

# ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการกลับมาเที่ยวซ้ำเชิงคานของนักท่องเที่ยว<sup>1</sup>

## Factors Affecting Length of Time that Tourists Will Return to Chiangkhan

สุรัชชัย จันจรจรัส<sup>2</sup> / อาร์ม นาคกรสม<sup>3</sup>

Surachai Chancharat / Arm Nakornthab

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคูณลักษณะพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวตำบลเชิงคาน และปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาเที่ยวซ้ำ ด้วยแบบจำลองการวิเคราะห์ความอยู่รอด (Survival Analysis) ผลของการศึกษาทำให้ทราบว่าสิ่งดึงดูดและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเชิงคานมากที่สุดคือเรื่องของสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มคนเมืองที่เป็นคนหนุ่มสาว และมีรายได้ต่อเดือนไม่มากนัก นอกจากนี้ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เคยไปเที่ยวเชิงคานมาแล้วครั้งหนึ่ง ระยะเวลาการไปเที่ยวเชิงคานซ้ำของนักท่องเที่ยวเหล่านี้มีแนวโน้มที่ตรงกันข้ามกับระยะทาง คือ ถ้าระยะทางห่างไกลขึ้น นักท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยือนเชิงคานซ้ำลง

คำสำคัญ: ระยะเวลา การท่องเที่ยว กลับมาเที่ยวซ้ำ

### Abstract

The purposes of this research were the following: 1) to study the basic characteristics of Thai tourists coming to Chiangkhan, and 2) to examine factors affecting the length of time before which tourists will return to Chiangkhan, using survival analysis. The major findings are that the most important aspects drawing tourists to Chiangkhan

<sup>1</sup> ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ให้ทุนสนับสนุนงานวิจัยนี้

<sup>2</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>3</sup> อาจารย์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

are undoubtedly its environment and traditional way of life. The main group of tourists coming to Chiangkhan are young Bangkok inhabitants whose monthly income is not very high. Furthermore, for those tourists who visit Chiangkhan, the length of time before returning is negatively related to the distance; thus, the longer the distance they have to travel, the less it is that they will return soon.

**Keywords:** length of time, tourism, revisit

## บทนำ

การท่องเที่ยว ถือเป็นอุตสาหกรรมอย่างหนึ่งที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ซึ่งจะเห็นได้ว่า นโยบายของรัฐบาลได้ส่งเสริมและกระตุ้นให้มีการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาตลอด ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 และได้มีการกำหนดนโยบายเกี่ยวกับทิศทางการท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจนในฉบับที่ 7 โดยเน้นความสำคัญในการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่น จนกระทั่งปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการขนส่งและกระแสโลกส่งผลให้มีการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวในที่ต่างๆ ทั่วโลกมากขึ้น รวมถึงสถานที่ต่างๆ ในประเทศไทยด้วยเช่นกัน ซึ่งจะเห็นได้ว่า ในช่วงเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา เริ่มมีสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และได้รับความนิยมอย่างรวดเร็ว

อำเภอเชียงคาน ซึ่งเป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดเลย เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติและสงบสวยงาม ตั้งอยู่บนฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายทางศิลปกรรมและทางวัฒนธรรมในแห่งเดียวกัน เช่น มีโบราณวัตถุและโบราณสถาน และมีความสงบเรียบร้อยและความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนและนักท่องเที่ยว จึงเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น นักท่องเที่ยว มักจะมาเชียงคานเพื่อที่จะเห็นสภาพวัฒนธรรมและชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม และมาเพื่อสัมผัสบรรยากาศความสงบของเชียงคาน หรือหลีกเลี่ยงความวุ่นวายจากในเมืองเพื่อหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่

อย่างไรก็ตาม Tourism Authority of Thailand (2010) ได้สรุปปัญหาต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคานไว้ ได้แก่ (1) ขาดการบริหารจัดการ การจัดหาสถานที่เป็นศูนย์รวมและศูนย์กลางการแสดงออกทางวัฒนธรรมประเพณี ของชาวเชียงคานเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมประเพณีอันดีงามและต้อนรับนักท่องเที่ยว (2) ขาดการจัดการ การพัฒนา การดูแลและการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม (3) ขาดการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและมาตรการรักษาความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว เส้นทางเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว และ (4) ขาดการส่งเสริมและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว ในขณะที่การศึกษาความต้องการเดินทาง มาท่องเที่ยว ณ อำเภอเชียงคานยังมีน้อยมากเมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งในอนาคต ก็จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่อำเภอเชียงคานเพิ่มมากขึ้น ทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้สำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวในจังหวัดเลย ตั้งแต่ปี 2552 ถึง 2553 พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดประมาณ 845,707 คน โดยเป็นชาวไทยประมาณ 615,634 คน และชาวต่างชาติ 230,073 คน โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่หันมาท่องเที่ยว ภายในประเทศมากขึ้น

Seddighi and Shearing (1997) ได้ทำการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศอังกฤษ โดยใช้ข้อมูลเป็นอนุกรมเวลาดังตั้ง ปี 1972-1994 เพื่อศึกษาและพยากรณ์การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ในพื้นที่ และเน้นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเท่านั้น พบว่า ในระยะสั้น การเปลี่ยนแปลงในค่าใช้จ่ายได้รับผลกระทบจากปัจจัยทางด้านราคาเปรียบเทียบ รายได้ทั้งหมดที่แท้จริงหลังจากหักภาษี และ พจน์ความคลาดเคลื่อนที่ถูกต้อง (Error-Correction Term) ซึ่งสามารถนำไปใช้พยากรณ์การผันผวนในระยะสั้น ของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของบริเวณ Northumbria ประเทศอังกฤษได้ ส่วน Lohmann (2004) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ การท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรป โดยได้แบ่งเป็นปัจจัยภายนอก ปัจจัยทางด้านการเมือง ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ปัจจัยทางด้านเทคโนโลยี และปัจจัยทางด้านความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งผลการศึกษาได้สรุปไว้ว่า อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวที่มีสูง

ในภูมิภาคยุโรปแสดงถึงศักยภาพของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ซึ่งมีคุณลักษณะทางการตลาดที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ Alegre and Pou (2006) ได้ทำการสำรวจปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนเวลาที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวและพักผ่อน ณ สถานที่ท่องเที่ยวหนึ่งๆ โดยมุ่งเน้นการศึกษาเฉพาะที่เกาะบาเลริค แแถบทะเลเมดิเตอร์เรเนียน โดยใช้ข้อมูลตั้งแต่ปี 1993-2003 โดยผลการศึกษาที่สำคัญพบว่าราคารถท่องเที่ยวต่อวันของนักท่องเที่ยวมีผลทำให้การตัดสินใจมาเที่ยวเป็นระยะเวลาที่สั้นลง

สำหรับในประเทศไทย Witchulada (1996) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุดียูมิ ตั้งแต่ปี พ.ศ.2522-2537 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศจากประเทศต่างๆ โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยทางด้านรายได้มีนัยสำคัญทางสถิติทุกๆ ประเทศ โดยที่รายได้เพิ่มขึ้นก็จะใช้จ่ายมากขึ้น ปัจจัยทางด้านดัชนีราคาผู้บริโภค พบว่ามีเพียงออสเตรเลียประเทศเดียวที่มีนัยสำคัญ โดยที่ถ้าดัชนีราคาเพิ่มขึ้นก็จะใช้จ่ายน้อยลง ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยน พบว่ามีนัยสำคัญกับประเทศเยอรมนี ประเทศออสเตรเลีย และประเทศสหรัฐอเมริกา โดยถ้าค่าเงินบาทอ่อนตัวลงก็จะทำให้มีการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น ปัจจัยทางด้านค่าโดยสารเครื่องบิน พบว่ามีนัยสำคัญกับประเทศญี่ปุ่น และประเทศอังกฤษ โดยค่าโดยสารเพิ่มขึ้นก็จะทำให้การใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดลง และปัจจัยทางด้านงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีนัยสำคัญกับประเทศมาเลเซีย ประเทศเยอรมนี และประเทศญี่ปุ่น ซึ่งถ้างบประมาณเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่วน Suriya (2005) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางโดยใช้ โดยได้เก็บข้อมูลปฐมภูมิจากนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2546 พบว่าความคาดหวังในเรื่องธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวจังหวัดลำปางได้มากที่สุด นักท่องเที่ยวที่ประทับใจมีแนวโน้มที่จะซื้อของที่ระลึกกลับไปและมีแนวโน้มที่จะทดลองไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดขายใหม่ของลำปาง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะเดินทางมาเที่ยวจังหวัดลำปางมากกว่า 1 ครั้งในรอบปี ซึ่งจำนวนครั้ง

มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้ของนักท่องเที่ยว รวมไปถึงนักท่องเที่ยวชาย มีแนวโน้มที่จะมาเที่ยวซ้ำปางมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยการตัดสินใจเที่ยวซ้ำได้รับอิทธิพลมาจากความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวมากที่สุด

จากการศึกษารวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งหมดพบว่า ในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวนั้น ได้มีการแบ่งวิธีการศึกษาออกเป็นสองวิธีใหญ่ ๆ คือ การใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา และวิธีการทางอนุกรมเวลา มาศึกษาอุปสงค์ ทั้งในรูปแบบของสมการเดี่ยว (Witchulada, 1996; Seddighi and Shearing, 1997) เพื่อนำมาใช้หาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการมาท่องเที่ยว และตัวแปรอิสระต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง และใช้แบบจำลองอนุกรมเวลาเพื่อพยากรณ์ความผันผวนในระยะสั้น ในขณะที่การศึกษาอีกวิธีหนึ่ง จะใช้การเก็บข้อมูลแบบภาคตัดขวาง (Lohmann, 2004; Suriya, 2005) หรือแม้จะใช้ข้อมูลที่เป็นอนุกรมเวลา แต่การวิเคราะห์นั้นยังคงใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบข้อมูลภาคตัดขวาง (Alegre and Pou, 2006) โดยจะมีการหาความสัมพันธ์กับตัวแปรที่มีจำนวนมากกว่ากรณีการศึกษาที่ใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบอนุกรมเวลา

ดังนั้น การศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในแง่มุมต่างๆ จึงเป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่จะนำมาพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชียงคานเพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน การวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยใช้ทฤษฎีอุปสงค์ทางด้านเศรษฐศาสตร์ เป็นแนวทางหนึ่งที่จะทำให้ทราบได้ว่า นักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มเป้าหมายนั้น มีความต้องการไปในทิศทางใด และมีความต้องการมากเพียงใด ในการที่จะทำให้พวกเขาจะมาเที่ยวเชียงคาน งานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งเน้นที่จะศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคาน เพื่อสร้างฐานข้อมูลที่เป็นระบบระเบียบ ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อความต้องการท่องเที่ยวในอำเภอเชียงคานในแง่มุมต่างๆ รวมไปถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเพื่อที่จะเลือกเดินทางมาเที่ยวเชียงคานในครั้งต่อไป

การศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอำเภอเชียงคาน และเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การตัดสินใจมาเที่ยวซ้ำ และระยะเวลาการท่องเที่ยวซ้ำ ซึ่งเป็นการศึกษาข้อมูลแบบภาคตัดขวางตามแนวทาง

ในการศึกษาและตัวแปรต่างๆ ที่มีอยู่ในงานของ Suriya (2005) และ Alegre and Pou (2006) การศึกษาจะอยู่ในเฉพาะตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ซึ่งเป็นบริเวณเฉพาะที่จะพบนักท่องเที่ยวมากที่สุด โดยจะเก็บข้อมูลตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ภายในตำบลเท่านั้น เช่น ถนนชายโขง แก่งคุดคู้ หรือ ภูทอก ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวจะมารวมกันเป็นจำนวนมาก และจะเก็บข้อมูลในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว โดยจะศึกษาเน้นเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่านั้น เพราะช่วงระยะเวลาที่ทำการเก็บข้อมูล เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนน้อย เมื่อเทียบกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในประเทศไทย เนื่องจากเชียงคานเพิ่งเริ่มเป็นที่รู้จักในนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และในการเก็บข้อมูล ในช่วงระยะเวลาการเก็บข้อมูลในช่วงสั้นๆ นั้น มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวนน้อย ซึ่งถ้าต้องการจะให้ข้อมูลของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยนั้น จำเป็นที่จะต้องเก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้เนื่องจากในการเก็บแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวบางคนมักจะเป็นกลุ่มหรือเป็นครอบครัวจะตอบโดยใช้จำนวนเงินที่ตนเองเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายของทั้งกลุ่ม เป็นต้น ซึ่งอาจทำให้ตัวเลขสูงกว่าความเป็นจริง

### การสอบทวนพื้นที่ เครื่องมือ และการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้การศึกษาเอกสารฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชียงคานทางอินเทอร์เน็ตและตามหน่วยงานต่างๆ และงานวิจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมไปถึงการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวด้วยแบบสอบถาม โดยที่ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย และนำข้อมูลต่างๆ มาประมวลผลข้อมูลโดยแบบจำลองต่างๆ ทางสถิติ เพื่อหาทิศทางความสัมพันธ์และผลกระทบของปัจจัยต่างๆ ที่มีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวโดยจำนวนตัวอย่างที่ใช้ จะเก็บจากนักท่องเที่ยวจำนวน 856 คน และใช้การสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Sampling) เพื่อที่จะได้ทราบว่าการรวมของนักท่องเที่ยวที่เชียงคานนั้นประกอบไปด้วยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณสมบัติอย่างไร

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม เพื่อสำรวจลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อน ณ ตำบลเชียงคาน อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้สำหรับการสร้างวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว สำหรับเนื้อหาโดยย่อของแบบสอบถามได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเชิงประชากรศาสตร์ของผู้ตอบ ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย และส่วนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับระยะเวลาการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวจะพักค้างแรม และการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว โดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ความอยู่รอด (Survival Analysis) ในการศึกษานี้ใช้วิธีการ Cox Proportional Hazard หรือ Cox Regression เป็นวิธีการทางสถิติเพื่อใช้ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามที่สนใจ กับตัวแปรอิสระต่าง ๆ ตั้งแต่หนึ่งตัวขึ้นไป โดยเป็นข้อมูลที่มีช่วงเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องและมีลักษณะเป็น Censored Data ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นมาโดย Cox (1972) และมีหลักการวิเคราะห์เหมือนกับการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) ทั้งนี้ตัวแปรตามในการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ เป็นตัวแปรต่อเนื่อง แต่ใน Cox Proportional Hazard Model ตัวแปรตามเป็นฟังก์ชันความเสี่ยงต่อการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ณ เวลา  $t$  และตัวแปรอิสระสามารถเป็นได้ทั้งตัวแปรเชิงปริมาณ และตัวแปรเชิงกลุ่มที่ไม่ขึ้นกับเวลาโดยมีข้อตกลงเบื้องต้นคืออิทธิพลของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในสมการจะเท่ากันตลอดระยะเวลาของการศึกษานั้นคือสัดส่วนของอิทธิพลของตัวแปรอิสระระหว่างกลุ่มหรือทุกหน่วยการศึกษาจะมีค่าคงที่ และตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ขึ้นกับเวลา โดยสามารถเขียนตัวแบบได้ ดังนี้

$$h(t) = h_0(t) \exp(b_1 X_1 + L + b_k X_k)$$

$h(t)$  คือ อัตราการเกิดเหตุการณ์ที่สนใจ ณ เวลา  $t$

$h_1(t)$  เรียกว่า ความเสี่ยงฐาน (Baseline hazard) ซึ่งหมายถึงความเสี่ยงของแต่ละบุคคลเมื่อตัวแปรอิสระมีค่าเท่ากับ 0

$b_1, \dots, b_k$  คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระ

$X_1, \dots, X_k$  คือ ตัวแปรอิสระ

## ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ในการศึกษารั้งนี้ได้ทำการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย ณ อำเภอ เชียงคาน จังหวัดเลย เป็นจำนวนทั้งหมด 856 คน พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นชายมีสัดส่วนร้อยละ 62.62 ซึ่งมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นหญิงที่มีเพียงร้อยละ 37.38 นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ไปเที่ยงเชียงคานนั้น จะอยู่ในช่วงอายุ 21 ปี ถึง 30 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 45.33) รองลงมา คือเป็นผู้ที่มีอายุอยู่ในช่วง 31 ปี ถึง 40 ปี (ร้อยละ 23.13) ซึ่งผลการสำรวจก็สอดคล้องกับการสำรวจ ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวมักจะเป็นคนหนุ่มสาว มากกว่าเป็นเยาวชนหรือคนชรา นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยวเชียงคานไม่ได้เป็นผู้มีรายได้ (ต่อเดือน) มากนัก โดยจะเห็นว่าหนึ่งในสามของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ทั้งนี้เนื่องจากเชียงคานเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างต่ำ อาทิ ค่าค้างแรมตามที่พักแบบต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ที่ประมาณ 300-400 บาทต่อคืน ทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่จูงใจให้ผู้ที่มีรายได้ไม่มากนักมาเที่ยวที่แห่งนี้

จำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนมาก มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 66.82 ทั้งนี้ นับรวมนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีด้วย แสดงว่า เชียงคาน เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีอยู่สามกลุ่มด้วยกัน คือ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา (ร้อยละ 25.47) กลุ่มข้าราชการ (ร้อยละ 26.40) และกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน (ร้อยละ 26.99) ซึ่งจะเห็นว่า นอกจากนั้นจะเป็นผู้ประกอบการส่วนตัว (ร้อยละ 12.85) และกลุ่มพ่อบ้านแม่บ้าน (ร้อยละ 1.99) ซึ่งก็มีเพียงจำนวนน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับสามกลุ่มที่กล่าวมา นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงคานส่วนใหญ่แล้ว เป็นผู้ที่ยังไม่ได้แต่งงาน คิดเป็นร้อยละ 71.38 ซึ่งก็สอดคล้องกับช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยหนุ่มสาว มาเที่ยวกันเป็นกลุ่มกับเพื่อนๆ ของตนเอง นอกจากนี้ การที่สังคมไทยสมัยใหม่นิยมอยู่ด้วยกันมากขึ้นโดยไม่แต่งงาน ก็อาจทำให้ผลการสำรวจมีผู้ที่แสดงสถานภาพว่าโสดมากขึ้น

**ตารางที่ 1** จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเชียงคานจำแนกตามระยะเวลาการเดินทาง ในปี พ.ศ. 2554

ระยะทางในการเดินทาง	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 กิโลเมตร	90	10.51
ตั้งแต่ 100 ถึง 199	88	10.28
ตั้งแต่ 200 ถึง 299	132	15.42
ตั้งแต่ 300 ถึง 399	55	6.43
ตั้งแต่ 400 ถึง 499	62	7.24
ตั้งแต่ 500 ถึง 599	327	38.20
ตั้งแต่ 600 กิโลเมตร เป็นต้นไป	96	11.21
ข้อมูลไม่ครบ	6	0.70
<b>รวม</b>	<b>856</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ข้อมูลไม่ครบ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบ

จากตาราง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางไปเที่ยวเชียงคานนั้น จะมีระยะเวลาการเดินทางระหว่าง 500-599 กิโลเมตร (ร้อยละ 38.20) ซึ่งจากการสำรวจจะพบว่ามีกลุ่มนี้คือนักท่องเที่ยวที่มีภูมิลำเนาอาศัยอยู่ในภาคกลาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรุงเทพมหานคร ซึ่งแสดงให้เห็นว่า คนกรุงเทพฯชอบไปสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะแบบเชียงคานที่ได้สัมผัสกับความงามของการใช้ชีวิตแบบคนเมือง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงคานนั้น รู้จักเชียงคานจากการบอกต่อของคนรู้จักมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 61.80 รองลงมาคือการเข้าไปสืบค้นสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางอินเทอร์เน็ต และสิ่งพิมพ์หรือสื่อโฆษณาอื่นๆ ดังนั้นที่เชียงคานเป็นที่รู้จักในหมู่เหล่านักท่องเที่ยวได้ จึงเกิดจากการเล่ากันปากต่อปากและการเล่าผ่านทางเว็บไซต์ต่างๆ นั้นเอง แสดงให้เห็นว่าถ้าเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีจุดขาย ผู้คนจะหลงใหลมาเองโดยที่อาจไม่ต้องโฆษณาในช่องทางอื่นมากนัก

**ตารางที่ 2** จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอเชียงคานจำแนกตามประเภทของสถานที่พัก ในปี พ.ศ. 2554

ที่พักหรือตั้งใจจะพัก	จำนวน	ร้อยละ
โรงแรม	81	9.46
เกสต์เฮาส์	158	18.46
โฮมสเตย์	327	38.20
รีสอร์ต	75	8.76
บ้านญาติ/เพื่อน	65	7.59
วัด/สถานศึกษา	3	0.35
ไม่พักแวะมาเฉยๆ	102	11.92
กางเต็นนอนนอกสถานที่พัก	42	4.91
อื่นๆ	1	0.12
ข้อมูลไม่ครบ	2	0.23
<b>รวม</b>	<b>856</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ข้อมูลไม่ครบ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบ

จากตารางนักท่องเที่ยวโดยส่วนมาก จะเลือกพักแบบโฮมสเตย์มากที่สุด (ร้อยละ 38.20) แต่ทั้งนี้ ขึ้นกับความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเองด้วยว่าสถานที่ที่ตนพักนั้น เป็นแบบโฮมสเตย์จริงๆ หรือไม่ เพราะจากการสอบถามนักท่องเที่ยวบางรายโดยตรงเข้าใจว่าเป็นโฮมสเตย์ แต่เมื่อสอบถามชื่อสถานที่พักแล้ว กลับเป็นเกสต์เฮาส์ หรือโรงแรม เป็นต้น อย่างไรก็ตาม โดยส่วนใหญ่แล้วพบว่านักท่องเที่ยวเข้าใจถูกต้องจริงๆ ซึ่งการจะยืนยันได้แน่นอนจะต้องมีการสำรวจทางด้านอุปทานว่าสถานที่พักแรมในเชียงคานโดยส่วนใหญ่แล้วเป็นสถานที่พักแรมประเภทใด เนื่องจากเชียงคานมีจุดเด่นตรงการได้พักแรมติดแม่น้ำโขง ในแบบสอบถามจึงได้ทำการสำรวจว่าสถานที่พักแรมต่างๆ นั้น ติดฝั่งแม่น้ำโขงหรือไม่ ซึ่งได้เริ่มถามคำถามนี้ในการเก็บแบบสอบถามครั้งที่สอง จึงทำให้ข้อมูลไม่ครบ จากตาราง จะพบว่า

จำนวนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นั้นเลือกที่จะพักแรมตามสถานที่พักที่ติดฝั่งแม่น้ำโขง คิดเป็นร้อยละ 46.96 ซึ่งจากการลงพื้นที่ จะเห็นว่าสถานที่พักแรมที่ติดฝั่งแม่น้ำโขง จะเต็มตลอดเวลาในช่วงฤดูการท่องเที่ยว โดยเฉพาะวันศุกร์และเสาร์ หรือวันหยุด นักชัตตฤกษ์ที่มีระยะเวลายาว

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ไปเที่ยวเชียงคานนั้น มักจะเป็นผู้ที่ไปเที่ยวมาแล้ว ในรอบปีที่ผ่านมาเป็นจำนวน 1 ถึง 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 49.18 (1 ถึง 2 ครั้ง ร้อยละ 24.53 และ 3 ถึง 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 24.65) ซึ่งก็สอดคล้องกับกลุ่มอาชีพ ที่ได้ทำการสำรวจ ซึ่งมักเป็นข้าราชการหรือพนักงานเอกชน ซึ่งมีเวลาได้ไปเที่ยว เฉพาะช่วงวันหยุดนักชัตตฤกษ์ยาวๆ ประกอบกับช่วงเวลาที่ไปเก็บแบบสอบถาม ก็ได้ไปเก็บแบบสอบถาม ณ ช่วงเวลาดังกล่าวด้วย รองลงมา ก็จะเป็นผู้ที่ไปเที่ยว 5-6 ครั้ง สำหรับผู้ที่ไปเที่ยวมากกว่า 20 ครั้ง ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพเป็น มักคูเทศน์ หรือไกด์นำเที่ยว ซึ่งต้องเดินทางไปต่างจังหวัดเป็นประจำอยู่แล้ว นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเชียงคาน ณ ช่วงเวลาที่ทำการสำรวจนั้น โดยส่วนใหญ่แล้ว เป็นผู้ที่เดินทางไปเชียงคานเป็นครั้งแรก (ร้อยละ 69.74) รองลงมา เป็นกลุ่มที่ไป เที่ยวเชียงคาน 2-10 ครั้ง (ร้อยละ 26.64) และมีน้อยมากที่จะมามากกว่า 20 ครั้ง ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีญาติ หรือมีคนรู้จักอยู่ในเชียงคานจึงไปเที่ยว ได้บ่อย สถานที่ที่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชียงคานต้องการไปเที่ยวมากที่สุด ก็คือ แก่งคุดคู้ (ร้อยละ 81.43) ซึ่งอยู่ห่างจากตัวตำบลเชียงคานไปเพียงประมาณ 5 กิโลเมตร รองลงมาคือ ภูทอก (ร้อยละ 36.45) เพื่อไปดูทะเลหมอกในฤดูหนาว นอกจากนั้นก็เป็นวัดวาอารามรอบๆ ตำบล สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวนิยมไปเที่ยวชมก็คือ ถนนชายโขง หรือรู้จักกันในนามของ ถนนคนเดิน ซึ่งถือได้ว่าเป็นสถานที่หลักที่คนมาเชียงคานไปเดินเยี่ยมชมนกัน ในตอนกลางคืน รายละเอียดแสดงในตารางที่ 3

**ตารางที่ 3** จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นของเชียงคานที่มีนักท่องเที่ยวในกลุ่มสำรวจไปเยี่ยมชม ในปี พ.ศ. 2554

สถานที่ท่องเที่ยวที่ต้องการจะเยี่ยมชม	จำนวน	ร้อยละ
วัดวาอาราม	273	31.89
แก่งคุดคู้	697	81.43
พระพุทธรูปทศกัณฐ์	83	9.70
พระใหญ่ภูภักดิ์	60	7.01
ภูทอก	312	36.45
หมู่บ้านวัฒนธรรมไทดำ	62	7.24
ข้ามฝั่งโขงไปลาว	90	10.51
อื่นๆ	262	30.61

ที่มา: จากการสำรวจ

**ตารางที่ 4** แสดงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแยกตามประเภทค่าใช้จ่าย (แสดงเป็นจำนวนคน) ในปี พ.ศ. 2554

ระดับค่าใช้จ่าย	ค่าใช้จ่ายรวม	ค่าเดินทาง	ค่าที่พัก	ค่าอาหาร	ของฝาก	บริจาค	ค่าชมแหล่งท่องเที่ยว
น้อยกว่า 501 บาท	67	336	597	543	570	828	852
501 บาท ถึง 1000 บาท	76	235	145	197	192	15	3
1001 บาท ถึง 2000 บาท	180	171	86	85	73	4	0
2001 บาท ถึง 3000 บาท	200	66	18	19	13	5	1
3001 บาท ถึง 4000 บาท	103	21	4	6	2	2	0
4001 บาทขึ้นไป	229	25	3	5	5	1	0
ข้อมูลไม่ครบ	1	2	3	1	1	1	0
<b>รวม</b>	<b>856</b>	<b>856</b>	<b>856</b>	<b>856</b>	<b>856</b>	<b>856</b>	<b>856</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางพบว่า โดยส่วนใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาเที่ยวเชียงคานนั้นมีค่าใช้จ่ายโดยรวมตกอยู่ที่ประมาณ 4,000 บาทขึ้นไป รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายโดยรวมอยู่ที่ประมาณ 2,001-3,000 บาท ทั้งนี้ ค่าใช้จ่ายโดยรวมที่มีค่อนข้างมาก เนื่องจากการเก็บแบบสอบถาม นักท่องเที่ยวบางคนมากันเป็น

กลุ่มหรือเป็นครอบครัวจะตอบโดยใช้จำนวนเงินที่ตนเองเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายของทั้งกลุ่ม เป็นต้น เมื่อแยกประเภทค่าใช้จ่ายต่างๆ ออกมาแล้ว ก็จะพบว่าค่าใช้จ่ายในประเภทต่างๆ เช่นค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าของฝาก ค่าบริจาคเพื่อการกุศล และค่าเข้าชมแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ นั้น จะอยู่ที่ต่ำกว่า 500 บาท

### ตารางที่ 5 แสดงจุดเด่นของเชิงคานที่เป็นมูลเหตุจูงใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวเชิงคาน ในปี พ.ศ. 2554 (แสดงเป็นจำนวนคน)

ระดับแรงจูงใจ	สภาพแวดล้อม	ร้านอาหาร	การเดินทาง	บริการน้ำเที่ยว	สภาพที่พัก	จำนวนที่พัก	ของฝาก	บริการข้อมูล	ความปลอดภัย	อัยาศัย	การโฆษณา	ความสะอาด	ราคาสินค้า
ไม่เลือก	37	552	542	810	441	707	421	714	586	213	570	656	618
อันดับ 1	637	14	23	1	19	6	18	6	7	67	31	4	6
อันดับ 2	96	41	91	4	137	24	113	20	40	192	62	11	15
อันดับ 3	49	80	52	9	112	40	109	34	73	138	66	37	45
อันดับ 4	14	90	57	12	82	40	107	38	84	140	58	51	75
อันดับ 5	19	77	87	17	61	34	84	40	63	103	66	94	92
ข้อมูลไม่ครบ	4	2	4	3	4	5	4	4	3	3	3	3	5
รวม	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856	856

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตาราง พบว่า จุดเด่นที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวเชิงคานมากที่สุดคือ สภาพแวดล้อมของเชิงคาน เป็นสาเหตุอันดับแรกๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่เชิงคาน ซึ่งมีผู้เลือกเป็นอันดับหนึ่งถึง ร้อยละ 74.42 และสาเหตุรองลงมา ก็คือการได้พบปะพูดคุยสัมผัสบรรยากาศของผู้คนท้องถิ่น ซึ่งมีผู้เลือกเป็นอันดับที่สองถึงร้อยละ 22.43 สาเหตุรองลงมาก็เป็นสภาพของสถานที่พัก ซึ่งมีผู้เลือกเป็นอันดับที่สามถึง ร้อยละ 13.08 รองลงมาก็จะเป็นการมาเพื่อซื้อของที่ระลึก ซึ่งมีผู้เลือกเป็นอันดับที่สี่ร้อยละ 12.5

**ตารางที่ 6\*** แสดงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในแง่มุมต่างๆ ที่เกี่ยวกับเชียงคานในปี พ.ศ. 2554 (แสดงเป็นจำนวนคน)

ประเด็นพิจารณา	ระดับความพึงพอใจ					ปรับปรุง ตัวน
	มากที่สุด	มาก	ค่อนข้างมาก	ค่อนข้าง น้อย	น้อย	
ความหลากหลายและคุณภาพของที่พักร	88	360	244	51	6	2
ความเหมาะสมของราคาของที่พักร	82	322	272	61	11	2
ความเพียงพอของสถานที่พักร	78	335	215	91	21	4
วัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตดั้งเดิม	222	396	173	43	13	2
แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม	180	382	223	59	8	2
อภัยภัยไมตรีของคนในท้องถิ่น	283	428	127	11	4	0
ความสวยงามและความหลากหลายของของที่ระลึก	110	359	270	98	15	1
ความเหมาะสมของราคาของที่ระลึก	0	293	373	111	20	7
รสชาติและคุณภาพของอาหารพื้นเมือง	98	299	56	9	3	8
ความเหมาะสมของราคาอาหาร	0	362	319	69	24	5
ราคาค่าบริการต่าง ๆ	55	343	328	67	15	3
ความคุ้มค่าของค่าใช้จ่าย	123	429	267	32	4	2
ความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว	110	394	261	62	22	6

ที่มา: จากการสำรวจ

จากตารางจะพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวได้มาสัมผัสกับบรรยากาศของเชียงคานแล้ว สิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจมากที่สุดก็คือวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม และความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ ในขณะที่สิ่งที่ควรเร่งแก้ไขปรับปรุงมากที่สุดคือในเรื่องของความเหมาะสมของราคาส่งของที่ระลึก ที่ดูแล้วมีลักษณะแพงเกินต้นทุนความเป็นจริง และในเรื่องของความเพียงพอของสถานที่พักร แต่จากการลงสำรวจพื้นที่พบว่า สถานที่พักรในเชียงคานนั้นมีความเพียงพออยู่แล้ว หากนักท่องเที่ยวไม่เลือกที่จะพักรติดฝั่งแม่น้ำโขง เนื่องจากครัวเรือนส่วนใหญ่ในตำบลเชียงคานนั้น เปิดบ้านให้พักรแบบโฮมสเตย์เป็นจำนวนมาก

\* ตารางที่ 6 ไม่ได้แสดงเป็นร้อยละ เนื่องจากข้อมูลบางส่วนไม่ครบเพราะนักท่องเที่ยวที่ทำการตอบแบบสอบถามบางรายไม่สามารถประเมินความพึงพอใจในแง่มุมบางส่วนที่ตนเองไม่แน่ใจ หรือบางครั้งการสัมภาษณ์ ผู้สัมภาษณ์ไปพบนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาถึง

**ตารางที่ 7** จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเที่ยวเชิงคาน จำแนกตามการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ในปี พ.ศ. 2554

การตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มา	58	6.78
มา	794	92.76
ข้อมูลไม่ครบ	4	0.47
<b>รวม</b>	<b>856</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ข้อมูลไม่ครบ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบ

จากตาราง จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ถึงร้อยละ 92.76 คิดว่าเมื่อมีโอกาส ก็จะกลับมาเที่ยวเชิงคานซ้ำอีก ซึ่งข้อมูลจากตารางนี้ จะได้นำไปวิเคราะห์ในส่วนของแบบจำลองอีกครั้งหนึ่งเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่น่าจะมีผลกระทบต่อ การกลับมาเยี่ยมชมเชิงคานอีกครั้ง

**ตารางที่ 8** จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเที่ยวเชิงคาน จำแนกตามระยะเวลาที่ตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ ในปี พ.ศ. 2554

ระยะเวลาที่คาดว่าจะกลับมาเที่ยวซ้ำ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 6 เดือน	208	26.20
1 ปี	392	49.37
2 ปี	117	14.74
3 ปี	44	5.54
4 ปี	19	2.39
5 ปี	6	0.76
10 ปี	1	0.13
ข้อมูลไม่ครบ	7	0.88
<b>รวม</b>	<b>794</b>	<b>100.00</b>

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ: ข้อมูลไม่ครบ คือ ผู้ตอบแบบสอบถามไม่ตอบ

จากตารางจะพบว่า นักท่องเที่ยวที่ไปเที่ยวเชียงคาน ส่วนใหญ่แล้วตั้งใจว่าจะกลับไปเที่ยวอีกสักครั้งหนึ่งในช่วงระยะเวลา 6 เดือนถึง 1 ปี โดยมีส่วนน้อยที่ตั้งใจจะกลับมาเที่ยวหลังจากนั้นนานกว่า 1 ปี ข้อมูลจากตารางนี้ จะนำไปใช้วิเคราะห์ในส่วนของกรวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยวเชียงคานซ้ำ

### ปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวซ้ำ

ในส่วนนี้เป็นการแสดงผลการศึกษาโดยใช้วิธีเชิงปริมาณในการหาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงคาน โดยใช้แบบจำลองการวิเคราะห์ความอยู่รอด (Survival Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวซ้ำ อย่างไรก็ตามในการวิเคราะห์จะตัดค่าตัวอย่างที่มีข้อมูลไม่ครบออกไปแล้ว เหลือทั้งสิ้นจำนวนทั้งหมด 636 ตัวอย่าง ผลการศึกษาระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะกลับมาเยือนเชียงคานในอนาคตด้วยแบบจำลองการวิเคราะห์ความอยู่รอด โดยใช้ Cox Proportional Hazard Model โดยปัจจัยที่นำมาวิเคราะห์ ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และระยะทาง ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 9

**ตารางที่ 9** แสดงผลการประมาณค่าของปัจจัยที่คาดว่าจะมีผลกระทบต่อระยะเวลาการตัดสินใจกลับมาเที่ยวเชียงใหม่ซ้ำ โดยวิธีการวิเคราะห์ความอยู่รอด

ปัจจัยต่าง ๆ	ค่า	ส่วนเบี่ยงเบน	ค่า	Hazard Ratio
	สัมประสิทธิ์	มาตรฐาน	p-value	
เพศชาย	0.11425	0.0877	0.1928	1.121
อายุ	-0.00352	0.0062	0.5697	0.99
รายได้	0.0000005	0.000001	0.6978	1.000
ระดับการศึกษา	-0.0053	0.01771	0.7642	0.995
นักเรียน นักศึกษา	-0.00351	0.1434	0.9805	0.996
ข้าราชการ	-0.0656	0.1340	0.6245	0.937
พนักงานเอกชน	0.1295	0.1652	0.4330	1.138
ธุรกิจส่วนตัว	0.11834	0.36107	0.7431	1.126
แม่บ้าน พ่อบ้าน	0.0175	0.2012	0.9305	1.018
โสด	-0.0833	0.12949	0.5199	0.920
สมรส	-0.0196	0.32753	0.9522	0.981
หย่าร้าง	0.00192	0.01037	0.8532	1.002
ระยะทาง	-0.000470**	0.0002318	0.0424	1.000

(\*\*) มีนัยสำคัญที่ระดับ 5% จำนวนค่าตัวอย่าง = 636

ที่มา: จากการคำนวณด้วยโปรแกรม SAS

จากตารางแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองการวิเคราะห์ความอยู่รอด โดยใช้ Cox Proportional Hazard Model พบว่า ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวเชียงใหม่อีกครั้งคือ 0.5-5 ปี และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ พบว่ามีเพียงปัจจัยระยะทางปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลการตัดสินใจกลับมาเที่ยวเชียงใหม่ซ้ำของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หมายความว่าถ้าให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่แล้ว นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ห่างไกลจากเชียงใหม่มากขึ้น จะมีแนวโน้มไปเที่ยวเชียงใหม่อีกครั้งช้าลงหรือนานขึ้น

## สรุปและอภิปรายผล

นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาจากเชียงใหม่เป็นเพศชาย ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนหนุ่มสาว โดยจะอยู่ในช่วง 21-30 ปีมากที่สุด โดยส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวชาวไทยเหล่านี้ จะมีรายได้ต่อเดือนตกอยู่ที่ไม่เกิน 10,000 บาท จึงถือได้ว่าเชียงใหม่เหมาะสมเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก ผู้ที่มาจากเชียงใหม่เป็นผู้มีความรู้ระดับปริญญาตรี หรือกำลังศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี โดยสาขาอาชีพที่พบมากที่สุดได้แก่ข้าราชการ และพนักงานบริษัทเอกชน ส่วนมากมักมีสถานภาพโสดและมาจากกรุงเทพฯ เป็นสัดส่วนที่มากที่สุด

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่รู้จักเชียงใหม่ผ่านทางกรบอกเล่าต่อของคนรู้จัก และการรู้จักผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต และสื่อโฆษณาอื่นๆ โดยส่วนมาก มักเลือกสถานที่พักแบบโฮมสเตย์ เนื่องจากมีราคาถูกกว่าสถานที่พักแบบอื่นๆ จากการสำรวจพบว่า ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวเลือกที่จะพักที่พักราคาที่ต่ำกว่าห้องพักที่ไปเชียงใหม่ และก็มักเป็นผู้ที่ได้ทำการท่องเที่ยวเป็นประจำอยู่แล้วในรอบปีที่ผ่านมา โดยมักไปเที่ยวกันตั้งแต่ 1-4 ครั้ง ก่อนมาเที่ยวเชียงใหม่ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ทำการสำรวจนั้น โดยส่วนใหญ่พบนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเชียงใหม่เป็นครั้งแรกเป็นจำนวนมากที่สุด สำหรับระยะเวลาคืนค้างแรมนั้น ก็พบว่าโดยส่วนใหญ่จะพักอยู่ที่ 0-2 คืนเท่านั้น

สำหรับการเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยรถยนต์ส่วนตัว ซึ่งค่อนข้างเหมาะสมแล้วเพราะสถานที่ท่องเที่ยวในตำบลเชียงใหม่อยู่ห่างกันพอสมควร นักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่ที่มาจากเชียงใหม่ จะตรงมายังจุดหมายเลยโดยไม่พักที่อื่นๆ ก่อน โดยส่วนมากแล้วก็จะจัดการเดินทางมาเอง และมักมากันเป็นหมู่คณะประมาณ 3-5 คน วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมายังเชียงใหม่ก็เพื่อทำการท่องเที่ยวพักผ่อน สำหรับสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมไปเที่ยวมากที่สุดเมื่อมาถึงตำบลเชียงใหม่แล้ว ก็คือ แก่งคุดคู้ ภูทอก และวัดวาอารามต่างๆ

ในด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่แล้วจะตกอยู่ที่ประมาณ 4,000 บาทขึ้นไปต่อคน ซึ่ง ณ จุดนี้ อาจรวมถึงบางคนที่อยู่ค่าใช้จ่ายทั้งหมดให้กับกลุ่มของตน เช่น หัวหน้าครอบครัว เป็นต้น สำหรับจุดเด่นที่สุดของเชิงคานที่เป็นแรงดึงดูดใจให้คนมาเที่ยวเชิงคานก็คือ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของเชิงคาน รวมไปถึงการได้พบปะพูดคุยกับผู้คนในลักษณะสบายๆ โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงคาน ก็มีความคาดหวังว่า จะได้กลับมาเที่ยวเชิงคานอีกในอนาคต โดยส่วนมากก็คิดว่าจะกลับมาเที่ยวอีกในปีถัดไป ซึ่งตรงกับช่วงฤดูหนาวที่เป็นช่วงดึงดูดนักท่องเที่ยวของเชิงคาน สำหรับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว พบว่าวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม แหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม และความเป็นมิตรไมตรีของคนในพื้นที่ เป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวพอใจที่สุด ในขณะที่สิ่งที่ควรเร่งแก้ไขปรับปรุงมากที่สุดคือในเรื่องของความเหมาะสมของราคาสินของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มีอายุมากขึ้น จะมีแนวโน้มที่จะพักผ่อนมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะกลับมาเที่ยวเชิงคานซ้ำด้วย นักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการ ประกอบธุรกิจส่วนตัว หรือแม่บ้านพ่อบ้าน จะมีแนวโน้มที่จะค้างแรมสั้นกว่านักท่องเที่ยวที่ยังเป็นนักเรียนนักศึกษา นักท่องเที่ยวที่แต่งงานแล้ว มักจะมีระยะเวลาการค้างแรมสั้นกว่านักท่องเที่ยวที่ยังเป็นโสด หรือหย่าร้างแล้ว ยิ่งนักท่องเที่ยวมีภูมิลำเนาที่อยู่ห่างจากเชิงคาน ก็มีแนวโน้มที่จะค้างแรมนานขึ้น แต่ก็มีแนวโน้มที่จะทำให้เขาตัดสินใจมาเที่ยวเชิงคานน้อยลงถ้าระยะทางเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวที่นิยมที่จะพักนานขึ้น หากเขาได้จองที่พักไว้ก่อน หรือว่าที่พักของเขาติดฝั่งแม่น้ำโขง นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเชิงคานบ่อยๆ จะมีแนวโน้มที่จะพักนานกว่านักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวครั้งเดียว และมีแนวโน้มที่จะกลับมาเที่ยวอีกครั้งมากกว่านักท่องเที่ยวที่เพิ่งมาด้วย แต่ถ้านักท่องเที่ยวได้แวะพักตามจังหวัดอื่นๆ มาก่อน โอกาสที่เขาจะค้างแรมที่เชิงคานก็จะน้อยลง สำหรับค่าใช้จ่ายรวมต่อหัว ก็จะเป็นสิ่งบ่งบอกว่าถ้าเป็นนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายรวมในการมาเที่ยวเชิงคานสูง ก็จะอยากค้างแรมต่อเวลานานขึ้น สำหรับระดับความประทับใจในตัวเชิงคานนั้น เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตั้งใจจะกลับมาเที่ยวเชิงคานอีกในอนาคต

ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองการวิเคราะห์ความอยู่รอด โดยใช้ Cox Proportional Hazard Model พบว่า ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวจะมาเที่ยวเชียงคานอีกครั้งคือ 0.5-5 ปี และเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์ พบว่ามีเพียงปัจจัยระยะทางปัจจัยเดียวที่มีอิทธิพลการตัดสินใจกลับมาเที่ยวเชียงคานซ้ำของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ หมายความว่า ถ้าให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่แล้ว นักท่องเที่ยวที่อาศัยอยู่ห่างไกลจากเชียงคานมากขึ้น จะมีแนวโน้มไปเที่ยวเชียงคานอีกครั้งช้าลง

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

เนื่องจากสิ่งดึงดูดและความประทับใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อเชียงคานมากที่สุดคือเรื่องของสภาพแวดล้อม วัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิม การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยควรมีมาตรการที่จะรักษาจุดเด่นของเชียงคานตรงนี้ไว้ให้ได้มากที่สุด จากการสำรวจพื้นที่ นักท่องเที่ยวบางส่วนกล่าวว่าสิ่งที่สัมผัสอยู่นี้กำลังค่อยๆ เลือนหายไปตามความนิยมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของเชียงคาน หากสิ่งเหล่านี้หายไปแล้ว จะทำให้ความยั่งยืนในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของเชียงคานสูญหายไปในอนาคต ส่วนมากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับสถานท่องเที่ยวแหล่งอื่นๆ ทำให้กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่ยังเป็นหนุ่มสาวคนเริ่มทำงานที่ยังมีรายได้ต่อเดือนไม่สูงมากนัก การวางกลยุทธ์การท่องเที่ยวควรคำนึงถึงความต้องการของคนกลุ่มนี้ เป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ทั้งนี้ต้องวางกลยุทธ์ที่ยังคงรักษาไว้ซึ่งจุดเด่นในด้านวัฒนธรรมและความดั้งเดิมของเชียงคานด้วย

### ข้อเสนอแนะเชิงวิจัย

การศึกษาครั้งต่อไปควรมีการพัฒนาเรื่องการใช้การวิเคราะห์ปัจจัย (Factor Analysis) เข้ามาใช้เพื่อแยกแยะผลกระทบของตัวแปรต่างๆ ก่อนที่จะนำมาใช้กับการวิเคราะห์สมการถดถอย และควรมีการวิเคราะห์ หรือจำลองสถานการณ์

ของการประมาณแบบจำลองด้วยวิธีการแบบ Monte Carlo Simulation ส่วนการเก็บข้อมูลควรมีการเก็บข้อมูลของนักท่องเที่ยวในเชิงคานด้วยหน่วยงานในตำบลเชิงคานมากขึ้น เพื่อการวิเคราะห์จะสามารถทำได้หลากหลายแนวทางมากกว่านี้ เช่น การใช้ข้อมูลเวลา

## เอกสารอ้างอิง

- Alegre, J. and Pou, L. (2006). The Length of Stay in the Demand for Tourism. **Tourism Management**, 27(6), 1343-1355.
- Cox, D. R. (1972). Regression Models and Life Tables (with Discussion). **Journal of the Royal Statistical Society. Series B (Methodological)**, 34(2), 187-220.
- Lohmann, M. (2004). **New Demand factors in Tourism**. Retrieved July 25, 2009, from <http://www.ectaa.org/LinkClick.aspx?fileticket=17HIP0Dwaaw%3D&tabid=103>.
- Seddighi, H.R. and Shearing, D.F. (1997). The Demand for Tourism in North East England with Special Reference to Northumbria: An Empirical Analysis. **Tourism Management**, 18(8), 99-511.
- Suriya, Komsan. (2005). Tourism Demand for Lampang Province: A Quantitative Approach. **Asian Forum on Business Education 2005**, Ubon Rajthane.
- Tourism Authority of Thailand. (2010). **Phan Kan Damnun Ngan lae Kan Phatthana Kan Thongkiew Chiangkhan**. (In Thai) [Action Plan and Tourism Development for Chiangkhan]. Retrieved May 1, 2011, from [http://web.parliament.go.th/parcy/sapa\\_db/committee-upload/36-20101029123006\\_samary%20loi.pdf](http://web.parliament.go.th/parcy/sapa_db/committee-upload/36-20101029123006_samary%20loi.pdf)

Witchulada, Pawit. (1996). *Kan Suksa Patjai tee Mee Phonkratop tow Uppasong khong Nukthongthiew Rawang Prathed tee Dernthang ma Thongthiew Prathed Thai*. (In Thai) [A Study of Factors Affecting Tourism Demand of International Tourists]. Thesis(M.B.A). The University of Thai Chamber of Commerce.