

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย



สารนิพนธ์
ของ
มัชฌิมา วงศ์ยัง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2554

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย



สารนิพนธ์
ของ
มัชฌิมา วงศ์ยัง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2554

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย



บทคัดย่อ
ของ
มัชฌิมา วงศ์ยัง

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2554

มัชฌิมา วงศ์ยัง. (2554). *ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย*. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี.

การวิจัยในครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย และพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยช่วงปี 2553-2557 เพื่อนำไปเป็นข้อมูลให้แก่ภาครัฐและเอกชน ในการกำหนดนโยบาย หรือกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อหาวิธีที่จะดึงดูด และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ยังสามารถนำค่าการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการ และภาครัฐบาลในการวิเคราะห์และวางแผน ให้สอดคล้องกับแนวโน้ม และโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่มีอยู่ในตลาด โดยปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้คือ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา, ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย, งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว และสภาพการณ์ภายในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิในช่วงปี 2541-2552 รวมทั้งสิ้น 12 ปี และสร้างสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ เพื่อหาสมการปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน และสภาพการณ์ภายในประเทศไทย ซึ่งปัจจัยทั้งสองมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ ผลการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2553-2557 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตลอด 5 ปี

FACTORS AFFECTING THE NUMBER OF CHINESE TOURISTS IN THAILAND



Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Master of Economics degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University

May 2011

Muchima Wongyoung. (2011). *Factors Affecting the Number of Chinese Tourists in Thailand*,
Master's Project, M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School,
Srinakharinwirot University. Project Advisor: Maitri Abhibhatanamontri.

This research aims to study the factors affecting the number of Chinese tourists in Thailand and forecasting the number of Chinese tourists to Thailand in 2010-2014 in order to provide information to the government and private sectors for setting the policy or strategy to promote tourism and finding ways to attract or encourage Chinese tourists decided to travel to Thailand. It is also possible to forecast the number of Chinese tourists in Thailand to provide information to operators and public sectors for analysis and planning in accordance with the various trends and the economic opportunities in the market. The factors which be used in this study are the average income per person in China, the exchange rate, the consumer price index of Thailand, the supporting budget from the government for promoting tourism and the Thailand unrest situations. This study uses secondary data during 1998-2009 for 12 years in order to formulate a multiple linear regression equation to identify factors affecting the Chinese tourists in Thailand.

The result of this research shown that the factors affecting the number of Chinese tourists in Thailand are the average income per person in China and the Thailand unrest situations which are positively related with the number of Chinese tourists in Thailand significantly. In addition to the forecast numbers of Chinese tourists who come to Thailand from the year 2010-2014 have increased further throughout 5 years.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และ คณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยของ มัชฌิมา วงศ์ยัง
ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน

(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ประภาพร เพ็องฟูสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เรณู สุขารมณ์)

วันที่ เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2554

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดีเป็นเพราะผู้วิจัยได้รับความกรุณาจาก อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และประธานคณะกรรมการควบคุมการสอบสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์ และอาจารย์ประพาฬ เพ็องฟูสกุล กรรมการควบคุมการสอบสารนิพนธ์ ได้เสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนการตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ในการจัดทำงานวิจัยทุกขั้นตอนเพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสามท่านไว้ ณ ที่นี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณอาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้แก่ผู้วิจัยในการศึกษาตามหลักสูตร เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ท้ายที่สุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณ พ่อ แม่ พี่ น้อง และเพื่อนๆรวมทั้งคุณวิกรม คงสกุลยานนท์ ที่ให้กำลังใจและคอยให้ความช่วยเหลือ ตลอดระยะเวลาที่ศึกษาและทำงานวิจัยจนสามารถจบการศึกษาในครั้งนี้

มัชฌิมา วงศ์ยัง

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ	1
ภูมิหลัง	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย	7
ความสำคัญของการวิจัย	7
ขอบเขตของการวิจัย	7
ประชากรที่ใช้ในการศึกษา.....	7
แหล่งข้อมูล	7
ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	8
นิยามศัพท์เฉพาะ	8
กรอบแนวคิดในการวิจัย	9
สมมุติฐานในการวิจัย	9
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	11
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์	19
แนวคิดเกี่ยวกับการส่งออก	28
ข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของประเทศไทย	30
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	34
3 วิธีการดำเนินการวิจัย	38
ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	38
การสร้างเครื่องมือในการวิจัย	39
การเก็บรวบรวมข้อมูล	40
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
4 การวิเคราะห์ข้อมูล	45
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	45
การวิเคราะห์ข้อมูล	45
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	46
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	58
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
อภิปรายผลการวิจัย	66
ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	70
บรรณานุกรม	73
ภาคผนวก	76
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์	81

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยและรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2541-2553	2
2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยแบ่งเป็นประเทศ ปี 2551-2553	3
3 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ปี 2541 – 2552	46
4 รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน ปี 2541 – 2552	47
5 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินหยวน ปี 2541 – 2552	48
6 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย ปี 2541 – 2552	49
7 งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ปี 2541 – 2552	50
8 สภาวะการณ์ภายในประเทศไทย ปี 2541 – 2552	51
9 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ ของปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีน ที่มาประเทศไทย ปี 2541 – 2552	52
10 แสดงการพยากรณ์แนวโน้มของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน	55
11 ผลการพยากรณ์แนวโน้มของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน และโอกาสการ เกิดสภาวะการณ์ภายในประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557	56
12 ผลการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557	57
13 ผลการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557	66

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 แนวคิดในการวิจัย	9
2 การบริโภคทางการท่องเที่ยวและการบริโภคสินค้าชนิดอื่น	24
3 ผลการลดราคาทางการท่องเที่ยว	25
4 ผลของการลดลงของราคาและการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยว	26
5 แผนที่ประเทศจีน	30



บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมด้านบริการที่มีบทบาทอย่างมากในระบบเศรษฐกิจและสังคมของโลก และเป็นที่ยอมรับกันว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเกือบทุกประเทศได้เจริญเติบโตจนกลายเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศ โดยเฉพาะประเทศไทย อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้และการจ้างงานเป็นจำนวนมากให้กับประเทศ ซึ่งในปี 2552 มูลค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 10 ของมูลค่าการส่งออกสินค้าและบริการรวมของประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 5 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ในขณะเดียวกันการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 6-7 ของแรงงานทั้งระบบ (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด.2553: ออนไลน์) รวมทั้งยังเกิดการลงทุนและการผลิตในสาขาการผลิตอื่นๆของระบบเศรษฐกิจ

การกระจายตัวของนักท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจะช่วยกระจายรายได้ การจ้างงานและการสร้างอาชีพสู่ชนบทตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั้งในภาคการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น การใช้จ่ายค่าที่พัก ค่าอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และการจ้างงานในภาคเศรษฐกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สาขาคมนาคม การขนส่ง สาขาหัตถกรรมพื้นบ้าน สินค้าพื้นเมือง และสาขาอื่นๆ โดยภาพรวมแล้วจะนำไปสู่การสร้างความสำเร็จในเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งจะนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย

รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศยังมีส่วนสำคัญที่ช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าของประเทศ ในยามที่การส่งออกสินค้าของไทยมีแนวโน้มชะลอตัวลดลง โดยสามารถช่วยชดเชยผ่านรายได้ที่ได้จากการใช้จ่ายใช้สอยที่เกิดขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังสามารถช่วยปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรัก และห่วงแหนทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นของตน อันจะนำมาซึ่งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึกสูงสุด รวมทั้งสนับสนุนฟื้นฟูการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีอย่างยั่งยืน

ในประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวอยู่มากมายหลายแห่ง ซึ่งจะมีความแตกต่างกันไปในแต่ละภาค อันเนื่องจากสภาพภูมิประเทศ สภาพภูมิอากาศ ประวัติศาสตร์ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีต่าง ๆ ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกเป็นจำนวนมาก และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านของจำนวนและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยและรายได้จากการท่องเที่ยวปี 2541-2553

ปี (พ.ศ.)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในประเทศไทย (คน)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง (%)	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ร้อยละการ เปลี่ยนแปลง (%)
2541	7,764,930	+7.53	242,177	+9.7
2542	8,580,332	+10.50	253,018	+4.48
2543	9,578,826	+11.64	285,272	+12.75
2544	10,132,509	+5.78	299,047	+4.83
2545	10,872,976	+7.31	323,484	+8.17
2546	10,072,725	-7.36	309,269	-4.39
2547	11,730,695	+16.46	384,360	+24.28
2548	11,516,936	-1.15	367,380	-4.42
2549	13,821,802	+20.01	482,319	+31.29
2550	14,464,228	+4.65	547,782	+13.57
2551	14,584,220	+0.83	574,521	+4.88
2552	14,149,841	-2.98	510,255	-11.19
2553	15,909,476	+11.96	585,962	+14.84

ที่มา: สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2541-2553.

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น มีมาจากหลากหลายประเทศทั่วโลก ทั้งจากทวีป อเมริกา ยุโรป หรือแม้แต่นักท่องเที่ยวจากประเทศใกล้เคียงในทวีปเอเชีย เช่น จีน ญี่ปุ่น หรือเกาหลี ก็นิยมมาเที่ยวในประเทศไทย การเลือกไปพักผ่อนของกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั้นจะขึ้นอยู่กับเทศกาลวันหยุดประจำปีของประเทศนั้นๆ ซึ่งก็จะแตกต่างกันไปตามช่วงเวลา ยกตัวอย่างเช่น กลุ่มลูกค้าชาวเอเชียก็จะมีเทศกาลวันหยุดประจำปีที่สำคัญ เช่น ช่วงเทศกาลตรุษจีนของประเทศจีน ดังนั้นในช่วงเวลาเทศกาลต่าง ๆ นี้แหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมต่าง ๆ ก็จะเนื่องแน่นไปด้วย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ส่วนในเรื่องของรสนิยมนั้นก็มีความแตกต่างกันไปตามแต่ละประเทศ ยกตัวอย่างเช่น ชาวเอเชียจะนิยมท่องเที่ยวแบบธรรมชาติและชายทะเล ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกนั้นจะมีทั้งกลุ่มที่สนใจธรรมชาติ และกลุ่มที่สนใจในเรื่องประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมขนบธรรมเนียมประเพณี สำหรับกลุ่มที่สนใจธรรมชาติ ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และสแกนดิเนเวีย โดยกลุ่มนักท่องเที่ยว

ที่มาจากแถบประเทศดังกล่าวจะชอบความเรียบง่าย ความงามของธรรมชาติ ดังนั้นประเภทของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะจะเป็นประเภทเดินป่า เทียน้ำตก และสำรวจความงดงามของถ้ำ ส่วนนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศส สเปน และ ยุโรปตอนใต้ ซึ่งเป็นกลุ่มที่สนใจเกี่ยวกับวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีของไทยก็จะนิยมเลือกการท่องเที่ยวแบบที่ได้สัมผัสวิถีชีวิตของคนไทย เช่น การท่องเที่ยวและเลือกที่พักแบบโฮมสเตย์ เป็นต้น

ตาราง 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยแบ่งเป็นประเทศปี 2551-2553

ทวีป	ประเทศ	2553	2552	2551
เอเชียตะวันออก	มาเลเซีย	2,007,697	1,757,813	1,805,332
	จีน	1,127,979	777,508	826,660
	ญี่ปุ่น	985,016	1,004,453	1,153,868
	เกาหลี	815,801	618,227	889,210
	ลาว	720,326	655,034	621,564
	สิงคโปร์	579,248	563,575	570,047
	เวียดนาม	400,291	363,029	338,303
	ไต้หวัน	385,694	362,783	393,176
	ฮ่องกง	322,179	318,762	337,827
	อินโดนีเซีย	281,850	227,205	247,930
	ฟิลิปปินส์	261,611	217,705	221,506
	กัมพูชา	140,783	96,586	85,790
	พม่า	93,134	79,279	71,902
	บรูไน	6,572	8,353	9,055
	อื่นๆ	25,447	25,878	29,468
	รวม	8,153,628	7,076,190	7,601,638
ยุโรป	สหราชอาณาจักร	819,037	841,425	826,523
	เยอรมัน	612,695	573,473	542,726
	รัสเซีย	611,162	336,965	324,120
	ฝรั่งเศส	457,638	427,067	398,407
	สวีเดน	316,425	350,819	392,274
	ยุโรปตะวันออก	205,753	181,247	164,029
	เนเธอร์แลนด์	198,595	205,412	193,541
	อิตาลี	159,230	170,105	159,513
	สวิตเซอร์แลนด์	155,243	148,269	143,065
	เดนมาร์ก	150,590	144,834	149,683

ตาราง 2 (ต่อ)

ทวีป	ประเทศ	2553	2552	2551
	ฟินแลนด์	131,534	156,000	155,143
	นอร์เวย์	124,585	121,575	124,600
	ออสเตรเลีย	87,333	85,786	80,561
	เบลเยียม	81,122	80,420	76,132
	สเปน	70,730	75,362	80,369
	ไอร์แลนด์	58,697	65,530	73,380
	อื่นๆ	101,074	95,699	100,548
	รวม	4,341,443	4,059,988	3,984,614
อเมริกา	สหรัฐอเมริกา	620,716	627,074	669,097
	แคนาดา	165,325	169,482	180,900
	บราซิล	20,988	17,650	16,805
	อาร์เจนตินา	10,540	7,458	7,132
	อื่นๆ	36,736	31,717	35,083
	รวม	854,305	853,381	909,017
เอเชียใต้	อินเดีย	791,236	614,566	536,964
	บังกลาเทศ	69,585	53,420	46,682
	ปากีสถาน	66,506	63,260	49,169
	ศรีลังกา	49,265	47,138	38,993
	เนปาล	32,473	25,499	20,589
	อื่นๆ	23,442	22,554	18,893
	รวม	1,032,507	826,437	711,290
ออสเตรเลีย	ออสเตรเลีย	716,544	646,705	694,473
	นิวซีแลนด์	93,998	88,398	97,894
	อื่นๆ	2,436	2,357	1,964
	รวม	812,978	737,459	794,331
ตะวันออกกลาง	อิสราเอล	112,801	110,884	108,275
	สหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์	107,323	83,625	95,490
	คูเวต	43,659	44,500	32,130
	อียิปต์	17,895	15,733	14,122
	ซาอุดีอาระเบีย	8,764	10,911	16,489
	อื่นๆ	297,169	218,330	197,824
	รวม	587,611	483,983	464,330

ตาราง 2 (ต่อ)

ทวีป	ประเทศ	2553	2552	2551
แอฟริกา	แอฟริกาใต้	53,319	43,277	48,566
	อื่นๆ	73,685	69,125	70,434
รวม		127,004	112,403	119,000
จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด		15,909,476	14,149,841	14,584,220

ที่มา: สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. 2551-2553.

จากตาราง 2 พบว่าในปี 2553 นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเดินทางเข้ามาที่ประเทศไทย สูงสุดเป็นอันดับ 1 เนื่องจากประเทศมาเลเซียมีพรมแดนติดกับประเทศไทย ทำให้สามารถเดินทางข้ามไปมาได้สะดวก นอกจากนั้น ประเทศมาเลเซียและไทยยังเป็นคู่ค้าอันดับ 2 ของกันและกันในอาเซียน ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับ 1 สำหรับประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงเป็นลำดับที่ 2 คือ ประเทศจีน นักท่องเที่ยวจีน คือนักท่องเที่ยวที่ขณะนี้หน่วยงานต่างๆ ต่างให้ความสนใจ และอยากให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่สุด เพราะนอกจากจะมีประชากรจำนวนมากแล้ว เศรษฐกิจของจีนยังมีทิศทางการเติบโตในทางที่ดีสวนกระแสโลกในปัจจุบัน ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวจีน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนควรให้ความสำคัญ เพราะนอกจากจะเป็นประเทศที่มีระยะทางระหว่างประเทศที่ไม่ไกลกันมากโดยสามารถใช้เวลาในการเดินทางเพียงไม่กี่ชั่วโมงก็สามารถเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แล้วจีนยังมีลักษณะขนบธรรมเนียมประเพณี แบบตะวันออก ที่มีความแตกต่างกันกับประเทศไทยไม่มากนัก ทำให้สามารถเข้าใจถึงความต้องการ ของนักท่องเที่ยวชาวจีน และสามารถช่วยให้กำหนดกลยุทธ์เพื่อตอบสนองความต้องการของชาวจีนได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้จากข้อมูลหรือหลักฐานต่าง ๆ ในอดีตก็แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทย กับประเทศจีนในฐานะเป็นบ้านพี่เมืองน้องต่อกัน และที่สำคัญที่สุดคือแนวโน้มเศรษฐกิจที่เติบโตของประเทศไทย หลังจากจีนเปิดประเทศ มีการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านเศรษฐกิจเป็นระบบเศรษฐกิจแบบตลาด ซึ่งเป็นระบบที่มีเสรีมากขึ้น พร้อมทั้งยังมุ่งเน้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบการขนส่ง ระบบโลจิสติกส์ ระบบการสื่อสาร เป็นต้น และยังมีทุ่มเทพัฒนาในภาคการเงิน ทำให้มีความคล่องตัวพร้อมให้บริการแก่ภาคการผลิต และอีกทั้งยังทุ่มเทพัฒนาด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมต่างๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้ศักยภาพของประชากรจีนเพิ่มสูงขึ้น และพร้อมรับการขยายตัวของการลงทุน(กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์. 2544: ออนไลน์.) ทำให้ประเทศจีนมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว และเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของภูมิภาคและของโลก

ซึ่งเป็นโอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยในปี 2553 GDP ของประเทศจีนเท่ากับ 39.7983 ล้านล้านหยวน ปรับตัวสูงขึ้นจากปี 2552 ถึง 10.3% และมีเงินทุนสำรองเงินตราระหว่างประเทศสูงถึง 2.8473 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, 2554: ออนไลน์)

จากตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนในปี 2552 มีจำนวนลดลง ซึ่งสาเหตุของการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจีน มีผลกระทบโดยตรงมาจากการระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ 2009 ในแถบอเมริกาเหนือที่แพร่กระจายไปในภูมิภาคต่างๆ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการเมืองภายในประเทศของประเทศไทยที่ยังไม่มีเสถียรภาพ ก็ส่งผลกระทบไปยังการท่องเที่ยวเช่นกัน โดยสาเหตุเหล่านั้นถือเป็นปัจจัยทางสังคม หรือภัยธรรมชาติ ซึ่งในบางครั้งนั้นไม่สามารถควบคุมได้ แต่กลับมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวในการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นเรื่องปกติที่หากปีใดเกิดภาวะเหล่านั้น ก็จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในด้านลบทันที แต่ถ้าหากเราตัดปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุม หรือคาดการณ์ได้นั้นออก จะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นแสดงให้เห็นได้ว่า นอกจากปัจจัยทางด้านการเมือง หรือภัยธรรมชาติ ที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่ใช้เป็นเกณฑ์ในการประกอบการตัดสินใจที่จะเลือกมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นส่งผลกระทบต่อรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว

จากจำนวนประชากรในประเทศที่มากที่สุดในโลกคือประมาณ 1,314 ล้านคน และแนวโน้มเศรษฐกิจที่เติบโตของประเทศไทย รวมถึงสถานการณ์การแข่งขันที่รุนแรงจากคู่แข่งที่ต้องการที่จะเข้ามาแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดที่มีอยู่นั้น ทำให้ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องร่วมมือกันส่งเสริมการตลาด และต้องปรับตัวรับการแข่งขันให้ทันในทุกสถานการณ์ โดยในแต่ละส่วนนั้นจำเป็นที่จะต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว และมีข้อมูลที่สามารถช่วยในการตัดสินใจให้สอดคล้องกับฤดูกาล แนวโน้ม และโอกาสทางเศรษฐกิจ ที่มีอยู่ในตลาด เพื่อให้การดำเนินงานต่าง ๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มความคุ้มค่าในงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวของภาครัฐ และเป็นการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับภาคเอกชน ส่งผลให้เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศมากยิ่งขึ้น

ดังนั้นในการศึกษานี้จึงมุ่งเน้นในการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อช่วยสนับสนุนทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนให้มีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสถานการณ์ต่างๆที่มีผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความมุ่งหมายงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย
2. เพื่อพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย ช่วงปี 2553-2557

ความสำคัญของการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่างๆ ดังนี้

1. สามารถทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวเงิน และนำไปเป็นข้อมูลให้แก่ภาครัฐและเอกชน ในการกำหนดนโยบาย หรือกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อหาวิธีที่จะดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเงินตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับภาคเอกชน ส่งผลให้เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศมากยิ่งขึ้น

2. สามารถนำค่าการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทยไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการและภาครัฐบาลในการวิเคราะห์และวางแผน ให้สอดคล้องกับแนวโน้ม และโอกาสทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในตลาด สามารถนำข้อมูลไปใช้ในด้านการศึกษาตัดสินใจลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว และสำหรับการวางแผนการตลาดในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีอยู่

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรประเทศจีน โดยไม่รวมเขตบริหารพิเศษฮ่องกง

แหล่งข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลนั้นๆ เป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี 2541 - 2552 โดยรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ รายงานสถิตินักท่องเที่ยวรายปีของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานเศรษฐกิจรายเดือนของธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงบประมาณและธนาคารโลก

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ในการศึกษาคั้งนี้ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ดังนี้

- 1.1 รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน
- 1.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา
- 1.3 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย
- 1.4 งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว
- 1.5 สภาพการณ์ภายในประเทศไทย

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. จำนวนนักท่องเที่ยวจีน หมายถึง ประชากรของประเทศจีนโดยไม่รวมเขตบริหารพิเศษฮ่องกง ที่เดินทางมายังประเทศไทย และไม่ได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำและที่ไม่ใช่การมาทำงานประจำหรือการศึกษาต่อในช่วงปี 2541-2552

2. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน หมายถึง รายได้ประชาชาติแท้จริงของประเทศจีน เฉลี่ยต่อจำนวนประชากรจีนที่ได้รับการจ้างงานในช่วงปี 2541-2552 มีหน่วยเป็นหยวน

3. อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตรา หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราโดยปรับหน่วยเป็นบาทต่อ 1 หยวน ในช่วงปี 2541-2552 ซึ่งข้อมูลนี้เป็นอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร ทั้งหมด 17 ธนาคาร คือธนาคารกรุงเทพ จำกัด (มหาชน), ธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน), ธนาคารกสิกรไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารเกียรตินาคิน จำกัด (มหาชน), ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารทีสโก้ จำกัด (มหาชน), ธนาคารซีไอเอ็มบี ไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), ธนาคารธนชาติ จำกัด (มหาชน), ธนาคารนครหลวงไทย จำกัด (มหาชน), ธนาคารยูโอบี จำกัด (มหาชน), ธนาคารสแตนดาร์ดชาร์เตอร์ (ไทย) จำกัด (มหาชน), ธนาคารสินเอเซีย จำกัด (มหาชน), ธนาคารซีทีแบงก์, ธนาคารเอสบีซี และธนาคารออมสิน มีหน่วยเป็นบาท

4. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย หมายถึง ตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าและบริการในประเทศไทย ช่วงปี 2541-2552 ตามคุณภาพที่กำหนดไว้ในปริมาณคงที่ซึ่งผู้บริโภคซื้อหามาบริโภคเป็นประจำ ในระยะเวลาหนึ่งเปรียบเทียบกับอีกระยะเวลาหนึ่งที่กำหนดไว้เป็นปีฐาน โดยกำหนดให้ปี 2550 เป็นปีฐาน

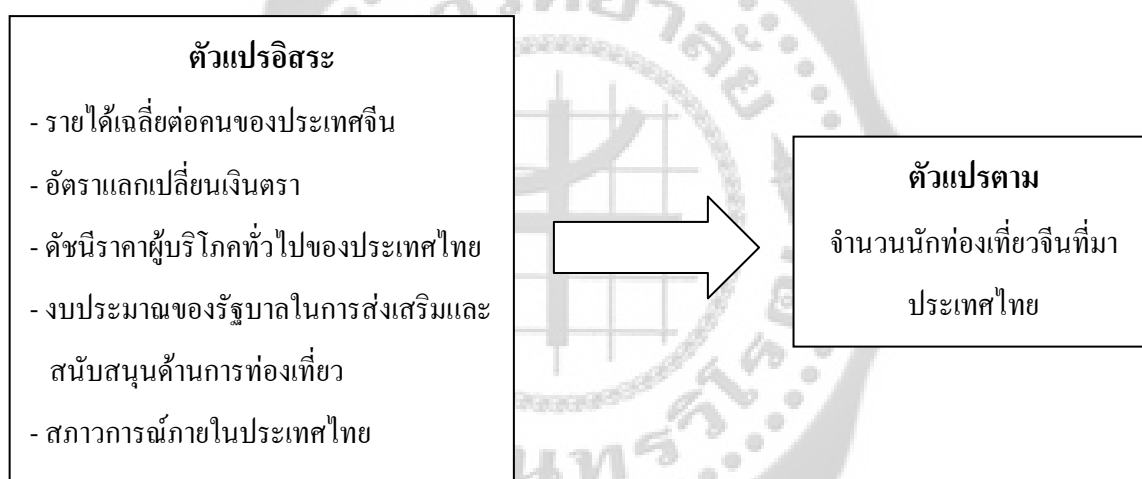
5. งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว หมายถึง งบประมาณรายจ่ายในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ช่วงปี 2541-2552 โดยอยู่ในแผนงานด้านการพาณิชย์และการท่องเที่ยว สาขาการเพิ่มรายได้ทางการท่องเที่ยวของงบประมาณรายจ่ายประจำปี เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่การท่องเที่ยวในตลาดต่างประเทศและในประเทศ สนับสนุน

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว และพัฒนามาตรฐานคุณภาพด้านการให้บริการและบุคลากรในธุรกิจโรงแรม และการท่องเที่ยว และธุรกิจบริการอื่น ๆ มีหน่วยเป็นบาท

6.สภาวะการณ์ภายในประเทศไทย หมายถึง เหตุการณ์ที่สร้างหรือลดความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวจีนในช่วงปี 2541-2552 โดยสภาวะการณ์ปกติ คือ ไม่มีเหตุการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความไม่ปลอดภัยในการท่องเที่ยวเกิดขึ้นในประเทศไทย และสภาวะการณ์ไม่ปกติ คือ เกิดเหตุการณ์ที่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยในการท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น การเมือง ภัยธรรมชาติ และการระบาดของโรค ภายในประเทศไทย

กรอบแนวความคิดในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวความคิดเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ต้องการศึกษา ดังนี้



ภาพประกอบ 1 แนวคิดในการวิจัย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และในทางกลับกันหากรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนลดต่ำลง จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยลดลงด้วย

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อหยวนเพิ่มสูงขึ้น (ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง) ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้สินค้าและบริการต่างๆเกี่ยวกับการ

ท่องเที่ยวในประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวจีนมีราคาถูกลง ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น แต่หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อหยวนลดลง (ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น) ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง

3. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยลดลง ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น แต่หากดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง

4. งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่องบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และในทางกลับกันหากงบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวลดลง จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยลดลงด้วย

5. สภาพการณ์ภายในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อสภาพการณ์ภายในประเทศไทยปกติ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนมีความมั่นใจในการที่จะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยมากขึ้น และหากเกิดสภาพการณ์ไม่ปกติขึ้น ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวทางการวิจัย โดยสรุปรวมเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
 - 1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์
 - 1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งออก
 - 1.4 ข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของประเทศไทย
2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว
 - 2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว

1. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว(Tourism) คือ การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างๆ ตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้เป็นสากล 3 ประการ (Alister and Geoffrey. 2006 : 11-14) คือ

1. เป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

การท่องเที่ยวจึงหมายถึง การเดินทางจากถิ่นที่อยู่อาศัยปกติ หรือถิ่นที่พำนักถาวร ไปยังที่อื่นด้วยความสมัครใจ และเป็นการเดินทางชั่วคราวโดยเวลาพำนัก ณ สถานที่นั้นๆ ชั่วระยะเวลาหนึ่ง ตามวัตถุประสงค์ต่างๆที่มีไว้เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ (ทิพวรรณ พุ่มมณี. 2550 : 19)

การท่องเที่ยว(Tourism) หมายถึง ผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจ รัฐบาล ผู้เป็นเจ้าของบ้านและชุมชนผู้เป็นเจ้าของบ้าน ในกระบวนการดึงดูดและต้อนรับจับคู่กับนักท่องเที่ยวและผู้มาเยือนอื่นๆ (จันทน์ วรรณถนอม. 2552 : 21)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวโดยภาพรวม

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลก และเป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว ในหลายประเทศอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในอันดับที่ 1-3 ของประเทศนั้นๆ (ฉันทิช วรรณณอม. 2552 : 100) ข้อเท็จจริงดังกล่าวนี้สอดคล้องกับความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งในรอบหลายทศวรรษที่ผ่านมาสามารถรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในลำดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับรายได้จากการส่งสินค้าออกอื่นๆ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในตลอดหลายสิบปีที่ผ่านมา ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ถือเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ (Alistar and Geoffrey. 2006 :125-136)และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ชุมชนและท้องถิ่น ซึ่งในภาพรวมแล้วจะนำไปสู่การสร้างเสริมความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และความมีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ ในขณะที่ในแง่ทางสังคมนั้น จะทำให้เกิดการพัฒนาสาธารณสุขูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยว ยกย่องคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ ให้ดีขึ้น รวมทั้งช่วยปลูกจิตสำนึกให้ประชาชนมีความรู้สึกรักและหวงแหนทรัพยากรการท่องเที่ยวในท้องถิ่นของตน จะนำมาซึ่งการอนุรักษ์ ฟื้นฟู และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีจิตสำนึก นอกจากนี้การเดินทางท่องเที่ยวยังเป็นการเปิดโลกทัศน์ให้แก่นักท่องเที่ยว ได้นำความรู้และประสบการณ์จากการเดินทางมาปรับใช้ในการพัฒนาชีวิต และสังคมให้ดีขึ้น นำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

สภาการเดินทางและการท่องเที่ยวโลก(World Travel & Tourism Council-WTTC) ซึ่งมีสำนักงานใหญ่อยู่ ณ กรุงลอนดอน ประเทศสหราชอาณาจักร ได้สร้างภาพความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เป็นที่เข้าใจได้โดยง่าย (สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2546: ออนไลน์) กล่าวคือ เขาได้เปรียบเทียบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเหมือนกับภูเขาน้ำแข็งมหึมาที่ลอยอยู่ในมหาสมุทร ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามความเข้าใจของบุคคลทั่วไปจะมองเห็นแต่เพียงเรื่องของการขนส่ง ที่พัก การจัดเลี้ยง การบันเทิง นันทนาการหรือบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งเปรียบเหมือนยอดของภูเขาน้ำแข็งที่เห็นลอยอยู่เหนือน้ำ แต่ตามความเป็นจริงแล้ว ภาคเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีขนาดใหญ่โตมโหฬารที่บุคคลส่วนใหญ่ไม่เข้าใจ หรือมองไม่เห็น เปรียบเหมือนฐานส่วนล่างของภูเขาน้ำแข็งที่จมอยู่ใต้น้ำ ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่าส่วนที่มองเห็นเหนือผิวน้ำ กล่าวคือยังมีภาคเศรษฐกิจ หรือภาคการผลิตอื่นๆ อีกมากมายมหาศาลที่ช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการเดินทางและท่องเที่ยว เช่น การจัดหาเกี่ยวกับเรื่องอาหารและเครื่องดื่ม น้ำมันสำหรับ

ยานพาหนะ การพิมพ์หรือการพิมพ์โฆษณา บริการด้านการเงิน สาธารณูปโภค เป็นต้น ดังนั้นการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว หรือการใช้บริการด้านต่างๆ ย่อมมีผลส่งไปถึงภาคการผลิตและบริการอื่นๆ อย่างกว้างขวาง ดังนั้นจากที่กล่าวมาทั้งหมด จึงขอสรุปความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมือง (จันทซ์ วรรณถนอม, 2552 : 100-103) ดังนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ
2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชาชนอย่างกว้างขวางสร้างงานสร้างอาชีพมากมาย
3. การท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างสูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดก็จะต้องมีการใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ซื้อสินค้าพื้นเมือง จะมีการใช้วัสดุพื้นบ้าน มาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก แม้จะเป็นรายได้เล็กน้อยๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมากๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ
4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย เพราะประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการด้านการขนส่งยังสามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมากขึ้นเรื่อยๆ แต่ค่าโดยสารถูกลง ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงเท่านั้น
5. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสนับสนุนฟื้นฟูอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณีซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว และยังช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกทางไปที่ใดจะต้องมั่นใจว่ามีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน
6. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ เมื่อเกิดการเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่ง ไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พื้นที่จะช่วยกันสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ๆ ในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น เกิดโรงแรม กิจการ สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ซึ่งเป็นลักษณะการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติกับการท่องเที่ยวของไทยในช่วงปี 2541-2552

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม เป็นหน่วยงานวางแผนแม่บทด้านการพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เพื่อเสนอให้รัฐบาลพิจารณาให้เป็นเครื่องมือประกอบการบริหารประเทศ ได้ตระหนักในความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและกำหนดแนวทางและมาตรการอย่างชัดเจนในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ให้สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ดังต่อไปนี้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (ปี 2540-2544)

ในการดำเนินงานตามแผนการหลักพัฒนาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้มีการจัดทำแผนปฏิบัติงานในแต่ละปีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของแผนหลักที่ตั้งเป้าหมายไว้ เนื่องจากนโยบายการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 มุ่งเน้นให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนและเพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแผนที่กำหนดให้ “คน” เป็นศูนย์กลางของการพัฒนา โดยใช้ประชาชนทุกกลุ่มมีส่วนร่วมในการพัฒนาการท่องเที่ยวทุกระดับและเกิดความสมดุลทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และสิ่งแวดล้อม โดยนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตลอดช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 8 (ฉันทัช วรรณถนอม. 2552: 355-356) มีดังนี้

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกชาติสืบไป

2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่นให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไขหรือป้องกันปัญหาการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยให้บริการ อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วยโครงข่าย คอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ และให้ความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ทั้งในด้านการ พัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคนี้

4. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ มีความรักความหวงแหนและช่วยทำนุ บำรุงทรัพย์มรดกทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอปอ้อมอารี ให้การต้อนรับ นักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีสืบไป เพื่อรองรับนโยบายการเปิดเสรีด้านการบริการ ตลอดจน สนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

5. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับความ ค้ำจุนคุ้มครอง รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันในมาตรฐานการบริการท่องเที่ยวต่างๆ ดำเนินไปอย่างมี คุณภาพควบคู่กับการกวดขันให้ความคุ้มครอง รักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่อง ต่อไป รวมทั้งให้การสนับสนุนการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์โดยรวมของชาติและ องค์การ โดยพิจารณาตามความจำเป็นและเหมาะสม

6. สร้างค่านิยมให้คนไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยวและใช้จ่ายใช้สอยภายในประเทศ และเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มขึ้นยิ่งขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงถึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแต่ละแห่งอันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

ปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในระยะแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 มีอยู่หลายประการ คือ

1. การดำเนินแผนงานระหว่าง ททท.และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องยังติดขัดในระดับนโยบาย ซึ่งทำให้ไม่สามารถมีแผนและงบประมาณที่สอดคล้อง และสนับสนุนให้เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ

2. ในการสร้างความเข้าใจกับบุคลากร ทั้งใน ททท. หน่วยงานราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับสภาพปัญหาการท่องเที่ยว การเผยแพร่วิสัยทัศน์ พันธมิตรใหม่ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายพันธมิตร เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกันอย่างมีระบบ มีประสิทธิภาพ และมีการแก้ไขปัญหาพร้อมกัน ยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณทำให้ไม่สามารถเผยแพร่ได้อย่างทั่วถึง

3. ภาคเอกชนยังไม่มีเอกภาพและแผนงานร่วมกัน อีกทั้งยังคาดหวังแผนงานที่หวังผลทางธุรกิจในระยะสั้น มากกว่าการมองวิสัยทัศน์ในระยะยาว

4. การบริหารของรัฐในช่วงดังกล่าวเป็นการบริหารแบบต่างคนต่างทำ ทั้งในส่วนกลาง และส่วนท้องถิ่น ขาดการประสานงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ไม่มีแผนงานงบประมาณด้านการท่องเที่ยว ไม่มีการติดตามประเมินผล ดังนั้น เป้าหมายที่ตั้งไว้จึงอาจกลายเป็นความฝันที่ยังมีอาจจะบรรลุได้

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9 (ปี 2545-2549)

รัฐบาลกำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในยุทธศาสตร์การเสริมสร้างสมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยจะพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่การจ้างงาน การกระจายรายได้สู่ชุมชนและนำไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน และแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 นี้ ถือเป็นฉบับแรกที่ได้ระบุเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวสู่คุณภาพแทนการพัฒนาที่มุ่งเน้นเฉพาะการเพิ่มปริมาณเหมือนแผนที่ผ่านมา โดยนโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตลอดช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 (ฉันทช วรรณถนอม, 2552: 380-381) มีดังนี้

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ สร้างงานให้กับประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ รวมทั้งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคตามนโยบายรัฐบาล

2. ส่งเสริมและพัฒนาการดำเนินงานด้านการตลาดเชิงรุก การเพิ่มตลาดใหม่และตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อเร่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และ

กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวคนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งกำหนดจุดขายของประเทศ ไทยให้มีความชัดเจน

3. ส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือกับทุกฝ่ายทั้งระดับในประเทศและต่างประเทศ ในการส่งเสริม และพัฒนาตลาดท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อร่วมกันจัดอุปสรรคทางการท่องเที่ยว และเป็นหนทางก้าวสู่การ เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย

4. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีด ความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน ที่มีประสิทธิภาพในการ ดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติ ภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความ แข็งแรงขององค์กร ในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

5. เร่งรัดพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว เพื่อรองรับการทำธุรกรรมบน ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต และการดำเนินการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการดำเนินงานด้าน การตลาดด้วยระบบสารสนเทศ โดยมีกลไกในการควบคุมและป้องปรามเพื่อเป็นหลักประกันในการ ป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้น

ในแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในระยะแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 นี้ก็ยังพบกับอุปสรรคและปัญหาที่คล้ายคลึงกับแผนที่ผ่านมา โดยสถาบันวิจัย เพื่อการพัฒนาประเทศไทยได้เสนอรายงานไว้ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552: 356) ว่า “การบริหารของรัฐ ในปัจจุบัน เป็นการบริหารแบบต่างคนต่างทำ ทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ขาดความประสานงาน ร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ไม่มีแผนงานงบประมาณด้านการท่องเที่ยว ไม่มีการติดตามประเมินผล ดังนั้น เป้าหมายที่ตั้งไว้ จึงอาจกลายเป็นความฝันที่ยังมีอาจบรรลุได้ เป้าหมายนี้ยังรอคอยแผนปฏิบัติ การที่มีความสมบูรณ์ของทั้งภาครัฐและภาคเอกชน”

จากรายงานเป็นการยืนยันต่อข้อสรุปในเบื้องต้นว่าปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาและ ส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่มีความแตกต่างกันแต่อย่างใด กล่าวคือยังคงเป็นลักษณะการบริหาร แบบต่างคนต่างทำ ขาดการประสานงาน และ ไม่มีการติดตามประเมินผล จึงทำให้ไม่สามารถบรรลุ เป้าหมายที่ตั้งไว้เท่าที่ควร เพราะการบริหารของรัฐในปัจจุบันเป็นการบริหารแบบแยกส่วนทั้งใน ส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 10 (ปี 2550-2554)

แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ยังคงยึดคนเป็นศูนย์กลางของการพัฒนา และยึดหลักปรัชญาเศรษฐกิจ พอเพียงเป็นปรัชญานำทางในการบริหารและพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 โดยมีการขับเคลื่อนให้บังเกิดผลในทางปฏิบัติในแต่ละยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 ที่ชัดเจน ยิ่งขึ้น โดยคำนึงถึงประเด็นที่สำคัญ คือ การดำเนินการในทางสายกลาง ความสมดุลและความยั่งยืน ความพอประมาณอย่างมีเหตุผล การมีภูมิคุ้มกันและรู้เท่าทันโลกและการเสริมสร้างคุณภาพคน โดย

นโยบายการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตลอดช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 10 (ฉันทิช วรรณถนอม. 2552: 347-348) มีดังนี้

1. พัฒนาประเทศไทยให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพและยั่งยืน มีมาตรฐานความปลอดภัยและบริการระดับสากล เน้นเอกลักษณ์และวัฒนธรรมไทยควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ รวมทั้งพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วย

2. ส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพ

3. พัฒนารัฐกิจบริการที่มีศักยภาพสร้างโอกาสการขยายฐานการผลิตและการตลาดระดับภูมิภาค โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาความเข้มแข็งของผู้ประกอบการ และส่งเสริมบรรยากาศการลงทุน เพิ่มความหลากหลายของธุรกิจบริการ เพิ่มมูลค่า เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาฝีมือแรงงาน เชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกันให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยวรวมทั้งสินค้าบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรม และภูมิปัญญาไทยที่เชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

4. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนโดยรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่ และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งจัดตั้งเศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยวและกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภูมิภาคและกลุ่มจังหวัดให้เหมาะสมและเกื้อกูลกัน

5. พัฒนาด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาด และกำหนดกลยุทธ์เพื่อสนับสนุนจุดขายที่มีความโดดเด่นของไทยให้เป็นศูนย์กลางระดับโลก โดยเฉพาะความพร้อมของการให้บริการทางด้านการศูนย์กลางการประชุม และแสดงสินค้านานาชาติ และศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

ลักษณะของปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีสาระสำคัญไม่แตกต่างกัน คือยังคงเป็นลักษณะการบริหารแบบต่างคนต่างทำ ขาดการประสานงาน และไม่มีติดตามประเมินผล จึงทำให้ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ และในระยะแผนพัฒนาฯ ที่ผ่านมาทั้งหมด ถึงแม้จะมีการระบุโครงสร้างองค์กรภาครัฐ และองค์กรภาคเอกชนที่เข้ามาบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ไม่ได้กำหนดกลไกและเครือข่ายการบริหารไว้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะในเรื่องบทบาท อำนาจหน้าที่และการประสานงาน หรือการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างองค์กรภาครัฐ องค์กรภาคเอกชน และชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

เหตุการณ์และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวของไทยในช่วงปี 2541-2552

ปี 2540-2542 เกิดวิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย ซึ่งได้เริ่มขึ้นในประเทศไทย และส่งผลกระทบต่อไปทั่วทั้งภูมิภาค วิกฤตนี้ส่งผลให้ค่าเงินบาทตกต่ำ ทำให้ธุรกิจจมน้ำเที่ยวต่างประเทศ ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง แต่ธุรกิจจมน้ำเที่ยวภายในประเทศ จะรุ่งเรือง เพราะค่าเงินจากต่างประเทศสามารถแลกเป็นเงินไทยได้มาก และเกิดการรวมตัวกันเพื่อการทำธุรกิจร่วมกันเพื่อความอยู่รอด แต่วิกฤตที่เกิดขึ้นก็ส่งผลให้มีการเลิกจ้างพนักงาน แต่ในส่วนของภาครัฐ ได้วางแผนในการลดความเสี่ยงและไม่คงงบประมาณด้านการทำการตลาด ที่สำคัญคือไม่ได้ตัดความสัมพันธ์ของพันธมิตรด้านการท่องเที่ยว ซึ่งได้รับผลกระทบจากวิกฤตเช่นเดียวกัน กิจกรรมสำคัญที่ทางภาครัฐได้จัดขึ้นเพื่อจะฟื้นคืนจากวิกฤตครั้งนี้ คือ แคมเปญ Amazing Thailand ระหว่างปี 2541-2542 แต่ว่าโครงการนี้ได้ใช้งบประมาณประจำปีตามปกติเท่านั้น ไม่ได้มีการสนับสนุนพิเศษจากรัฐบาล (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552: 364-365)

ในปี 2543 การท่องเที่ยวกลับมาดีขึ้น โดยมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวเดินทางระหว่างประเทศเฉลี่ยร้อยละ 7 เนื่องจากมีการเฉลิมฉลองการก้าวเข้าสู่สหัสวรรษใหม่ ซึ่งกิจกรรมต่างๆเกิดขึ้นมากมายส่งผลให้เศรษฐกิจและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคึกคัก และในปี 2544 เป็นอีกปีที่เกิดวิกฤตการณ์ขึ้นหลายอย่าง ซึ่งล้วนแล้วแต่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกทั้งสิ้น โดยเริ่มจากการชะลอตัวทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายเดือนแรกของปี ประเทศที่ประสบกับวิกฤตการณ์นี้เป็นประเทศมหาอำนาจทางเศรษฐกิจ อาทิ ญี่ปุ่น เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรป ซึ่งล้วนแล้วแต่เป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางออกไปท่องเที่ยวตามภูมิภาคต่างๆ และเหตุการณ์สำคัญที่สะเทือนใจคนทั้งโลก คือ เหตุการณ์วินาศกรรม 11 กันยายน เกิดการก่อการร้ายในสหรัฐอเมริกา โดยคนร้ายใช้เครื่องบิน 2 ลำชนดัก World Trade เหตุการณ์นี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือกที่จะมาท่องเที่ยวในประเทศที่มีความเสี่ยงต่ำเรื่องการก่อการร้าย (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552: 366-367)

รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวอย่างมากในปี 2545 มีการคิดค้นกลยุทธ์ โดยมุ่งเป้าหมายให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชีย มุ่งไปสู่การท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ได้มีการอนุมัติงบประมาณเพื่อขึ้น เพื่อให้บริการถึงจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่คาดหวัง ทำให้การท่องเที่ยวภายในประเทศได้ถูกกระตุ้นเป็นอย่างมาก โครงการสำคัญโครงการหนึ่งคือการพัฒนาเกาะช้างเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวตามแนวทางการบูรณาการ และในปี 2546 ประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤตโรคซาร์ โดยเริ่มจากประเทศจีนระบาดมายังไทย เวียดนาม และแคนาดา ตามลำดับ ประเทศที่เป็นพื้นที่เกิดโรคระบาดอย่างประเทศไทย ต้องเพิ่มการตรวจเป็นพิเศษเพื่อป้องกันการระบาดเพิ่ม ทำให้เกิดความไม่สะดวกสบายในการเดินทางเข้ามา เป็นเหตุให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจในความปลอดภัยหากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศ และยังมีสถานการณ์สงครามอ่าวระหว่างสหรัฐอเมริกากับอิรัก ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทยลดต่ำลง

เหตุการณ์สำคัญที่เกิดขึ้นในปี 2547 ที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวมีมากมาย ทั้งการระบาดของโรคไข้หวัดนกในเอเชียและทั่วโลก เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบอย่างรุนแรงใน 3 จังหวัดภาคใต้และที่หนักที่สุดก็คือ การเกิดคลื่นยักษ์สึนามิถล่มชายฝั่งอันดามันของไทย ตั้งแต่พังงา กระบี่ ภูเก็ต ตรัง และสตูล มีนักท่องเที่ยวเสียชีวิตจำนวนมาก เหตุการณ์นี้ได้สร้างความเสียหายทั้งชีวิตและทรัพย์สินอย่างมาก สร้างความโศกเศร้าไปทั่วโลกจน ถึงปี 2548 นักท่องเที่ยวยังคงวิตกกังวลกับเหตุการณ์ครั้งนั้น จนส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทยลดลงอย่างต่อเนื่อง (ฉันทิช วรรณถนอม. 2552: 367-371)

ในปี 2549 เกิดเหตุการณ์ปฏิวัติรัฐประหาร ได้มีรัฐบาลจากคณะความมั่นคงแห่งชาตินำโดย พลเอกสุรยุทธ์ จุลานนท์ เป็นนายกรัฐมนตรี เหตุการณ์ช่วงต้นทำให้การท่องเที่ยวชะงักลงไปบ้างแต่ก็ไม่รุนแรงเนื่องจากการเป็นปฏิวัติที่ไม่เสียเลือดเนื้อ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่หว่นวิตกมากนัก และจากการที่ประเทศไทยได้เป็นเจ้าภาพงานราชพลถย์ พิษสวนโลก ทำให้การท่องเที่ยวมีความคึกคักเป็นอย่างมาก และในปี 2550 ยังคงมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยการกลับมาเปิดแคมเปญ Amazing Thailand อีกครั้งหนึ่ง รวมทั้งปรับเปลี่ยนแนวคิดให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนเสริมสร้างความสุขให้แก่คนไทย ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต

จนถึงปี 2551 กลุ่มประชาชนในนามพันธมิตรผู้ที่ไม่เห็นด้วยกับการบริหารประเทศในระบอบทักษิณ ได้ชุมนุมขับไล่รัฐบาลในตอนนั้น โดยการปิดล้อมสนามบินสุวรรณภูมิ ทำให้เที่ยวบินต้องหยุดบิน เกิดการประท้วง สหภาพแรงงานประกาศให้มีการหยุดงานของพนักงานสายการบิน การรถไฟ การไฟฟ้า และสถานศึกษาในเขตรอบๆ สถานที่ชุมนุม ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง มีการยกเลิกการเดินทางเข้ามาด้วยเหตุความไม่สงบในประเทศไทย ประกอบกับแรงบวที่ระบบเศรษฐกิจโลกกำลังตกต่ำอย่างรุนแรงและเลวร้ายที่สุด ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถึงจุดต่ำสุดและเหตุการณ์ยังคงไม่กลับมาสู่สภาพปกติ เพราะไม่นานหลังเกิดเหตุการณ์ปิดล้อมสนามบินสุวรรณภูมิก็เกิดเหตุสงกรานต์ตีปีโยค เมษายน ปี 2552 ภายหลังจากมีการเปลี่ยนรัฐบาลในการบริหารประเทศ เหตุการณ์บุกเข้าปิดล้อมและยึดโรงแรมที่ทำการจัดประชุมอาเซียน 3+6 จนต้องล้มเลิก สร้างความเสียหายให้กับประเทศ และยังเกิดวิกฤตซ้ำซ้อนมากมาย คือ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลก เกิดโรคไข้หวัดหมูระบาดในเม็กซิโก สหรัฐอเมริกา และลุกลามไปทั่วโลกไม่เว้นแม้ในประเทศไทย (ฉันทิช วรรณถนอม. 2552: 371-372)

1.2 ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์

ความหมายของอุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึง ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่มีผู้ต้องการซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆกันของสินค้าชนิดนั้น หรือระดับรายได้ต่างๆของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่างๆของสินค้าชนิดอื่นที่

เกี่ยวข้องกับ ภายใต้อำนาจซื้อ (Purchasing power) ร่วมกับความต้องการซื้ออยู่ด้วย (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน. 2536: 22)

อุปสงค์ หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคพร้อมกับความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าว ถ้าเป็นความต้องการที่เกินกว่าอำนาจซื้อ เราไม่เรียกว่าอุปสงค์หรือเราอาจเรียกปริมาณเสนอซื้อที่พร้อมด้วยอำนาจซื้อว่าเป็น effective demand และเรียกความต้องการซื้อที่ยังไม่พร้อมด้วยอำนาจซื้อ หรือการมีอำนาจซื้อแต่ยังไม่มีความต้องการซื้อว่าเป็น potential demand (David. 2004: 84)

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ (Determinants of demand)

สิ่งที่มีอิทธิพลทำให้อุปสงค์สำหรับสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ (รัตน สาขคณิต. 2549 : 53-55) ดังต่อไปนี้คือ

1. ราคาสินค้าชนิดนั้น เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้นจะซื้อสินค้านั้นลดลงแต่ถ้าราคาลดลงจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น เรียกว่าเป็นผลของราคา เป็นผลสืบเนื่องมาจากสาเหตุ 2 ประการ คือ

1.1 เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกที่สินค้าชนิดนั้นมีราคาถูกลงเมื่อเทียบกับราคาสินค้าชนิดอื่นๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดอื่นลง แล้วหันมาบริโภคสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นแทนการบริโภคสินค้าชนิดอื่นที่ลดลง ในทางตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นสูงขึ้นผู้บริโภคจะรู้สึกที่สินค้าชนิดนั้นมีราคาแพงขึ้นเมื่อเทียบกับราคาสินค้าชนิดอื่นๆ จึงลดการบริโภคสินค้าชนิดนั้นลงแล้วหันมาบริโภคสินค้าชนิดอื่นเพิ่มขึ้น เราเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากเปลี่ยนแปลงในราคาเปรียบเทียบ (Relative price) ของสินค้าว่าผลของการใช้แทนกัน (Substitution effect)

1.2 เมื่อราคาสินค้าชนิดนั้นลดลง ผู้บริโภคจะรู้สึกเหมือนกับว่าเขามีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เพราะรายได้จำนวนเท่าเดิมจะมีอำนาจซื้อมากขึ้น ดังนั้นเขาจึงซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นในทางตรงกันข้ามถ้าราคาสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะรู้สึกเหมือนกับว่าเขามีรายได้ลดลง ทั้งนี้เพราะรายได้จำนวนเดิมจะซื้อสินค้าได้น้อยลง ดังนั้นเขาจึงซื้อสินค้านั้นลดลง เราเรียกผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณการบริโภคอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงในอำนาจซื้อของเงินรายได้ว่า ผลของรายได้ (Income effect)

2. รายได้ของผู้บริโภค เมื่อรายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมักทำให้ผู้บริโภคจ่ายซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลงไปด้วยโดยทั่วไปเมื่อรายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น และเมื่อรายได้ลดลงก็จะซื้อสินค้านั้นลดลง ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของรายได้จะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อเล็กน้อยเพียงโดยอ้อมแล้วแต่ชนิดของสินค้า โดยปกติการเปลี่ยนแปลงในรายได้ของผู้บริโภคจะมีผลกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าที่จำเป็นในการดำรงชีพน้อย แต่จะกระทบต่อปริมาณการซื้อสินค้าฟุ่มเฟือยมาก ทั้งนี้เพราะไม่ว่าผู้บริโภคมียาได้มากหรือน้อยเพียงใดก็มักจะต้องขวนขวายหาซื้อ

สินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตให้เพียงพอกับความต้องการก่อน ซึ่งเมื่อสินค้าดังกล่าวเพียงพอแล้ว แม้จะมีรายได้เพิ่มขึ้นอีก เช่น ข้าว โดยปกติเมื่อคนมีข้าวรับประทานครบวันละ 3 มื้อแล้ว แม้จะมีรายได้เพิ่มขึ้นอีกเท่าใดก็จะไม่ซื้อข้าวมารับประทานเพิ่มอีก ซึ่งตรงกันข้ามกับกรณีของสินค้าฟุ่มเฟือย เช่น เครื่องสำอาง เครื่องประดับและเครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ คนเราจะต้องการซื้อมากขึ้นเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม มีสินค้าบางชนิดที่ผู้บริโภคต้องการซื้อมากขึ้นเมื่อรายได้ลดลง และต้องการซื้อลดลงเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น สินค้าดังกล่าวได้แก่ สินค้าที่มีคุณภาพต่ำ เช่น บะหมี่กึ่งสำเร็จรูป เสื้อผ้า และบริการรถเมล์ เป็นต้น

3. ระดับราคาสินค้าชนิดอื่น ปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคจะซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลงนอกจากจะถูกกำหนดโดยราคาสินค้าชนิดนั้น ระดับรายได้ของผู้บริโภคแล้วยังถูกกำหนดโดยสินค้าชนิดอื่นๆด้วย ทั้งนี้เพราะสินค้าชนิดต่างๆที่ซื้อขายในตลาดมีความสัมพันธ์กัน กล่าวคือ สินค้าบางชนิดใช้แทนกันได้ สินค้าบางชนิดต้องใช้ร่วมกัน ดังนั้นการที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากขึ้นเพียงใดจึงต้องพิจารณาถึงสินค้าชนิดอื่นๆที่มีความสัมพันธ์กันด้วย เช่น ถ้าราคาเนื้อหมูสูงขึ้นในขณะที่ราคาเนื้อสัตว์ชนิดอื่นๆคงเดิมผู้บริโภคจะซื้อเนื้อหมูลดลง เพราะสามารถหันไปซื้อเนื้อสัตว์ชนิดอื่นๆ มารับประทานแทนได้ ถ้าราคาน้ำมันเบนซินสูงขึ้นเจ้าของรถยนต์ก็หันมาใช้แก๊สหรือน้ำมันโซล่าแทนได้ แต่ถ้าน้ำมันทุกชนิดและแก๊สขึ้นราคาด้วยก็อาจกระทบต่อปริมาณการซื้อรถยนต์ได้ ทั้งนี้เพราะรถยนต์ต้องใช้ร่วมกับน้ำมันเชื้อเพลิง อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลง ในราคาสินค้าชนิดหนึ่งจะกระทบกระเทือนต่ออุปสงค์ของสินค้าชนิดอื่นๆ มากน้อยเพียงใดย่อมขึ้นอยู่กับระดับความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าชนิดนั้นๆ ถ้าสินค้าชนิดนั้นๆ มีความสัมพันธ์กันมาก ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในสินค้าชนิดหนึ่งต่อปริมาณการซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะมาก เช่น รถยนต์กับน้ำมันเชื้อเพลิงเป็นสินค้าที่จำเป็นต้องใช้ร่วมกันโดยตลอด ดังนั้นเมื่อราคารถยนต์เปลี่ยนแปลงไปจึงมีผลต่อปริมาณการซื้อน้ำมันมาก แต่ถ้าสินค้าชนิดนั้นๆ มีความสัมพันธ์กันน้อย ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงในสินค้าชนิดหนึ่งต่อปริมาณการซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะน้อย เช่น รถยนต์กับฟิล์มกรองแสงเป็นสินค้าที่ไม่จำเป็นต้องใช้ร่วมกันโดยตลอด รถยนต์บางคนอาจไม่ติดฟิล์มกรองแสงก็ได้ ดังนั้นเมื่อรถยนต์มีราคาเปลี่ยนแปลงไป ก็จะไม่ทำให้ปริมาณการซื้อฟิล์มกรองแสงเปลี่ยนแปลงไปมากนัก

4. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมเป็นปัจจัยที่สำคัญมากอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า สินค้าบางอย่างแม้จะมีราคาถูกมาก แต่ถ้าไม่เป็นที่พอใจของผู้บริโภค เขาจะไม่ซื้อสินค้าชนิดนั้น รสนิยมของบุคคลโดยทั่วไปจะแตกต่างกันไปตามอายุ อาชีพ ขนบธรรมเนียมประเพณี ระดับการศึกษา และบุคลิกส่วนตัว โดยปกติรสนิยมในสินค้าต่างๆจะเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ตามยุค ตามสมัย รสนิยมในสินค้าบางประเภทจะเปลี่ยนแปลงได้เร็ว เช่น เครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ แต่รสนิยมในสินค้าบางประเภทจะเปลี่ยนแปลงช้า เช่น เครื่องตกแต่งในบ้านรถยนต์ และอาคารบ้านเรือน เป็นต้น ถ้า

สินค้าใดกำลังอยู่ในสมัยนิยม อุปสงค์ของสินค้านั้นจะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าสินค้านั้นใดล้าสมัย อุปสงค์ของสินค้านั้นจะลดลง ดังนั้นในทางปฏิบัติจะพบว่านักธุรกิจมักต้องปรับปรุงสินค้าของตนให้อยู่ในสมัยนิยมตลอดเวลาเพื่อไม่ให้อุปสงค์ลดลง

5. การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคตเป็นปัจจัยอย่างหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เช่น ถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันพืชจะสูงขึ้นในสัปดาห์หน้า เขาจะรีบซื้อน้ำมันพืชเพิ่มขึ้นตั้งแต่เดี๋ยวนี้ อุปสงค์ของสัปดาห์นี้จึงเพิ่มขึ้นในทางตรงกันข้ามถ้าผู้บริโภคคาดคะเนว่าราคาน้ำมันพืชจะลดลงในอนาคต เขาก็จะชะลอการซื้อน้ำมันพืชไว้ก่อน อุปสงค์ของน้ำมันพืชในสัปดาห์นี้จึงลดลง

6. ขนาดและโครงสร้างของประชากร การเปลี่ยนแปลงในขนาดและโครงสร้างของประชากรจะมีผลทำให้อุปสงค์ของสินค้าเปลี่ยนแปลงไป โดยปกติถ้าจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอุปสงค์ของสินค้าแทบทุกชนิดย่อมเพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะโครงสร้างประชากรด้วย ถ้าการเปลี่ยนแปลงในจำนวนประชากรทำให้โครงสร้างประชากรเปลี่ยนแปลงไป ก็อาจมีผลทำให้อุปสงค์ของสินค้าบางชนิดเพิ่มขึ้น บางชนิดลดลงก็ได้ เช่น ถ้าประชากรส่วนใหญ่เป็นเด็กเพิ่ม แต่ส่วนที่เป็นคนชราลดลง ก็จะทำให้อุปสงค์ของสินค้าของเด็กเพิ่มขึ้นและอุปสงค์ของสินค้าของคนชราลดลง เป็นต้น

7. ปัจจัยอื่นๆ นอกจากปัจจัยต่างๆข้างต้นแล้ว การที่ผู้บริโภคจะมีอุปสงค์ของสินค้ามากน้อยเพียงใดยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ อีกมากมาย เช่น อุปนิสัยในการใช้จ่าย และการออมทรัพย์ของผู้บริโภค ลักษณะการจับเก็บภาษีของรัฐ และอัตราดอกเบี้ยในท้องตลาด เป็นต้น ถ้าผู้บริโภคมีนิสัยมัธยัสถ์ก็จะมีอุปสงค์ต่อสินค้าน้อย แต่ถ้ามีนิสัยสุรุ่ยสุร่ายก็จะมีอุปสงค์ต่อสินค้ามาก หรือถ้ารัฐบาลเรียกเก็บภาษีในอัตราสูง ประชาชนก็จะมีรายได้ที่จะใช้จ่ายซื้อสินค้าน้อยลง อุปสงค์ของสินค้าก็จะลดลง นอกจากนี้อัตราดอกเบี้ยในท้องตลาดก็มีอิทธิพลอย่างมากต่ออุปสงค์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปสงค์ของสินค้าที่ซื้อขายเงินผ่อน ถ้าอัตราดอกเบี้ยต่ำนอกจากจะไม่จูงใจให้ประชาชนออมทรัพย์แล้ว ยังส่งเสริมให้ผู้บริโภคจ่ายซื้อสินค้าเงินผ่อนมากขึ้นด้วย

อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะใช้บริการท่องเที่ยวหรือซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยวสามารถวิเคราะห์จากจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ การวิเคราะห์โดยการกำหนดอุปสงค์เพื่อใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์พหุคูณ ในการประมาณความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์และปัจจัยอื่นๆ ที่กำหนดอุปสงค์ ซึ่งฟังก์ชันอุปสงค์สามารถแสดงได้ดังนี้

$$D = f(x_1, x_2, \dots, x_n)$$

เมื่อ D คือ จำนวนนักท่องเที่ยว และ

x_1, x_2, \dots, x_n คือ ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ซึ่งเป็นตัวกำหนดอุปสงค์

ลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยว

การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวว่าจะมีมากหรือน้อยลง ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้ (สุทธิธัช ชูชาติ. 2546: 18-21) คือ

1. ผันแปรและเปลี่ยนแปลง ตามช่วงเวลา ฤดูกาล และสถานการณ์ ปริมาณของอุปสงค์ หรือความต้องการท่องเที่ยวจะไม่คงที่แน่นอน แต่จะผันแปรและเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลา ฤดูกาล และสถานการณ์

โดยอุปสงค์การท่องเที่ยวจะสูงในช่วงเวลาที่เป็นวันหยุดที่ปราศจากภารกิจการทำงาน เช่น วันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดพักผ่อนยังมีช่วงเวลายาวนานเท่าไร อุปสงค์การท่องเที่ยวก็จะสูงมากขึ้น เพราะการท่องเที่ยวจะเป็นทางเลือกหนึ่งที่มนุษย์นิยมใช้เพื่อการพักผ่อนหรือหาความสนุกสนานรื่นรมย์ ในช่วงเวลาที่ว่างจากภารกิจใดๆ แต่ถ้าเป็นช่วงเวลาของการทำงานหรือการประกอบภารกิจใดๆ จะไม่ก่อให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ส่วนฤดูกาลจะมีผลต่อทรัพยากรท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และเอื้ออำนวยหรืออาจเป็นอุปสรรคต่อการเดินทางท่องเที่ยว อุปสงค์การท่องเที่ยวจึงผันแปรหรือเปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล และสถานการณ์ต่างๆ ที่มีผลต่อความปลอดภัยของสุขภาพ ชีวิตและทรัพย์สินเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่ง ที่มีผลต่ออุปสงค์หรือความต้องการท่องเที่ยว ถ้าในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวใดมีสถานการณ์ไม่สงบ หรือไม่มีความมั่นคงปลอดภัย จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เปลี่ยนแปลงหรือหมดไป ซึ่งโดยทั่วไปแล้วนักท่องเที่ยวจะไม่เดินทางไปยังแหล่งที่มีแนวโน้มว่าจะเกิดอันตราย ไม่ปลอดภัยทั้งจากสถานการณ์การเมืองการปกครอง อาชญากรรม หรือโรคติดต่อร้ายแรง เป็นต้น

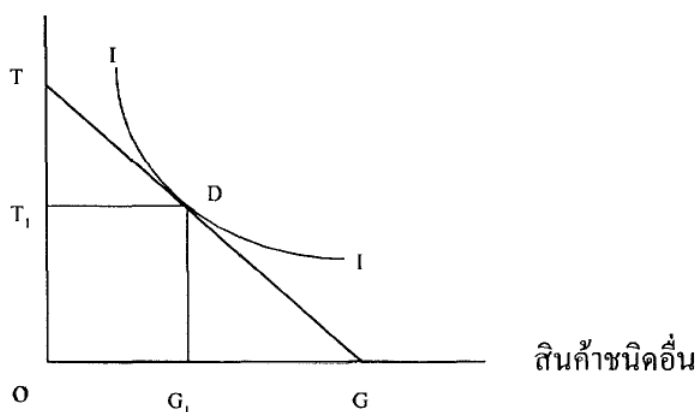
2. รวมตัวหนาแน่นอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม แหล่งท่องเที่ยวใดที่มีความสำคัญ ความงดงามมหัศจรรย์ เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง จะดึงดูดให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวโดยมีจุดหมายปลายทาง ณ แหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวมักมารวมตัวกันเป็นกระจุก หรือหนาแน่น ตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม ในขณะที่เดียวกันแหล่งท่องเที่ยวใดที่ไม่ค่อยเป็นที่นิยม จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนน้อย ไม่สามารถจูงใจให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวมารวมตัวกันหนาแน่นได้

3. ขยายตัวเพิ่มมากขึ้น อุปสงค์การท่องเที่ยวจะขยายตัวควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวอาจเริ่มต้นเดินทางท่องเที่ยวในระยะทางใกล้ๆ ใช้เวลาเดินทางไปกลับเพียงวันเดียว ต่อมาจะเริ่มเดินทางท่องเที่ยวเป็นระยะทางไกลขึ้น มีการพักค้างคืนและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวหรือวันพักค้างคืน เพิ่มจำนวนครั้งของการท่องเที่ยว และเพิ่มค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น รวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวจะมีปริมาณเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นบางช่วงเวลาที่ภาวะเศรษฐกิจโลกตกต่ำ จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวลดลง ทั้งนี้ เพราะการขยายตัวของการท่องเที่ยวจะเป็นไปตามภาวะเศรษฐกิจ

ความสัมพันธ์ของอุปสงค์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับอุปสงค์ของสินค้าและบริการ

อุปสงค์การท่องเที่ยวเกิดจากรายได้หรืองบประมาณและความพอใจที่จะท่องเที่ยวบุคคลสามารถจัดสรรงบประมาณเพื่อใช้ในการท่องเที่ยวหรือใช้ในการซื้อสินค้าและบริการอื่นๆ สามารถแสดงได้โดยเส้นงบประมาณ ความชันของเส้นงบประมาณแสดงถึงความสัมพันธ์ของราคาสินค้าและบริการ แสดงโดยเส้น TG ในภาพประกอบ 2 เส้น OT คือจำนวนนักท่องเที่ยว เส้น OG คือจำนวนสินค้าและบริการ ความสัมพันธ์ของระดับราคาการท่องเที่ยวและราคาสินค้าชนิดอื่น จะมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ผลของการเปลี่ยนแปลงระดับราคาจะทำให้ความชันของเส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงไป การบริโภครายการท่องเที่ยวจะลดลง ถ้ามีการบริโภครายสินค้าและบริการอื่นๆ มากขึ้น เช่นเดียวกันการบริโภครายการท่องเที่ยวจะสูงขึ้น ถ้ามีการบริโภครายสินค้าชนิดอื่นน้อยลง ซึ่งแสดงโดยเส้นความพอใจเท่ากัน (II) บุคคลจะจัดสรรงบประมาณระหว่างการใช้เพื่อการท่องเที่ยวและการเลือกซื้อสินค้าชนิดอื่นๆ ณ จุด D เส้นความพอใจเท่ากันสัมผัสกับเส้นงบประมาณ ผลก็คือมีการท่องเที่ยวเท่ากับ OT_1 และมีการบริโภครายสินค้าชนิดอื่นๆ เท่ากับ OG_1 ณ จุด D บนเส้น TG ไปทางซ้ายบุคคลชอบที่จะท่องเที่ยวมากกว่า และทางขวาของจุด D บุคคลชอบที่จะบริโภครายสินค้าชนิดอื่นมากกว่า

การท่องเที่ยว

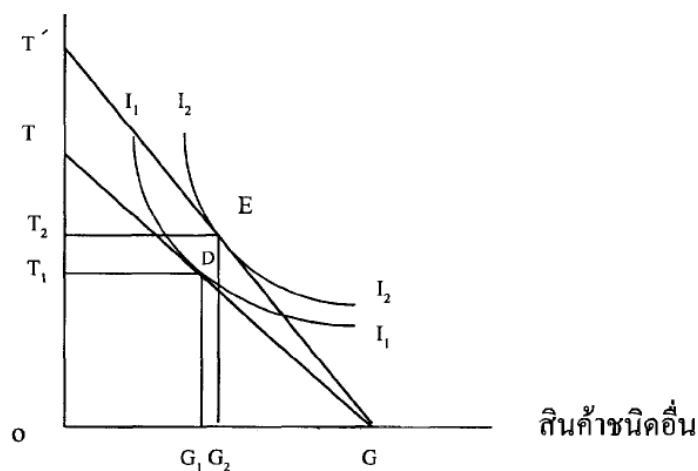


ภาพประกอบ 2 การบริโภครายการท่องเที่ยวและการบริโภครายสินค้าชนิดอื่น

การเปลี่ยนแปลงราคาที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

การพิจารณาผลของการเปลี่ยนแปลงราคาที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ราคาสินค้าและบริการกับอุปสงค์ จะมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม นั่นคือ ถ้าราคาสินค้าลดลงจะทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้น แต่ถ้าราคาสินค้าเพิ่มขึ้นจะทำให้อุปสงค์ลดลง ผลของการลดลงของราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวแสดงได้ในภาพประกอบ 3

การทอ้งเที่ยว



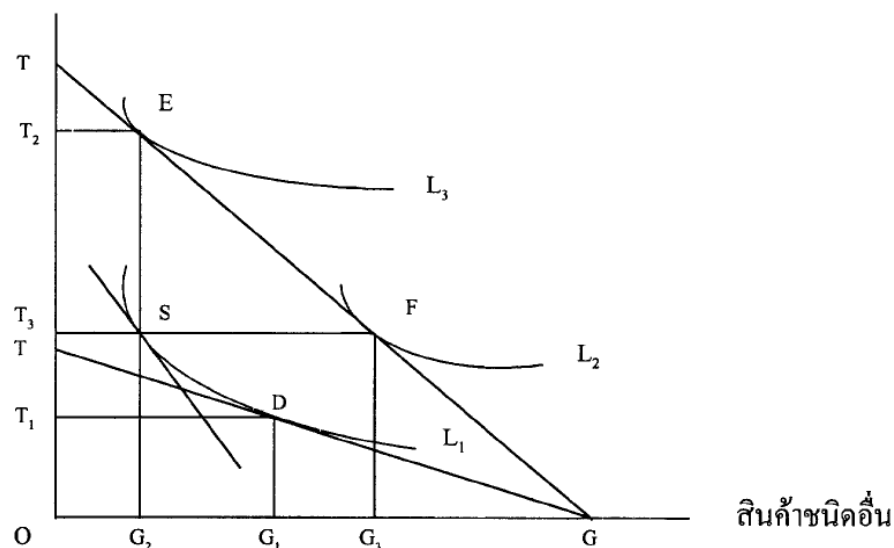
ภาพประกอบ 3 ผลการลดราคาทางการทอ้งเที่ยว

บุคคลสามารถใช้จ่ายเพื่อการทอ้งเที่ยวได้สูงสุดที่ OT' และใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าได้สูงสุดที่ OG เมื่อกำหนดให้งบประมาณคงที่ ภายหลังจากการลดราคาแสดงโดยเส้น $T'G$ ในภาพ โดยจุดดุลยภาพจะเปลี่ยนจากจุด D ไปสู่จุด E เมื่อราคาทางการทอ้งเที่ยวลดลงมีผลทำให้บุคคลมีอุปสงค์ที่จะทอ้งเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยมีการใช้จ่ายเพื่อทอ้งเที่ยวจำนวน OT_2 และใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอื่นจำนวน OG_2 ในทางตรงกันข้าม OT_1 และ OG_1 เป็นการใช้จ่ายก่อนราคาทางการทอ้งเที่ยวและราคาสินค้าอื่นจะลดลง

การเปลี่ยนแปลงรายได้ที่มีผลต่อการทอ้งเที่ยว

บุคคลเลือกที่จะใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เพื่อทอ้งเที่ยวหรือเพื่อบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ ถ้าบุคคลเลือกใช้จ่ายเพื่อทอ้งเที่ยวทั้งหมด ผลทางด้านรายได้สามารถแสดงได้ในภาพด้านล่าง จากจุด S ไปที่จุด E ที่ OT_2 ถ้าเลือกใช้จ่ายเพื่อบริโภคสินค้า ที่ OG_2 และถ้ามีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเพื่อบริโภคสินค้าทั้งหมดจากจุด S ไปจุด F ที่ OT_3 และ OG_3 อุปสงค์ของบุคคลเพื่อทอ้งเที่ยวและบริโภคสินค้าชนิดอื่นๆ อยู่ระหว่างจุด E และจุด F ผลรวมจากการเปลี่ยนแปลงความสัมพันธ์ของราคาจะเปลี่ยนจากจุด D ไปสู่จุด E จากจุด D ไปสู่จุด F หรือจากจุด D ไปตามจุดต่างๆ ระหว่างจุด E และจุด F สาเหตุที่ทำให้อุปสงค์ทอ้งเที่ยวเพิ่มขึ้นเนื่องจาก อุปสงค์ของสินค้าชนิดอื่นๆ ลดลง หรืออาจจะขึ้นอยู่กับความต้องการของแต่ละบุคคล ผลทางด้านรายได้ เกิดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้ จะทำให้รายได้ที่แท้จริงเพิ่มขึ้น ส่งผลให้บุคคลทอ้งเที่ยวเพิ่มขึ้น

การท่องเที่ยว



ภาพประกอบ 4 ผลของการลดลงของราคาและการเพิ่มขึ้นของรายได้ทางการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2548: 21) ระบุว่า การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยหลักคั้น ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น พัฒนาการทางด้านคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์
2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสื่อมวลชน

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมีหลายประการ ตลอดจนมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปริมาณการขยายตัวของธุรกิจขนาดย่อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการณ์การท่องเที่ยว จะเป็นทั้งปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้ยาก ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจสามารถจะคาดการณ์ได้ว่า จะเกิดอะไรขึ้นกับตลาดการท่องเที่ยวบ้าง และสามารถเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ต่างๆ ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยสำคัญมีดังนี้(ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2548: 21-26)

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อการณ์การท่องเที่ยวมาก ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้น ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกระทำได้ในปริมาณสูงตามอำนาจการซื้อ (Purchasing power)

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ทั้งลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ผู้ประกอบธุรกิจควรปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะต่างๆ ของประชากร เช่น กลุ่มที่มีอายุเกิน 55 ปี หรือเกษียณอายุแล้ว กลุ่มนี้มีความพร้อมทั้งด้านการเงิน เวลา และสุขภาพที่แข็งแรง แต่ไม่ต้องการเดินทางแบบสมบุกสมบัน การนำเที่ยวแบบพักผ่อนและรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะผู้ซื้อในวัยนี้มาก

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ ซึ่งลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้ซื้อมีผลกระทบทำให้อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติแตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ผู้ซื้อต้องการไป เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่แวดล้อมด้วยทะเลย่อมมีความต้องการไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขามากกว่าทะเล ผู้ประกอบธุรกิจจัดนำเที่ยวและโรงแรมควรพิจารณาลักษณะทางภูมิศาสตร์ของลูกค้าด้วยว่าส่วนใหญ่มาจากประเทศใด และจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวใดจะจูงใจลูกค้าได้มาก เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการและส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

4. ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม โดยลักษณะทางสังคม และวัฒนธรรม จะหล่อหลอมความคิดรสนิยม และทัศนคติในการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผย ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้หญิงเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยและไกลมากกว่าผู้หญิงชาวเอเชียและตะวันออกกลาง ซึ่งไม่นิยมเดินทางโดยลำพัง สรุปได้ว่าทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งสามารถกำหนดรสนิยม ค่านิยม ปริมาณ ระดับ และรูปแบบของการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

5. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และระเบียบกฎหมายต่างๆ ของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง เนื่องจากมีความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ เช่น เกิดภาวะสงคราม การปฏิวัติ การปกครอง ถ้านักท่องเที่ยวหวั่นเกรงเรื่องความปลอดภัย อุปสงค์จะลดลง

6. ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน โดยข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อถือ มั่นใจ หรือไม่มั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้จัก คຸ້ນเคย การต่อต้านหรืออยากรู้หรืออยากเห็นมากขึ้นและช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การส่งเสริม และการโฆษณาธุรกิจการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวทางสื่อโทรทัศน์ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์ที่หลากหลายและช่วยให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเร็วขึ้น

7. ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา โดยการเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับบริษัทที่เป็นคู่แข่งหรือกับราคาปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็มีผลกระทบต่อข้อกำหนดอุปสงค์ด้วยเช่นกัน ถ้าแตกต่างกันมากนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อ

สูงจึงจะสามารถไปได้ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่มีอำนาจซื้อต่ำหาสถานที่ท่องเที่ยวแห่งใหม่ และถ้าราคาการท่องเที่ยวจุดหมายปลายทางไม่แพงมากนักก็จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ระยะเริ่มแรก เมื่อมีความนิยมชมชอบก็จะกลับมาเที่ยวอีก

8. ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล การเดินทางส่วนตัวโดยเฉพาะทางรถยนต์ช่วยให้การท่องเที่ยวภายในประเทศและเดินทางไปยังประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกันเจริญเติบโตมาก ก่อให้เกิดธุรกิจอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การมีรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้เกิดเสรีภาพในการเดินทาง

9. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคม สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การมีเทคโนโลยีทันสมัยย่อมแสดงถึงระดับมาตรฐานในการให้บริการและช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้นว่าจะเลือกใช้การบริการของธุรกิจใดที่ได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด

1.3 แนวคิดเกี่ยวกับการส่งออก

จากความแตกต่างทางด้านทรัพยากรที่ใช้ผลิตในแต่ละประเทศซึ่งมาจากความแตกต่างในเรื่องสภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ และความแตกต่างในเรื่องความชำนาญในการผลิต ทำให้ประเทศใดที่มีทรัพยากรชนิดใดมาก หรือมีความชำนาญมากก็จะผลิตสินค้าที่ใช้ทรัพยากรชนิดนั้นๆ ได้มากด้วยต้นทุนที่ต่ำกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ เพื่อใช้บริโภคทั้งในประเทศ และเพื่อแลกเปลี่ยนกับต่างประเทศ

การส่งออกเป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันให้เศรษฐกิจของประเทศมีอัตราการขยายตัว เนื่องจากรายได้จากการส่งออกสินค้าและบริการ เป็นตัวที่จะสร้างความมั่นคงทางการเงินกล่าวคือ การส่งออกสามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก เพราะการส่งออกส่วนใหญ่จะเป็นการใช้สกุลเงินต่างประเทศในการชำระค่าสินค้า และรายได้เหล่านี้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ถูกนำมาใช้พัฒนาและแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น และยังผลักดันให้เกิดการขยายตัวของการลงทุนและสร้างความต้องการแรงงาน ยกกระดับรายได้ของแรงงานด้วยอีกส่วนหนึ่ง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการส่งออก

การที่ประเทศจะส่งออกสินค้าได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ มากหรือน้อยอย่างไรขึ้นอยู่กับปัจจัยสำคัญหลายประการ ได้แก่ อัตราการเติบโตของรายได้ประชาชาติของประเทศผู้ซื้อสินค้า ปริมาณการผลิตในประเทศ ต้นทุนการผลิต อัตราเงินเฟ้อ นโยบายการค้าต่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และนโยบายของประเทศ (รัตนา สายคณิต. 2544: 198)

1. อัตราการเติบโตของรายได้ประชาชาติของประเทศผู้ซื้อสินค้า ถ้าประเทศที่เป็นผู้ซื้อสินค้ามีรายได้ประชาชาติของประเทศสูงขึ้น ประชาชนย่อมมีอำนาจซื้อสินค้าสูงด้วย ทำให้ครัวเรือนสามารถ

ซื้อสินค้าบริโภคได้มากขึ้น ส่งผลให้ประเทศคู่ค้าอาจจะส่งสินค้าขายไปยังประเทศนั้นได้มากขึ้นด้วยการส่งออกไปยังต่างประเทศจึงผันแปรไปกับระดับรายได้ประชาชาติของประเทศผู้ซื้อสินค้าในทิศทางเดียวกัน

2. ปริมาณการผลิตในประเทศ ถ้าประเทศผลิตสินค้าได้เกินความต้องการบริโภคในประเทศ ก็ทำให้ประเทศมีสินค้าส่วนเกินความต้องการที่สามารถส่งออกได้ แต่ถ้าประเทศผลิตสินค้าได้ไม่เพียงพอกับความต้องการบริโภคก็จะไม่มีสินค้าเหลือเพื่อการส่งออก แต่ถึงแม้ว่ามีสินค้าส่วนเกินอยู่มากก็ไม่ได้หมายความว่าส่งออกได้มาก เพราะการส่งออกยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ ด้วย

3. ต้นทุนการผลิต ประเทศที่ผลิตสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพ ต้นทุนต่ำกว่าต้นทุนการผลิตของประเทศคู่แข่ง ก็จะสามารถขายสินค้าออกได้ในราคาที่ต่ำกว่าคู่แข่ง ทำให้สามารถส่งออกได้มาก แต่ถ้าต้นทุนการผลิตสูง ทำให้ราคาส่งออกสูงก็ย่อมส่งออกได้น้อย เพราะไม่สามารถขายแข่งกับสินค้าของประเทศอื่นได้

4. อัตราเงินเฟ้อ ประเทศที่ประสบปัญหาเงินเฟ้อสูง ดัชนีราคาสูงขึ้นมากเพราะราคาสินค้าและราคาปัจจัยการผลิตต่าง ๆ สูงขึ้น ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ทำให้ไม่สามารถขายแข่งกับสินค้าของประเทศอื่น ๆ ได้จึงส่งออกได้น้อยลง

5. นโยบายการค้าของต่างประเทศ ส่งเสริมการค้าเสรี หรือกีดกันการค้า ถ้าต่างประเทศที่นำเข้ามีนโยบายการค้าเสรี เก็บภาษีขาเข้าในอัตราน้อย ไม่กีดกันการค้า โดยอาศัยมาตรการต่าง ๆ เช่น การกำหนดมาตรฐานสุขอนามัยค่อนข้างสูง ก็จะทำให้ประเทศสามารถส่งสินค้าเข้าไปขายในประเทศนั้นได้มาก แต่ถ้าต่างประเทศที่เป็นประเทศผู้นำเข้าใช้นโยบายกีดกันสินค้าเข้า หรือกำหนดอัตรากำหนดภาษีขาเข้าค่อนข้างสูง ก็จะทำให้ประเทศส่งออกสินค้าไปยังประเทศนั้นได้น้อยลง

6. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ราคาสินค้าจะถูกหรือแพงในสายตาของผู้ซื้อในต่างประเทศจะขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศด้วย ดังนั้น ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศกับเงินสกุลในประเทศไม่เหมาะสมก็จะกระทบต่อราคาสินค้าส่งออก เช่น หากปัจจุบันอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทเมื่อเทียบกับเงินหยวนเท่ากับ 1 หยวน = 5 บาท แต่ถ้าเงินบาทมีค่าอ่อนตัวลงเมื่อเทียบกับเงินตราต่างประเทศ (เช่น 1 หยวน = 6 บาท) ราคาสินค้าจะต่ำในสายตาของชาวจีน จะทำให้ประเทศไทยส่งออกได้มากขึ้น แต่ถ้าเงินสกุลของประเทศไทยมีค่าแข็งขึ้นเมื่อเทียบกับเงินหยวน (เช่น 1 หยวน = 4 บาท) ราคาสินค้าจะแพงขึ้นในสายตาของชาวจีน จะทำให้ประเทศไทยส่งออกได้น้อยลง ดังนั้นการส่งออกสินค้ามากหรือน้อยขึ้นอยู่กับอัตราแลกเปลี่ยนด้วย

7. นโยบายของประเทศในการส่งเสริมการส่งออก เช่น การให้สินเชื่ออัตราดอกเบี้ยต่ำเพื่อการส่งออก การหาแหล่งตลาดสินค้าออกใหม่ ๆ การควบคุมดูแลคุณภาพสินค้าออกให้ตรงตามมาตรฐานมาตรการต่าง ๆ เหล่านี้จะช่วยส่งเสริมการส่งออกของประเทศ

การส่งออกนอกจากจะขึ้นอยู่กับ อัตราการเติบโตของรายได้ประชาชาติของประเทศผู้ซื้อสินค้า ปริมาณการผลิตในประเทศ ต้นทุนการผลิต อัตราเงินเฟ้อ นโยบายการค้าต่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และนโยบายของประเทศ ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น ราคาและคุณภาพของสินค้าเข้าเมื่อเทียบกับราคาและคุณภาพของสินค้าอย่างเดียวกันที่ผลิตจากประเทศอื่นๆ การคาดการณ์ของผู้บริโภค สันติภาพของผู้บริโภค ค่านิยมในการใช้สินค้านำเข้า และจำนวนประชากร เป็นต้น (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ. 2545: 94)

1.4 ข้อมูลและสถานการณ์ทั่วไปของประเทศจีน

ข้อมูลทั่วไป

สาธารณรัฐประชาชนจีนตั้งอยู่ด้านตะวันออกของทวีปเอเชีย มีพรมแดนติดต่อกับประเทศต่างๆ โดยรอบ 15 ประเทศ คือ เกาหลีเหนือ รัสเซีย มองโกเลีย คาซัคสถาน เคอร์กีซสถาน ทาจิกิสถาน อัฟกานิสถาน ปากีสถาน อินเดีย เนปาล สิกขิม ภูฐาน พม่า ลาว และเวียดนาม ขณะที่ทิศตะวันออกและทิศใต้จดทะเลเหลือง ทะเลจีนตะวันออก และทะเลจีนใต้ มีพื้นที่ประมาณ 9.6 ล้านตารางกิโลเมตร มีเส้นพรมแดนทางบกยาวกว่า 2 หมื่นกิโลเมตรภูมิประเทศของจีนทางตะวันตกส่วนใหญ่เป็นที่อกเขา ทะเลทราย และที่ราบสูง และค่อยๆ ลาดลงทางทิศตะวันออก และมีกรุงปักกิ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศ โดยมีหน่วยเงินของประเทศเรียกว่าหยวน (Yuan) ประเทศจีนมีจำนวนประชากรมากที่สุดในโลก คือประมาณ 1,314 ล้านคน โดยประชาชนจีนมีทั้งสิ้น 56 เผ่า ส่วนใหญ่นับถือพระพุทธศาสนา โดยนับถือนิกายมหายานและวัชรญาณ โดยนับถือปนไปกับลัทธิขงจื้อและเต๋า นอกนั้นนับถือนิกายเถรวาท อิสลาม และคริสต์ (สถานทูตจีน. 2553: ออนไลน์)



ภาพประกอบ 5 แผนที่ประเทศจีน

ภูมิอากาศของประเทศจีนมีลักษณะภูมิอากาศเป็นแบบมรสุมภาคพื้นทวีปที่มีหลากหลายรูปแบบ ลมเหนือจะมีอิทธิพลสูงในฤดูหนาว ในขณะที่ลมใต้จะมีบทบาทในฤดูร้อน มีผลถึง 4 ฤดู ที่แตกต่างกันอย่างเด่นชัด มีฤดูฝนปนอยู่กับฤดูร้อนจากเดือน กันยายน ข้ามปีไปไปถึง เมษายน มีลมหนาวที่แล้งจากไซบีเรียและมองโกเลีย ความแรงของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือจะมีกำลังลดลงเมื่อลงมาถึงดินแดนในภาคใต้ เป็นฤดูที่หนาวแบบแห้งที่มีความแตกต่างของอุณหภูมิสูงมากมรสุมฤดูร้อนจะเกิดขึ้นระหว่าง เมษายน ถึง กันยายน ด้วยลมอุ่นและความชื้นจากมหาสมุทรที่นำน้ำฝนจำนวนมากมาให้ พร้อมกับอุณหภูมิที่ค่อนข้างสูงและมีความแตกต่างกันค่อนข้างต่ำ ระหว่างภาคเหนือกับภาคใต้

เศรษฐกิจการค้า

รัฐบาลจีนเริ่มใช้นโยบายเปิดประเทศ พร้อมกับการปฏิรูปทางเศรษฐกิจเมื่อปี 2521 เพื่อพัฒนาประเทศให้มีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจ นโยบายหลักประการหนึ่งคือ เน้นการให้ต่างชาติเข้ามาเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของจีน รัฐบาลจีนจึงได้ออกนโยบายและกำหนดสิทธิพิเศษต่างๆ หลากรูปแบบเพื่อดึงดูดการไหลเข้ามาของเงินทุนจากต่างประเทศ ที่สำคัญคือ การกำหนดพื้นที่เศรษฐกิจสำหรับชาวต่างชาติ อาทิ เขตเศรษฐกิจพิเศษ(ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง, 2554: ออนไลน์) นักลงทุนต่างชาติที่เข้าไปลงทุนในเขตเหล่านี้ได้รับสิทธิพิเศษต่างๆ ทั้งในรูปของการลดหย่อนหรือยกเว้นภาษี และสิทธิผลประโยชน์อื่น ๆ เช่น การได้รับการส่งเสริมหรือบริการจากทางการจีน กล่าวได้ว่า ถือเป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาเศรษฐกิจของจีนที่มีความเจริญรุ่งเรืองดังในปัจจุบัน

การวางแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นยุทธศาสตร์ระยะยาวของจีน โดยมีการวางระบบอย่างเป็นขั้นตอนและมีกำหนดระยะเวลาที่ชัดเจนในการเปิดกว้างด้านการค้า การลงทุน และความร่วมมือด้านเศรษฐกิจกับต่างประเทศ นับตั้งแต่จีนเปิดประเทศ จีนได้ดำเนินนโยบายเศรษฐกิจที่เปิดกว้างมากขึ้นตามลำดับ พร้อมทั้งยังมุ่งเน้นการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ระบบการขนส่ง ระบบโลจิสติกส์ ระบบการสื่อสาร เป็นต้น และยังคงทุ่มเทพัฒนาในภาคการเงิน ทำให้มีความคล่องตัวพร้อมให้บริการแก่ภาคการผลิต และอีกทั้งยังทุ่มเทพัฒนาด้านเทคโนโลยี และนวัตกรรมต่างๆ สิ่งเหล่านี้ทำให้ศักยภาพของประชากรจีนเพิ่มสูงขึ้น และพร้อมรับการขยายตัวของการลงทุน ทำให้ประเทศจีนมีความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้จำนวนผู้ประกอบการชาวต่างชาติที่เข้าไปดำเนินธุรกิจกับจีนก็เพิ่มขึ้นอย่างมาก อย่างไรก็ตาม ในขณะที่จีนได้พยายามดึงดูดการเข้ามาของต่างชาติเพื่อช่วยในการพัฒนาประเทศ จีนก็ได้พยายามส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจของผู้ประกอบการชาวจีนเองด้วย เพื่อพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ของประเทศและลดการพึ่งพาชาวต่างชาติในการพัฒนาประเทศ ดังเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการชาวจีนได้รับสิทธิพิเศษบางประเภทด้วยแล้วในปัจจุบัน และการเข้าเป็นสมาชิกWTO เมื่อปี 2544 (กองนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ.

2546: ออนไลน์) ของจีน เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้จีนในปัจจุบันเป็นจีนที่มีการเปลี่ยนแปลง เป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจของภูมิภาคและของโลก

ในขณะที่ประเทศพัฒนาแล้ว เช่น สหรัฐอเมริกา ประเทศในทวีปยุโรป ยังคงวลอยู่กับการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศตนเอง สถานการณ์เศรษฐกิจของจีนกลับเป็นตรงกันข้าม ในปี 2553 GDP ของประเทศจีนเท่ากับ 39.7983 ล้านล้านหยวน ปรับตัวสูงขึ้นจากปี 2552 ถึง 10.3% และมีเงินทุนสำรองเงินตราระหว่างประเทศสูงถึง 2.8473 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ(ศูนย์ข้อมูลธุรกิจไทยในจีน สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงปักกิ่ง. 2554: ออนไลน์) ซึ่งอัตราการขยายตัวดังกล่าวจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลัก 3 ประการ ได้แก่ ความต้องการบริโภคภายในประเทศ สภาวะเศรษฐกิจโลก และการควบคุมเศรษฐกิจมหภาค การขยายตัวทางเศรษฐกิจของจีน(สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ นครคุนหมิง. 2553: ออนไลน์)

ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับจีน

การค้า

ประเทศไทยและประเทศจีนมีการติดต่อทางเศรษฐกิจมาช้านาน โดยเฉพาะความสัมพันธ์ทางการค้าและการลงทุนได้ขยายตัวอย่างรวดเร็วในช่วง 2-3 ปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ไทยเป็นฝ่ายเสียเปรียบดุลการค้ากับจีน ในขณะที่นักลงทุนจีนให้ความสนใจเข้ามาลงทุนในไทยเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด นอกจากนี้ ด้านการท่องเที่ยว ปรากฏว่านักท่องเที่ยวจีนนิยมเดินทางมาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ ส่งผลให้เงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น สินค้าส่งออกของไทยไปจีน ที่มีมูลค่าสูง ได้แก่ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ และส่วนประกอบขงพาราเคมีภัณฑ์ เม็ดพลาสติก ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และข้าว เป็นต้น สำหรับสินค้าที่นำเข้าจากจีนเป็นมูลค่าสูง ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้าและส่วนประกอบ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และ ส่วนประกอบ เครื่องจักรกลและส่วนประกอบ เครื่องใช้ไฟฟ้าในบ้าน เหล็ก เหล็กกล้าและผลิตภัณฑ์ และผ้าฝ้าย เป็นต้น ไทยเป็นฝ่ายขาดดุลการค้ากับจีน (สถานเอกอัครราชทูตไทย ณ กรุงปักกิ่ง. 2549: ออนไลน์)

ความร่วมมือในด้านต่างๆ

นับตั้งแต่การสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตอย่างเป็นทางการระหว่างไทยกับจีนเป็นต้นมา ทั้งสองประเทศได้ร่วมทำสนธิสัญญาความร่วมมือในด้านเศรษฐกิจ การค้า วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี การท่องเที่ยว การบิน การขนส่งทางทะเล กฎหมาย และกงสุล สนธิสัญญาและข้อตกลงเหล่านี้ได้เปิดทางให้ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศของ ไทย-จีน ให้กว้างขวางยิ่งขึ้นในอนาคต ความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการค้าไทย-จีนพัฒนาอย่างมั่นคงโดยตลอด มูลค่าการค้าทวิภาคีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และการลงทุนระหว่างทั้งสองประเทศขยายตัวเป็นลำดับ ความร่วมมือของทั้งสองประเทศในด้านการศึกษาศาสตร์ วัฒนธรรม สาธารณสุข และกีฬาได้รับการพัฒนาใกล้ชิดกันมากยิ่งขึ้น

ในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2521 รัฐบาลของไทยและของจีนร่วมลงนามในข้อตกลงทางการค้า อันเป็นการสร้างพื้นฐานที่ดีในการพัฒนาการค้าระดับทวิภาคี การค้าระหว่างไทยกับจีน ปี 2528 รัฐบาลไทยและจีนได้ร่วมลงนามในข้อตกลงการจัดตั้งคณะกรรมการร่วมด้านเศรษฐกิจระหว่างไทยจีนและข้อตกลงการคุ้มครองการลงทุน ซึ่งส่งผลดีต่อการขยายความร่วมมือด้านการลงทุนของทั้งสองประเทศ การลงทุนระหว่างทั้งสองประเทศค่อนข้างคึกคัก มูลค่าการลงทุนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจีนเริ่มเข้ามาลงทุนในไทยค่อนข้างล่าช้า แต่การลงทุนของจีนในไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว บริษัทร่วมทุนระหว่างจีนไทยและบริษัทจีนในประเทศไทยมีจำนวน 230 แห่ง มูลค่าการลงทุนของนักลงทุนฝ่ายจีนคิดเป็นมูลค่า 223 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ณ สิ้นปี 2544 (กองนโยบายเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ, 2544, ออนไลน์) นักลงทุนจีนหันมาสนใจขยายการลงทุนในต่างประเทศมากขึ้น รวมถึงการเข้ามาลงทุนในประเทศไทย นับเป็นนักลงทุนรายใหญ่อันดับ 6 ของไทย เนื่องจากเล็งเห็นประโยชน์จากการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน ทำให้มีเม็ดเงินลงทุนจากจีนมาไทย ในปี 2548 มีการชะลอตัวของการลงทุนของนักลงทุนจีน ทั้งนี้เป็นผลจากนักลงทุนจีนได้เข้ามาลงทุนในไทยอย่างมากแล้วในช่วงก่อนหน้านั้น จึงชะลอการลงทุนลงในระยะต่อมา

การที่เศรษฐกิจและธุรกิจการท่องเที่ยวพัฒนามากขึ้น ส่งผลให้ไทยและจีนเร่งพัฒนาและขยายเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างสองประเทศ ปัจจุบันทั้งสองประเทศได้เปิดเส้นทางการบินเชื่อมระหว่างเมืองปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ คุณหมิงของจีน กับ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ตของไทย เป็นต้น

การแลกเปลี่ยนและความร่วมมือของทั้งสองประเทศในด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี วัฒนธรรม สาธารณสุข การศึกษา การทหารและกฎหมายได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ไทยและจีนได้ร่วมลงนามในข้อตกลงความร่วมมือด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยจัดการประชุมคณะกรรมการร่วมชุดแรกในประเทศไทยเมื่อปี 2521 รัฐบาลของทั้งสองประเทศให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่งในด้านความร่วมมือและแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมระหว่างสองประเทศ ส่งผลให้ความร่วมมือดังกล่าวพัฒนาอย่างรวดเร็วในช่วงหลายปีที่ผ่านมา

การแลกเปลี่ยนในด้านศิลปะ วิทยาศาสตร์ และสังคมศาสตร์ของประชาชนทั้งสองประเทศ ก็ได้รับการพัฒนาในทุกทิศทาง และขยายขอบข่ายกว้างขึ้นเรื่อยๆ ทางด้านกองทัพของทั้งสองประเทศ ยังคงมีการติดต่อและแลกเปลี่ยนทางทหารในระยะยาว ผู้นำทางการทหารของทั้งสองประเทศต่างมาเยี่ยมเยือนซึ่งกันและกันอย่างสม่ำเสมอ นอกจากนี้โรงเรียนเตรียมทหารของทั้งสองประเทศ ยังได้มีการแลกเปลี่ยนนักเรียนเตรียมทหารอีกด้วย ความร่วมมือในด้านกฎหมายของทั้งสองประเทศแนบแน่นมากขึ้น ส่งผลให้ความร่วมมือในการจับกุมอาชญากรรมข้ามประเทศ อาชญากรรมทางเศรษฐกิจ และการลอบค้ายาเสพติดมีประสิทธิผลมากขึ้น (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด, 2549: ออนไลน์)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 งานวิจัยเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว

วิโชค อ่างมณี (2532: 135-137) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยพิจารณาศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวทั้งหมด 6 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เยอรมันตะวันตก และฝรั่งเศส

ผลการศึกษาพบว่าสัดส่วนเปรียบเทียบของราคาค่าโดยสารเครื่องบินกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว ($\frac{P_i}{Y_i}$) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับนักท่องเที่ยวทั้ง 6 และสัดส่วนเปรียบเทียบของราคาโรงแรมเฉลี่ยต่อห้องกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว ($\frac{H_i}{Y_i}$) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้ง 6 ประเทศ เพราะค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งค่าโดยสารเครื่องบินและค่าโรงแรมห้องพักซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายหลัก เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วเมื่อเปรียบเทียบกับรายได้เฉลี่ยที่เหลือจากการใช้จ่ายในการดำรงชีวิต เป็นไปในสัดส่วนที่ไม่เหมาะสมกัน จะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวลดลง

ธงชัย รุปีติวิริยะ (2541: 109-110) ได้ศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2530-2540 โดยทำการศึกษาจังหวัดที่เป็นที่นิยมในการเดินทางไปท่องเที่ยว โดยแยกเป็นภาคๆ คือ

ภาคเหนือ	ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พิชญ์โลก
ภาคกลาง (ไม่รวมกรุงเทพฯ)	ได้แก่ กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	ได้แก่ ขอนแก่น นครราชสีมา
ภาคตะวันออก	ได้แก่ ชลบุรี (พัทยา)
ภาคใต้	ได้แก่ สงขลา (หาดใหญ่) ภูเก็ต
กรุงเทพมหานคร	

ผลการศึกษาพบว่ารายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (YT) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นไปในทิศทาง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย (ET) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคภายในประเทศ (CPI) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปีที่ผ่านมา (NT_{t-1}) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นไปในทิศทางเดียวกัน จำนวนห้องพัก (NR) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว

ภายในประเทศเป็นไปในทิศทาง งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริม และสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว (Budget) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.2 งานวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว

พิสัย เสวีกุล (2537: 74-75) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การเดินทางมายังประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จาก 41 ประเทศ ที่เดินทางมาประเทศไทย โดยใช้ปี 2533 เป็นปีหลักในการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่กำหนดปริมาณอุปสงค์การเดินทางมายังประเทศไทยของชาวต่างประเทศ ได้แก่ รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกล่าวคือ นักท่องเที่ยวของแต่ละประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับรายได้ต่อปีของแต่ละคน หากปีใดมีรายได้มากจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวมาก ในทางตรงข้ามหากนักท่องเที่ยวมีรายได้ลดลงในปีใดๆ จำนวนนักท่องเที่ยวในปีนั้นจะมีจำนวนลดลงด้วยเช่นกัน ปัจจัยอีกตัวคือ ราคาตั๋วเครื่องบินจากประเทศของนักท่องเที่ยวมายังกรุงเทพฯ เป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือหากตั๋วเครื่องบินที่ใช้เดินทางจากเมืองสำคัญมายังกรุงเทพฯ ของประเทศใด มีราคาแพงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวจากประเทศนั้นเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนน้อย แต่หากว่าราคาตั๋วเครื่องบินในเส้นทางดังกล่าวนี้มีราคาถูก จะมีผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศนั้นๆ เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมากขึ้น

รุ่งทิพย์ จินดาผล (2538: 44-45) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ชลบุรี (พัทยา) ภูเก็ต สงขลา (หาดใหญ่) และกรุงเทพมหานคร ใช้ข้อมูลทศวรรษช่วงปี 2529-2537 วิเคราะห์เชิงปริมาณ

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยผันแปรอิสระ ได้แก่ งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เชียงใหม่ สงขลา(หาดใหญ่) ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปีที่ผ่านมามีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา(หาดใหญ่) เชียงใหม่ ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ชมพร เอี่ยมศรีทอง (2536:66-67) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยแบ่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็น 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา เม็กซิโก บราซิล อาเจนตินา

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรีย เบลเยียม เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี นอร์เว สเปน เนเธอร์แลนด์ สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวจากอาเซียน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น

ผลการศึกษาพบว่าราคาค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา กลุ่มประเทศอาเซียน ประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศโอเชียเนีย เนื่องจากราคาสินค้าและบริการซึ่งก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว นั้นมีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้ามอุปสงค์การท่องเที่ยว กล่าวคือ ถ้าราคาสินค้าลดลงจะทำให้อุปสงค์เพิ่มขึ้น แต่ถ้าราคาสินค้าเพิ่มขึ้นจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวลดลง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา และทวีปยุโรป เพราะราคาสินค้าจะแพงหรือถูกในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติขึ้นอยู่กัอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศด้วย รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มประเทศโอเชียเนีย กลุ่มประเทศในทวีปยุโรป และประเทศญี่ปุ่น เพราะรายได้ของครอบครัวที่สูงขึ้น ทำให้คนมีเงินเหลือเก็บอีกส่วนหนึ่งมาใช้จ่ายในสิ่งที่มีชีพัจจัยสี่ได้มากขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีที่ผ่านมา มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเกิดจากการบอกเล่า หรือการเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาเยือนและเกิดความประทับใจ จนประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาล มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มประเทศโอเชียเนีย และตัวแปรอิสระสุดท้ายคือความมั่นคงทางการเมืองของประเทศไทย มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น เพราะความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

มงคล ฤทธิพรณรงค์ (2548: 95-96) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลรายไตรมาสของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด 12 ประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยช่วงปี 2533-2546 ประกอบด้วยประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ ฮองกง ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี สหรัฐอเมริกา และแคนาดา

ผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัว หรือผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นเฉลี่ยต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือเมื่อคนเรามีรายได้เพิ่มขึ้นก็สามารถใช้จ่ายได้มากขึ้น รายได้ที่เหลือจากการอุปโภคบริโภคที่จำเป็นแล้ว สำหรับบางคนเลือกที่จะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวหรือเพื่อความบันเทิงของตนเอง จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศในช่วงไตรมาสเดียวกันของปีก่อน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งนี้ เป็นผลมาจากการบอกต่อหรือเล่าถึงสิ่งต่างๆ ที่ได้พบเจอในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนก่อนต่อมายังนักท่องเที่ยวคนต่อมาที่กำลังตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรานั้นมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยนี้จะเปลี่ยนแปลงตามค่าเงินที่เพิ่มหรือลดของนักท่องเที่ยว ด้านดัชนีผู้บริโภคเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม เป็นเช่นนี้เพราะการเพิ่มขึ้นของค่าดัชนีผู้บริโภคแต่ละครั้งทำให้ค่าของเงินที่มีอยู่ถูกกดทอนลงไป ทำให้รู้สึกเหมือนตนเองมีเงินน้อยลงด้วย ดังนั้นการตัดสินใจไปไหนหรือซื้ออะไรของนักท่องเที่ยวคงยากลำบากขึ้นตามไปด้วย

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย โดยผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. การสร้างเครื่องมือในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) รายปีตั้งแต่ปี 2541-2552 ระยะเวลา 12 ปี โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศจีนมีหน่วยเป็นหยวน, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราโดยปรับหน่วยเป็นบาทต่อ 1 หยวน, ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย, งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวมีหน่วยเป็นบาท และสภาพการณ์ภายในประเทศไทย โดยรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ได้แก่

1. จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย เก็บรวบรวมจากสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (<http://www.tourism.go.th>)
2. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรจีน ในการศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูล GDP ต่อจำนวนประชากรจีนที่ได้รับการจ้างงาน ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากธนาคารโลก โดยผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารโลก (<http://www.worldbank.org>)
3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราโดยปรับหน่วยเป็นบาทต่อ 1 หยวน ซึ่งข้อมูลนี้เป็นอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมจากรายงานเศรษฐกิจรายเดือนของธนาคารแห่งประเทศไทย (<http://www.bot.or.th>)
4. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย โดยใช้ปี 2550 เป็นปีฐาน เก็บรวบรวมจากรายงานเครื่องชี้เศรษฐกิจมหภาคของไทย ของธนาคารแห่งประเทศไทย (<http://www.bot.or.th>)
5. งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เก็บรวบรวมจากข้อมูลงบประมาณ สำนักงบประมาณ (<http://www.bb.go.th>)

6. สภาการณัภายในประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยวสังกัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ฉันทิช วรณณอม. 2552: 373-378)

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย โดยมีการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยต่างๆ เพื่อดูว่ามีปัจจัยใดบ้างมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย และมีเอกสารหรือทฤษฎีใดที่มารองรับปัจจัยที่เลือกมา

2. สร้างตารางข้อมูลให้ครอบคลุมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา

จากการดำเนินการตามขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกตารางข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ โดยแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ปีที่ t (QTR_t) มีรูปแบบความสัมพันธ์ ดังนี้

$$QTR_t = f(PGNP_t, EXC_t, CPI_t, BUD_t, DUMMY_t)$$

โดยที่

QTR_t = จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยปีที่ t (คน)

$PGNP_t$ = รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนปีที่ t (หยวน)

EXC_t = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศปีที่ t (บาทต่อหยวน)

CPI_t = ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยปีที่ t

BUD_t = งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวปีที่ t (บาท)

$DUMMY_t = 0$ ถ้าสภาการณัภายในประเทศไทยปกติ

$= 1$ ถ้าสภาการณัในประเทศไทยไม่ปกติ เช่น สถานการณ์การเมืองในประเทศ โรคระบาด ภัยธรรมชาติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ของปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยใช้เวลาย้อนหลังเป็นระยะเวลา 12 ปี ตั้งแต่ปี 2541-2552 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการและเอกชนต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง
2. จัดเรียงข้อมูลที่ได้เลือกมาแล้วนำข้อมูลที่ได้มาจัดตามตัวแปรที่ทำการศึกษา

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมมาดำเนินการดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูล และนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดกระทำเสียใหม่ โดยนำข้อมูลที่ยังเป็นข้อมูลดิบมาบันทึกในแบบบันทึก และจัดกระทำให้เป็นข้อมูลที่สามารรถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป
2. นำข้อมูลที่จัดกระทำแล้วมาวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าทางสถิติแบบสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เมื่อได้ผลของการประมวลผลทำการตรวจสอบค่า F-test, t-test, Adjusted R² และค่า Durbin-Watson ว่าค่ามีนัยสำคัญหรือไม่ การวิเคราะห์เพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของงานวิจัย พร้อมทั้งหาสมการความสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด และดูความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวแปรอิสระกับจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแปรตาม

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆดังนี้

- 3.1 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) จะใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย ซึ่งจะมีสมการเพื่อแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ ดังนี้ (วิรัชช พานิชวงค์, 2545: 111-112)

แบบจำลองที่ใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ได้กำหนดสมการดังนี้

$$QTR_t = \beta_0 + \beta_1 PGNP_t + \beta_2 EXC_t + \beta_3 CPI_t + \beta_4 BUD_t + \beta_5 DUMMY_t$$

โดยที่

$$QTR_t = \text{จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทยปีที่ } t \text{ (คน)}$$

$$PGNP_t = \text{รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนปีที่ } t \text{ (หยวน)}$$

- EXC_t = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศปีที่ t (บาทต่อหยวน)
 CPI_t = ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยปีที่ t
 BUD_t = งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวปีที่ t (บาท)
 $DUMMY_t = 0$ ถ้าสภาพการณ์ภายในประเทศไทยปกติ
 $= 1$ ถ้าสภาพการณ์ในประเทศไทยไม่ปกติ เช่น สถานการณ์การเมืองในประเทศ โรคระบาด ภัยธรรมชาติ
 $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 =$ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย

3.2 ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนด (Coefficient of determination) ซึ่งแทนด้วยค่า R^2 จะเป็นค่าทางสถิติที่บอกให้รู้ถึงสัดส่วนของการเปลี่ยนแปลงในตัวแปรตามที่สามารถอธิบายได้จากความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรต้นที่กำหนดไว้ ซึ่งจะบอกให้รู้ว่า สมการถดถอยที่คำนวณได้มีความเหมาะสมกับข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาได้มากน้อยเพียงใด และเพื่อให้เกิดความแม่นยำยิ่งขึ้นจึงใช้ Adjusted- R^2 เพราะได้นำองศาแห่งความเป็นอิสระ (Degree of Freedom) มาพิจารณาด้วย ทั้งนี้เนื่องจากการเพิ่มตัวแปรอิสระเข้าไปในสมการถดถอย แม้ว่าตัวแปรอิสระตัวนั้นจะมีได้มีอิทธิพลในการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามก็ตาม ก็อาจส่งผลทำให้ค่า R^2 สูงขึ้นได้ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพิจารณาค่า Adjusted- R^2 ด้วยโดยใช้สูตร (นราทิพย์ ชูติวงศ์, 2540: 81-82)

$$\text{Adjusted-}R^2 = \frac{1 - SSE / (n - 2)}{SST / (n - 1)}$$

และ $SST = SSR + SSE$
 หรือ $\sum (y_i - \bar{y})^2 = \sum (\hat{y}_i - \bar{y})^2 + \sum e_i^2$

โดยที่

Adjusted- R^2	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดที่ปรับแล้ว
n	คือ	จำนวนข้อมูล
$SST = \sum (y_i - \bar{y})^2$	คือ	ผลรวมกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนทั้งหมดของ y (Total sum of squares)
$SSR = \sum (\hat{y}_i - \bar{y})^2$	คือ	ผลรวมกำลังสองของส่วนเบี่ยงเบนของค่า y ในส่วนที่อธิบายได้ด้วยสมการถดถอย (Residual sum of squares)
$SSE = \sum e_i^2$	คือ	ผลรวมกำลังสองของค่า y ในส่วนที่อธิบายด้วยสมการถดถอยไม่ได้ (Error sum of squares)

3.3 ค่าสถิติ F เป็นค่าที่ใช้ทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระทุกตัวพร้อมกัน ว่าตัวแปรอิสระในแบบจำลองมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม อย่างน้อย 1 ตัวแปรหรือไม่ โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546: 307)

$$F = \frac{SSR/k}{SSE/n-k-1}$$

โดยที่

F คือ ค่าสถิติ F
k คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

ผลการทดสอบสมมติฐาน แบ่งเป็น

ยอมรับสมมติฐาน

$H_0 : \beta_i = 0$ หมายความว่า ตัวแปรอิสระตัวนั้นไม่น่าจะมีความสัมพันธ์ที่จะสามารถอธิบายตัวแปรตามได้

ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือยอมรับสมมติฐาน H_1

$H_1 : \beta_i \neq 0$ หมายความว่า ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรอิสระนั้นสามารถอธิบายตัวแปรตามได้

3.4 ค่าสถิติ t เป็นค่าที่ใช้ทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว เพื่อตรวจสอบว่า ตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่สามารถใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ โดยใช้สูตร (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2546: 308)

$$t = \frac{b_i - \beta_i}{SE(b_i)}$$

โดยที่

b_i คือ สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i
 $SE(b_i)$ คือ ค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i
 β_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของเส้นถดถอย

ผลการทดสอบสมมติฐาน แบ่งเป็น

ยอมรับสมมติฐาน H_0

$H_0 : \beta_i = 0$ หมายความว่า ตัวแปรอิสระตัวนั้นไม่น่าจะมีความสัมพันธ์ที่จะสามารถอธิบายตัวแปรตามได้

ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือยอมรับสมมติฐาน H_1

$H_1 : \beta_1 \neq 0$ หมายความว่า ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรอิสระนั้นสามารถอธิบายตัวแปรตามได้

3.5 การตรวจสอบปัญหาเรื่องความเกี่ยวพันในเชิงเวลา (Autocorrelation) กล่าวคือ สำหรับข้อมูลอนุกรมเวลา เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นและส่งผลกระทบต่อข้อมูลในช่วงเวลาที่ t และยังคงส่งผลถึงข้อมูลในช่วงเวลาที่ $t+1$ หรือจะกล่าวอีกอย่างว่า ค่าความคลาดเคลื่อนในช่วงเวลา t และ $t+1$ มีความสัมพันธ์กันจนเป็นอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2540: 92-93)

การตรวจสอบปัญหาเรื่องความเกี่ยวพันในเชิงเวลา โดยใช้การทดสอบ Durbin – Watson เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของ e_t และ e_{t-1} โดยที่ t เป็นช่วงเวลาที่กำหนด (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2546: 340-341)

$$D.W. = \frac{\sum (e_t - e_{t-1})^2}{\sum e_t^2}$$

โดยที่

e_t คือ ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่

e_{t-1} คือ ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่ $t-1$

ถ้า D.W. มีค่าใกล้ 2 (นั่นคือ มีค่าในช่วง 1.5 ถึง 2.5) แสดงว่าความสัมพันธ์ของ e_t และ e_{t-1} อิสระกัน ดังนั้นไม่เกิดปัญหาเรื่องความเกี่ยวพันในเชิงเวลา (Autocorrelation)

ถ้า D.W. น้อยกว่า 1.5 แสดงว่าความสัมพันธ์ของ e_t และ e_{t-1} อยู่ในทิศทางบวก และถ้า D.W. มีค่าใกล้ ศูนย์ แสดงว่า e_t และ e_{t-1} มีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า D.W. มากกว่า 2.5 แสดงว่าความสัมพันธ์ของ e_t และ e_{t-1} อยู่ในทิศทางลบ และถ้า D.W. มีค่าใกล้ 4 แสดงว่า e_t และ e_{t-1} มีความสัมพันธ์กันมาก

3.6 การพยากรณ์แนวโน้ม โดยใช้แนวโน้ม (Trend Projection) จะต้องมองลักษณะแนวโน้มของข้อมูลที่พยากรณ์โดยลากเส้นให้ใกล้เคียงกับข้อมูลในอดีตให้มากที่สุด ซึ่งเส้นตรงที่ลากเลยจากเวลาในอดีตจะสามารถให้ค่าพยากรณ์ในอนาคตได้ ซึ่งการที่จะสรุปได้ว่าเส้นตรงใดให้ค่าพยากรณ์ที่ดีที่สุดนั้น ก็อยู่ที่ว่าเส้นตรงเส้นใดใกล้เคียงกับข้อมูลในอดีตมากที่สุด มีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด โดยใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2540: 100) การหาค่าความชันของเส้นตรง และจุดตัดแกน Y ได้โดยใช้สมการต่อไปนี้

$$b = \frac{\sum XY - n(\bar{X})(\bar{Y})}{\sum X^2 - n\bar{X}^2}$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

จากค่า a และ b นำมาเขียนสมการเส้นตรงเพื่อหาค่าพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = a + bX$$

กำหนดให้

a = จุดตัดแกน Y

b = ความชันของเส้นตรง

X = ค่าตัวแปรอิสระ คือ ปี

Y = ค่าตัวแปรตาม

n = จำนวนปี

\hat{Y} = ค่าพยากรณ์



บทที่ 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากแหล่งต่างๆ และเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการแปลความหมายของการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

Adjusted R ²	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดที่ปรับแล้ว
D.W.	แทน	ค่าสถิติของเดอร์บินวัตสัน (Durbin-Watson Statistic)
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย
Std. Error	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
F-test	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ที่ใช้ในการทดสอบนัยสำคัญของตัวแปร ทุกตัวรวมกัน (ค่าสถิติ F)
t-test	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ที่ใช้ในการทดสอบนัยสำคัญของตัวแปร แต่ละตัว (ค่าสถิติ t)
n	แทน	จำนวนข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์
α	แทน	ระดับความเชื่อมั่น ($\alpha = 0.01$)
Sig.	แทน	ค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Significance Value)
*	แทน	มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 99%

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลออก 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของตัวแปรที่ศึกษา ตั้งแต่ปี 2541 - 2552

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทยตั้งแต่ปี 2541 - 2552 รวมระยะเวลาที่ศึกษาทั้งสิ้น 12 ปี

ส่วนที่ 3 การพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย ช่วงปี 2553-2557 รวมระยะเวลาที่ศึกษาทั้งสิ้น 5 ปี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของตัวแปรที่ศึกษา ตั้งแต่ปี 2541 - 2552

1. จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย

ตาราง 3 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : คน

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	604,472	-
2542	813,596	34.60%
2543	753,781	-7.35%
2544	801,362	6.31%
2545	797,976	-0.42%
2546	606,635	-23.98%
2547	533,124	-12.12%
2548	776,792	45.71%
2549	949,117	22.18%
2550	907,117	-4.43%
2551	826,660	-8.87%
2552	777,508	-5.95%

ที่มา : สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553).

จากตาราง 3 แสดงให้เห็นว่า ในระหว่างปี 2541-2552 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงทุกปี โดยในปี 2546 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงลดลงสูงที่สุดถึง 23.98% และลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2547 และกลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2548 โดยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงที่สุดถึง 45.71% และเพิ่มขึ้นอีกในปี 2549 จนจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยอยู่ในระดับที่สูงที่สุด

2. รายได้เฉลี่ยต่อคนต่อปีของประเทศไทย

ตาราง 4 รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : หยวน/ปี

พ.ศ.	รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศไทย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	27,988	-
2542	29,498	5.39%
2543	31,834	7.92%
2544	34,840	9.44%
2545	38,720	11.14%
2546	44,165	14.06%
2547	48,148	9.02%
2548	52,670	9.39%
2549	58,313	10.71%
2550	65,404	12.16%
2551	70,896	8.40%
2552	72,891	2.81%

ที่มา : ธนาคารโลก (2553).

จากตาราง 4 แสดงให้เห็นว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2541 – 2552 พบว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2546 ถึง 14.06% สาเหตุมาจากการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี 2552 รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศไทยสูงถึง 72,891 หยวนต่อปี

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

ตาราง 5 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินหยวน ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : บาท / 1 หยวน

พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	5.0241	-
2542	4.8000	-4.46%
2543	4.5395	-5.43%
2544	4.7485	4.60%
2545	4.9010	3.21%
2546	4.8577	-0.88%
2547	5.0104	3.14%
2548	5.1897	3.58%
2549	5.2280	0.74%
2550	4.7130	-9.85%
2551	4.5492	-3.48%
2552	4.9754	9.37%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2553).

จากตาราง 5 แสดงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินหยวน ตั้งแต่ปี 2541 – 2552 จะพบว่าค่าเฉลี่ยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินหยวน ประมาณ 4.8780 บาท ต่อ 1 หยวน การเปลี่ยนแปลงในแต่ละปีไม่สูงมากนัก และการเปลี่ยนแปลงนั้น ไม่ได้ทำให้สินค้าแพงขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวจีน และการมีเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนนี้ เป็นผลดีกับนักท่องเที่ยวจีนที่จะวางแผนเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย จากตารางพบว่า ในปี 2550 มีอัตราแลกเปลี่ยนลดลงต่ำสุด 9.85% และมีอัตราแลกเปลี่ยนสูงสุดในปี 2552 เท่ากับ 9.37%

4. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย

ตาราง 6 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : ร้อยละ

พ.ศ.	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	82.0	-
2542	82.2	0.24%
2543	83.5	1.58%
2544	84.9	1.68%
2545	85.4	0.59%
2546	87.0	1.87%
2547	89.4	2.76%
2548	93.4	4.47%
2549	97.8	4.71%
2550	100.0	2.25%
2551	105.4	5.40%
2552	104.5	-0.85%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2553).

จากตาราง 6 แสดงให้เห็นว่าในระหว่างปี 2541-2552 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย มีทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในช่วงนั้นอัตราเงินเฟ้อมีการเพิ่มขึ้น ทำให้อำนาจซื้อมีการเปลี่ยนแปลงลดลง หากจะซื้อสินค้าในปี 2551 ซึ่งเป็นสินค้าชนิดเดียวกันกับปี 2550 ซึ่งสามารถซื้อด้วยเงินเท่ากับ 100 บาท จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้น 5.40 บาท แต่ในปี 2552 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงลดลง ทำให้อัตราเงินเฟ้อลดลงด้วย

5. งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว

ตาราง 7 งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : ล้านบาท

พ.ศ.	งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	2,546.3	-
2542	1,835.8	-27.90%
2543	2,106.9	14.77%
2544	3,138.6	48.97%
2545	5,292.6	68.63%
2546	7,202.7	36.09%
2547	11,174.5	55.14%
2548	6,857.4	-38.63%
2549	7,342.7	7.08%
2550	6,439.4	-12.30%
2551	6,789.9	5.44%
2552	9,653.4	42.17%

ที่มา : สำนักงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี (2553).

จากตาราง 7 แสดงให้เห็นว่างบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ในระหว่างปี 2541-2552 มีการเปลี่ยนแปลงปรับไปตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละปี ไม่มีทิศทางในการเปลี่ยนแปลงที่แน่นอน โดยในปี 2547 รัฐบาลได้ส่งจ่ายงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว สูงที่สุดถึง 11,174.5 ล้านบาท เพราะตั้งแต่ปี 2546 มีการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทย เนื่องจากมีการระบาดของโรคซาร์ในเอเชีย และลดลงอย่างต่อเนื่องในปี 2547 เพราะมีการระบาดของโรคไข้หวัดนกในเอเชีย, เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ และสึนามิชายฝั่งอันดามัน

6. สภาวะการณ์ภายในประเทศไทย

ตาราง 8 สภาวะการณ์ภายในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2541 – 2552

พ.ศ.	สภาวะการณ์ภายในประเทศไทย
2541	ปกติ
2542	ปกติ
2543	ปกติ
2544	ปกติ
2545	ปกติ
2546	มีการระบาดของโรคซาร์ในเอเชีย
2547	มีการระบาดของโรคไข้หวัดนกในเอเชีย, เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ปล้นปืน และสึนามิชายฝั่งอันดามัน
2548	ความไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยจากเหตุสึนามิ เมื่อเดือนธันวาคม 2547
2549	ปกติ
2550	ปกติ
2551	เหตุความไม่สงบด้านการเมือง มีการปิดล้อมสนามบินสุวรรณภูมิ
2552	เหตุความไม่สงบด้านการเมือง และเกิดการระบาดของโรคไข้หวัดหมูจากเม็กซิโกและลามไปทั่วโลก

ที่มา : กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553).

จากตาราง 8 แสดงให้เห็นว่าสภาวะการณ์ภายในประเทศไทยในระหว่างปี 2541-2552 ที่ไม่สามารถทราบล่วงหน้า หรือไม่สามารถควบคุมได้ แต่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยมีทั้งปัจจัยทางสังคม การเมือง โรคระบาดและภัยธรรมชาติ

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยตั้งแต่ปี 2541 - 2552 รวมระยะเวลาที่ศึกษาทั้งสิ้น 12 ปี

โดยทำการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เพื่อดูความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย และเพื่อเป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยใช้การวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้เทคนิคการเลือกตัวแปรอิสระแบบ Backward ซึ่งเทคนิคนี้กำหนดให้เมื่อสร้างสมการมีตัวแปรอิสระทุก

ตัวอยู่ครบในระบบสมการ จากนั้นให้ทำการดึงตัวแปรอิสระที่มีขนาดของอิทธิพลน้อยที่สุด (ไม่มีนัยสำคัญ) ออกจากสมการทีละตัว จนกระทั่งเหลือตัวแปรในระบบสมการเฉพาะที่มีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2550: 180) ซึ่งผลจากการวิเคราะห์แสดงดังตาราง 9

ตาราง 9 การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ของปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

ตัวแปรอิสระ	β	Std. Error	T-test	Sig.	F-test	Sig.
Constant(β_0)	535,009.445	74,161.267	7.214	.000 *	10.269	0.005 *
PGNP(β_1)	6.568	11.426	3.927	.003 *		
EXC(β_2)	103,561.046	112,983.32	0.917	.390		
CPI(β_3)	-14,298.142	27589.245	-0.518	.623		
BUD(β_4)	-21.103	12.482	-1.691	.129		
DUMMY(β_5)	-210,191.290	52,309.438	-4.018	.003 *		
R	0.899		D.W.	1.870		
R ²	0.808		N	12		
Adjusted R ²	0.648					

* มีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ($\alpha = 0.01$)

ตาราง 9 ผลการวิเคราะห์ พบว่า

ค่าสัมประสิทธิ์การกำหนดที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted R²) มีค่าเท่ากับ 0.648 แสดงว่า ตัวแปรอิสระในแบบจำลอง ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน (PGNP) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (EXC) ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย (CPI) งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว (BUD) และสภาวะการณ์ภายในประเทศไทย (DUMMY) มีความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมของตัวแปรตามซึ่งก็คือจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย (QTR) ได้ถึงร้อยละ 64.8 ส่วนอีกร้อยละ 35.2 เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่น ที่ไม่ได้นำมาวิเคราะห์ในแบบจำลอง

เมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ โดยพิจารณาจากค่า Sig (F-test) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.005 หากค่า Sig (F-test) มีค่าน้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 0.01 แล้ว

สรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 ในการทดสอบ หมายความว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย (QTR)

เมื่อทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปรอิสระแต่ละตัว โดยพิจารณาจากค่า Sig (t-test) ของตัวแปรอิสระแต่ละตัว ว่าหากมีค่าน้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 0.01 แล้ว สรุปได้ว่ายอมรับสมมติฐาน H_0 ในการทดสอบ หมายความว่า ตัวแปรอิสระตัวนั้นมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ซึ่งได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน (PGNP) มีค่า Sig (t-test) เท่ากับ 0.003 และสภาวะการณ์ภายในประเทศไทย (DUMMY) มีค่า Sig (t-test) เท่ากับ 0.003

ค่า Durbin-Watson ซึ่งเป็นค่าทางสถิติเพื่อตรวจสอบปัญหาเรื่องความเกี่ยวพันในเชิงเวลา (Autocorrelation) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.870 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่ใช่อิทธิพลต่อตัวแปรตาม

การทดสอบเกี่ยวกับค่าคงที่ (β_0) โดยพิจารณาจากค่า Sig (t-test) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.000 หากค่า Sig (t-test) มีค่าน้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 0.01 แล้ว สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

การทดสอบเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน (PGNP) และสภาวะการณ์ภายในประเทศไทย (DUMMY) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย (QTR) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่แล้ว หากรายได้เฉลี่ยต่อคนของจีนเพิ่มขึ้น 100 หยวนจะมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยเพิ่มขึ้น 656.8 คน และสภาวะการณ์ภายในประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ หากสภาวะการณ์ภายในประเทศไทยไม่ปกติ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนไม่มีความมั่นใจในการที่จะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จะมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยลดลง 210,191.290 คน

จากการทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์แต่ละตัวแปรอิสระ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยสามารถสร้างสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ได้ดังนี้

$$QTR_t = 535,009.445 + 6.568PGNP_t - 210,191.290DUMMY_t$$

โดยที่

$$QTR_t = \text{จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยปีที่ } t \text{ (คน)}$$

$$\begin{aligned} \text{PGNP}_t &= \text{รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน ปีที่ } t \text{ (หยวน)} \\ \text{DUMMY}_t &= \text{สภาวการณ์ภายในประเทศไทย ปีที่ } t \end{aligned}$$

ส่วนที่ 3 การพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ช่วงระหว่าง พ.ศ.2553-2557

จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ที่ได้เลือกว่ามีความเหมาะสมที่สุด ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ผู้วิจัยจึงได้พยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย โดยมองลักษณะแนวโน้มของข้อมูลในอดีตและพยากรณ์ข้อมูลในอนาคต โดยใช้วิธีการทางคณิตศาสตร์ ดังนี้

หาค่าความชันของเส้นตรง และจุดตัดแกน Y ได้โดยใช้สมการต่อไปนี้

$$b = \frac{\sum XY - n(\bar{X})(\bar{Y})}{\sum X^2 - n\bar{X}^2}$$

$$a = \bar{Y} - b\bar{X}$$

จากค่า a และ b นำมาเขียนสมการเส้นตรงเพื่อหาค่าพยากรณ์ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = a + bX$$

กำหนดให้

a = จุดตัดแกน Y

b = ความชันของเส้นตรง

X = ค่าตัวแปรอิสระ คือ ปี

Y = รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน

n = จำนวนปี

\hat{Y} = ค่าพยากรณ์รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน

จากสมการเส้นตรงข้างต้น นำมาพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยได้ โดยนำปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน (PGNP) และสภาวการณ์ภายในประเทศไทย (DUMMY) มาทำการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ช่วงระหว่างปี 2553-2557

ตาราง 10 แสดงการพยากรณ์แนวโน้มของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศไทย

พ.ศ.	ปีที่ (X)	รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศไทย(Y_{PGNPt})	X^2	XY_{PGNPt}
2541	1	27,988	1	27,988
2542	2	29,498	4	58,996
2543	3	31,834	9	95,502
2544	4	34,840	16	139,360
2545	5	38,720	25	193,600
2546	6	44,165	36	264,990
2547	7	48,148	49	337,036
2548	8	52,670	64	421,360
2549	9	58,313	81	524,817
2550	10	65,404	100	654,040
2551	11	70,896	121	779,856
2552	12	72,891	144	874,692
ผลรวม	78	575,367	650	4,372,237

ที่มา : จากการคำนวณ

$$\bar{X} = \frac{78}{12} = 6.5$$

$$\bar{Y} = \frac{575,367}{12} = 47,947.25$$

$$\text{จาก } b = \frac{\sum XY - n(\bar{X})(\bar{Y})}{\sum X^2 - n\bar{X}^2} = \frac{(4,372,237 - 12(6.5) \times (47,947.25))}{650 - (12 \times 6.5 \times 6.5)}$$

$$= 4,422.038$$

$$a = \bar{Y}_{PGNP} - b\bar{X} = 47,947.25 - (4,422.038)(6.5)$$

$$= 19,204$$

จากค่า a และ b ที่คำนวณได้ นำมาเขียนสมการเส้นตรงเพื่อหาค่าพยากรณ์แนวโน้มของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557 ได้จากสูตรสมการเส้นตรง ดังนี้

$$\hat{Y}_{PGNP} = a + bX$$

$$\hat{Y}_{PGNP} = 19,204 + 4,422.038X$$

พ.ศ. 2553	:	19,204+ 4,422.038 (13) = 76,690.50	หยวน
พ.ศ. 2554	:	19,204+ 4,422.038 (14) = 81,112.54	หยวน
พ.ศ. 2555	:	19,204+ 4,422.038 (15) = 85,534.58	หยวน
พ.ศ. 2556	:	19,204+ 4,422.038 (16) = 89,956.62	หยวน
พ.ศ. 2557	:	19,204+ 4,422.038 (17) = 94,378.65	หยวน

ตาราง 11 ผลการพยากรณ์แนวโน้มของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน และโอกาสการเกิด
สภาวะการณภายในประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557

พ.ศ.	รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน(Y_{PGNP_t}) (หยวน)	สภาวะการณภายในประเทศไทย	
		ปกติ	ไม่ปกติ
2553	76,690.50	0	1
2554	81,112.54	0	1
2555	85,534.58	0	1
2556	89,956.62	0	1
2557	94,378.65	0	1

ที่มา : จากการคำนวณ

รายละเอียดของสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาจากประเทศไทย ซึ่งปัจจัยนั้นได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน($PGNP_t$) และสภาวะการณภายในประเทศไทย ($DUMMY_t$) จากสมการดังกล่าวสามารถนำมาพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาจากประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557 รวมทั้งสิ้น 5 ปี ปรากฏว่าแนวโน้มของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน มีลักษณะเพิ่มขึ้นตามเวลา หลังจากนั้นก็นำค่าที่ได้ไปแทนค่าในสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาจากประเทศไทยในช่วงปี 2553-2557 ได้ดังนี้

$$QTR_t = 535,009.445 + 6.568PGNP_t - 210,191.290DUMMY_t$$

พ.ศ. 2553

$$DUMMY = 0 : 535,009.445 + 6.568(76,690.50) - 210,191.290(0) = 1,038,712.6 \text{ คน}$$

$$DUMMY = 1 : 535,009.445 + 6.568(76,690.50) - 210,191.290(1) = 828,521.4 \text{ คน}$$

พ.ศ. 2554

$$\text{DUMMY} = 0 : 535,009.445 + 6.568(81,112.54) - 210,191.290(0) = 1,067,756.6 \text{ คน}$$

$$\text{DUMMY} = 1 : 535,009.445 + 6.568(81,112.54) - 210,191.290(1) = 857,565.3 \text{ คน}$$

พ.ศ. 2555

$$\text{DUMMY} = 0 : 535,009.445 + 6.568(85,534.58) - 210,191.290(0) = 1,096,800.6 \text{ คน}$$

$$\text{DUMMY} = 1 : 535,009.445 + 6.568(85,534.58) - 210,191.290(1) = 886,609.3 \text{ คน}$$

พ.ศ. 2556

$$\text{DUMMY} = 0 : 535,009.445 + 6.568(89,956.62) - 210,191.290(0) = 1,125,844.5 \text{ คน}$$

$$\text{DUMMY} = 1 : 535,009.445 + 6.568(89,956.62) - 210,191.290(1) = 915,653.2 \text{ คน}$$

พ.ศ. 2557

$$\text{DUMMY} = 0 : 535,009.445 + 6.568(94,378.65) - 210,191.290(0) = 1,154,888.4 \text{ คน}$$

$$\text{DUMMY} = 1 : 535,009.445 + 6.568(94,378.65) - 210,191.290(1) = 944,697.1 \text{ คน}$$

ตาราง 12 ผลการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย		หน่วย :คน
	จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย		
	สถานการณ์ภายในประเทศไทยปกติ	สถานการณ์ภายในประเทศไทยไม่ปกติ	
2553	1,038,712.6	828,521.4	
2554	1,067,756.6	857,565.3	
2555	1,096,800.6	886,609.3	
2556	1,125,844.5	915,653.2	
2557	1,154,888.4	944,697.11	

ที่มา : จากการคำนวณ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย โดยต้องการทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจีนที่จะเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสามารถนำผลการวิเคราะห์ที่ได้ไปใช้เพื่อช่วยสนับสนุนทั้งภาครัฐ และภาคเอกชนให้มีการวางแผนอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับสภาพการณ์ต่างๆ ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งการศึกษาสามารถสรุปขั้นตอนและผลการศึกษาได้ดังนี้

ความมุ่งหมายงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย
2. เพื่อพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ช่วงปี 2553-2557

ความสำคัญของการวิจัย

จากผลการวิจัยครั้งนี้จะมีประโยชน์ต่างๆ ดังนี้

1. สามารถทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน และนำไปเป็นข้อมูลให้แก่ภาครัฐและเอกชน ในการกำหนดนโยบาย หรือกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อหาวิธีที่จะดึงดูดและกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจีนตัดสินใจเลือกที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องมีความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ เพื่อให้การดำเนินงานต่างๆ เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจให้กับภาคเอกชน ส่งผลให้เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศมากยิ่งขึ้น

2. สามารถนำค่าการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยไปใช้เป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการและภาครัฐบาลในการวิเคราะห์และวางแผน ให้สอดคล้องกับแนวโน้ม และโอกาสทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในตลาด สามารถนำข้อมูลไปใช้ในด้านการพิจารณาตัดสินใจลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว และสำหรับการวางแผนการตลาดในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีอยู่

ขอบเขตของการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ประชากรประเทศจีน โดยไม่รวมเขตบริหารพิเศษฮ่องกง

แหล่งข้อมูล

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์นี้ซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary Data) จากหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลนั้นๆ เป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ตั้งแต่ปี 2541 – 2552 โดยรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ รายงานสถิตินักท่องเที่ยวรายปีของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, รายงานเศรษฐกิจรายเดือนของธนาคารแห่งประเทศไทย, สำนักงบประมาณและธนาคารโลก

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปรอิสระ ในการศึกษานี้ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ดังนี้
 - 1.1 รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน
 - 1.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา
 - 1.3 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย
 - 1.4 งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว
 - 1.5 สภาพการณ์ภายในประเทศไทย
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย

สมมุติฐานในการวิจัย

1. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และในทางกลับกันหากรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนลดต่ำลง จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยลดลงด้วย

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อหยวนเพิ่มขึ้น (ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง) ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้สินค้าและบริการต่างๆเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวจีนมีราคาถูกลง ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทาง

มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น แต่หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อหยวนลดลง (ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น) ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง

3. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยลดลง ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น แต่หากดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง

4. งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่องบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และในทางกลับกันหากงบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวลดลง จะทำให้นักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยลดลงด้วย

5. สภาพการณ์ภายในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อสภาพการณ์ภายในประเทศไทยปกติ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนมีความมั่นใจในการที่จะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยมากขึ้น และหากเกิดสภาพการณ์ไม่ปกติขึ้น ก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง

ข้อมูลและแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ได้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) รายปีตั้งแต่ปี 2541-2552 ระยะเวลา 12 ปี โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรประเทศจีนมีหน่วยเป็นหยวน, อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราโดยปรับหน่วยเป็นบาทต่อ 1 หยวน, ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย, งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวมีหน่วยเป็นบาท และสภาพการณ์ภายในประเทศไทย โดยรวบรวมจากแหล่งต่างๆ ได้แก่

1. จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย เก็บรวบรวมจากสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (<http://www.tourism.go.th>)

2. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประชากรจีน ในการศึกษาในครั้งนี้ใช้ข้อมูล GDP ต่อจำนวนประชากรจีนที่ได้รับการจ้างงาน ซึ่งรวบรวมข้อมูลจากธนาคารโลก โดยผ่านทางเว็บไซต์ของธนาคารโลก (<http://www.worldbank.org>)

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราโดยปรับหน่วยเป็นบาทต่อ 1 หยวน ซึ่งข้อมูลนี้เป็นอัตราแลกเปลี่ยนเฉลี่ยของธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานคร เก็บรวบรวมจากรายงานเศรษฐกิจรายเดือนของธนาคารแห่งประเทศไทย (<http://www.bot.or.th>)

4. ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย โดยใช้ปี 2550 เป็นปีฐาน เก็บรวบรวมจากรายงานเครื่องชี้เศรษฐกิจมหภาคของไทย ของธนาคารแห่งประเทศไทย (<http://www.bot.or.th>)

5. งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว เก็บรวบรวมจากข้อมูลงบประมาณ สำนักงบประมาณ (<http://www.bb.go.th>)

6. สภาพการณ์ภายในประเทศไทย เก็บรวบรวมข้อมูลจากกองวิจัยการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรมการท่องเที่ยวสังกัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (ฉันทิช วรรณถนอม. 2552: 373-378)

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) โดยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือตามลำดับ ดังนี้

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย

1. ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย โดยมีการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการและงานวิจัยต่างๆ เพื่อคว่ามีปัจจัยใดบ้างมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย และมีเอกสารหรือทฤษฎีใดที่มารองรับปัจจัยที่เลือกมา

2. สร้างตารางข้อมูลให้ครอบคลุมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา

จากการดำเนินการตามขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยแล้ว ผู้วิจัยจึงได้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 เครื่องมือในการรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกตารางข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์ โดยแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทย ปีที่ t (QTR) มีรูปแบบความสัมพันธ์ ดังนี้

$$QTR_t = \beta_0 + \beta_1 PGNP_t + \beta_2 EXC_t + \beta_3 CPI_t + \beta_4 BUD_t + \beta_5 DUMMY_t$$

โดยที่

$$QTR_t = \text{จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทยปีที่ } t \text{ (คน)}$$

- $PGNP_t$ = รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนปีที่ t (หยวน)
 EXC_t = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศปีที่ t (บาทต่อหยวน)
 CPI_t = ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยปีที่ t
 BUD_t = งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวปีที่ t (บาท)
 $DUMMY_t = 0$ ถ้าสภาพการณ์ภายในประเทศไทยปกติ
 $= 1$ ถ้าสภาพการณ์ในประเทศไทยไม่ปกติ เช่น เหตุความไม่สงบในประเทศ โรคระบาด ภัยธรรมชาติ
 $\beta_0, \beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4, \beta_5 =$ ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ของปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย โดยใช้เวลาย้อนหลังเป็นระยะเวลา 12 ปี ตั้งแต่ปี 2541-2552 ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานราชการและเอกชนต่างๆ รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากสำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ และเว็บไซต์ต่างๆที่เกี่ยวข้อง
2. จัดเรียงข้อมูลที่ได้เลือกมาแล้วนำข้อมูลที่ได้มาจัดตามตัวแปรที่ทำการศึกษา

การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลมาแล้วผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมมาดำเนินการดังขั้นตอนต่อไปนี้

1. นำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง และความครบถ้วนของข้อมูล และนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดกระทำเสียใหม่ โดยนำข้อมูลที่ยังเป็นข้อมูลดิบมาบันทึกในแบบบันทึก และจัดกระทำให้เป็นข้อมูลที่สามารนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป
2. นำข้อมูลที่จัดกระทำแล้วมาวิเคราะห์ผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาค่าทางสถิติแบบสมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ (Multiple Linear Regression Analysis) เมื่อได้ผลของการประมวลผลทำการตรวจสอบค่า F-test, t-test, Adjusted R^2 และค่า Durbin-Watson ว่าค่ามีนัยสำคัญหรือไม่ การวิเคราะห์เพื่อให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของงานวิจัย พร้อมทั้งหาสมการความสัมพันธ์ที่เหมาะสมที่สุด และดูความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวแปรอิสระกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยซึ่งเป็นตัวแปรตาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ข้อมูลสภาพทั่วไปของตัวแปรที่ศึกษา ตั้งแต่ปี 2541 - 2552

1. ในระหว่างปี 2541-2552 จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย มีการเปลี่ยนแปลงทุกปี โดยในปี 2546 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงลดลงสูงที่สุดถึง 23.98% และลดลงอย่างต่อเนื่องจนถึงปี 2547 และกลับมาเพิ่มขึ้นในปี 2548 โดยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงที่สุดถึง 45.71% และเพิ่มขึ้นอีกในปี 2549 จนจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยอยู่ในระดับที่สูงที่สุด

2. รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2541 - 2552 พบว่ามีอัตราการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นทุกปี โดยมีอัตราเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2546 ถึง 14.06% สาเหตุมาจากการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศจีนอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี 2552 รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนสูงถึง 72,891 หยวนต่อปี

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินหยวน ตั้งแต่ปี 2541 - 2552 จะพบว่าค่าเฉลี่ยอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินหยวนประมาณ 4.8780 บาท ต่อ 1 หยวน การเปลี่ยนแปลงในแต่ละปีไม่สูงมากนัก และการเปลี่ยนแปลงนั้นไม่ได้ทำให้สินค้าแพงขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยวจีน และการมีเสถียรภาพของอัตราแลกเปลี่ยนนี้ เป็นผลดีกับนักท่องเที่ยวจีนที่จะวางแผนเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย จากตารางพบว่า ในปี 2550 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุด 9.85% และมีอัตราการเปลี่ยนแปลงสูงสุดในปี 2552 เท่ากับ 9.37%

4. ในระหว่างปี 2541-2552 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยมีทิศทางเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากในช่วงนั้นอัตราเงินเฟ้อมีการเพิ่มขึ้น ทำให้อำนาจซื้อมีการเปลี่ยนแปลงลดลง หากจะซื้อสินค้าในปี 2551 ซึ่งเป็นสินค้าชนิดเดียวกันกับปี 2550 ซึ่งสามารถซื้อด้วยเงินเท่ากับ 100 บาท จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้น 5.40 บาท แต่ในปี 2552 ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยมีการเปลี่ยนแปลงลดลง ทำให้อัตราเงินเฟ้อลดลงด้วย

5. งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ในระหว่างปี 2541-2552 มีการเปลี่ยนแปลงปรับไปตามความเหมาะสมกับสถานการณ์ในแต่ละปี ไม่มีทิศทางในการเปลี่ยนแปลงที่แน่นอน โดยในปี 2547 รัฐบาลได้ส่งจ่ายงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว สูงที่สุดถึง 11,174.5 ล้านบาท เพราะตั้งแต่ปี 2546 มีการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทย เนื่องจากมีการระบาดของโรคร้ายในเอเชีย และลดลงอย่างต่อเนื่องในปี 2547 เพราะมีการระบาดของโรคไข้หวัดนกในเอเชีย, เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ และสึนามิชายฝั่งอันดามัน

6. สภาพการณ์ภายในประเทศไทยในระหว่างปี 2541-2552 มีเหตุการณ์เกิดขึ้นหลายเหตุการณ์ คือ ปี 2546 มีการระบาดของโรคร้ายในเอเชีย, ปี 2547 มีการระบาดของโรคไข้หวัดนกในเอเชีย, เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ปิ่นปิ่น และสึนามิชายฝั่งอันดามัน, หลังจากนั้น 1 ปี คือปี 2548 ความหวุ่นวิตกเรื่องสึนามิที่เพิ่งเกิดขึ้นเมื่อปลายปีที่ผ่านมาก็ยังคงอยู่ และในปี 2551 และ 2552 มีเหตุการณ์ไม่

สงบด้านการเมือง มีการปิดล้อมสนามบินสุวรรณภูมิ และมีการระบาดของโรคไข้หวัดหมูด้วย เหตุการณ์เหล่านี้ล้วนเป็นเหตุการณ์ที่ไม่สามารถทราบล่วงหน้า หรือไม่สามารถควบคุมได้ แต่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว สามารถเพิ่มหรือลดความเชื่อมั่นในด้านความปลอดภัยและคุ่มค่าในการเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีน

ส่วนที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยตั้งแต่ปี 2541 - 2552

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย (QTR) ขึ้นอยู่กับปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน (PGNP) และสภาพการณ์ภายในประเทศไทย (DUMMY) โดยพบว่า ทั้ง 2 ปัจจัยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยได้ 64.80% ส่วนอีก 35.20% เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาพิจารณาในการศึกษาในครั้งนี้ และทดสอบนัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ โดยพิจารณาจากค่า Sig (F-test) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 0.005 ซึ่งน้อยกว่าค่า α ที่กำหนด ซึ่งได้กำหนดไว้ที่ 0.01 แสดงว่า ตัวแปรอิสระทุกตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย (QTR) และเมื่อค่า Durbin-Watson ซึ่งเป็นค่าทางสถิติเพื่อตรวจสอบปัญหาเรื่องความเกี่ยวพันในเชิงเวลา (Autocorrelation) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.870 แสดงว่าค่าความคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กัน และไม่เป็นอิทธิพลต่อตัวแปรตาม แสดงว่าตัวแปรอิสระทั้งสองค่า สามารถนำมาใช้อธิบายตัวแปรตามได้โดยไม่มีอิทธิพลของความเกี่ยวพันในเชิงเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง

เมื่อพิจารณาปัจจัยอิสระแต่ละตัวที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ได้ผลสรุปดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน (PGNP) มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา (EXC) มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย (CPI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว (BUD) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สภาพการณ์ภายในประเทศไทย (DUMMY) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการทดสอบค่านัยสำคัญทางสถิติของค่าสัมประสิทธิ์แต่ละตัวแปรอิสระ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระทั้ง 2 ตัว มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยสามารถสร้างสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย ได้ดังนี้

$$QTR_t = 535,009.445 + 6.568PGNP_t - 210,191.290DUMMY_t$$

โดยที่

$$QTR_t = \text{จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทยปี } t \text{ (คน)}$$

$$PGNP_t = \text{รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน ปี } t \text{ (หยวน)}$$

$$DUMMY_t = \text{สภาวะการณ์ภายในประเทศไทย ปี } t$$

การทดสอบเกี่ยวกับสัมประสิทธิ์ความถดถอย พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน (PGNP) และสภาวะการณ์ภายในประเทศไทย (DUMMY) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย (QTR) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 โดยรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่แล้ว หากรายได้เฉลี่ยต่อคนของจีนเพิ่มขึ้น 100 หยวนจะมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทยเพิ่มขึ้น 656.8 คน และสภาวะการณ์ภายในประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย กล่าวคือ หากสภาวะการณ์ภายในประเทศไทยไม่ปกติ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเงินไม่มีความมั่นใจในการที่จะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จะมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทยลดลง 210,191.290 คน

ส่วนที่ 3 การพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย ช่วงปี 2553-2557

จากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย ที่ได้เลือกกว่ามีความเหมาะสมที่สุด ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน และสภาวะการณ์ภายในประเทศไทย ซึ่งจากสมการดังกล่าวสามารถนำมาพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาจากประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557 รวมทั้งสิ้น 5 ปี

ตาราง 13 ผลการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557

หน่วย :คน

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย	
	สภาวะการณ์ภายในประเทศไทยปกติ	สภาวะการณ์ภายในประเทศไทยไม่ปกติ
2553	1,038,712.6	828,521.4
2554	1,067,756.6	857,565.3
2555	1,096,800.6	886,609.3
2556	1,125,844.5	915,653.2
2557	1,154,888.4	944,697.11

ที่มา : จากการคำนวณ

จากการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ในช่วงปี 2553-2557 พบว่า แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย มีลักษณะเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องตามเวลา ทั้งภายในสภาวะการณ์ที่ปกติ และไม่ปกติ เพียงแต่สำหรับสภาวะการณ์ที่ไม่ปกติ จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่น้อยกว่าในสภาวะการณ์ที่ปกติ ค่าการพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย สอดคล้องกับการขยายตัวอย่างต่อเนื่องทางเศรษฐกิจของประเทศจีน ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวจีนมีกำลังซื้อมากขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 “รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนเพิ่มขึ้นในขณะที่ปัจจัยอื่นคงที่ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และในทางกลับกันหากรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนลดต่ำลง จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยลดลงด้วย”

ผลการศึกษาจากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวน

นักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่แล้ว หากรายได้เฉลี่ยต่อคนของจีนเพิ่มขึ้น จะมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของธงชัย ฐิติวิริยะ (2541: 109-110) ที่พบว่ารายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และผลงานวิจัยของพิสัย เสวีกุล (2537: 74-75) ที่พบว่าอุปสงค์การเดินทางมายังประเทศไทยของชาวต่างประเทศ ได้แก่ รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการส่งออก (รัตนา สายคณิต, 2544: 199) กล่าวคือ ระดับรายได้ประชาชาติของประเทศผู้ซื้อสินค้า เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกในทิศทางเดียวกัน หากประเทศจีนมีรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น รายได้เฉลี่ยต่อคนก็จะเพิ่มขึ้นด้วย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น และระดับรายได้ต่อคนของประเทศจีนยังสอดคล้องกับปัจจัยผลักดัน (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548: 21) ที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย

สมมติฐานข้อที่ 2 “อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อหยวนเพิ่มสูงขึ้น (ค่าเงินบาทอ่อนค่าลง) ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้สินค้าและบริการต่างๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวจีนมีราคาถูกลง ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น แต่หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อหยวนลดลง (ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น) ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง”

ผลการศึกษาจากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ในด้านทิศทางของความสัมพันธ์ สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการส่งออก (รัตนา สายคณิต, 2544: 199) ซึ่งอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออกก็คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน คือการชำระค่าสินค้าเป็นเงินตราต่างประเทศ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศกับเงินสกุลในประเทศไม่เหมาะสมจนกระทบต่อราคาสินค้านำเข้าแพงขึ้น ก็จะทำให้บริโภคสินค้านั้นลดลง ดังเช่นการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจีนหากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศบาทต่อหยวนลดลง (ค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น) ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง และผลกระทบของการแพงขึ้นของราคาสินค้าการท่องเที่ยว ยังเป็นปัจจัยดึงดูด (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2548: 21) ที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 3 “ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยลดลง ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น แต่หากดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยเพิ่มสูงขึ้น ก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง”

ผลการศึกษาจากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย พบว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ในด้านทิศทางของความสัมพันธ์ ผลการศึกษาสอดคล้องกับผลงานวิจัยของมงคล ฤทธิ์พรรณรงค์ (2548: 95-96) ที่ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยดัชนีผู้บริโภคไทยนั้นมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งดัชนีราคาผู้บริโภคบอกถึงปัญหาเงินเฟ้อหรืออำนาจซื้อว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร ซึ่งประเทศใดก็ตามที่ประสบกับปัญหาเงินเฟ้อในอัตราที่สูง แสดงว่าระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปของประเทศนั้นสูงขึ้นอย่างมาก หากประเทศไทยมีเงินเฟ้อในอัตราที่ต่ำ ทำให้นักท่องเที่ยวจีนต้องการซื้อบริการท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น เพราะรู้สึกว่าได้กำไรและคุ้มค่ากว่าการเลือกท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆที่มีดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปในอัตราที่สูง สอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับการส่งออก (รัตนาศายคณิต. 2544: 199)

สมมติฐานข้อที่ 4 “งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่องบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น และในทางกลับกันหากงบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวลดลง จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยลดลงด้วย”

ผลการศึกษาจากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย พบว่างบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ นอกจากนี้การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ยังมีผลไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของรุ่งทิพย์ จินดาผล (2538: 44-45) ซึ่งพบว่างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เชียงใหม่ สงขลา(หาดใหญ่) ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และไม่สอดคล้องกับผลงานวิจัยของธงชัย รุปีดิวิริยะ (2541: 109-110) ซึ่งพบว่างบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริม และสนับสนุนด้าน

การท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นไปในทิศทางเดียวกัน อาจเป็นเพราะงบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวที่มีผลโดยตรงต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยภายในประเทศมากกว่านักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ซึ่งสามารถอธิบายผลที่ไม่สอดคล้องนี้ได้จากการพิจารณาโครงการสำคัญๆ ที่เกิดขึ้นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยพบว่าโครงการที่เกิดขึ้นนั้นเป็นโครงการที่สนับสนุนและกระตุ้นให้คนไทยเที่ยวภายในประเทศ (ฉันทิช วรรณถนอม. 2552: 309) ได้แก่ โครงการไทยเที่ยวไทย (ปี 2544) โครงการไทยเที่ยวไทยไปได้ทุกเดือน (ปี 2545) โครงการ Unseen Thailand (ปี 2546-2551) และโครงการเที่ยวไทยครีกครีน เศรษฐกิจไทยคึกคัก (ปี 2551-2552) นอกจากนี้หากพิจารณาจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (ปี 2540-2544) ฉบับที่ 9 (ปี 2545-2549) และฉบับที่ 10 (ปี 2550-2554) ซึ่งระบุไว้เกี่ยวกับแผนพัฒนาและส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวจะพบว่า หัวข้อที่ระบุในแผนการพัฒนาในการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่สัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวจีน โดยตรงนั้นไม่มีการระบุไว้ชัดเจน และหัวข้อที่ระบุในแผนพัฒนาส่วนใหญ่ นั้น จะเป็นลักษณะในการส่งเสริมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว พัฒนาศูนย์บริการ การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าด้านการพัฒนา และส่งเสริมการตลาดสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศโดยตรง รวมถึงการที่สถาบันวิจัยเพื่อพัฒนาประเทศไทยระบุถึงปัญหาของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทั้ง 3 ฉบับนี้ว่าขาดความประสานงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ไม่มีแผนงบประมาณด้านการท่องเที่ยวที่ชัดเจน และไม่มีการติดตามประเมินผล (ฉันทิช วรรณถนอม. 2552: 354-358) ดังนั้นจึงสามารถสรุปสาเหตุของผลที่ได้จากสมการที่ไม่สอดคล้องตามสมมติฐานได้ว่า เกิดจากการที่งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริม และสนับสนุนการท่องเที่ยวนั้น ไม่มีแผนงบประมาณที่จะสนับสนุน และส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ที่ระบุประเทศที่จะพัฒนา และส่งเสริมอย่างชัดเจน นอกจากนี้โครงการสำคัญ ๆ ที่ได้รับการสนับสนุนอย่างชัดเจนนั้นยังเป็นโครงการที่สำหรับส่งเสริมและกระตุ้นให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า การส่งเสริมการตลาดของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

สมมติฐานข้อที่ 5 “สภาวะการณ์ภายในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย กล่าวคือ เมื่อสภาวะการณ์ภายในประเทศไทยปกติ ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆคงที่ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนมีความมั่นใจในการที่จะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยมากขึ้น และหากเกิดสภาวะการณ์ไม่ปกติขึ้น ก็ จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง”

ผลการศึกษาจากสมการแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย พบว่าสภาวะการณ์ภายในประเทศไทยมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกับจำนวน

นักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ แสดงว่า เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่แล้ว หากสภาวะการณ์ภายในประเทศไทยปกติ จะมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยไม่ลดลง ซึ่งสอดคล้องกันผลงานวิจัยของชมพร เอี่ยมศรีทอง (2536:66-67) การศึกษาพบว่าความมั่นคงทางการเมืองของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวเป็นปัจจัยดึงดูดอุปสงค์การท่องเที่ยว ตามแนวคิดเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์. 2548: 21) เพราะการเกิดเหตุการณ์ที่ไม่ปกติ ที่มีความเสี่ยงว่าจะไม่ได้รับความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจีนและประเทศอื่นๆ รวมทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ก็ไม่ต้องการเสี่ยงกับเหตุการณ์ไม่ปกติเหล่านั้น ทั้งภัยธรรมชาติ การระบาดของโรค และความไม่สงบทางการเมือง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ซึ่งปัจจัยที่ศึกษาในครั้งนี้มีทั้งปัจจัยที่ควบคุมได้ ก็คือ งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ดัชนีราคาผู้บริโภค และสภาวะการณ์ภายในประเทศที่ไม่ปกติทางการเมือง และโรคระบาด และปัจจัยที่ควบคุมไม่ได้ ซึ่งก็คือ รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และสภาวะการณ์ภายในประเทศที่ไม่ปกติด้านภัยธรรมชาติ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สำหรับภาครัฐบาล ซึ่งสามารถเข้ามาดูแลและควบคุมปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศ ประเภทที่สามารถควบคุมได้ทั้ง 3 ปัจจัย ซึ่งในการศึกษาในครั้งนี้พบว่าปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ปัจจัยแรกคือ งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวนั้น กลับไม่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยให้เพิ่มมากขึ้น จากอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งจำนวนประชากรที่มากเป็นอันดับหนึ่งของโลกของประเทศจีน ซึ่งถือว่าเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจของประเทศไทยที่จะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้กับประเทศไทย ดังนั้นหากต้องการที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวจีนให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ทางภาครัฐควรสนับสนุนด้านงบประมาณโดยตรงและควรจัดสรรให้เหมาะสม ให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจีน เพื่อวางแผนกำหนดกลยุทธ์ ให้สอดคล้องกับทิศทางของปัจจัยรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนเนื่องจากเป็นปัจจัยที่สำคัญปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย

ปัจจัยที่ทางภาครัฐสามารถควบคุมได้อีกปัจจัยหนึ่งก็คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคที่บอกถึงอำนาจซื้อ ว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างไร โดยภาครัฐควรเข้ามาดูแลเพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเงินเฟ้อที่สูงเกินไป เมื่อ

เปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเดียวกันซึ่งมีปัจจัยด้านภูมิศาสตร์ที่ใกล้เคียงกัน โดยปัจจัยนี้จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน ตัวอย่างเช่น หากนักท่องเที่ยวจีนต้องการท่องเที่ยวที่ชายหาดที่สวยงาม แต่พบว่าดัชนีราคาของประเทศไทยสูงกว่าประเทศอินโดนีเซียซึ่งมีชายหาดที่สวยงามเช่นกัน และปัจจัยอื่นคงที่แล้ว นักท่องเที่ยวจีนจะตัดสินใจไปอินโดนีเซียทันที เพราะความคุ้มค่าของเงินที่จ่ายไปเพื่อซื้อสินค้าบริการการท่องเที่ยวมากกว่าที่จะมาประเทศไทย

สถานการณ์ภายในประเทศที่ไม่ปกติทางด้านการเมือง และโรคระบาด รัฐบาลสามารถดูแลเพื่อไม่ให้เกิดเหตุการณ์เหล่านี้ได้ เพราะจากผลการศึกษาเห็นได้ว่าปัจจัยนี้มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนอย่างมาก หากนักท่องเที่ยวจีนรู้สึกว่าจะไม่ได้รับความปลอดภัยจากการท่องเที่ยว ก็จะไม่ต้องการเสี่ยงกับเหตุการณ์ไม่ปกติเหล่านั้น จึงทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนลดลงซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ดังนั้นความมีเสถียรภาพทางการเมือง รวมทั้งการออกกฎหมายที่จะสามารถเข้ามาดูแลความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว และเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเกิดโรคระบาด หรือการแพร่ระบาดของโรคจากประเทศอื่นๆ เข้ามาในประเทศไทย ทั้งความพร้อมด้านเครื่องมือในการคัดกรองผู้ที่ติดเชื้อ ยาและวัคซีนที่มีคุณภาพด้านการรักษาและป้องกันโรค และเทคโนโลยีด้านอื่นๆ เช่น กล้องวงจรปิดตามถนน การเตือนภัยสึนามิ เป็นต้น ที่จะอำนวยความสะดวกและเพิ่มความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวจีนที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวที่ประเทศไทย

2. สำหรับภาคเอกชน จากการศึกษาครั้งนี้พบว่ารายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน และสถานการณ์ภายในประเทศไทยนั้นส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย ดังนั้นภาคเอกชนควรเตรียมการ ด้านความพร้อมของธุรกิจที่จะรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวจีนหากพบว่าอัตราการเติบโตของรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีนมีทิศทางเพิ่มมากขึ้น ภาคเอกชนนั้นควรเตรียมความพร้อมโดยเพิ่มบุคลากรที่สามารถสื่อสารภาษาจีนได้เอาไว้เพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวจีน จัดเตรียมเว็บไซต์หรือสื่อด้านอื่นๆ เป็นภาษาจีน เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวจีนสามารถเข้าถึงข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มากขึ้น และสิ่งสำคัญที่สุดอีกสิ่งหนึ่งสำหรับภาคเอกชนคือ ควรตื่นตัวพร้อมปรับแผนให้ทันต่อเหตุการณ์ที่ทางภาคเอกชนเองไม่สามารถควบคุมได้ทั้งสถานการณ์ด้านการเมือง ภัยธรรมชาติ และการระบาดของโรคภายในประเทศไทย เพราะเหตุการณ์เหล่านี้จะส่งผลต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจีนอย่างมากในการเลือกประเทศหรือสถานที่ในการท่องเที่ยว

3. ทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนอาจนำผลการแสดงความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนและค่าพยากรณ์จากการศึกษาในครั้งนี้ไปใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์และวางแผน โดยจะเป็นข้อมูลให้กับภาครัฐในการกำหนดนโยบาย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว และสำหรับภาคเอกชนข้อมูลนี้จะช่วยในการวางแผนให้สอดคล้องกับแนวโน้ม และโอกาสทางเศรษฐกิจที่มีอยู่ในตลาด ในการตัดสินใจลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีอยู่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาถึงปัจจัยอื่นๆ เพื่อให้การวิจัยมีความครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น ราคาของการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นปัจจัยดึงดูดสำคัญของการเกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว รวมทั้งเพิ่มการศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพด้วย เพราะปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม หรือปัจจัยทางการเมืองและกฎหมายเอง ก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันไป

2. ควรทำการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิร่วมกับการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อให้ได้งานวิจัยที่มีความสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้สามารถอธิบายถึงปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวเงินที่มาประเทศไทยได้อย่างครบถ้วน





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2546). *การวิเคราะห์สถิติสำหรับการบริหารและการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล*. พิมพ์ครั้งที่ 11. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2550). *สถิติสำหรับงานวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉันทัช วรรณถนอม. (2552). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา.
- ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2546). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 4. เชียงใหม่: ลานนาการพิมพ์.
- ชมพร เอี่ยมศรีทอง. (2536). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- ทิพวรรณ พุ่มมณี. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธงชัย ฐีปิติวิริยะ. (2541). *อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ. 2530 – 2540*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2553). *อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของธนาคารพาณิชย์ในเขตกรุงเทพมหานคร*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.bot.or.th>.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2553). *ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.bot.or.th>.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2540). *เศรษฐศาสตร์การจัดการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2544). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2541). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุญเรียง ขจรศิลป์. (2537). *สถิติวิจัย 2*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดเบสท์กราฟฟิค เพรส.
- พิสัย เสวีกุล. (2537). *ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การเดินทางมายังประเทศไทยของชาวต่างประเทศ*. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- มงคล ฤทธิ์พรณรงค์. (2548). *ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ*.
 สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- รุ่งทิพย์ จินดาผล. (2538). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว
 ภายในประเทศ*. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: สถาบันบัณฑิต
 พัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รัตนา สายคณิต. (2539). *เศรษฐศาสตร์เพื่อการจัดการ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- รัตนา สายคณิต. (2544). *เครื่องชี้สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจมหภาค*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์
 มหาวิทยาลัย.
- วิรัช พานิชวงส์. (2545). *การวิเคราะห์การถดถอย*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผลิตตำราเรียน สถาบันเทคโนโลยี
 พระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2545). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนา
 พานิช จำกัด.
- วิโชค อ่างมณี. (2532). *อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย*.
 วิทยานิพนธ์ วท.ม (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงบประมาณ. (2553). *ข้อมูลงบประมาณ*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25 ธันวาคม 2553, จาก
<http://www.bb.go.th>.
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว. (2553). *จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อวันที่ 25
 ธันวาคม 2553, จาก <http://www.tourism.go.th/2010/th/statistic/tourism.php>.
- Colander, David C. (2004). *Microeconomics*. 5th ed. New York: McGraw-Hill.
- Froyen, Richard T. (2001). *Macroeconomics Theories & Policies*. New York: Prentice Hall.
- Mathieson, Alister ; & Wall, Geoffrey. (2006). *Tourism change, impacts and opportunities*. Essex:
 Pearson Education Limited.
- Page, Stephen J. (2003). *Tourism management, managing for change*. Oxford: Butterworth-
 Heinemann.
- Ross, Glenn F. (1998). *The psychology of tourism*. 2nd ed. Elsternwick Victoria: Hospitality Press.
- Weaver, David ; & Oppermann, Martin. (2000). *Tourism management*. Sydney: John Wiley & Sons
 Australia.
- World Bank. (2011). *GDP per person employed*. Retrieved March 19, 2011, from
<http://www.worldbank.org>.



ภาคผนวก

จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทยตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : คน

พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่มาประเทศไทย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	604,472	-
2542	813,596	34.60%
2543	753,781	-7.35%
2544	801,362	6.31%
2545	797,976	-0.42%
2546	606,635	-23.98%
2547	533,124	-12.12%
2548	776,792	45.71%
2549	949,117	22.18%
2550	907,117	-4.43%
2551	826,660	-8.87%
2552	777,508	-5.95%

ที่มา : สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กรมการท่องเที่ยวสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2553).

รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา/ปี

พ.ศ.	รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	4,097	-
2542	4,318	5.39%
2543	4,660	7.92%
2544	5,100	9.44%
2545	5,668	11.14%
2546	6,465	14.06%
2547	7,048	9.02%

พ.ศ.	รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศจีน	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2548	7,710	9.39%
2549	8,536	10.71%
2550	9,574	12.16%
2551	10,378	8.40%
2552	10,670	2.81%

ที่มา : ธนาคารโลก (2553).

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศสกุลเงินบาทต่อสกุลเงินหยวน ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : บาท / 1 หยวน

พ.ศ.	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	5.0241	-
2542	4.8000	-4.46%
2543	4.5395	-5.43%
2544	4.7485	4.60%
2545	4.9010	3.21%
2546	4.8577	-0.88%
2547	5.0104	3.14%
2548	5.1897	3.58%
2549	5.2280	0.74%
2550	4.7130	-9.85%
2551	4.5492	-3.48%
2552	4.9754	9.37%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2553).

ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : ร้อยละ

พ.ศ.	ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของประเทศไทย	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	82.0	-
2542	82.2	0.24%
2543	83.5	1.58%
2544	84.9	1.68%
2545	85.4	0.59%
2546	87.0	1.87%
2547	89.4	2.76%
2548	93.4	4.47%
2549	97.8	4.71%
2550	100.0	2.25%
2551	105.4	5.40%
2552	104.5	-0.85%

ที่มา : ธนาคารแห่งประเทศไทย (2553).

งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2541 – 2552

หน่วย : ล้านบาท

พ.ศ.	งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2541	2,546.3	-
2542	1,835.8	-27.90%
2543	2,106.9	14.77%
2544	3,138.6	48.97%
2545	5,292.6	68.63%
2546	7,202.7	36.09%
2547	11,174.5	55.14%

พ.ศ.	งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว	ร้อยละการเปลี่ยนแปลง (%)
2548	6,857.4	-38.63%
2549	7,342.7	7.08%
2550	6,439.4	-12.30%
2551	6,789.9	5.44%
2552	9,653.4	42.17%

ที่มา : สำนักงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี (2553).

สภาวะการณ์ภายในประเทศไทยตั้งแต่ปี 2541 – 2552

พ.ศ.	สภาวะการณ์ภายในประเทศไทย
2541	ปกติ
2542	ปกติ
2543	ปกติ
2544	ปกติ
2545	ปกติ
2546	มีการระบาดของโรคซาร์ในเอเชีย
2547	มีการระบาดของโรคไข้หวัดนกในเอเชีย, เกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ปล้นปืน และสึนามิชายฝั่งอันดามัน
2548	ความไม่เชื่อมั่นในความปลอดภัยจากเหตุสึนามิ เมื่อเดือนธันวาคม 2547
2549	ปกติ
2550	ปกติ
2551	เหตุความไม่สงบด้านการเมือง มีการปิดล้อมสนามบินสุวรรณภูมิ
2552	เหตุความไม่สงบด้านการเมือง และเกิดการระบาดของโรคไข้หวัดหมูจากเม็กซิโกและลามไปทั่วโลก

ที่มา : กองวิจัยการตลาดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2553).



ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาว มัชฌิมา วงศ์ยัง
 วันเดือนปีเกิด 2 มิถุนายน 2526
 สถานที่เกิด ระยอง
 ที่อยู่ปัจจุบัน 265 หมู่ 2 ต.ทางเกวียน อ.แกลง จ.ระยอง 21110

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544 มัธยมศึกษาตอนปลาย
 จาก โรงเรียนแกลง “วิทยสถาวร”
 พ.ศ. 2549 วิทยาศาสตร์บัณฑิต สาขาสถิติ
 จาก มหาวิทยาลัยบูรพา
 พ.ศ. 2554 เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
 จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

