

ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟจีน – ลาว
ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางมาเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
Factors Influencing the Behavior and Decision-making of Chinese Tourists
Choosing the China-Laos Railway for Southeast Asian Tourism

Zhang Chuan Jun

ปิยะพงษ์ สุปัญญา

Piyaphong Supanyo

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

School of Business and Communication Arts, University of Phayao

Received: 21 February 2026

Revised: 28 July 2026

Accepted: 5 August 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุของการรับรู้และความพึงพอใจที่มีต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมและการแนะนำต่อนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการรถไฟจีน-ลาว พร้อมเสนอแนวทางความร่วมมือระดับภูมิภาค โดยใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวจีนในมณฑลยูนนานที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปจำนวน 386 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างตามหลักสถิติของ Cochran และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ในยุคการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวหลังสถานการณ์ COVID-19 รถไฟจีน-ลาวได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างตลาดจากการกระจุกตัวในจุดเดียวไปสู่การกระจายตัวแบบพหุจุด (Multi-point Diffusion) อย่างชัดเจนโดยมีวังเวียงคิดเป็น ร้อยละ 67.36 และหลวงพระบางคิดเป็น ร้อยละ 51.81 เป็นจุดหมายยอดนิยมสูงสุด ผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่าการรับรู้และความพึงพอใจมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางและการแนะนำต่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) โดยมีมิติด้านการรับรู้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสูงสุด ($\beta = 0.189$) สอดคล้องกับแรงจูงใจหลักด้านความแน่นอนของเวลาเดินทางคิดเป็น ร้อยละ 59.84 แต่พบจุดวิกฤตเชิงโครงสร้างที่เป็นอุปสรรคสำคัญ คือ การบริการด้านภาษาที่ไม่เพียงพอคิดเป็น ร้อยละ 52.59 และนโยบายวีซ่าที่ขาดความสะดวกคิดเป็น ร้อยละ 49.48 ข้อเสนอแนะเชิงยุทธศาสตร์จึงมุ่งเน้นการบูรณาการระบบจำหน่ายตั๋ว การเพิ่มความถี่ขบวนรถ และอำนวยความสะดวกด้านพรมแดน เพื่อยกระดับความสัมพันธ์ระหว่างประชาชน และขับเคลื่อนภูมิภาคสู่โครงข่ายรถไฟสายแพน-เอเชีย อย่างยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ: รถไฟจีน-ลาว; นักท่องเที่ยวชาวจีน; หนึ่งในแถบหนึ่งเส้นทาง; การท่องเที่ยวเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

Abstract

This research aims to analyze the causal influence of perception and satisfaction on the behavioral intentions and recommendations of Chinese tourists regarding the China-Laos Railway, while proposing regional cooperation strategies. Employing a quantitative research approach, data were collected via questionnaires from 386 Chinese tourists in Yunnan Province aged 18 and above, with the sample size determined according to Cochran's statistical criteria. Data was analyzed using descriptive statistics and Multiple Regression Analysis. The findings reveal that in the era of post-COVID-19 tourism recovery, the China-Laos Railway has significantly restructured the market from “single-point concentration” to “multi-point diffusion”. Vang Vieng (67.36%) and Luang Prabang (51.81%) have emerged as the most popular destinations. Statistical hypothesis testing confirms that perception and satisfaction significantly and positively influence travel intention and recommendations ($p < 0.05$). Perception exerts the highest influence on decision-making ($\beta = 0.189$), which aligns with the primary motivator of schedule certainty (59.84%). However, the study identifies critical structural barriers as significant obstacles: inadequate language services (52.59%) and inconvenient visa processes (49.48%). Strategic recommendations focus on integrating ticketing systems, increasing train frequency, and streamlining border procedures to enhance people-to-people bonds and drive the region toward a sustainable Pan-Asian Railway network in the future.

Keywords: China–Laos Railway; Chinese tourists; Belt and Road Initiative; Southeast Asian tourism

1. บทนำ (Introduction)

ในยุคโลกาภิวัตน์ที่เร่งให้เกิดการเชื่อมโยงระหว่างภูมิภาค (Connectivity) การพัฒนาโครงข่ายคมนาคมได้กลายเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรม (Bao & Chu, 2012) โดยในปี พ.ศ. 2556 สาธารณรัฐประชาชนจีนได้ประกาศข้อริเริ่ม “แถบและเส้นทาง” (Belt and Road Initiative: BRI) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระดับโลกผ่านหลักการประชาคมชะตากรรมร่วมกันของมวลมนุษยชาติ ซึ่ง BRI ได้ให้ความสำคัญกับระบบรางข้ามพรมแดนในฐานะเครื่องมือหลักในการบูรณาการเศรษฐกิจระดับภูมิภาคและอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายของประชาชน อย่างไรก็ตาม แม้ BRI จะมุ่งเน้นการบูรณาการเศรษฐกิจ แต่ข้อจำกัดด้านคมนาคมในกลุ่มประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล (Landlocked Countries) ถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่ก่อให้เกิดช่องว่างต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน ด้วยเหตุนี้ การศึกษาทั่วโลกที่จะเข้ามาทำลายอุปสรรคทางภูมิศาสตร์ดังกล่าวจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบรรลุเป้าหมายของ BRI

ความท้าทายข้างต้นปรากฏให้เห็นเด่นชัดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวที่มีสถานะเป็นประเทศ “Landlocked” เพียงแห่งเดียวในภูมิภาค แม้จะอุดมไปด้วยมรดกทางวัฒนธรรมระดับโลกอย่างหลวงพระบางและวังเวียง (Nonthapot et al., 2025) แต่กลับเผชิญความเสียเปรียบจากโครงข่ายคมนาคมที่ไม่สมบูรณ์ซึ่งจำกัดความสามารถในการเข้าถึงพื้นที่ ส่งผลให้การเข้าถึงของนักท่องเที่ยวจีนซึ่งเป็นตลาดหลักถูกจำกัดด้วยค่าใช้จ่ายในการเดินทางทางอากาศที่สูงหรือเส้นทางถนนที่ทุรกันดาร สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ สปป. ลาว กลายเป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่ต้องได้รับการแก้ไขด้วยระบบคมนาคมรูปแบบใหม่เพื่อเปลี่ยนผ่านจากประเทศที่ถูกปิดล้อมสู่การเป็นศูนย์กลางการเชื่อมโยงทางบก

ด้วยเหตุปัจจัยดังกล่าว เส้นทางรถไฟจีน-ลาวจึงไม่ได้เป็นเพียงโครงการก่อสร้างพื้นฐานทางวิศวกรรม แต่คือจุดเปลี่ยนเชิงยุทธศาสตร์ที่เปลี่ยนสถานะของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวจากประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเลสู่การเป็นประเทศเชื่อมโยงทางบก (From Land-locked to Land-linked) อย่างเป็นรูปธรรม (Wilms, 2021) โดยเส้นทางที่มีระยะทางรวม 1,035 กิโลเมตร ช่วยลดระยะเวลาเดินทางจากนครคุนหมิงสู่นครหลวงเวียงจันทน์เหลือเพียง 10 ชั่วโมง และมีอัตราค่าโดยสารที่ประหยัดกว่าการเดินทางทางอากาศประมาณ 3 – 4 เท่า (The State Council of the People’s Republic of China, 2024) เป็นการทลายอุปสรรคด้านต้นทุนและระยะเวลาที่เป็นปัญหามายาวนาน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการเปิดให้บริการยังคงอยู่ในช่วงเริ่มต้นและยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ ทั้งในด้านการจัดการบริการ อุปสรรคทางภาษา และความซับซ้อนของกระบวนการข้ามพรมแดน การศึกษาเส้นทางนี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อวิเคราะห์ว่าโครงสร้างพื้นฐานระดับมหภาคดังกล่าวสามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและขับเคลื่อนการพัฒนาที่ยั่งยืนได้จริงตามเป้าหมายหรือไม่ โดยผลการศึกษาจะเป็นต้นแบบสำคัญในการยกระดับความร่วมมือเชิงยุทธศาสตร์ระหว่างจีนและอาเซียนภายใต้กรอบข้อริเริ่มแถบและเส้นทาง (BRI) ในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย (Objectives)

- 1) เพื่อทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการรถไฟจีน-ลาว
- 2) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลส่งผ่านของการรับรู้ ความพึงพอใจที่มีต่อความตั้งใจในการเดินทาง และการแนะนำต่อ
- 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางการร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างจีน สปป. ลาว และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

3. สมมติฐานการวิจัย

- 1) การรับรู้เกี่ยวกับรถไฟจีน-ลาว ในด้านของความสะดวก ประสิทธิภาพ รวมถึงภาพลักษณ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเดินทาง (Travel Intention) มาเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ของนักท่องเที่ยวชาวจีน

2) ความพึงพอใจ (Satisfaction) จากการใช้บริการรถไฟจีน-ลาว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการแนะนำต่อ (Recommendation) และความตั้งใจในการเดินทางซ้ำ

3) ประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐาน ได้แก่ ความแน่นอนของเวลาและความสะดวกสบายเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่ออิทธิพลเชิงพื้นที่ (Spatial Value) และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเลือกจุดหมายปลายทางจากการกระจุกตัวสู่การกระจายตัวแบบพหุจุด

4. การทบทวนวรรณกรรม (Literature Review)

4.1 แนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) เป็นกรอบแนวคิดหลักที่ใช้ศึกษากระบวนการตัดสินใจ และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยระบุว่าพฤติกรรมของบุคคลถูกขับเคลื่อนโดยความตั้งใจ (Behavioral Intention) โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยเชิงจิตวิทยา (Ajzen, 1991) ในบริบทนี้ TPB ถูกนำมาวิเคราะห์ว่าโครงสร้างพื้นฐานระบบรางช่วยลดระยะทางด้านเวลาและพื้นที่ (Time-space Distance) ได้อย่างไร รวมทั้งการรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับประสิทธิภาพและภาพลักษณ์ของรถไฟถือเป็นตัวแปรสำคัญที่สะท้อนทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Kim et al., 2007)

เมื่อนักท่องเที่ยวมีการรับรู้เชิงบวกจะส่งผลเชิงบวกโดยตรงต่อระดับความตั้งใจในการเดินทาง (Travel Intention) มายังอาเซียน นอกจากนี้ความพึงพอใจ (Satisfaction) จากการใช้บริการยังเป็นแรงจูงใจที่เปลี่ยนความตั้งใจให้กลายเป็นพฤติกรรมการเดินทางจริง งานวิจัยนี้ยังขยายขอบเขต TPB ไปสู่มิติของการแนะนำต่อ (Recommendation) เพื่อประเมินพฤติกรรมการบอกต่อภายหลังการใช้บริการ (Kim et al., 2007) ผลการวิจัยยืนยันว่าทั้ง 4 มิตินี้มีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ภายใต้กรอบของทฤษฎี ซึ่งแนวคิดพฤติกรรมตามแผน (TPB) ช่วยอธิบายการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทางเลือกจุดหมายปลายทางจากการกระจุกตัวไปสู่การกระจายตัวแบบพหุจุด ดังนั้น จึงสรุปได้ว่า TPB ทำให้ผู้วิจัยสามารถระบุจุดวิกฤตและปัจจัยผลักดันเพื่อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวได้อย่างเป็นระบบ

4.2 แนวคิดการขนส่งทางรถไฟ (Railway Transportation)

การขนส่งทางรางเป็นรูปแบบที่เน้นการขนถ่ายสินค้าปริมาณมากในระยะไกล มีจุดเด่นด้านต้นทุนต่อหน่วยต่ำ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เหมาะสำหรับสินค้าหนักเช่นปูนซีเมนต์และปิโตรเลียม (Boontaveeyuwat, 2019) ในด้านข้อจำกัดด้านระยะเวลาการขนส่ง ความทนทานของบรรจุภัณฑ์ และการเข้าถึงพื้นที่ที่น้อยกว่าทางถนน เครือข่ายส่วนใหญ่ทั่วโลกคิดเป็นร้อยละ 60 ใช้รางมาตรฐาน (Standard Gauge) ขนาด 1.435 เมตร ขณะที่ไทยส่วนใหญ่ใช้ขนาด 1.0 เมตร (Meter Gauge) ปัจจุบันภาครัฐมุ่งเน้นการขยายระบบขนส่งมวลชนทางรางและลดสัดส่วนการขนส่งทางถนนตามยุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคมขนส่ง พ.ศ. 2560 - 2565 เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเดินทางและขนส่งในพื้นที่เมืองและระดับประเทศ

4.3 ภาพรวมและบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ของเส้นทางรถไฟจีน-ลาว

เส้นทางรถไฟจีน-ลาว (China-Laos Railway) เป็นโครงการยุทธศาสตร์ที่สำคัญภายใต้ข้อริเริ่มแถบและเส้นทาง (Belt and Road Initiative: BRI) ซึ่งเชื่อมโยงระหว่างนครคุนหมิง มณฑลยูนนาน ประเทศจีน

ก้านครหลวงเวียงจันทน์ สปป. ลาว โดยมีระยะทางรวม 1,035 กิโลเมตร แบ่งเป็นเส้นทางในจีน 613 กิโลเมตร และในลาว 422 กิโลเมตร ด้วยมูลค่าการลงทุนรวม 5.9 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยเป็นการร่วมทุนระหว่างจีน และลาวในสัดส่วนร้อยละ 70 โครงการนี้ใช้มาตรฐานทางเทคนิคระดับ Class I ของจีน โดยมีความเร็วสูงสุดในการขนส่งผู้โดยสารที่ 160 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ดำเนินการก่อสร้างระหว่างปี พ.ศ. 2559 – 2564 ท่ามกลางสภาพภูมิประเทศที่ซับซ้อน ซึ่งประกอบด้วยอุโมงค์ 39 แห่ง และสะพาน 167 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 76.50 ของเส้นทางทั้งหมด รวมถึงอุโมงค์มิตรภาพความยาว 9.59 กิโลเมตร (Our China Story, 2024)

การเปิดให้บริการเต็มรูปแบบเมื่อปี พ.ศ. 2564 ส่งผลให้ระยะเวลาการเดินทางลดลงจาก 20 – 30 ชั่วโมง เหลือเพียง 10 ชั่วโมง ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับเปลี่ยนสถานะของ สปป. ลาว จากประเทศที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล (Land-locked) ไปสู่ประเทศเชื่อมโยงทางบก (Land-linked) ปัจจุบันเส้นทางนี้ได้กลายเป็นระเบียงทองคำ (Golden Corridor) (Nedopil Wang, 2026) ที่ส่งเสริมการค้าข้ามพรมแดนด้วยปริมาณสินค้าสะสมกว่า 72.50 ล้านตัน และรองรับการเดินทางของผู้โดยสารกว่า 62.50 ล้านคนในช่วง 3 ปีแรกของการดำเนินงาน (China Railway Kunming Bureau Group Co., 2024) นอกจากนี้ เส้นทางนี้เชื่อมโยงแหล่งมรดกโลกขององค์การยูเนสโก (UNESCO) ถึง 9 แห่ง ช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจชายแดนและการท่องเที่ยวในอาเซียน แต่โครงการนี้ยังคงเผชิญกับความท้าทายด้านภาระหนี้สินของ สปป. ลาว และผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม ถือเป็นกรณีศึกษาสำคัญของรูปแบบความร่วมมือทวิภาคีภายใต้กรอบ BRI

4.4 ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและนิยามเชิงปฏิบัติการ

ในด้านของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยและนิยามเชิงปฏิบัติการ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) การรับรู้ (Perception) ในการศึกษาหมายถึง การที่นักท่องเที่ยวชาวจีนประเมินคุณลักษณะและสมรรถนะของรถไฟจีน-ลาว โดยเน้นที่ความแน่นอนของระยะเวลาเดินทาง และความสะดวกสบาย ที่เป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญ 2) ความพึงพอใจ (Satisfaction) คือ ความรู้สึกเชิงบวกหรือความประทับใจจากการประเมินมาตรฐานการบริการของรถไฟจีน-ลาว ทั้งจากประสบการณ์ใช้งานจริง หรือการรับรู้ผ่านข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์ (Expected Satisfaction) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทาง 3) ความตั้งใจในการเดินทาง (Travel Intention) หมายถึง ความน่าจะเป็นหรือแผนการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนจะเลือกใช้รถไฟจีน-ลาวเป็นพาหนะหลักในการมาเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (สปป. ลาว และไทย) ในยุคหลัง COVID-19 การแนะนำต่อ (Recommendation) คือ พฤติกรรมการบอกต่อหรือแบ่งปันประสบการณ์เชิงบวกเกี่ยวกับการเดินทางด้วยรถไฟจีน-ลาว ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น WeChat และ TikTok และอิทธิพลเชิงพื้นที่ (Spatial Value) หมายความว่า การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการเลือกจุดหมายปลายทางที่เกิดจากประสิทธิภาพของระบบราง ส่งผลให้เกิดการกระจายตัวแบบพหุจุด (Multi-point Diffusion) ไปยังพื้นที่รอบนอก เช่น เวียงเวียง และหลวงพระบาง

4.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Widianti et al. (2015) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม (Behavioral Intention: BI) ของผู้โดยสารระบบขนส่งสาธารณะกึ่งทางการในประเทศอินโดนีเซีย โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านคุณภาพการบริการ (Service Quality: SQ) การเสียสละที่รับรู้ (Perceived Sacrifice: SAC) คุณค่าที่รับรู้ (Perceived Value: PV) ความพึงพอใจ (Satisfaction) และความถี่ในการ

ใช้งาน ผ่านแบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพการบริการ (SQ) ส่งผลโดยตรงต่อการบอกต่อ (Word-of-Mouth: WOM) และส่งผลทางอ้อมผ่านคุณค่าที่รับรู้ (PV) ขณะที่การเสียสละที่รับรู้ (SAC) ส่งผลต่อทั้งการบอกต่อและการตั้งใจใช้บริการซ้ำผ่านคุณค่าที่รับรู้เช่นกัน งานวิจัยนี้ให้ความสำคัญกับการวัดความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในฐานะตัวแปรพหุมิติ (Multidimensional Construct) ที่รวมทั้งการใช้ซ้ำและการบอกต่อเข้าด้วยกัน โดยเสนอแนะให้ผู้บริหารเน้นการจัดการคุณภาพบริการควบคู่ไปกับการควบคุมการเสียสละของผู้โดยสาร เช่น ค่าใช้จ่ายหรือเวลา เพื่อยกระดับคุณค่าที่ได้รับและกระตุ้นความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการในอนาคต

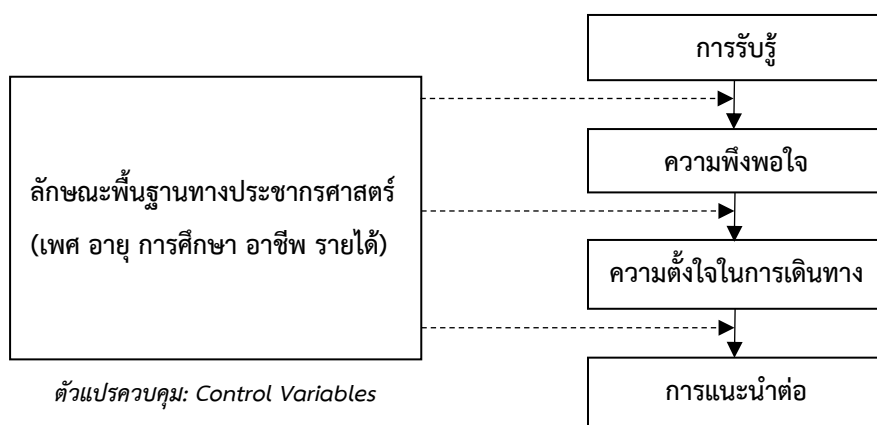
Zhang et al. (2021) บูรณาการทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และความพึงพอใจลูกค้า (CS) เพื่อศึกษาความตั้งใจใช้ระบบขนส่งสาธารณะของชาวเทียนจินช่วง COVID-19 พบว่า นโยบายจัดการขนส่งในภาวะวิกฤตส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรม ผ่านบรรทัดฐานกลุ่มอ้างอิง (SN) การรับรู้ความสามารถในการควบคุมพฤติกรรม (PBC) คุณภาพการบริการที่รับรู้ (PSQ) และ CS สะท้อนว่าปัจจัยจิตวิทยามีบทบาทสำคัญในการปรับพฤติกรรมการเดินทางเมื่อมีปัจจัยภายนอก เช่น โรคระบาดหรือมาตรการรัฐ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ทำความเข้าใจการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ต้องพิจารณาทั้งความปลอดภัยและคุณภาพบริการในการเดินทางระหว่างประเทศ

Nonthapot et al. (2025) ได้ศึกษาเรื่อง “Impact of tourism image and motivation of Thai and Chinese tourists for traveling in Lao people's democratic republic by Laos-China railway” งานวิจัยเชิงประจักษ์นี้ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจและภาพลักษณ์การท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาเยือนซ้ำของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวจีนที่ใช้บริการรถไฟความเร็วสูงจีน - ลาว ในพื้นที่ 4 จังหวัดหลัก คือ นครหลวงเวียงจันทน์ แขวงเวียงจันทน์ หลวงพระบาง และอุดมไซ ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (SEM) พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่งผลโดยตรงต่อทั้งแรงจูงใจภายใน เช่น ความต้องการเรียนรู้วัฒนธรรม และแรงจูงใจภายนอก อาทิ บรรยากาศของแหล่งท่องเที่ยว ขณะที่ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวทั้ง 4 มิติ ประกอบด้วยสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม สังคม และโครงสร้างพื้นฐาน มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมากต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ โดยภาพลักษณ์ของประเทศเป็นตัวแปรที่มีน้ำหนักความสอดคล้องสูงสุด ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเร่งพัฒนาและส่งเสริมภาพลักษณ์ของสปป. ลาว ในทุกมิติเชิงโครงสร้างเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักให้กลับมาเดินทางระบบรางอีกครั้ง

งานวิจัยของ Xiang (2026) ในหัวข้อ “The Impact of the China-Laos Railway on Economic Growth and Inclusive Growth in Laos: An Empirical Study” วิเคราะห์ผลกระทบของเส้นทางรถไฟจีน-ลาวต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุม (Inclusive Growth) ของ สปป. ลาว โดยใช้กรอบทฤษฎีการหดตัวของเวลาและระยะทาง (Spatiotemporal Compression) ร่วมกับแบบจำลองการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ จากข้อมูลผู้โดยสารและดัชนีเศรษฐกิจปี ค.ศ. 2022 – 2024 ผลการศึกษาพบว่า ปริมาณการขนส่งสินค้าและผู้โดยสารผ่านระบบรางส่งผลเชิงบวกต่อ GDP และรายได้เฉลี่ยต่อหัว ขณะที่ส่งผลเชิงลบต่อค่าสัมประสิทธิ์จินี (Gini Coefficient) สะท้อนการลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ โครงสร้างพื้นฐานนี้ช่วยให้ สปป. ลาว เปลี่ยนจากประเทศไร้ทางออกทะเลสู่การเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงทางบก (Land-linked Country)

ผ่านการยกระดับโครงข่ายการค้าและการสร้างงานในภาคบริการท่องเที่ยว พร้อมเป็นต้นแบบให้แก่โครงการอื่นภายใต้ยุทธศาสตร์หนึ่งแถบหนึ่งเส้นทาง (BRI) ในประเทศกำลังพัฒนา

4.6 กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิด

ที่มา : ปรับปรุงจากทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991)

และงานวิจัยของ Zhang et al. (2021)

5. วิธีกรวิจัย (Research Methodology)

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟจีน-ลาว ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการเดินทางมาเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ผู้วิจัยได้กำหนดระเบียบวิธีวิจัยดังนี้

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้มีโอกาสเป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนในมณฑลยูนนานที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน (Unknown Population) ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามหลักเกณฑ์ทางสถิติของ Cochran (1977) โดยใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 5 ตามสูตรคำนวณดังนี้

โดยกำหนดให้

$$n = \frac{Z^2 \times p \times q}{e^2}$$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

Z = ค่าสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (เท่ากับ 1.96)

p = สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร (กำหนดให้เป็น 0.5 เพื่อได้ขนาดตัวอย่างที่ครอบคลุม)

q = $1 - p$ (เท่ากับ 0.5)

e = ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (กำหนดไว้ที่ร้อยละ 5 หรือ 0.05)

จากการคำนวณตามสูตร

$$n = \frac{[(1.96)^2 \times (0.5) \times (0.5)]}{(0.05)^2} = 384.16$$

ผลการคำนวณระบุว่าต้องการกลุ่มตัวอย่างอย่างน้อย จำนวน 385 ราย เพื่อความสมบูรณ์ของข้อมูล และป้องกันความผิดพลาดจากการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงดำเนินการแจกแบบสอบถามรวมทั้งสิ้น จำนวน 500 ชุด และภายหลังจากการตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล (Data Cleaning) พบว่า มีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ผลได้จริง จำนวน 386 ชุด ซึ่งครอบคลุมขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำตามเกณฑ์ของ Cochran ที่ได้คำนวณไว้ และเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติขั้นสูง เช่น การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ต่อไป

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) บูรณาการร่วมกับแนวคิดความพึงพอใจลูกค้าตามแนวทางของ Zhang et al. (2021) โดยใช้มาตรวัดลิเคิร์ต 5 ระดับ (5-Point Likert Scale) ตั้งแต่ระดับ 1 เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึงระดับ 5 เห็นด้วยมากที่สุด โครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมการเดินทาง จำนวน 12 ข้อ ส่วนที่ 2 – 5 ตัวแปรเชิงจิตวิทยาหลักทั้ง 4 มิติ ได้แก่ การรับรู้ ความพึงพอใจ ความตั้งใจเดินทาง และการแนะนำต่อรวม 20 ข้อคำถาม ซึ่งเป็นส่วนที่ผ่านการคัดกรองคุณภาพ (Item Screening) เพื่อความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างและนำมาวิเคราะห์สถิติขั้นสูง (CFA และ Regression) ส่วนที่ 6 – 7 ข้อคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจและอุปสรรคสำคัญในการเดินทาง ผู้วิจัยได้ออกแบบข้อคำถามให้ครอบคลุมทั้งประสบการณ์จริงและการรับรู้ผ่านสื่อ (Perceived Perception) เพื่อรองรับกลุ่มตัวอย่างที่ยังไม่เคยใช้บริการจริงจำนวน คิดเป็นร้อยละ 55.18 ให้สามารถประเมินทัศนคติผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ ทั้งนี้ การศึกษาข้อมูลความพึงพอใจจากกลุ่มที่ยังไม่เคยเดินทางถือเป็นความพึงพอใจที่รับรู้และคาดหวังผ่านสื่อ (Perceived and Expected Satisfaction) อาจส่งผลต่อความแม่นยำเมื่อเทียบกับการใช้งานจริง ผู้วิจัยจึงเสนอแนะให้มีการวิเคราะห์เปรียบเทียบ (Comparative Study) ในอนาคตสำหรับคุณภาพเครื่องมือ ได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC) จากผู้เชี่ยวชาญ และมีค่าความเชื่อมั่น (Cronbach's Alpha) ในภาพรวมเท่ากับ 0.906 โดยมีค่ารายมิติอยู่ระหว่าง 0.809 – 0.900 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.70 ทุกมิติ ยืนยันว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือและมีความสอดคล้องเชิงโครงสร้างที่สมบูรณ์พร้อมสำหรับการวิเคราะห์ผล

ความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง (Reliability and Validity) ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัย โดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เพื่อประเมินความสอดคล้องภายในจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 386 ชุด พบว่า แบบสอบถามในภาพรวมจำนวน 20 ข้อคำถาม มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.906 เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติพบว่า ทุกมิติมีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.70 ซึ่งมีความตั้งใจในการเดินทางมีค่าเท่ากับ 0.809 มิติความพึงพอใจ มีค่าเท่ากับ 0.866 มิติการรับรู้ มีค่าเท่ากับ 0.900 และมิติการแนะนำมีค่าเท่ากับ 0.833 ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนว่าเครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือ

5.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลออนไลน์แบบกำหนดกลุ่มเป้าหมายผ่านแพลตฟอร์ม Wenjuan Xing และแอปพลิเคชัน WeChat ในมณฑลยูนนาน ระหว่างเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2566 ถึงมกราคม พ.ศ. 2567 เป็นระยะเวลา 6 เดือน โดยมีเกณฑ์คำถามในการคัดกรองกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามคุณสมบัติผู้ตอบที่มีภูมิลำเนาในยูนนาน และมีอายุ 18 ปี

ขึ้นไปตามขอบเขตที่กำหนด กระบวนการนี้ช่วยให้มั่นใจได้ว่าข้อมูลที่ได้รับมาจากกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจหรือเกี่ยวข้องกับเส้นทางรถไฟจีน-ลาว ทั้งกลุ่มผู้ใช้บริการจริงและผู้ที่มีโอกาสเป็นนักท่องเที่ยวในอนาคต

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรม Excel และ SPSS 26.0 ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งกระบวนการออกเป็น 3 ส่วนหลักเพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยอย่างครบถ้วน ได้แก่ 1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อวิเคราะห์ลักษณะพื้นฐานทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 2) การทดสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย (Instrument Quality Testing) ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค เพื่อยืนยันคุณภาพของเครื่องมือก่อนนำไปวิเคราะห์ผลเชิงสถิติในระดับถัดไป และ 3) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุของการรับรู้และความพึงพอใจที่มีต่อความตั้งใจเดินทางและการแนะนำต่อ (ตามสมมติฐานการวิจัย) ซึ่งเป็นสถิติหลักที่ใช้ในการสรุปผลเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยและสอดคล้องตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) โดยวิเคราะห์รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ($n = 386$) เพื่อให้เห็นภาพรวมของปัจจัยเชิงจิตวิทยาที่มีผลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวจีนในมณฑลยูนนานอย่างแท้จริง

6. ผลการวิจัย (Research Findings)

6.1 ข้อมูลพื้นฐานทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานทางประชากรศาสตร์

หัวข้อ (ตัวแปร)	ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	ชาย	194	50.26
	หญิง	192	49.74
	รวม	386	100.00
อายุ	18-25 ปี	32	8.29
	26-35 ปี	129	33.42
	36-45 ปี	98	25.39
	46-55 ปี	83	21.50
	56 ปีขึ้นไป	44	11.40
	รวม	386	100.00
ระดับการศึกษา	มัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า	64	16.58
	อนุปริญญา	156	40.42
	ปริญญาตรี	115	29.79
	ปริญญาโทหรือสูงกว่า	51	13.21
	รวม	386	100.00
อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	30	7.77
	พนักงานบริษัท	160	41.45

หัวข้อ (ตัวแปร)	ตัวเลือก	จำนวน	ร้อยละ
	ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	70	18.13
	ผู้ประกอบการอาชีพอิสระ	77	19.95
	ผู้เกษียณอายุ	34	8.81
	อื่น ๆ	15	3.89
	รวม	386	100.00
ระดับรายได้ต่อเดือน	3,000 หยวนหรือต่ำกว่า	92	23.83
	3,001 - 5,000 หยวน	112	29.02
	5,001 - 8,000 หยวน	106	27.46
	8,001 - 12,000 หยวน	35	9.07
	12,001 หยวนขึ้นไป	41	10.62
	รวม	386	100.00
ภูมิสำเนา (ตามทะเบียนบ้าน)	มณฑลยูนนาน	386	100.00
ประสบการณ์ท่องเที่ยวต่างประเทศ	เคย	153	39.64
	ไม่เคย	233	60.36
	รวม	386	100.00
หากเคยไปยังต่างประเทศ เคยไปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือไม่	เคย	89	23.06
	ไม่เคย	297	76.94
	รวม	386	100.00
เคยใช้บริการรถไฟจีน-ลาวเดินทางไปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือไม่	เคย	173	44.82
	ไม่เคย	213	55.18
	รวม	386	100.00
หากเคยใช้บริการ จำนวนครั้งที่ใช้	1 ครั้ง	160	41.45
	2 ครั้ง	174	45.08
	3 ครั้งขึ้นไป	52	13.47
	รวม	386	100.00
การมีรถไฟจีน-ลาวทำให้เลือกจุดหมายที่ไม่เคยพิจารณามาก่อนหรือไม่	ใช่	213	55.18
	ไม่ใช่	173	44.82
	รวม	386	100.00
ยอดใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริป (หยวน)	3,000 หยวนหรือต่ำกว่า	91	23.57
	3,001 - 5,000 หยวน	111	28.76
	5,001 - 8,000 หยวน	82	21.24
	8,001 - 12,000 หยวน	55	14.25
	12,001 หยวนขึ้นไป	47	12.18
	รวม	386	100.00

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.26 อยู่ในกลุ่ม ช่วงอายุ 26 - 35 ปี จำนวน 129 คน คิดเป็นร้อยละ 33.42 สำเร็จการศึกษาในระดับอนุปริญญา จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 40.42 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 41.45 และมีระดับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 3,001 - 5,000 หยวน จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 29.02 ในด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ไม่เคยเดินทางไปต่างประเทศ จำนวน 297 คน คิดเป็นร้อยละ 60.36 และยังไม่เคยใช้บริการรถไฟจีน-ลาว เดินทางไปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จำนวน 213 คน คิดเป็นร้อยละ 55.18 อย่างไรก็ตาม การเปิดให้บริการของรถไฟสายนี้ส่งผลเชิงพฤติกรรมอย่างชัดเจน โดยทำให้กลุ่มตัวอย่างเลือกจุดหมายปลายทางใหม่ที่ไม่เคยพิจารณามาก่อน จำนวน 213 คน สูงถึงร้อยละ 55.18 และมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางเฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 3,001 - 5,000 หยวน จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 28.76

ตารางที่ 2 : อัตราความแพร่หลายของจุดหมายปลายทางและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเดินทาง (n = 386)

ประเด็นการวิเคราะห์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (Percent)
จุดหมายปลายทางยอดนิยม		
- เวียง (สปป. ลาว)	260	67.36
- หลวงพระบาง (สปป. ลาว)	200	51.81
- กรุงเทพมหานคร (ประเทศไทย)	209	54.15
- จังหวัดเชียงใหม่ (ประเทศไทย)	175	45.34

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

สำหรับจุดหมายปลายทางยอดนิยมภายหลังการเปิดให้บริการรถไฟจีน-ลาว พบว่า นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเวียง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 67.36 และหลวงพระบาง จำนวน 200 คน คิดเป็นร้อยละ 51.81 ใน สปป. ลาว มากที่สุดขณะที่ในประเทศไทยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เลือกจุดหมายปลายทางเป็นจังหวัดกรุงเทพฯ จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 54.15 และจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 45.34 โดยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางหลักที่ได้รับความสนใจสูงสุด

ตารางที่ 3 ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการเลือกใช้บริการรถไฟจีน-ลาว (n = 386)

หมวดปัจจัย	ประเด็นสำคัญ	จำนวนคำตอบ		อัตราความแพร่หลาย
		จำนวน (คน)	ร้อยละการตอบ	
แรงจูงใจหลัก	ระยะเวลาเดินทางที่แน่นอน	231	24.39	59.84%
	ความสะดวกสบายสูง	216	22.81	55.96%
อิทธิพลอุปสรรค	การจัดสรรเวลาไม่สอดคล้อง	207	26.54	53.63%
	ความเร็วรถไฟค่อนข้างช้า	199	25.51	51.55%
ปัญหาหลัก	การบริการด้านภาษาไม่เพียงพอ	203	26.71	52.59%
	นโยบายวีซ่าไม่สะดวก	101	25.13	49.48%

หมายเหตุ: ความสอดคล้อง (Goodness-of-Fit Test) ของทุกหมวดมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ $p < 0.001$

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการเลือกใช้บริการรถไฟ จีน-ลาว

จากตารางที่ 3 แรงจูงใจหลัก คือ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความแน่นอนของเวลาเดินทางถึงจำนวน 231 คน ร้อยละ 59.84 และความสะดวกสบายสูง จำนวน 216 คน ร้อยละ 55.96 ส่วนอุปสรรคและปัญหา (Pain Points) ข้อจำกัดที่สำคัญเป็นการจัดสรรเวลาเดินทางที่ไม่สอดคล้อง จำนวน 207 คน ร้อยละ 53.63 ความเร็วรถไฟที่มองว่ายังช้าเกินไป จำนวน 199 คน ร้อยละ 51.55 การบริการด้านภาษาที่ไม่เพียงพอ จำนวน 203 คน ร้อยละ 52.59 และกระบวนการวีซ่าที่ไม่สะดวกเท่าที่ควร จำนวน 101 คน ร้อยละ 49.48

6.2 ผลการทดสอบแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยตามทฤษฎีตามแผน (TPB) และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนในการใช้บริการรถไฟ จีน-ลาว

ในการทดสอบความแม่นยำของแบบจำลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินความสอดคล้องระหว่างโครงสร้างแบบจำลองที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บรวบรวมได้จริง เพื่อยืนยันว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้องแม่นยำ ก่อนจะนำไปวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุในขั้นตอนถัดไป

1) สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรและการทดสอบความเชื่อมั่น

ตัวแปรเชิงจิตวิทยาทั้ง 4 มิติ มีค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.347 – 3.490 ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางค่อนข้างสูง สะท้อนถึงทัศนคติเชิงบวกต่อประสบการณ์การใช้รถไฟจีน-ลาว โดยมิติการรับรู้ (Perception) มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ 3.490 และมีความคิดเห็นสอดคล้องกันมากที่สุด ($S.D. = 0.837$) แสดงถึงภาพจำเชิงบวกที่ชัดเจน ในขณะที่มิติความตั้งใจในการเดินทาง (Travel Intention) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดที่ 3.347 และมีความแปรปรวนรายบุคคลสูงสุด ($S.D. = 1.079$) สะท้อนถึงความลังเลในการตัดสินใจเดินทางจริง ทั้งนี้ ค่าความเบ้และความโด่งของข้อมูลยืนยันว่ามีการแจกแจงแบบปกติ นอกจากนี้ผลการศึกษาพบว่า รถไฟจีน-ลาวได้ปรับเปลี่ยนโครงสร้างการท่องเที่ยวสู่การกระจายตัวแบบพหุจุด (Multi-point Diffusion) โดยมีวงเวียนคิดเป็นร้อยละ 67.36 และหลวงพระบาง คิดเป็นร้อยละ 51.81 เป็นจุดหมายยอดนิยม ซึ่งการรับรู้มีอิทธิพลต่อความตั้งใจเดินทางสูงสุด ($\beta = 0.189, p < 0.05$) สอดคล้องกับแรงจูงใจด้านความแน่นอนของเวลาคิดเป็นร้อยละ 59.84 อย่างไรก็ตาม พบอุปสรรคสำคัญด้านภาษา ร้อยละ 52.59 และนโยบายวีซ่า ร้อยละ 49.48 ที่ควรได้รับการบูรณาการต่อไป

สำหรับการทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือวิจัยด้วยสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) จากกลุ่มตัวอย่าง 386 ชุด พบว่า มีค่าในภาพรวมเท่ากับ 0.906 และรายมิติอยู่ระหว่าง 0.809 – 0.900 ความตั้งใจเดินทาง = 0.809 ความพึงพอใจ = 0.866 การรับรู้ = 0.900 และการแนะนำต่อ = 0.833 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.70 ทุกมิติ ยืนยันว่าข้อมูลมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ในระดับสูง และในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) ในการทดสอบความแม่นยำของแบบจำลอง ผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity)

ซึ่งทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินความสอดคล้องระหว่างโครงสร้างแบบจำลองที่สร้างขึ้นตามทฤษฎีกับข้อมูลเชิงประจักษ์ที่เก็บรวบรวมได้จริง เพื่อยืนยันว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวสามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้องก่อนการวิเคราะห์หัตถิพลเชิงสาเหตุ

ตารางที่ 4 สถิติเชิงพรรณนาและผลการทดสอบความเชื่อมั่นของตัวแปรเชิงจิตวิทยา (n = 386)

ตัวแปรหลัก (Variables)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	สัมประสิทธิ์อัลฟา (Cronbach's Alpha)
การรับรู้	3.490	0.837	0.900
ความพึงพอใจ	3.483	0.942	0.866
การแนะนำต่อ	3.424	0.958	0.833
ความตั้งใจเดินทาง	3.347	1.079	0.809

2) การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA Results)

2.1 ความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้างของแบบจำลองการวิจัยด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เป็นการประเมินความสอดคล้องระหว่างแบบจำลองกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยพิจารณาจากดัชนีชี้วัด 3 ประเภท ได้แก่ ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องสมบูรณ์ ดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเปรียบเทียบ และดัชนีวัดระดับความสอดคล้องเชิงประหยัด

ตารางที่ 5 ตารางแสดงดัชนีวัดระดับความสอดคล้องของโมเดล

ประเภทดัชนี	ชื่อดัชนี	เกณฑ์ความสอดคล้อง	ผลการทดสอบ	การยอมรับ
ดัชนีวัดระดับของ ความสอดคล้องสมบูรณ์	GFI	> 0.90	0.931	ยอมรับ
	AGFI	> 0.90	0.912	ยอมรับ
	RMSEA	< 0.06	0.045	ยอมรับ
ดัชนีวัดระดับของ ความสอดคล้องเปรียบเทียบ	NFI	> 0.90	0.921	ยอมรับ
	IFI	> 0.90	0.964	ยอมรับ
	CFI	> 0.90	0.964	ยอมรับ
	RFI	> 0.90	0.909	ยอมรับ
ดัชนีวัดระดับความ สอดคล้องเชิงประหยัด	CMIN/df	< 3.00	1.780	ยอมรับ
	PGFI	> 0.50	0.727	ยอมรับ

ดัชนีวัดระดับความสอดคล้อง (Fit Indices) ทุกตัวมีค่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนด แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างแบบจำลองในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีเยี่ยม ส่งผลให้ตัวแปรทั้ง 4 ตัว ได้แก่ ความตั้งใจในการเดินทาง ความพึงพอใจ การรับรู้ และการแนะนำต่อมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) อยู่ในเกณฑ์ดี และสามารถใช้เป็นรากฐานที่น่าเชื่อถือสำหรับการศึกษาวิจัยในขั้นตอนถัดไป เช่น การวิเคราะห์หกลไกเชิงอิทธิพล และการเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนา

2.2 ความเที่ยงตรงเชิงลึก (Convergent Validity) ความเที่ยงตรงเชิงลึกใช้สำหรับตรวจสอบความสอดคล้องภายใน และความสัมพันธ์ของข้อคำถามต่าง ๆ ภายในตัวแปรแฝงเดียวกัน โดยในการวิเคราะห์ครั้งนี้ได้ประเมินผ่านดัชนีชี้วัด 3 ตัว ได้แก่ ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Factor Loading) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (Average Variance Extracted: AVE) และค่าความเชื่อมั่นแบบรวม (Composite Reliability: CR) อย่างไรก็ตาม สาเหตุที่ผู้วิจัยคัดเลือกข้อคำถามเข้าสู่วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) เพียง 20 ข้อคำถาม จากทั้งหมด 38 ข้อ เนื่องจากในขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือเบื้องต้นและการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (EFA) ผู้วิจัยได้ดำเนินการคัดกรองข้อคำถาม (Item Screening) โดยตัดข้อคำถามที่มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ต่ำกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 0.70 หรือมีลักษณะการวัดซ้ำซ้อนและมีค่าความคลาดเคลื่อนสูงออก เพื่อให้ได้แบบจำลองที่มีความกระชับ (Parsimonious Model) และมีความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) สูงสุด ซึ่งส่งผลให้ค่าสถิติ AVE และ CR ของทุกตัวแปรผ่านเกณฑ์มาตรฐาน และทำให้แบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับดีเยี่ยมตามที่ปรากฏในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 ตารางแสดงค่าดัชนีความเที่ยงตรงเชิงลึก (Convergent Validity Analysis)

ตัวแปรแฝง	ข้อคำถาม	ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน	AVE	CR
ความตั้งใจในการเดินทาง (Travel Intention)	ข้อ 10	0.818	0.680	0.809
	ข้อ 13	0.831		
ความพึงพอใจ (Satisfaction)	ข้อ 16	0.743	0.566	0.867
	ข้อ 17	0.754		
	ข้อ 18	0.740		
	ข้อ 19	0.719		
	ข้อ 20	0.803		
การรับรู้ (Perception)	ข้อ 22	0.734	0.502	0.900
	ข้อ 24	0.697		
	ข้อ 25	0.691		
	ข้อ 26	0.748		
	ข้อ 27	0.694		
	ข้อ 28	0.729		
	ข้อ 29	0.737		
	ข้อ 30	0.642		
การแนะนำต่อ (Recommendation)	ข้อ 34	0.695	0.555	0.833
	ข้อ 35	0.745		
	ข้อ 36	0.742		
	ข้อ 37	0.724		
	ข้อ 38	0.768		

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐาน (Standardized Loading) ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนที่สกัดได้ (AVE) และค่าความเชื่อมั่นแบบรวม (CR) ของตัวแปรแฝงทุกตัว ล้วนเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงลึก (Convergent Validity) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าข้อคำถามที่ใช้ในการวัดตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัว ได้แก่ ความตั้งใจในการเดินทาง ความพึงพอใจ การรับรู้ และการแนะนำต่อ มีความลู่เข้าและความสอดคล้องภายในที่ดีเยี่ยม ส่งผลให้ความเที่ยงตรงเชิงลึกอยู่ในระดับที่ผ่านเกณฑ์ และสามารถสนับสนุนการวิเคราะห์แบบจำลองรวมถึงการสรุปผลการวิจัยในขั้นตอนต่อไปได้

2.3 ความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity)

ความเที่ยงตรงเชิงจำแนกใช้สำหรับตรวจสอบความอิสระต่อกันของตัวแปรแฝงที่แตกต่างกัน โดยในการวิเคราะห์ครั้งนี้ใช้เกณฑ์การพิจารณา คือ ค่ารากที่สองของ AVE ของตัวแปรแฝงนั้น ๆ จะต้องมากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) ระหว่างตัวแปรนั้นกับตัวแปรอื่น ๆ

ตารางที่ 7 แสดงความเที่ยงตรงเชิงจำแนก ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สันและค่ารากที่สองของ AVE

ตัวแปร	ความตั้งใจเดินทาง	ความพึงพอใจ	การรับรู้	การแนะนำต่อ
ความตั้งใจเดินทาง	0.825			
ความพึงพอใจ	0.250	0.752		
การรับรู้	0.249	0.448	0.708	
การแนะนำต่อ	0.278	0.458	0.425	0.745

หมายเหตุ: ตัวเลขตัวหนาในแนวทแยงมุม คือ ค่ารากที่สองของ AVE (Square Root of AVE) ตัวแปรนั้น ๆ

จากผลการวิเคราะห์ พบว่า ค่ารากที่สอง AVE (Square Root of AVE) ของตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่ามากกว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) ระหว่างตัวแปรนั้นกับตัวแปรแฝงอื่น ๆ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงทั้ง 4 ตัวในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ความตั้งใจในการเดินทาง ความพึงพอใจ การรับรู้ และการแนะนำต่อมีความเป็นอิสระต่อกันในระดับดีเยี่ยม ผลการทดสอบความเที่ยงตรงเชิงจำแนก (Discriminant Validity) จึงถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานอย่างสมบูรณ์ และยืนยันได้ว่าขอบเขตของมิติที่ใช้ในการวัดตัวแปรแต่ละตัวนั้นมีความชัดเจนและแยกออกจากกันอย่างเป็นเอกเทศ

6.3 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลส่งผลของการรับรู้ความพึงพอใจที่มีต่อความตั้งใจในการเดินทางและการแนะนำต่อ

หลังจากตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงโครงสร้าง (Construct Validity) ด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) แล้ว ผู้วิจัยจึงทดสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) โดยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อประเมินความสัมพันธ์และอำนาจการพยากรณ์ของตัวแปรการรับรู้และความพึงพอใจ ที่มีต่อความตั้งใจเดินทางและการแนะนำต่อของนักท่องเที่ยวชาวจีนจากฐานข้อมูลจริง ($n = 386$) ดังแสดงในตารางที่ 8

ตารางที่ 8 ตารางผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) (n = 386)

ตัวแปรพยากรณ์	B	S.E.	β (Beta)	t	p-value (Sig.)
(ค่าคงที่)	1.825	0.214	-	8.528	0.000
การรับรู้ (Perception)	0.245	0.065	0.189*	3.769	0.000
ความพึงพอใจ (Satisfaction)	0.198	0.058	0.172*	3.414	0.001

R=0.312, R²=0.097, Adjusted R²=0.093, F=20.645, p<0.05 (ผลการคำนวณจากข้อมูลจริง)

การแปลผลเชิงสถิติ (Statistical Interpretation) จากผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 8 พบว่าแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ($f = 20.645$, $p < 0.05$) โดยค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) อยู่ที่ 0.097 แสดงว่าตัวแปรการรับรู้และความพึงพอใจร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจในการเดินทางได้คิดเป็นร้อยละ 9.70

การบรรยายอิทธิพลของแต่ละตัวแปร (Path Significance) เมื่อพิจารณาอิทธิพลรายปัจจัย พบว่าการรับรู้ (Perception) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเดินทางมากที่สุด ($\beta = 0.189$, $p < 0.05$) สอดคล้องกับค่าเฉลี่ยการรับรู้ที่สูงที่สุดในผลการศึกษา ($\bar{X} = 3.490$) ผลลัพธ์นี้สะท้อนว่าการที่นักท่องเที่ยวรับรู้ถึงประสิทธิภาพของรถไฟ โดยเฉพาะด้าน ความแน่นอนของระยะเวลาเดินทาง คิดเป็นร้อยละ 59.84 และความสะดวกสบาย คิดเป็นร้อยละ 55.96 เป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในขณะที่ ความพึงพอใจ (Satisfaction) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเดินทางเช่นเดียวกัน ($\beta = 0.172$, $p < 0.05$) ยืนยันว่าความรู้สึกเชิงบวกจากการได้รับบริการเป็นแรงจูงใจที่เปลี่ยนความตั้งใจให้กลายเป็นพฤติกรรมการเดินทางจริง

การสรุปผลสมมติฐาน (Hypothesis Summary)

ผลการทดสอบสมมติฐานยืนยันว่า สมมติฐานการวิจัยทั้ง 3 ข้อได้รับการสนับสนุนทั้งหมด โดยมีรายละเอียดดังนี้ สมมติฐานการวิจัยที่ 1 ได้รับการยอมรับ โดยพบว่า การรับรู้ (Perception) เกี่ยวกับรถไฟจีน-ลาวมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเดินทางมาเยือนเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สูงที่สุดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.189$, $p < 0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับแรงจูงใจหลักด้านความแน่นอนของระยะเวลาเดินทางที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุดถึงร้อยละ 59.84 ประการต่อมา สมมติฐานการวิจัยที่ 2 ได้รับการยอมรับ โดยความพึงพอใจ (Satisfaction) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเดินทางและการแนะนำต่อ ($\beta = 0.172$, $p < 0.05$) ยืนยันว่าความรู้สึกเชิงบวกจากการได้รับบริการเป็นแรงจูงใจที่เปลี่ยนความตั้งใจให้กลายเป็นพฤติกรรมจริง และสมมติฐานการวิจัยที่ 3 ได้รับการยอมรับผ่านผลการวิเคราะห์พฤติกรรมเชิงพื้นที่ซึ่งพบว่า ประสิทธิภาพของโครงสร้างพื้นฐานส่งผลให้อิทธิพลเชิงพื้นที่เปลี่ยนจากการกระจุกตัวในจุดเดียวไปสู่การกระจายตัวแบบพหุจุด (Multi-point Diffusion) โดยนักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปยังวังเวียง คิดเป็นร้อยละ 67.36 และหลวงพระบางคิดเป็นร้อยละ 51.81 เป็นจุดหมายยอดนิยมใหม่นอกเหนือจากเมืองหลวง

โดยภาพรวมเป็นการพิสูจน์ให้เห็นว่ากระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนถูกขับเคลื่อนด้วยปัจจัยเชิงจิตวิทยาตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) มากกว่าปัจจัยด้านราคาเพียงอย่างเดียว ในทางกลับกัน แม้อธิพลเชิงบวกจะมีความชัดเจน แต่ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 1.079) ในมิติความตั้งใจเดินทางที่สูงที่สุด ชี้ให้เห็นว่ายังคงมีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความลังเล ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาเรื่องการจัดสรรเวลาเดินทางที่ไม่สอดคล้อง ร้อยละ 53.63 และกระบวนการวีซ่าที่ไม่สะดวก ร้อยละ 49.48 ที่เป็นอุปสรรคสำคัญในการขัดขวางอิทธิพลเชิงบวกเหล่านี้ไม่ให้พัฒนาไปสู่พฤติกรรมการเดินทางจริงได้อย่างเต็มศักยภาพ

6.4 แนวทางความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระหว่างจีน สปป. ลาว และภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ แบ่งออกเป็น 4 แนวทางดังนี้

1) การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและบริการระบบราง เพื่อรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยว ควรเริ่มจากการบูรณาการระบบจำหน่ายตั๋วโดยสารระหว่างประเทศให้เป็นมาตรฐานเดียว ควบคู่กับการจัดตารางเวลาเดินรถข้ามพรมแดนให้สอดคล้องกันเพื่อลดเวลารอคอย และที่สำคัญคือการพัฒนาการเชื่อมต่อ “กิโลเมตรสุดท้าย” (Last-mile Connection) จากสถานีรถไฟสู่แหล่งท่องเที่ยวในเมืองรองอย่างวังเวียง และหลวงพระบาง เพื่อสนับสนุนการกระจายตัวแบบพหุจุดอย่างมีประสิทธิภาพ

2) การอำนวยความสะดวกด้านการข้ามพรมแดน จากปัญหาความไม่สะดวกด้านวีซ่าที่พบสูงถึง ร้อยละ 49.48 ภูมิภาคควรเร่งผลักดันนโยบายวีซ่าอิเล็กทรอนิกส์ (e-Visa) และพิจารณาแนวทาง “Single Visa” สำหรับกลุ่มประเทศลุ่มน้ำโขง เพื่อให้นักท่องเที่ยวเดินทางเชื่อมโยงหลายประเทศได้ในทริปเดียว รวมถึงนำระบบศุลกากรดิจิทัลและการตรวจคนเข้าเมืองแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว (Single-window Clearance) มาใช้เพื่อลดขั้นตอนซ้ำซ้อน ณ จุดผ่านแดน ข้อเสนอนี้สอดคล้องกับ Zhang et al. (2021) ที่ระบุว่าการจัดการความเสี่ยงมีผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสาร การลดความซับซ้อนของกระบวนการข้ามพรมแดนจึงช่วยลดความลังเลในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้

3) การสื่อสารและการตลาดร่วมระดับภูมิภาค เนื่องจากอุปสรรคด้านภาษาเป็นปัญหาอันดับหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 52.59 แนวทางแก้ไข คือ การอบรมทักษะภาษาจีนให้กับบุคลากรด่านหน้าและการใช้เทคโนโลยีแปลภาษาดิจิทัลในพื้นที่สถานี ด้านการตลาดควรส่งเสริมแคมเปญภายใต้แบรนด์ร่วม “Mekong Tourism” เพื่อสร้างการรับรู้ในระดับสากลและดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวจีนให้เดินทางเชื่อมต่อจาก สปป. ลาว เข้าสู่ไทย และอาเซียน ผ่านช่องทางดิจิทัลอย่าง WeChat และ TikTok แนวทางนี้สอดคล้องกับรายงานของ Dragon Trail International (2025) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวจีนยุคใหม่ร้อยละ 94 นิยมแบ่งปันประสบการณ์ออนไลน์ การใช้ช่องทางที่นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้คุ้นเคยจึงเป็นกลยุทธ์ที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) การเชื่อมโยงสู่โครงข่าย Pan-Asian Railway และการพัฒนาที่ยั่งยืน ในระยะยาวความร่วมมือระหว่างจีน สปป. ลาว และไทยควรมุ่งประสานงานเชิงลึกเพื่อเชื่อมโยงอย่างไร้รอยต่อสู่โครงข่ายรถไฟสายแพน-เอเชีย (Pan-Asian Railway) บนรากฐานของความสัมพันธ์เชิงพื้นที่แบบพหุมิติ (Multi-dimensional Connectivity) ที่ไม่อยู่เพียงเฉพาะในเมืองหลวง แต่สร้างระเบียบเศรษฐกิจที่กระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นตลอดแนวเส้นทาง เพื่อเปลี่ยนสถานะภูมิภาคจากทางผ่านสู่ศูนย์กลางยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

7. สรุปผลการวิจัยและอภิปราย (Conclusion and Discussion)

7.1 สรุปผลการวิจัย การศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจเลือกใช้บริการรถไฟจีน-ลาวของนักท่องเที่ยวชาวจีน ($n = 386$) ในยุคการฟื้นตัวหลังสถานการณ์ COVID-19 สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1) ผลการทดสอบอิทธิพลเชิงสาเหตุ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2) จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) พบว่า แบบจำลองบูรณาการตามกรอบทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) และความพึงพอใจลูกค้า สามารถพยากรณ์ความตั้งใจในการเดินทางได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R^2 = 0.097$, $F = 20.645$, $p < 0.05$) โดยผลการทดสอบสมมติฐานมีดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 (H_1) ได้รับการสนับสนุนโดยการรับรู้ (Perception) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการเดินทางสูงสุด ($\beta = 0.189$, $p < 0.05$) สะท้อนว่าภาพลักษณ์และประสิทธิภาพของระบบรางเป็นปัจจัยตัดสินใจที่สำคัญที่สุด

สมมติฐานที่ 2 (H_2) ได้รับการสนับสนุนโดยความพึงพอใจ (Satisfaction) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางและการแนะนำต่อ ($\beta = 0.172$, $p < 0.05$) ยืนยันว่าประสบการณ์การให้บริการที่มีคุณภาพเป็นแรงจูงใจให้เกิดพฤติกรรมการบอกต่อ

2) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงพื้นที่และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (สมมติฐานที่ 3) ผลการวิจัยพบหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ยืนยันการยอมรับสมมติฐานที่ 3 (H_3) ในมิติของการขยายค่าเชิงพื้นที่ (Spatial Value) โดยประสิทธิภาพของรถไฟที่ช่วยลดระยะทางด้านเวลาลดเหลือประมาณ 10 ชั่วโมง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 55.18 เลือกจุดหมายปลายทางใหม่ที่ไม่เคยพิจารณามาก่อนเกิดการปรับเปลี่ยนโครงสร้างตลาดจาก “การกระจุกตัวในจุดเดียว” ไปสู่ “การกระจายตัวแบบพหุจุด (Multi-point Diffusion)” อย่างชัดเจน โดยมีวงเวียนคิดเป็นร้อยละ 67.36 และหลวงพระบางคิดเป็นร้อยละ 51.81 เป็นจุดหมายยอดนิยมสูงสุดแทนการกระจุกตัวเพียงในเขตนครหลวง

3) แนวทางความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวระดับภูมิภาค (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3) บทเรียนจากการท่องเที่ยวแบบพหุจุดชี้ให้เห็นว่า พื้นที่ยุทธศาสตร์ในเส้นทางรถไฟความเร็วสูงไทย-จีน เช่น จังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 54.15 และจังหวัดเชียงใหม่คิดเป็นร้อยละ 45.34 มีโอกาสสูงในการรองรับฐานนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ผู้วิจัยจึงเสนอแนะแนวทางเชิงรุกผ่านการบูรณาการระบบวีซ่า การสื่อสารภาษาจีน และการยกระดับสิ่งอำนวยความสะดวกตามสถานี เพื่อขจัดอุปสรรคเชิงโครงสร้าง (Pain Points) และขับเคลื่อนภูมิภาคสู่โครงข่ายคมนาคมสายแพน-เอเชีย (Pan-Asian Railway) อย่างยั่งยืน

7.2 อภิปรายผลการวิจัย

การเปิดให้บริการของรถไฟจีน-ลาวส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยมีประเด็นอภิปรายที่สอดคล้องและไม่สอดคล้องกับงานวิจัยในอดีตตามลำดับ ดังนี้

1) การรับรู้ต่อประสิทธิภาพของระบบรางกับความตั้งใจเดินทาง (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และสมมติฐานที่ 1) ผลการวิจัยพบว่า การรับรู้ (Perception) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจเดินทางสูงสุด ($\beta = 0.189$) ซึ่งสอดคล้องกับแบบจำลองบูรณาการของ Zhang et al. (2021) ที่ระบุว่าความตั้งใจเชิง

พฤติกรรมถูกขับเคลื่อนผ่านกลไกทางจิตวิทยาที่ซับซ้อน โดยเฉพาะการรับรู้คุณภาพการบริการ (PSQ) ผลลัพธ์นี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Nonthapot et al. (2025) ในพื้นที่ของ สปป. ลาว ที่พบว่า ปัจจัยดึงดูดอาทิ ประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานระบบราง เป็นตัวแปรหลักที่กระตุ้นแรงจูงใจในการตัดสินใจเดินทาง

2) ความพึงพอใจและการสร้างเครือข่ายการแนะนำต่อ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และสมมติฐานที่ 2) ความพึงพอใจ (Satisfaction) ส่งผลโดยตรงต่อการแนะนำต่อ ($\beta = 0.172$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Widiанти et al. (2015) ที่ชี้ว่าคุณภาพการบริการส่งผลโดยตรงต่อการบอกต่อ ข้อมูลนี้มีความสำคัญยิ่งเมื่อพิจารณาจากรายงานของ Dragon Trail International (2025) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวจีนยุคใหม่ร้อยละ 94 นิยมแบ่งปันประสบการณ์ออนไลน์ โดยให้ความสำคัญกับความแน่นอนของเวลาคิดเป็นร้อยละ 59.84 มากกว่าปัจจัยด้านราคา ตอกย้ำว่าประสิทธิภาพเชิงหน้าที่ คือ หัวใจสำคัญในยุค New Normal

3) ประสิทธิภาพโครงสร้างพื้นฐานกับการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และสมมติฐานที่ 3) ผลการวิจัยพบการขยายค่าเชิงพื้นที่ (Spatial Value) ที่ชัดเจน โดยนักท่องเที่ยวร้อยละ 55.18 เลือกจุดหมายปลายทางใหม่ และเกิดการกระจายตัวแบบพหุจุด (Multi-point Diffusion) ไปยังวงเวียนร้อยละ 67.36 และหลวงพระบางร้อยละ 51.81 ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับหลักฐานเชิงประจักษ์ของ Xiang (2026) ที่ระบุว่ารถไฟจีน-ลาวช่วยลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ผ่านการสร้างงานในภาคบริการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Zhang Lei (2025) ที่ว่าเส้นทางนี้ได้เปลี่ยนกรอบการพัฒนาจาก “ศูนย์กลาง-ชายขอบ” (Center-Periphery) ไปสู่โครงสร้างการเชื่อมโยงพหุมิติที่เอื้อประโยชน์ต่อพื้นที่ระเปียงเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

4) ความแปรปรวนของความตั้งใจเดินทางและอุปสรรคเชิงโครงสร้าง (Core Pain Points) แม้ว่าผลการศึกษาในภาพรวมจะมีทิศทางเชิงบวก แต่ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความตั้งใจเดินทางกลับสูงที่สุดในบรรดาตัวแปรทั้ง 4 มิติ ($S.D. = 1.079$) ซึ่งจุดนี้ถือเป็นข้อค้นพบที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานพื้นฐานของกรอบทฤษฎี TPB ที่มักคาดการณ์ว่าการรับรู้และความพึงพอใจในระดับสูงจะนำไปสู่ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมที่ค่อนข้างเป็นเอกภาพในกลุ่มตัวอย่าง ความแปรปรวนที่สูงนี้สะท้อนถึงจุดวิกฤตเชิงโครงสร้าง (Pain Points) ที่ถือเป็นอุปสรรคต่อการตัดสินใจ ได้แก่ อุปสรรคด้านวีซ่าคิดเป็นร้อยละ 49.48 และภาษาคิดเป็นร้อยละ 52.59 ซึ่งสอดคล้องกับ Zhang et al. (2021) ที่ว่านโยบายการจัดการและการควบคุมความเสี่ยง (POLs) มีผลโดยตรงต่อความเชื่อมั่นของผู้โดยสาร และสอดคล้องกับรายงานของ Dragon Trail International (2025) ที่ชี้ว่าความซับซ้อนของขั้นตอนเข้าเมืองยังคงเป็นปัจจัยหลักที่เหนี่ยวรั้งการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวในภูมิภาค

ดังนั้น แนวทางการแก้ปัญหาผ่านการบูรณาการระบบวีซ่าและการสื่อสารภาษาจีนตามที่ผู้วิจัยเสนอ จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ตอบสนองต่อความแปรปรวนของความตั้งใจเดินทางดังกล่าว การขจัดอุปสรรคเหล่านี้จะช่วยให้พื้นที่ยุทธศาสตร์ เช่น จังหวัดนครราชสีมา คิดเป็นร้อยละ 54.15 และจังหวัดเชียงใหม่ คิดเป็นร้อยละ 45.34 สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีนภายใต้โครงข่าย Pan-Asian Railway ได้อย่างเต็มศักยภาพมากยิ่งขึ้น

8. การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยเพื่อเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันขององค์กรและในระดับประเทศ

การประยุกต์ใช้ผลการวิจัยนี้จะช่วยเสริมสร้างความสามารถทางการแข่งขันผ่านการปิดช่องว่างเชิงโครงสร้าง (Gap Analysis) ใน 2 ระดับหลัก ดังนี้ 1) ระดับองค์กรธุรกิจ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าโครงสร้างตลาดได้เปลี่ยนจาก “การกระจุกตัวในจุดเดียว” ไปสู่ “การกระจายตัวแบบพหุจุด” (Multi-point Diffusion) องค์กรธุรกิจจึงควรปรับโมเดลการบริการสู่เมืองรองที่มีอัตราความแพร่หลายสูง เช่น วังเวียงและหลวงพระบาง โดยมุ่งเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยววัยทำงานที่มีกำลังซื้อและเน้นความแน่นอนของเวลาเดินทางเป็นหลัก นอกจากนี้ธุรกิจต้องเร่งปิดจุดอ่อนด้านการสื่อสารภาษาจีน และใช้การตลาดดิจิทัลผ่านแพลตฟอร์ม WeChat และ TikTok ซึ่งเป็นช่องทางหลักที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้มากกว่าร้อยละ 60 2) ระดับประเทศและภูมิภาค ผลการวิจัยในบริบทที่กว้างขึ้นยืนยันว่ารถไฟจีน-ลาวมีส่วนช่วยเพิ่มอัตราการเติบโตของ GDP และรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากร โดยช่วยลดต้นทุนการขนส่งสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมลงร้อยละ 30 – 50 ซึ่งเป็นการสร้างความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ให้กับสินค้าส่งออกของประเทศ ผลวิจัยยังชี้ถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการบูรณาการระบบศุลกากรดิจิทัลและอำนวยความสะดวกด้านวีซ่าเพื่อเปลี่ยนสถานะจากประเทศทางผ่านสู่ “ศูนย์กลางการเชื่อมโยงทางบก” (Land-linked Hub) ภายใต้โครงการ “Pan-Asian Railway” การยกระดับตามข้อค้นพบนี้จะนำไปสู่ความสัมพันธ์เชิงพื้นที่แบบพหุมิติ (Multi-dimensional Connectivity) ที่ท้าทายโมเดลศูนย์กลาง-ชายขอบเดิม และเปลี่ยนภูมิภาคสู่ “ระบบนิเวศเศรษฐกิจแบบพึ่งพา” (Symbiotic Connectivity) ที่มีความยั่งยืนและทนทานต่อความผันผวนของโลก

9. ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Recommendations)

การศึกษานี้มีข้อจำกัดประการสำคัญ คือ การเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามออนไลน์ซึ่งส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากมณฑลยูนนาน ($n = 386$) จึงไม่สามารถเป็นตัวแทนของนักท่องเที่ยวชาวจีนจากภูมิภาคอื่น ๆ ที่มีบริบททางเศรษฐกิจและพฤติกรรมที่แตกต่างกันได้ทั้งหมด นอกจากนี้ ข้อมูลในปี พ.ศ. 2566 เป็นเพียงการสะท้อนผลกระทบในระยะเริ่มต้นของการฟื้นตัวหลังสถานการณ์โควิด-19 ที่อาจไม่ครอบคลุมมิติเชิงคุณภาพเชิงลึกและความเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างในระยะยาวของระบบนิเวศการท่องเที่ยวข้ามพรมแดน

9.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

- 1) การขยายขอบเขตกลุ่มตัวอย่าง ควรขยายการศึกษาไปยังนักท่องเที่ยวจากมณฑลอื่น ๆ ของจีน รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวในอาเซียน เพื่อวิเคราะห์ความต้องการที่หลากหลาย
- 2) การบูรณาการระเบียบวิธีวิจัย ควรประยุกต์ใช้แนวทางแบบผสมผสาน (Mixed-methods) โดยเพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตการณ์อย่างมีส่วนร่วมเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงคุณภาพที่สะท้อนถึงประสบการณ์และทัศนคติที่แท้จริง
- 3) การวิเคราะห์เชิงปริมาณขั้นสูง ควรนำตัวแบบเชิงเศรษฐมิติมาประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบตัวคูณทางการท่องเที่ยว (Tourism Multiplier Effect) ที่มีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

4) การใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ ควรมีการพัฒนาแบบจำลองคาดการณ์ (Predictive Model) โดยใช้ Machine Learning เพื่อพยากรณ์แนวโน้มพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนเชิงยุทธศาสตร์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วน

รายการอ้างอิง (References)

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bao, J., & Chu, Y. (2012). *Tourism geography* (3rd Edition). Beijing: Higher Education Press.
- Boontaveeyuwat, S. (2019). *Transportation Engineering*. (2nd Edition.). Bangkok: Kasetsart University Press.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd Edition). New York, NY: John Wiley & Sons.
- China Railway Kunming Bureau Group Co. (2024). *China-Laos Railway boosts growth of regional trade, tourism*. Retrieved from <https://shorturl.asia/rFY6n>
- The State Council of the People's Republic of China. (2024). *China-Laos Railway spurs regional economic growth*. Retrieved from https://english.www.gov.cn/news/202412/03/content_WS674ea24ac6d0868f4e8ed9ef.html
- Dragon Trail International. (2025). *Chinese traveler sentiment report: April 2025*. Retrieved from <https://www.dragontrail.com/resources/blog/china-traveler-sentiment-report-april-2025>
- Nedopil Wang, C. (2026) *China Belt and Road Initiative (BRI) investment report 2025*. Green Finance & Development Center. Retrieved from <https://greenfdc.org/china-belt-and-road-initiative-bri-investment-report-2025/>
- Xiang, M. (2026). The impact of the China-Laos Railway on economic growth and inclusive growth in Laos: An empirical study. *Proceedings of the 5th International Conference on Economic Development and Business Culture (ICEDBC 2025)*, 295–308. https://doi.org/10.2991/978-94-6239-604-3_32
- Nonthapot, S., Choochote, K., & Thawornwiriyaatrakul, W. (2025). Impact of tourism image and motivation of Thai and Chinese tourists for traveling in Lao people's democratic republic by Laos-China railway. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 59(2), 628–637. <https://doi.org/10.30892/gtg.59210-1442>
- Kim, S. S., Chen, J. S., & Jang, S. C. (2007). How destination image and evaluative factors affect behavioral intentions. *Tourism Management*, 28(1), 115-122.

- Our China Story. (2024). 3 December 2021 *China–Laos Railway fully opened*. Retrieved from <https://www.ourchinastory.com/en/13570/China–Laos-Railway-fully-opened>
- Widianti, T., Sumaedi, S., Bakti, I. G. M. Y., Rakhmawati, T., Astrini, N. J., & Yarmen, M. (2015). Factors influencing the behavioral intention of public transport passengers. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 32(7), 666–692. <https://doi.org/10.1108/IJQRM-01-2013-0002>
- Wilms, T. (2021). *Right on Track or off the Rails? The Impact of the Laos-China Railway on Lao PDR*. European Institute for Asian Studies (EIAS).
- Zhang, X., Liu, D., Wang, Y., & Du, H. (2021). Behavioral intentions of urban rail transit passengers during the COVID-19 pandemic in Tianjin, China: A model integrating the theory of planned behavior and customer satisfaction theory. *Journal of Advanced Transportation*, 2021(1), 1–12. <https://doi.org/10.1155/2021/8793101>
- Zhang, L. (2025). China-Laos Railway: Redefining regional connectivity. *East Asian Policy*, 38–53. <https://doi.org/10.1142/S1793930525000194>

ข้อมูลติดต่อ (Contact Information)

1. Zhang Chuan Jun

*ผู้ประสานงานหลัก (Corresponding Author)

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

(School of Business and Communication Arts, University of Phayao)

E-mail: 1152830892@qq.com

2. ปิยะพงษ์ สุปัญญา (Piyaphong Supanyo)

คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา

(School of Business and Communication Arts, University of Phayao)

E-mail: piyaphong.su@up.ac.th