เป็นรูปแบบของการใช้กลยุทธ์ธุรกิจ โดยมุ่งที่ตลาด ด้วยการสร้างสรรค์คุณค่าตราจากประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย พม่า จีน และลาวโดยมีทัศนคติเกี่ยวกับการอธิบายแนวคิดของตลาดร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวที่เคย/ไม่เคยท่องเที่ยวในประเทศไทย พม่า จีน และลาวโดยเชื่อมโยงทรัพยากรและศักยภาพต่างๆ เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่ม (Value added) โดยใช้รูปแบบใหม่ของการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน โดยใช้ทรัพยากร กลไกการให้บริการและการเรียนรู้ ซึ่งแนวคิดนี้จะแตกต่างจากแนวคิดดั้งเดิมที่มองตลาดว่าเป็นตลาดเชิงรับ

การเสริมสร้างเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มีดังนี้ (1) การพัฒนาคนให้มีความคิดสร้างสรรค์ (2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการให้มีลักษณะสร้างสรรค์ (3) การพัฒนางานใหม่ๆ ที่มีความคิดสร้างสรรค์ (4) การให้คำแนะนำ (5) งานบริการขนส่ง (6) พนักงานช่างฝีมือในท้องถิ่น (7) การเป็นเจ้าของบ้าน (8) การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (9) การพัฒนาโครงสร้างสาธารณูปโภค (10) นโยบายสร้างความแข็งแกร่งเพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยมีความรับผิดชอบทั้งรัฐและภาคเอกชน กล่าวคือภาครัฐต้องสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อมที่ดีและมีจริยธรรมที่ดี ส่วนภาคเอกชนจะต้องมีความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) และร่วมกันแก้ปัญหาสังคมและสิ่งแวดล้อม (11) มุ่งที่คุณภาพ (12) หน่วยงานภาครัฐต้องร่วมมือกันสร้างสรรค์ความคิดริเริ่มร่วมกับภาคเอกชน ส่งเสริมคุณภาพและความเป็นเลิศ (13) ใช้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เพื่อดึงดูดความสนใจของบุคคลในการปรับปรุงบ้านเมืองให้มีชีวิตชีวา (14) การพัฒนาโอกาสจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันในด้านดนตรี การเดินร่ำ อาหาร การออกแบบ การประดิษฐ์คิดค้นต่างๆ (15) จัดระเบียบทัวร์ละครโอเปร่า (Opera tour) ในรูปของการสร้างความสัมพันธ์อันดีกับเมืองท่องเที่ยวต่างๆ (16) การเรียนรู้ทักษะใหม่ๆ (17) การจูงใจให้นักท่องเที่ยวใช้เวลาว่างในแหล่งท่องเที่ยวมากขึ้น (18) การจูงใจให้เกิดความรู้สึกที่ดี ความต้องการติดต่อกันในชุมชนหรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (19) การสร้างสรรค์ของขวัญของที่ระลึกที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์ (20) การสร้างความรู้สึกรักจากการประสบความสำเร็จ (21) การสร้างสิ่งดึงดูดใจด้านอารมณ์ในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งจะกระตุ้นให้บอกต่อและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในแหล่งท่องเที่ยวนั้น (22) มีการนำเสนอ

ต่อนักท่องเที่ยวถึงโอกาสในการเรียนรู้บางสิ่งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ (23) การทำงานร่วมกับบุคคลที่มีความคิดสร้างสรรค์และน่าสนใจ (24) การกระตุ้นบุคคลให้พัฒนางานศิลป์ ช่างฝีมือ และหลักสูตรฝึกปฏิบัติต่างๆ (25) การสร้างสรรค์ในประเด็นต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายสนใจและมีส่วนร่วม เช่น การเขียนภาพ (26) การกระตุ้นให้บุคคลที่เป็นนักท่องเที่ยวสนใจการมีส่วนร่วมกับชุมชนในท้องถิ่น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

1.4 เครือข่ายการสร้างสรรค์ความร่วมมือ (Collaborative network) โดยการสร้างวิสัยทัศน์ร่วมกัน (Shared vision) ดังนี้ (1) การแลกเปลี่ยนความเชี่ยวชาญ มรดกด้านวัฒนธรรม และการปฏิบัติต่างๆ ร่วมกัน (2) การสร้างส่งเสริมการตลาดร่วมกันและการจัดการแพ็คเกจทัวร์ร่วมกัน ตลอดจนการนำเสนอผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ที่มีความคิดสร้างสรรค์ร่วมกัน (3) ความเติบโตของเครือข่ายของเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์ การบริหารจัดการและความร่วมมือกันอย่างมีประสิทธิภาพ (4) การประชุมสัมมนาเครือข่ายประจำปี (5) การหมุนเวียนสับเปลี่ยนโยกย้ายผู้บริหารระหว่างเมืองต่างๆ (6) การสร้างสรรค์แนวความคิดหลักและการเป็นผู้อุปถัมภ์รายการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (7) มีการสร้างอุตสาหกรรมหลักสูตรท้องถิ่นอย่างสร้างสรรค์ (8) นวัตกรรมในการแก้ปัญหาความยากจนของท้องถิ่น (9) นโยบายความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจพอเพียง (10) การแก้ไขประเด็นปัญหาระดับโลก เช่น ภาวะโลกร้อน

1.5 งานที่สำคัญที่เป็นเครือข่ายการสร้างสรรค์ความร่วมมือ มีดังนี้ (1) การประชุมประจำปีระหว่างเครือข่าย ภาครัฐ ภาคเอกชน อย่างสร้างสรรค์ โดยการประชุมแต่ละครั้งจะต้องเน้นแนวคิดหลักที่เป็นความสร้างสรรค์ เช่น การประชุม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ระหว่างประเทศ เป็นต้น (2) โครงสร้างเมทริกซ์ในการติดต่อเพื่อให้เกิดความสะดวกในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนระหว่างเครือข่ายกับเมืองต่างๆ เช่น เป็นการประชุมร่วมกันระหว่างจังหวัดต่างๆ ที่อยู่ในเส้นทาง เช่น เชียงราย / เชียงแสน (ไทย) เชียงตุง (พม่า) เชียงรุ่ง (จีน) เชียงทอง หลวงพระบาง (ลาว) พร้อมทั้งกำหนดบุคคล/กลุ่มบุคคลที่ทำหน้าที่ประสานงานในการสร้างสรรค์สำหรับแต่ละเมืองโดยมีข้อมูลเพื่อการติดต่อ โดยกำหนดเป็นเมืองหลักและเมืองรอง (3) กำหนดรางวัลเพื่อยกย่องชมเชยเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์ การให้รางวัลจะต้องมีการเชื่อมโยงกับการประชุมประจำปี (4) เครือข่ายเว็บไซต์ (Network website) กระตุ้นให้มีการพัฒนาเว็บไซต์ที่มีการเชื่อมโยงแต่ละเมือง เว็บไซต์นั้นจะต้องทำหน้าที่สำรวจด้วยคำถามที่ว่ามีความคิดสร้างสรรค์อะไร/เป็นอย่างไร ตลอดจนเว็บไซต์จะต้องมีตารางกิจกรรมประจำปี แหล่งข้อบ่งชี้ในแต่ละเมือง แหล่งที่พำนัก ข้อมูลเกี่ยวกับการประชุมสัมมนา รางวัลการยกย่องนับถือ และกิจกรรมเครือข่ายงานที่มีความคิดสร้างสรรค์ (5) สื่อและการประชาสัมพันธ์จะเผยแพร่กิจกรรมและความสำเร็จของเมืองที่มีความคิดสร้างสรรค์ งานที่สำคัญ

ก็คือการพัฒนาเรื่องราวและข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมของเมืองเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งมีอิทธิพลทั้งสื่อสิ่งพิมพ์ด้านวัฒนธรรม และสื่อสิ่งพิมพ์ด้านธุรกิจ (6) ความเป็นผู้นำและความร่วมมือ (Leadership and coordination) เครือข่ายงานจำเป็นต้องมีการประสานงานกันระหว่างเมืองที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชน โดยนำเสนอขอบเขตของอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ผ่านเครือข่ายเว็บไซต์ และ Blogs ดังนั้นจะต้องจัดภาวะผู้นำอย่างมีโครงสร้าง โดยมีการกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบ ตลอดจนโครงสร้างงานที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมและเหตุการณ์ต่างๆ

2. หลักการของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism)

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable tourism) มีผู้ให้คำนิยามไว้ต่างๆ ดังนี้ (1) Butler (1993) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการพัฒนาและรักษา หรือเป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อม เช่น การทำลายหรือทำให้สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลง รวมทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิต กิจกรรม และกระบวนการของผู้คน (2) World Tourism Organization (1996) กล่าวว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเป็นการท่องเที่ยวที่มีการบริหารทรัพยากรต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านศิลปะของนักท่องเที่ยวและชุมชนในท้องถิ่น ควบคู่กับการรักษาความสมบูรณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural integrity) กระบวนการเชิงนิเวศ (Ecological processes) ความหลากหลายทางชีวภาพ (Biological diversity) และยกระดับคุณภาพชีวิต (Life support system)

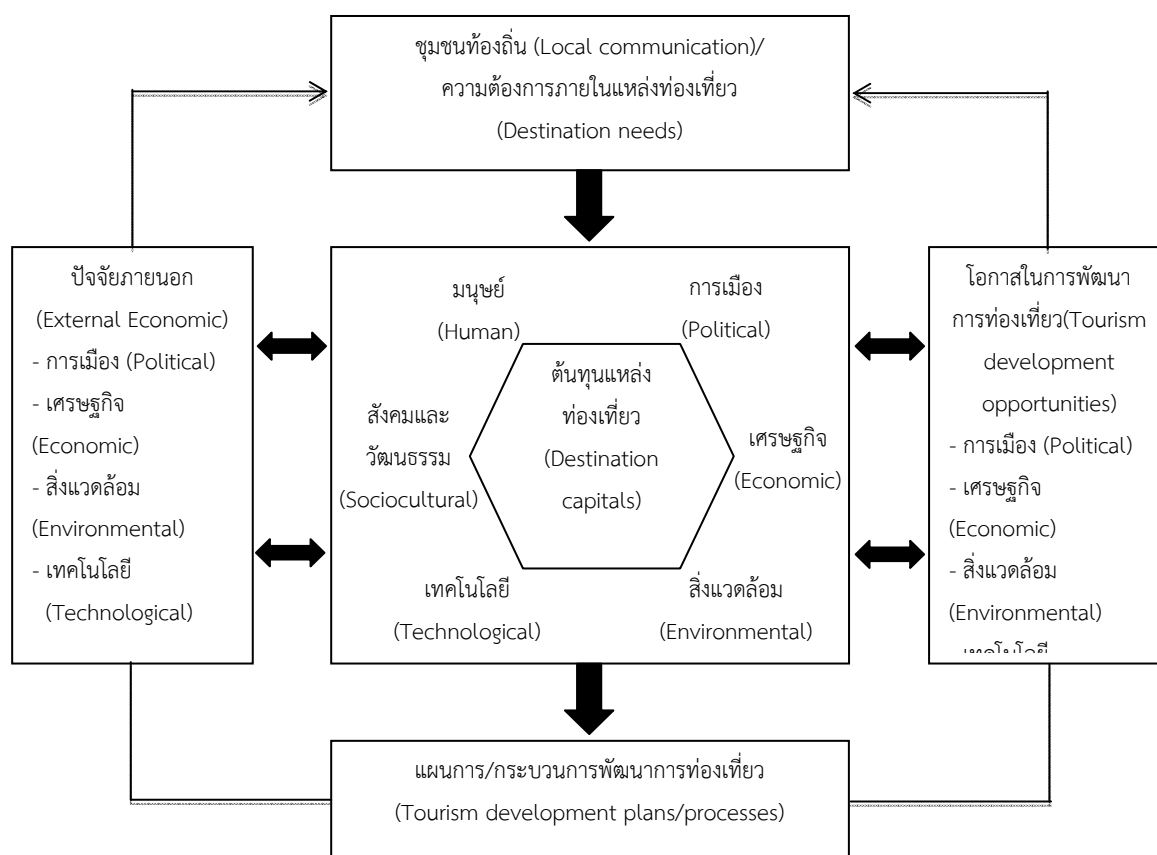
จากความหมายข้างต้นจะเห็นว่า การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ (1) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ (Economic sustainability) (2) ความยั่งยืนทางสภาพแวดล้อม (Environmental sustainability) และ (3) ความยั่งยืนทางสังคม (Social sustainability) ซึ่งถือเป็นหลักการที่สำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

2.2 หลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Principles of sustainable tourism development) Telfer & Sharpley (2008) ได้สรุปหลักการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไว้ 8 ประการ ได้แก่ (1) การท่องเที่ยวควรมีการวางแผนและควบคุมการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางสังคม และทรัพยากรทางวัฒนธรรม รวมถึงทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว (2) การวางแผน การพัฒนา และการดำเนินการการท่องเที่ยว จะต้องมีการบูรณาการกลยุทธ์การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระดับชาติและระดับท้องถิ่นเข้าด้วยกัน โดยพิจารณาถึงทรัพยากรที่มีอยู่ การใช้ทรัพยากร และปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (3) การท่องเที่ยวควรสนับสนุนกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชนในท้องถิ่นอย่างเหมาะสม (4) ชุมชนในท้องถิ่นควรได้รับการสนับสนุนและมีส่วนร่วมในการวางแผน การพัฒนา และการควบคุมการท่องเที่ยว ทั้งนี้จะต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน เพื่อให้ทุกฝ่ายได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม

(5) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจะต้องเคารพในโครงสร้างทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ วิถีชีวิต สภาพแวดล้อม และการเมืองภายในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (6) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทุกคนควรได้รับความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นและรูปแบบของการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมทั้งฝึกอบรมและสร้างจิตสำนึกผ่านการให้ศึกษา และการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบ (7) ควรทำการวิจัยในทุกชั้นของการพัฒนาการท่องเที่ยว และดำเนินการแก้ปัญหา เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นและใช้ความได้เปรียบจากโอกาสได้อย่างเหมาะสม (8) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายจะต้องร่วมมือและทำงานร่วมกัน เพื่อลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลจากการพัฒนา และบริหารจัดการการท่องเที่ยว

แนวความคิดของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมปรับสภาพการจัดการเพื่อเข้าสู่ยุคใหม่ของกระแสโลกที่เปลี่ยนไป (Paradigm Shift) จากสังคมบริโภคนิยมสู่ยุคสมัยสังคมเป็นใหญ่ (สถานการณ์สิ่งแวดล้อมไทย, 2548) ดังนั้น ขอบเขตของการพัฒนาจึงครอบคลุมทุกองค์ประกอบทุกส่วนของการท่องเที่ยวหรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งหมดต้องมุ่งสู่ความยั่งยืน (All Tourism Should Be Sustainable Tourism) (Dowling, 1995) กล่าวโดยสรุปกิจกรรมการท่องเที่ยวจะต้องสามารถดำรงอยู่ได้มีนักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนอย่างสม่ำเสมอทรัพยากรการท่องเที่ยวยังคงรักษาความดึงดูดใจไว้ได้ไม่เสื่อมคลายกิจการบริการมีกำไร แม้ต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงการให้บริการอยู่เสมอ ผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมทั้งทางธรรมชาติ สังคม และวัฒนธรรม จะต้องไม่มีหรือน้อยที่สุด มีแต่การจัดการอย่างยั่งยืนเท่านั้นจึงจะสามารถคงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวได้หลักการพื้นฐานของความยั่งยืนจะต้องได้รับการปฏิบัติโดยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งหมด

2.3 โมเดลต้นทุนของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Destination capitals model of tourism development) Sharpley (2008) กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental capital) ต้นทุนด้านบุคลากร (Human capital) ต้นทุนด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-cultural capital) ต้นทุนด้านเศรษฐกิจ (Economic capital) และต้นทุนด้านการเมือง (Political capital) แตกต่างกัน ซึ่งต้นทุนเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ในการตอบสนองความต้องการและการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตลอดจนช่วยให้ชุมชนในท้องถิ่นได้ใช้ประโยชน์จากโอกาสในตลาด ดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 โมเดลต้นทุนของแหล่งท่องเที่ยวในการพัฒนาการท่องเที่ยว (Destination capitals model of tourism development)

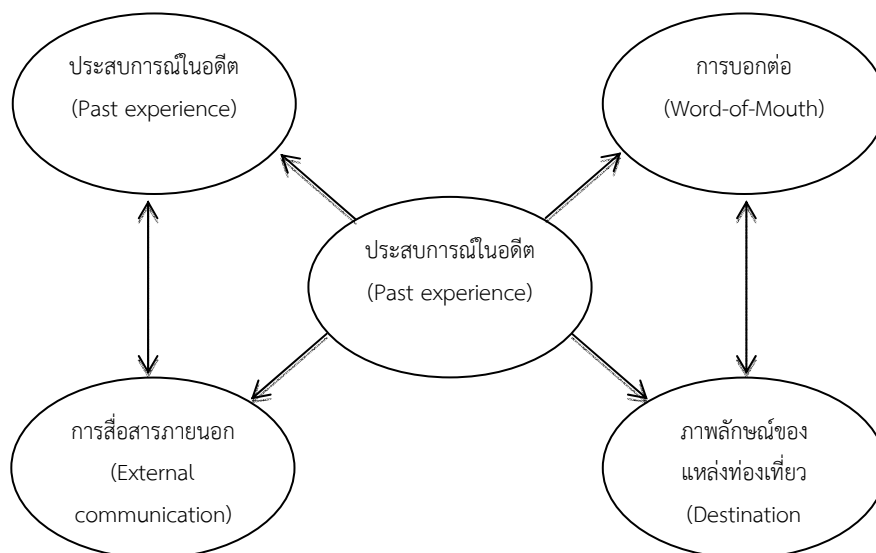
ที่มา: Sharpley, R. (2009). Tourism, Development and the Environment: Beyond Sustainability?. London: Earthscan, p. 181.

จากภาพที่ 2.2 อธิบายได้ว่า ต้นทุนในแหล่งท่องเที่ยวด้านต่างๆ (Destination capitals) จะก่อให้เกิดผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวตามความต้องการของชุมชนในท้องถิ่น (Local community) เช่น สร้างการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เพิ่มโอกาสการจ้างงาน ดึงดูดใจให้เกิดการลงทุนระหว่างประเทศ (International investment) และสร้างรายได้ให้ประเทศ เป็นต้น ขณะเดียวกันชุมชนในท้องถิ่นและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายก็จะต้องรักษาด้านทุนในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงต้นทุนด้านสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้ในอนาคต โดยคำนึงถึง (1) ปัจจัยภายนอก (External forces) ได้แก่ การเมือง (Political) เศรษฐกิจ (Economic) กฎหมาย (Legal) และเทคโนโลยี (Technological)(2) โอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งขึ้นอยู่กับตลาด (Markets) ผลิตภัณฑ์ (Products)การลงทุน (Investment) และการสนับสนุนของตัวแทนภายนอก(External agency support)

3. ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Tourists' Expectation and Perception)

ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นศึกษาความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) โดยการวัดความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Tourists' expectation) โดยอาศัยแนวคิดของนักวิจัยที่ว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจะนำไปสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.1 ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (Tourists' expectation) Marenco (2010) กล่าวว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเป็นความนึกคิดในช่วงแรกที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในสถานที่นั้นๆ ซึ่งขึ้นอยู่กับภาพลักษณ์ ประสบการณ์ในอดีตและข้อมูลในความทรงจำของนักท่องเที่ยวที่เคยได้ยินหรือได้เห็นจากสื่อต่างๆเช่นเดียวกับ Zeithaml; Parasuraman; & Berry (1990) ที่กล่าวว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเป็นความนึกคิดที่ได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ในอดีต โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นเป็นครั้งแรก นอกจากนี้ การบอกต่อจากเพื่อนหรือญาติก็เป็นแหล่งข้อมูลสำคัญที่มีผลต่อความเชื่อถือและความไว้วางใจดังภาพที่ 2.3



ภาพที่ 2.3 กรอบแนวคิดเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยว (A framework for tourist expectations)

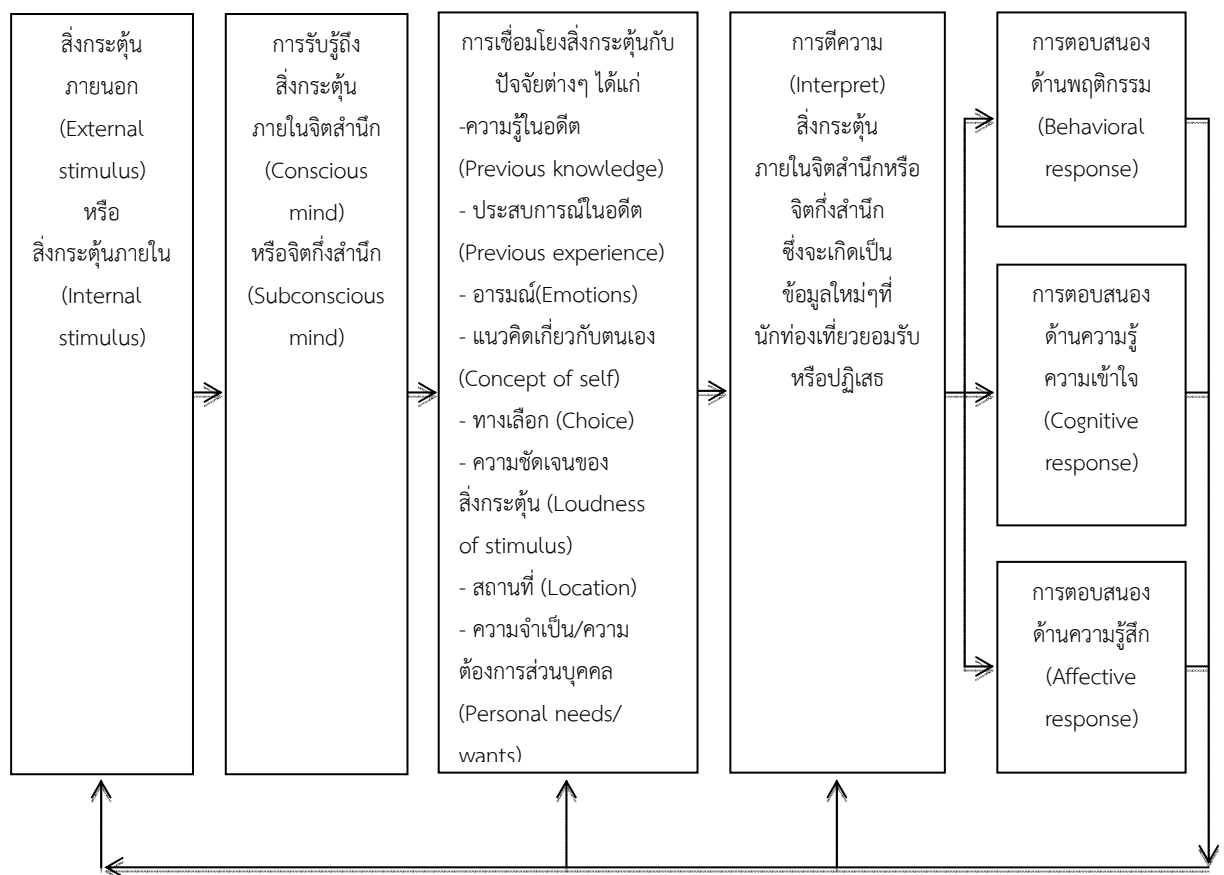
ที่มา: Ignacio Rodríguez del Bosque, Héctor San Martín, Jesús Collado, María del Mar García de los Salmones. (2009). A framework for tourist expectations. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*. Vol. 3, Issue.2, pp.139-147.

ทั้งนี้ Reisinger (2001) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวทุกคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน ความต้องการดังกล่าวจะก่อให้เกิดความคาดหวังในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวซึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความเสี่ยงมากกว่าสินค้าทั่วไปที่สามารถจับต้องได้ นักท่องเที่ยวจึงพิจารณาความคาดหวังโดยคำนึงถึงคุณภาพของบริการและราคาเป็นหลัก

การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันโดยการตอบสนองความคาดหวังในบริการของผู้บริโภค และยึดหลักว่าความคาดหวังของลูกค้าจะนำไปสู่การปรับปรุงบริการต่างๆให้ดีขึ้น (Clow;&Vorhies, 1993) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในประเด็นต่างๆ ดังนี้(1)เศรษฐกิจ (Economic)(2)สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ (Environment/Natural) (3) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecological tourism) (4)การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural heritage reservation) (5)ความดั้งเดิม (Authenticity) (6)นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation) (7)ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Human interaction)(8) การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural travel and tourism) (9) เมืองในลักษณะสร้างสรรค์ (Creative cities)(10)กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism clusters) (11) ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism landscapes) (12) ทัวร์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism tours) (13) เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism routes) ทางรถยนต์ เรือ เครื่องบิน (14) แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism corridors)

3.2 การรับรู้ของนักท่องเที่ยว (Tourists' perception) Strydom; Jooste; & Cant (2000, p. 84) กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการในการรับ จัดระเบียบ และแปลความข้อมูล หรือสิ่งเร้าที่มากกระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 เช่นเดียวกับ Solomon (2007, p. 49) ที่กล่าวว่า การรับรู้ (Perception) ของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการซึ่งแต่ละบุคคลเลือกสรร จัดระเบียบ และตีความเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นโดยอาศัยประสาทสัมผัสทั้งห้า การรับรู้เกิดจากสิ่งกระตุ้นจากประสาทสัมผัสทั้ง 5 ได้แก่ การได้เห็นด้วยตา การได้ยินจากหู การได้กลิ่นจากจมูก การได้ลิ้มรสจากลิ้น และการได้สัมผัสจากผิวหนัง ซึ่งประสาทสัมผัสทั้ง 5 จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการเปิดรับ (Exposure) ความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว (Attention) และเกิดการตีความการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว (Interpretation) ในทางพอใจหรือไม่พอใจ นอกจากนี้ค่านิยมข้างต้นยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Schiffman & Kanuk (2004) ที่กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกสรร จัดลำดับ และตีความสิ่งเร้าให้เป็นภาพที่มีความหมายหรือมองในเชิงเหตุและผล กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ การรับรู้เป็นสิ่งที่อธิบายถึงการมองโลกของบุคคลนั้นๆ

Wilson; & Beard (2003, pp.88-97) ได้กล่าวถึงกระบวนการการรับรู้ไว้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายนอกและภายในผ่านทางประสาทสัมผัส ซึ่งจะเปลี่ยนเป็นการรับรู้ถึงสิ่งกระตุ้นภายในจิตสำนึก (Conscious mind) หรือจิตกึ่งสำนึก (Subconscious mind) จากนั้นนักท่องเที่ยวจะพิจารณาและเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตีความ ซึ่งได้แก่ ความรู้ในอดีต (Previous knowledge) ประสบการณ์ในอดีต (Previous experience) อารมณ์ (Emotions) แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง (Concept of self) ทางเลือก (Choice) ความชัดเจนของสิ่งกระตุ้น (Loudness of stimulus) สถานที่ (Location) และความจำเป็น/ความต้องการส่วนบุคคล (Personal needs/wants) ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่ก็ได้ หากนักท่องเที่ยวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ได้แก่ การตอบสนองด้านพฤติกรรม (Behavioral response) การตอบสนองด้านความรู้ความเข้าใจ (Cognitive response) และการตอบสนองด้านความรู้สึก (Affective response) ทั้งนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความในอนาคต รวมทั้งเป็นสิ่งกระตุ้นภายในต่อไป ดังภาพที่ 2.4



ภาพที่ 2.4 กระบวนการการรับรู้ (Perception process)

ที่มา: Wilson, J.P.; & Beard, C. (2003). The learning combination lock—an experiential approach to learning design.

Journal of European Industrial Training, Vol. 27, Issue: 2/3/4, pp.88-97.

ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ดังนี้ (1) การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ (Economic)(2) การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ (Environment/ Natural) (3) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecological tourism) (4) การสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural heritage reservation) (5) ความดั้งเดิม (Authenticity) (6) นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation) (7) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Human interaction)(8) การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural travel and tourism) (9) เมืองในลักษณะสร้างสรรค์ (Creative cities)(10) ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism clusters) (11) ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism landscapes) (12) ทัวร์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism tours) (13) เส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism routes) ทางรถยนต์ เรือ เครื่องบิน (14) แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism corridors)

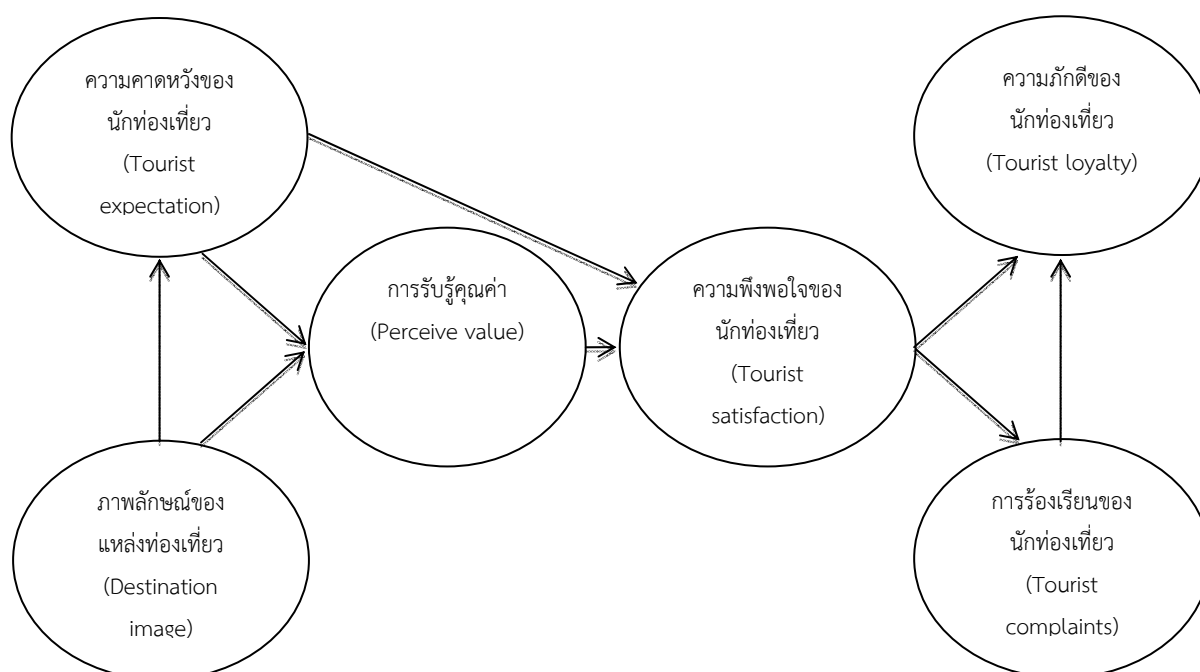
4. ความพึงพอใจต่อเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Overall satisfaction with creative tourism route)

4.1 ความหมายของความพึงพอใจต่อเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Overall satisfaction with creative tourism route) ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist satisfaction) หมายถึง การเปรียบเทียบความความหวังก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวและประสบการณ์ภายหลังการท่องเที่ยว (Chen; & Chen. 2010) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่มีผลต่อการทำการตลาดในแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากมีอิทธิพลต่อการเลือก การบริโภคผลิตภัณฑ์ การใช้บริการ และการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ (Kozak; & Rimmington. 2000) ดังรูปที่ 2.4 เมื่อนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบประสบการณ์และความคาดหวังของตนแล้วเกิดความรู้สึกที่ดีก็จะเกิดเป็นความพึงพอใจและมีแนวโน้มที่จะท่องเที่ยวซ้ำตรงข้ามหากนักท่องเที่ยวรู้สึกไม่พึงพอใจก็มีแนวโน้มที่จะเปลี่ยนไปใช้บริการที่อื่น (Oliver & Swan, 1989) จากที่กล่าวมานี้ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจะได้รับอิทธิพลโดยตรงจากความคาดหวัง (Xia., et al., 2009; & Song., et al. 2011) และการรับรู้คุณค่า (Huang; & Su. 2012; Chen; & Chen. 2010; & Song., et al. 2011) ทั้งนี้ นักวิชาการจำนวนมากกล่าวว่า ความภักดีและความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กัน (Lee., et al. 2011) โดยระดับของความพึงพอใจจะมีผลกระทบบต่อความภักดี (McCleary, Weaver & Hsu, 2003; Kozak & Rimmington, 2000; Fornell, 1992) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Huang, et al. (2006) Hui, et al. (2007) และ Su; & Fan (2011) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจจะกลับมาท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นอีกครั้ง และชักชวนให้นักท่องเที่ยวรายอื่นไป

ท่องเที่ยว นอกจากนี้การวิจัยของ Song, et al. (2011) Lee, et al. (2011) และ Xia, et al. (2009) พบว่า นักท่องเที่ยวที่รู้สึกไม่พึงพอใจจะร้องเรียนเกี่ยวกับการให้บริการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อ การรับรู้ดังภาพที่ 2.5 และ 2.6

ความพึงพอใจ (Satisfaction) = ความคาดหวัง (Expectation) - การรับรู้ (Perception)
 ถ้าความคาดหวัง (Expectation) มากกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่าไม่พอใจ (Dissatisfaction)
 ถ้าความคาดหวัง (Expectation) เท่ากับการรับรู้ (Perception) แสดงว่าพอใจ (Satisfaction)
 ถ้าความคาดหวัง (Expectation) น้อยกว่าการรับรู้ (Perception) แสดงว่ามีความชื่นชมยินดี (Delight)

ภาพที่ 2.5 สมการที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 2.6 ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและผลกระทบที่เกิดขึ้น (Factor Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences)

ที่มา: Sadeh, E., Asgarl, F., Mousavi, L.; &Sadeh, S. (2012). Factor Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences. *Journal of Basic and Applied Scientific Research*. Vol. 2, No. 2, p. 1559.

นอกจากที่ได้กล่าวมาข้างต้น Woodside; & Lyonski (1989, p. 10) ยังได้ระบุถึงสมมติฐานที่ว่า การท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านมาจะมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวในอนาคต กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีความสุขกับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่ผ่านมา เขาจะไม่มองข้อมูลจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป ดังนั้นความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อแหล่งท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลต่อความภักดีทางด้านทัศนคติและด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ซึ่ง

สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ross (1993) และ Petrick, Morais; & Norman(2001)ที่พบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่สนุกมากเกินกว่าความคาดหวัง ก็มีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการอีก (Ross, 1993;)

ในงานวิจัยเรื่องนี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเป็นความพึงพอใจต่อเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ คือ เส้นทางเชียงราย (ไทย) เชียงตุง (พม่า) เชียงรุ้ง (จีน) โดยใช้ (1) โมเดลความคาดหวัง-ความไม่สอดคล้องกัน (Expectation-disconfirmation model) (Oliver. 1980) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะมีการพัฒนาความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยวจากแหล่งของการสื่อสารต่างๆ ภายหลังการเยี่ยมชมซึ่งถ้าประสบการณ์นั้นสอดคล้องกับความคาดหวังก็จะเกิดความพึงพอใจ(2) ทฤษฎีความคุ้มค่า (Value theory) (Oliver & Swan, 1989) ที่กล่าวว่า ถ้านักท่องเที่ยวเห็นว่าตนได้รับประโยชน์มากกว่าต้นทุนที่จ่ายไปทั้งในด้านเวลาและความพยายาม ถือว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีความคุ้มค่า

ทั้งนี้การวัดผลความพึงพอใจจะอยู่ในรูปของการวัดและวิเคราะห์ความพึงพอใจโดยรวม (Overall satisfaction) ในประเด็นดังนี้ (1) ความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวโดยยึดหลักความคุ้มค่าที่รับรู้ (2) การเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ (3) การเปรียบเทียบความพึงพอใจโดยรวมกับคู่แข่ง

4.2 การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (Sustainable creative tourism) เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมรูปแบบหนึ่ง (Cultural tourism) (Ohridska-Olson. 2009 : 2; Ohridska-Olson; & Ivanov. 2010) ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งให้เกิดความผูกพัน (Engage) ประสบการณ์จริง (Authentic experience)และการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม (Participative learning) ด้านศิลปะ มรดกทางวัฒนธรรม ลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น(UNESCO. 2006)รวมถึงงานฝีมือ อาหาร และกิจกรรมอื่นๆ ที่ช่วยเชื่อมโยงนักท่องเที่ยว คนในท้องถิ่น และมรดกทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน (Richards; & Wilson. 2007)เพื่อให้เกิดความยั่งยืนโดยยึดหลักการที่เรียกว่า เสาหลัก 3 ประการ (Three pillars) ได้แก่ สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Society) และเศรษฐกิจ (Economy) (United Nations General Assembly. 2005)ตลอดจนการมีส่วนร่วมระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียซึ่งงานวิจัยเรื่องนี้เป็นารเปรียบเทียบความคาดหวังกับการรับรู้จริงในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนสำหรับการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ (Creative economy)หมายถึง การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้(Knowledge)การศึกษา(Education)การสร้างสรรคงาน(Creativity)การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา(Intellectual property)ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมตลอดจนการส่งเสริมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมใหม่ (สำนักงาน

คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ; เสาวรภัย กุสุมา ณ อยู่ธยา. 2553) โดยความสร้างสรรค์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นจากคิติดของมนุษย์ (Howkins. 2001) หรือเป็นระบบเศรษฐกิจที่มีการนำวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีมารวมเข้าด้วยกัน โดยมีปัจจัยหลักมาจากความสามารถและทักษะพิเศษของบุคคล ก่อให้เกิดอุตสาหกรรมความคิดสร้างสรรค์ (Creative industry) หรือ อุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม (Cultural industry) (BrandAge. 2009) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็น การวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวทั้งเชิงเกษตรและหัตถกรรมซึ่งก่อให้เกิดรายได้ขึ้นเนื่องมาจากการรวมกลุ่มของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) ดังนี้ (1) มีการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้าในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (2) มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก (3) สินค้าหัตถกรรมในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น (4) ชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แซ่ฉิม เป็นต้น (5) สินค้าของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีบรรจุภัณฑ์สวยงามในการซื้อ

4.2.2 การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ (Environment)/Natural)

หมายถึงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมในด้านกายภาพ ด้านสังคม และด้านวัฒนธรรม (Sternberg; & Grigorenko. 1997; Harrington. 1999) ซึ่งจะช่วยให้ผู้คนเกิดความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ ได้มากขึ้น (Czikszenmihalyi, 1996: 1) กล่าวคือ การผลิตสินค้าและบริการจะต้องไม่ก่อให้เกิดผลกระทบกับสิ่งแวดล้อมของชุมชนในท้องถิ่น (อัจฉรา ศรีพันธ์; และเพ็ญอรุณ ปรีดีดิolk. 2555: 66) เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการปกป้องสิ่งแวดล้อม การลดปัญหาความยากจนและการเติบโตทางเศรษฐกิจ (นิธิ เอียวศรีวงศ์. 2552 : 56) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็น การวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมให้มีภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติและอากาศที่บริสุทธิ์ในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) ดังนี้ (1) มีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ที่ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ (2) มีภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ ความงดงามในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (3) อากาศในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันทิษ และกลิ่นเหม็น

4.2.3 การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecological tourism) หมายถึง การท่องเที่ยว

ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อชื่นชมทัศนียภาพ ศึกษารวมชาติ พืช สัตว์ป่า (Ceballos-Lascurain. 1987 : 14) และวัฒนธรรมในท้องถิ่น โดยก่อให้เกิดผลกระทบเชิงลบต่อธรรมชาติและวัฒนธรรมเหล่านั้น (Tickell. 1994 : ix) ตลอดจนพัฒนาและยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในท้องถิ่น (Honey. 1999) ใน

งานวิจัยเรื่องนี้เป็น การวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องการเรียนรู้ การมีส่วนร่วม จากนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) ดังนี้ (1) ท่านสามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (2) การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (3) ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

4.2.4 การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม (Cultural heritage reservation)

หมายถึง การปกป้องหรือรักษามรดกทางวัฒนธรรมให้คงอยู่ รวมทั้งอาจมีการปรับปรุงวัฒนธรรมบางอย่างเพื่อให้วัฒนธรรมนั้นๆ ไม่หายไป (Bartler. 2012) วัฒนธรรมนี้จะหมายรวมถึงวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ เช่น แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ศิลปะ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ภาษา และทรัพย์สินทางปัญญาต่างๆ (Thomas-Hoffman. n.d.) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็น การวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องการมีส่วนร่วมในกิจกรรมส่งเสริมวัฒนธรรม การบำเพ็ญประโยชน์ การเรียนรู้ และกิจกรรมนันทนาการในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) ดังนี้ (1) แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น (2) แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่าการทำบุญ ระบายพื้นเมือง เป็นต้น (3) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (4) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า (5) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายพื้นเมือง ฯลฯ

4.2.5 ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม (Authenticity) หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ทางวัฒนธรรมที่ถือเป็นต้นกำเนิดของวัฒนธรรมต่างๆ มีความคงที่ เป็นลักษณะที่บริสุทธิ์ ไม่ผ่านการปรับเปลี่ยนหรือผสมผสาน (Brown. 2008) ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการสร้างและรักษาคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรม (Niskasaari. 2008) ทั้งนี้การกำหนดเกณฑ์ความดั้งเดิมทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ทำได้ยาก เนื่องจากกลุ่มทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกันจะมีเกณฑ์แตกต่างกัน (Higgins. 2002) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็น การวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คน ลักษณะของบ้านเรือน/เมือง การแต่งกายของผู้คน และความเป็นธรรมชาติที่ยังไม่ถูกทำลายในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) ดังนี้ (1) รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ยังคงความดั้งเดิม (2) ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ยังคงความดั้งเดิม (3) ลักษณะการแต่งกายของผู้คนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ยังคงความดั้งเดิม (4) ลักษณะความเป็นธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ยังไม่ถูกทำลาย

4.2.6 นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation) หมายถึง การนำความคิดใหม่และองค์ประกอบต่างๆ มาแปลงเป็นสินค้า กระบวนการ หรือการบริการที่สร้าง

มูลค่าเพิ่ม(Amabile., et al. 1996) กับการท่องเที่ยวหรือเป็นการนำเสนอทรัพยากรท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงทรัพยากรการท่องเที่ยวใหม่ๆ หรือแตกต่าง โดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสาร ความร่วมมือของผู้ส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มต่างๆ และทรัพยากรมนุษย์ (ชนินทร์ อยู่เพชร. 2555 : 6) ทั้งนี้วัตรกรรมการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกเป็นวัตรกรรมด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ด้านกระบวนการ ด้านองค์กร และด้านการตลาด (Schumpeter. 1934) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ การบูรณะ และการปรับปรุงการให้บริการอย่างต่อเนื่องในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว)ดังนี้(1) มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (2) มีการบูรณะอย่างต่อเนื่องในโบราณสถาน/พิพิธภัณฑสถานที่มีอยู่ไม่ให้เกิดเสื่อมโทรม (3) มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

4.2.7 ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Human interaction)หมายถึงการสร้าง ความสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น (Hollinshead. 1993)ด้วยการพูดคุย ให้คำแนะนำ หรือให้ความช่วยเหลือ (Forsyth. 2006) ซึ่งจะส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Huh. 2002 : ii) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่อง ความมีอัธยาศัยไมตรี ความเป็นมิตร และความเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว)ดังนี้(1)คนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มี อัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว (2)คนในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้เต็มใจให้ความช่วยเหลือ นักท่องเที่ยว

4.2.8 การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural travel and tourism)หมายถึงการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ไม่ได้เป็นคนในท้องถิ่น ซึ่งเป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่ เกิดจากความสนใจเกี่ยวประวัติศาสตร์ ศิลปะ หรือวิถีชีวิต/มรดกทางวัฒนธรรม ภายในท้องถิ่นนั้นๆ (Silberberg. 1995)โดยจะตั้งอยู่บนพื้นฐานของประสบการณ์การมีส่วนร่วมและการส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมและเทศกาลต่างๆ (Hall; &Zeppel. 1990) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์มีประเพณีเทศกาลต่างๆสถาปัตยกรรม ศิลปหัตถกรรม อาหารท้องถิ่น ที่ดึงดูดความสนใจและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว)ดังนี้(1) แหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ (2) ในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ (3)มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (4)มีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (5) มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

4.2.9 แหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative destination) หมายถึงการพัฒนาและรักษาวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมภายในแลโดยรอบชุมชน ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการสร้างความผูกพันและช่วยสื่อสารกับนักท่องเที่ยว (Richards; & Wilson. 2007) เพื่อให้นักท่องเที่ยวจะได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ ตลอดจนลดความเสี่ยงหรือความรู้สึกไม่สะดวกสบายของนักท่องเที่ยวให้น้อยลง (Csikszentmihályi. 1990) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็น การวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องการปรับภูมิทัศน์ของเมือง บ้านเรือน วัฒนธรรมท้องถิ่นให้มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม โดดเด่นดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) ดังนี้ (1) มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (2) มีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (3) มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ (4) มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นในแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้

4.2.10 คุณภาพการท่องเที่ยวแนวชายแดน (Quality of border tourism) หมายถึงการท่องเที่ยวข้ามพรมแดนระหว่างประเทศ (Timothy; & Butler. 1995) ซึ่งอาจจะเป็นการท่องเที่ยวในวันเดียวหรือค้างแรมก็ได้ (Gupta; & Data. 2011) ในงานวิจัยเรื่องนี้เป็น การวัดความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเรื่องความสะดวกรวดเร็วในการข้ามชายแดน ความหลากหลายและคุณภาพของอาหาร และสินค้าที่จำหน่ายตามแนวชายแดนในแหล่งท่องเที่ยวอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (ไทย-พม่า-จีน-ลาว) ดังนี้ (1) การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว (2) ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ (3) ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ

5. แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourists' Behavior and Trend)

แนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Tourists' Behavior and Trend) มีดังนี้

5.1 พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะใช้หลักพฤติกรรมผู้บริโภคทางการตลาด ดังนี้

พฤติกรรมนักท่องเที่ยว (Tourist behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งบุคคลทำการค้นหา (Searching) การซื้อ (Purchasing) การใช้ (Using) การประเมินผล (Evaluating) และการใช้จ่าย (Disposing) ในผลิตภัณฑ์และบริการ โดยคาดว่าจะตอบสนองความต้องการของเขา (Schiffman & Kanuk, 2007, p. G-3) หรือหมายถึง พฤติกรรมการตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของเขา (Solomon, 2007, p. 622) หรือเป็นกระบวนการตัดสินใจและลักษณะกิจกรรมของแต่ละบุคคลเมื่อทำการประเมินผล (Evaluating) การได้รับ (Obtaining) การใช้ (Using) และการ

ดำเนินการภายหลังการบริโภค (Disposing) สินค้าและบริการ (Blackwell, Miniard & Engel, 2006, p. 735)

จะเห็นว่าการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาวิธีการที่แต่ละบุคคลทำการตัดสินใจที่จะใช้ทรัพยากร (เงิน เวลา บุคลากร และอื่นๆ) เกี่ยวกับการบริโภคสินค้า ซึ่งนักการตลาดต้องศึกษาว่าสินค้าที่เขาจะเสนอขายนั้น ใครคือลูกค้า (Who?) ผู้บริโภคซื้ออะไร (What?) ทำไมจึงซื้อ (Why?) ซื้ออย่างไร (How?) ซื้อเมื่อไร (When?) ซื้อที่ไหน (Where?) ซื้อและใช้บ่อยครั้งเพียงใด (How often?) รวมทั้งศึกษาว่าใครมีอิทธิพลต่อการซื้อ (Who ?) (Schiffman & Kanuk, 2007, p. G-3)

ในงานวิจัยเรื่องนี้จะเน้นแนวโน้มพฤติกรรม ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง 6 เส้นทาง คือ (1) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) – พม่า (เชียงใหม่) (2) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) – พม่า (เชียงใหม่) – จีน (เชียงรุ่ง) (3) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) – พม่า (เชียงใหม่) – จีน (เชียงรุ่ง) – ลาว (เชียงทองหลวงพระบาง) (4) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) – จีน (เชียงรุ่ง) – ลาว (เชียงทองหลวงพระบาง) (5) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) – ลาว (เชียงทองหลวงพระบาง) (6) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) – จีน (เชียงรุ่ง) คือ แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามเส้นทางดังกล่าวว่านักท่องเที่ยวจะมาท่องเที่ยวอีกหรือไม่

5.2 กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer buying decision process)

เป็นลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จากการสำรวจรายงานของผู้บริโภคจำนวนมากในกระบวนการซื้อพบว่า ผู้บริโภคผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ (1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ถึงปัญหา (2) การค้นหาข้อมูล (3) การประเมินผลทางเลือกก่อนการซื้อ (4) การตัดสินใจซื้อ (5) พฤติกรรมภายหลังการซื้อ ทั้งนี้ผู้บริโภคอาจจะข้ามหรือย้อนกลับไปเริ่มต้นขั้นตอนก่อนหน้านี้ก็ได้ ซึ่งแสดงให้เห็นถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อและพฤติกรรมภายหลังการซื้อว่าผู้บริโภค (นักท่องเที่ยว) จะมาท่องเที่ยวในเส้นทางดังกล่าวอีกหรือไม่

ในงานวิจัยเรื่องนี้จะมุ่งเน้นเฉพาะพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายหลังการซื้อ (ท่องเที่ยว) (Post-purchase behavior) คือ แนวโน้มพฤติกรรมความตั้งใจซื้อ (ท่องเที่ยว) ในอนาคต โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวภายหลังการซื้อหรือการใช้บริการ (Post-purchase behavior) ซึ่งประกอบด้วย

(1) การบริโภค (Consumption) หมายถึง ในประเด็นนี้จะเกี่ยวข้องกับการบริโภคในอนาคต (Consumption trend) เช่น การตัดสินใจในการใช้บริการ การท่องเที่ยวซ้ำ เป็นต้น

(2) ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination satisfaction) เป็นความรู้สึกภายหลังการท่องเที่ยว คือ พอใจ/ไม่พอใจ ถ้าพอใจก็จะบอกต่อในแง่ดีและท่องเที่ยวซ้ำ ถ้าไม่พอใจก็จะบอกต่อในแง่ไม่ดี และไม่ท่องเที่ยวอีก

(3) ความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยว (Destination loyalty) หมายถึง ประกอบด้วย ความภักดีด้านทัศนคติ (Attitudinal loyalty) และความภักดีด้านพฤติกรรม (Behavioral loyalty) เมื่อลูกค้าเกิดความรู้สึกดีก็จะส่งผลต่อพฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวก และความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต

(4) พฤติกรรมการบอกต่อเชิงบวก (Word of mouth communication) เป็นการสื่อสารภายหลังการซื้อโดยลูกค้า โดยระบุถึงทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งการบอกต่ออาจจะเป็นเชิงบวกหรือเชิงลบก็ได้หรือหมายถึงการสื่อสารโดยลูกค้าภายหลังการซื้ออย่างตั้งใจ การสื่อสารในการบอกต่อในแง่ดีนั้นเกิดขึ้นเมื่อลูกค้ามีความรู้สึกที่ดีจากประสบการณ์หรือการปฏิบัติ จึงให้การสนับสนุนบริษัท (Westbrook, 1987) ซึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้ ประกอบด้วย การศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมความตั้งใจท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 เส้นทาง คือ (1) เชียงราย/เชียงใหม่/เชียงราย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) (2) เชียงราย/เชียงใหม่/เชียงราย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) – เชียงรุ่ง (จีน) (3) เชียงราย/เชียงใหม่/เชียงราย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) – เชียงรุ่ง (จีน) – เชียงทองหลวงพระบาง (ลาว)(4) เชียงราย/เชียงใหม่/เชียงราย (ไทย) – เชียงรุ่ง (จีน) – เชียงทองหลวงพระบาง (ลาว)(5) เชียงราย/เชียงใหม่/เชียงราย (ไทย) – เชียงทองหลวงพระบาง (ลาว)(6) เชียงราย/เชียงใหม่/เชียงราย (ไทย) – เชียงรุ่ง (จีน)

(5) ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต(Intention to travel in the future) เป็นความน่าจะเป็นของลูกค้าที่จะมาใช้บริการครั้งต่อไปหรืออาจจะใช้มากขึ้น หรือลดการให้การสนับสนุนธุรกิจ (Garbarino& Johnson, 1999) โดยเป็นแนวโน้มที่มีศักยภาพที่จะคงเป็นลูกค้าหรือเลิกเป็นลูกค้าของธุรกิจนั้น (Zeithaml, Berry &Parasuraman, 1996) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในอนาคตนั้นคือ ความพึงพอใจต่อแหล่งท่องเที่ยว/โปรแกรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งหลายต้องพยายามใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการซ้ำในอนาคต ในงานวิจัยจะวัดความตั้งใจในอนาคต ซึ่งประกอบด้วย (1) การยืนยันที่จะมาท่องเที่ยวอีก (2) การวางแผนที่จะมาท่องเที่ยวอีกในอนาคต (3) ความต้องการที่จะท่องเที่ยวแห่งนี้ (4) การจะมาท่องเที่ยวอีกในโอกาสต่อไป (Zillifro, 2004)

5.2.2 ความตั้งใจ (Intention) เป็นความคาดหวังของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง เกี่ยวกับพฤติกรรมที่จะเกิดขึ้นในสถานการณ์ที่เฉพาะเจาะจง (Hsu &Crofts, 2006)Fishbein and Ajzen (1975) ได้ให้คำจำกัดความว่า หมายถึง โอกาสที่จะปฏิบัติ ซึ่ง Ajzen (1985) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจ เป็นองค์ประกอบหนึ่งของพฤติกรรมเมื่อมีโอกาสที่จะปฏิบัติ ความตั้งใจส่งผลต่อพฤติกรรมและความตั้งใจเป็นสิ่งที่พยากรณ์พฤติกรรมที่ดีที่สุด (Fishbein&Ajzen 1975) ดังนั้น การศึกษา

ความตั้งใจในการท่องเที่ยวสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อนักการตลาดการท่องเที่ยว (Hsu & Crofts. 2006)

Ajzen(2006, pp. 1-2)ได้วิจัยในเดือนกันยายน 2002 และมีการปรับปรุงในเดือนมกราคม 2006 รายละเอียดโดยสรุปของทฤษฎีวางแผนพฤติกรรม กล่าวคือ ในทฤษฎีวางแผนพฤติกรรมนั้นมีอิทธิพลต่อการปฏิบัติของมนุษย์ที่นำมาใช้ในงานวิจัยมี 2 ประเภทคือ

(1) ความเชื่อถือด้านพฤติกรรม (Behavioral beliefs) เป็นความเชื่อเกี่ยวกับผลลัพธ์ของพฤติกรรมและการประเมินผลลัพธ์ของพฤติกรรม

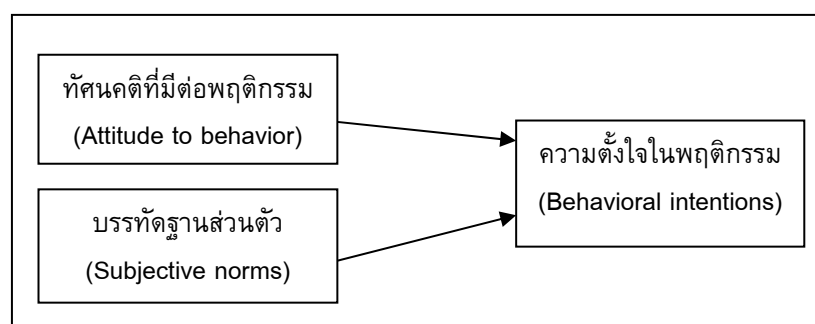
(2) ความเชื่อถือที่เป็นบรรทัดฐาน (Normative beliefs) เป็นความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังที่เป็นบรรทัดฐานจากบุคคลอื่นและแรงจูงใจจากความคาดหวังเหล่านั้นเป็นความเชื่อถือที่เป็นบรรทัดฐาน (Normative beliefs)

ในการเชื่อมโยงทัศนคติต่อพฤติกรรมและบรรทัดฐานส่วนบุคคลจะนำไปสู่การกำหนดความตั้งใจในพฤติกรรม (Behavioral intentions)

กฎเกณฑ์โดยทั่วไปก็คือ ถ้ามีทัศนคติที่ดีมากขึ้นและมีบรรทัดฐานส่วนตัวมากขึ้นก็จะมีอิทธิพลต่อความตั้งใจของบุคคลที่จะมีพฤติกรรมมากขึ้น

บรรทัดฐานส่วนตัว (Subjective norms)[ประกอบด้วย ความเชื่อถือที่เป็นบรรทัดฐาน (Normative beliefs) มีผลต่อบรรทัดฐานส่วนตัว (Subjective norm)] มีผลต่อความตั้งใจซื้อ(Intention) และมีผลต่อพฤติกรรม (Behavior)

Francis et al. (2004, pp. 7-9)ได้สรุปทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม (Theory of planned behavior) ทฤษฎีนี้เพื่อพยากรณ์ถึงความตั้งใจที่จะทำบางสิ่งๆที่จำเป็นต้องทราบ ซึ่งได้นำมาใช้ในเรื่องนี้ ดังนี้ (1) บุคคลมีความชอบต่อการทำสิ่งนั้นหรือไม่ในประเด็นนี้เป็น การวัดทัศนคติ (Attitude) (2) บุคคลรู้สึกต่อแรงกดดันด้านสังคมที่จะทำสิ่งนั้นอย่างไรเป็นบรรทัดฐานส่วนตัว (Subjective norm)เขาได้เสนอโมเดลที่เกี่ยวกับการทำงานของมนุษย์ซึ่งพยากรณ์การเกิดขึ้นของพฤติกรรม โมเดลนี้ประกอบด้วยตัวแปร 2 ประการเพื่อพิจารณาความตั้งใจในพฤติกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง ดังภาพที่ 2.7



ภาพที่ 2.7 แสดงทฤษฎีการวางแผนพฤติกรรม (The theory of planned behavior)

ที่มา (Ajzen, 2006, p 2)

เส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยว (Tourism Routes and Programs) ในงานวิจัยเรื่องนี้จะศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมความตั้งใจท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 6 เส้นทาง คือ (1) ไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่)- พม่า (เชียงใหม่) (2) ไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่)- พม่า (เชียงใหม่) - จีน (เชียงใหม่) (3) ไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่)- พม่า (เชียงใหม่) - จีน (เชียงใหม่) - ลาว (เชียงใหม่หลวงพระบาง)(4) ไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่)- จีน (เชียงใหม่) - ลาว (เชียงใหม่หลวงพระบาง)(5) ไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่)- ลาว (เชียงใหม่หลวงพระบาง)(6) ไทย (เชียงใหม่/เชียงใหม่)- จีน (เชียงใหม่)

6. อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (Upper Greater Mekong Subregion)

โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง [Greater Mekong Subregion (GMS)] GMS เป็นพื้นที่เศรษฐกิจของประเทศที่อยู่รอบลุ่มแม่น้ำโขง มีพื้นที่รวม 2.6 ล้านตารางกิโลเมตร และมีประชากรรวม 326 ล้านคน เดิมเป็นโครงการพัฒนาที่ก่อตั้งโดยธนาคาร Asian Development Bank ในปี 1992 ซึ่งครอบคลุมถึงการพัฒนาประเทศ 6 ประเทศที่อยู่รอบลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ ไทย กัมพูชา พม่า เวียดนาม ลาว และ จีน (มณฑลยูนนาน และเขตปกครองตนเองกวางซี) ซึ่งพื้นที่ส่วนนี้ถูกองค์กร Conservation International และ องค์การ World Wide Fund for Nature จัดให้เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางชีวภาพที่เสี่ยงต่อการถูกคุกคามโดยมนุษย์

ในเดือนธันวาคม ปี 2011 ผู้นำในเขตประเทศ GMS 6 ประเทศได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ GMS สำหรับปี 2011-2022 ซึ่งเรียกร้องให้มีมาตรการใหม่ๆ เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือในพื้นที่ให้มากขึ้น รวมถึงการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพ และเน้นการคำนึงถึงการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้มากยิ่งขึ้นควบคู่ไปกับการพัฒนา

ผู้นำในเขตประเทศ GMS 6 ประเทศยังได้กำหนดกรอบยุทธศาสตร์ที่จะส่งเสริมการพัฒนาเกษตรกรรม ซึ่งรวมถึงเรื่องความมั่นคงและความปลอดภัยของอาหาร การสร้างแพ็คเกจท่องเที่ยวที่ครอบคลุมพื้นที่หลายประเทศในเขต GMS โดยมุ่งเน้นพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อช่วยเหลือผู้ยากจน (Pro-poor tourism) และส่งเสริมการพัฒนาที่ไม่ทำลายสภาพแวดล้อม และระบบการจัดการพื้นที่ GMS ที่มีความหลากหลายเชิงนิเวศ

ตั้งแต่ โครงการ GMS ได้ก่อตั้งขึ้นในปี 1992 จากพื้นที่ที่เคยถูกแบ่งแยกจากความขัดแย้ง โปรแกรมนี้ได้มีส่วนช่วยในการดึงดูดเงินลงทุนกว่าหนึ่งหมื่นล้านเหรียญเข้าสู่พื้นที่ในรูปแบบการลงทุนในโครงการต่างๆ เพื่อประโยชน์ของพื้นที่ ซึ่งรวมถึง การท่องเที่ยว การก่อสร้างถนน สนามบิน ทางรถไฟ การสื่อสาร พลังงาน การพัฒนาเมือง การป้องกันสภาพแวดล้อม ปะการ ป้องกันการแพร่กระจายของโรคติดต่อ

ตั้งแต่การเริ่มต้นของโปรแกรมความร่วมมือทางเศรษฐกิจ GDP ของพื้นที่ GMS ได้มีการเติบโตโดยเฉลี่ย 8% ต่อปี และรายได้ต่อหัวได้เพิ่มขึ้นมากกว่า 3 เท่าตั้งแต่ปี 1993 ถึง 2010 โดยธนาคาร Asian Development Bank ได้ให้เงินช่วยเหลือในโปรแกรมรวมกว่า 5 พันล้านเหรียญ (ที่มา: http://en.wikipedia.org/wiki/Greater_Mekong_Subregion)

โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง [Greater Mekong Subregion (GMS)] โครงการ GMS เป็นความร่วมมือของ 6 ประเทศ คือ ไทย พม่า ลาว กัมพูชา เวียดนาม และจีน (ยูนนาน) ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2535 โดยมีธนาคารพัฒนาเอเชีย (ADB: ASEAN Development Bank) เป็นผู้ให้การสนับสนุนหลัก มีประชากรรวมกันประมาณ 250 ล้านคนและอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติอีกทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางในการเชื่อมโยงติดต่อระหว่างภูมิภาคเอเชียใต้เอเชียตะวันออก และ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้

โครงการ GMS มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวทางการค้า การลงทุน อุตสาหกรรมการเกษตร และบริการ สนับสนุนการจ้างงานและยกระดับความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ให้ดีขึ้นส่งเสริมและพัฒนาความร่วมมือทางเทคโนโลยีและการศึกษาระหว่างกันตลอดจนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติที่ส่งเสริมกันอย่างมีประสิทธิภาพส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถ รวมทั้งเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจในเวทีการค้าโลกซึ่งมีเป้าหมายคือความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันความปรองดองและความมั่งคั่งของอนุภูมิภาค รวมถึงความพยายามในการลดปัญหาความยากจนและส่งเสริมการพัฒนาอย่างยั่งยืนโดยสนับสนุนให้มีการติดต่อและการแข่งขันระหว่างกันนอกจากนั้นผู้นำประเทศ GMS ได้แสดงเจตนารมณ์ให้มีการลงนามในภาคผนวกและพิธีสารแนบท้ายของความตกลงขนส่งข้ามพรมแดน (GMS Cross-Border Transport Agreement) ให้เสร็จครบถ้วนภายในปี 2548 และเห็นชอบกับความริเริ่มในการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพโดยให้การคุ้มครองระบบนิเวศของพื้นที่ป่าไม้และต้นน้ำในอนุภูมิภาคภายใต้โครงการ GMS Bio-diversity Corridor ทั้งนี้ได้มีการลงนามข้อตกลงในเรื่องการขนส่ง การค้าพลังงานการควบคุมโรคติดต่อในสัตว์ และการสื่อสารโทรคมนาคม

ความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวโครงการจัดทำแผนการตลาดท่องเที่ยว Six Countries One Destination โดยมี Agency for Coordinating Mekong Tourism Activities (AMTA) ซึ่งตั้งสำนักงานอยู่ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นศูนย์ประสานงานหลักด้านการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างประเทศในรูปแบบของ package tour โดยจะเน้นตามแนวพื้นที่เศรษฐกิจ 3 แนวหลัก ตลอดจนการศึกษา GMS Visa เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจากนอกอนุภูมิภาค (<http://www.mfa.go.th/business> กองส่งเสริมเศรษฐกิจสัมพันธ์และความร่วมมือกรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ สิงหาคม 2550 สืบค้นวันที่ 26 กรกฎาคม 2554)

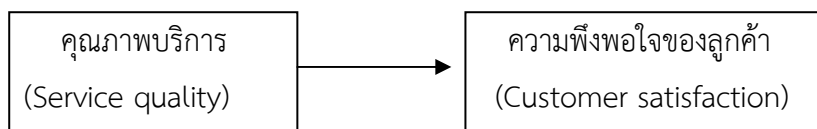
สาขาความร่วมมือของ GMS มี 9 สาขา ได้แก่ คมนาคมขนส่ง โทรคมนาคม พลังงาน การค้า การลงทุน เกษตรกรรม สิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวและการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งในงานวิจัยเรื่องนี้จะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว โดยศึกษาพื้นที่เฉพาะอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 6 เส้นทาง คือ (1) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่)– พม่า (เชียงใหม่) (2) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่)– พม่า (เชียงใหม่) – จีน (เชียงรุ่ง) (3) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่)– พม่า (เชียงใหม่) – จีน (เชียงรุ่ง) – ลาว (เชียงทองหลวงพระบาง) (4) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่)– จีน (เชียงรุ่ง) – ลาว (เชียงทองหลวงพระบาง) (5) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่)– ลาว (เชียงทองหลวงพระบาง) (6) ไทย (เชียงราย/เชียงใหม่)– จีน (เชียงรุ่ง) ซึ่งจะช่วยให้เกิดศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และแนวโน้มพฤติกรรม การท่องเที่ยวในเส้นทางดังกล่าวข้างต้น

7. โมเดลคุณภาพบริการ (Service-quality model)

ความพึงพอใจของลูกค้าเปรียบเทียบกับคุณภาพบริการ (Customer satisfaction versus service quality) ความพึงพอใจของลูกค้า เป็นความรู้สึกของลูกค้าว่า พึงพอใจหรือไม่ พึงพอใจ ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ในการทำงานของการบริการกับความคาดหวังของลูกค้า (Kotler & Keller, 2009 : 164) ดังนั้น การวัดความพึงพอใจที่เกิดจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้จริงกับความคาดหวัง ดังสมการ

ความพึงพอใจของลูกค้า =	การรับรู้จริงของลูกค้า	-	ความคาดหวังของลูกค้า
(Customer satisfaction)	(Customer perception)		(Customer expectation)
(1) ถ้าการรับรู้จริงในคุณภาพบริการ > ความคาดหวังของลูกค้า → ลูกค้าพึงพอใจอย่างมาก (Very satisfied) หรือชื่นชมยินดี (Delighted)			
(2) ถ้าการรับรู้จริงในคุณภาพบริการ = ความคาดหวังของลูกค้า → ลูกค้าพึงพอใจ (Satisfied)			
(3) ถ้าการรับรู้จริงในคุณภาพบริการ < ความคาดหวังของลูกค้า → ลูกค้าไม่พึงพอใจ (Dissatisfied)			

คุณภาพการบริการ เป็นระดับของการให้บริการที่นำเสนอให้กับลูกค้า ซึ่งจะเป็นผู้ตัดสินคุณภาพการให้บริการ (Etzel, Walker & Stanton, 2007: 678) โดยเกิดจากการรับรู้ของลูกค้าซึ่งเป็นผู้ประเมินคุณภาพบริการโดยเปรียบเทียบความต้องการหรือความคาดหวังกับบริการที่ได้รับจริง จากความหมายของคุณภาพบริการ และความพึงพอใจของลูกค้า จะเห็นว่าคุณภาพบริการจะส่งผลต่อความพึงพอใจ ดังภาพที่ 2.8



ภาพที่ 2.8 แสดงคุณภาพบริการส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า

(Etzel, Walker & Stanton. 2007: 678)

การรับรู้ต่อการติดต่อธุรกิจเปรียบเทียบกับรับรู้แบบสะสม (Transaction versus cumulative perceptions) (Zeithaml, Bitner & Gremler. 2009 : 103) จากการที่ลูกค้าติดต่อกับผู้ให้บริการจะเป็นการรับรู้แบบสะสม เช่น จากการที่ไปดัดผมที่ร้านทำผมแห่งหนึ่ง ถือว่าเป็นการรับรู้ต่อการติดต่อธุรกิจ ซึ่งจะมีการสะสมจากการใช้บริการเป็นระยะเวลาต่อเนื่อง ซึ่งลูกค้าก็จะสะสมการให้บริการนั้น

9. การทบทวนวรรณกรรม/สารสนเทศ (Information) ที่เกี่ยวข้อง

9.1 อัญญา หรินทรวะ. (2541). ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาเมืองท่องเที่ยวและการค้าชายแดน : กรณีศึกษาสุขาภิบาลแม่สาย.บทคัดย่อ: การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทางกายภาพเศรษฐกิจ สังคมรวมทั้งปัญหาที่เกิดจากการพัฒนาเมืองศึกษาบทบาทและศักยภาพของพื้นที่ทั้งในด้านการค้าและการท่องเที่ยวเพื่อจะได้ทราบถึงแนวโน้มการขยายตัวของเมืองในอนาคตพร้อมทั้งเสนอแนวทางการพัฒนาและแนวทางแก้ไขเพื่อให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของเมืองและเหมาะสมกับพื้นที่การศึกษาพบว่าการใช้ประโยชน์ที่ดินของสุขาภิบาลส่วนใหญ่เป็นที่พักอาศัยชนบทเกษตรกรรมและการค้าพาณิชยกรรม สำหรับสถานการณ์การค้าชายแดนและการท่องเที่ยวในช่วงปี 2535-2540 ถือได้ว่ามีส่วนสำคัญทำให้สภาพเศรษฐกิจ สังคมของสุขาภิบาลแม่สายมีการขยายตัวในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นกว่าเดิมกล่าวคือการค้าชายแดนมีสภาพดีขึ้นในแต่ละปีมีมูลค่าการค้าเกิน 1,000 ล้านบาท ซึ่งมีอัตราเพิ่มสูงขึ้นมาโดยตลอดและต่อเนื่องทุกปีในด้านการท่องเที่ยวพบว่าแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวที่ด้านการค้าชายแดนแม่สายซึ่งเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของสุขาภิบาลแม่สายในอัตราที่เพิ่มสูงขึ้นทุกปีสร้างรายได้ให้กับสุขาภิบาลแม่สายเป็นจำนวนมากและคาดว่าสภาพการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวของสุขาภิบาลแม่สายจะมีแนวโน้มที่ดีและเพิ่มสูงขึ้นต่อไปอีกในอนาคตศักยภาพที่สำคัญซึ่งส่งผลให้สุขาภิบาลแม่สายมีการขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วงที่ผ่านมา ได้แก่ ศักยภาพด้านที่ตั้ง ด้านความมั่นคงของประเทศด้านโครงสร้างพื้นฐานด้านเศรษฐกิจการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวนอกจากเป็นปัจจัยเกื้อหนุนให้เกิดการขยายตัวด้านการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวแล้วยังส่งผลให้สุขาภิบาลแม่สายมีโอกาสำคัญๆ

ได้แก่อโอกาสการเป็นศูนย์กลางคมนาคมระหว่างประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนการเป็นเมืองหน้าด่านประตูการค้าชายแดน การขยายการท่องเที่ยวการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านการขยายฐานการผลิตด้านการเกษตรและอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกในอนาคตอีกด้วย การขยายตัวของสุขภาพแม่สายได้ส่งผลให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจและสังคมมีการกระจุกตัวในสุขภาพเพิ่มมากขึ้น จึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงด้านกายภาพสังคม วัฒนธรรมตลอดจนความหนาแน่นของประชากรอย่างรวดเร็วการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างของเมืองทำให้เกิดปัญหามากมายในปัจจุบัน ที่สำคัญได้แก่ ปัญหาการจราจรคับคั่งปัญหาการระบายน้ำทำให้เกิดน้ำท่วมขัง ปัญหาการกำจัดขยะมูลฝอย เป็นต้นข้อเสนอนี้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ได้แก่แนวทางการพัฒนาเมืองสุขภาพแม่สายซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและการค้าชายแดนทั้งนี้เพื่อให้สุขภาพแม่สายสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้คลี่คลายไปในทางที่ดีและต้องไม่เกิดปัญหาใหม่ตามมาด้วยเพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาเมืองที่สอดคล้องกับสภาพที่เป็นอยู่ในปัจจุบันและแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในอนาคตอันเป็นการเสริมสร้างศักยภาพและโอกาสในด้านการพัฒนาสุขภาพแม่สายเพื่อให้เป็นศูนย์กลางการค้าชายแดนและการท่องเที่ยวระหว่างอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนต่อไปในอนาคต

9.2 ÖzenKirantYozcui and Orhanİçözii, (2011) การท่องเที่ยวในรูปแบบ Congress มีความสำคัญอย่างมากสำหรับการขยายฤดูกาลการท่องเที่ยวกระตุ้นโอกาสการจ้างงานและรายได้จากการท่องเที่ยว ในการส่งเสริมการตลาดและการใช้ความพยายามของสิ่งอำนวยความสะดวกในแต่ละพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ถือว่าเป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับความรู้สึกแบบดั้งเดิม (authentic feel) การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ให้ความรู้สึกที่แท้จริงสำหรับวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านทางการประชุมเชิงปฏิบัติการด้วยฝีมือและประสบการณ์ความคิดสร้างสรรค์ โดยให้เกิดความเชื่อมั่นว่าผู้ตอบของสภาคอนเกรสถือว่าเป็นส่วนหนึ่งในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ถือว่าเป็นส่วนที่สร้างพลังเพื่อให้บรรลุการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในกรณีนี้ส่วนประสมของการตลาดการท่องเที่ยวกำหนดโปรแกรม การจัดแพ็คเกจ การเป็นหุ้นส่วนธุรกิจ การกำหนดโปรแกรมต่าง ๆ (Programming) พนักงาน (People) ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และการจัดจำหน่าย (Place) มีการปรับปรุงการท่องเที่ยวในสภาคอนเกรส และเป็นโมเดลซึ่งจะแสดงถึงวิธีการที่ใช้ ประสบการณ์ที่ใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และกิจกรรมภายในส่วนประสมทางการตลาดที่นำเสนอ (ÖzenKirantYozcui&Orhanİçözii. 2010)

9.3 Epstein, Michael and Vergani, Silvia,(2006) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ว่า เป็นการท่องเที่ยวที่ไม่ใช่เพียงแต่ได้เห็น หรือได้ไปอยู่ในแหล่งวัฒนธรรมนั้นๆ แต่ต้องมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวด้วยเช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมของคนท้องถิ่น การสร้างประสบการณ์ใหม่ๆในแหล่งท่องเที่ยวด้วยตนเอง การเดินไปกับคนท้องถิ่นเพื่อเรียนรู้ความคิด

ใหม่ๆ หรือทักษะใหม่ๆ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จึงไม่ค่อยให้ความสำคัญกับประสบการณ์การท่องเที่ยวในรูปแบบเดิมๆ ที่โปรแกรมการท่องเที่ยวได้ถูกกำหนดโดยผู้ให้บริการท่องเที่ยวหรือไกด์นำเที่ยวล่วงหน้าว่านักท่องเที่ยวควรจะดูอะไรหรือไปที่ไหน แต่จะให้ความสำคัญมากกว่ากับการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมต่างๆ ซึ่งจะทำให้เกิดประสบการณ์ที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวแต่ละคน

ในงานวิจัยชิ้นนี้ Epstein, Michael and Vergani, Silvia,(2006) ได้ทำการสำรวจบทบาทของเทคโนโลยีแบบพกพาเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เช่น เครื่องเล่นเสียงแบบพกพาที่ใส่ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว แทนที่จะใช้ไกด์แบบดั้งเดิม โดยเน้นกรณีศึกษาของโครงการ History Unwired project ในเมือง Venice ประเทศ Italy โครงการนี้เป็นการผสมผสานระหว่างการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่และแหล่งท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม ทำให้เกิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ด้วยการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดการมีส่วนร่วมกับท้องถิ่น และเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดประสบการณ์ใหม่ๆ ใน การท่องเที่ยว

9.4 Richard P. and Vivien A. (2003) ได้ทำการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงตำแหน่งของเทศกาล Edinburgh Festival ใน Scotland ในแง่ของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จากผลสำรวจพบว่า เทศกาลดังกล่าวประสบผลสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาร่วมงานเทศกาลในแง่ของการเข้าชมการแสดงต่างๆ แต่ไม่ประสบผลสำเร็จมากนักในแง่ของการเปลี่ยนแปลงภาพลักษณ์ของเมือง Edinburgh ให้เป็น “แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและเชิงประเพณี” ผู้วิจัยให้ความเห็นว่า หากจุดประสงค์หลักของการไปเที่ยวเทศกาลไม่ถูกมองว่าเป็นเหตุผลหลักในการไปสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ การที่นักท่องเที่ยวมีความคุ้นเคยต่อเทศกาลและต้องการไปท่องเที่ยวเทศกาลนั้น ไม่ได้หมายความว่าทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว

9.5 Richards, G. (2000) และ Richards and Raymond (2000) ได้อธิบายในงานวิจัยว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนขยายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ซึ่งนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ต้องการเพิ่มประสบการณ์การท่องเที่ยวของตนเองด้วยการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยว และได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ว่า หมายถึงการท่องเที่ยวที่สามารถให้โอกาสแก่นักท่องเที่ยวในการพัฒนาทักษะของตนเองด้วยการมีส่วนร่วมในกิจกรรม หรือห้องเรียนที่สอนประสบการณ์ท้องถิ่นที่ตนเองกำลังท่องเที่ยวอยู่

9.6 G. Richards, J. Wilson (2006) ได้มีการยกตัวอย่างของ Creative tourism ในประเทศต่างๆ ดังนี้

ชื่อโครงการ	Creative tourismNew Zealand
สถานที่	Nelson, New Zealand
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	เปิดประสบการณ์ใหม่ให้นักท่องเที่ยวด้วยการสอนการแกะสลักกระดุก สอนพูดภาษาท้องถิ่น (Maori language) สอนการทอผ้า และ ทำอาหารท้องถิ่น
ชื่อโครงการ	Laguiole knife crafting
สถานที่	Aveyron region, ฝรั่งเศส
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	สอนการทำมีด Laguiole knife ด้วยตนเองโดยมีผู้เชี่ยวชาญในการผลิต มีดคอยสอนและดูแลอย่างใกล้ชิด นักท่องเที่ยวสามารถเลือกอุปกรณ์ วัตถุดิบ และตกแต่งเพิ่มเติมอย่างสร้างสรรค์ให้กับมีดที่ตนเองออกแบบ และทำเอง
ชื่อโครงการ	Galimard perfumeries
สถานที่	Grasse, Provence, ฝรั่งเศส
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	ให้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยสอนนักท่องเที่ยวให้ทำการผลิต น้ำหอมด้วยตนเอง โดยสูตรในการผลิตของนักท่องเที่ยวแต่ละคนจะถูก เก็บไว้เพื่อสามารถสั่งซื้อได้อีกในอนาคต ซึ่งเมือง Grasse ได้วาง ตำแหน่งตนเองเป็นเมืองหลวงของน้ำหอมโลก
ชื่อโครงการ	Vallauris CeramicWorkshops
สถานที่	Limoges, ฝรั่งเศส
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ระบายสีเครื่องปั้นดินเผาด้วย ตนเอง หลังจากนั้นมีการพาไปพิพิธภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาแห่งชาติ ฟรี
ชื่อโครงการ	Arts in the wild
สถานที่	Ontario, Canada
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	กิจกรรม การระบายสี วาดรูป ปั้นดินเผา แกะสลัก ถ่ายรูป โดย Ontario เน้นว่าประสบการณ์เหล่านี้ “สามารถช่วยให้นักท่องเที่ยว เปลี่ยนความต้องการที่สร้างสรรค์ของตนเองให้ออกมาเป็น ประสบการณ์ครั้งหนึ่งในชีวิตและความรู้สึกประสบความสำเร็จจากการ ทำกิจกรรมนั้น”
ชื่อโครงการ	Danceholidays.com
สถานที่	บริษัทของประเทศอังกฤษ มีฐานอยู่ที่ Latin American,European และ African
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	สอนการเต้นรำที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่นนั้นๆ เช่นสอนเต้น Tango ใน อา เจนติน่า สอนเต้น Salsa ในคิวบา และสอนเต้นระบำหน้าท้องในตุรกี

ชื่อโครงการ	Music Festival ‘Encuentro de Dos Tradiciones’
สถานที่	Mexico
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	จัดเทศกาล Calentana Mexican folk music ซึ่งนักดนตรีที่เข้าร่วมงานจะต้องออกค่าใช้จ่ายในการร่วมกิจกรรมเอง การเข้าร่วมงานทำให้เรียนรู้ดนตรีใหม่ ๆ และมีการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ด้านดนตรีของตนเองกับดนตรีของชาวแม็กซิโก
ชื่อโครงการ	Catalan gastronomy and cookery
สถานที่	Barcelona, Catalunya
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	สอนทำอาหาร Catalan food และพาไปเยี่ยมชมตลาดท้องถิ่นที่มีชื่อเสียงของท้องถิ่นคือ ตลาด La Boqueria market

Kattiyapornpong และ Miller (2009) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Socio-demographic constraints to travel behavior โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยด้านสังคมและประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว รวมทั้งลักษณะส่วนตัวอื่นๆ ที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ได้แก่ ความชอบ การประเมินทางเลือก และความตั้งใจท่องเที่ยว ซึ่งอาศัยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นชาวออสเตรเลียจำนวน 49,105 คน เป็นผู้ตอบแบบสอบถาม แล้วทำการวิเคราะห์ผลด้วยการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกแบบ 2 กลุ่ม (Binary logistic regression analysis) ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยด้านสังคมและลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น อายุ รายได้ และช่วงชีวิต (Life stage) ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและประเภทของการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Pratt (2011) ได้ทำการศึกษาเรื่อง Profiling wine tourists, more than just demographics โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึงภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-image) ภาพลักษณ์ของการเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมโรงงานผลิตไวน์ (Image of wine tourists) และการมีส่วนร่วม ที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวในออสเตรเลียจำนวน 696 คน ผ่านทางอีเมลล์และระบบออนไลน์ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Exploratory factor analysis (EFA)) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory factor analysis (CFA)) การวิเคราะห์ความแปรปรวน (Analysis of variance (ANOVA)) และตัวแบบสมการโครงสร้าง (Structural equation modeling (SEM)) ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งได้จากการวิเคราะห์ระดับของความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-image congruity) และระดับของการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติและความตั้งใจท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมโรงงานไวน์ในภูมิภาคต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

Chen & Chen (2010) ได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Tourist satisfaction) หมายถึง การเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนการเดินทางไปท่องเที่ยวและประสบการณ์ภายหลังการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler (1997) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นผลที่เกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ ซึ่งแบ่งได้เป็น 3 กรณี คือ (1) หากความคาดหวังมากกว่าการรับรู้ ผู้บริโภคจะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจ (2) หากความคาดหวังเท่ากับการรับรู้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกพึงพอใจ และ (3) หากความคาดหวังน้อยกว่าการรับรู้ ผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกไม่พึงพอใจหรือมีความพึงพอใจอย่างมาก

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

Reisinger (2001) ได้กล่าวว่านักท่องเที่ยวทุกคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน ความต้องการดังกล่าวจะก่อให้เกิดความคาดหวังในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความเสี่ยงมากกว่าสินค้าทั่วไปที่สามารถจับต้องได้ นักท่องเที่ยวจึงพิจารณาความคาดหวังโดยคำนึงถึงคุณภาพของบริการและราคาเป็นหลักส่วนผลการวิจัยในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สอดคล้องกับแนวความคิดของอุดมศักดิ์ แนวนิจิตร (2544) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะมีความคาดหวังของการจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่พึงปรารถนาและจินตนาการไว้ ก่อนที่จะได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวจริงๆ ด้วยตนเอง ทั้งนี้ความคาดหวังดังกล่าวจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์และปัจจัยส่วนบุคคล

Wilson & Beard (2003, pp.88-97) ได้อธิบายถึงกระบวนการการรับรู้ไว้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายนอกและภายในผ่านทางประสาทสัมผัส เขาจะเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตีความซึ่งหากนักท่องเที่ยวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ได้แก่การตอบสนองด้านพฤติกรรม ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึก ทั้งนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความในอนาคต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Solomon (2007, p. 49) ที่กล่าวว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดการเปิดรับ (Exposure) เกิดความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว (Attention) และเกิดการตีความการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว (Interpretation) ในทางพอใจหรือไม่พอใจ

Kotler & Keller (2006) ได้ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมภายหลังการซื้อหรือใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแล้วพวกเขาจะทำการประเมินผลผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น หากนักท่องเที่ยวยุติความรู้สึกพึงพอใจก็จะกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อในเชิงบวก ในทางตรงข้ามหากผู้บริโภครู้สึกไม่พึงพอใจก็จะเลิกใช้บริการและมีการบอกต่อในเชิงลบ

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

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Wilson & Beard (2003, pp.88-97) ที่อธิบายถึงกระบวนการการรับรู้ไว้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายนอกและภายในผ่านทางประสาทสัมผัส นักท่องเที่ยวจะพิจารณาและเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตีความซึ่งได้แก่ความรู้ในอดีต ประสบการณ์ในอดีต อารมณ์ แนวคิดเกี่ยวกับตนเอง ทางเลือกความชัดเจนของสิ่ง

กระตุ้น สถานที่ และความจำเป็น/ความต้องการส่วนบุคคล ซึ่งนักทอ่งเทียวยอมรับหรือปฏิเสธ
ข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่ก็ได้ หากนักทอ่งเทียวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ
ได้แก่ การตอบสนองด้านพฤติกรรม ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึกทั้งนี้การตอบสนองที่
เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความในอนาคต

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอนต่างๆ ได้แก่ การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง การเก็บรวบรวมข้อมูล และการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.1.1 ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางเศรษฐกิจ ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากร

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางเศรษฐกิจ ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง) ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณหาขนาดตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545, หน้า 27) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความผิดพลาดสูงสุดที่ยอมให้เกิดขึ้น 5% ดังนี้

$$n = \frac{Z^2}{4E^2}$$

เมื่อ n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.96
 E = ค่าความคลาดเคลื่อน 5%

จากการคำนวณจะได้ขนาดตัวอย่าง 385 คน และเพื่อให้ได้ตัวอย่างที่เป็นตัวแทนที่ดีของประชากร จึงเพิ่มขนาดตัวอย่างอีก 215 คน รวมเป็นขนาดตัวอย่างทั้งหมด 600 คน

3.1.3 วิธีการสุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non – probability sampling) ดังนี้

(1) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยเจาะจงนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยว และมีความสนใจท่องเที่ยวตามเส้นทางเศรษฐกิจ ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน : ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงราย) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง)

(2) การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) โดยกำหนดโควตา ดังนี้ (1) นักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) 100 คน (2) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) 100 คน (3) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) 100 คน (4) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงใหม่) 100 คน และ (5) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงใหม่ หลวงพระบาง) 200 คน รวมตัวอย่างทั้งหมด 600 คน ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ขนาดตัวอย่างที่กำหนดและที่เก็บได้จริงในแต่ละประเทศ

นักท่องเที่ยว	ไทย/เชียงใหม่		ลาว/เชียงใหม่		พม่า/เชียงใหม่		จีน/เชียงใหม่	
	กำหนด	เก็บได้	กำหนด	เก็บได้	กำหนด	เก็บได้	กำหนด	เก็บได้
1. ชาวไทย	100 คน		50 คน					
2. ชาวต่างชาติ (ส่วนใหญ่เป็นชาวยุโรป)	100 คน		100 คน					
3. ชาวลาว			50 คน		50 คน			50 คน
4. ชาวพม่า					50 คน			
5. ชาวจีน								50 คน
รวม	200 คน		200 คน		100 คน			100 คน

(3) การสุ่มตัวอย่างตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่กำหนดไว้ในข้อที่ 3.1 - 3.3 จนครบจำนวน 600 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในเขตพื้นที่เป้าหมาย จำนวน 600 ชุด เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคาดหวัง/การรับรู้จริงต่อแหล่งท่องเที่ยว โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Rating scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ซึ่งกำหนดระดับคะแนนและการแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ระดับคะแนน	ระดับความคาดหวัง/ การรับรู้จริง	คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคาดหวัง/ การรับรู้จริง
1	น้อยที่สุด	1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
2	น้อย	1.81 – 2.60	น้อย
3	ปานกลาง	2.61 – 3.40	ปานกลาง
4	มาก	3.41 – 4.20	มาก
5	มากที่สุด	4.21 – 5.00	มากที่สุด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ประกอบด้วย (1) ความตั้งใจท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต จำนวน 3 ข้อ (2) ความตั้งใจที่จะแนะนำ/บอกต่อให้กับบุคคลอื่น จำนวน 3 ข้อ โดยลักษณะคำถามเป็นแบบ Semantic differential scale มี 5 ระดับ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาค (Interval scale) ซึ่งกำหนดระดับคะแนนและการแปลความหมายจากระดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

$$\begin{aligned}
 \text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด}-\text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\
 &= \frac{5-1}{5} \\
 &= 0.8
 \end{aligned}$$

ระดับคะแนน	ระดับความตั้งใจท่องเที่ยวใน อนาคต (ท่องเที่ยวซ้ำ/แนะนำหรือ บอกต่อ)	คะแนนเฉลี่ย	ระดับความตั้งใจท่องเที่ยวใน อนาคต (ท่องเที่ยวซ้ำ/แนะนำหรือ บอกต่อ)
1	ไม่ตั้งใจเลย/ตั้งใจน้อยที่สุด	1.00 – 1.80	น้อยที่สุด
2	ไม่ตั้งใจ/ตั้งใจน้อย	1.81 – 2.60	น้อย
3	ไม่แน่ใจ/ตั้งใจปานกลาง	2.61 – 3.40	ปานกลาง
4	ตั้งใจ/ตั้งใจมาก	3.41 – 4.20	มาก
5	ตั้งใจมาก/ตั้งใจมากที่สุด	4.21 – 5.00	มากที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความสนใจ/ความประทับใจต่อกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วย (1) ความสนใจ/ความประทับใจต่อกิจกรรม จำนวน 25 ข้อ (2) ความสนใจ/ความประทับใจต่อแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 22 ข้อ โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด มีหลายตัวเลือกให้ตอบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จากนักท่องเที่ยว โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิด ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) จำนวน 1 ข้อ

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล (Personal data) ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครอบครัวต่อเดือน และที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน โดยลักษณะของแบบสอบถามเป็นคำถามปลายเปิดและคำถามปลายปิด มี 2 ตัวเลือกและหลายตัวเลือกให้ตอบ ใช้ระดับการวัดข้อมูลประเภทนามบัญญัติ (Nominal scale) และเรียงลำดับ (Ordinal scale) จำนวน 7 ข้อ

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ (Exploratory Research) โดยแหล่งในการรวบรวมข้อมูลมีด้วยกัน 2 แหล่งใหญ่ๆ ดังนี้

3.3.1 แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ จำนวนทั้งสิ้น 600 คน จาก 4 ประเทศ ได้แก่ (1) ในไทย/เชียงใหม่ ประกอบด้วย ชาวไทย 100 คน ชาวต่างชาติ 100 คน (2) ในลาว/หลวงพระบาง ประกอบด้วย ชาวไทย 50 คน ชาวต่างชาติ 100 คน ชาวลาว 50 คน (3) ในพม่า/เชียงใหม่ ประกอบด้วย ชาวไทย 50 คน ชาวพม่า 50 คน (4) ในจีน/สิบสองปันนา ประกอบด้วย ชาวไทย 50 คน ชาวจีน 50 คน

3.3.2 แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากข้อมูลที่มีผู้รวบรวมไว้ทั้งหน่วยงานของรัฐและเอกชน ได้แก่ หนังสือพิมพ์ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ ข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต หนังสือทางวิชาการ บทความ สารนิพนธ์ วิทยานิพนธ์ และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.4 การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามครบตามจำนวนขนาดตัวอย่างแล้ว ผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.4.1 การจัดกระทำข้อมูล เมื่อเก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยได้จัดกระทำข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้ (1) ตรวจสอบจำนวนความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Editing) (2) ทำการลงรหัส (Coding) และนำข้อมูลต่าง ๆ มาบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS (Statistical Package for the Social Science) ในการประมวล (3) ทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ของแบบสอบถามและทำการทดสอบสมมติฐาน

3.4.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

(1) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) เพื่ออธิบายถึงลักษณะของกลุ่มตัวอย่างในเรื่องความคาดหวัง/การรับรู้จริงต่อแหล่งท่องเที่ยว ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ความสนใจ/ความประทับใจต่อกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และข้อมูลส่วนบุคคล โดยสถิติที่ใช้ได้แก่

(1.1) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้สูตรดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนความถี่}}{\text{จำนวนผู้ตอบทั้งหมด}} \times 100$$

(1.2) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้สูตรดังนี้

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

$\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

(1.3) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) ใช้สูตรดังนี้

$$S.D. = \sqrt{\frac{n\sum X^2 - (\sum X)^2}{n(n-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนของกลุ่มตัวอย่าง

$(\sum X)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง

$\sum X^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

(2) การหาคุณภาพของแบบสอบถาม ประกอบด้วย การหาความเที่ยงตรงและการหาความเชื่อมั่น ดังนี้

(2.1) การวัดความเที่ยงตรง (Validity) โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ได้แก่ ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา และความถูกต้องของภาษาที่ใช้

(2.2) การวัดความเชื่อมั่น ผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามทั้งหมดไปทดลองสอบกับนักท่องเที่ยงที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วคำนวณหาความเชื่อมั่นรวมโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient method) ของครอนบัค ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ (กัลยาณ วาณิชย์บัญชา, 2549, หน้า 35) ดังนี้

$$\alpha = \frac{k / \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}{1 + (k - 1) \overline{\text{covariance}} / \overline{\text{variance}}}$$

เมื่อ	α	แทน	ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม
	k	แทน	จำนวนคำถาม
$\overline{\text{kcovariance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าความแปรปรวนร่วมระหว่างคำถามต่างๆ	
$\overline{\text{variance}}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของค่าแปรปรวนของคำถาม	

ในการหาค่าความเชื่อมั่นตามสูตรนี้จะต้องนำคะแนนแต่ละข้อมาหาความแปรปรวนและต้องหาความแปรปรวนของคะแนนรวมทุกข้อเข้าด้วยกัน ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่นดังนี้

ส่วนที่ 1 ด้านความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ	.9311
ส่วนที่ 2 ด้านการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ มีความเชื่อมั่นเท่ากับ	.9587
ส่วนที่ 3 ด้านความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง ตอนบน 5 เส้นทาง มีความเชื่อมั่นเท่ากับ	.8742

(2.3) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่

(2.3.1) สถิติวิเคราะห์ค่าที (Independent t-test) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ย 2 กลุ่มที่เป็นอิสระต่อกัน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2541, หน้า 165) สำหรับสมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศ สถานภาพ แตกต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน

การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way analysis of variance) ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยมากกว่า 2 กลุ่ม (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2544, หน้า 135) ใช้สำหรับสมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือน/เดือน สัญชาติ แตกต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 4 นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เชียงแสน (ประเทศไทย) เชียงตุง (พม่า) (เชียงรุ้ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง) มีการ

รับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน

ถ้าผลการทดสอบพบว่ามีความแปรปรวนของแต่ละเท่ากัน จะใช้สถิติ F-test ในการทดสอบ และถ้าผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต้องทำการทดสอบความแตกต่างรายคู่ต่อไป เพื่อดูว่ามีคู่ใดบ้างที่แตกต่างกัน โดยใช้วิธี Fisher's Least Significant Difference (LSD) (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545, หน้า 332-333) และกรณีค่าความแปรปรวนของแต่ละกลุ่มไม่เท่ากันจะใช้สถิติ Brown-Forsythe (β) ในการทดสอบ (Hartung, 2001, p. 300)

ผลการทดสอบมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จะทำการทดสอบเป็นรายคู่เพื่อดูว่ามีคู่ใดที่แตกต่างกันโดยใช้วิธี Dunnett's T3 (วิเชียร เกศสิงห์, 2543, หน้า 116)

(2.3.2) การวิเคราะห์แบบ Paired-Sample t-test ใช้ทดสอบความแตกต่างระหว่างคะแนนเฉลี่ยของข้อมูล 2 ชุด ของกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เป็นอิสระต่อกันโดยใช้สูตร Paired t-test (กัลยา วาณิชยปัญญา, 2545: 250) ใช้สำหรับสมมติฐานข้อที่ 2

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนแตกต่างกัน

(2.3.3) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ใช้ทดสอบเพื่อค้นหาตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม

จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม (Y) และตัวแปรอิสระ (X) ของประชากรจะเห็นว่า กลุ่มตัวแปรอิสระ ($\alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_kX_k$) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงค่าของตัวแปรตามได้ส่วนหนึ่ง ในส่วนของการเปลี่ยนแปลงที่ไม่สามารถอธิบายได้นี้เรียกว่า ค่าความคลาดเคลื่อนในการพยากรณ์ (Error : ϵ) การวิเคราะห์เชิงถดถอยแบบพหุคูณจะเป็นการพยากรณ์ค่าสัมประสิทธิ์ α และ β_1 จากค่าสถิติ a และ b ที่ได้จากการคำนวณโดยกลุ่มตัวอย่าง โดยหลักการวิเคราะห์ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่คำนวณได้จะต้องเป็นค่าสัมประสิทธิ์ที่ทำให้สมการดังกล่าวมีความคลาดเคลื่อนกำลังสองรวมกันน้อยที่สุด (Ordinary Least Square : OLS)

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของประชากร

$$Y = \alpha + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \dots + \beta_kX_k + \epsilon$$

สมการถดถอยเชิงพหุคูณของกลุ่มตัวอย่าง

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_kX_k$$

โดยที่ X คือ ตัวแปรอิสระ

Y คือ ตัวแปรตาม

K คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

เมื่อ α และ a เป็นจุดตัดแกน Y ของสมการถดถอย หรือ ค่าของ Y เมื่อให้ตัวแปรอิสระทั้งหมดมีค่าเท่ากับศูนย์ ส่วน β และ b เป็นสัมประสิทธิ์ถดถอย (Partial regression coefficient) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ซึ่งหมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) เมื่อตัวแปรอิสระนั้นเปลี่ยนไป 1 หน่วย โดยตัวแปรอิสระตัวอื่นมีค่าคงที่

การวิเคราะห์เชิงถดถอยเชิงพหุคูณมีเงื่อนไขที่สำคัญ คือ (1) ความผิดพลาด (Error) ต้องเป็นตัวแปรสุ่ม และมีการแจกแจงแบบโค้งปกติ (2) ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) ในทุกค่าของตัวแปรอิสระ (X) จะต้องเท่ากัน (3) ค่าความผิดพลาดของตัวแปรตาม (Y) แต่ละค่าเป็นอิสระกัน (4) ตัวแปรอิสระที่นำมาวิเคราะห์จะต้องเป็นอิสระกัน ใช้สำหรับสมมติฐานข้อที่ 3

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

บทที่ 4

ผลการวิจัย

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

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ – นักท่องเที่ยว

4.1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ดังนี้

(1) ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่)

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	ประเทศไทย (เชียงใหม่)		พม่า (เชียงใหม่)		จีน (เชียงใหม่)		ลาว (เชียงใหม่)		รวม 4 ประเทศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ										
- ชาย	88	43.80	36	35.60	38	38.80	92	45.10	254	42.10
- หญิง	113	56.20	65	64.40	60	61.20	112	54.90	350	57.90
รวม	201	100.00	103	100.00	98	100.00	204	100.00	604	100.00
2. อายุ										
- ต่ำกว่า 25 ปี	56	28.00	38	36.90	10	10.20	71	34.60	175	28.90
- 25-34 ปี	59	29.50	33	32.00	24	24.50	82	40.00	198	32.70
- 35 ปีขึ้นไป	85	42.50	32	31.10	64	65.30	52	25.40	233	38.40
รวม	200	100.00	103	100.00	98	100.00	205	100.00	606	100.00
3. สถานภาพ										
- โสด/ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	119	61.00	69	67.00	47	48.00	154	76.60	338	65.20
- สมรส/อยู่ด้วยกัน	76	39.00	34	33.00	51	52.00	47	23.40	208	34.80
รวม	195	100.00	103	100.00	98	100.00	201	100.00	597	100.00
4. ระดับการศึกษา										
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	65	34.90	47	45.60	32	32.70	49	25.30	193	33.20
- ปริญญาตรี หรือสูงกว่าปริญญาตรี	121	65.10	56	54.40	66	60.20	145	74.70	388	66.80
รวม	186	100.00	103	100.00	98	100.00	194	100.00	581	100.00

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	ประเทศไทย (เชียงใหม่)		พม่า (เชียงใหม่)		จีน (เชียงใหม่)		ลาว (เชียงใหม่)		รวม 4 ประเทศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5. อาชีพ										
- ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ /ผู้บริหาร/จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส/ผู้ประกอบการ	63	33.20	30	29.10	30	30.60	113	55.90	236	39.80
- พนักงานทางด้านการค้า /ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	50	26.30	43	41.70	30	30.60	31	15.30	154	26.00
- ผู้ใช้แรงงานในการผลิต/เกษตรกรรม/แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน /นักศึกษา/นักเรียน/อื่นๆ	77	40.50	30	29.10	38	38.80	58	28.70	203	34.20
รวม	190	100.00	103	100.00	98	100.00	202	100.00	539	100.00
6. รายได้ครัวเรือน/เดือน										
- ต่ำกว่า 13,499 บาท/ 450-899 US\$.	73	38.80	67	65.00	20	20.40	61	31.30	211	37.80
- 13,500-40,499 บาท/ 900 -1,950 US\$.	52	27.70	21	20.40	43	43.90	46	23.60	162	27.70
- 40,500 บาทขึ้นไป /2,249 US\$.	63	33.50	15	14.60	35	35.70	88	45.10	201	34.40
รวม	188	100.00	103	100.00	98	100.00	195	100.00	584	100.00
7. สัญชาติผู้ตอบแบบสอบถาม	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
7.1 เชียงใหม่	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไทย	101	49.80	-	-	-	-	-	-	-	-
ชาติอื่นๆ (ยุโรป)	102	50.20	-	-	-	-	-	-	-	-
รวม	203	100.00	-	-	-	-	-	-	-	-
7.2 เชียงตุง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไทย	-	-	52	50.50	-	-	-	-	-	-
พม่า	-	-	51	49.50	-	-	-	-	-	-
รวม	-	-	103	100.00	-	-	-	-	-	-

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ข้อมูลลักษณะส่วนบุคคล	ประเทศไทย (เชียงใหม่)		พม่า (เชียงใหม่)		จีน (เชียงใหม่)		ลาว (เชียงใหม่)		รวม 4 ประเทศ	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
7.3 สิบสองปันนา	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไทย	-	-	-	-	48	49.00	-	-	-	-
จีน	-	-	-	-	50	51.00	-	-	-	-
รวม	-	-	-	-	98	100.00	-	-	-	-
7.4 หลวงพระบาง	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
ไทย	-	-	-	-	-	-	50	24.30	-	-
ลาว	-	-	-	-	-	-	53	25.70	-	-
ชาติอื่นๆ (ยุโรป)	-	-	-	-	-	-	103	50.00	-	-
รวม	-	-	-	-	-	-	206	100.00	-	-
7.5 รวมทุกชาติ										
ไทย	-	-	-	-	-	-	-	-	251	41.10
ลาว	-	-	-	-	-	-	-	-	53	8.70
จีน	-	-	-	-	-	-	-	-	50	8.20
พม่า	-	-	-	-	-	-	-	-	51	8.40
ชาติอื่นๆ (ยุโรป)	-	-	-	-	-	-	-	-	205	33.60
รวม	-	-	-	-	-	-	-	-	610	100.00

หมายเหตุ ผู้วิจัยได้มีการจัดกลุ่มต่างๆ ใหม่ ดังนี้

- (1) กลุ่มอายุ: อายุต่ำกว่า 25 ปี จัดเป็นกลุ่มที่ 1, อายุ 25-34 ปี จัดเป็นกลุ่มที่ 2, อายุ 35-44 ปี อายุ 45-54 ปี อายุ 55-64 ปี และอายุมากกว่า 64 ปี จัดเป็นกลุ่มที่ 3 คือ อายุ 35 ปีขึ้นไป
- (2) กลุ่มอาชีพ: ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ ผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ จัดเป็นกลุ่มที่ 1, พนักงานทางด้านการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จัดเป็นกลุ่มที่ 2, ผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ จัดเป็นกลุ่มที่ 3
- (3) กลุ่มรายได้: รายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท จัดเป็นกลุ่มที่ 1, รายได้ 13,500-26,900 บาท และ 27,000- 40,499 บาท จัดเป็นกลุ่มที่ 2 คือ รายได้ 13,500-40,499 บาท, รายได้ 40,500-53,399 บาท 54,000-67,499 บาท 67,500-80,999 บาท 81,000-94,499 บาท 94, 500-107,999 บาท และ 108,000 บาทขึ้นไป จัดเป็นกลุ่มที่ 3 คือ รายได้ 40,500 บาทขึ้นไป

จากตารางที่ 4.1 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่)** ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (56.20%) อายุ 35 ปีขึ้นไป (42.50%) สถานภาพโสด/ม้าย/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/ม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ (67.00%) มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือสูงกว่าปริญญาตรี (54.40%) อาชีพพนักงานทางด้านการค้า /ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (41.70%) รายได้ครัวเรือน/เดือน น้อยกว่า 13,499 บาท (65.00%) และสัญชาติผู้ตอบแบบสอบถามพม่า (49.50%)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) 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 (เชียงใหม่) ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (54.90%) อายุ 25-34 ปี (40.00%) สถานภาพโสด/ม้าย/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%)

โดยรวมแล้ว **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนทั้ง 4 ประเทศ** ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (57.90%) อายุ 35 ปีขึ้นไป (38.40%) สถานภาพโสด/ม้าย/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%)

(2) ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) และการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ต่อการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย สร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ/ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม นวัตกรรมการท่องเที่ยว ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทิวทัศน์ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เส้นทางท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(2.1) ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)

(2.1.1) การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4.2 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง
ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

สร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า	3.19	0.745	ปานกลาง	4	3.05	1.084	ปานกลาง	4	3.30	1.067	ปานกลาง	3	3.35	0.981	ปานกลาง	2	3.24	0.947	ปานกลาง	2
2. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3.06	0.823	ปานกลาง	5	3.14	0.906	ปานกลาง	2	3.05	1.137	ปานกลาง	4	2.79	1.039	ปานกลาง	5	2.98	0.975	ปานกลาง	5
3. สินค้าที่ดึงดูดกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์	3.32	0.898	ปานกลาง	1	3.05	1.108	ปานกลาง	3	3.41	1.014	มาก	2	3.59	1.059	มาก	1	3.38	1.024	มาก	1
4. ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ	3.14	0.827	ปานกลาง	3	3.36	1.003	ปานกลาง	1	3.52	1.028	มาก	1	2.93	0.979	ปานกลาง	4	3.17	0.966	ปานกลาง	3
5. สินค้าของชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ดูดีในการซื้อ	3.23	0.855	ปานกลาง	2	3.02	1.155	ปานกลาง	-	2.96	1.051	ปานกลาง	5	3.08	1.000	ปานกลาง	3	3.10	0.995	ปานกลาง	4
รวม	3.18	0.588	ปานกลาง	-	3.12	0.744	ปานกลาง	-	3.24	0.745	ปานกลาง	-	3.14	0.720	ปานกลาง	-	3.17	0.687	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.2 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.18$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมาคือ สินค้าของชุมชนมีบรรยากาศดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.23$) การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.19$) ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอง กวน แห้วม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.14$) และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชียงใหม่ เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 3.06$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอง กวน แห้วม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.36$) รองลงมาคือ กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 3.14$) การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.05$) สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.05$) สินค้าของชุมชนมีบรรยากาศดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.02$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอง กวน แห้วม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.52$) รองลงมาคือ สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.41$) การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.30$) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 3.05$) และสินค้าของชุมชนมีบรรยากาศดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 2.96$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมาคือ การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.35$) สินค้าของชุมชนในเชียงใหม่มีบรรยากาศดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.08$) ชุมชนในเชียงใหม่มีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอง กวน

แช่อิ่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 2.93$) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในเชียงใหม่ เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 2.79$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.38$) รองลงมาคือ การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.24$) ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แช่อิ่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.17$) สินค้าของชุมชนมีบรรจุภัณฑ์จูงใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.10$) และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 2.98$) ตามลำดับ

(2.1.2) การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ (Environment /Natural)

ตารางที่ 4.3 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

สร้างสรรค์ด้าน สิ่งแวดล้อม/ ธรรมชาติ	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. มีการแนะนำ/ สื่อสารเกี่ยวกับ กิจกรรมความ ร่วมมือในการ อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เชิงนิเวศ	3.11	0.953	ปาน กลาง	3	2.80	1.000	ปาน กลาง	3	3.03	1.104	ปาน กลาง	3	3.22	1.129	ปาน กลาง	3	3.08	1.054	ปาน กลาง	3
2. ภูมิทัศน์ที่มีความ เป็นธรรมชาติ งดงาม	3.59	0.908	มาก	1	3.65	0.873	มาก	1	3.87	0.970	มาก	1	3.96	0.900	มาก	1	3.77	0.923	มาก	1
3. อากาศมีความ บริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิษ กลิ่นเหม็น	3.27	0.912	ปาน กลาง	2	3.46	0.920	มาก	2	3.58	1.058	มาก	2	3.49	1.001	มาก	2	3.42	0.974	มาก	2
รวม	3.32	0.708	ปาน กลาง	-	3.27	0.706	ปาน กลาง	-	3.49	0.744	มาก	-	3.56	0.820	มาก	-	3.42	0.761	มาก	-

จากตารางที่ 4.3 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชียงใหม่** มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมาคือ อากาศในเชียงใหม่มีความบริสุทธิ์ สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง คว้นพิษ กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.27$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.11$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.27$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.65$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง คว้นพิษ กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.46$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.80$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง คว้นพิษ กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.58$) มีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.03$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง คว้นพิษ กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.49$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.22$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/

ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.77$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิษ กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.42$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ที่ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.08$) ตามลำดับ

(2.1.3) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecological tourism)

ตารางที่ 4.4 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ้ง)				ลาว (เชียงทอง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. สามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.03	0.866	ปานกลาง	3	3.56	0.931	มาก	1	3.33	1.161	ปานกลาง	3	2.99	1.078	ปานกลาง	3	3.15	1.022	ปานกลาง	1
2. การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ	3.06	0.853	ปานกลาง	2	3.18	1.048	ปานกลาง	2	3.26	1.102	ปานกลาง	2	3.05	1.139	ปานกลาง	2	3.11	1.032	ปานกลาง	3
3. ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในเชียงใหม่	3.11	0.922	ปานกลาง	1	3.14	1.210	ปานกลาง	3	3.35	1.058	ปานกลาง	1	3.08	1.106	ปานกลาง	1	3.14	1.060	ปานกลาง	2
รวม	3.07	0.731	ปานกลาง	-	3.28	0.794	ปานกลาง	-	3.31	0.926	ปานกลาง	-	3.04	0.981	ปานกลาง	-	3.13	0.870	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่)** มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.07$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ คือ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.11$) รองลงมา คือ การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.06$) และสามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.03$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง สามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.18$) และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.14$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ คือ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.35$) สามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.33$) และการมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.26$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ คือ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.08$) การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.05$) และสามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.99$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ** มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.13$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง สามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.15$) รองลงมาคือ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.14$) และการมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.11$) ตามลำดับ

(2.1.4) การสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural heritage reservation)

ตารางที่ 4.5 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และ 4 ประเทศ

สร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น	3.49	0.901	มาก	1	3.49	1.137	มาก	2	3.70	0.937	มาก	2	4.18	0.862	มาก	1	3.75	0.986	มาก	1
2. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายสีพื้นเมือง เป็นต้น	3.25	0.864	ปานกลาง	2	3.59	0.911	มาก	1	3.80	0.873	มาก	1	3.71	0.937	มาก	2	3.55	0.923	มาก	2
3. มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน	3.10	0.862	ปานกลาง	4	3.31	0.950	ปานกลาง	5	3.24	1.054	ปานกลาง	5	3.11	0.996	ปานกลาง	4	3.16	0.957	ปานกลาง	4
4. มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า	3.21	0.864	ปานกลาง	3	3.41	0.992	มาก	3	3.43	0.910	มาก	3	3.36	0.951	ปานกลาง	3	3.33	0.925	ปานกลาง	3
5.การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีพื้นเมือง ฯลฯ	2.92	0.817	ปานกลาง	5	3.36	1.026	ปานกลาง	4	3.40	1.066	ปานกลาง	4	3.01	1.053	ปานกลาง	5	3.10	0.995	ปานกลาง	5
รวม	3.19	0.641	ปานกลาง	-	3.43	0.667	มาก	-	3.51	0.735	มาก	-	3.47	.722	มาก	-	3.38	0.701	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.5 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่)** มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.19$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.49$) รองลงมาคือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายสีพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.25$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.21$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.10$) และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 2.92$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.43$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายสีพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.59$) มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.49$) รองลงมาคือ มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.41$) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.36$) และมีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.31$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.51$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายสีพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.80$) มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น ($\bar{X} = 3.70$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.43$) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.40$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.24$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.47$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑสถาน เป็นต้น ($\bar{X} = 4.18$) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายสีพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.71$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.36$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญ

ประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.11$) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.01$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.75$) รองลงมาคือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายสีเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.55$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.33$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.16$) และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.10$) ตามลำดับ

(2.1.5) ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม (Authenticity)

ตารางที่ 4.6 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม (Authenticity)	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ้ง)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. รูปแบบการดำรงชีวิตของ ผู้คนยังคงความดั้งเดิม	3.27	0.827	ปาน กลาง	1	3.36	1.060	ปาน กลาง	1	3.44	1.085	มาก	4	3.55	.934	มาก	3	3.41	0.954	มาก	3
2. ลักษณะของบ้านเรือน/ เมืองยังคงความดั้งเดิม	3.23	0.898	ปาน กลาง	2	3.34	1.053	ปาน กลาง	2	3.67	1.007	มาก	1	3.72	.911	มาก	1	3.49	0.971	มาก	1
3. ลักษณะการแต่งกายของ ผู้คนยังคงความดั้งเดิม	3.10	0.919	ปาน กลาง	4	3.29	1.010	ปาน กลาง	4	3.64	0.942	มาก	2	3.45	.945	มาก	4	3.34	0.969	ปาน กลาง	4
4. ลักษณะความเป็น ธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย	3.18	0.921	ปาน กลาง	3	3.31	1.080	ปาน กลาง	3	3.57	0.993	มาก	3	3.61	.956	มาก	2	3.41	0.988	มาก	2
รวม	3.20	0.726	ปาน กลาง	-	3.32	0.831	มาก	-	3.57	0.859	มาก	-	3.57	.784	มาก	-	3.40	0.803	ปาน กลาง	-

จากตารางที่ 4.6 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.20$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ คือ รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.27$) ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.23$) ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.18$) และลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.10$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.49$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ คือ รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.36$) ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.34$) ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.31$) ลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.29$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.67$) ลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.64$) ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.57$) รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.44$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ คือ ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.72$) ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.61$) รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.55$) และลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.45$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากในเรื่อง ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.49$) รองลงมาคือ ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.41$) รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.41$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.16$) และลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.34$) ตามลำดับ

(2.1.6) นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation)

ตารางที่ 4.7 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

นวัตกรรมการ ท่องเที่ยว	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. มีการสร้างแหล่ง ท่องเที่ยวใหม่ๆ	3.15	0.835	ปาน กลาง	3	3.27	1.055	ปาน กลาง	2	3.32	0.946	ปาน กลาง	3	3.08	1.009	ปาน กลาง	3	3.17	0.955	ปาน กลาง	3
2. มีการบูรณะ โบราณสถาน/ พิพิธภัณฑ์อย่าง ต่อเนื่อง	3.21	0.865	ปาน กลาง	2	3.27	0.935	ปาน กลาง	3	3.38	0.889	ปาน กลาง	2	3.45	0.886	มาก	2	3.33	0.892	ปาน กลาง	2
3. มีการปรับปรุงการ ให้บริการของแหล่ง ท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	3.27	0.819	ปาน กลาง	1	3.36	0.976	ปาน กลาง	1	3.44	0.914	มาก	1	3.49	0.874	มาก	1	3.38	0.883	ปาน กลาง	1
รวม	3.20	0.696	ปาน กลาง	-	3.30	0.777	ปาน กลาง	-	3.36	.762	ปาน กลาง	-	3.33	0.771	ปาน กลาง	-	3.29	0.747	ปาน กลาง	-

(2.1.7) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Human interaction)

ตารางที่ 4.8 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่)

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีอัตราค่าเข้าชมเป็นมิตร	3.56	0.784	มาก	1	3.70	1.022	มาก	2	3.70	0.899	มาก	1	3.83	0.910	มาก	1	3.70	0.893	มาก	1
2. เต็มใจช่วยเหลือ	3.53	0.825	มาก	2	3.74	1.001	มาก	1	3.60	0.908	มาก	2	3.79	0.822	มาก	2	3.66	0.874	มาก	2
รวม	3.54	จ.719	มาก	-	3.70	0.958	มาก	-	3.66	0.824	มาก	-	3.80	0.813	มาก	-	3.68	0.817	มาก	-

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.54$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.74$) รองลงมาคือ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.60$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.79$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.66$) ตามลำดับ

(2.1.8) การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural travel and tourism)

ตารางที่ 4.9 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค
ลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

การเดินทางและการท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรม	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. มีแหล่งท่องเที่ยวทาง วัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/เป็นเอกลักษณ์	3.31	0.847	ปาน กลาง	2	3.42	1.042	มาก	4	3.83	0.948	มาก	2	3.93	0.931	มาก	1	3.62	0.966	มาก	1
2. มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูด ความสนใจ	3.28	0.887	ปาน กลาง	3	3.42	0.869	มาก	5	3.90	0.914	มาก	1	3.85	0.961	มาก	2	3.60	0.952	มาก	3
3. มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ	3.39	0.930	มาก	1	3.53	0.930	มาก	2	3.67	0.987	มาก	4	3.84	0.957	มาก	3	3.61	0.966	มาก	2
4. มีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจ	3.26	0.869	ปาน กลาง	4	3.45	0.926	มาก	3	3.67	0.886	มาก	5	3.63	0.988	มาก	5	3.48	0.936	มาก	5
5. มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัว	3.26	0.790	ปาน กลาง	5	3.56	1.030	มาก	1	3.74	1.005	มาก	3	3.68	0.937	มาก	4	3.53	0.939	มาก	4
รวม	3.29	0.694	มาก	-	3.46	0.742	มาก	-	3.75	0.793	มาก	-	3.78	0.808	มาก	-	3.56	0.788	มาก	-

จากตารางที่ 4.9 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.29$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง คือ มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.39$) รองลงมาคือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}=3.31$) มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X}=3.28$) มีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.26$) และมีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X}=3.31$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X}=3.56$) รองลงมาคือ มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.53$) มีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.45$) มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}=3.42$) และมีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X}=3.42$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาคือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}=3.83$) มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X}=3.74$) มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.67$) และมีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.67$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}=3.93$) รองลงมาคือ มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X}=3.85$) มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.84$) มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X}=3.68$) และมีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.63$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X}=3.62$) รองลงมาคือ มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.61$) มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X}=3.60$) มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X}=3.53$) มีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X}=3.48$) ตามลำดับ

(2.1.9) ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism scape)

ตารางที่ 4.10 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เวียงทอง)

ภูมิทัศน์การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ่ง)				ลาว (เชียงทอง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. มีการปรับปรุงภูมิทัศน์ที่สวยงาม และดึงดูดใจ	3.29	0.834	ปาน กลาง	2	3.42	0.995	มาก	3	3.76	0.922	มาก	1	3.69	0.843	มาก	1	3.52	0.900	มาก	2
2. มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่ หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ	3.18	0.792	ปาน กลาง	4	3.27	1.094	ปาน กลาง	4	3.71	0.908	มาก	4	3.56	0.855	มาก	4	3.41	0.911	มาก	4
3. มีภูมิทัศน์ของเมือง/ บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบ ดั้งเดิม	3.20	0.811	ปาน กลาง	3	3.49	1.092	มาก	2	3.74	0.889	มาก	3	3.67	0.842	มาก	3	3.50	0.912	มาก	3
4. มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรม ท้องถิ่นที่โดดเด่น	3.32	0.868	ปาน กลาง	1	3.53	0.962	มาก	1	3.76	0.838	มาก	2	3.68	0.843	มาก	2	3.55	0.887	มาก	1
รวม	3.24	0.664	ปาน กลาง	-	3.42	0.789	มาก	-	3.74	0.752	มาก	-	3.64	0.696	มาก	-	3.49	0.737	มาก	-

จากตารางที่ 4.10 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชียงใหม่ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมา คือ มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.29$) มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.20$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.20$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.42$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.53$) รองลงมา คือ มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.49$) มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.42$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.27$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.76$) มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมา คือ มีภูมิทัศน์ของเมือง / บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.74$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.71$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.64$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.69$) รองลงมา คือ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.68$) มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.67$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.55$) รองลงมาคือ มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.52$) มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.50$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.41$) ตามลำดับ

(2.1.10) ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism border/corridors)

ตารางที่ 4.11 ความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว) ในด้านกลุ่มการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค
ลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) และลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่)

ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	ระดับความคาดหวังต่อแหล่งท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. การข้ามชายแดนในเส้นทาง นี้มีความสะดวกและรวดเร็ว	3.26	0.862	ปาน กลาง	1	3.33	1.023	ปาน กลาง	3	3.53	0.925	มาก	1	3.19	0.943	ปาน กลาง	3	3.29	0.933	ปาน กลาง	2
2. ตามแนวชายแดนแห่งนี้มี อาหารหลากหลายและมี คุณภาพ	3.21	0.810	ปาน กลาง	3	3.33	1.132	ปาน กลาง	2	3.23	0.962	ปาน กลาง	3	3.33	0.903	ปาน กลาง	1	3.27	0.926	ปาน กลาง	3
3. ตามแนวชายแดนแห่งนี้มี สินค้าจำหน่ายที่หลากหลาย และมีคุณภาพ	3.26	0.757	ปาน กลาง	2	3.39	1.045	ปาน กลาง	1	3.34	1.074	ปาน กลาง	2	3.29	0.964	ปาน กลาง	2	3.31	0.933	ปาน กลาง	1
รวม	3.24	0.670	ปาน กลาง	-	3.35	0.836	ปาน กลาง	-	3.35	0.875	ปาน กลาง	-	3.26	0.788	ปาน กลาง	-	3.28	0.774	ปาน กลาง	-

(2.2) การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว)

(2.2.1) การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ตารางที่ 4.12 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ่ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

สร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ่ง)				ลาว (เชียงทอง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า	3.33	0.716	ปานกลาง	2	3.28	0.958	ปานกลาง	2	3.32	0.930	ปานกลาง	3	3.71	0.945	มาก	1	3.45	0.893	มาก	1
2. กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร	3.04	0.905	ปานกลาง	5	3.19	0.967	ปานกลาง	3	2.72	0.993	ปานกลาง	5	2.73	1.038	ปานกลาง	5	2.91	0.992	ปานกลาง	5
3. สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์	3.34	0.860	ปานกลาง	1	3.15	1.091	ปานกลาง	4	3.33	0.987	ปานกลาง	2	3.68	1.009	ปานกลาง	2	3.43	0.990	มาก	2
4. ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ	3.31	0.798	ปานกลาง	3	3.36	0.996	ปานกลาง	1	3.36	1.008	ปานกลาง	1	3.05	1.090	ปานกลาง	4	3.24	0.978	ปานกลาง	3
5. สินค้าของชุมชนมีบรรพบุรุษจูงใจในการซื้อ	3.17	0.896	ปานกลาง	4	3.10	1.137	ปานกลาง	5	2.97	0.966	ปานกลาง	4	3.32	1.063	ปานกลาง	3	3.18	1.014	ปานกลาง	4
รวม	3.24	0.589	ปานกลาง	-	3.21	0.726	ปานกลาง	-	3.14	0.634	ปานกลาง	-	3.29	0.714	ปานกลาง	-	3.24	0.665	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์เศรษฐกิจโดยรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.34$) รองลงมาคือ การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.33$) ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แซ่ฉิม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.31$) สินค้าของชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.17$) และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 3.04$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์เศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.21$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แซ่ฉิม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.36$) รองลงมาคือ การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.28$) กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 3.19$) สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.15$) และสินค้าของชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.10$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์เศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แซ่ฉิม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.36$) รองลงมาคือ สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.33$) การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.32$) สินค้าของชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 2.97$) และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 2.72$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์เศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือ สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.68$) สินค้าของชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.32$) ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แซ่ฉิม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.05$)

กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 2.73$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์เศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก คือ การรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ($\bar{X} = 3.45$) รองลงมาคือ สินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก ร่ม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.43$) ชุมชนมีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แฮม เป็นต้น ($\bar{X} = 3.24$) สินค้าของชุมชนมีบรรจุกัญท์จูงใจในการซื้อ ($\bar{X} = 3.18$) และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตร เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก ($\bar{X} = 2.91$) ตามลำดับ

(2.2.2) การสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ (Environment /Natural)

ตารางที่ 4.13 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ/ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวใน
อนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง)
และรวม 4 ประเทศ

สร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ ธรรมชาติ	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ้ง)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. มีการแนะนำ/สื่อสาร เกี่ยวกับกิจกรรมความ ร่วมมือในการอนุรักษ์ สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ	3.03	0.939	ปาน กลาง	3	2.93	1.042	ปาน กลาง	3	2.74	1.126	ปาน กลาง	3	3.02	1.202	ปาน กลาง	3	2.96	1.083	ปาน กลาง	3
2. ภูมิทัศน์ที่มีความเป็น ธรรมชาติ งดงาม	3.68	0.908	มาก	1	3.83	0.837	มาก	1	3.72	0.944	มาก	1	4.08	0.880	ปาน กลาง	1	3.85	0.908	มาก	1
3. อากาศมีความบริสุทธิ์ สะอาด ปราศจากฝุ่น ละออง คิวพิษ กลิ่น เหม็น	3.26	0.922	ปาน กลาง	2	3.63	0.870	มาก	2	3.15	1.103	ปาน กลาง	2	3.51	.976	มาก	2	3.39	0.975	ปาน กลาง	2
รวม	3.32	0.697	ปาน กลาง	-	3.42	0.694	มาก	-	3.20	0.782	ปาน กลาง	-	3.54	.773	มาก	-	3.39	0.745	ปาน กลาง	-

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไทย (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ/ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.68$) รองลงมาคือ อากาศในเชียงใหม่ มีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิช กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.26$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.03$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.42$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิช กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.63$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.93$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยว คือ ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิช กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.15$) มีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.74$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังอยู่ในระดับมาก คือ ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 4.08$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิช กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.51$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.02$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ โดยรวมอยู่ในระดับปาน

กลาง ($\bar{X} = 3.39$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก คือ ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ งดงาม ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมาคือ อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิษ กลิ่นเหม็น ($\bar{X} = 3.39$) และมีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศ เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ตักเตือนผู้ที่ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.96$) ตามลำดับ

(2.2.3) การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecological tourism)

ตารางที่ 4.14 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงใหม่)				ลาว (เชียงทอง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. สามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.09	0.852	ปานกลาง	3	3.50	0.984	มาก	1	2.97	1.102	ปานกลาง	2	3.02	1.108	ปานกลาง	3	3.11	1.019	ปานกลาง	3
2. การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ	3.14	0.856	ปานกลาง	1	3.23	1.024	ปานกลาง	2	2.94	1.094	ปานกลาง	3	3.14	1.084	ปานกลาง	1	3.12	1.008	ปานกลาง	1
3. ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติ	3.09	0.870	ปานกลาง	2	3.07	1.260	ปานกลาง	3	3.18	1.118	ปานกลาง	1	3.13	1.118	ปานกลาง	2	3.11	1.065	ปานกลาง	2
รวม	3.11	0.724	ปานกลาง	-	3.22	0.865	ปานกลาง	-	3.02	0.938	ปานกลาง	-	3.09	0.943	มาก	-	3.11	0.862	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.4 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่)** มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.11$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.14$) รองลงมาคือ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.09$) และสามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.09$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง คือ สามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.23$) และทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.14$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.02$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในเชียงใหม่ ($\bar{X} = 3.18$) สามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.97$) และการมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 2.94$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (หลวงพระบาง) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.14$) รองลงมาคือ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.13$) และสามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.02$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ** มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.11$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.12$) รองลงมาคือ ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.11$) และสามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติ ($\bar{X} = 3.11$) ตามลำดับ

(2.2.4) การสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม (Cultural heritage reservation)

ตารางที่ 4.15 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศ ไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

สร้างสรรค์การอนุรักษ์ วัฒนธรรม	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ้ง)				ลาว (เชียงทอง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริม วัฒนธรรม	3.70	0.912	มาก	1	3.62	1.044	มาก	1	3.56	1.030	มาก	2	4.27	0.780	มากที่สุด	1	3.85	0.960	มาก	1
2. มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ ส่งเสริมวัฒนธรรม	3.35	0.930	ปาน กลาง	2	3.49	0.855	มาก	2	3.70	1.017	มาก	1	3.86	0.900	มาก	2	3.60	0.951	ปาน กลาง	2
3. มีกิจกรรมการบำเพ็ญ ประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน	3.25	0.831	ปาน กลาง	4	3.39	0.935	ปาน กลาง	4	2.88	0.997	ปาน กลาง	5	3.15	0.968	ปาน กลาง	4	3.18	0.935	ปาน กลาง	4
4. มีกิจกรรมการเรียนรู้ทาง ประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิต ชุมชน/ชนเผ่า	3.31	0.929	ปาน กลาง	3	3.42	0.955	มาก	3	3.25	1.007	ปาน กลาง	4	3.34	1.030	ปาน กลาง	3	3.33	0.980	ปาน กลาง	3
5.การมีส่วนร่วมในกิจกรรม นันทนาการสร้างสรรค์	3.01	0.969	ปาน กลาง	5	3.38	1.126	ปาน กลาง	5	3.33	1.134	ปาน กลาง	3	2.95	1.122	ปาน กลาง	5	3.10	1.088	ปาน กลาง	5
รวม	3.32	0.700	ปาน กลาง	-	3.45	0.622	มาก	-	3.35	0.754	ปาน กลาง	-	3.51	0.671	ปาน กลาง	-	3.41	0.690	มาก	-

จากตารางที่ 4.15 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไทย (เชียงใหม่)** มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาคือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.35$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.31$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.25$) และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.01$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.62$) มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.49$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.42$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.39$) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.70$) รองลงมาคือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.56$) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.33$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.25$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 2.88$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมา คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.86$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.34$) มีกิจกรรม

การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.15$) และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 2.95$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.41$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ เป็นต้น ($\bar{X} = 3.85$) รองลงมา คือ มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายสีพื้นเมือง เป็นต้น ($\bar{X} = 3.60$) มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า ($\bar{X} = 3.33$) มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน ($\bar{X} = 3.18$) และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายสีพื้นเมือง ฯลฯ ($\bar{X} = 3.10$) ตามลำดับ

(2.2.5) ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม (Authenticity)

ตารางที่ 4.16 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) / ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/ เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม (Authenticity)	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงใหม่)				ลาว (เชียงใหม่)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. รูปแบบการดำรงชีวิตของ ผู้คนยังคงความดั้งเดิม	3.23	0.847	ปาน กลาง	1	3.50	1.036	มาก	2	2.97	1.106	ปาน กลาง	4	3.51	1.002	มาก	2	3.33	0.995	ปาน กลาง	3
2. ลักษณะของบ้านเรือน/ เมืองยังคงความดั้งเดิม	3.15	0.960	ปาน กลาง	3	3.55	0.977	มาก	1	3.29	1.065	ปาน กลาง	1	3.81	0.901	มาก	1	3.47	1.000	มาก	1
3. ลักษณะการแต่งกายของ ผู้คนยังคงความดั้งเดิม	3.05	0.928	ปาน กลาง	4	3.43	0.976	มาก	4	3.19	1.081	ปาน กลาง	2	3.26	0.994	ปาน กลาง	4	3.21	0.991	ปาน กลาง	4
4. ลักษณะความเป็น ธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย	3.20	0.928	ปาน กลาง	2	3.48	1.101	มาก	3	3.16	0.982	ปาน กลาง	3	3.51	0.997	มาก	3	3.35	1.001	ปาน กลาง	2
รวม	3.16	0.723	ปาน กลาง	-	3.49	0.792	มาก	-	3.15	0.839	ปาน กลาง	-	3.52	0.770	มาก	-	3.33	0.788	ปาน กลาง	-

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.16$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.23$) รองลงมาคือ ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.20$) ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.15$) และลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.02$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.55$) รองลงมา คือ รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.50$) ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.48$) และลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับ ปานกลาง ($\bar{X} = 3.15$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.29$) รองลงมาคือ ลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.19$) ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.16$) และรูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 2.97$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.52$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.81$) รองลงมาคือ รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.51$) ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.51$) ลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.26$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก คือ ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.47$) รองลงมาคือ ลักษณะความเป็นธรรมชาติยังไม่ถูกทำลาย ($\bar{X} = 3.35$) รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.33$) และลักษณะการแต่งกายของผู้คนยังคงความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.21$) ตามลำดับ

(2.2.6) นวัตกรรมการท่องเที่ยว (Tourism innovation)

ตารางที่ 4.17 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

นวัตกรรมการท่องเที่ยว	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงใหม่)				ลาว (เชียงใหม่)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง	3.22	0.915	ปานกลาง	3	3.25	1.067	ปานกลาง	2	3.41	0.969	มาก	1	3.23	0.953	ปานกลาง	3	3.26	0.963	ปานกลาง	3
2. มีการบูรณะโบราณสถาน/พิพิธภัณฑ์เดิมที่มีอยู่อย่างต่อเนื่อง	3.35	0.907	ปานกลาง	2	3.25	1.014	ปานกลาง	3	3.23	0.932	ปานกลาง	3	3.49	0.930	มาก	2	3.36	0.941	ปานกลาง	2
3. มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง	3.41	0.883	มาก	1	3.32	1.076	ปานกลาง	1	3.30	1.005	ปานกลาง	2	3.59	0.942	มาก	1	3.44	0.962	มาก	1
รวม	3.33	0.750	ปานกลาง	-	3.49	0.792	มาก	-	3.29	0.830	ปานกลาง	-	3.43	0.759	มาก	-	3.35	0.781	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.33$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.41$) รองลงมาคือ มีการบูรณะอย่างต่อเนื่องในโบราณสถาน/พิพิธภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ไม่ให้เสื่อมโทรม ($\bar{X} = 3.33$) มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.22$)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.49$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.32$) รองลงมาคือ มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.25$) และมีการบูรณะอย่างต่อเนื่องในโบราณสถาน/พิพิธภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ไม่ให้เสื่อมโทรม ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.29$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.41$) รองลงมาคือ มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.30$) และ มีการบูรณะอย่างต่อเนื่องในโบราณสถาน/พิพิธภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ไม่ให้เสื่อมโทรม ($\bar{X} = 3.23$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (หลวงพระบาง) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.59$) รองลงมาคือ มีการบูรณะอย่างต่อเนื่องในโบราณสถาน/พิพิธภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ไม่ให้เสื่อมโทรม ($\bar{X} = 3.49$) และมีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.23$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.35$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมาก คือ มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.44$) รองลงมาคือ มีการบูรณะอย่างต่อเนื่องในโบราณสถาน/พิพิธภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ไม่ให้เสื่อมโทรม ($\bar{X} = 3.36$) และมีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 3.26$) ตามลำดับ

(2.2.7) ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Human interaction)

ตารางที่ 4.18 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงใหม่)				ลาว (เชียงใหม่)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว	3.72	.933	มาก	1	3.91	.913	มาก	1	3.58	.884	มาก	1	4.27	.809	มากที่สุด	1	3.91	.920	มาก	1
2. คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือแก่นักท่องเที่ยว	3.64	.876	มาก	2	3.83	.928	มาก	2	3.37	1.030	ปานกลาง	2	4.14	.860	มาก	2	3.80	.945	มาก	2
รวม	3.68	.830	มาก	-	3.87	.838	มาก	-	3.48	.862	มาก	-	4.20	.792	มาก	-	3.85	.865	มาก	-

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.72$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.83$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.48$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมา คือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.37$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากที่สุด คือ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.27$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ คนมีอัธยาศัยไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.91$) รองลงมาคือ คนเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว ($\bar{X} = 3.80$) ตามลำดับ

(2.2.8) การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural travel and tourism)

ตารางที่ 4.19 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ้ง)				ลาว (เชียงทอง)							
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์	3.56	0.879	มาก	1	3.57	0.887	มาก	3	3.71	0.853	มาก	1	4.14	0.784	มาก	2	3.78	0.883	มาก	1
2. มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ	3.47	0.903	มาก	3	3.52	0.838	มาก	4	3.66	0.861	มาก	2	4.20	0.893	มาก	1	3.76	0.938	มาก	2
3. มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ	3.53	0.909	มาก	2	3.64	0.912	มาก	2	3.49	0.951	มาก	4	4.04	0.951	มาก	3	3.72	0.959	มาก	3
4. มีศิลปหัตถกรรมที่น่าสนใจ	3.38	0.892	ปานกลาง	5	3.49	0.927	มาก	5	3.46	0.951	มาก	5	3.83	0.896	มาก	4	3.56	0.928	มาก	5
5. มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	3.45	0.974	มาก	4	3.66	0.994	มาก	1	3.62	1.042	มาก	3	3.78	0.948	มาก	5	3.63	0.987	มาก	4
รวม	3.48	0.738	มาก	-	3.56	0.718	มาก	-	3.58	0.712	มาก	-	4.00	0.660	มาก	-	3.68	0.740	มาก	-

จากตารางที่ 4.19 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.56$) รองลงมาคือ มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.53$) มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.47$) มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 3.45$) และมีศิลปะหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.38$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 3.66$) รองลงมาคือ มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.64$) มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.57$) มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.52$) และมีศิลปะหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.49$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.71$) รองลงมาคือ มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.66$) มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 3.62$) มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.49$) และมีศิลปะหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.46$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 4.14$) มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.04$) มีศิลปะหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.83$) และมีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ($\bar{X} = 3.78$) รองลงมาคือ มีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.76$) มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.72$) มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ($\bar{X} = 3.63$) และมีศิลปะหัตถกรรมที่น่าสนใจ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

(2.2.9) ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism scape)

ตารางที่ 4.20 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงรุ้ง) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

ภูมิทัศน์การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงรุ้ง)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1. มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ	3.45	0.953	มาก	1	3.36	0.969	ปานกลาง	4	3.64	0.915	มาก	1	3.87	0.858	มาก	2	3.60	0.939	มาก	2
2. มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ	3.29	0.840	ปานกลาง	4	3.38	1.018	ปานกลาง	3	3.39	0.970	ปานกลาง	4	3.63	0.905	มาก	4	3.43	0.924	มาก	4
3. มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม	3.29	0.883	ปานกลาง	3	3.52	0.969	มาก	2	3.48	0.925	มาก	3	3.97	0.771	มาก	1	3.58	0.913	มาก	3
4. มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น	3.42	0.835	มาก	2	3.67	0.968	มาก	1	3.62	0.883	มาก	2	3.85	0.803	มาก	3	3.64	0.872	มาก	1
รวม	3.36	0.727	ปานกลาง	-	3.48	0.739	มาก	-	3.53	0.735	มาก	-	3.82	0.637	มาก	-	3.56	0.726	มาก	-

จากตารางที่ 4.20 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวประเทศไทย (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.36$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีการรับรู้ภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.45$) รองลงมา คือ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.42$) มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.29$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.29$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.48$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.67$) รองลงมา คือ มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.52$) มีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.38$) และมีการรับรู้ภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.36$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ มีการรับรู้ภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมา คือ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.62$) มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.48$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.97$) รองลงมา คือ มีการรับรู้ภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.87$) มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.85$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.64$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น ($\bar{X} = 3.64$) รองลงมาคือ มีการรับรู้ภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ($\bar{X} = 3.60$) มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.58$) และมีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจ ($\bar{X} = 3.43$) ตามลำดับ

(2.2.10) ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism border/corridors)

ตารางที่ 4.21 การรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่) ลาว (หลวงพระบาง/เชียงใหม่) และรวม 4 ประเทศ

ชายแดน/แนวพื้นที่ ท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	ระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว)																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (สิบสองปันนา)				ลาว (หลวงพระบาง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. การข้ามชายแดน ในเส้นทางนี้มีความ สะดวกและรวดเร็ว	3.43	0.830	มาก	1	3.29	1.090	ปาน กลาง	3	3.18	1.090	ปาน กลาง	1	3.33	0.990	ปาน กลาง	2	3.33	0.977	ปาน กลาง	1
2. ตามแนวชายแดน แห่งนี้มีอาหาร หลากหลายและมี คุณภาพ	3.26	0.899	ปาน กลาง	2	3.43	1.025	มาก	1	3.01	1.016	ปาน กลาง	3	3.35	1.011	ปาน กลาง	1	3.28	0.984	ปาน กลาง	2
3. ตามแนวชายแดน แห่งนี้มีสินค้าจำหน่าย ที่หลากหลายและมี คุณภาพ	3.21	0.873	ปาน กลาง	3	3.39	1.091	ปาน กลาง	2	3.02	1.026	ปาน กลาง	2	3.30	0.966	ปาน กลาง	3	3.24	0.972	ปาน กลาง	3
รวม	3.30	0.674	ปาน กลาง	-	3.37	0.884	ปาน กลาง	-	3.06	0.908	ปาน กลาง	-	3.32	0.805	ปาน กลาง	-	3.28	0.801	ปาน กลาง	-

จากตารางที่ 4.21 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไทย (เชียงใหม่)** มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.30$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.43$) รองลงมาคือ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.26$) และตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.21$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.37$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับมาก คือ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.43$) รองลงมาคือ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.39$) และการข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.29$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.18$) รองลงมาคือ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.02$) และตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.01$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.32$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้หลังการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.35$) รองลงมา คือ การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.33$) และตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.30$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ** มีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.28$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ (หลังการท่องเที่ยว) อยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว ($\bar{X} = 3.33$) รองลงมาคือ ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.28$) และตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.24$) ตามลำดับ

(2.3) ความตั้งใจ

ตารางที่ 4.22 ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบนประเทศไทย (เชียงใหม่/เชียงราย) พม่า (เชียงใหม่) จีน (สิบสองปันนา/เชียงใหม่)
ลาว (หลวงพระบาง/เชียงทอง) และรวม 4 ประเทศ

ความตั้งใจในแต่ละเส้นทาง	ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในแต่ละเส้นทาง																			
	ประเทศไทย (เชียงใหม่)				พม่า (เชียงใหม่)				จีน (เชียงใหม่)				ลาว (เชียงทอง)				รวม 4 ประเทศ			
	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ	$\bar{X}$	S.D.	แปล ผล	อันดับ
1. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) –ด่าน ห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน)	4.04	1.482	มาก	3	3.83	2.080	มาก	3	4.08	1.945	มาก	2	3.20	1.506	ปาน กลาง	4	3.73	1.723	มาก	2
2. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) – ด่าน ห้วยทราย (ลาว)	4.06	1.504	มาก	2	3.83	1.906	มาก	4	3.86	1.742	มาก	3	3.30	1.386	ปาน กลาง	2	3.73	1.609	มาก	2
3. เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย– ปากแฉ่ง – หลวง พระบาง	4.10	1.554	มาก	1	3.71	2.075	มาก	5	3.71	1.689	มาก	5	3.39	1.493	ปาน กลาง	1	3.73	1.676	มาก	2
4. เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า)	3.86	1.518	มาก	5	4.60	2.052	มากที่สุด	1	3.77	1.659	มาก	4	3.04	1.576	ปาน กลาง	5	3.69	1.744	มาก	5
5. เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน)	4.01	1.585	มาก	4	4.07	2.004	มาก	2	4.11	1.837	มาก	1	3.21	1.623	ปาน กลาง	3	3.76	1.744	มาก	1
รวม	4.01	1.268	มาก	-	4.00	1.612	มาก	-	3.92	1.340	มาก	-	3.24	1.266	ปาน กลาง	-	3.73	1.385	มาก	-

จากตารางที่ 4.22 พบว่า **นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวไทย (เชียงใหม่)** มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมาก คือ เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย–ปากแแบง – หลวงพระบาง ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมาคือ เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย)– ด่านห้วยทราย (ลาว) ($\bar{X} = 4.06$) เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) – ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 4.04$) เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 4.01$) และเส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) ($\bar{X} = 3.86$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวพม่า (เชียงใหม่) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.00$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมากที่สุด คือ เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมาคือ เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 4.07$) เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) –ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 3.83$) เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย)– ด่านห้วยทราย (ลาว)

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวจีน (เชียงใหม่) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือ เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) –ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 4.08$) เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย)– ด่านห้วยทราย (ลาว) ($\bar{X} = 3.86$) เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) ($\bar{X} = 4.77$) และเส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย– ปากแแบง – หลวงพระบาง ($\bar{X} = 4.71$) ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวลาว (เชียงใหม่) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับปานกลางทุกข้อ ดังนี้ เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย– ปากแแบง – หลวงพระบาง ($\bar{X} = 3.39$) รองลงมาคือ เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย)– ด่านห้วยทราย (ลาว) ($\bar{X} = 3.30$) เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 3.21$) เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) –ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 3.20$) และ เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) ($\bar{X} = 3.04$) ตามลำดับ

โดยรวมแล้ว**นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน 4 ประเทศ** มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมากทุกข้อ ดังนี้ เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียง

แสน (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 3.76$) รองลงมาคือ เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน
 เชียงของ (ไทย) –ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน) ($\bar{X} = 3.73$) เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ
 – เมืองห้วยทราย– ปากแบง – หลวงพระบาง ($\bar{X} = 3.73$) เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน
 เชียงของ (ไทย)– ด่านห้วยทราย (ลาว) ($\bar{X} = 3.73$) และเส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียง
 ตุง (พม่า) ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

**ตารางสรุประดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของแต่ละ
ประเทศ**

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าเฉลี่ยความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของแต่ละ
สถานที่

การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)									
	เชียงใหม่ ไทย		เชียงใหม่ พม่า		เชียงใหม่ จีน		เชียงใหม่ ลาว		รวม 4 ประเทศ	
	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล
1. การสร้างสรรค์ด้าน เศรษฐกิจ	3.18	ปาน กลาง	3.12	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง	3.14	ปาน กลาง	3.17	ปาน กลาง
2. การสร้างสรรค์ด้าน สิ่งแวดล้อม	3.32	ปาน กลาง	3.27	ปาน กลาง	3.49	มาก	3.56	มาก	3.42	มาก
3. การท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์	3.07	ปาน กลาง	3.28	ปาน กลาง	3.31	ปาน กลาง	3.04	ปาน กลาง	3.13	ปาน กลาง
4. การสร้างสรรค์/การ อนุรักษ์วัฒนธรรม	3.19	ปาน กลาง	3.43	ปาน กลาง	3.51	มาก	3.47	มาก	3.38	ปาน กลาง
5. ความเป็นขอแท้/ ดั้งเดิม	3.20	ปาน กลาง	3.32	มาก	3.57	มาก	3.57	มาก	3.40	ปาน กลาง
6. นวัตกรรม ท่องเที่ยว	3.20	ปาน กลาง	3.30	ปาน กลาง	3.36	ปาน กลาง	3.33	ปาน กลาง	3.29	ปาน กลาง

ตารางที่ 4.23 (ต่อ)

การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยว (ก่อนการท่องเที่ยว)									
	เชียงใหม่ ไทย		เชียงใหม่ พม่า		เชียงใหม่ จีน		เชียงใหม่ ลาว		รวม 4 ประเทศ	
	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล
7. ปฏิสัมพันธ์ระหว่าง บุคคล	3.54	ปาน กลาง	3.70	มาก	3.66	มาก	3.80	มาก	3.68	มาก
8. การเดินทางและการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.29	มาก	3.46	มาก	3.75	มาก	3.78	มาก	3.56	มาก
9. ภูมิทัศน์การท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์	3.24	ปาน กลาง	3.42	มาก	3.74	มาก	3.64	มาก	3.49	มาก
10. ชายแดน/แนวพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.24	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง	3.35	ปาน กลาง	3.26	ปาน กลาง	3.28	ปาน กลาง
รวม	3.25	ปาน กลาง	3.37	ปาน กลาง	3.50	มาก	3.47	มาก	3.38	ปาน กลาง

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลางอันดับแรก ได้แก่ ประเทศจีน (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมา ประเทศลาว (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.47$) ประเทศพม่า (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.39$) และประเทศไทย (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

สรุปค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของแต่ละ
สถานที่

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าเฉลี่ยของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนของแต่ละสถานที่

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างยั่งยืน	ระดับการรับรู้ต่อการท่องเที่ยว (หลังการท่องเที่ยว)									
	เชียงใหม่		เชียงใหม่		เชียงใหม่		เชียงใหม่		รวม 4	
	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล
1. การสร้างสรรค์ด้าน เศรษฐกิจ	3.24	ปาน กลาง	3.21	ปาน กลาง	3.14	ปาน กลาง	3.29	ปาน กลาง	3.24	ปาน กลาง
2. การสร้างสรรค์ด้าน สิ่งแวดล้อม	3.32	ปาน กลาง	3.42	มาก	3.20	ปาน กลาง	3.54	มาก	3.39	ปาน กลาง
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.11	ปาน กลาง	3.22	ปาน กลาง	3.02	ปาน กลาง	3.09	มาก	3.11	ปาน กลาง
4. การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์ วัฒนธรรม	3.32	ปาน กลาง	3.45	มาก	3.35	ปาน กลาง	3.51	ปาน กลาง	3.41	มาก
5. ความเป็นขอแท้/ดั้งเดิม	3.16	ปาน กลาง	3.49	มาก	3.15	ปาน กลาง	3.52	มาก	3.33	ปาน กลาง
6. นวัตกรรมการท่องเที่ยว	3.33	ปาน กลาง	3.49	มาก	3.29	ปาน กลาง	3.43	มาก	3.35	ปาน กลาง
7. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.68	มาก	3.87	มาก	3.48	มาก	4.20	มาก	3.85	มาก
8. การเดินทางและการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.48	มาก	3.56	มาก	3.58	มาก	4.00	มาก	3.68	มาก
9. ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์	3.36	ปาน กลาง	3.48	มาก	3.53	มาก	3.82	มาก	3.56	มาก
10. ชายแดน/แนวพื้นที่ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.30	ปาน กลาง	3.37	ปาน กลาง	3.06	ปาน กลาง	3.32	ปาน กลาง	3.28	ปาน กลาง
รวม	3.34	ปาน กลาง	3.44	มาก	3.29	ปาน กลาง	3.58	มาก	3.43	มาก

จากตารางที่ 4.24 พบว่า นักท่องเที่ยวมีระดับการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.43$) 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

สรุปค่าเฉลี่ยความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าเฉลี่ยความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน

ความตั้งใจท่องเที่ยว	ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน									
	เชียงแสน ไทย		เชียงตุง พม่า		เชียงรุ่ง จีน		เชียงทอง ลาว		รวม 4 ประเทศ	
	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล	$\bar{X}$	แปล ผล
ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต	4.01	มาก	4.00	มาก	3.92	มาก	3.24	ปาน กลาง	3.73	มาก

จากตารางที่ 4.25 พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนอยู่ในระดับมากอันดับแรก ได้แก่ ประเทศไทย (เชียงแสน) ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมา คือ ประเทศพม่า (เชียงตุง) ($\bar{X} = 4.00$) และประเทศจีน (เชียงรุ่ง) ($\bar{X} = 3.92$) ส่วนประเทศลาว (เชียงทอง) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.24$) ตามลำดับ

4.2 การทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน

4.2.1 นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.26 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	246	ชาย	3.797	1.662	1.567	0.211	Equal variances assumed	0.627	581	0.531
	337	หญิง	3.706	1.765						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	244	ชาย	3.744	1.542	2.655	0.104	Equal variances assumed	0.021	576	0.983
	334	หญิง	3.741	1.665						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	245	ชาย	3.788	1.612	1.326	0.250	Equal variances assumed	0.538	578	0.591
	335	หญิง	3.712	1.723						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	245	ชาย	3.708	1.658	3.129	0.077	Equal variances assumed	-0.001	579	0.999
	336	หญิง	3.708	1.810						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	245	ชาย	3.696	1.732	0.024	0.877	Equal variances assumed	-0.990	579	0.322
	336	หญิง	3.842	1.779						
รวม	247	ชาย	3.751	1.335	1.799	0.180	Equal variances assumed	0.058	586	0.954
	341	หญิง	3.745	1.423						

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.26 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.27 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	85	ชาย	3.788	1.228	8.043**	0.005	Equal variances not assumed	-2.286*	190.625	0.023
	108	หญิง	4.259	1.634						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	85	ชาย	3.847	1.296	8.045**	0.005	Equal variances not assumed	-1.862	190.997	0.064
	108	หญิง	4.241	1.641						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	85	ชาย	3.994	1.326	6.039*	0.015	Equal variances not assumed	-0.844	191.973	0.400
	109	หญิง	4.179	1.723						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	85	ชาย	3.767	1.311	3.678	0.057	Equal variances assumed	-1.655	192	0.099
	109	หญิง	4.037	1.638						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	85	ชาย	3.812	1.418	3.199	0.075	Equal variances assumed	-1.649	191	0.101
	108	หญิง	4.190	1.698						
รวม	85	ชาย	3.824	1.086	6.787*	0.010	Equal variances not assumed	-1.981*	191.998	0.049
	109	หญิง	4.175	1.388						

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.27 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่ ประเทศไทย) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.351 และ 0.471 ตามลำดับ

(2) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.28 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	33	ชาย	4.364	2.258	3.130	0.080	Equal variances assumed	1.726	95	0.088
	64	หญิง	3.602	1.952						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	32	ชาย	4.109	2.166	2.845	0.095	Equal variances assumed	0.930	93	0.355
	63	หญิง	3.722	1.782						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	33	ชาย	4.167	2.228	1.086	0.300	Equal variances assumed	1.436	95	0.154
	64	หญิง	3.531	1.978						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	34	ชาย	4.691	2.181	0.239	0.626	Equal variances assumed	0.221	96	0.825
	64	หญิง	4.594	2.020						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	33	ชาย	4.273	2.107	0.784	0.378	Equal variances assumed	0.577	95	0.566
	64	หญิง	4.023	1.971						
รวม	34	ชาย	4.290	1.804	2.878	0.093	Equal variances assumed	1.164	96	0.247
	64	หญิง	3.893	1.498						

จากตารางที่ 4.28 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(3) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.29 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	38	ชาย	4.342	1.900	0.063	0.802	Equal variances assumed	1.056	93	0.294
	57	หญิง	3.192	1.973						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	38	ชาย	3.947	1.580	1.947	0.166	Equal variances assumed	0.391	92	0.697
	56	หญิง	3.804	1.855						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	38	ชาย	3.684	1.765	1.004	0.319	Equal variances assumed	-0.120	91	0.905
	55	หญิง	3.727	1.652						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	38	ชาย	3.842	1.669	0.049	0.825	Equal variances assumed	0.313	90	0.755
	54	หญิง	3.731	1.667						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	38	ชาย	4.079	1.916	0.281	0.597	Equal variances assumed	-0.147	91	0.883
	55	หญิง	4.136	1.799						
รวม	38	ชาย	3.979	1.237	0.182	0.670	Equal variances assumed	0.326	93	0.745
	57	หญิง	3.887	1.416						

จากตารางที่ 4.29 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(4) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.30 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน เชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	90	ชาย	3.367	1.552	0.044	0.834	Equal variances assumed	1.214	196	0.226
	108	หญิง	3.106	1.458						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน เชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	89	ชาย	3.427	1.443	0.468	0.495	Equal variances assumed	1.063	194	0.289
	107	หญิง	3.215	1.344						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	89	ชาย	3.494	1.491	0.642	0.424	Equal variances assumed	0.738	194	0.462
	107	หญิง	3.336	1.493						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	88	ชาย	3.301	1.583	0.001	0.977	Equal variances assumed	2.017*	195	0.045
	109	หญิง	2.489	1.551						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	89	ชาย	3.208	1.672	0.132	0.717	Equal variances assumed	-0.152	196	0.880
	109	หญิง	3.243	1.591						
รวม	90	ชาย	3.383	1.303	0.523	0.470	Equal variances assumed	1.230	199	0.220
	111	หญิง	3.163	1.229						

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.30 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (หลวงพระบาง) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวเพศชายมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิง โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.812

4.2.2 นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.31 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอายุ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown-Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	<25 ปี	25-34 ปี	≥ 35 ปี						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	3.468	3.751	3.915	0.563	0.570	3.314*	-	0.037	-0.283 (0.118)	-0.447* (.011)	-0.164 (0.335)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.515	3.795	3.850	2.735	0.066	2.289	-	0.102			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากบาง - หลวงพระบาง	3.494	3.827	3.848	5.116**	0.006	-	2.521	0.081			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.696	3.589	3.818	3.901*	0.021	-	0.868	0.420			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.635	3.620	4.020	3.875*	0.021	-	3.429*	0.033	0.014 (0.939)	-0.386* (0.031)	-0.400* (0.021)
รวม	3.571	3.722	3.887	2.087	0.061	2.563	-	0.078	-	-	-

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.31 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อจำแนกเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.447
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.386
3. นักท่องเที่ยวที่มีอายุ 25-34 ปี (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.400

(1) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงแสน ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.32 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอายุ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown-Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	<25 ปี	25-34 ปี	≥ 35 ปี						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	3.855	4.411	3.920	6.179**	0.003	-	1.436	0.091			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.945	4.404	3.894	4.783**	0.009	-	2.025	0.135			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	4.036	4.500	3.895	2.565	0.078	2.636	-	0.070			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.882	4.018	3.815	2.868	0.059	0.306	-	0.737			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	4.145	4.333	3.756	2.095	0.126	2.440	-	0.090			
รวม	3.973	4.328	3.854	3.854*	0.023	-	2.325	0.101			

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.32 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(2) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.33 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอายุ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown-Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	<25 ปี	25-34 ปี	≥ 35 ปี						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	3.500	3.677	4.387	0.630	0.535	1.684	-	0.191			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.667	3.597	4.283	0.717	0.491	1.218	-	0.301			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	2.986	3.935	4.355	1.694	0.189	4.183*	-	0.018	-0.949 (0.056)	-1.368** (0.006)	-0.419 (0.414)
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	4.838	4.719	4.210	0.050	0.951	0.860	-	0.427			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.554	3.984	4.790	3.093	0.050	3.417*	-	0.037	-0.430 (0.369)	-1.236* (0.011)	-0.806 (0.108)
รวม	3.707	3.950	4.415	0.845	0.433	1.679	-	0.192			

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.33 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย- ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อจำแนกเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.368
2. นักท่องเที่ยวที่มีอายุต่ำกว่า 25 ปี (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตใน เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุ 35 ปีขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.236

(3) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.34 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอายุ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown-Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	<25 ปี	25-34 ปี	≥ 35 ปี						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	4.300	3.978	4.089	0.441	0.645	0.094	-	0.910			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.950	3.870	3.844	4.045*	0.021	-	0.013	0.987			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	4.350	3.174	3.808	5.645**	0.005	-	1.664	0.204			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	4.000	3.087	4.008	1.245	0.293	2.754	-	0.069			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	4.700	3.391	4.292	1.789	0.173	2.661	-	0.075			
รวม	4.260	3.500	4.027	2.175	0.119	1.669	-	0.194			

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.34 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(4) นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.35 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอายุ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown-Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	<25 ปี	25-34 ปี	≥ 35 ปี						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	3.029	3.247	3.400	1.303	0.274	0.924	-	0.399			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.029	3.411	3.520	1.719	0.185	2.207	-	0.113			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	3.206	3.494	3.500	0.230	0.795	0.836	-	0.435			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	2.891	2.962	3.363	3.221*	0.042	-	1.403	0.249			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.116	3.038	3.640	2.484	0.086	2.341	-	0.099			
รวม	3.085	3.269	3.449	1.919	0.149	1.229	-	0.295			

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.35 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอายุของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

4.2.3 นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.36 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	378	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.624	1.696	0.059	0.808	Equal variances assumed	-2.116*	574	0.035
	198	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.942	1.740						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	377	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.710	1.661	2.584	0.109	Equal variances assumed	-0.610	569	0.542
	194	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.796	1.508						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	378	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.679	1.720	2.754	0.098	Equal variances assumed	-1.030	571	-0.303
	195	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.831	1.587						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	379	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.782	1.788	1.309	0.253	Equal variances assumed	1.458	572	0.145
	195	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.559	1.637						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	379	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.766	1.732	0.008	0.929	Equal variances assumed	-0.251	572	0.802
	195	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.805	1.779						
รวม	383	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.714	1.422	1.736	0.188	Equal variances assumed	-0.659	579	0.510
	198	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.794	1.297						

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.36 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต ในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/ อยู่ด้วยกัน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.318

(1) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.37 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	116	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.013	1.544	0.060	0.807	Equal variances assumed	0.121	185	0.904
	71	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.986	1.389						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	117	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.115	1.667	6.207*	0.014	Equal variances not assumed	0.906	176.006	0.366
	70	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.921	1.244						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากบาง - หลวงพระบาง	117	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.179	1.627	2.294	0.132	Equal variances assumed	1.072	186	0.285
	71	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.930	1.412						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	117	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.983	1.611	1.496	0.223	Equal variances assumed	1.673	186	0.103
	71	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.613	1.307						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่าง เชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	117	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.222	1.594	0.637	0.426	Equal variances assumed	2.623**	185	0.009
	70	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.607	1.479						
รวม	117	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.101	1.379	4.176*	0.042	Equal variances not assumed	1.631	175.953	0.105
	71	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.809	1.057						

* Significance at 0.05 level

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.37 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่าง เชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.615

(2) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.38 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	67	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.575	2.168	2.982	0.087	Equal variances assumed	-1.811	97	0.073
	32	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.375	1.796						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	66	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.598	1.936	0.879	0.351	Equal variances assumed	-1.804	95	0.074
	31	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.339	1.767						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	67	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.321	2.061	0.870	0.353	Equal variances assumed	-2.808**	97	0.006
	32	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.531	1.883						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	68	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.618	2.109	0.861	0.356	Equal variances assumed	0.089	98	0.929
	32	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.578	1.960						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	67	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.701	2.023	3.602	0.061	Equal variances assumed	-2.779**	97	0.007
	32	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.589	1.747						
รวม	68	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.749	1.628	1.127	0.291	Equal variances assumed	-2.358*	98	0.020
	32	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.546	1.457						

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.38 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.797 1.210 และ 0.888 ตามลำดับ

(3) นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.39 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	46	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.957	1.748	4.800*	0.031	Equal variances not assumed	-0.622	91.435	0.536
	49	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.204	2.126						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	46	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.011	1.753	1.034	0.312	Equal variances assumed	0.811	92	0.419
	48	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.719	1.738						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	45	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.756	1.763	0.340	0.561	Equal variances assumed	0.252	91	0.801
	48	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.667	1.635						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	45	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.911	1.673	0.477	0.492	Equal variances assumed	0.756	90	0.452
	47	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.649							
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	45	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.649	1.655	0.195	0.660	Equal variances assumed	0.146	93	0.884
	48	สมรส/อยู่ด้วยกัน	4.133	1.832						
รวม	46	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	4.094	1.861	0.226	0.636	Equal variances assumed	0.103	91	0.918
	49	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.945	1.341						

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.39 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(4) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.40 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	149	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.242	1.467	1.034	0.311	Equal variances assumed	-0.205	193	0.838
	46	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.293	1.601						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	148	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.345	1.402	0.798	0.373	Equal variances assumed	0.142	191	0.887
	45	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.311	1.307						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากบาง - หลวงพระบาง	149	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.423	1.523	0.447	0.505	Equal variances assumed	0.319	191	0.750
	44	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.341	1.405						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	149	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.205	1.610	2.954	0.087	Equal variances assumed	2.068*	192	0.040
	45	สมรส/อยู่ด้วยกัน	2.656	1.385						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่าง เชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	150	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.330	1.622	0.016	0.899	Equal variances assumed	1.003	193	0.317
	45	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.056	1.568						
รวม	152	โสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	3.332	1.289	0.332	0.565	Equal variances assumed	0.949	196	0.344
	46	สมรส/อยู่ด้วยกัน	3.130	1.156						

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.40 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามสถานภาพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด/หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.549

4.2.4 นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.41 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	188	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.593	1.730	0.420	0.517	Equal variances assumed	-1.318	560	0.188
	374	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.798	1.746						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	188	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.622	1.613	0.091	0.763	Equal variances assumed	-1.292	555	0.197
	369	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.810	1.629						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	187	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.503	1.654	0.014	0.906	Equal variances assumed	-2.306*	557	0.021
	372	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.852	1.709						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	189	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.831	1.759	0.155	0.694	Equal variances assumed	-1.212	558	0.226
	371	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.640	1.759						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่าง เชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	188	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.713	1.696	2.557	0.109	Equal variances assumed	-0.548	558	0.584
	372	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.800	1.809						
รวม	189	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.646	1.328	2.817	0.094	Equal variances assumed	-1.141	565	0.254
	378	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.788	1.432						

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.41 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.349

(1) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.42 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	63	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.071	1.329	2.293	0.132	Equal variances assumed	0.209	177	0.835
	116	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.022	1.622						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	63	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.921	1.465	0.528	0.468	Equal variances assumed	-0.972	177	0.332
	116	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.155	1.580						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	63	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.849	1.557	0.168	0.682	Equal variances assumed	-1.462	178	0.145
	117	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.214	1.615						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	63	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.056	1.429	2.515	0.115	Equal variances assumed	1.437	178	0.152
	117	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.709	1.598						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่าง เชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	63	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.960	1.426	3.390	0.067	Equal variances assumed	-0.088	177	0.930
	116	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.983	1.733						
รวม	63	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.971	1.122	4.399*	0.037	Equal variances not assumed	-0.212	152.651	0.833
	117	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.012	1.404						

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.42 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(2) นักท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.43 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	45	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.400	2.163	1.036	0.311	Equal variances assumed	-1.918	97	0.058
	54	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.194	1.956						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	45	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.467	1.941	0.638	0.426	Equal variances assumed	-1.791	95	0.077
	52	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.154	1.835						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	45	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.200	2.007	0.091	0.763	Equal variances assumed	-2.289*	97	0.024
	54	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.139	2.052						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	46	ต่ำกว่าปริญญาตรี	4.228	2.203	3.575	0.062	Equal variances assumed	-1.710	98	0.090
	54	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.926	1.877						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่าง เชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	45	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.633	2.063	0.527	0.470	Equal variances assumed	-2.037*	97	0.044
	54	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.444	1.895						
รวม	46	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.570	1.672	1.331	0.252	Equal variances assumed	-2.557*	98	0.012
	54	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.375	1.475						

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.43 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง และเส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีหรือสูงกว่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.805 0.939 และ 0.811 ตามลำดับ

(3) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.44 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	32	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.844	1.949	0.301	0.584	Equal variances assumed	-0.857	93	0.393
	63	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.206	1.948						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	32	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.656	1.829	0.138	0.711	Equal variances assumed	-0.820	92	0.414
	62	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.968	1.701						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	32	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.344	1.864	3.597	0.061	Equal variances assumed	-1523	91	0.131
	61	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.902	1.573						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	32	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.891	1.777	0.646	0.424	Equal variances assumed	0.477	90	0.635
	60	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.717	1.606						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	32	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.922	1.783	0.846	0.360	Equal variances assumed	-0.724	91	0.471
	61	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.213	1.872						
รวม	32	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.731	1.300	0.118	0.732	Equal variances assumed	-0.997	93	0.321
	63	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	4.021	1.361						

จากตารางที่ 4.44 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(4) นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.45 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	48	ต่ำกว่าปริญญาตรี	2.797	1.388	1.470	0.227	Equal variances assumed	-1.196	187	0.233
	141	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.280	1.544						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	48	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.354	1.255	4.014*	0.047	Equal variances not assumed	0.139	92.983	0.890
	139	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.324	1.441						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	47	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.436	1.150	9.292**	0.003	Equal variances assumed	0.085	111.048	0.933
	140	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.418	1.616						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	48	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.115	1.485	1.451	0.230	Equal variances assumed	0.228	186	0.820
	140	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.054	1.633						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	48	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.232	1.549	1.575	0.211	Equal variances assumed	0.365	187	0.715
	141	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.323	1.658						
รวม	48	ต่ำกว่าปริญญาตรี	3.237	1.130	3.207	0.075	Equal variances assumed	-0.228	190	0.820
	144	ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	3.285	1.322						

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.45 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

4.2.5 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.46 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอาชีพ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	3.610	4.135	3.556	0.242	0.785	5.659**	-	0.004	-0.525** (0.004)	0.054 (0.746)	0.579** (0.002)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.618	3.938	3.684	3.162*	0.043	-	1.852	0.158			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	3.717	3.891	3.612	0.918	0.400	1.157	-	0.315			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.641	3.875	3.609	0.983	0.375	1.122	-	0.326			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.616	4.101	3.660	1.435	0.567	3.853*	-	0.022	-0.485** (0.009)	-0.044 (0.799)	0.441* (0.022)
รวม	3.654	3.991	3.618	0.651	0.522	3.633*	-	0.027	-0.337* (0.021)	0.037 (0.785)	0.373* (0.013)

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.46 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ ผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้าและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.337

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.373

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ ผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.525

4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.579

5. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ ผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้าและข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.485

6. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวมีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.441

(1) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.47 การเปรียบเทียบ1ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอาชีพ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	4.051	4.177	3.940	0.248	0.781	0.363	-	0.696			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) -ด่านห้วยทราย (ลาว)	1.085	4.042	4.000	1.847	0.161	0.050	-	0.951			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย- ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	4.167	4.240	3.907	0.881	0.416	0.789	-	0.456			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.808	3.885	3.847	2.521	0.083	0.033	-	0.967			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.898	4.250	3.880	0.871	0.420	0.888	-	0.413			
รวม	3.994	4.119	3.915	0.137	0.872	0.362	-	0.696			

จากตารางที่ 4.47 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(2) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.48 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอาชีพ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	3.867	4.415	2.946	2.198	0.117	4.442*	-	0.014	-0.548 (0.259)	0.920 (0.085)	1.468** (0.004)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.850	4.300	3.130	3.550*	0.033	-	3.015	0.055			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย- ปากแบง - หลวงพระบาง	3.850	4.146	2.929	1.071	0.347	3.086	-	0.050			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	5.267	4.720	3.759	0.117	0.889	4.365*	-	0.015	0.547 (0.254)	1.508** (0.004)	0.961* (0.049)
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	4.250	4.415	3.393	1.710	0.186	2.931	-	0.097			
รวม	4.217	4.407	3.216	5.287**	0.007	-	5.086**	0.008	-0.190 (0.944)	1.001 (0.088)	1.191** (0.005)

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.48 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) และเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.191

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.468

3. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ ผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.508

4. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.961

(3) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.49 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอาชีพ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	4.286	4.086	3.934	0.456	0.635	0.259	-	0.772			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.804	3.536	4.145	0.567	0.569	1.008	-	0.369			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	4.093	3.250	3.776	0.613	0.544	1.789	-	0.173			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	4.308	2.857	4.092	0.633	0.534	7.170**	-	0.001	1.451** (0.001)	0.216 (0.588)	1.235** (0.002)
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	4.346	2.857	4.132	0.450	0.639	0.440	-	0.645			
รวม	4.134	3.879	4.016	0.772	0.465	1.286	-	0.281			

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.49 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (สิบสองปีขึ้นไป) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ ผู้บริหาร/จัดการ และผู้ประกอบการ (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.451

2. นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพพนักงานทางการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้ใช้แรงงานในการผลิต เกษตรกร แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน นักศึกษา/นักเรียน และอาชีพอื่นๆ (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.235

(4) นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.50 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มอาชีพ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	กลุ่มที่ 1	กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่ 3						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด้านเชียงใหม่ (ไทย) - ด้านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	3.132	3.733	3.089	0.706	0.878	2.149	-	0.119			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด้านเชียงใหม่ (ไทย) - ด้านห้วยทราย (ลาว)	3.250	3.667	3.214	0.169	0.495	1.225	-	0.296			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงใหม่ - เมืองห้วยทราย - ปากบาง - หลวงพระบาง	3.339	3.583	3.445	0.953	0.845	0.335	-	0.716			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	2.935	3.661	2.884	0.094	0.387	2.960	-	0.054			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.115	3.661	3.179	1.459	0.910	1.387	-	0.252			
รวม	3.202	3.609	3.158	0.130	0.235	1.481	-	0.230			

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.50 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามอาชีพของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด้านเชียงใหม่ (ไทย) - ด้านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด้านเชียงใหม่ (ไทย) - ด้านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงใหม่ - เมืองห้วยทราย - ปากบาง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

4.2.6 นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.51 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มรายได้ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	ต่ำกว่า 13,499 บาท	13,500- 40,499 บาท	40,500 บาทขึ้นไป						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	3.677	4.128	3.467	0.456	0.634	6.513**	-	0.002	-0.451* (0.014)	0.210 (0.21)	0.661** (0.000)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.649	4.097	3.518	2.169	0.115	5.906**	-	0.003	-0.447** (0.009)	0.131 (0.416)	0.579** (0.001)
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย- ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	3.555	4.084	3.644	2.757	0.064	4.810**	-	0.008	-0.529** (0.003)	-0.089 (0.595)	0.440* (0.016)
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.839	3.884	3.390	0.079	0.924	4.548*	-	0.011	-0.045 (0.809)	0.449* (0.010)	0.494** (0.009)
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.792	4.055	3.523	0.075	0.928	3.938*	-	0.020	-0.262 (0.160)	0.269 (0.125)	0.532** (0.005)
รวม	3.702	4.057	3.515	1.746	0.175	6.769**	-	0.001	-0.355* (0.015)	0.186 (0.174)	0.541** (0.000)

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.51 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแบง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.355

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,5000 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.541

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน เชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.451

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน เชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,5000 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.661

5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.447

6. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,5000 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.579

7. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.529

8. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,5000 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.440

9. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,5000 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.449

10. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,5000 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.494

11. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,5000 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.532

(1) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.52 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มรายได้ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	ต่ำกว่า 13,499 บาท	13,500- 40,499 บาท	40,500 บาทขึ้นไป						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	4.056	4.385	3.685	1.934	0.148	2.968	-	0.054			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	4.042	4.418	3.795	3.098*	0.048	-	2.277	0.106			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	4.000	4.571	3.790	0.260*	0.041	-	3.481*	0.033	-0.571 (0.211)	0.210 (0.805)	0.781* (0.028)
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.937	3.867	3.702	6.974**	0.001	-	0.369	0.692			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	4.120	4.276	3.598	6.400**	0.002	-	2.704	0.070			
รวม	4.031	4.297	3.712	4.970**	0.008	-	2.771	0.066			

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.52 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.781

(2) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.53 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มรายได้ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	ต่ำกว่า 13,499 บาท	13,500- 40,499 บาท	40,500 บาทขึ้นไป						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด้านเชียงของ (ไทย) - ด้านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	3.469	4.300	4.767	3.528*	0.033	-	3.661*	0.034	-0.831 (0.114)	-1.298* (0.029)	-0.467 (0.504)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด้านเชียงของ (ไทย) - ด้านห้วยทราย (ลาว)	3.508	4.368	4.533	1.616	0.204	2.777	-	0.067			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย- ปากแบ่ง - หลวงพระบาง	3.250	4.475	4.667	0.051	0.950	4.884*	-	0.010	-1.225* (0.019)	-1.417* (0.015)	-0.192 (0.779)
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงใหม่ (พม่า)	4.338	5.025	5.200	2.052	0.134	1.617	-	0.204			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.734	4.525	4.933	2.698	0.072	2.913	-	0.059			
รวม	3.647	4.554	4.820	2.024	0.138	5.063**	-	0.008	-0.907* (0.024)	-1.173* (0.010)	-0.266 (0.616)

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.53 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) และเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแบง - หลวงพระบาง แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.907
2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.173
3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.298
4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.225
5. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.417

(3) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.54 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มรายได้ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	ต่ำกว่า 13,499 บาท	13,500- 40,499 บาท	40,500 บาทขึ้นไป						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	3.789	4.140	4.182	0.343	0.710	0.273	-	0.762			
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.632	4.140	3.625	0.161	0.851	1.008	-	0.369			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	3.444	3.814	3.719	0.691	0.503	0.299	-	0.742			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.667	3.905	3.672	2.287	0.108	0.225	-	0.799			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	4.139	3.988	4.258	1.488	0.231	0.198	-	0.821			
รวม	3.718	3.993	3.952	0.085	0.919	0.283	-	0.754			

จากตารางที่ 4.54 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(4) นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.55 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มรายได้ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	ต่ำกว่า 13,499 บาท	13,500- 40,499 บาท	40,500 บาทขึ้นไป						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	3.405	3.767	2.808	5.392**	0.005	-	6.219**	0.003	-0.361 (0.605)	0.597* (0.028)	0.959* (0.010)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.328	3.580	3.100	6.162**	0.003	-	1.608	0.205			
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	3.379	3.616	3.331	2.418	0.092	0.528	-	0.591			
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.202	3.364	2.573	4.324*	0.015	-	2.651	0.074			
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	3.356	3.659	2.942	2.959	0.054	3.077*	-	0.048	-0.303 (0.349)	0.414 (0.132)	0.717* (0.018)
รวม	3.360	3.634	2.991	4.201*	0.016	-	3.835*	0.024	-0.274 (0.272)	0.369 (0.083)	0.644** (0.006)

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.55 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามรายได้ของนักท่องเที่ยว (หลวงพระบาง) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้แตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.644

2. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำกว่า 13,499 บาท (กลุ่มที่ 1) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.597

3. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน เชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.959

4. นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 13,500-40,499 บาท (กลุ่มที่ 2) มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ 40,500 บาทขึ้นไป (กลุ่มที่ 3) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.717

4.2.7 นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.56 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละสัญชาติ					Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference									
	ไทย	ลาว	จีน	พม่า	ชาติ อื่นๆ						1-2	1-3	1-4	1-5	2-3	2-4	2-5	3-4	3-5	4-5
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียง ของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	4.355	3.294	4.061	3.327	3.096	15.934**	0.000	-	17.587**	0.000	1.061** (0.000)	0.294 (0.249)	1.029** (0.000)	1.259** (0.000)	-0.767* (0.019)	-0.032 (0.921)	0.198 (0.440)	0.735* (0.026)	0.965** (0.000)	0.230 (0.376)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียง ของ (ไทย) -ด่านห้วยทราย (ลาว)	4.238	3.235	3.755	3.479	3.251	12.229**	0.000	-	13.394**	0.000	1.048** (0.000)	0.528* (0.029)	0.804** (0.001)	1.032** (0.000)	-0.520 (0.092)	-0.244 (0.432)	-0.016 (0.947)	0.276 (0.378)	0.504* (0.041)	0.228 (0.359)
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย– ปากบึง – หลวงพระบาง	4.384	3.333	3.429	3.020	3.296	11.462**	0.000	-	16.707**	0.000	1.050** (0.000)	0.955** (0.000)	1.363** (0.000)	1.088** (0.000)	0.095 (0.765)	0.313 (0.325)	0.037 (0.881)	0.408 (0.204)	0.133 (0.601)	-0.276 (0.278)
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า)	4.140	3.320	3.633	5.020	2.945	11.313**	0.000	-	22.717**	0.000	0.820** (0.001)	0.507* (0.047)	-0.881** (0.001)	1.195** (0.000)	-0.313 (0.338)	-1.700** (0.000)	0.375 (0.144)	-1.388** (0.000)	0.688** (0.008)	2.076** (0.000)
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือ ระหว่างเชียงแสน (ไทย) – สิบสอง ปันนา (จีน)	4.531	3.500	3.939	3.327	2.974	9.510**	0.000	-	23.546**	0.000	1.031** (0.000)	0.592* (0.020)	1.205** (0.000)	1.557** (0.000)	-0.439 (0.175)	0.173 (0.591)	0.526* (0.038)	0.612 (0.062)	0.964** (0.000)	0.352 (0.175)
รวม	4.342	3.366	3.763	3.634	3.115	7.997**	0.000	-	25.502**	0.000	0.976** (0.000)	0.579* (0.019)	0.708 (0.921)	1.269 (0.440)	-0.397* (0.019)	-0.267* (0.026)	0.130** (0.000)	0.648* (0.026)	-0.708 (0.376)	0.518 (0.376)

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.56 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.976
2. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.579
3. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.397
4. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติพม่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.267
5. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.130
6. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติจีนมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติพม่า อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.648
7. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.061

(1) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.57 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	96	ไทย	4.688	1.583	15.462**	0.000	Equal variances not assumed	6.558**	164.986	0.000
	98	ชาติอื่นๆ	3.418	1.054						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	97	ไทย	4.680	1.663	23.389**	0.000	Equal variances not assumed	6.208**	158.375	0.000
	97	ชาติอื่นๆ	3.454	1.011						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	97	ไทย	4.680	1.732	20.759**	0.000	Equal variances not assumed	5.511**	162.077	0.000
	99	ชาติอื่นๆ	3.535	1.100						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	97	ไทย	4.418	1.659	12.093**	0.000	Equal variance not assumed	5.434**	168.960	0.000
	99	ชาติอื่นๆ	3.313	1.1307						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงใหม่ (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	97	ไทย	4.634	1.703	14.026**	0.000	Equal variances not assumed	5.860**	170.817	0.000
	97	ชาติอื่นๆ	3.402	1.179						
รวม	97	ไทย	4.616	1.320	15.752**	0.000	Equal variances not assumed	7.379**	167.736	0.000
	99	ชาติอื่นๆ	3.428	0.889						

** Significance at 0.01 level

จากตารางที่ 4.57 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติ ของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวใน อนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียง ของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมือง ห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยว ในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียง ของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมือง ห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.431 1.270 1.226 1.145 1.105 และ 1.232 ตามลำดับ

(2) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.58 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	50	ไทย	4.330	2.149	1.967	0.164	Equal variances assumed	2.461*	97	0.016
	49	พม่า	3.327	1.897						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	49	ไทย	4.184	1.952	0.466	0.496	Equal variances assumed	1.842	95	0.069
	48	พม่า	3.479	1.810						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	50	ไทย	4.390	1.983	0.297	0.587	Equal variances assumed	3.462**	97	0.001
	49	พม่า	3.020	1.953						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	51	ไทย	4.206	2.057	0.047	0.829	Equal variances assumed	-2.014*	98	0.047
	49	พม่า	5.020	1.984						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	50	ไทย	4.810	1.798	0.625	0.431	Equal variances assumed	3.946**	97	0.000
	49	พม่า	3.327	1.941						
รวม	51	ไทย	4.360	1.697	3.123	0.080	Equal variances assumed	2.301*	98	0.023
	49	พม่า	3.634	1.444						

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.58 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติ ของนักท่องเที่ยว (เชียงแสน) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวใน อนาคตโดยรวมและในเส้นทางต่างๆ ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่าน เชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียง ของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมี ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและในเส้นทางต่างๆ ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง และเส้นทางที่ 5 เส้นทาง ล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติพม่า โดยมี ผลต่างเฉลี่ยเท่ากับ 0.726 1.003 1.370 และ 1.483 ตามลำดับ ขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมี ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติพม่า โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.814

(3) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.59 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจในการท่องเที่ยว	n		$\bar{X}$	S.D.	Levene's test		Equality of variances	t	df	Sig.
					F	Sig.				
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน)	46	ไทย	4.109	1.994	0.301	0.584	Equal variances assumed	0.118	93	0.906
	49	จีน	4.061	1.919						
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	45	ไทย	3.978	1.719	0.538	0.465	Equal variances assumed	0.617	92	0.539
	49	จีน	3.755	1.774						
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	44	ไทย	4.023	1.544	2.030	0.158	Equal variances assumed	1.711	91	0.091
	49	จีน	3.429	1.780						
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	43	ไทย	3.942	1.440	2.557	0.113	Equal variances assumed	0.891	90	0.976
	49	จีน	3.633	1.834						
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	44	ไทย	4.307	1.604	2.400	0.125	Equal variances assumed	0.964	91	0.338
	49	จีน	3.939	2.025						
รวม	46	ไทย	4.095	1.194	0.720	0.398	Equal variances assumed	1.206	93	0.231
	49	จีน	3.763	1.459						

จากตารางที่ 4.56 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ไม่แตกต่างกัน

(4) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.60 การเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

ความตั้งใจ ในการท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ยของแต่ละกลุ่มรายได้ ($\bar{X}$)			Levene Statistic	Sig.	F-Test	Brown- Forsythe	Sig.	Mean Difference		
	ไทย	ลาว	ชาติอื่นๆ						1-2	1-3	2-3
เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสอง ปันนา (จีน)	3.970	3.294	2.778	8.394**	0.000	-	10.037**	0.000	0.676 (0.121)	1.192** (0.000)	0.516 (0.058)
เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่าง ด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว)	3.878	3.235	3.0541	3.533*	0.031	-	5.651**	0.004	0.642 (0.094)	0.827** (0.009)	0.184 (0.771)
เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย- ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง	4.120	3.333	3.052	6.962**	0.001	-	8.218**	0.000	0.787** (0.046)	1.068** (0.002)	0.282 (0.458)
เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า)	3.694	3.320	2.580	18.615**	0.000	-	8.785**	0.000	-0.374 (0.627)	1.114** (0.003)	0.740** (0.003)
เส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)	4.245	3.500	2.556	4.008*	0.020	-	20.720**	0.000	0.745 (0.069)	1.689** (0.000)	0.944** (0.000)
รวม	4.018	3.366	2.808	6.104**	0.003	-	15.802**	0.000	0.652* (0.046)	1.210** (0.000)	0.558** (0.008)

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.60 ผลการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว (เชียงรุ่ง) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมและรายเส้นทาง ซึ่งได้แก่ เส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแแบ - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่พบความแตกต่างรายคู่ ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.652
2. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 1.210
3. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.558
4. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 1.192
5. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.827
6. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแแบ - หลวงพระบาง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.787
7. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแแบ - หลวงพระบาง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 1.068
8. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 1.114

9. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.740

10. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 1.689

11. นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติลาวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ย 0.944

สมมติฐานข้อที่ 2 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน

4.2.8 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.61 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (รวม 4 ประเทศ)

ตัวแปร	รวม 4 ประเทศ									
	n	ความคาดหวัง (E)		การรับรู้ (P)		t	df	Sig.	E-P	แปลผล
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.					
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	610	3.17	0.687	3.24	0.665	-2.405*	609	0.016	-0.07	พอใจมาก
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ	609	3.42	0.761	3.39	0.745	0.804	608	0.421		
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	608	3.13	0.870	3.11	0.862	0.709	607	0.479		
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	610	3.38	0.701	3.41	0.690	-1.237	609	0.217		
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	609	3.40	0.803	3.33	0.788	1.997*	608	0.046	0.07	ไม่พึงพอใจ
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว	610	3.29	0.747	3.35	0.781	-1.941	609	0.053		
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	610	3.68	0.817	3.85	0.865	-5.504**	609	0.000	-0.17	พอใจมาก
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	610	3.56	0.788	3.68	0.740	-4.601**	609	0.000	-0.12	พอใจมาก
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	609	3.49	0.737	3.56	0.726	-2.684**	608	0.007	-0.07	พอใจมาก
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	605	3.28	0.774	3.28	0.801	0.085	604	0.932		
รวม	610	3.38	0.576	3.42	0.543	-1.908	609	0.057		

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.61 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างจากการรับรู้โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. **ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.07 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ
2. **ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ
3. **ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
4. **ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม
5. **ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมมากกว่าการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.07 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม
6. **ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว
7. **ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.17 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลอย่างมาก
8. **ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.12 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

9. ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์น้อยกว่าการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.07 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

10. ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(1) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.62 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่)

ตัวแปร	เชียงใหม่ ประเทศไทย									
	n	ความคาดหวัง (E)		การรับรู้ (P)		t	df	Sig.	E-P	แปลผล
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.					
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	202	3.18	0.587	3.24	0.589	-1.353	202	0.177		
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ	203	3.32	0.708	3.32	0.697	-0.096	202	0.924		
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	202	3.07	0.732	3.11	0.724	-1.013	201	0.312		
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	203	3.19	0.732	3.32	0.700	-2.669**	202	0.008	-0.13	พอใจมาก
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	203	3.20	0.726	3.16	0.723	0.711	202	0.478		
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว	203	3.20	0.696	3.33	0.750	-2.405*	202	0.017	-0.13	พอใจมาก
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	203	3.54	0.719	3.68	0.830	-2.695**	202	0.008	-0.14	พอใจมาก
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	203	3.29	0.694	3.48	0.738	-4.264**	202	0.000	-0.19	พอใจมาก
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	203	3.24	0.664	3.36	0.727	-2.397*	202	0.017	-0.12	พอใจมาก
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	203	3.24	0.760	3.30	0.674	-1.306	201	0.193		
รวม	203	3.25	0.524	3.33	0.539	-2.260*	202	0.025	-0.08	พอใจมาก

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.62 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์(เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมน้อยกว่าการรับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.08 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. **ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ
2. **ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ
3. **ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
4. **ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.13 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม
5. **ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม
6. **ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวน้อยกว่าการรับรู้ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.13 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว
7. **ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.14 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล
8. **ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ

0.19 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

9. ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

10. ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(2) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.63 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่)

ตัวแปร	เชียงใหม่ ประเทศพม่า									
	n	ความคาดหวัง (E)		การรับรู้ (P)		t	df	Sig.	E-P	แปลผล
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D					
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	103	3.12	0.744	3.21	0.726	-1.282	102	0.203		
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ	103	3.27	0.705	3.42	0.694	-2.152*	102	0.034	-0.15	พอใจมาก
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	103	3.28	0.794	3.22	0.865	0.736	102	0.463		
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	103	3.43	0.667	3.45	0.622	-0.518	102	0.606		
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	103	3.32	0.831	3.49	0.792	-2.200*	102	0.030	-0.17	พอใจมาก
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว	103	3.30	0.777	3.28	0.835	0.198	102	0.843		
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	103	3.70	0.958	3.87	0.838	-2.242*	102	0.027	-0.17	พอใจมาก
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	103	3.46	0.742	3.56	0.718	-1.832	102	0.351		
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	103	3.42	0.789	3.48	0.739	-0.937	102	0.351		
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	103	3.35	0.836	3.37	0.884	-0.281	102	0.779		
รวม	103	3.36	0.559	3.43	0.503	-1.621	102	0.108		

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.63 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์(เชิงต่ง) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างจากการรับรู้โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. **ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

2. **ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.15 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

3. **ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

4. **ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

5. **ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.17 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมอย่างมาก

6. **ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว

7. **ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.17 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

8. **ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

9. **ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

10. **ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(3) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.64 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่)

ตัวแปร	เชียงใหม่ ประเทศไทย									
	n	ความคาดหวัง (E)		การรับรู้ (P)		t	df	Sig.	E-P	แปลผล
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D					
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	98	3.24	0.745	3.14	0.634	1.371	97	0.174		
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ	97	3.48	0.746	3.20	0.782	3.436**	96	0.001	0.28	ไม่พึงพอใจ
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	98	3.31	0.926	3.02	0.938	2.833**	97	0.006	0.29	ไม่พึงพอใจ
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	98	3.51	0.735	3.35	0.754	1.859	97	0.066		
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	98	3.57	0.859	3.15	0.839	4.232**	97	0.000	0.42	ไม่พึงพอใจ
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว	98	3.36	0.762	3.29	0.830	0.815	97	0.417		
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	98	3.66	0.824	3.48	0.862	2.102*	97	0.038	0.18	ไม่พึงพอใจ
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	98	3.75	0.793	3.58	0.712	2.557*	97	0.012	0.17	ไม่พึงพอใจ
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	98	3.74	0.752	3.53	0.735	2.663**	97	0.009	0.21	ไม่พึงพอใจ
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	98	3.35	0.875	3.06	0.908	3.853**	97	0.000	0.29	ไม่พึงพอใจ
รวม	98	3.50	0.614	3.28	0.580	3.524**	97	0.001	0.22	ไม่พึงพอใจ

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.64 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชิงรัฐ) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมมากกว่าการรับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.22 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. **ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

2. **ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติมากกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.28 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

3. **ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.29 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

4. **ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

5. **ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมมากกว่าการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.42 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

6. **ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว

7. **ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.18 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

8. **ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการ

ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.17 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

9. ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากกว่าการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.21 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

10. ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์มากกว่าการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความไม่พึงพอใจเท่ากับ 0.29 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(5) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.65 การเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่)

ตัวแปร	เชียงใหม่ ประเทศไทย									
	n	ความคาดหวัง (E)		การรับรู้ (P)		t	df	Sig.	E-P	แปลผล
		$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D					
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	206	3.14	0.720	3.29	0.714	-2.933**	205	0.004	-0.15	พอใจมาก
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ	206	3.56	0.820	3.54	0.773	0.351	205	0.726		
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	205	3.04	0.981	3.09	0.943	-0.915	204	0.361		
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	206	3.47	0.722	3.51	0.971	-0.878	205	0.381		
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	205	3.57	0.785	3.52	0.770	0.833	204	0.406		
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว	206	3.33	0.771	3.43	0.759	-1.857	205	0.065		
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	206	3.80	0.813	4.20	0.792	-6.959**	205	0.000	-0.40	พอใจมาก
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	206	3.78	0.808	4.00	0.660	-4.368**	205	0.000	-0.22	พอใจมาก
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	205	3.64	0.698	3.82	0.637	-4.031**	204	0.000	-0.18	พอใจมาก
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	202	3.26	0.788	3.32	0.805	-1.228	201	0.221		
รวม	206	3.46	0.592	3.57	0.515	-2.902**	205	0.004	-0.11	พอใจมาก

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.65 ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมน้อยกว่าการรับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.11 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

1. **ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.15 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

2. **ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

3. **ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

4. **ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

5. **ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

6. **ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว

7. **ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.40 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

8. **ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม** พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.22 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

9. ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์น้อยกว่าการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของความพึงพอใจเท่ากับ 0.18 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

10. ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

สมมติฐานข้อที่ 3 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต

4.2.9 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.66 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (รวม 4 ประเทศ)

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (รวม 4 ประเทศ)											
	เส้นทางที่ 1		เส้นทางที่ 2		เส้นทางที่ 3		เส้นทางที่ 4		เส้นทางที่ 5		รวมทุกเส้นทาง	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ							-0.023	0.666	-0.028	0.612	-0.173	0.863
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ							-0.154**	0.007	-0.151**	0.009	-2.443*	0.015
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์							0.097	0.067	0.214**	0.000	2.872**	0.004
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม							0.140*	0.022	-0.025	0.682	0.606	0.544
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม							-0.031	0.560	0.044	0.407	0.04	0.968
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว							0.106*	0.040	0.053	0.305	0.625	0.532
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล							-0.036	0.478	0.001	0.982	-0.776	0.438
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม							-0.060	0.367	0.015	0.828	1.045	0.297
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์							-0.053	0.402	-0.005	0.942	-0.190	0.849
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์							0.132**	0.007	-0.015	0.763	1.288	0.198
N	579		574		578		578		577		585	
F	1.833		1.816		1.760		3.362**		2.260**		2.118*	
Sig.	0.052		0.055		0.065		0.000		0.014		0.021	
R ²	0.031		0.031		0.030		0.236		0.196		0.036	
Adj. R ²	0.014		0.014		0.013		0.056		0.038		0.019	

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.66 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (รวม 4 ประเทศ) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 1.9 (Adjusted $R^2 = 0.019$) โดยการรับรู้ด้านการรับรู้ด้านสิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -2.443$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 2.872$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายเส้นทางพบว่า

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน), เส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) และเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแบง - หลวงพระบาง

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) ได้ร้อยละ 5.6 (Adjusted $R^2 = 0.056$) โดยการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.154$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ($\beta = 0.140$) ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว ($\beta = 0.106$) และด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.132$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ได้ร้อยละ 3.8 (Adjusted $R^2 = 0.038$) โดยการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.151$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 0.214$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

(1) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.67 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่)

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (รวม 4 ประเทศ)											
	เส้นทางที่ 1		เส้นทางที่ 2		เส้นทางที่ 3		เส้นทางที่ 4		เส้นทางที่ 5		รวมทุกเส้นทาง	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ			0.028	0.804	0.013	0.910	0.044	0.703			0.039	0.733
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ			-0.058	0.546	-0.054	0.577	-0.249*	0.013			-0.131	0.181
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์			-0.179*	0.048	0.043	0.632	0.013	0.884			-0.020	0.825
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม			-0.132	0.233	-0.064	0.565	0.085	0.447			-0.069	0.534
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม			-0.192*	0.048	-0.251*	0.010	-0.168	0.089			-0.221*	0.024
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว			0.020	0.842	-0.106	0.290	0.074	0.465			0.005	0.957
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล			0.170	0.057	0.190*	0.033	0.080	0.372			0.183*	0.040
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			0.102	0.425	0.147	0.238	0.029	0.819			0.110	0.377
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์			0.103	0.374	0.033	0.778	0.056	0.634			0.005	0.962
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์			0.228*	0.021	0.186	0.060	0.215*	0.031			0.254*	0.010
n	192		192		194		194		192		194	
F	1.647		2.589**		2.465**		1.963*		1.494		2.491**	
Sig.	0.097		0.006		0.009		0.040		0.145		0.008	
R ²	0.083		0.125		0.118		0.096		0.076		0.119	
Adj. R ²	0.033		0.076		0.070		0.047		0.025		0.071	

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.67 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 7.1 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.071$) โดยการรับรู้ด้านการรับรู้ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ($\beta = -0.221$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\beta = 0.183$) และด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.254$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายเส้นทางพบว่า

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) ได้ร้อยละ 7.6 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.076$) โดยการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = -0.179$) และด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ($\beta = -0.192$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.228$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง ได้ร้อยละ 7.0 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.070$) โดยการรับรู้ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ($\beta = -0.251$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ($\beta = 0.190$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) ได้ร้อยละ 4.7 (Adjusted $R^2 = 0.047$) โดยการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.249$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = 0.215$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงทอง - เมืองห้วยทราย - ปากแบ่ง - หลวงพระบาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

(2) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่ - ประเทศพม่า)

ตารางที่ 4.68 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่)

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (รวม 4 ประเทศ)											
	เส้นทางที่ 1		เส้นทางที่ 2		เส้นทางที่ 3		เส้นทางที่ 4		เส้นทางที่ 5		รวมทุกเส้นทาง	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	0.049	0.707										
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ	0.208	0.200										
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	-0.010	0.933										
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	0.099	0.475										
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	0.158	0.211										
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว	0.011	0.930										
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	-0.065	0.554										
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	0.101	0.459										
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	0.077	0.590										
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	-0.203	0.094										
n	98		98		98		99		98		99	
F	2.540*		1.508		1.838		0.891		1.880		1.613	
Sig.	0.010		0.150		0.065		0.545		0.059		0.116	
R ²	0.224		0.149		0.173		0.091		0.176		0.153	
Adj. R ²	0.136		0.050		0.079		-0.011		0.082		0.058	

* Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.68 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายเส้นทางพบว่า

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) ได้ร้อยละ 13.6 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.136$)

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว), เส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง, เส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือ ระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)

(3) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่ ประเทศจีน)

ตารางที่ 4.69 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่)

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (รวม 4 ประเทศ)											
	เส้นทางที่ 1		เส้นทางที่ 2		เส้นทางที่ 3		เส้นทางที่ 4		เส้นทางที่ 5		รวมทุกเส้นทาง	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ			0.030	0.815	0.220	0.105	0.079	0.549			0.121	0.376
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ			-0.168	0.175	-0.309*	0.023	-0.191	0.143			-0.184	0.160
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์			-0.041	0.768	0.132	0.393	-0.104	0.493			0.053	0.720
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม			0.089	0.609	-0.072	0.697	-0.183	0.308			-0.113	0.540
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม			0.089	0.520	0.244	0.097	0.221	0.121			0.139	0.346
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว			0.076	0.504	0.132	0.272	0.233*	0.049			0.120	0.317
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล			-0.189	0.163	-0.272	0.058	-0.154	0.267			-0.103	0.468
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม			0.297	0.072	0.049	0.775	-0.017	0.918			0.171	0.330
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์			-0.068	0.624	-0.093	0.525	-0.139	0.330			-0.153	0.303
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์			0.416**	0.001	0.368**	0.006	0.592**	0.000			0.419**	0.002
n	93		92		91		90		91		93	
F	1.498		3.516**		2.487*		3.133**		0.844		2.229*	
Sig.	0.155		0.001		0.012		0.002		0.588		0.024	
R ²	0.153		0.300		0.235		0.281		0.014		0.212	
Adj. R ²	0.051		0.215		0.140		0.192		-0.017		0.117	

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.69 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 11.7 (Adjusted $R^2 = 0.117$) โดยการรับรู้ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.419$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายเส้นทางพบว่า

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) และเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน)

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) ได้ร้อยละ 21.5 (Adjusted $R^2 = 0.215$) โดยการรับรู้ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.416$) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง ได้ร้อยละ 14.0 (Adjusted $R^2 = 0.140$) โดยการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.309$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.368$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทาง

รถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) ได้ร้อยละ 19.2 (Adjusted $R^2 = 0.192$) โดยการรับรู้ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว ($\beta = 0.233$) และด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ($\beta = 0.592$) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

(4) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่ ประเทศไทย)

ตารางที่ 4.70 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (เชียงใหม่)

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน (รวม 4 ประเทศ)											
	เส้นทางที่ 1		เส้นทางที่ 2		เส้นทางที่ 3		เส้นทางที่ 4		เส้นทางที่ 5		รวมทุกเส้นทาง	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	-0.134	0.134	-0.131	0.146			-0.120	0.172	-0.137	0.115	-0.160	0.068
ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ	-0.231*	0.020	-0.285**	0.004			-0.257**	0.009	-	0.001	-0.259**	0.007
									0.311**			
ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	0.257*	0.010	0.282**	0.005			0.307**	0.002	0.393**	0.000	0.277**	0.004
ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม	0.108	0.328	0.082	0.460			0.158	0.143	0.025	0.817	0.150	0.164
ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	0.131	0.160	0.143	0.128			-0.010	0.916	0.035	0.699	0.082	0.367
ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว	-0.050	0.572	-0.122	0.173			0.100	0.254	0.078	0.367	-0.045	0.607
ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	-0.080	0.339	-0.005	0.952			-0.055	0.507	-0.009	0.910	-0.051	0.524
ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	0.087	0.460	-0.016	0.891			0.028	0.807	-0.006	0.957	0.038	0.739
ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	0.037	0.726	0.013	0.902			0.015	0.884	0.127	0.223	0.074	0.486
ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	-0.065	0.417	0.014	0.858			-0.138	0.082	-0.117	0.128	-0.079	0.310
n	193		191		192		192		193		196	
F	2.005*		1.988*		1.211		2.743**		3.335**		2.459**	
Sig.	0.035		0.037		0.286		0.004		0.001		0.009	
R ²	0.099		0.099		0.062		0.131		0.154		0.117	
Adj. R ²	0.049		0.049		0.011		0.083		0.108		0.069	

**Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.70 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (เชียงใหม่) 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 เมื่อพิจารณาเป็นรายเส้นทางพบว่า

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) ได้ร้อยละ 4.9 (Adjusted $R^2 = 0.049$) โดยการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.231$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 0.257$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 1 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) ได้ร้อยละ 4.9 (Adjusted $R^2 = 0.049$) โดยการรับรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.285$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการรับรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 0.282$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 2 เส้นทางรถยนต์ (เชียงใหม่) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 3 เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแฉ่ง - หลวงพระบาง

โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทาง

รถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) ได้ร้อยละ 6.9 (Adjusted $R^2 = 0.069$) โดยการเรียนรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.257$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 0.307$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 4 เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

โมเดลการเรียนรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) ได้ร้อยละ 8.3 (Adjusted $R^2 = 0.083$) โดยการเรียนรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.311$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 0.393$) มีอิทธิพลเชิงบวก ซึ่งตัวแปรดังกล่าวมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในเส้นทางที่ 5 เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับต่ำกว่า 0.05

สมมติฐานข้อที่ 4 ประเทศที่แตกต่างกัน ประกอบด้วย เชียงแสน (ประเทศไทย) เชียงตุง (พม่า) (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง) มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน

4.2.10 การรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนจำแนกตามประเทศ (รวม 4 ประเทศ)

ตารางที่ 4.71 การเปรียบเทียบการรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามประเทศ (รวม 4 ประเทศ)

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ค่าเฉลี่ยของแต่ละประเทศ				Levene Statistic	Sig.	F-Ratio	Brown-Forsythe	Sig.	Mean Difference					
	เชียงแสน ไทย	เชียงตุง พม่า	เชียงรุ่ง จีน	เชียง ทอง ลาว						1-2	1-3	1-4	2-3	2-4	3-4
1. การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	3.25	3.30	3.14	3.21	2.12	0.10	1.32	-	0.27	-0.05	0.11	0.03	0.16	0.08	-0.07
2. การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม	3.33	3.55	3.21	3.42	1.85	0.14	5.58**	-	0.01	-0.22**	0.12	-0.10	0.34**	0.12	-0.21*
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.12	3.10	3.03	3.23	8.95**	0.00	-	0.91	0.44	0.02	0.09	-0.11	0.07	-0.13	-0.20
4. การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรม	3.32	3.52	3.35	3.46	1.36	0.26	3.12*	-	0.03	-0.19**	-0.03	-0.14	0.16	0.06	-0.11
5. ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	3.16	3.52	3.15	3.49	2.09	0.10	10.55**	-	0.00	-0.36**	0.01	-0.33**	0.37**	0.03	-0.34**
6. นวัตกรรมการท่องเที่ยว	3.34	3.43	3.30	3.28	2.07	0.10	1.12	-	0.34	-0.09	0.04	0.05	0.13	0.15	0.01
7. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.68	4.20	3.48	3.88	1.14	0.33	21.70**	-	0.00	-0.52**	0.20	-0.20*	0.72**	0.32**	-0.39**
8. การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.48	4.01	3.59	3.57	0.84	0.47	21.49**	-	0.00	-0.53**	-0.11	-0.08	0.42**	0.44**	0.02
9. ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.37	3.83	3.53	3.49	1.40	0.24	15.17**	-	0.00	-0.46**	-0.16	-0.12	0.29**	0.34**	0.04
10. ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.30	3.33	3.06	3.37	4.17**	0.01	-	2.93*	0.03	-0.03	0.24*	-0.07	0.27**	-0.04	-0.31**
รวม	3.34	3.58	3.29	3.44	1.02	0.39	9.83**	-	0.00	-0.24**	0.05	-0.10	0.29**	0.14*	-0.15*

** Significance at 0.01 level, * Significance at 0.05 level

จากตารางที่ 4.71 ผลการเปรียบเทียบการรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์จำแนกตามประเทศ (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวม และรายด้าน ได้แก่ การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในแต่ละประเทศแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่ำกว่า 0.05 เมื่อพิจารณาเป็นรายคู่ พบความแตกต่างรายคู่ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมน้อยกว่าประเทศลาว (เชียงทอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24
2. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศลาว (เชียงทอง) โดยรวมมากกว่าประเทศจีน (สิบสองปันนา) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.29
3. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศลาว (เชียงทอง) โดยรวมมากกว่าประเทศพม่า (เชียงใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.14
4. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศจีน (สิบสองปันนา) โดยรวมน้อยกว่าประเทศพม่า (เชียงใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.15

ด้านสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม

5. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมน้อยกว่าประเทศลาว (เชียงทอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.22
6. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศลาว (เชียงทอง) โดยรวมมากกว่าประเทศจีน (เชียงรุ้ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34
7. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อมในประเทศจีน (เชียงรุ้ง) โดยรวมน้อยกว่าประเทศพม่า (เชียงใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.21

ด้านการสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรมใน

8. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์/การอนุรักษ์ วัฒนธรรมในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมน้อยกว่าประเทศลาว (เวียงทอง) อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.19

ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

9. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมน้อยกว่าประเทศลาว (เวียงทอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.36

10. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมน้อยกว่าประเทศพม่า (เชียงใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.33

11. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมมากกว่าประเทศจีน (เซี่ยงจู้) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.37

12. นักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมในประเทศจีน (เซี่ยงจู้ง) โดยรวมน้อยกว่าประเทศพม่า (เซี่ยงตุง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.34

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

13. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านภูมิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมน้อยกว่าประเทศลาว (เวียงทอง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.52

14. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านภูมิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมน้อยกว่าประเทศพม่า (เชียงใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.20

15. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านภูมิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในประเทศลาว (เชียงทอง) โดยรวมมากกว่าประเทศจีน (เชียงรุ่ง) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.72

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

24. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศไทย (เชียงใหม่) โดยรวมมากกว่าประเทศจีน (เซี่ยงจู้) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.24

25. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศลาว (เวียงทอง) โดยรวมมากกว่าประเทศจีน (เซี่ยงจู้) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.27

26. นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในประเทศจีน (เซี่ยงจู้) โดยรวมน้อยกว่าประเทศพม่า (เชียงใหม่) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีผลต่างของค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.31

4.2.11 สรุปการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว (สมมติฐานที่ 1)

ตารางที่ 4.72 แสดงสรุปการเปรียบเทียบความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต จำแนกตามลักษณะส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติ t-test หรือ One Way ANOVA

ลักษณะส่วนบุคคล	ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในภาพรวม 4 ประเทศ				
	เชียงใหม่ ไทย	เชียงใหม่ พม่า	เชียงใหม่ จีน	เชียงใหม่/ เชียงใหม่ ลาว	รวม 4 ประเทศ
เพศ	Sig.*	x	x	x	x
อายุ	x	x	x	x	x
สถานภาพ	x	Sig.*	x	x	x
ระดับการศึกษา	x	Sig.*	x	x	x
อาชีพ	x	Sig.**	x	x	Sig.*
รายได้	x	Sig.**	x	Sig.*	Sig.**
สัญชาติ	Sig.**	Sig.*	x	Sig.**	Sig.**

Sig. หมายถึง สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

x หมายถึง ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

4.2.12 สรุปการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน (สมมติฐานข้อที่ 2)

ตารางที่ 4.73 แสดงสรุปการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน โดยใช้สถิติ Paired t-test

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน									
	เชียงใหม่ ประเทศไทย		เชียงใหม่ พม่า		เชียงใหม่ จีน		เชียงใหม่ ลาว		รวม 4 ประเทศ	
	E-P	แปลผล	E-P	แปลผล	E-P	แปลผล	E-P	แปลผล	E-P	แปลผล
1. การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	x		x		x		Sig**	พอใจมาก	Sig*	พอใจมาก
2. การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม	x		Sig*	พอใจ	Sig**	ไม่พึงพอใจ	x		X	
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	x		x		Sig**	ไม่พึงพอใจ	X		X	
4. การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรม	Sig.**	พอใจมาก	x		x		X		X	
5. ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	x		Sig*	พอใจ	Sig**	ไม่พึงพอใจ	X		Sig*	ไม่พึงพอใจ
6. นวัตกรรมการท่องเที่ยว	Sig.*	พอใจมาก	x		x		X		X	
7. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	Sig.**	พอใจมาก	Sig*	พอใจ	Sig*	ไม่พึงพอใจ	Sig.**	พอใจมาก	Sig**	พอใจมาก
8. การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	Sig.**	พอใจมาก	x		Sig*	ไม่พึงพอใจ	Sig**	พอใจมาก	Sig**	พอใจมาก
9. ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	Sig.*	พอใจมาก	x		Sig**	ไม่พึงพอใจ	Sig**	พอใจมาก	Sig**	พอใจมาก
10. ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	x		x		Sig**	ไม่พึงพอใจ	x		x	
รวม	Sig.*	พอใจมาก	x		Sig**	ไม่พึงพอใจ	Sig.**	พอใจมาก	x	

4.2.13 สรุปการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (สมมติฐานข้อที่ 3)

ตารางที่ 4.74 แสดงสรุปการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง โดยใช้สถิติการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression)

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขงตอนบน									
	เชียงใหม่ ประเทศไทย		เชียงใหม่ พม่า		เชียงใหม่ จีน		เชียงใหม่ ลาว		รวม 4 ประเทศ	
	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.	β	Sig.
1. ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ										
2. ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ									-2.443*	0.015
3. ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์							-0.259**	0.007	2.872**	0.004
4. ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม							0.277**	0.004		
5. ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	-0.221*	0.024								
6. ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว										
7. ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	0.183*	0.040								
8. ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม										
9. ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์										
10. ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	0.254*	0.010			0.419**	0.002				
Sig.	0.008				0.024		0.009		0.021	
Adj. R ²	0.071				0.117		0.069		0.019	

4.2.14 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง

ตารางที่ 4.75 การเปรียบเทียบการรับรู้ในของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำแนกตามประเทศ One Way ANOVA

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน	ค่าเฉลี่ยของแต่ละประเทศ				Sig.
	เชียงใหม่ ประเทศไทย	เชียงใหม่ พม่า	เชียงใหม่ จีน	เชียงใหม่ ลาว	
1. การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ	3.25	3.30	3.14	3.21	x
2. การสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม	3.33	3.55	3.21	3.42	Sig.*
3. การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.12	3.10	3.03	3.23	x
4. การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์วัฒนธรรม	3.32	3.52	3.35	3.46	Sig*
5. ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม	3.16	3.52	3.15	3.49	Sig**
6. นวัตกรรมการท่องเที่ยว	3.34	3.43	3.30	3.28	X
7. ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล	3.68	4.20	3.48	3.88	Sig**
8. การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	3.48	4.01	3.59	3.57	Sig**
9. ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.37	3.83	3.53	3.49	Sig**
10. ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	3.30	3.33	3.06	3.37	Sig*
รวม	3.34	3.58	3.29	3.44	Sig**

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

โครงการวิจัยเรื่อง “การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงราย/เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง หลวงพระบาง)” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน 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/เกษตรกรรม/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/เกษตรกรรม/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%)

โดยรวมแล้วนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบนทั้ง 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) ต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง โดยรวมและแต่ละประเทศสรุปได้ ดังนี้

ความคาดหวังต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงโดยรวม 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 (เซี่ยงจู้) ($\bar{X} = 3.50$) รองลงมา ประเทศลาว (เซียงทอง) ($\bar{X} = 3.47$) ประเทศพม่า (เซียงตุง) ($\bar{X} = 3.39$) และประเทศไทย (เซียงแสน) ($\bar{X} = 3.25$) ตามลำดับ

การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงโดยรวม 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 (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.58$) รองลงมา คือ ประเทศพม่า (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.44$) และนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเทศไทย (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.34$) และประเทศจีน (เชียงใหม่) ($\bar{X} = 3.29$) ตามลำดับ

5.1.3 นักท่องเที่ยวมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในแต่ละประเทศอยู่ในระดับมากอันดับแรก ได้แก่ เชียงแสน ประเทศไทย ($\bar{X} = 4.01$) รองลงมา ได้แก่ เชียงตุง ประเทศพม่า ($\bar{X} = 4.00$) เชียงรุ้ง ประเทศจีน ($\bar{X} = 3.92$) และเชียงใหม่ ประเทศลาว ($\bar{X} = 3.24$)

ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตต่อการท่องเที่ยวในเส้นทางท่องเที่ยวอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง โดยรวม 4 ประเทศอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.73$) โดยมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตอยู่ในระดับมาก อันดับแรกโดยใช้เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) – เชียงรุ้ง (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 ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยจำแนกตามลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ครัวเรือน/เดือน สัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม

(1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (รวม 4 ประเทศ) จากผลการวิจัย พบว่า

ความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวม จำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยว (รวม 4 ประเทศ) พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมไม่แตกต่างกัน เมื่อพิจารณาเป็นรายประเทศ พบว่า

(1.1) นักท่องเที่ยวที่มีเพศแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ 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 มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ 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 (เชียงใหม่ ประเทศจีน) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่ไม่แตกต่างกัน

(7.4) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศไทย) จากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติแตกต่างกันมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตที่เชียงใหม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 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

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ($E < P$) ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์น้อยกว่าการรับรู้ในด้านการภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

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 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการนวัตกรรมท่องเที่ยวน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการนวัตกรรมท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการนวัตกรรมท่องเที่ยว

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมน้อยกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกัน ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านการชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(3) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนแตกต่างกัน (เชียงใหม่ ประเทศพม่า)

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (เชียงใหม่) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมไม่แตกต่างจากการรับรู้โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจ ($E < P$) ในด้านต่างๆ ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติน้อยกว่าการรับรู้ในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/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 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม

ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในนวัตกรรมการท่องเที่ยว

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมไม่แตกต่างจากการรับรู้ในการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังใน ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์

ด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความ คาดหวังในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ไม่แตกต่างจากการรับรู้ในด้านชายแดน/ แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

(4) นักท่องเที่ยวมีความหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่าง ยั่งยืนแตกต่างกัน (ลีสองปันนา/เชียงราย ประเทศจีน)

ผลการเปรียบเทียบความคาดหวังและการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวอย่างสร้างสรรค์ (ลีสองปันนา) พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังโดยรวมมากกว่าการรับรู้โดยรวม อย่างมีนัยสำคัญ ทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์โดยรวม เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า

นักท่องเที่ยวมีความไม่พึงพอใจ ในแต่ละด้าน ดังนี้

ด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวัง ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติมากกว่าการรับรู้ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ ธรรมชาติ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจ ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ

ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มากกว่าการรับรู้ในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้านความ เป็นของแท้/ดั้งเดิมมากกว่าการรับรู้ในด้านความเป็นของแท้/ดั้งเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านความ เป็นของแท้/ดั้งเดิม

ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในด้าน ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่าการรับรู้ในด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 หมายความว่า นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกไม่พึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ใน ด้านปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล

ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า นักท่องเที่ยวมีความ คาดหวังในด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมากกว่าการรับรู้ในด้านการเดินทางและ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 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 นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในนวัตกรรมการท่องเที่ยวไม่แตกต่างจากการรับรู้ในนวัตกรรมการท่องเที่ยว

(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 นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจมากต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ

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 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.019$) 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 ($\text{Adjusted } R^2 = 0.071$) 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

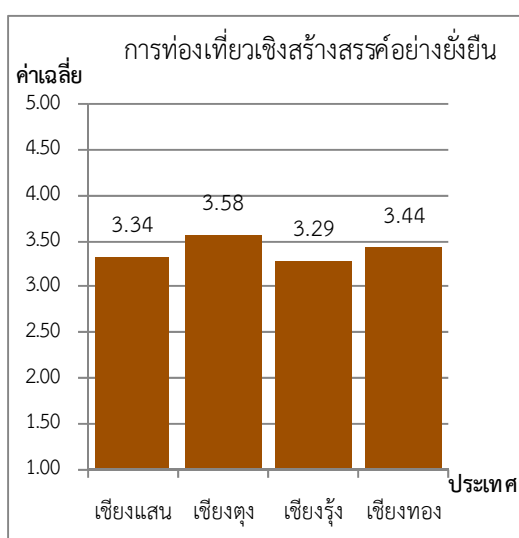
(4) การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (สิบสองปันนา ประเทศจีน)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ของการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่มีต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต (สิบสองปันนา) พบว่า โมเดลการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนมีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งโมเดลนี้สามารถอธิบายความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามในทุกเส้นทางโดยรวมได้ร้อยละ 11.7 (Adjusted $R^2 = 0.117$) โดยการเรียนรู้ด้านชายแดน/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 $R^2 = 0.117$) โดยการเรียนรู้ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ($\beta = -0.259$) มีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนการเรียนรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ($\beta = 0.277$) 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 นักท่องเที่ยวมีการรับรู้การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนที่เชียงตุง 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)

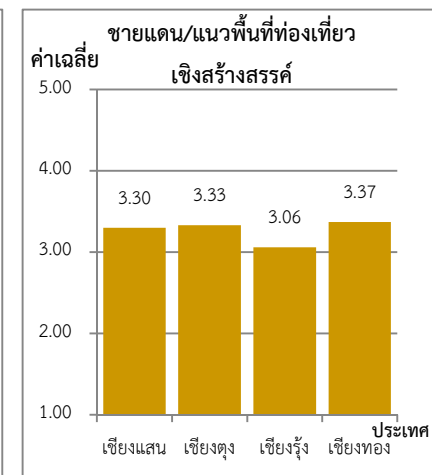
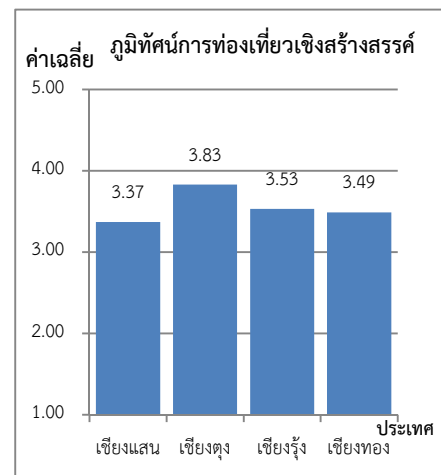
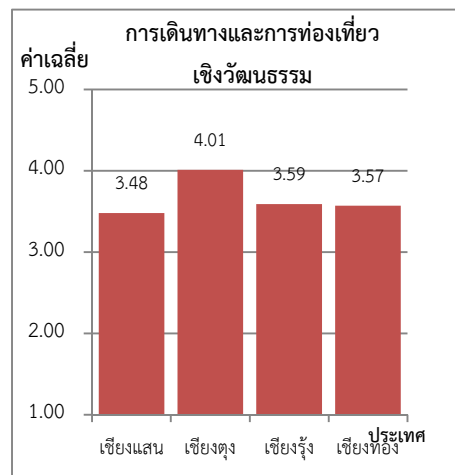
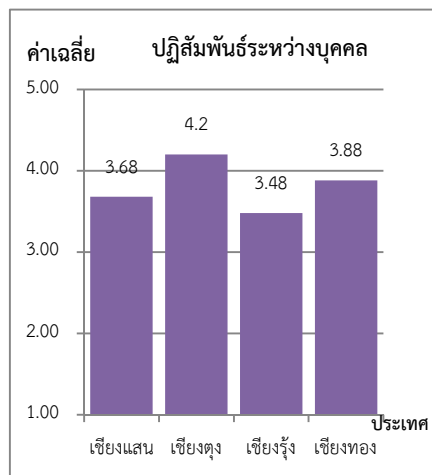
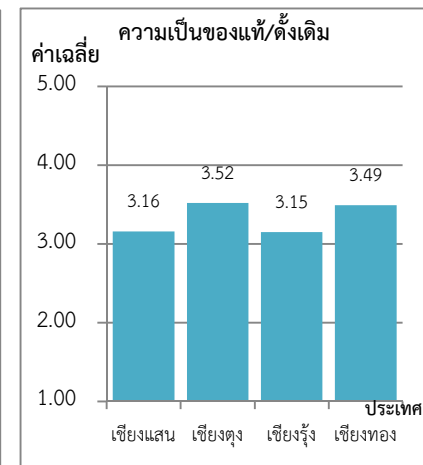
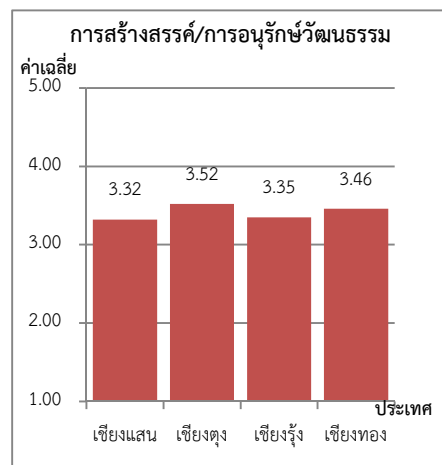
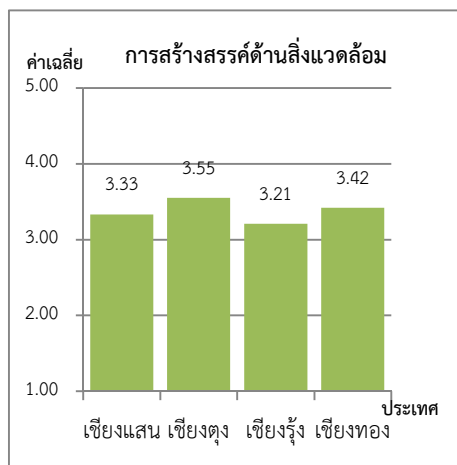
(6) นวัตกรรมการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิง สร้างสรรค์ด้านนวัตกรรมการท่องเที่ยวในประเทศพม่า (เชียงตุง) ประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศ จีน (เชียงรุ่ง) และประเทศลาว (เชียงทอง) ไม่แตกต่างกัน

(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 (เซี่ยงไฮ้) และประเทศลาว (เวียงทอง)

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



หมายเหตุ: รูปกราฟแสดงเฉพาะที่ Sig.

ภาพที่ 5.2 แสดงการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนจำแนกตามประเทศ

สรุปนักท่องเที่ยวที่มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศพม่า (เชียงใหม่) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เชียงใหม่) ประเทศลาว (เชียงใหม่) และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ด้านการสร้างสรรค์ด้านสิ่งแวดล้อม การสร้างสรรค์/การอนุรักษ์ วัฒนธรรม ความเป็นของแท้/ดั้งเดิม ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ใน ประเทศพม่า (เชียงใหม่) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เชียงใหม่) ประเทศลาว (เชียงใหม่)

5.2 การอภิปรายผล

5.2.1 นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะส่วนบุคคลต่างกัน มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคต โดยรวมตามเส้นทางในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง แตกต่างกัน จากผลการวิจัย พบว่า

นักท่องเที่ยวที่มีการประกอบอาชีพพนักงานทางด้านการค้าและข้าราชการ/ พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 13,500-40,499 บาท และมีสัญชาติไทย มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตโดยรวมตามเส้นทางในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงมากกว่ากลุ่มอื่นๆ เนื่องจากเส้นทางท่องเที่ยว ดังกล่าวมีความ เหมาะสมกับผู้ที่มีรายได้ระดับปานกลาง เนื่องจากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไม่แพงหรือ ถูกจนเกินไป และจำนวนวันที่ใช้ในการท่องเที่ยวก็เหมาะสมกับกลุ่มอาชีพพนักงานทางด้านการค้า และข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ซึ่งมีวันลาหยุดจำนวนไม่มากนัก นอกจากนั้นการเดินทางไป ท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวดังกล่าวยังเดินทางสะดวกจากประเทศไทย ทำให้นักท่องเที่ยวชาว ไทยมีความต้องการท่องเที่ยวซ้ำมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kattiyapornpong และ Miller (2009) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยด้านสังคมและลักษณะ ประชากรศาสตร์ที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า อายุ รายได้ และช่วงชีวิต (Life stage) ของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จะมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของPratt (2011) ที่ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมชมโรงงานไวน์ (Wine tourist) ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวที่มี ข้อมูลส่วนบุคคลซึ่งได้จากการวิเคราะห์ระดับของความสอดคล้องกับภาพลักษณ์ของตนเอง (Self-image congruity) และระดับของการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกันจะมีทัศนคติและความตั้งใจท่องเที่ยว เพื่อเยี่ยมชมโรงงานไวน์ในภูมิภาคต่างๆ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Kotler (1997) ที่ได้เสนอโมเดล พฤติกรรมผู้บริโภคไว้ โดยกล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการ ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์โดยมีจุดเริ่มต้นจากการเกิดสิ่งกระตุ้นที่ทำให้เกิดความต้องการ สิ่งกระตุ้นผ่าน เข้ามาในความรู้สึกของผู้บริโภค (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 จึงรับรู้ว่าดีกว่าที่คาดหวังไว้

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

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 ผู้บริโภคก็จะเกิดความรู้สึกขึ้นขมยินดีหรือมีความพึงพอใจอย่างมาก

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 นักท่องเที่ยวทุกคนมีความต้องการที่แตกต่างกันความต้องการดังกล่าวจะก่อให้เกิดความคาดหวังในการซื้อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวนี้มีความเสี่ยงมากกว่าสินค้าทั่วไปที่สามารถจับต้องได้ นักท่องเที่ยวจึงพิจารณาความคาดหวังโดยคำนึงถึงคุณภาพของบริการและราคาเป็นหลักส่วนผลการวิจัยในด้านการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์สอดคล้องกับแนวความคิดของอุดมศักดิ์ แนวจิตร (2544) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะมีความคาดหวังของการจัดการสภาพแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่พึงปรารถนาและจินตนาการไว้ก่อนที่จะได้สัมผัสแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ด้วยตนเอง ทั้งนี้ความคาดหวังดังกล่าวจะแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับประสบการณ์และปัจจัยส่วนบุคคล

5.2.3 การรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน จากผลการวิจัยพบว่า

โดยภาพรวมพบว่าการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในด้านการสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ และด้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์มีอิทธิพลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตในทุกเส้นทางโดยรวม เนื่องจากในเส้นทางท่องเที่ยวไปยัง 4 ประเทศนั้นเป็นสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เช่น ภูเขา แม่น้ำโขง พืชต่างๆ การปลูกพืช ยางพาราบนภูเขา ซึ่งแม้ว่าจะมีแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติถูกทำลายไปอย่างมาก แต่ก็มีบางแห่งที่ยังมีความอุดมสมบูรณ์หรือมีการปลูกพืชทดแทน ในเส้นทางเดินทางโดยรถยนต์นักท่องเที่ยวก็จะถือว่าทิวทัศน์ชันเขามีคุณค่า อีกทั้งเส้นทางท่องเที่ยวทางเรือจากท่าเรือไปหลวงพระบางมีทัศนียภาพ 2 ข้างทางที่สวยงามของไทย และลาว อีกทั้งวิถีชีวิตของคนไทยและลาวที่อยู่อาศัยเลียบแม่น้ำด้วยส่วนเส้นทางล่องเรือบริเวณสามเหลี่ยมทองคำไปยังพม่า ลาว และสามารถล่องเรือไปสิบสองปันนาก็จะ

มีทัศนียภาพที่สวยงาม ทำให้นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินกับธรรมชาติ และวิถีชีวิตของคนที่อยู่เลียบบแม่น้ำเจ้าพระยา ได้แก่ คนไทย ลาว และชาวจีน ดังนั้นปัจจัยเหล่านี้จึงถือว่าส่งผลต่อความตั้งใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเส้นทางนี้ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Wilson & Beard (2003, pp.88-97) ที่อธิบายถึงกระบวนการรับรู้ไว้ว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้รับสิ่งกระตุ้นทั้งจากภายนอกและภายในผ่านทางประสาทสัมผัส เขาจะเชื่อมโยงสิ่งกระตุ้นกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซึ่งหากนักท่องเที่ยวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ได้แก่การตอบสนองด้านพฤติกรรม ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึก ทั้งนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตัดสินใจในอนาคต นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Solomon (2007, p. 49) ที่กล่าวว่า การรับรู้ของนักท่องเที่ยวจะทำให้เกิดการเปิดรับ (Exposure) เกิดความตั้งใจที่จะมาท่องเที่ยว (Attention) และเกิดการตัดสินใจท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว (Interpretation) ในทางพอใจหรือไม่พอใจทั้งนี้ประเด็นในเรื่องความพึงพอใจจะเชื่อมโยงกับแนวความคิด Kotler & Keller (2006) เกี่ยวกับพฤติกรรมภายหลังการซื้อหรือใช้บริการ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวได้ใช้บริการหรือซื้อผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวแล้วพวกเขาจะทำการประเมินผลผลิตภัณฑ์หรือบริการนั้น หากนักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจก็จะกลับมาใช้บริการอีกและมีการบอกต่อในเชิงบวก ในทางตรงข้ามหากผู้บริโภครู้สึกไม่พึงพอใจก็จะเลิกใช้บริการและมีการบอกต่อในเชิงลบ

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

นักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในประเทศรวม 4 ประเทศแตกต่างกัน มีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระดับ 0.01 โดยนักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์โดยรวมในประเทศพม่า (เชียงตุง) มากกว่าประเทศไทย (เชียงแสน) ประเทศจีน (เชียงรุ่ง) ประเทศลาว (เชียงทอง) เนื่องจากเชียงตุงยังมีลักษณะของความดั้งเดิมอยู่มากเมื่อเทียบกับอีก 3 เมือง (เชียงแสน เชียงรุ่ง/สิบสองปันนา เชียงทอง/หลวงพระบาง) ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงมองเห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในเชียงตุงมีมากกว่าอีก 3 เมือง

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

ด้านในประเทศพม่า (เชียงใหม่) มากกว่าประเทศไทย (เชียงใหม่) ประเทศจีน (เชียงใหม่) และประเทศลาว (เชียงใหม่) เนื่องจากพม่ายังไม่เปิดประเทศการเดินทางไปเชียงใหม่เป็นไปด้วยความยากลำบาก มีนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวพม่าเท่านั้นในงานวิจัยนี้ที่ได้ไป นักท่องเที่ยวจึงมองเห็นว่ามีสิ่งแวดล้อมที่ยังใหม่ วัฒนธรรมวิถีชีวิตของผู้คนที่ยังคงความเป็นดั้งเดิม ภูมิทัศน์ที่ยังใหม่เหล่านี้ยังเป็นสิ่งที่เขายังไม่ได้พบเห็นจึงมองว่าน่าจะมีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้มากกว่าเมืองอื่นอีก 3 เมือง (เชียงใหม่ เชียงรุ่ง/สิบสองปันนา เชียงทอง/หลวงพระบาง)

จากผลการวิจัยข้างต้นสอดคล้องกับแนวความคิดของ Strydom, Jooste; & Cant (2000, p. 84) ที่กล่าวว่า การรับรู้เป็นกระบวนการในการรับรู้จัดระเบียบ 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 ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจยอมรับหรือปฏิเสธข้อมูลที่เกิดขึ้นใหม่ก็ได้ หากนักท่องเที่ยวยอมรับข้อมูลดังกล่าวก็จะเกิดการตอบสนองในด้านต่างๆ ได้แก่ การตอบสนองด้านพฤติกรรม ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านความรู้สึกทั้งนี้การตอบสนองที่เกิดขึ้นจะมีอิทธิพลต่อการรับรู้และการตีความในอนาคต

5.3 ข้อเสนอแนะ

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

ประเทศไทย (เชียงใหม่) กลุ่มเป้าหมายหลัก ได้แก่ เพศหญิง สัญชาติไทยที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนาคตตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน

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

ประเทศจีน (เชียงราย) กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน โดยมีสัญลักษณ์ส่วนบุคคลไม่แตกต่างกันคือ เหมือนๆกันทุกกลุ่ม

ประเทศลาว (เชียงทอง) กลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความตั้งใจท่องเที่ยวตามเส้นทางการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 13,500 – 40,499 บาท มีสัญชาติไทย

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผู้บริหารทั้ง 4 ประเทศและผู้นำชุมชนต้องดำเนินการต่อเนื่องต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเกิดความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน ในด้านต่างๆ ดังนี้

2.1 ด้านการสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการควรร่วมมือในการให้ชุมชนมีรายได้จากการที่นักท่องเที่ยวไปเที่ยว โดยมีการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้า ส่งเสริมชุมชนให้มีสินค้าหัตถกรรมมีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เพื่อจำหน่ายนักท่องเที่ยว มีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจของชุมชนจำหน่าย และส่งเสริมให้สินค้าชุมชนใช้บรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวซื้อ

2.2 ด้านสร้างสรรค์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผู้นำชุมชนต้องรณรงค์อย่างต่อเนื่องให้ชุมชนเป็นเจ้าบ้านที่ดีกับนักท่องเที่ยว โดยมีความเป็นมิตร มีอัธยาศัยไมตรี และเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว

2.3 ด้านการเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์ ประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจ ซึ่งสิ่งเหล่านี้สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว

2.4 สร้างสรรค์ด้านภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผู้บริหาร 4 ประเทศต้องมีนโยบายดูแลอย่างต่อเนื่องในการปรับปรุงภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่น การปรับปรุงภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจ ภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิม

นอกจากนี้ผู้บริหารและผู้นำชุมชนทั้ง 4 ประเทศมุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในการปรับปรุงภูมิทัศน์ 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 ซึ่งจะสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวในอนาคต เนื่องจากผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวไม่มีความพึงพอใจในด้านต่างๆ

ประเทศลาว (เชียงใหม่) ผู้บริหารเมืองเชียงใหม่ต้องใช้กลยุทธ์เชิงสร้างสรรค์ในด้าน การสร้างสรรค์ด้านเศรษฐกิจ ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การเดินทางและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ภูมิทัศน์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ จะสร้างความพึงพอใจต่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

3. ผู้บริหารทั้ง 4 ประเทศ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชียงใหม่ เชียงตุง เชียงรุ้ง และเชียงทองให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) ด้านสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม/ธรรมชาติ ได้แก่ ภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติ ดงาม อากาศมีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันทิพย์ 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 (เซี่ยงจู้) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในด้านชายแดน/แนวพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ การข้ามชายแดนให้มีความสะดวกและรวดเร็ว มีร้านอาหารที่มีคุณภาพ และมีสินค้าจำหน่ายมีความหลากหลายและมีคุณภาพ

ประเทศลาว (เซี่ยงทอง) ผู้บริหารการท่องเที่ยวต้องให้ความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ในด้านการสร้างสรรค์การอนุรักษ์วัฒนธรรม ได้แก่ การส่งเสริมวัฒนธรรม และให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม การบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชน และการศึกษาวิถีชีวิตชุมชน

4. ผู้บริหารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด/เมือง ของทั้ง 4 ประเทศ ได้แก่ ไทย พม่า จีน และลาว ควรร่วมมือกับวางแผนกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามเส้นทางอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงในลักษณะ Combine destination โดยชูประเด็นการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามเส้นทางในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงในเรื่อง (1) การสร้างสรรค์สิ่งแวดล้อม มีความเป็นธรรมชาติ และรักษาสีเขียว (2) การอนุรักษ์วัฒนธรรม โดยให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ และมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์วัฒนธรรม (3) ความเป็นอยู่ของแท้และดั้งเดิม โดยผู้คนที่ทั้ง 4 เซี่ยง (เซี่ยงแสน เซี่ยงตุง เซี่ยงจู้ และเซี่ยงทอง) มีรูปแบบการดำรงชีวิตยังคงความดั้งเดิม ลักษณะของบ้านเรือนคงความดั้งเดิม รวมทั้งการแต่งกายที่ยังคงความดั้งเดิม (4) การปฏิสัมพันธ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าบ้านโดยมีอัตลักษณ์ไม่ตรี มีความเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว และเต็มใจให้คำแนะนำหรือช่วยเหลือนักท่องเที่ยว (5) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เส้นทางท่องเที่ยวตามเส้นทางอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงมีวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น อาหารมีเอกลักษณ์ประจำของแต่ละชาติ (6) มีภูมิทัศน์การท่องเที่ยวที่สวยงามและดึงดูดใจ และ (7) การข้ามชายแดนต้องมีความสะดวกรวดเร็ว มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและให้มีคุณภาพ และเมืองเซี่ยงตุงประเทศพม่ามีการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 7 ด้านดังกล่าว มากที่สุด รองลงมาเซี่ยงทอง ประเทศลาว เซี่ยงแสน ประเทศไทย และเซี่ยงจู้ประเทศจีน นอกจากนี้ถ้าประเทศพม่าเปิดชายแดนที่เมืองลาซึ่งติดต่อกับประเทศจีน ซึ่งยังมีวัฒนธรรมที่คงความดั้งเดิม ประเทศพม่ามีความได้เปรียบทางการแข่งขันที่เหนือกว่า 3 ประเทศ

บรรณานุกรม

- ชนินทร์ อยู่เพชร. ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร. (2555). มาสร้างนวัตกรรมการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรม. **Tourism and Hospitality Management (THM): Quarter Review**. Vol. 3 (May, 2012), หน้า 6-7.
- นิธิ เอียวศรีวงศ์, ศาสตราจารย์, ดร. (2552). สัมภาษณ์พิเศษ: เศรษฐกิจสีเขียว: เปิดโลกกว่าแห่งทัศนะ (Special interview: Expanding the horizon: Green Economy). **เส้นทางสีเขียว (Green Line)**. ฉบับกันยายน-ธันวาคม 2552.
- เสาวรภัย กุสุมา ณ อยู่ธยา. (2553). **Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย**. Available [On-line] HTTP: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/executive_journal/jan_mar_10/pdf/23-28.pdf, สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2555.
- อัจฉรา ศรีพันธุ์, และเฟื่องอรุณ ปรีดีติติก. (2555). การพัฒนานวัตกรรมความรู้ด้วยกลยุทธ์การถ่ายโอนความรู้เพื่อปรับปรุงผลิตภาพสินค้าและบริการสร้างสรรค์ด้านวัฒนธรรมในประเทศไทย. **วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์**. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- Amabile, T. M., et al. (1996). Assessing the Workplace for Creativity. **The Academy of Management Journal**. Vol. 39, No. 5 (October 1996), pp. 1154-1184.
- Bartler, P. (2012). **Preserving Culture**. Available [On-line] HTTP: <http://cec.vcn.bc.ca/cmp/modules/emp-pre.htm>, [2012, October 10].
- Binkhorst, E., & Dekker, T. D. (2009). Agenda for co-creation tourism experience research. **Journal of Hospitality Marketing and Management**. Vol. 18, No. 2-3, pp. 311-327.
- BrandAge. (2009). Creative Economy. BrandAge Essential Sub-Division 03/2009. Available [On-line] HTTP: <http://www.brandage.com/Modules/DesktopModules/Article/ArticleDetail.aspx?tabID=2&ArticleID=3707&ModuleID=21&GroupID=1084>, สืบค้นเมื่อวันที่ 10 ตุลาคม 2555.
- Brown, S. (2008). **Why Claim Cultural Authenticity?: Cultural Organizations' and**

Cosmopolitan Populations' Claims About Reggae and Celtic Music in the U.S. Washington D.C.: Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University.

Butler, R. (1993) **Tourism – an evolutionary perspective**. In Nelson, J., Butler R., and G. Wall (eds) *Tourism and Sustainable Development: Monitoring, Planning, Managing*. Department of Geography Publication Series No.37, University of Waterloo, Canada, pp. 27-43.

Ceballos-Lascurain, H. (1987) The future of ecotourism. **Mexico Journal (January)**, pp. 13-14.

Chen, C.; & Chen, F. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. **Tourism Management**. Vol. 31, pp. 29–35.

Csikszentmihalyi, M. (1990). **The Psychology of Optimal Experience**. New York: Harper and Row.

Department of the Environment and Heritage. (2004). **Steps to Sustainable Tourism**. Available [On-line] HTTP: <http://www.environment.gov.au/heritage/publications/strategy/pubs/steps.pdf>, [2012, October 10].

Forsyth, D. R. (2006). **Group Dynamics**. Belmont, CA: Thomson Wadsworth.

Ghelfi, D. (2001). Understanding the Engine of Creativity in a Creative Economy: An Interview with John Howkins. Available [On-line] HTTP: http://www.wipo.int/sme/en/documents/pdf/cr_interview_howkins.pdf, [2012, October 10].

Gupta, D. R.; & Data, Z. A. (2011). Rehabilitating Borderland Destinations: A Strategic Framework Towards Cross-Border Tourism Collaboration. **The Journal of Tourism and Peace Research**. Vol. 2, No. 1, pp. 38-54.

Hall, M.; & Zeppel, H. (1990). Cultural and heritage tourism: The new grand tour?. **Historic Environment**. Vol. 7, No. 3&4, pp. 86-98.

- Haung, F.; & Su, L. (2012). A Study on the Relationships of Service Fairness, Quality, Value, Satisfaction, and Loyalty among Rural Tourists. **Managing Service Quality**. Vol. 22, Issue. 4, pp.399-421.
- Higgins, J.J. (2002). Multicultural children's literature: Creating and applying an evaluation tool in response to the needs of urban educators. **New Horizons for Learning Online Journal**. Available [On-line] HTTP: <http://www.newhorizons.org/strategies/multicultural/higgins.htm>, [2012, October 10].
- Hollinshead, K. (1993). Encounters in Tourism. **VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism**. pp. 636-651.
- Honey, M. (1999). **Ecotourism and Sustainable Development: Who Owns Paradise?**. Washington D.C.: Island Press.
- Howkins, J. (2001). **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. Penguin Books Limited.
- Huang, H., Chiu, C.; & Kuo, C. (2006). Exploring Customer Satisfaction, Trust and Destination Loyalty in Tourism. **The Journal of American Academy of Business**. Vol. 1, No. 10, pp. 156-159.
- Huh, J. (2002). **Tourist Satisfaction with Cultural/Heritage Sites: The Virginia Historic Triangle**. Blacksburg, Virginia: Virginia Polytechnic Institute and State University.
- Hui, T., Wan, D.; & Ho, A. (2007). Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore. **Tourism Management**. Vol. 28, pp. 965-975.
- Ignacio Rodríguez del Bosque, Héctor San Martín, Jesús Collado, María del Mar García de los
- Salmones. (2009). A framework for tourist expectations. **International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research**. Vol. 3, Issue. 2, pp. 139-147.
- Kozark, M.; & Rimmington, M. (2000). **Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination**. **Journal of Travel Research**. Vol. 38, pp. 260-269.

- Lorentzen, A. (2009). **Cities in the experience economy**. European Planning Studies. Vol. 17, No. 6, pp. 829-845.
- Richards, G. & Raymond, C. (2000). Creative Tourism. **ATLAS News**, No. 23, pp. 16-20.
- Lee, C. K., Yoon, Y. S.; & Lee, S. K. (2007). Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ. **Tourist Management**. Vol. 28, No. 2, pp. 204-214.
- Mareno, P. (2010). **Tourist's Expectations**. Available [On-line] HTTP: <http://www.tourismtheories.org/?p=716>, [2012, October 10].
- Niskasaari, K. (2008). **Towards a Socio-culturally Sustainable Definition of Authenticity Re-thinking the Spirit of Place**. Finland: Department of Architecture, University of Oulu.
- Ohridska-Olson. (2009). Stakeholders's role in cultural tourism and the effect of travel industry on them Cultural
- Realms.; Ohridska-Olson, R.; & Ivanov, S. (2010). **Creative Tourism Business Model and Its Application in Bulgaria**. Available [On-line] HTTP: http://culturalrealms.typepad.com/files/creativetourismbm_article_1_lr.pdf, [2012, October 10].
- Reisinger, Y. (2001). Unique Characteristics of Tourism, Hospitality, and Leisure Services. In Kandampully, J., Mok, C.; & Sparks, B. (ed). **Service Quality Management in Hospitality, Tourism and Leisure**. Australia: Pearson, pp. 15-47.
- Richards, G.; & Wilson, J. (2007). The Creative Turn in Regeneration: Creative Spaces, Spectacles and Tourism in Cities, Smith, M. (2007). **Tourism, Culture and Regeneration**. Wallingford: CABI, pp. 12-24.
- Richards, G.; & Wilson, J. (2007). **Tourism, Creativity and Development**. London: Routledge.
- Sadeh, E., Asgarl, F., Mousavi, L.; & Sadeh, S. (2012). Factor Affecting Tourist Satisfaction and Its Consequences. **Journal of Basic and Applied Scientific Research**. Vol. 2, No. 2, p. 1559.
- Schiffman, L.G.; & Kanuk, L.L. (2004). **Consumer behavior**. (8th ed). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall.

- Schumpeter, J. (1934). *The Theory of Economic Development*. USA: Harvard University.
- Sharpley, R. (2009). **Tourism, Development and the Environment: Beyond Sustainability?**. London: Earthscan.
- Silberberg, T. (1995). Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites. **Tourism Management**. Vol. 16, No. 5, pp. 361-365.
- Strydom, J. W.; Jooste, C. J.; & Cant, M.C. (2000). **Marketing Management**. (4th ed). Cape Town: Juta.
- Su, L.; & Fan, X. (2011). A Study on the Relationships between Service Quality, Satisfaction, Trust and Loyalty among Rural Tourism. **Paper presented at 8th International Conference on Service Systems and Service Management**. Tianjin. pp. 1-6.
- Telfer, D. & Sharpley, R. (2008). **Tourism and Development in the Developing World**. London: Routledge.
- Thomas-Hoffman, E. A. (n.d.). **Cultural Preservation and Protection**. Available [On-line] HTTP: https://docs.google.com/viewer?a=v&q=cache:O8hk12lp51QJ:www.mc.maricopa.edu/~bdille/un/hs/culture.pdf+&hl=en&gl=th&pid=bl&srcid=ADGEESid0QxgzsdTms_iurjns-jqah9kfKvFol5H-owyo2F66HC2xwoMCdrcVfnrO9WGFqY3oqhNiMMw__lpVeDTkxLSdqOziD5MHU-mluWCGRxiDv3KaI8NlmmpeGuMkXf62GxBlaEf&sig=AHIEtbTJLLYET0VBvLLkVKVEgm-4HJB-jg, [2012, October 10].
- Tickell, C. (1994). Foreword. In Cater, E.; & Lowman, G. **Ecotourism: A sustainable option?**. Chichester, pp. ix-x.
- Timothy, D. J.; & Butler, R.W. (1995). Cross-Border Shopping: A North American Perspective. **Annals of Tourism Research**. Vol. 22, No. 1, pp. 16-34.
- UNESCO. (2006). Towards Sustainable Strategies for Creative Tourism. Available [On-line] HTTP: <http://unesdoc.unesco.org/images/0015/001598/159811E.pdf>, [2012, October 10].
- United Nations General Assembly. (2005). **Resolution adopted by the General Assembly**. Available [On-line] HTTP:

<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/un/unpan021752.pdf>
 , [2012, October 10].

Wurzburger, R., Ageson, T., Pattakos, A. & Pratt, S. (Eds.) (2010).

Creative tourism.**A global conversation**.Santa Fe: Sunstone Press.

Xia, W., Jie, Z., Chaolin, G.; &Feng, Z.(2009). Examining Antecedents and Consequences
 of

Tourist Satisfaction: A Structural Modeling Approach. **TSINGHUA SCIENCE AND
 TECHNOLOGY**.Vol. 1, No. 3, pp. 397-406.

Zeithaml, V., Parasuraman, A., & Berry, L., (1990).**Delivering Quality Service**.
 New York: The Free Press.

ภาคผนวก ก

แบบสอบถาม

ฉบับภาษาไทย

- แบบสอบถามเชียงใหม่/ไทย เก็บนักท่องเที่ยวชาวไทย
- แบบสอบถามเชียงใหม่/พม่า เก็บนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวพม่า
- แบบสอบถามเชียงใหม่/สิบสองปันนา/จีน เก็บนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวจีน
- แบบสอบถามหลวงพระบาง/ลาว เก็บนักท่องเที่ยวชาวไทย ชาวลาว และชาวต่างชาติ

ฉบับแปลภาษาต่างประเทศ

- แบบสอบถามเชียงใหม่/ไทย เก็บนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ภาษาอังกฤษ
- แบบสอบถามเชียงใหม่/พม่า เก็บนักท่องเที่ยวชาวพม่า
- แบบสอบถามเชียงใหม่/ไทย เก็บนักท่องเที่ยวชาวจีน
- แบบสอบถามเชียงใหม่/สิบสองปันนา/จีน เก็บนักท่องเที่ยวชาวจีน
- แบบสอบถามหลวงพระบาง/ลาว เก็บนักท่องเที่ยวชาวลาว
- แบบสอบถามหลวงพระบาง/ลาว เก็บนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
- แบบสอบถามเชียงใหม่/ไทย เก็บนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม: ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

รศ. ดร.สุชุม เฉลยทรัพย์, รศ.สุพาดา สิริกิตตา, ผศ. ดร. ปณิศา มีจินดา, รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ดร. ไพบุลย์ อาชารุ่งโรจน์, ดร. วรินทร์รา ศิริสุทธิกุล โทรศัพท์ 081-3358777 (มือถือ) 0-22818181, 0-2628-6007

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคาดหวัง/การรับรู้จริง/ความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

[illegible]

ตอนที่ 1 โปรดระบุระดับความคาดหวัง (ก่อนการท่องเที่ยว) และระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว) ของท่าน ต่อการท่องเที่ยวในเชียงใหม่	ระดับความคาดหวัง (ก่อนท่องเที่ยว)					ระดับการรับรู้จริง (หลังท่องเที่ยว)				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
A9.1 มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจในเชียงใหม่										
A9.2 มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจในเชียงใหม่										
A9.3 มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมในเชียงใหม่										
A9.4 มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท่องเที่ยวที่โดดเด่นในเชียงใหม่										
A10.1 การข้ามชายแดนในเส้นทางที่มีความสะดวกและรวดเร็ว										
A10.2 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ										
A10.3 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ										

A11. ในอนาคตท่านมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (ไทย - พม่า - จีน - ลาว) แบบต่อเนื่องต่อไปนี้นาน้อยเพียงใด

- | | |
|--|--|
| 1. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) - สิบสองปันนา (จีน) | ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด |
| 2. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) - ด่านห้วยทราย (ลาว) | ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด |
| 3. เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ - เมืองห้วยทราย - ปากแบง - หลวงพระบาง | ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด |
| 4. เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) - เชียงตุง (พม่า) | ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด |
| 5. เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) - สิบสองปันนา (จีน) | ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด |

ตอนที่ 2 : ลักษณะส่วนบุคคล

- | | | | |
|------------------|--|-----------------------------|-------------------------------------|
| 1. เพศ | [] 1. ชาย | [] 2. หญิง | |
| 2. อายุ | [] 1. ต่ำกว่า 25 ปี | [] 2. 25 - 34 ปี | [] 3. 35 - 44 ปี |
| | [] 4. 45 - 54 ปี | [] 5. 55 - 64 ปี | [] 6. 65 ปี ขึ้นไป |
| 3. สถานภาพ | [] 1. โสด | [] 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน | [] 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ |
| 4. ระดับการศึกษา | [] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี | [] 2. ปริญญาตรี | [] 3. สูงกว่าปริญญาตรี |
| 5. อาชีพ | [] 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที จิตรกร นักออกแบบ โปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์) | | |
| | [] 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส | [] 3. พนักงานทางด้านการค้า | |
| | [] 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต | [] 5. เกษตรกร | [] 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ |
| | [] 7. แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน | [] 8. นักศึกษา/นักเรียน | [] 9. ผู้ประกอบการ |
| | [] 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ)..... | | |

6. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน :

- | | |
|---|---|
| [] 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/US\$ 225 | [] 6. 54,000-67,499 บาท/ US\$ 1,800 - 2,249 |
| [] 2. 6,750-13,499 บาท/US\$ 225 - 449 | [] 7. 67,500-80,999 บาท/ US\$ 2,250 - 2,699 |
| [] 3. 13,500-26,999 บาท/ US\$ 450 - 899 | [] 8. 81,000- 94,499 บาท/ US\$ 2,700 - 3,149 |
| [] 4. 27,000-40,499 บาท/US\$ 900 - 1,349 | [] 9. 94,500-107,999 บาท/ US\$ 3,150 - 3,599 |
| [] 5. 40,500- 53,999 บาท/ US\$ 1,350 - 1,799 | [] 10. 108,000 บาท ขึ้นไป/ US\$ 3,600 and over |

7. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับคนไทย)

- ☐ 1. กรุงเทพมหานคร ☐ 2. ภาคกลาง ☐ 3. ภาคตะวันออก ☐ 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
☐ 5. ภาคตะวันตก ☐ 6. ภาคเหนือ ☐ 7. ภาคใต้

8. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับฝรั่ง)

- ☐ 1. Thailand ☐ 2. East Asia ☐ 3. Europe
☐ 4. The Americas ☐ 5. South Asia ☐ 6. Oceania
☐ 7. Middle East ☐ 8. Africa ☐ 9. Others, please specify.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

Dear Respondents: We are conducting research about “Strategies for Developing of Sustainable Creative Tourism in the Upper Greater Mekong Subregion”. Your responses are very valuable for us and there are no right or wrong answers. We are interested in your honest opinions. All of your responses will be kept strictly confidential and will be revealed only in aggregate response. Thank you very much for your kindness and effort in completing this questionnaire.

Best regards: Assoc.Prof.Sukhum Chaloeysarp and Colleagues, Suan Dusit Rajabhat 081-335-8777

Please place a ☒ or fill in the space below that represents your opinion most.

<u>Part I</u> Please mark ✓ in the space to correspond to level of your expectation/ requirement and recognition toward tourism in Chiang Saen	Expectation/requirement (before entering)					Level of your recognition (after entering)				
	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)
A1.1 Collaboration of community for selling goods in <u>Chiang Saen</u> .										
A1.2 Agro-tourism activities in <u>Chiang Saen</u> , such as plant cultivation, fruit picking etc., which can also be bought in cheap price.										
A1.3 The handicraft in Chiang Saen has uniqueness and identity, such as weaved cloth, craved wood, umbrella making etc.										
A1.4 The community in Chiang Saen has interesting agricultural processed products, such as dried fruits, preserved fruits, stir-dried fruits, fruits in sirup etc.										
A1.5 The goods of Chiang Saen community has attractive packaging for buying.										
A2.1 Being advised about environmental conservation activities in Chiang Saen, such as being advised about littering and sightseeing without destroying the environment and nature.										
A2.2 Beautiful natural landscape in Chiang Saen										
A2.3 Clean and fresh air in Chiang Saen, such as without dust, smoke and bad smell, etc.										
A3.1 You can learn about natural conservation in Chiang Saen										
A3.2 Your participation in natural conservation in Chiang Saen										
A3.3 All sectors has participated in natural conservation in Chiang Saen										
A4.1 Chiang Saen has many cultural destination such as temples, historical site, museum etc										
A4.2 Chiang Saen has tourism activities for promoting cultural, such as local tribal customs, merit making or charity, folk dance etc										
A4.3 Community activities for social benefits in Chiang Saen										
A4.4 Learning of history, community and local tribal lifestyles in Chiang Saen										
A4.5 Participation in recreational activities in Chiang Saen, such as singing, local folk dance, etc										
A5.1 Authenticity of community lifestyle in Chiang Saen										
A5.2 Authenticity of house /city in Chiang Saen										
A5.3 Authenticity of dress costume of people/community in Chiang Saen										
A5.4 Unspoiled nature in Chiang Saen										
A6.1 Continuous creation of newly built tourist attraction in Chiang Saen										
A6.2 Continuous restoration of the historic sites/existing museums in Chiang Saen										
A6.3 Continuous improvement of services of tourist destinations in Chiang Saen										

<u>Part I</u> Please mark ✓ in the space to correspond to level of your expectation/ requirement and recognition toward tourism in Chiang Saen	Expectation/requirement (before entering)					Level of your recognition (after entering)				
	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)
A7.1 Hospitality and friendliness of local people in Chiang Saen										
A7.2 Local people in Chiang Saen are courteous/ helpful to tourists.										
A8.1 Chiang Saen has distinguished and identity cultural and historical sites										
A8.2 Chiang Saen has wonderful cultural traditions and festivals										
A8.3 Interesting architectural features in Chiang Saen										
A8.4 Interesting local arts and crafts in Chiang Saen										
A8.5 Appealing local cuisine in Chiang Saen										
A9.1 Appealing beautiful landscape in Chiang Saen										
A9.2 Appealing and various local activities in Chiang Saen										
A9.3 Authenticity of identity landscape in Chiang Saen										
A9.4 Local distinguished cultural landscape in Chiang Saen										
A10.1 It is convenient and fast to cross this border/corridors										
A10.2 Food is varied and exotic in this border/corridors										
A10.3 Variety and quality of shopping items in this border/corridors										

A11. In the future, how much do you have intention to travel continuously along the following routes (Thailand-Myanmar-China-Lao)

1. Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao) – Xishuangbanna (China)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

2. Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

3. Take a cruise from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai – Pak Bang - Luang Prabang (Lao)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

4. Land route from Mae Sai (Thailand) - Chieng Tung (Myanmar)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

5. Take a cruise from Chiang Saen (Thailand) - Xishuangbanna (China)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

Part II: Personal Information

- | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| 1. Gender: | [] 1. Male | [] 2. Female | |
| 2. Age: | [] 1. Under 25 years | [] 2. 25-34 years | [] 3. 35-44 years |
| | [] 4. 45-54 years | [] 5. 55-64 years | [] 6. 65 years and over |
| 3. Marital status: | [] 1. Single | [] 2. Married/Living Together | [] 3. Divorced/Separated/Widowed |
| 4. Education level: | [] 1. Lower than Bachelor degree | [] 2. Bachelor degree | [] 3. Higher than Bachelor degree |

5. Occupation: ☐ 1. Professionals: doctors, engineers, lawyers, teachers, accountant, expert and IT specialist, artist, designer, programmer, medical agent		
☐ 2. Managerial staff, senior staff	☐ 5. Agricultural workers	☐ 8. Students
☐ 3. Commercial personnel	☐ 6. Government officers/ State enterprise officers.	☐ 9. Entrepreneur
☐ 4. Laborers production	☐ 7. Housewives/Retired / Unemployed	☐ 10. Others, please specify

6. Monthly Household Income:

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Lower than THB 13,500/ Lower than US\$ 450 | ☐ 6. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699 |
| ☐ 2. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 | ☐ 7. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149 |
| ☐ 3. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 | ☐ 8. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599 |
| ☐ 4. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 | ☐ 9. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over |
| ☐ 5. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249 | |

7. Country of Residence: ☐ 1. Thailand ☐ 2. East Asia ☐ 3. Europe ☐ 4. The Americas
☐ 5. South Asia ☐ 6. Oceania ☐ 7. Middle East ☐ 8. Africa ☐ 9. Others, please specify.....

Thank you very much for your kindness and effort

เชียงใหม่/พม่า

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม: ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยวตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจต่อความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านนั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลนำเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

รศ. ดร.สขม เกลยทรัพย์, รศ.สพาดา สิริกิตตา, ผศ. ดร. ปณิศา มีจินดา, รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ดร. ไพบลย์ อาชารังโรจน์, ดร. วรินทร์รา ศิริสัทธกุล โทรศัพท์ 081-3358777 (มือถือ) 0-22818181, 0-2628-6007

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคิดหวัง/การรับรู้จริง/ความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

[illegible]

ตอนที่ 1 โปรดระบุระดับความคาดหวัง (ก่อนการท่องเที่ยว) และระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว) ของท่าน ต่อการท่องเที่ยวในเชียงตุง/พม่า	ระดับความคาดหวัง (ก่อนท่องเที่ยว)					ระดับการรับรู้จริง (หลังท่องเที่ยว)				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
A9.1 มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจในเชียงตุง										
A9.2 มีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจในเชียงตุง										
A9.3 มีภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมในเชียงตุง										
A9.4 มีภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นในเชียงตุง										
A10.1 การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว										
A10.2 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ										
A10.3 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ										

A11. ในอนาคตท่านมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน (ไทย – พม่า – จีน – ลาว) แบบต่อเนื่องต่อไปนี้น้อยเพียงใด

1. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) –ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
2. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) – ด่านห้วยทราย (ลาว)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
3. เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย – ปากแบง – หลวงพระบาง	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
4. เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
5. เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด

ตอนที่ 4 : ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ	[] 1. ชาย	[] 2. หญิง	
2. อายุ	[] 1. ต่ำกว่า 25 ปี	[] 2. 25 - 34 ปี	[] 3. 35 - 44 ปี
	[] 4. 45 - 54 ปี	[] 5. 55 - 64 ปี	[] 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ	[] 1. โสด	[] 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน	[] 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา	[] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	[] 2. ปริญญาตรี	[] 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ	[] 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที จิตรกร นักออกแบบ โปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์)		
	[] 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส	[] 3. พนักงานทางด้านการค้า	
	[] 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	[] 5. เกษตรกร	[] 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
	[] 7. แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน	[] 8. นักศึกษา/นักเรียน	[] 9. ผู้ประกอบการ
	[] 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....		

6. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน :

[] 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/202,500 จ๊ิต	[] 6. 54,000-67,499 บาท/1,620,000 – 2,024,999 จ๊ิต
[] 2. 6,750-13,499 บาท/202,500 - 404,999 จ๊ิต	[] 7. 67,500-80,999 บาท/2,025,000 – 2,429,999 จ๊ิต
[] 3. 13,500-26,999 บาท/405,000 – 809,999 จ๊ิต	[] 8. 81,000- 94,499 บาท/2,430,000 – 2,834,999 จ๊ิต
[] 4. 27,000-40,499 บาท/810,000 – 1,214,999 จ๊ิต	[] 9. 94,500-107,999 บาท/2,835,000 – 3,239,999 จ๊ิต
[] 5. 40,500- 53,999 บาท/1,215,000 – 1,619,999 จ๊ิต	[] 10. 108,000 บาท ขึ้นไป/3,240,000 จ๊ิต ขึ้นไป

7. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับคนไทย)

- ☐ 1. กรุงเทพมหานคร ☐ 2. ภาคกลาง ☐ 3. ภาคตะวันออก ☐ 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
☐ 5. ภาคตะวันตก ☐ 6. ภาคเหนือ ☐ 7. ภาคใต้

7. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับคนพม่า)

- ☐ 1. เมืองหลวง เนปีดอ ☐ 2. ย่างกุ้ง ☐ 3. ภาคกลางที่ไม่ใช่เนปีดอและย่างกุ้ง
☐ 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ☐ 5. ภาคตะวันตก ☐ 6. ภาคเหนือ ☐ 7. ภาคใต้

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

[illegible]

<u>Part I</u> Please mark ✓ in the space to correspond to level of your expectation/ requirement and recognition toward tourism in Chiangtung, Myanmar	Expectation/requirement (before entering)					Level of your recognition (after entering)				
	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)
A7.1 Hospitality and friendliness of local people in Chiangtung										
A7.2 Local people in Chiangtung are courteous/ helpful to tourists.										
A8.1 Chiangtung has distinguished and identity cultural and historical sites										
A8.2 Chiangtung has wonderful cultural traditions and festivals										
A8.3 Interesting architectural features in Chiangtung										
A8.4 Interesting local arts and crafts in Chiangtung										
A8.5 Appealing local cuisine in Chiangtung										
A9.1 Appealing beautiful landscape in Chiangtung										
A9.2 Appealing and various local activities in Chiangtung										
A9.3 Authenticity of identity landscape in Chiangtung										
A9.4 Local distinguished cultural landscape in Chiangtung										
A10.1 It is convenient and fast to cross this border/corridors										
A10.2 Food is varied and exotic in this border/corridors										
A10.3 Variety and quality of shopping items in this border/corridors										

A11. In the future, how much do you have intention to travel continuously along the following routes (Thailand-Myanmar-China-Lao)

1. Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao) – Xishuangbanna (China)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

2. Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

3. Take a cruise from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai – Pak Bang - Luang Prabang (Lao)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

4. Land route from Mae Sai (Thailand) - Chiang Tung (Myanmar)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

5. Take a cruise from Chiang Saen (Thailand) - Xishuangbanna (China)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

Part II: Personal Information

- | | | | |
|---------------------|-----------------------------------|--------------------------------|------------------------------------|
| 1. Gender: | [] 1. Male | [] 2. Female | |
| 2. Age: | [] 1. Under 25 years | [] 2. 25-34 years | [] 3. 35-44 years |
| | [] 4. 45-54 years | [] 5. 55-64 years | [] 6. 65 years and over |
| 3. Marital status: | [] 1. Single | [] 2. Married/Living Together | [] 3. Divorced/Separated/Widowed |
| 4. Education level: | [] 1. Lower than Bachelor degree | [] 2. Bachelor degree | [] 3. Higher than Bachelor degree |

5. Occupation: ☐ 1. Professionals: doctors, engineers, lawyers, teachers, accountant, expert and IT specialist, artist, designer, programmer, medical agent		
☐ 2. Managerial staff, senior staff	☐ 5. Agricultural workers	☐ 8. Students
☐ 3. Commercial personnel	☐ 6. Government officers/ State enterprise officers.	☐ 9. Entrepreneur
☐ 4. Laborers production	☐ 7. Housewives/Retired / Unemployed	☐ 10. Others, please specify

6. Monthly Household Income:

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Lower than THB 13,500/ Lower than US\$ 450 | ☐ 6. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699 |
| ☐ 2. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 | ☐ 7. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149 |
| ☐ 3. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 | ☐ 8. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599 |
| ☐ 4. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 | ☐ 9. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over |
| ☐ 5. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249 | |

7. Country of Residence: ☐ 1. Thailand ☐ 2. East Asia ☐ 3. Europe ☐ 4. The Americas
☐ 5. South Asia ☐ 6. Oceania ☐ 7. Middle East ☐ 8. Africa ☐ 9. Others, please specify.....

Thank you very much for your kindness and effort

ตอนที่ 1 โปรดระบุระดับความคาดหวัง (ก่อนการท่องเที่ยว) และระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว) ของท่าน ต่อการท่องเที่ยวในหลวงพระบาง/ลาว	ระดับความคาดหวัง (ก่อนท่องเที่ยว)					ระดับการรับรู้จริง (หลังท่องเที่ยว)				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
A8.4 มีศิลปะ หัตถกรรมที่น่าสนใจในหลวงพระบาง										
A8.5 มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในหลวงพระบาง										
A9.1 มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจในหลวงพระบาง										
A9.2 มีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจในหลวงพระบาง										
A9.3 ภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมในหลวงพระบาง										
A9.4 ภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นในหลวงพระบาง										
A10.1 การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว										
A10.2 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ										
A10.3 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ										

A11. ในอนาคตท่านมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขงตอนบน (ไทย – พม่า – จีน – ลาว) แบบต่อเนื่องต่อไปนี้นาน้อยเพียงใด

1. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) –ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
2. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) – ด่านห้วยทราย (ลาว)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
3. เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย – ปากแบง – หลวงพระบาง	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
4. เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
5. เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด

ตอนที่ 2 : ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ	[] 1. ชาย	[] 2. หญิง	
2. อายุ	[] 1. ต่ำกว่า 25 ปี	[] 2. 25 - 34 ปี	[] 3. 35 - 44 ปี
	[] 4. 45 - 54 ปี	[] 5. 55 - 64 ปี	[] 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ	[] 1. โสด	[] 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน	[] 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา	[] 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	[] 2. ปริญญาตรี	[] 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ	[] 1. ผู้เชี่ยวชาญมืออาชีพ (แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที จิตรกร นักออกแบบ โปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์)		
	[] 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส	[] 3. พนักงานทางด้านการค้า	
	[] 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต	[] 5. เกษตรกร	[] 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ
	[] 7. แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน	[] 8. นักศึกษา/นักเรียน	[] 9. ผู้ประกอบการ
	[] 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....		

6. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน :

[] 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/US\$ 225/1,687,500 กีบ	[] 6. 54,000-67,499 บาท/ US\$ 1,800 – 2,249/12,500,000-16,874,750 กีบ
[] 2. 6,750-13,499 บาท/US\$ 225 - 449/1,687,500 – 3,374,999 กีบ	[] 7. 67,500-80,999 บาท/ US\$ 2,250 - 2,699/16,875,000-20,249,750 กีบ
[] 3. 13,500-26,999 บาท/ US\$ 450 – 899/3,375,000 -6,749,750 กีบ	[] 8. 81,000- 94,499 บาท/ US\$ 2,700 – 3,149/20,250,000-23,624,750 กีบ
[] 4. 27,000-40,499 บาท/US\$ 900 – 1,349/6,450,000-10,124,750 กีบ	[] 9. 94,500-107,999 บาท/ US\$ 3,150 - 3,599/23,625,000-26,999,750 กีบ
[] 5. 40,500- 53,999 บาท/ US\$ 1,350 - 1,799/10,125,000-13,499,750 กีบ	[] 10. 108,000 บาท ขึ้นไป/ US\$ 3,600 and over/27,000,000 กีบ ขึ้นไป

7. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับคนไทย)

- [] 1. กรุงเทพมหานคร [] 2. ภาคกลาง [] 3. ภาคตะวันออก [] 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
[] 5. ภาคตะวันตก [] 6. ภาคเหนือ [] 7. ภาคใต้

8. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับคนลาว)

☐ 1. แขวงหลวงน้ำทา (Luang Namtha)	☐ 7. แขวงเชียงขวาง (Xieng Khouang)	☐ 12. แขวงสะหวันนะเขต (Savannakhet)
☐ 2. แขวงอุดมไชย (Oudomsay)	☐ 8. แขวงเวียงจันทน์ (Vientiane)	☐ 13. แขวงสาละวัน (Saravane)
☐ 3. แขวงบ่อแก้ว (Bokeo)	☐ 9. แขวงไชยบุรี (Sayaboury)	☐ 14. แขวงเซกอง (Sekong)
☐ 4. แขวงหลวงพระบาง (Luang Prabang)	☐ 10. แขวงบริคำไชย (Borikhamsay)	☐ 15. แขวงจำปาสัก (Champassak)
☐ 5. แขวงพงสาลี (Phongsaly)	☐ 11. แขวงคำม่วน (Khammouane)	☐ 16. แขวงอัตตะปือ (Attapeu)
☐ 6. แขวงหัวพัน (Houaphanh)		

9. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับฝรั่ง)

- ☐ 1. Thailand ☐ 2. East Asia ☐ 3. Europe ☐ 4. The Americas ☐ 5. South Asia
☐ 6. Oceania ☐ 7. Middle East ☐ 8. Africa ☐ 9. Others, please specify.....

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

Dear Respondents: We are conducting research about “Strategies for Developing of Sustainable Creative Tourism in the Upper Greater Mekong Subregion”. Your responses are very valuable for us and there are no right or wrong answers. We are interested in your honest opinions. All of your responses will be kept strictly confidential and will be revealed only in aggregate response. Thank you very much for your kindness and effort in completing this questionnaire.

Best regards: Assoc.Prof.Sukhum Chaloeysarp and Colleagues, Suan Dusit Rajabhat 081-335-8777

Please place a ☒ or fill in the space below that represents your opinion most.

Part I Please mark ✓ in the space to correspond to level of your expectation/ requirement and recognition toward tourism in Luang Prabang (Lao)	Expectation/requirement (before entering)					Level of your recognition (after entering)				
	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)
A1.1 Collaboration of community for selling goods in Luang Prabang.										
A1.2 Agro-tourism activities in Luang Prabang, such as plant cultivation, fruit picking etc., which can also be bought in cheap price.										
A1.3 The handicraft in Luang Prabang has uniqueness and identity, such as weaved cloth, craved wood, umbrella making etc.										
A1.4 The community in Luang Prabang has interesting agricultural processed products, such as dried fruits, preserved fruits, stir-dried fruits, fruits in sirup etc.										
A1.5 The goods of Luang Prabang community has attractive packaging for buying.										
A2.1 Being advised about environmental conservation activities in Luang Prabang, such as being advised about littering and sightseeing without destroying the environment and nature.										
A2.2 Beautiful natural landscape in Luang Prabang										
A2.3 Clean and fresh air in Luang Prabang, such as without dust, smoke and bad smell, etc.										
A3.1 You can learn about natural conservation in Luang Prabang										
A3.2 Your participation in natural conservation in Luang Prabang										
A3.3 All sectors has participated in natural conservation in Luang Prabang										
A4.1 Luang Prabang has many cultural destination such as temples, historical site, museum etc										
A4.2 Luang Prabang has tourism activities for promoting cultural, such as local tribal customs, merit making or charity, folk dance etc										
A4.3 Community activities for social benefits in Luang Prabang										
A4.4 Learning of history, community and local tribal lifestyles in Luang Prabang										
A4.5 Participation in recreational activities in Luang Prabang, such as singing, local folk dance, etc										
A5.1 Authenticity of community lifestyle in Luang Prabang										
A5.2 Authenticity of house /city in Luang Prabang										
A5.3 Authenticity of dress costume of people/community in Luang Prabang										
A5.4 Unspoiled nature in Luang Prabang										
A6.1 Continuous creation of newly built tourist attraction in Luang Prabang										
A6.2 Continuous restoration of the historic sites/existing museums in Luang Prabang										
A6.3 Continuous improvement of services of tourist destinations in Luang Prabang										

<u>Part I</u> Please mark ✓ in the space to correspond to level of your expectation/ requirement and recognition toward tourism in Luang Prabang (Lao)	Expectation/requirement (before entering)					Level of your recognition (after entering)				
	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)
A7.1 Hospitality and friendliness of local people in Luang Prabang										
A7.2 Local people in Luang Prabang are courteous/ helpful to tourists.										
A8.1 Luang Prabang has distinguished and identity cultural and historical sites										
A8.2 Luang Prabang has wonderful cultural traditions and festivals										
A8.3 Interesting architectural features in Luang Prabang										
A8.4 Interesting local arts and crafts in Luang Prabang										
A8.5 Appealing local cuisine in Luang Prabang										
A9.1 Appealing beautiful landscape in Luang Prabang										
A9.2 Appealing and various local activities in Luang Prabang										
A9.3 Authenticity of identity landscape in Luang Prabang										
A9.4 Local distinguished cultural landscape in Luang Prabang										
A10.1 It is convenient and fast to cross this border/corridors										
A10.2 Food is varied and exotic in this border/corridors										
A10.3 Variety and quality of shopping items in this border/corridors										

A11. In the future, how much do you have intention to travel continuously along the following routes (Thailand-Myanmar-China-Lao)

- Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao) – Xishuangbanna (China)
Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel
- Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao)
Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel
- Take a cruise from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai – Pak Bang - Luang Prabang (Lao)
Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel
- Land route from Mae Sai (Thailand) - Chieng Tung (Myanmar)
Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel
- Take a cruise from Chiang Saen (Thailand) - Xishuangbanna (China)
Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

Part 2: Personal Information

- Gender: [] 1. Male [] 2. Female
- Age: [] 1. Under 25 years [] 2. 25-34 years [] 3. 35-44 years
[] 4. 45-54 years [] 5. 55-64 years [] 6. 65 years and over
- Marital status: [] 1. Single [] 2. Married/Living Together [] 3. Divorced/Separated/Widowed
- Education level: [] 1. Lower than Bachelor degree [] 2. Bachelor degree [] 3. Higher than Bachelor degree

5. Occupation: [] 1. Professionals: doctors, engineers, lawyers, teachers, accountant, expert and IT specialist, artist, designer, programmer, medical agent		
[] 2. Managerial staff, senior staff	[] 5. Agricultural workers	[] 8. Students
[] 3. Commercial personnel	[] 6. Government officers/ State enterprise officers.	[] 9. Entrepreneur
[] 4. Laborers production	[] 7. Housewives/Retired / Unemployed	[] 10. Others, please specify

6. Monthly Household Income:

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Lower than US\$ 225/1,687,500 Kip | ☐ 6. US\$ 1,800 – 2,249/12,500,000-16,874,750 Kip |
| ☐ 2. US\$ 225 – 449/1,687,500 – 3,374,999 Kip | ☐ 7. US\$ 2,250 – 2,699/16,875,000-20,249,750 Kip |
| ☐ 3. US\$ 450 – 899/3,375,000 –6,749,750 Kip | ☐ 8. US\$ 2,700 – 3,149/20,250,000-23,624,750 Kip |
| ☐ 4. US\$ 900 – 1,349/6,450,000-10,124,750 Kip | ☐ 9. US\$ 3,150 – 3,599/23,625,000-26,999,750 Kip |
| ☐ 5. US\$ 1,350-1,799/10,125,000-13,499,750 Kip | ☐ 10. US\$ 3,600 and over/27,000,000 Kip and over |

7. Country of Residence: ☐ 1. Thailand ☐ 2. East Asia ☐ 3. Europe ☐ 4. The Americas
☐ 5. South Asia ☐ 6. Oceania ☐ 7. Middle East ☐ 8. Africa ☐ 9. Others, please specify.....

Thank you very much for your kindness and effort

ชื่อผู้เก็บ.....

เรียน ท่านผู้ตอบแบบสอบถาม: ข้าพเจ้าและคณะกำลังศึกษาเรื่อง “ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนให้การท่องเที่ยวตามเส้นทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน” คำตอบของท่านจะมีคุณค่าสำหรับงานวิจัยของเรา ซึ่งในกรณีนี้ไม่มีคำตอบที่ถูกหรือผิด เราเพียงสนใจแต่ความคิดเห็นของท่าน และต้องการคำตอบที่ตรงตามความเป็นจริงของท่านเท่านั้น ทุกคำตอบของท่านจะเก็บรวบรวมไว้เป็นความลับโดยใช้ข้อมูลมาเสนอให้เห็นเป็นภาพรวมเท่านั้น ข้าพเจ้าและคณะขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงสำหรับความกรุณาและความพยายามของท่านในการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้

รศ. ดร.สุขุม เฉลยทรัพย์, รศ.สุพาดา สิริกุดตา, ผศ. ดร. ปณิศา มีจินดา, รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์, ดร. ไพบุลย์ อาษารุ่งโรจน์, ดร. วรินทร์รา ศิริสุทธิกุล โทรศัพท์ 081-3358777 (มือถือ) 0-22818181, 0-2628-6007

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือเติมคำในช่องว่างที่ตรงกับความคาดหวัง/การรับรู้จริง/ความคิดเห็น/ความเป็นจริงของท่านในส่วนต่างๆ ต่อไปนี้

ตอนที่ 1 โปรดระบุระดับความคาดหวัง (ก่อนการท่องเที่ยว) และระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว) ของท่าน ต่อการท่องเที่ยวในสิบสองปันนา/จีน	ระดับความคาดหวัง (ก่อนท่องเที่ยว)					ระดับการรับรู้จริง (หลังท่องเที่ยว)				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
A1.1 มีการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่อการขายสินค้าในสิบสองปันนา										
A1.2 มีกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงเกษตรในสิบสองปันนา เช่น การเพาะชำต้นไม้ การเก็บผลไม้ เป็นต้น ซึ่งสามารถซื้อได้ในราคาถูก										
A1.3 สินค้าที่ตกกรรมในสิบสองปันนามีความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ เช่น ผ้าทอ ไม้แกะสลัก รม เป็นต้น										
A1.4 ชุมชนในสิบสองปันนามีสินค้าเกษตรแปรรูปที่น่าสนใจ เช่น ผลไม้อบแห้ง ดอก กวน แฮม เป็นต้น										
A1.5 สินค้าของชุมชนในสิบสองปันนามีบรรจุภัณฑ์ดึงดูดใจในการซื้อ										
A2.1 มีการแนะนำ/สื่อสารเกี่ยวกับกิจกรรมความร่วมมือในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเชิงนิเวศในสิบสองปันนา เช่น แนะนำให้ทิ้งขยะตามถังที่แยกไว้ ดักเตือนผู้ที่ทิ้งขยะไม่เป็นที่แนะนำการท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและธรรมชาติ										
A2.2 มีภูมิทัศน์ที่มีความเป็นธรรมชาติงดงามในสิบสองปันนา										
A2.3 อากาศในสิบสองปันนามีความบริสุทธิ์สะอาด ปราศจากฝุ่นละออง ควันพิษ กลิ่นเหม็น										
A3.1 ท่านสามารถเรียนรู้การอนุรักษ์ธรรมชาติในสิบสองปันนา										
A3.2 การมีส่วนร่วมของท่านในการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในสิบสองปันนา										
A3.3 ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมอย่างมากในการอนุรักษ์ธรรมชาติในสิบสองปันนา										
A4.1 สิบสองปันนามีแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น วัด โบราณสถาน พิพิธภัณฑน์ เป็นต้น										
A4.2 สิบสองปันนามีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ส่งเสริมวัฒนธรรม เช่น ประเพณีของชนเผ่า การทำบุญ ระบายพื้นเมือง เป็นต้น										
A4.3 มีกิจกรรมการบำเพ็ญประโยชน์ต่อสังคมของชุมชนในสิบสองปันนา										
A4.4 มีกิจกรรมการเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์/การศึกษาวิถีชีวิตชุมชน/ชนเผ่า										
A4.5 การมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการสร้างสรรค์ เช่น การเข้าร่วมร้องเพลง ระบายพื้นเมือง ฯลฯ										
A5.1 รูปแบบการดำรงชีวิตของผู้คนในสิบสองปันนายังคงความดั้งเดิม										
A5.2 ลักษณะของบ้านเรือน/เมืองในสิบสองปันนายังคงความดั้งเดิม										
A5.3 ลักษณะการแต่งกายของผู้คนในสิบสองปันนายังคงความดั้งเดิม										
A5.4 ลักษณะความเป็นธรรมชาติในสิบสองปันนายังไม่ถูกทำลาย										
A6.1 มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในสิบสองปันนา										
A6.2 มีการบูรณะอย่างต่อเนื่องในโบราณสถาน/พิพิธภัณฑน์เดิมที่มีอยู่ไม่ให้เสื่อมโทรม										
A6.3 มีการปรับปรุงการให้บริการของแหล่งท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องในสิบสองปันนา										
A7.1 คนในสิบสองปันนามีอัตราค้ายไมตรี และเป็นมิตรกับนักท่องเที่ยว										
A7.2 คนในสิบสองปันนาเต็มใจให้ความช่วยเหลือนักท่องเที่ยว										
A8.1 สิบสองปันนามีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม/ประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น/มีความเป็นเอกลักษณ์										
A8.2 ในสิบสองปันนามีประเพณีและเทศกาลที่ดึงดูดความสนใจ										
A8.3 มีสถาปัตยกรรมที่น่าสนใจในสิบสองปันนา										

ตอนที่ 1 โปรดระบุระดับความคาดหวัง (ก่อนการท่องเที่ยว) และระดับการรับรู้จริง (หลังการท่องเที่ยว) ของท่าน ต่อการท่องเที่ยวในสิบสองปันนา/จีน	ระดับความคาดหวัง (ก่อนท่องเที่ยว)					ระดับการรับรู้จริง (หลังท่องเที่ยว)				
	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)	น้อยที่สุด (1)	น้อย (2)	ปานกลาง (3)	มาก (4)	มากที่สุด (5)
A8.4 มีศิลปะ หัตถกรรมที่น่าสนใจในสิบสองปันนา										
A8.5 มีอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวในสิบสองปันนา										
A9.1 มีการปรับภูมิทัศน์ที่สวยงามและดึงดูดใจในสิบสองปันนา										
A9.2 มีกิจกรรมท้องถิ่นที่หลากหลายที่ดึงดูดความสนใจในสิบสองปันนา										
A9.3 ภูมิทัศน์ของเมือง/บ้านเรือนที่มีอัตลักษณ์แบบดั้งเดิมในสิบสองปันนา										
A9.4 ภูมิทัศน์ของวัฒนธรรมท้องถิ่นที่โดดเด่นในสิบสองปันนา										
A10.1 การข้ามชายแดนในเส้นทางนี้มีความสะดวกและรวดเร็ว										
A10.2 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีอาหารหลากหลายและมีคุณภาพ										
A10.3 ตามแนวชายแดนแห่งนี้มีสินค้าจำหน่ายที่หลากหลายและมีคุณภาพ										

A11. ในอนาคตท่านมีความตั้งใจท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน (ไทย – พม่า – จีน – ลาว) แบบต่อเนื่องต่อไปนี้น้อยเพียงใด

1. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) –ด่านห้วยทราย (ลาว) –สิบสองปันนา (จีน)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
2. เส้นทางรถยนต์ (ข้ามเรือ) ระหว่างด่านเชียงของ (ไทย) – ด่านห้วยทราย (ลาว)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
3. เส้นทางล่องเรือ อ.เชียงของ – เมืองห้วยทราย – ปากแบง – หลวงพระบาง	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
4. เส้นทางรถยนต์ระหว่างแม่สาย (ไทย) – เชียงตุง (พม่า)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด
5. เส้นทางล่องเรือระหว่างเชียงแสน (ไทย) – สิบสองปันนา (จีน)	ตั้งใจน้อยที่สุด (1) (2) (3) (4) (5) ตั้งใจมากที่สุด

ตอนที่ 2 : ลักษณะส่วนบุคคล

1. เพศ	☐ 1. ชาย	☐ 2. หญิง	
2. อายุ	☐ 1. ต่ำกว่า 25 ปี	☐ 2. 25 - 34 ปี	☐ 3. 35 - 44 ปี
	☐ 4. 45 - 54 ปี	☐ 5. 55 - 64 ปี	☐ 6. 65 ปี ขึ้นไป
3. สถานภาพ	☐ 1. โสด	☐ 2. สมรส/อยู่ด้วยกัน	☐ 3. ม่าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่
4. ระดับการศึกษา	☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี	☐ 2. ปริญญาตรี	☐ 3. สูงกว่าปริญญาตรี
5. อาชีพ	☐ 1. ผู้เชี่ยวชาญมีอาชีพ (แพทย์ วิศวกร นักกฎหมาย ครู อาจารย์ นักบัญชี ผู้เชี่ยวชาญด้านไอที จิตรกร นักออกแบบ โปรแกรมเมอร์ ตัวแทนทางการแพทย์) ☐ 2. ผู้บริหาร/ผู้จัดการ/พนักงานระดับอาวุโส ☐ 3. พนักงานทางด้านการค้า ☐ 4. ผู้ใช้แรงงานในการผลิต ☐ 5. เกษตรกร ☐ 6. ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ☐ 7. แม่บ้าน/เกษียณ/ว่างงาน ☐ 8. นักศึกษา/นักเรียน ☐ 9. ผู้ประกอบการ ☐ 10. อื่น ๆ (โปรดระบุ).....		

6. รายได้ครัวเรือนต่อเดือน :

☐ 1. ต่ำกว่า 6,750 บาท/1,350 หยวน	☐ 5. 40,500- 53,999 บาท/8,100 – 10,799 หยวน	☐ 8. 81,000- 94,499 บาท/16,200 – 18,899 หยวน
☐ 2. 6,750-13,499 บาท/1,350 – 2,699 หยวน	☐ 6. 54,000-67,499 บาท/10,800 – 13,499 หยวน	☐ 9. 94,500-107,999 บาท/18,900 – 21,599 หยวน
☐ 3. 13,500-26,999 บาท/2,700 – 5,399 หยวน	☐ 7. 67,500-80,999 บาท/13,500 – 16,199 หยวน	☐ 10. 108,000 บาท ขึ้นไป/21,600 หยวน ขึ้นไป
☐ 4. 27,000-40,499 บาท/5,400 – 8,099 หยวน		

7. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับคนไทย)

- ☐ 1. กรุงเทพมหานคร ☐ 2. ภาคกลาง ☐ 3. ภาคตะวันออก ☐ 4. ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
☐ 5. ภาคตะวันตก ☐ 6. ภาคเหนือ ☐ 7. ภาคใต้

8. ที่อยู่อาศัยในปัจจุบันของท่าน (สำหรับคนจีน)

[] 1. อันฮุย (安徽)	[] 8. เฮย์หลงเจียง (黑龙江)	[] 15. เหลียวหนิง (辽宁)	[] 22. หยุนหนาน (云南)	[] 29. เป่ย์จิง (北京)
[] 2. ฝูเจี้ยน (福建)	[] 9. เหอหนัน (河南)	[] 16. จิงไห่ (青海)	[] 23. เจ้อเจียง (浙江)	[] 30. ฉงชิ่ง (重庆)
[] 3. กานซู (甘肃)	[] 10. หูเป่ย์ (湖北)	[] 17. ซานซี (陕西)	[] 24. กว่างซีจ้วง (广西壮族)	[] 31. ชางไห่ (上海)
[] 4. กว่างตง (广东)	[] 11. หูหนาน (湖南)	[] 18. ซานตง (山东)	[] 25. ทิเบต (西藏)	[] 32. เทียนจิน (天津)
[] 5. กุ้ยโจว (贵州)	[] 12. เจียงซู (江苏)	[] 19. ซานซี (山西)	[] 26. มอңโกลีเยิน (内蒙古)	[] 33. ฮ่องกง (香港特別行政區)
[] 6. ไห่หนาน (海南)	[] 13. เจียงซี (江西)	[] 20. ซื่อชวน (四川)	[] 27. หนิงเจี่ยหุย (宁夏回族)	[] 34. มาเก๊า (澳門特別行政區)
[] 7. เหอเป่ย์ (河北)	[] 14. จีหลิน (吉林)	[] 21. ไต้หวัน (台湾)	[] 28. ชินเจียงอุยกูร์ (新疆维吾尔)	

ขอขอบคุณที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

[illegible]

<u>Part I</u> Please mark ✓ in the space to correspond to level of your expectation/ requirement and recognition toward tourism in Xishuangbanna, China	Expectation/requirement (before entering)					Level of your recognition (after entering)				
	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)	The least (1)	Less (2)	Moderate (3)	Much (4)	The most (5)
A6.3 Continuous improvement of services of tourist destinations in Xishuangbanna										
A7.1 Hospitality and friendliness of local people in Xishuangbanna										
A7.2 Local people in Xishuangbanna are courteous/ helpful to tourists.										
A8.1 Xishuangbanna has distinguished and identity cultural and historical sites										
A8.2 Xishuangbanna has wonderful cultural traditions and festivals										
A8.3 Interesting architectural features in Xishuangbanna										
A8.4 Interesting local arts and crafts in Xishuangbanna										
A8.5 Appealing local cuisine in Xishuangbanna										
A9.1 Appealing beautiful landscape in Xishuangbanna										
A9.2 Appealing and various local activities in Xishuangbanna										
A9.3 Authenticity of identity landscape in Xishuangbanna										
A9.4 Local distinguished cultural landscape in Xishuangbanna										
A10.1 It is convenient and fast to cross this border/corridors										
A10.2 Food is varied and exotic in this border/corridors										
A10.3 Variety and quality of shopping items in this border/corridors										

A11. In the future, how much do you have intention to travel continuously along the following routes (Thailand-Myanmar-China-Lao)

1. Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao) – Xishuangbanna (China)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

2. Land route (cross the river by boat) from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai (Lao)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

3. Take a cruise from Chiang Khong (Thailand) - Huay Sai – Pak Bang - Luang Prabang (Lao)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

4. Land route from Mae Sai (Thailand) - Chieng Tung (Myanmar)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

5. Take a cruise from Chiang Saen (Thailand) - Xishuangbanna (China)

Definitely will not travel (1) (2) (3) (4) (5) Definitely will travel

Part II: Personal Information

1. Gender: [] 1. Male [] 2. Female
2. Age: [] 1. Under 25 years [] 2. 25-34 years [] 3. 35-44 years
[] 4. 45-54 years [] 5. 55-64 years [] 6. 65 years and over
3. Marital status: [] 1. Single [] 2. Married/Living Together [] 3. Divorced/Separated/Widowed
4. Education level: [] 1. Lower than Bachelor degree [] 2. Bachelor degree [] 3. Higher than Bachelor degree

5. Occupation: ☐ 1. Professionals: doctors, engineers, lawyers, teachers, accountant, expert and IT specialist, artist, designer, programmer, medical agent		
☐ 2. Managerial staff, senior staff	☐ 5. Agricultural workers	☐ 8. Students
☐ 3. Commercial personnel	☐ 6. Government officers/ State enterprise officers.	☐ 9. Entrepreneur
☐ 4. Laborers production	☐ 7. Housewives/Retired / Unemployed	☐ 10. Others, please specify

6. Monthly Household Income:

- | | |
|--|--|
| ☐ 1. Lower than THB 13,500/ Lower than US\$ 450 | ☐ 6. THB 67,500-80,999/ US\$ 2,250 - 2,699 |
| ☐ 2. THB 13,500-26,999/ US\$ 450 - 899 | ☐ 7. THB 81,000- 94,499/ US\$ 2,700 – 3,149 |
| ☐ 3. THB 27,000-40,499/ US\$ 900 – 1,349 | ☐ 8. THB 94,500-107,999/ US\$ 3,150 - 3,599 |
| ☐ 4. THB 40,500- 53,999/ US\$ 1,350 - 1,799 | ☐ 9. THB 108,000 and over / US\$ 3,600 and over |
| ☐ 5. THB 54,000-67,499/ US\$ 1,800 – 2,249 | |

7. Country of Residence: ☐ 1. Thailand ☐ 2. East Asia ☐ 3. Europe ☐ 4. The Americas
☐ 5. South Asia ☐ 6. Oceania ☐ 7. Middle East ☐ 8. Africa ☐ 9. Others, please specify.....

Thank you very much for your kindness and effort

ຕອນທີ 1 ໂປດລະບຸລະດັບຄວາມຄາດຫວັງ (ກ່ອນການທ່ອງທ່ຽວ) ແລະລະດັບການຮັບຮູ້ຈິງ (ຫລັງການທ່ອງທ່ຽວ) ຂອງທ່ານ ຕໍ່ການທ່ອງທ່ຽວໃນຫລວງພະບາງ/ລາວ	ລະດັບຄວາມຄາດຫວັງ (ກ່ອນທ່ອງທ່ຽວ)					ລະດັບການຮັບຮູ້ຈິງ (ຫລັງທ່ອງທ່ຽວ)				
	ໜ້ອຍທີ່ສຸດ (1)	ໜ້ອຍ (2)	ປານກາງ (3)	ຫລາຍ (4)	ຫລາຍທີ່ສຸດ (5)	ໜ້ອຍທີ່ສຸດ (1)	ໜ້ອຍ (2)	ປານກາງ (3)	ຫລາຍ (4)	ຫລາຍທີ່ສຸດ (5)
A7.1 ຄົນໃນຫລວງພະບາງມີອັດທະຍາໃສ່ໄມຕີແລະເປັນມິດກັບນັກທ່ອງທ່ຽວ										
A7.2 ຄົນໃນຫລວງພະບາງເຕັມໃຈໃຫ້ຄວາມຊ່ວຍເຫລືອນັກທ່ອງທ່ຽວ										
A8.1 ຫລວງພະບາງມີແຫລ່ງທ່ອງທ່ຽວທາງວັດທະນະທຳ/ປະຫວັດສາດທີ່ໂດດເດັ່ນ/ມີຄວາມເປັນ ເອກະລັກ										
A8.2 ໃນຫລວງພະບາງມີປະເພນີແລະເທດສະການທີ່ດຶງດູດຄວາມສົນໃຈ										
A8.3 ມີສະຖາປັດຕະຍະກຳທີ່ຫນ້າສົນໃຈໃນຫລວງພະບາງ										
A8.4 ມີສິລະປະ ຫັດຖະກຳທີ່ຫນ້າສົນໃຈໃນຫລວງພະບາງ										
A8.5 ມີອາຫານທ້ອງຖິ່ນທີ່ມີເອກະລັກສະເພາະຕົວໃນຫລວງພະບາງ										
A9.1 ມີການປັບພູມມີທັດທີ່ສວຍງາມແລະດຶງດູດໃຈໃນຫລວງພະບາງ										
A9.2 ມີກິດຈະກຳທ້ອງຖິ່ນທີ່ຫລາກຫລາຍທີ່ດຶງດູດຄວາມສົນໃຈໃນຫລວງພະບາງ										
A9.3 ມີທິວທັດຂອງເມືອງ/ບ້ານເຮືອນທີ່ມີເອກະລັກດັ້ງເດີມໃນຫລວງພະບາງ										
A9.4 ມີທິວທັດຂອງວັດທະນະທຳທ້ອງຖິ່ນທີ່ໂດດເດັ່ນໃນຫລວງພະບາງ										
A10.1 ການເຂົ້າຊາຍແດນໃນເສັ້ນທາງນີ້ມີຄວາມສະດວກແລະວ່ອງໄວ										
A10.2 ຕາມແນວຊາຍແດນແຫ່ງນີ້ມີອາຫານຫລາຍຫລາຍແລະມີຄຸນນະພາບ										
A10.3 ຕາມແນວຊາຍແດນແຫ່ງນີ້ມີສິນຄ້າຈຳຫນ່ວຍທີ່ຫລາກຫລາຍແລະມີຄຸນນະພາບ										

A11. ໃນອານາຄົດທ່ານມີຄວາມຕັ້ງໃຈທ່ອງທ່ຽວໃນເຂດລຸ່ມແມ່ນ້ຳຂອງຕອນເທິງ (ໄທຍ – ພະມ້າ – ຈີນ – ລາວ) ແບບຕໍ່ເນື່ອງຕໍ່ໄປນີ້ຫລາຍຫນ້ອຍພຽງໃດ

- | | |
|--|---|
| 1. ເສັ້ນທາງລົດໃຫຍ່ (ຂ້າມເຮືອ) ລະຫວ່າງດ່ານຊຽງຂອງ (ໄທຍ) –ດ່ານຫ້ວຍຊາຍ (ລາວ) –ສິບສອງປັນນາ (ຈີນ)ຕັ້ງໃຈໜ້ອຍທີ່ສຸດ (1) (2) (3) (4) (5) ຕັ້ງໃຈຫລາຍທີ່ສຸດ | |
| 2. ເສັ້ນທາງລົດໃຫຍ່ (ຂ້າມເຮືອ) ລະຫວ່າງດ່ານຊຽງຂອງ (ໄທຍ) –ດ່ານຫ້ວຍຊາຍ (ລາວ) | ຕັ້ງໃຈໜ້ອຍທີ່ສຸດ (1) (2) (3) (4) (5) ຕັ້ງໃຈຫລາຍທີ່ສຸດ |
| 3. ເສັ້ນທາງລ່ອງເຮືອ ອ.ຊຽງຂອງ – ເມືອງຫ້ວຍຊາຍ– ປາກແບ່ງ – ຫລວງພະບາງ | ຕັ້ງໃຈໜ້ອຍທີ່ສຸດ (1) (2) (3) (4) (5) ຕັ້ງໃຈຫລາຍທີ່ສຸດ |
| 4. ເສັ້ນທາງລົດໃຫຍ່ລະຫວ່າງແມ່ສາຍ (ໄທຍ – ຊຽງຕຸງ (ພະມ້າ) | ຕັ້ງໃຈໜ້ອຍທີ່ສຸດ (1) (2) (3) (4) (5) ຕັ້ງໃຈຫລາຍທີ່ສຸດ |
| 5. ເສັ້ນທາງລ່ອງເຮືອລະຫວ່າງຊຽງແສນ (ໄທ) – ສິບສອງປັນນາ (ຈີນ) | ຕັ້ງໃຈໜ້ອຍທີ່ສຸດ (1) (2) (3) (4) (5) ຕັ້ງໃຈຫລາຍທີ່ສຸດ |

ຕອນທີ 2: ລັກສະນະສ່ວນບຸກຄົນ

- | | | | |
|------------------|--|------------------------------|---------------------------------------|
| 1. ເພດ | [] 1. ຊາຍ | [] 2.ຍິງ | |
| 2. ອາຍຸ | [] 1. ຕໍ່ກວ່າ 25 ປີ | [] 2. 25 - 34 ປີ | [] 3. 35 - 44 ປີ |
| | [] 4. 45 - 54 ປີ | [] 5. 55 - 64 ປີ | [] 6. 65 ປີຂຶ້ນໄປ |
| 3. ສະຖານະພາບ | [] 1. ໂສດ | [] 2. ແຕ່ງງານ/ຢູ່ນຳກັນ | [] 3. ເປັນຫມ້າຍ/ຢ່າຮ້າງ/ແຍກກັນຢູ່ |
| 4. ລະດັບການສຶກສາ | [] 1. ຕໍ່ກວ່າປະລິນຍາຕີ | [] 2. ປະລິນຍາຕີ | [] 3. ສູງກວ່າປະລິນຍາຕີ |
| 5. ອາຊີບ | [] 1. ຜູ້ຊ່ຽວຊານມືອາຊີບ (ແພດ ວິສາວະກອນ ນັກກິດຫມາຍ ຄູ່ ອາຈານ ນັກບັນຊີ ຜູ້ຊ່ຽວຊານດ້ານໂອທິຈິດຕະກອນ ນັກອອກແບບ ໂປຣແກຣມເມີ ຕົວແທນທາງການແພດ) | | |
| | [] 2. ຜູ້ບໍລິຫານ/ຜູ້ຈັດການ/ພະນັກງານລະດັບອາວຸໂສ | [] 3. ພະນັກງານທາງດ້ານການຄ້າ | |
| | [] 4. ຜູ້ໃຊ້ແຮງງານໃນການຜະລິດ | [] 5. ກະເສດຕະກອນ | [] 6. ຂ້າລາດຊະການ /ພະນັກງານວິສາຫະກິດ |
| | [] 7. ແມ່ນບ້ານ/ກະສຽນ/ວ່າງງານ | [] 8. ນັກສຶກສາ/ນັກຮຽນ | [] 9. ຜູ້ປະກອບການ |
| | [] 10. ອື່ນໆ (ໂປດລະບຸ)..... | | |

6. ລາຍໄດ້ຄົວເຮືອນຕໍ່ເດືອນ

[] 1. ຕໍ່ກວ່າ 6,750 ບາດ/US\$ 225/1,687,500 ກີບ	[] 6. 54,000-67,499 ບາດ/ US\$ 1,800 – 2,249/12,500,000-16,874,750 ກີບ
[] 2. 6,750-13,499 ບາດ/US\$ 225 - 449/1,687,500 – 3,374,999 ກີບ	[] 7. 67,500-80,999 ບາດ/ US\$ 2,250 - 2,699/16,875,000-20,249,750 ກີບ
[] 3. 13,500-26,999ບາດ/ US\$ 450 – 899/3,375,000 -6,749,750 ກີບ	[] 8. 81,000- 94,499 ບາດ/ US\$ 2,700 – 3,149/20,250,000-23,624,750 ກີບ
[] 4. 27,000-40,499 ບາດ/US\$ 900 – 1,349/6,450,000-10,124,750 ກີບ	[] 9. 94,500-107,999 ບາດ/ US\$ 3,150 - 3,599/23,625,000-26,999,750 ກີບ
[] 5. 40,500- 53,999 ບາດ/ US\$ 1,350 - 1,799/10,125,000-13,499,750 ກີບ	[] 10. 108,000 ບາດ ຂຶ້ນໄປ/ US\$ 3,600 and over/27,000,000 ກີບຂຶ້ນໄປ

7. ທີ່ຢູ່ອາໄສໃນປະຈຸບັນຂອງທ່ານ (ສຳລັບຄົນໄທ)

- | | | | |
|------------------------|-----------------|---------------------|-----------------------------|
| [] 1. ກຸງເທບມະຫານະຄອນ | [] 2. ພາກກາງ | [] 3. ພາກຕະເວັນອອກ | [] 4. ພາກຕະເວັນອອກສຽງເຫນືອ |
| [] 5. ພາກຕະເວັນຕົກ | [] 6. ພາກເຫນືອ | [] 7. ພາກໃຕ້ | |

8. ທີ່ຢູ່ອາໄສໃນປະຈຸບັນຂອງທ່ານ (ສໍາລັບຄົນລາວ)

☐ 1. ແຂວງຫລວງນ້ຳທາ (Luang Namtha)	☐ 7. ແຂວງຊຽງຂວາງ (Xieng Khouang)	☐ 12. ແຂວງສະຫວັນນະເຂດ (Savannakhet)
☐ 2. ແຂວງອຸດົມໄຊ (Oudomsay)	☐ 8. ແຂວງວຽງຈັນ (Vientiane)	☐ 13. ແຂວງສາລະວັນ (Saravane)
☐ 3. ແຂວງບໍ່ແກ້ (Bokeo)	☐ 9. ແຂວງໄຊຍະບູລີ (Sayaboury)	☐ 14. ແຂວງເຊກອງ (Sekong)
☐ 4. ແຂວງຫລວງພະບາງ (Luang Prabang)	☐ 10. ແຂວງບໍລິຄໍາໄຊ (Borikhamsay)	☐ 15. ແຂວງຈຳປາສັກ (Champassak)
☐ 5. ແຂວງຟົງສາລີ (Phongsaly)	☐ 11. ແຂວງຄຳມ່ວນ (Khammouane)	☐ 16. ແຂວງອັດຕະປື (Attapeu)
☐ 6. ແຂວງຫົວພັນ (Houaphanh)		

9. ທີ່ຢູ່ອາໄສໃນປະຈຸບັນຂອງທ່ານ (ສໍາລັບຄົນຝຣັ່ງ)

- ☐ 1. Thailand ☐ 2. East Asia ☐ 3. Europe ☐ 4. The Americas ☐ 5. South Asia
☐ 6. Oceania ☐ 7. Middle East ☐ 8. Africa ☐ 9. Others, please specify.....

ຂໍຂອບໃຈທີ່ໃຫ້ຄວາມຮ່ວມມືໃນການຕອບແບບສອບຖາມ

အပိုင်း ၁၊ ကျိုင်းတုံ(မြန်မာ)ခရီးစဉ်အတွက် ခရီးမထွက်မီသင်၏မျှော်လင့်ချက်နှင့်ခရီးထွက်ပြီးနောက်ပိုင်းသင်အမှန်တကယ်သိရှိခဲ့ရသော အချက်အလက်များအား ကျေးဇူးပြု၍ဖော်ပြပေးပါ	(ခရီးမထွက်မီ)သင်၏မျှော်လင့်ချက်အတိုင်းအတာ					(ခရီးထွက်ပြီးနောက်ပိုင်း)သင်အမှန်တကယ်သိရှိခဲ့ရသောအတိုင်းအတာ				
	အနံ့ဆိုး (၁)	နံ့သည် (၂)	အလယ်အလတ် (၃)	များသည် (၄)	အများဆုံး (၅)	အနံ့ဆိုး (၁)	နံ့သည် (၂)	အလယ်အလတ် (၃)	များသည် (၄)	အများဆုံး (၅)
A5.3 ကျိုင်းတုံသူ/သားများ၏ဝတ်စားဆင်ယင်မှုပုံစံမှာယခင်အတိုင်းမပြောင်းလဲဘဲရှိနေသည်။										
A5.4 ကျိုင်းတုံ၏သဘာဝပတ်ဝန်းကျင်မှာ ဖျက်ဆီးခံရမှုမရှိ ယခင်အတိုင်းရှိနေသည်။										
A6.1 ကျိုင်းတုံတွင် လည်ပတ်ရန်နေရာအသစ်များကို ဆက်တိုက်တည်ဆောက်မှုပြုနေသည်။										
A6.2 ရှိနေသော ရှေးဟောင်းအမွေအနှစ်နေရာများ၊ ပြတိုက်များယိုယွင်းပျက်စီးမှုမရှိအောင် အမြဲတမ်းထိန်းသိမ်းမှုရှိသည်။										
A6.3 ကျိုင်းတုံတွင် လည်ပတ်ရေးဂန်ဆောင်မှုများကိုအမြဲတမ်းပြုပြင်ပြောင်းလဲမှုပြုနေသည်။										
A7.1 ကျိုင်းတုံသူ/သားများသည် ခရီးသွားလည်ပတ်သူများအပေါ်ဖော်ရွေ ခင်မင်မှုရှိပါသည်။										
A7.2 ကျိုင်းတုံသူ/သားများသည် ခရီးသွားလည်ပတ်သူများအပေါ်ရိုင်းပင်းကူညီမှုရှိပါသည်။										
A8.1 ကျိုင်းတုံသည် ရိုးရာယဉ်ကျေးမှုနှင့်သမိုင်းကြောင်းဆိုင်ရာနာမည်ကြီးထင်ရှားမှုရှိသည်။										
A8.2 ကျိုင်းတုံသည် ရိုးရာအစဉ်အလာပွဲလမ်းသဘင်များနှင့်ပတ်သက်၍ နာမည်ကြီးဆွဲဆောင်မှုရှိသည်။										
A8.3 ကျိုင်းတုံတွင် စိတ်ဝင်စားဖွယ်ရာ ဗိသုကာလက်ရာများရှိသည်။										
A8.4 ကျိုင်းတုံတွင် စိတ်ဝင်စားဖွယ်ရာ လက်မှုပညာများရှိသည်။										
A8.5 ကျိုင်းတုံတွင် ဒေသခံ ကိုယ်ပိုင်အမည်ရ စားသောက်ဖွယ်ရာများရှိပါသည်။										
A9.1 ကျိုင်းတုံ၏ လှပ၍ စိတ်ဆွဲဆောင်ဖွယ်ရာ ရှုခင်းများအား အမြဲပြုပြင်မှုများရှိပါသည်။										
A9.2 ကျိုင်းတုံတွင် စိတ်ဆွဲဆောင်မှုပေးသော ဒေသခံများ လုပ်ရှားမှုများအမျိုးမျိုးရှိပါသည်။										
A9.3 ကျိုင်းတုံမြို့၊ အိမ်ယာများ၏ ရှုခင်းများမှာယခင်အတိုင်းရှိပါသည်။										
A9.4 ကျိုင်းတုံတွင် နာမည်ကြီးထင်ရှားသောဒေသခံရိုးရာယဉ်ကျေးမှုရှုခင်းများရှိပါသည်။										
A10.1 ဤလမ်းကြောင်း၏ နယ်စပ်ဖြတ်ကူးသွားလာရေးမှာ လွယ်ကူမြန်ဆန်မှုရှိသည်။										
A10.2 ဤနယ်စပ်တစ်လျှောက်တွင် အရသာနှင့်ပြည့်စုံသော အရည်အသွေးရှိ စားသောက်ဖွယ်ရာအမျိုးမျိုး ရှိပါသည်။										
A10.3 ဤနယ်စပ်တစ်လျှောက်တွင် အရည်အသွေးရှိလူသုံးကုန်ပစ္စည်းအမျိုးမျိုးကိုရောင်းချပါသည်။										

A11. အနာဂတ်တွင်ဤခရီးစဉ်ပိုင်းတစ်လျှောက် (ထိုင်း-မြန်မာ-တရုတ်-လာအို)ဆက်တိုက် မည်မျှခရီးသွားရန် သင်စိတ်ဆုံးဖြတ်ထားပါသနည်း

- ကားလမ်းဖြင့်ခရီးသွားခြင်း (သင်္ဘောမှတစ်ဆင့်) ချန်းခေါင် (ထိုင်း) - ဟွေ့စိုင်းဂိတ် (လာအို) - စိပ်ဆောင်ဘန်နာ(တရုတ်) အကြား
အနံ့ဆိုးဆုံး (၁) (၂) (၃) (၄) (၅) (၆) (၇) အများဆုံး ဆုံးဖြတ်ထားပါသည်
- ကားလမ်းဖြင့်ခရီးသွားလည်ပတ်ခြင်း (သင်္ဘောဖြင့်တစ်ဆင့်) ချန်းခေါင် (ထိုင်း) - ဟွေ့စိုင်းဂိတ် (လာအို) အကြား
အနံ့ဆိုးဆုံး (၁) (၂) (၃) (၄) (၅) (၆) (၇) အများဆုံး ဆုံးဖြတ်ထားပါသည်
- သင်္ဘောဖြင့် ရေလမ်းခရီးသွားလည်ပတ်ခြင်း ချန်းခေါင်မြို့ - ဟွေ့စိုင်းဂိတ်မြို့ - ပါဘန် - လွန်ဖဘန် အကြား
အနံ့ဆိုးဆုံး (၁) (၂) (၃) (၄) (၅) (၆) (၇) အများဆုံး ဆုံးဖြတ်ထားပါသည်
- ကားလမ်းဖြင့်ခရီးသွားလည်ပတ်ခြင်း မယ်ဆိုင် (ထိုင်း) - ကျိုင်းတုံ (မြန်မာ) အကြား
အနံ့ဆိုးဆုံး (၁) (၂) (၃) (၄) (၅) (၆) (၇) အများဆုံး ဆုံးဖြတ်ထားပါသည်
- သင်္ဘောဖြင့် ရေလမ်းခရီးသွားလည်ပတ်ခြင်း ချန်းစန် (ထိုင်း) - စိပ်ဆောင်ဘန်နာ (တရုတ်) အကြား
အနံ့ဆိုးဆုံး (၁) (၂) (၃) (၄) (၅) (၆) (၇) အများဆုံး ဆုံးဖြတ်ထားပါသည်

အပိုင်း(၄)၊ ဖြေကြားသူနှင့်ပတ်သက်၍

1. လိင် ☐ 1. ကျား ☐ 2. မ
2. အသက် ☐ 1. ၂၅ နှစ်အောက် ☐ 2. ၂၅-၃၄ နှစ် ☐ 3. ၃၅-၄၄ နှစ်
☐ 4. ၄၅-၅၄ နှစ် ☐ 5. ၅၅-၆၄ နှစ် ☐ 6. ၆၅ နှစ်အထက်
3. အခြေအနေ ☐ 1. ပျို/လူပျို ☐ 2. အိမ်ထောင်ရှိ/အတူနေ
☐ 3. မုဆိုးဖို/မ အိမ်ထောင်ကွဲ၊ အတူမနေ
4. ပညာအရည်အချင်း ☐ 1. ဘွဲ့ရအောက် ☐ 2. ဘွဲ့ရ ☐ 3. ဘွဲ့ရအထက်
5. အလုပ်အကိုင် ☐ 1. ကျွမ်းကျင်သူ (ဆရာဝန်၊ အင်ဂျင်နီယာ၊ ဥပဒေအရာရှိ/ရှေ့နေ၊ ဆရာ ဆရာမ၊ စာရင်းအင်းကျွမ်းကျင်သူ၊ ကွန်ပျူတာနှင့်သတင်းအချက်အလက် ကျွမ်းကျင်သူ၊ ဒီဇိုင်းရေးဆွဲသူ၊ စိတ်ပညာရှင်၊ ကွန်ပျူတာပရိုဂရမ်ရေးဆွဲသူ၊ ဆေးဝါးကျွမ်းကျင်သူ)
☐ 2. အုပ်ချုပ်သူ၊မန်နေဂျာ၊ လုပ်ငန်းခွင်အထက်အရာရှိအဆင့်
☐ 3. အရောင်းအဝယ်စာရေး
☐ 4. ထုတ်လုပ်ရေးအလုပ်သမား
☐ 5. စိုက်ပျိုးရေး
☐ 6. အစိုးရအမှုထမ်း၊ အဖွဲ့အစည်းအမှုထမ်း
☐ 7. အိမ်ဖော်/အိမ်ရှင်၊ ပင်စင်စား၊ အလုပ်မဲ့
☐ 8. ကျောင်းသူ/ကျောင်းသား
☐ 9. ကိုယ်ပိုင်စီးပွားရေး
☐ 10. အခြား (ကျေးဇူးပြု၍ဖော်ပြပေးပါ).....
6. မိသားစုလစဉ်ဝင်ငွေ
☐ 1. ၆၇၅၀ဘတ်/၂၀၂၅၀၀ ကျပ်အောက် ☐ 2. ၆၇၅၀ - ၁၃၄၉၉ ဘတ်/၂၀၂၅၀၀ - ၄၀၄၉၉ ကျပ်
☐ 3. ၁၃၅၀၀ - ၂၆၉၉၉ ဘတ်/ ၄၀၅၀၀၀ - ၈၀၉၉၉ ကျပ် ☐ 4. ၂၇၀၀၀ - ၄၀၄၉၉ ဘတ်/ ၈၀၀၀၀၀ - ၁၂၁၄၉၉ ကျပ်
☐ 5. ၄၀၅၀၀ - ၅၃၉၉၉ ဘတ်/ ၁၂၁၅၀၀၀ - ၁၆၁၉၉၉ ကျပ် ☐ 6. ၅၄၀၀၀ - ၆၇၄၉၉ ဘတ်- ၁၆၂၀၀၀၀ - ၂၀၂၄၉၉ ကျပ်
☐ 7. ၆၇၅၀၀ - ၈၀၉၉၉ ဘတ်/၂၀၂၅၀၀ - ၂၄၂၉၉၉ ကျပ် ☐ 8. ၈၁၀၀၀ - ၉၄၄၉၉ ဘတ်/ ၂၄၃၀၀၀၀ - ၂၈၃၄၉၉ ကျပ်
☐ 9. ၉၄၅၀၀ - ၁၀၇၉၉၉ ဘတ်/ ၂၈၃၅၀၀၀ - ၃၂၃၉၉၉ ကျပ် ☐ 10. ၁၀၈၀၀၀ ဘတ်/ ၃၂၄၀၀၀၀ ကျပ် အထက်
7. လက်ရှိနေရပ်လိပ်စာ (ထိုင်လူမျိုးအတွက်သာ)
☐ 1. ဘန်ကောက်နှင့်အနီးတဝိုက် ☐ 2. ထိုင်းနိုင်ငံအလယ်ပိုင်း ☐ 3. ထိုင်းနိုင်ငံအရှေ့ပိုင်း
☐ 4. နိုင်ငံအရှေ့မြောက်ပိုင်း ☐ 5. ထိုင်းနိုင်ငံအနောက်ပိုင်း ☐ 6. ထိုင်းနိုင်ငံမြောက်ပိုင်း
☐ 7. ထိုင်းနိုင်ငံတောင်ပိုင်း
7. လက်ရှိနေရပ်လိပ်စာ (မြန်မာလူမျိုးအတွက်သာ)
☐ 1. နေပြည်တော် ☐ 2. ရန်ကုန် ☐ 3. မြန်မာနိုင်ငံအလယ်ပိုင်း (နေပြည်တော်နှင့်ရန်ကုန်မဟုတ်သော)
☐ 4. အရှေ့မြောက်ပိုင်း ☐ 5. အနောက်ပိုင်း ☐ 6. မြောက်ပိုင်း ☐ 7. တောင်ပိုင်း

ဤမေးခွန်းလွှာကိုဖြေကြားပေးသည့်အတွက်ကျေးဇူးတင်ပါတယ်

Jirawat Anuvitchanon Ph.D., Asst.Prof.Panisa Meejinda Ph.D., Asst.Prof.Siriwan Saereerat
川登喜皇家大学 电话 081-3358777(手机) 0-22818181, 0-2628-6007

第 1 部分 请指出您对清盛的期望值（旅游前） 和您实际认知度（旅游后）	期望值 （旅游前）					实际认知度 （旅游后）				
	最少 (1)	少 (2)	中 (3)	多 (4)	最多 (5)	最少 (1)	少 (2)	中 (3)	多 (4)	最多 (5)
A1.1 在清盛有居民聚集销售商品										
A1.2 在清盛有农业旅游活动，如可以以优惠的价格购买树苗、种植花草、采摘水果等										
A1.3 清盛的手工艺品有自己的特点和特征，如纺布、木雕、伞等等。										
A1.4 清盛的居民有吸引人的农业加工品，水果干、腌制水果、蜜饯水果等										
A1.5 清盛的居民有吸引人购买的产品包装										
A2.1 清盛有关于生态环境保护活动的介绍/传媒，如建议将垃圾扔进分类垃圾桶、提醒乱扔垃圾者、建议游客不破坏自然环境										
A2.2 清盛有美丽的自然风景										
A2.3 清盛空气干净清新，没有尘埃、毒烟和臭味										
A3.1 在清盛可以学会环境保护										
A3.2 在清盛可以参与保护自然环境资源										
A3.3 各单位都有参与清盛的生态环境保护										
A4.1 清盛有弘扬传统文化的旅游景点，如寺庙、古迹、博物馆等										
A4.2 清盛有弘扬传统文化的旅游活动，如民族风俗、行善、民间舞蹈等										
A4.3 清盛的居民有为社会服务的活动										
A4.4 有学习历史/学习居民生活方式/少数民族生活方式										
A4.5 参与各种创新的娱乐活动，如参与唱歌、民间舞蹈等等										
A5.1 清盛居民仍保留着原始的生活方式										
A5.2 清盛的建筑特征/城市规划仍保留着原始色彩										
A5.3 清盛居民的着装特征仍保留着原始色彩										
A5.4 清盛的大自然还未遭到破坏										

第 1 部分 请指出您对清盛的期望值（旅游前） 和您实际认知度（旅游后）	期望值 （旅游前）					实际认知度 （旅游后）				
	最少(1)	少(2)	中(3)	多(4)	最多(5)	最少(1)	少(2)	中(3)	多(4)	最多(5)
A6.1 清盛有不断的开发新的旅游景点										
A6.2 有不断的维修现存的古迹/旧博物馆，以防衰落										
A6.3 有不断的调整清盛内的旅游服务										
A7.1 清盛居民性情淳朴、友好好客										
A7.2 清盛人民全心全意帮助游客										
A8.1 清盛有着有特色的文化旅游景点/独特的历史旅游景点/具有个性色彩										
A8.2 清盛有吸引人的风俗和节日										
A8.3 清盛有引人入胜的建筑物										
A8.4 清盛有吸引人的艺术和手工艺										
A8.5 清盛有独具特色的地方小吃										
A9.1 清盛有引人入胜的美丽景观										
A9.2 清盛有吸引人的多彩多姿的民间活动										
A9.3 清盛有吸引人的古老的城市景观/杰出的房屋建筑										
A9.4 清盛有独具特色的民间文化景观										
A10.1 这条路线方便快捷跨越边界										
A10.2 在这片边境区有多样化和有质量的食物										
A10.3 在这片边境区有多样化和有质量的商品										

A11. 在未来您打算到湄公河次区域线路上游（泰国-缅甸-中国-老挝）连续旅行的程度有多少

- | | |
|--------------------------------------|---------------------------------------|
| 1. 清孔港（泰国）- 会晒（老挝）- 西双版纳（中国）汽车路线（渡船） | 最小打算 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最大打算 |
| 2. 清孔港（泰国）- 会晒港（老挝）汽车路线（渡船） | 最小打算 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最大打算 |
| 3. 清孔县 - 会晒市 - 北宾 - 琅勃拉邦划船路线 | 最小打算 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最大打算 |
| 4. 湄赛（泰国）- 景栋（缅甸）之间汽车路线 | 最小打算 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最大打算 |
| 5. 清盛（泰国）- 西双版纳（中国）划船路线 | 最小打算 (1) (2) (3) (4) (5) (6) (7) 最大打算 |

第 2 部分：个人情况

- | | | | |
|---------|----------------|----------------|-----------------|
| 1. 性别 | [] 1. 男 | [] 2. 女 | |
| 2. 年龄 | [] 1. 低于 25 岁 | [] 2. 25-34 岁 | [] 3. 35-44 岁 |
| | [] 4. 45-54 岁 | [] 5. 55-64 岁 | [] 6. 65 岁 以上 |
| 3. 婚姻状况 | [] 1. 未婚 | [] 2. 已婚/同居 | [] 3. 丧偶/离异/分居 |
| 4. 学历 | [] 1. 低于本科 | [] 2. 本科 | [] 3. 本科以上 |

5. 职业 ☐ 1. 专业人士（医生、工程师、律师、教师、会计、IT 专家、美术家、设计师、电脑程序员、医学代理）		
☐ 2. 董事长/经理/高级管理人员	☐ 5. 农民	☐ 8. 大学生/学生
☐ 3. 商人	☐ 6. 公务员/国企职员	☐ 9. 企业家
☐ 4. 生产工人	☐ 7. 家庭妇女/退休/待业	☐ 10. 其他(请注明).....

6. 家庭收入/月：

- | | |
|---|---|
| ☐ 1. 低于 6,750 泰铢/1,350 元 | ☐ 6. 54,000-67,499 泰铢/10,800-13,499 元 |
| ☐ 2. 6,750-13,499 泰铢/1,350-2,699 元 | ☐ 7. 67,500-80,999 泰铢/13,500-16,199 元 |
| ☐ 3. 13,500-26,999 泰铢/2,700-5,399 元 | ☐ 8. 81,000-94,499 泰铢/16,200-18,899 元 |
| ☐ 4. 27,000-40,499 泰铢/5,400-8,099 元 | ☐ 9. 94,500-107,999 泰铢/18,900-21,599 元 |
| ☐ 5. 40,500-53,999 泰铢/8,100-10,799 元 | ☐ 10. 108,000 泰铢以上/21,600 元以上 |

7. 您的现住址（针对中国人）

☐ 1. 安徽	☐ 8. 黑龙江	☐ 15. 辽宁	☐ 22. 云南	☐ 29. 北京
☐ 2. 福建	☐ 9. 河南	☐ 16. 青海	☐ 23. 浙江	☐ 30. 重庆
☐ 3. 甘肃	☐ 10. 湖北	☐ 17. 陕西	☐ 24. 广西壮族自治区	☐ 31. 上海
☐ 4. 广东	☐ 11. 湖南	☐ 18. 山东	☐ 25. 西藏	☐ 32. 天津
☐ 5. 贵州	☐ 12. 江苏	☐ 19. 山西	☐ 26. 内蒙古自治区	☐ 33. 香港特别行政区
☐ 6. 海南	☐ 13. 江西	☐ 20. 四川	☐ 27. 宁夏回族自治区	☐ 34. 澳门特别行政区
☐ 7. 河北	☐ 14. 吉林	☐ 21. 台湾	☐ 28. 新疆维吾尔自治区	

感谢您对回答调查问卷的合作！

Chiang Saen Unité 1, Lieu de sondage.....Le nom du responsable.....

A ceux qui répondent au questionnaire : mon groupe et moi sommes en train de faire des études sur « la stratégie de développement du tourisme créatif et durable pour le tourisme le long de la route économique dans la sous région du Mékong du Nord ». Vos réponses seront utiles pour nos recherches. Il n’y a pas de vraies ou fausses réponses. Nous nous intéressons à votre opinion et voudrions des réponses qui vous correspondent le plus. Toutes vos réponses seront traitées de manière confidentielle. Les informations présentées à la fin représenteront seulement la vue d’ensemble. Mon groupe et moi vous remercions beaucoup pour votre coopération et pour vos efforts pour répondre à ce questionnaire.

Prof. Associé Dr.Sukhum Chaleisap, Prof. Associé Supada Sirikutta, Prof. Associé Dr. Panusa Meechinda, Prof. Associé Siriwan Saerirat, Dr. Paiboon Archaroongroj, Dr. Warintra Sirisutthikul Tel. 081-3358777 (Portable) 0-22818181, 0-2628-6007

Explication Veuillez cocher ✓ ou ajouter des mots qui correspondent à vos attentes/ niveaux de satisfaction/ opinions/ situations dans les cases ci-dessous.

Partie I: Veuillez indiquer votre niveau d'attente (avant le voyage) et votre niveau de satisfaction (après le voyage) par rapport au voyage à Chiang Saen.	Niveau d'attente (avant le voyage)					niveau de satisfaction (après le voyage)				
	Très peu (1)	Peu (2)	Moyen (3)	Beaucoup (4)	Vraiment beaucoup (5)	Très peu (1)	Peu (2)	Moyen (3)	Beaucoup (4)	Vraiment beaucoup (5)
A1.1 Rassemblement de communautés pour vendre des produits à Chiang Saen										
A1.2 Il y a des activités de tourisme vert à Chiang Saen comme par exemple la culture de plantes, le ramassage de fruits etc., activités qui permettent d'acheter ces produits à petit prix.										
A1.3 Les produits faits à la main et fabriqués à Chiang Saen sont uniques et ont leurs propres caractères tels que des tissus, des morceaux de bois gravés, des parapluies etc.										
A1.4 Les communautés à Chiang Saen ont des produits agricoles intéressants comme des fruits secs, des fruits confits, des fruits en boîte de conserve, des fruits en confiture et des fruits trempés dans la sauce sucrée et salée etc.										
A1.5 Les produits des communautés à Chiang Saen ont été mis dans un emballage attirant.										
A2.1 Les conseils ou les messages étant faits passés concernent des activités écologiques à Chiang Saen comme un conseil de trier des ordures, un avertissement pour ceux qui jettent des ordures n'importe où, la promotion de tourisme sans détruire l'environnement et la nature.										
A2.2 La nature à Chiang Saen est toujours bien préservée et son paysage est beau.										
A2.3 L'air à Chiang Saen est pur, sans poussière, sans gaz toxique et sans mauvaises odeurs.										
A3.1 Vous pouvez en connaître plus sur la préservation de la nature à Chiang Saen.										
A3.2 Votre participation à la préservation de la nature à Chiang Saen.										
A3.3 Tous les secteurs participent activement à la préservation de la nature de Chiang Saen.										
A4.1 Chiang Saen propose des sites touristiques culturels comme des temples anciens, des musées etc.										
A4.2 Chiang Saen propose des activités de tourisme culturel comme des cultures de tribus, des offrandes de nourriture, des danses traditionnelles etc.										

Partie I: Veuillez indiquer votre niveau d'attente (avant le voyage) et votre niveau de satisfaction (après le voyage) par rapport au voyage à Chiang Saen.	Niveau d'attente (avant le voyage)					niveau de satisfaction (après le voyage)				
	Très peu (1)	Peu (2)	Moyen (3)	Beaucoup (4)	Vraiment beaucoup (5)	Très peu (1)	Peu (2)	Moyen (3)	Beaucoup (4)	Vraiment beaucoup (5)
A4.3 Il y a des activités utiles pour la société et les communautés à Chiang Saen.										
A4.4 Il y a des activités ayant pour but de faire connaître l'histoire/le mode de vie des communautés et des tribus.										
A4.5 La participation aux activités de récréation comme le chant et la danse traditionnelle etc.										
A5.1 Le mode de vie des habitants de Chiang Saen garde son mode d'origine.										
A5.2 Le style de maisons/villes de Chiang Saen gardent son mode d'origine.										
A5.3 Le style d'habillement des habitants de Chiang Saen garde son style d'origine.										
A5.4 La nature de Chiang Saen n'a pas encore été détruite.										
A6.1 Il y a promotion de plus de sites touristiques, et de manière continue, à Chiang Saen.										
A6.2 Il y a rénovation des sites historiques/musées de manière régulière pour éviter la détérioration.										
A6.3 Il y a amélioration continue de services disponibles aux sites d'attractions à Chiang Saen.										
A7.1 Les habitants de Chiang Saen sont sympathiques et aimables avec les touristes.										
A7.2 Les habitants de Chiang Saen sont prêts à aider pleinement les touristes.										
A8.1 Chiang Saen a des sites touristiques culturels/historiques qui sont importants et uniques.										
A8.2 A Chiang Saen, il y a des traditions et des festivals qui sont intéressants.										
A8.3 Il y a des architectures intéressantes à Chiang Saen.										
A8.4 Il y a des arts et des artisanats intéressants à Chiang Saen.										
A8.5 Il y a nourriture locale qui est unique à Chiang Saen.										
A9.1 Il y a une transformation des paysages pour les rendre beaux et attrayants à Chiang Saen.										
A9.2 Il y a diverses activités locales qui attirent l'attention à Chiang Saen.										
A9.3 Il y a un paysage de ville et de maisons qui a une identité d'origine à Chiang Saen.										
A9.4 Il y a une culture locale marquante à Chiang Saen.										
A10.1 Le passage de frontières est facile et rapide pour cette route.										
A10.2 Il y a divers types de nourriture de qualité tout au long des frontières.										
A10.3 Divers produits de qualités sont vendus tout au long des frontières.										

A11. Avez-vous l'intention de voyager dans la sous région du Mékong du Nord (Thaïlande-Myanmar-Chine-Laos) de fréquente dans le future ? Et quel est le niveau d'intensité de cette intention?

1. En voiture (traversant par ferry) entre Chiang Khong (Thaïlande) – Huay Xai (Laos) – Sip song panna (Chine) Le moins (1) (2) (3) (4) (5) Le plus

2. En voiture (traversant par ferry) entre Chiang Khong (Thaïlande) – Huay Xai (Laos)

Le moins (1) (2) (3) (4) (5) Le plus

3. En bateau Chiang Khong District – Ville de Huay Xai– Pakbaeng – Luang Prabang

Le moins (1) (2) (3) (4) (5) Le plus

4. En voiture entre MaeSai (Thaïlande) – Chiang Tung (Myanmar)

Le moins (1) (2) (3) (4) (5) Le plus

5. En bateau entre Chiang Saen (Thaïlande) - Sip song panna (Chine)

Le moins (1) (2) (3) (4) (5) Le plus

Partie 2 : Informations personnelles

1. Sexe	☐ 1. Homme	☐ 2. Femme	
2. Age	☐ 1. Moins de 25 ans	☐ 2. 25 - 34 ans	☐ 3. 35 - 44 ans
	☐ 4. 45 - 54 ans	☐ 5. 55 - 64 ans	☐ 6. Plus de 65 ans
3. Statut	☐ 1. Célibataire	☐ 2. Marié/Cohabiter	☐ 3. Veuf/divorcé/séparé
4. Education	☐ 1. Inférieure à la licence	☐ 2. Licence	☐ 3. Supérieure à la licence
5. Profession	☐ 1. Experts professionnels (médecin, ingénieur, juriste, maître d'école, professeur, comptable, experts informatiques, peintre, créateur de programme informatique, agents médicaux) ☐ 2. Administrateur/Directeur/Officier de haut grade ☐ 3. Travailleur dans le secteur commercial ☐ 4. Travailleur dans le secteur industriel ☐ 5. Agriculteur ☐ 6. Officier d'Etat/Officier dans les entreprises ☐ 7. Femme au foyer/Retraité/chômeur ☐ 8. Etudiant/Elève ☐ 9. Commerçant ☐ 10. Autres (A spécifier)		
6. Salaire mensuel:	☐ 1. Moins de 6,750 Baht/US\$ 225 ☐ 6. 54,000-67,499 Baht/ US\$ 1,800 – 2,249 ☐ 2. 6,750-13,499 Baht/US\$ 225 – 449 ☐ 7. 67,500-80,999 Baht/ US\$ 2,250 - 2,699 ☐ 3. 13,500-26,999 Baht/ US\$ 450 – 899 ☐ 8. 81,000- 94,499 Baht/ US\$ 2,700 – 3,149 ☐ 4. 27,000-40,499 Baht/US\$ 900 – 1,349 ☐ 9. 94,500-107,999 Baht/ US\$ 3,150 - 3,599 ☐ 5. 40,500- 53,999 Baht/ US\$ 1,350 - 1,799 ☐ 10. Plus de 108,000 Baht/ US\$ 3,600 et plus		
7. Votre adresse actuelle (Pour les Thaïlandais)	☐ 1. Bangkok ☐ 2. Le Centre ☐ 3. L'Est ☐ 4. Le Nord-Est ☐ 5. L'Ouest ☐ 6. Le Nord ☐ 7. Le Sud		
8. Votre adresse actuelle (Pour les étrangers)	☐ 1. Thaïlande ☐ 2. Asie de l'Est ☐ 3. Europe ☐ 4. Les Amériques ☐ 5. Asie du Sud ☐ 6. Océanie ☐ 7. Moyen Orient ☐ 8. Afrique ☐ 9. Autres, veuillez spécifier.....		

Merci de votre coopération et de vos efforts pour répondre à ce questionnaire

ภาคผนวก ข

ภาพกิจกรรมการทำงาน

วิจัยเชิงปริมาณ: เก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยว



****สถานที่:** เชียงแสน (ประเทศไทย) เชียงทอง (ประเทศลาว) เชียงตุง (ประเทศพม่า)
และเซียงรุ้ง (ประเทศจีน)

ภาคผนวก ค
ประวัติผู้วิจัย

7. ประสบการณ์ทำงาน

- 2549 – ปัจจุบัน (1) ประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (2) ที่ปรึกษามรรมศิษย์เก่าบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ก.ย.2554 – ปัจจุบัน (1) คณะบรรณาธิการวารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- 2553 – ปัจจุบัน (2) บรรณาธิการวารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทรวิโรฒ
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (3) กรรมการทำงานด้านนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ
(พ.ศ.2551-2553)
- 2548 – 2551 (1) คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา
พัฒนาการรัชดา
- 2551 (1) คณะกรรมการตรวจสอบประจำสถานศึกษา วิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
- (2) กรรมการออกข้อสอบมาตรฐานของภาควิชาการบัญชี โรงเรียนศรีวัฒนา
บริหารธุรกิจ
- (3) กรรมการประเมินผลบทความวิชาการในการประชุม “ศรีนครินทรวิโรฒวิชาการ
ครั้งที่ 2”
- (4) กรรมการระดมความคิดเพื่อจัดทำคู่มือหลักสูตรสำหรับวิทยากร
และที่ปรึกษาโครงการ “เสริมสร้างผู้ประกอบการใหม่” ของกรมส่งเสริม
อุตสาหกรรม โดยสำนักพัฒนาธุรกิจ อุตสาหกรรมและผู้ประกอบการ
- 2544 – 2549 (1) รองประธานกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
- 2548 – 2550 (2) คณะกรรมการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาตำแหน่งทางวิชาการ คณาจารย์
คณะสังคมศาสตร์
- (3) กรรมการร่วมดำเนินโครงการ “การสร้างมูลค่าเพิ่มธุรกิจชุมชนให้เป็นจริง
และยั่งยืน” โดยสมาคมการจัดการธุรกิจแห่งประเทศไทย
- (4) คณะอนุกรรมการการบริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- (5) คณะกรรมการบริหารงานวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(6) ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมินข้อเสนอโครงการวิจัย

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(7) คณะกรรมการกลั่นกรองผลงานทางวิชาการมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ก.ย. 2546 – มิ.ย. 2547 (1) ดำรงตำแหน่งหัวหน้าภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์

2542 - 2543 (2) กรรมการและเลขานุการคณะกรรมการบริหารหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

2538 – 2541 (1) ผู้ประสานงานภาควิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

วิทยาเขตบางเขน

8. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ

8.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย

- กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในความร่วมมือของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาตามแนวพื้นที่ชายฝั่งตอนใต้จากประเทศไทยไปราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (2 โครงการย่อย): หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยร่วม) ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2554

8.2 หัวหน้าโครงการวิจัยที่สำเร็จแล้ว

ปี 2554

- กลยุทธ์สร้างความยั่งยืนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในความร่วมมือของกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน: กรณีศึกษาตามแนวพื้นที่ชายฝั่งตอนใต้จากประเทศไทยไปราชอาณาจักรกัมพูชาและสาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม (2โครงการย่อย): หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยร่วม) ทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2554

ปี 2553

1. การพัฒนาสู่ความสำเร็จของเกษตรกรรมชนของจังหวัดเพชรบูรณ์ (วิจัยเดี่ยว) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2553
เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมสัมมนาวิชาการ 2011 Barcelona European Business & Economics Conference เมือง Barcelona ประเทศสเปน
2. บทบาทของผู้บริหารฝ่ายบัญชีที่มีผลต่อความสำเร็จขององค์กรธุรกิจในทัศนะของนักบัญชี : หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยเดี่ยว) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2553

ปี 2552

1. จริยธรรมที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของนักบัญชี : หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยเดี่ยว) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้ คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2552

ตีพิมพ์และเผยแพร่ (บทความย่อ) ในวารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา ฉบับที่ 1

เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมศรีนครินทรวิโรฒวิชาการครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 29-30 ม.ค.

2553 ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

2. การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเลยแบบน้ำเจ้าพระยาที่ยั่งยืน หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยเดี่ยว) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณแผ่นดินประจำปี 2552

ตีพิมพ์และเผยแพร่ใน International Business & Economics Research Journal, October 2010, Volume9, Number 10 ISSN: 1535-0754

เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมสัมมนาวิชาการ 2010 European Applied Business Research Conference (EABR) เมือง Dublin ประเทศไอร์แลนด์ และนำเสนอผลงานวิจัยในการประชุมศรีนครินทรวิโรฒ วิชาการครั้งที่ 4 เมื่อวันที่ 29-30 ม.ค. 2553 ณ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปี 2550

1. ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) แบบทวิภาษา (Bilingual) และภาคภาษาอังกฤษ (English Program) กรณีศึกษา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พ.ศ.2549) (หัวหน้าโครงการวิจัย) (วิจัยร่วม)

ตีพิมพ์และเผยแพร่ในวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ พุทธศักราช 2550 ISSN: 0859-2055

เสนอผลงานวิจัย ในการประชุมวิชาการ European Applied Business Research Conference ที่ Salzburg ประเทศ ออสเตรีย

2. ค่านิยมและพฤติกรรมผู้บริโภคชาวไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร : หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยร่วม)

ตีพิมพ์และเผยแพร่ในวารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 2 ฉบับที่ 3 มกราคม-มิถุนายน 2553 ISSN: 0857-5290

3. แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถของพนักงานบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร (ทุนกรุงเทพมหานคร ปี 2550) (วิจัยร่วม)

ปี 2549

1. การศึกษาเพื่อวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเชื่อมโยงจังหวัดอุบลราชธานี ประเทศไทย ผ่านช่องเม็กไปยังแขวงจำปาสัก สปป.ลาว (พ.ศ. 2549) (วิจัยร่วม)
ตีพิมพ์และเผยแพร่ใน Journal of Global business Review, Burapha University Volume 8 (Agust 2006) ISSN : 1686-7165 (หน้า 43-56)
2. ความต้องการศึกษาต่อในหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต (บธ.บ.) แบบทวิภาษา (Bilingual) และภาคภาษาอังกฤษ (English Program) กรณีศึกษา: ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ (พ.ศ.2549) (หัวหน้าโครงการวิจัย) (วิจัยร่วม)

ปี 2541

1. การเปรียบเทียบคุณภาพการให้บริการระหว่าง Thai Airways International กับ Singapore Airlines (วิจัยร่วม)
2. การบริหารคุณภาพโดยรวม (TQM) ของบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต เปรียบเทียบระหว่าง โครงการบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต (M.B.A.) และ โครงการพิเศษบริหารธุรกิจ มหาบัณฑิตสำหรับผู้บริหาร (X-M.B.A.) (วิจัยร่วม)
3. การรายงานการวิจัยเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปี Amazing Thailand พ.ศ. 2541 (วิจัยร่วม)
4. จริยธรรมของนักธุรกิจในทรรศนะผู้ประกอบการ (วิจัยร่วม) การเปรียบเทียบ การสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจขนาดย่อมกับธุรกิจขนาดใหญ่: ศึกษาเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร (วิจัยร่วม)

8.3 ผลงานวิจัยที่อยู่ระหว่างดำเนินการ

ปี 2555 – ปี 2556

1. ความเป็นไปได้ทางการตลาดในการเปิดหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ: หัวหน้า โครงการวิจัย (วิจัยร่วม) ทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายได้คณะสังคมศาสตร์ ประจำปีงบประมาณ 2554

2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนเพื่อตอบสนองต่อช่องว่างระหว่างความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวตามเส้นทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงตอนบน: กรณีศึกษา ประเทศไทย (เชียงใหม่) สาธารณรัฐแห่งสหภาพพม่า (เชียงใหม่) สาธารณรัฐประชาชนจีน (เชียงรุ่ง) สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว (เชียงทอง) Sustainable Creative Tourism for fulfilling the gap between Tourists' Expectation and Perception toward the Tourism Routes in the Upper Greater Mekong Subregion: A Case Study of Thailand (Chiang Saen) – Republic of the Union of Myanmar (Keng Tung) - People's Republic of China (Jinghong) – Lao People's Democratic Republic (Chiang Thong): หัวหน้าโครงการวิจัย (วิจัยร่วม) สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ประจำปีงบประมาณ 2555

9. การศึกษาดูงาน

1. Certificate in General Management from Oregon State University, U.S.A.
2. Certificate in General Management from Oregon State University, U.S.A.
3. Certificate in Total Quality Management from Oregon State University, U.S.A. and Srinakharinwirot University
4. Certificate in Case Teaching and Writing form Oregon Oregon State University, U.S.A. and Srinakharinwirot University
5. Certificate in Global Strategy China Success Story from International Business and Economic University Beijing
6. Certificate in Study in Competitive Strategic management from The University of Sydney,Australia
7. Certificate in Competitive Service Strategies for Excellence in Tourism from University of Hawaii School of Travel Industry Management
8. Certificate in New Business Opportunities in China from the Fudan University
9. Certificate in The Key Success Factors of Business & Innovative Marketing Management from Sungkyunkwan University,Korea.

9. ผลงานทางวิชาการ

หลักการบัญชี การบัญชี 1 (เขียนร่วม) การบัญชี 2 บัญชีการเงิน (เขียนร่วม)
 การบัญชีบริหาร การบัญชีเพื่อการจัดการ การบัญชีภาษีอากร การภาษีอากร การเงินธุรกิจ
 (เขียนร่วม) สถิติธุรกิจ (เขียนร่วม) การวางแผนและการบริหารโครงการ (เขียนร่วม)



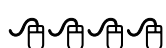
ผู้วิจัยลำดับที่ 1: ดร.ไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์

1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) นายไพบูลย์ อาชารุ่งโรจน์
 (ภาษาอังกฤษ) Mr. Paiboon Archarungroj
2. หมายเลขบัตรประชาชน 3101400591540
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์, รองประธานโครงการบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
4. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก
 ที่อยู่ (ที่ทำงาน) ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
 ซอยสุขุมวิท 23 เขตวัฒนา
 จังหวัด กรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10110
 โทรศัพท์ 02-664-0013 โทรสาร 0-2664-1818
 ที่อยู่ (ที่บ้าน) 1503/1 ถนนพหลโยธิน แขวงสามเสนใน เขตพญาไท กรุงเทพฯ 10400
 โทรศัพท์มือถือ 08-1835-2340, 08-6600-9664
 Email: paiboonswu@hotmail.com

5. ประวัติการศึกษา

- 5.1 ปริญญาตรีสาขา Bachelor of Business Administration in Marketing
 สถาบัน มหาวิทยาลัยอัสสัมชัญ
 ปีที่สำเร็จ -
- 5.2 ปริญญาโทสาขา Master of Management Sciences and Public Policy Studies
 Graduate
 School of Management Sciences and Public Policy Studies
 สถาบัน University of Tsukuba, Japan
 ปีที่สำเร็จ - คะแนนเฉลี่ยสะสม -

- 5.3 ปริญญาเอก Doctor of Philosophy in Management Science and Engineering
Doctoral Program in Policy and Planning Sciences
สถาบัน University of Tsukuba, Japan
ปีที่สำเร็จ -
6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ
-
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในประเทศและภายนอกประเทศ
- 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย
-
- 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย
- ปี 2553
- กลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจจัดการบริการการท่องเที่ยวเพื่อเสริมหนุนต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของประเทศ (สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ)
- ปี 2552
- การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน
- ปี 2551
- ค่านิยมและพฤติกรรมในการซื้อผ้าไหมไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร



ผู้ร่วมวิจัยลำดับที่ 2: ดร.วรินทรา ศิริสุทธิกุล

- | | |
|---------------------------|--|
| 1. ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย) | วรินทรา ศิริสุทธิกุล |
| (ภาษาอังกฤษ) | Varintra Sirisuthikul |
| 2. หมายเลขบัตรประชาชน | 3100901820940 |
| 3. ที่อยู่ | 35/2 สุขุมวิท 31 (ซอยสวัสดี)
แขวงคลองเตยเหนือ เขตพระโขนง
กรุงเทพ 10110 โทรศัพท์มือถือ 08-13731733, 08-1638-7437
Email: varintra.s@gmail.com |

4. ตำแหน่งทางวิชาการ อาจารย์
5. สังกัด ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
โทรศัพท์ 02-664-0013

6. ประวัติการศึกษา

ปริญญาเอก Doctor of Business Administration (hon.)
สาขาที่เชี่ยวชาญ Marketing and Tourism Management
Monash University, Australia

ปริญญาโท **Master of Science in Marketing**
Major in Marketing
University of Colorado, USA

ปริญญาตรี **Bachelor of Business Administration**
Major in Marketing
University of Colorado, USA

7. งานวิจัยที่ตีพิมพ์

Sirisuthikul, V. (2010). ‘*Truth or Falsity Who to Define, Ethical Consideration in Cross-Cultural Context*’, European Applied Business Research Conference, Dublin, Ireland. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. (2009). Case Study 15: McDonald's: the fast food giant--can we say 'no'? In P. Kotler, S. Adam, S. Denize & G. Armstrong, *Principles of Marketing* (4 ed.). French Forest, NSW: Pearson Education Australia.

Sirisuthikul, V., Weiler, B. and Reid, M. (2007) ‘*The Brand of Thailand: Past, Present and Future*’, 2nd International Conference on Destination Branding and Marketing, Macau, China, Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. and Kong, E. (2007) ‘*Social Responsibility Framework and Business-Nonprofit-Government Partnerships*’, Paper presented at the Australian and New Zealand Marketing Academy (ANZMAC) Conference, Dunedin, New Zealand, Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. and Kong, E. (2006) '*Business-Charity-Government Strategic Partnership: Applying Cause-Related Marketing in Thailand's Tourism Program*', Paper presented at the Australian and New Zealand Academy of Management (ANZAM) Conference, Queensland, Australia. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. (2006) '*Destination Positioning and Brand Elements: An Evaluation of NTO Websites*', Paper presented at the 11th Annual Conference of Asia Pacific Decision Sciences Institute. Hong Kong. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. (2006) '*Thailand's Brand Positioning in the Indochinese Marketplace: An Online Analysis*', Paper presented at the Global Business Conference: New Paradigm, New Technique for Global business Development and Strategy. Bangkok, Thailand. Full Paper Accepted and Published.

Sirisuthikul, V. and Nguyen, H. (2005) '*Ethics in Research: Interpreting Data and Reporting Findings in Cross-Cultural Perspective*', Paper presented at the Australian and New Zealand Academy of Management (ANZAM) Conference Refereed Paper Proceedings. Canberra, Australia. Full Paper Accepted and Published.

