

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ



5.1 สรุป

ในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาเห็นได้ชัดเจนว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ทั้งนี้ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะประเทศไทยได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เริ่มมาเป็นระยะเวลานาน ทำให้ทรัพยากรธรรมชาติมีความสมบูรณ์ลดน้อยลง ประกอบกับปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว และปัญหาด้านการจัดการในธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งลดแรงดึงดูดใจต่อประเทศไทยและส่งผลต่อการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระดับหนึ่ง การที่มีการรวมกลุ่มประเทศทางด้านการท่องเที่ยวภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคแม่น้ำโขงขึ้น โดยมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างกันของประเทศไทยกับประเทศเพื่อนบ้านนั้น จะทำให้เกิดความหลากหลายและโดดเด่นของอนุภูมิภาคภายใต้ความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างกันไปในแต่ละประเทศทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เป็นการเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านให้มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคต เท่าที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติระดับหนึ่งที่สนใจเดินทางเยือนประเทศเพื่อนบ้าน และท่องเที่ยวครั้งละหลายประเทศมากขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 25 แม้ว่าสัดส่วนของตลาดในปัจจุบันจะยังมีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แต่โอกาสในการขยายตัวของการถือครองตลาดมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น และการส่งเสริมให้มีการเดินทางเชื่อมโยงภายในอนุภูมิภาคร่วมกันก็จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยผลักดันต่อการขยายตัวดังกล่าว ด้วยเหตุนี้จึงควรทำการศึกษาทางด้านอุปสงค์เพิ่มเติม เพื่อให้ทราบถึงองค์ประกอบทางเศรษฐกิจสังคม ประชากร และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคในลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อทำการประมาณค่าความน่าจะเป็นของโอกาสที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงจะตัดสินใจเลือกประเทศไทยเข้าร่วมในการเดินทาง ว่ามีโอกาสมากน้อยเพียงใด เมื่อเทียบกับ การเลือกท่องเที่ยวแค่ประเทศเพื่อนบ้านเพียงอย่างเดียว ซึ่งข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับอาจเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจการท่องเที่ยว ภาครัฐ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการนำไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมและวางแผนการจัดการด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวของทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านร่วมกัน 6 ประเทศ ทั้งในระยะสั้น และระยะยาวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้อย่างเหมาะสม

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาภูมิหลังทางเศรษฐกิจ และสังคมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงในลักษณะต่างๆ ประกอบด้วย 1.) เส้นทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทย 2.) เส้นทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน 3.) เส้นทางท่องเที่ยวแต่ประเทศเพื่อนบ้าน และทำการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในแต่ละลักษณะ ตลอดจนวิเคราะห์ผลทางด้านอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคของนักท่องเที่ยว แล้ววางนโยบายให้สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ เหล่านั้น เพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง โดยส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคมีการเดินทางแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอนุภูมิภาคเพิ่มขึ้น โดยมีประเทศไทยเป็น Hub หรือ จุดศูนย์กลางทางการท่องเที่ยว โดยในการศึกษาจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary datas) จากการสำรวจตัวอย่างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 5 สัญชาติ ประกอบด้วย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี และฝรั่งเศส จำนวน 386 ตัวอย่าง ด้วยการเลือกสิ่งตัวอย่างในลักษณะไม่ทราบความน่าจะเป็นแบบโควต้า (Quota Sampling) ในระหว่างเดือนตุลาคม ถึงธันวาคม 2544 ซึ่งลักษณะของข้อมูลในการเก็บแบบสอบถามจะเป็นข้อมูลทางด้านเศรษฐกิจ สังคมประชากร และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ อาชีพ เพศ อายุ ลักษณะกลุ่มร่วมเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง รูปแบบการเดินทาง เป็นต้น และนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลักษณะต่างๆ โดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ คือ Multinomial Logit Model และประมาณค่าพารามิเตอร์ด้วยวิธีภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum-Likelihood Estimation: MLE) ซึ่งผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

แบบจำลอง Multinomial Logit ที่มีความเหมาะสมในการนำมาใช้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศครั้งนี้ คือแบบจำลองที่มีค่า The Likelihood Ratio Index (ρ^2) เท่ากับ 0.313 ซึ่งแสดงถึงความเหมาะสมของสมการ (Goodness of fit) ได้เป็นอย่างดี และค่า The Likelihood Ratio Test เท่ากับ 262.0360 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งหมายความว่า ในการเลือกตัวแปรอธิบายที่นำมาใช้ในการประมาณการครั้งนี้มีความเหมาะสม และสามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ ประสิทธิภาพในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย (ET) เพศ (SEX) รายได้ (Y) สัญชาติ (NA) อาชีพ (OC) และระดับราคาโรงแรมโดยเปรียบเทียบ (RP) (เรียงตามลำดับความสำคัญของตัวแปรอธิบายโดยพิจารณาจากการประมาณค่าเป็นสำคัญ) ส่วนตัวแปรอื่นๆ คือ การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง

(*PRO*) อายุ (*AGE*) และ ลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง (*GP*) พบว่า ไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทย เมื่อเปรียบเทียบกับ การเลือกท่องเที่ยวแต่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีค่าประมาณความน่าจะเป็นของโอกาสที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทย เท่ากับ 0.316 สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน คือ ลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง (*GP*) ประสบการณ์ในการเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย (*ET*) การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (*PRO*) รายได้ (*Y*) เพศ (*SEX*) อาชีพ (*OC*) และระดับราคาโรงแรมโดยเปรียบเทียบ (*RP*) (เรียงตามลำดับความสำคัญของตัวแปรอธิบายโดยพิจารณาจากการประมาณค่าเป็นสำคัญ) ส่วนตัวแปรอื่นๆ คือ สัญชาติ (*NA*) และ อายุ (*AGE*) พบว่า ไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน เมื่อเปรียบเทียบกับ การเลือกท่องเที่ยวแต่ประเทศเพื่อนบ้าน โดยมีค่าประมาณความน่าจะเป็นของโอกาสที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน เท่ากับ 0.417 ส่วนโอกาสในการเลือกเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้านนั้น พบว่า มีค่าความน่าจะเป็น เท่ากับ 0.267

จากผลการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค และโอกาสความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเลือกเดินทางในแต่ละลักษณะของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทำให้สามารถสรุปการวิเคราะห์ผลทางด้านอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวที่ประเทศไทย และกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคจะได้รับจากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวร่วมกันภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงได้ว่า เมื่อมีการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวระหว่างกัน โดยใช้ฐานของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ในอนุภูมิภาคทั้งหมดเป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 3,028 แห่ง เป็นจุดขายและดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางเข้ามาเยือนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงแล้ว โอกาสในการที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคจะเลือกประเทศไทยเข้าร่วมในการเดินทางท่องเที่ยวจะมีมากกว่า เมื่อเทียบกับ การเลือกเดินทางท่องเที่ยวแต่ประเทศเพื่อนบ้านเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ทำให้โอกาสความเป็นไปได้ที่ประเทศไทยจะได้รับประโยชน์จากการเป็นศูนย์กลาง (*Hub*) ทางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคตามแผนการผลักดันของรัฐบาลไทย ที่จะได้รับผลประโยชน์จากการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้านในด้านของรายรับ และปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความเป็นไปได้สูง และยังสร้างผลของการกระจายในทางที่ส่งเสริมกันแก่ประเทศสมาชิกในกลุ่มอีกด้วย กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในอนุภูมิภาคมีโอกาสที่จะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงตั้งแต่ 2 ประเทศขึ้นไป โดยมีประเทศไทยเข้าร่วมในการเดินทางด้วย นอกจากนี้จะส่งผลในทางบวกต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้นให้กับประเทศไทยแล้ว ยังส่งผลต่อปริมาณการขยายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีการเดินทางท่องเที่ยว

ครั้งละหลายประเทศภายในอนุภูมิภาคเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งเป็นไปตามผลของการรวมกลุ่มการท่องเที่ยวร่วมกันที่มีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นกระจายตลาดนักท่องเที่ยวให้มีการเดินทางเชื่อมโยงระหว่างกันภายในกลุ่ม ซึ่งน่าจะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของกลุ่มอนุภูมิภาคให้สามารถขยายตัวเพิ่มขึ้นในอนาคตอย่างต่อเนื่องได้ และจากผลการวิเคราะห์ทางสถิติจะพบว่าปัจจัยการรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในอนุภูมิภาค มีความสำคัญอย่างมากต่อการขยายตัวของอุปสงค์การท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงดังกล่าว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาค จะตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยง แม้ว่าผลการสำรวจจะชี้ให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวเพียง 35.00% เท่านั้นที่รับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวนี้ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่าสินค้าการท่องเที่ยวนี้เป็นสินค้าการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่ยังมีคนรู้จักน้อยอยู่ หากต้องการจะทำให้อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น ก็ควรมีการจัดวางนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของอนุภูมิภาค เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มมีการพัฒนาและเติบโตเป็นไปอย่างยั่งยืน สามารถแข่งขันกับตลาดการท่องเที่ยวอื่นของโลกได้ และประเทศไทยเองก็มีโอกาสที่จะได้รับผลประโยชน์จากการเป็นประตูกระจายนักท่องเที่ยวสู่อนุภูมิภาคตามมาด้วย

จากผลการศึกษาที่ผ่านมาในข้างต้น สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางแผนนโยบายส่งเสริมอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยมีประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง (Hub) การท่องเที่ยวของอนุภูมิภาค โดยใช้สื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยวชาย อายุระหว่าง 25-54 ปี ในกลุ่มครอบครัว ที่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง US\$1,000 - US\$3,999 และยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยมาก่อน เพราะจะเป็นการดึงดูดความสนใจที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ และควรมุ่งเน้นไปที่กลุ่มของนักวิชาชีพ-ผู้เชี่ยวชาญอิสระ/ข้าราชการ และนักธุรกิจ ให้มากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ถือได้ว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวตลาดบนที่มีรายได้ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่อนข้างสูง หากต้องการเพิ่มอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงให้กับกลุ่มอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง จึงควรวางแผนประชาสัมพันธ์โดยคัดเลือกสื่อที่คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อการใช้ของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ผลจากการศึกษาพบว่าหนังสือแนะนำการท่องเที่ยว/วารสารการท่องเที่ยว อินเทอร์เน็ต โปสเตอร์/ แผ่นป้ายโฆษณา และสายการบิน เป็นสื่อที่มีบทบาทมากที่สุด ดังนั้นควรใช้สื่อดังกล่าวในการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของอนุภูมิภาคในรูปของวิธีการเดินทาง และแหล่งท่องเที่ยวหลักที่สำคัญต่างๆในอนุภูมิภาค ทั้งนี้ควรจะเน้นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสุดในการเดินทางแก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีเส้นทางคมนาคมที่สะดวกสามารถเข้าถึงได้ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกปลอดภัย และมั่นใจในการเดินทางมากขึ้น โดยการเผยแพร่ออกไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย เพื่อเป็นการจูงใจนักท่องเที่ยวนอกภูมิภาคให้มีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาความร่วมมือระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกัน โดยใช้ฐานของแหล่งท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคที่มีอยู่ร่วมกันกว่า 3,028 แห่ง เป็นจุดขายนั้น นับว่ามีบทบาทและความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของทั้งประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้าน ให้มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการเดินทางแบบเชื่อมโยงภายในอนุภูมิภาคร่วมกันนั้น ถือเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญและสามารถที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการขยายตัวดังกล่าวได้ ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้สังเกตเห็นและตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษาด้านอุปสงค์ที่มีต่อการท่องเที่ยวภายในกลุ่มอนุภูมิภาค โดยได้นำแบบจำลองทางด้านเศรษฐมิติเข้ามาช่วยในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกเดินทางลักษณะต่างๆในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อทำการศึกษารูปแบบประกอบทางเศรษฐกิจสังคม ประชากร และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว แล้วนำผลการศึกษาที่ได้รับมาใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริม และวางแผนการจัดการด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวของทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านร่วมกัน 6 ประเทศ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาวให้สอดคล้องกับปัจจัยต่างๆ เหล่านั้น แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดบางประการที่เกิดขึ้นทั้งในด้านของระยะเวลาที่ใช้ในการศึกษา และงบประมาณในการทำวิจัย ทำให้ผลการศึกษาที่ได้รับครั้งนี้อาจขาดความสมบูรณ์ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริงมากนัก โดยข้อจำกัดทางการศึกษาต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากงานวิจัยด้านอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวนี้สามารถสรุปเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งต่อไปได้ดังนี้

1.) ในการศึกษาครั้งนี้ได้จัดทำขึ้นในประเทศไทยดังนั้นจึงกำหนดให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่กลุ่มประเทศในอนุภูมิภาค ทำให้ในการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนั้นถูกจำกัดกลุ่มตัวอย่างอยู่เฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเมืองไทยโดยตรง ซึ่งในความจริงแล้วการเดินทางเข้ามายังประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคสามารถมาได้จากหลายทาง/ หลายประเทศ โดยไม่จำเป็นต้องใช้ประเทศไทยเป็นจุดแวะพักเปลี่ยนเครื่องเสมอไป ทำให้ข้อมูลเบื้องต้นที่ได้รับจากผลของการศึกษานี้เป็นข้อมูลเฉพาะของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาทางประเทศไทยโดยตรงเท่านั้น

2.) เพื่อความสะดวกของการเก็บตัวอย่างข้อมูลนักท่องเที่ยว ในศึกษานี้จึงเลือกเก็บข้อมูลในช่วงของฤดูกาลท่องเที่ยวระหว่างเดือนตุลาคม ถึง ธันวาคม โดยขาดการพิจารณาข้อมูลในช่วงระยะเวลาอื่น จึงอาจทำให้ข้อมูลที่ได้รับนั้นเกิดการกระจุกตัวเฉพาะช่วงระยะเวลาใดเวลาหนึ่ง ซึ่งจะขาดการกระจายตัวของข้อมูลตลอดทั้งช่วงปี ดังนั้นผลการศึกษาที่ได้รับเบื้องต้นนี้จึงเป็นข้อมูลของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงของฤดูกาลท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียวเท่านั้น

3.) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 5 สัญชาติ คือ ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนี และฝรั่งเศส ซึ่งถือเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวตลาดหลักสำคัญของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงที่มีรายได้ และค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่อนข้างสูง สามารถสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวเข้าสู่กลุ่มอนุภูมิภาคได้สูงกว่านักท่องเที่ยวจากภายในอนุภูมิภาคเดียวกันที่มีอำนาจการซื้อต่ำ และมีจำนวนประชากรเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่สามารถซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าท่องเที่ยวได้ จึงทำให้ในการศึกษาครั้งนี้ไม่เลือกนักท่องเที่ยวจากภายในอนุภูมิภาคเดียวกันเข้ามาเป็นกลุ่มประชากรเป้าหมายในการศึกษา แต่อย่างไรก็ตามการศึกษารูปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนั้นไม่ควรจะละเลยนักท่องเที่ยวกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง โดยควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวทั้งจากภายนอก และภายในกลุ่มอนุภูมิภาคควบคู่กันไป แม้ว่านักท่องเที่ยวจากภายในกลุ่มจะไม่สามารถสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวได้สูงเทียบเท่ากับนักท่องเที่ยวนอกกลุ่มอนุภูมิภาคก็ตาม

4.) การจำแนกสัดส่วนตัวอย่างของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคทั้ง 3 ลักษณะ คือ เดินทางท่องเที่ยวเฉพาะประเทศไทย เดินทางท่องเที่ยวทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน และเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพื่อนบ้าน ในการศึกษาไม่ได้ทำการกำหนดว่าจะเก็บตัวอย่างข้อมูลของนักท่องเที่ยวในแต่ละทางเลือกเป็นสัดส่วนเท่าไร แต่ได้ทำการเก็บตัวอย่างข้อมูลแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เข้ามาใช้แทน โดยคาดว่าจะสามารถวัดผลของโอกาสความน่าจะเป็นในการเลือกเดินทางแต่ละลักษณะของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศส่วนใหญ่ในภาพรวมได้ ซึ่งอาจทำให้ผลการศึกษาที่ได้รับขาดความสมบูรณ์เนื่องจากสัดส่วนตัวอย่างที่ได้รับมานั้น ไม่สามารถสะท้อนความน่าจะเป็นที่แท้จริงจากจำนวนประชากรจริงได้อย่างชัดเจน และสมบูรณ์เพียงพอ

งานวิจัยชิ้นนี้อาจถือเป็นการศึกษาเชิงนำร่องในด้านของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงที่ยังมีผู้ทำการศึกษาไม่มากนัก ดังนั้นจึงอาจพบข้อผิดพลาดในบางส่วนที่เกิดขึ้นได้จากข้อจำกัดทางการศึกษาที่ได้กล่าวไปแล้วในข้างต้น ซึ่งจะส่งผลให้ผลของการศึกษาที่ได้รับนั้นขาดความสมบูรณ์ไม่อาจที่จะนำมาใช้เป็นข้อสรุปเชิงนโยบายได้มากนัก เท่าที่ผ่านมาจะเห็นได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้านภายใต้กรอบความร่วมมืออนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงนั้นถือเป็นสิ่งที่สำคัญยิ่ง แม้ว่าสัดส่วนของตลาดในปัจจุบันจะยังมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แต่โอกาสในการขยายตัวของการถือครองตลาดคูจะมีแนวโน้มที่จะขยายตัวเพิ่มขึ้น ด้วยเหตุนี้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจึงควรศึกษา และทำความเข้าใจ ตลอดจนจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติม โดยเฉพาะภาครัฐหากมีการให้เงินสนับสนุนช่วยเหลือ และให้การส่งเสริม ผลักดันยกระดับงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวนี้ให้เป็นการศึกษาระดับโครงการในภูมิภาค ก็อาจช่วยให้สามารถขยายผลการ

วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวจากองค์ประกอบทางเศรษฐกิจสังคม ประชากร และพฤติกรรมกรรมการเดินทางได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้นั้นมา พัฒนาการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาค โดยนำมาวางแผนนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และกำหนดกลยุทธ์ในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวทั้งจากภายในและภายนอกภูมิภาคมีการเดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านมากขึ้น ซึ่งจะเป็นการเอื้อ ประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของทั้งประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านให้มี การขยายตัวในอัตราที่เพิ่มขึ้นในอนาคต และจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ทำให้ ประเทศไทยและประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคสามารถที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเชื่อมโยง ของกลุ่มประเทศให้สามารถแข่งขันกับตลาดการท่องเที่ยวอื่นของโลกได้

นอกจากแนวนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแล้ว เราควรให้ความสำคัญกับปัญหา ต่างๆที่ตามมาด้วย โดยควรมีนโยบายเพื่อป้องกันปัญหาที่จะเกิดจากการท่องเที่ยว เพราะการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่เปราะบางในเรื่องทรัพยากรธรรมชาติ และวัฒนธรรม หากการวางแผนการ ท่องเที่ยวไม่มีการพิจารณาอย่างรอบคอบ อาจส่งผลกระทบต่อสังคมส่วนรวมได้ กล่าวคือ รัฐบาล ของทุกประเทศภายในกลุ่มอนุภูมิภาคไม่ควรคำนึงถึงการท่องเที่ยวโดยเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว (Mass marketing) มากเกินไป เพราะจะทำให้เกิดความเสื่อมโทรมทางด้านทรัพยากรธรรมชาติและ สิ่งแวดล้อม และเป็นการทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิมให้สูญสิ้นลงไปอย่างไม่รู้ตัว หากแต่รัฐบาลควรเข้า มาดูแลให้ความสำคัญกับกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการเจาะตลาดเฉพาะ (Niche marketing) กับ กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยใช้ปัจจัยหลักทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมที่ได้จากผลการศึกษาเข้า มาเป็นส่วนช่วยกำหนดตลาดของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อเป็นการรักษาธรรมชาติที่บริสุทธิ์ และ วัฒนธรรมดั้งเดิมไว้ไม่ให้ถูกทำลายไปอย่างรวดเร็วจากการท่องเที่ยวขนาดใหญ่ จะเห็นได้ว่าการที่ จะรองรับผลประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจอย่างเดียวนั้นคงไม่เป็นการเพียงพอ การขายบริการทางการ ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจะต้องตระหนักถึงคุณค่าของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและ วัฒนธรรมควบคู่ไปด้วย เพื่อว่าผลประโยชน์ที่ได้จากนักท่องเที่ยวจะไม่ก่อให้เกิดปัญหาระยะยาว แก่ประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคในอนาคต และกลุ่มอนุภูมิภาคเองก็ยังสามารถพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตนให้เติบโต และก้าวเท้าเข้าร่วมแข่งขันกับตลาดการท่องเที่ยวอื่น ของโลกได้อย่างยั่งยืน