

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น  
สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

สารนิพนธ์

ของ

นางสาวสุพัฒนา เตโชชลาลัย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ตุลาคม 2547

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น  
สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

บทคัดย่อ

ของ

นางสาวสุพัฒนา เตโชชลาลัย

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

ตุลาคม 2547

สุพัฒนา เตชะชลาลัย. (2547). ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตรศาสตราจารย์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.  
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี.

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทยและเพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2542-2546 ในการศึกษา จากผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยมากที่สุด นักท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพลูกจ้างและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก โดยมีแนวโน้มลักษณะของการมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อน ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ได้แก่ ผลัดกันในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งอยู่ในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm)

จากผลการศึกษาพบว่า ผลัดกันในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักรและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ส่วนผลัดกันในประเทศเบื้องต้นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก ประเทศสหราชอาณาจักรและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ส่วนประเทศมาเลเซียนั้นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ ประเทศไทย สำหรับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักร และเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย สำหรับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียและจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

ECONOMIC FACTORS AFFECTING TOURISM DEMAND OF TOURISTS FROM  
MALAYSIA, JAPAN, UNITED KINGDOM, KOREA, AND CHINA COMING TO THAILAND

AN ABSTRACT

BY

MISS SUPHATTANA TACHOCHALALAI

Presented in partial fulfillment of the requirements  
for the Master of Economics degree in Managerial Economics  
at Srinakharinwirot University

October 2004

Suphattana Tachochalalai. (2004). *Economic Factors Affecting Tourism Demand of Tourists from Malaysia, Japan, United Kingdom, Korea, and China Coming to Thailand.*

Master's Project, M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor : Mr. Maitri Abhibhatanamontri.

This research aimed to study the basic information of tourists from Malaysia, Japan, United Kingdom, Korea, and China, and also study economic factors affecting tourism demand of tourists from Malaysia, Japan, United Kingdom, Korea, and China coming to Thailand.

Data analysis was separated into 2 parts. In the first part is the study of the basic information of tourists from Malaysia, Japan, United Kingdom, Korea, and China. It comprised sex, age, occupation, frequency of travel, and type of travel, using secondary data from 1999 – 2003. The study found that a trend of the number of tourists coming to Thailand was increasing. Malaysia is the country that has the most number of tourists coming to Thailand. Most tourists from 5 countries was male, 25-34 years, worked as employees, and most of them came to Thailand at first time. The trend of type of travel was group tour and they came to Thailand for relaxation. In the second part was the study about economic factors affecting tourism demand of tourists from Malaysia, Japan, United Kingdom, Korea, and China coming to Thailand, including gross domestic product, international exchange rate, and the ratio of consumer price index compare with consumer price index of Thailand. The data was a secondary data from 1983 – 2003 with multiple regression analysis in the natural logarithm form for analysis

The study found that gross domestic product of Malaysia, United Kingdom and China had a positive effect to the number of tourists coming to Thailand. Concerning to the gross domestic product of Japan and Korea, it had no effect to the number of tourists coming to Thailand. Concerning to the exchange rate of Japan and Korea had a positive effect to the number of tourists coming to Thailand. For United Kingdom and China, the exchange rate had a negative effect to the number of tourists coming to Thailand. For Malaysia, the exchange rate had no effect to the number of tourists coming to Thailand. The ratio of consumer price index of United Kingdom and Korea compare with consumer price index of Thailand had a positive effect to the number of tourists coming to Thailand. For Japan, the ratio of consumer price index compare with consumer price index of Thailand had a negative effect to the number of tourists coming to Thailand. For Malaysia and China, the ratio of consumer price index compare with consumer price index of Thailand had no effect to the number of tourists coming to Thailand.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบได้  
พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....  
(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....  
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิศมัย จารุจิตติพันธ์)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน  
(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

..... กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์ ดร. พิศมัย จารุจิตติพันธ์)

..... กรรมการที่แต่งตั้งเพิ่มเติม  
(อาจารย์ ประภาพร เฟื่องฟูสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีคณะสังคมศาสตร์  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติมา สังข์เกษม)

วันที่.....เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2547

## ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยดีด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจาก อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี ประธานกรรมการควบคุมสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.พิศมัย จารุจิตติพันธ์ อาจารย์ประพาพ เฟื่องฟูสกุลและอาจารย์วิพรรณ สาลีผล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำปรึกษาที่มีคุณค่ายิ่งต่องานวิจัยนี้ อีกทั้งทำให้ผู้วิจัยได้รับความรู้และประสบการณ์ในการทำงานวิจัยในด้านการท่องเที่ยวและรู้ถึงคุณค่าของงานวิจัยที่จะช่วยให้การทำงานเป็นไปอย่างมีคุณค่ามากขึ้น ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านในภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒทุกท่าน ที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนให้ประสบการณ์ที่ทรงคุณค่ายิ่งแก่ผู้วิจัย รวมทั้งให้ความรักความเมตตาด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยจะนำความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาเศรษฐศาสตร์การจัดการไปประยุกต์ใช้และบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุดทั้งต่อตนเองและสังคมส่วนรวม

ขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา พี่สาวและพี่ชาย ที่เป็นกำลังใจ ให้ความรัก ความอบอุ่น และปลุกฝังให้รู้จักความมานะ อดทน และความพยายามบากบั่นจนงานวิจัยสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี และขอขอบคุณ คุณธนวิทย์ บุญสิทธิ์ ที่เป็นแรงผลักดันและเป็นกำลังใจที่ดีเสมอมา

สุพัฒนา เตโชชลาลย์

# สารบัญ

บทที่

หน้า

## 1 บทนำ

|                               |   |
|-------------------------------|---|
| ภูมิหลัง .....                | 1 |
| ความมุ่งหมายของการวิจัย ..... | 4 |
| ข้อตกลงเบื้องต้น .....        | 5 |
| ความสำคัญของการวิจัย .....    | 5 |
| ขอบเขตของการวิจัย .....       | 5 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ .....         | 7 |
| กรอบแนวคิดในการวิจัย .....    | 8 |
| สมมติฐานในการวิจัย .....      | 9 |

## 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

|                                                                                                            |    |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....                                                                             | 11 |
| ทฤษฎีอุปสงค์ .....                                                                                         | 11 |
| ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว .....                                                                            | 11 |
| ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ .....                                                                               | 18 |
| ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว .....                                                                | 19 |
| ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ .....                                                                                   | 22 |
| ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น .....                                                                           | 25 |
| อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ .....                                                                  | 26 |
| อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยว<br>กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ..... | 30 |
| ความต้องการอื่น ๆ ซึ่งแย้งกันหรือที่เสริมการท่องเที่ยว .....                                               | 32 |
| การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว .....                                                              | 34 |
| สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ .....                                       | 40 |
| การคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2547 .....                                                           | 50 |
| งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....                                                                                | 52 |

## สารบัญ (ต่อ)

| บทที่                                                  | หน้า |
|--------------------------------------------------------|------|
| 3 วิธีดำเนินการวิจัย                                   |      |
| ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย .....                           | 60   |
| เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล .....            | 61   |
| การเก็บรวบรวมข้อมูล .....                              | 61   |
| การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล .....                 | 62   |
| 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล                                 |      |
| การวิเคราะห์ข้อมูล .....                               | 67   |
| สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล .....              | 67   |
| ผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....                             | 69   |
| 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ                       |      |
| สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีดำเนินการวิจัย ..... | 130  |
| สรุปผลการวิจัย .....                                   | 132  |
| อภิปรายผล .....                                        | 134  |
| ข้อเสนอแนะ .....                                       | 140  |
| บรรณานุกรม .....                                       | 142  |
| ภาคผนวก .....                                          | 146  |
| ข้อมูลทฤษฎีภูมิที่ใช้ในการวิจัย .....                  | 147  |
| ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์ .....                         | 152  |

## บัญชีตาราง

ตาราง

หน้า

|                                                                                                                                                  |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย 10 อันดับ เดือนมกราคม-ธันวาคม<br>พ.ศ. 2546.....                                                           | 2   |
| 2 รายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างปี พ.ศ. 2538-2545.....                                                                                            | 3   |
| 3 เป้าหมายทางการตลาด ปี พ.ศ. 2547 .....                                                                                                          | 4   |
| 4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย<br>ปี พ.ศ. 2542-2546.....                                                        | 70  |
| 5 เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย<br>ปี พ.ศ. 2542-2546.....                                                       | 74  |
| 6 อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย<br>ปี พ.ศ. 2542-2546.....                                                      | 78  |
| 7 อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย<br>ปี พ.ศ. 2542-2546.....                                                     | 86  |
| 8 ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามา<br>ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 .....                                | 98  |
| 9 ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามา<br>ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 .....                                | 101 |
| 10 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามา<br>ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 .....                            | 104 |
| 11 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์<br>การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่<br>ประเทศไทย .....      | 112 |
| 12 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์<br>การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่<br>ประเทศไทย .....       | 115 |
| 13 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์<br>การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่<br>ประเทศไทย ..... | 117 |

## บัญชีตาราง (ต่อ)

ตาราง

หน้า

|                                                                                                                                           |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 14 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์<br>การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่<br>ประเทศไทย ..... | 120 |
| 15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์<br>การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย .....        | 123 |
| 16 สรุปผลการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย<br>ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย .....    | 126 |

## บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ

หน้า

|                                                                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจาก<br>ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่<br>ประเทศไทย ..... | 8  |
| 2 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปริมาณการท่องเที่ยว.....                                                                    | 13 |
| 3 ผลกระทบของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวจากอัตราค่าโดยสาร<br>เครื่องบินถูกลง .....                                                                    | 14 |
| 4 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวใน<br>ลักษณะเพิ่มขึ้น.....                                                           | 15 |
| 5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวใน<br>ลักษณะคงที่.....                                                               | 15 |
| 6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวใน<br>ลักษณะลดน้อยถอยลง .....                                                        | 16 |
| 7 เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น.....                                                                                                 | 17 |
| 8 อุปสงค์การท่องเที่ยวที่ช่วยพัฒนาท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว และการเติบโต<br>ของธุรกิจท่องเที่ยว.....                                                 | 18 |
| 9 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ .....                                                                                                                      | 27 |

## บทที่ 1

### บทนำ

#### ภูมิหลัง

ในปัจจุบันนี้เป็นที่ยอมรับกันทั่วไปว่าการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับประเทศ ระดับภูมิภาค และในระดับโลก ไม่ว่าประเทศนั้นจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือประเทศที่กำลังพัฒนา ทุกวันนี้หลาย ๆ ประเทศประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้าไปเยือนนับเป็นจำนวนหลาย ๆ ล้านคน มีหลายประเทศที่ประสบความสำเร็จอย่างมากก็คือ มีนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวโดยมีนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนประชากรของประเทศ จำนวนรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวก็มีจำนวนมหาศาล ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศผู้ทำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมาก การท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และรวมทั้งเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมากมาย (วินิจ วีรยางกูร. 2532 : 1)

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมให้บริการที่มีการเจริญเติบโตและขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยเป็นอุตสาหกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น ๆ เนื่องจากการบริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปใช้บริการหรือสัมผัสกับแหล่งท่องเที่ยว ณ ถิ่นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ เพราะไม่สามารถที่จะสั่งเอาแหล่งท่องเที่ยวมาบริโภค ณ ถิ่นที่อยู่ของตนเองเหมือนผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทอื่น ๆ ได้ จึงทำให้เกิดอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในระบบเศรษฐกิจ เพื่อให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว (Tourist Service System) ได้แก่ การให้บริการข้อมูลข่าวสาร การบริการคมนาคมขนส่ง การบริการมัคคุเทศน์ การบริการสถานที่พักแรม การบริการภัตตาคาร ร้านอาหาร การบริการสินค้าที่ระลึก การบริการบันเทิง และระบบการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัย โดยทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวได้เดินทางไปสัมผัสกับแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยว (Tourist Attraction) ซึ่งความต้องการ (Demand) ทางด้านการท่องเที่ยวจะถูกกระตุ้นด้วยขบวนการในระบบการตลาด (Marketing System) จนทำให้เกิดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวขึ้น และผลของการที่ได้รับบริการอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมกับการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยว จะก่อให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งทุกประเทศที่ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่างก็มุ่งหวังที่จะพัฒนาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพราะจะก่อให้เกิดประโยชน์มหาศาล จากการที่นักท่องเที่ยวได้แนะนำและชักชวนคนรู้จักให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น อันเป็นที่มาของรายได้ของประเทศ ทำให้เกิดการจ้างงานและสร้างอาชีพในสาขาธุรกิจที่เกี่ยวข้องให้แพร่กระจายไปทุกพื้นที่ทั้งในเมืองและชนบท ลดปัญหาการว่างงาน ช่วยบรรเทาการอพยพเข้ามาหางานทำในเมือง ช่วยฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีในแต่ละท้องถิ่น พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนทำให้เกิดการพัฒนาทางด้านสาธารณูปโภคต่าง ๆ

อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น และยังเป็นประโยชน์ในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ชื่อเสียงของประเทศชาติให้เป็นที่รู้จักในสังคมโลก อันจะเป็นผลดีต่อการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในเวทีระหว่างประเทศในยุคโลกาภิวัตน์ได้เป็นอย่างดี (สุกิจ วงศ์นพดลเดชา; และ สมชาย รุ่งเรืองชัยบูรณ์. ม.ป.ป. : 1-2)

สำหรับประเทศไทยอุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในปริมาณสูง โดยนับตั้งแต่ปี 2540 ซึ่งเป็นปีที่ไทยได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ทำให้อุตสาหกรรมในภาคสาขาต่าง ๆ มีการชะลอตัวลดลง ยกเว้นอุตสาหกรรมบริการการท่องเที่ยว ดังนั้นรัฐบาลได้ใช้แนวทางการเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการหนึ่งที่กระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถดึงเงินตราต่างประเทศได้รวดเร็วและได้โดยตรง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545 : 1)

นอกจากนี้ประเทศไทยจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีผู้นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก โดยดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม พ.ศ. 2546 (ตาราง 1) ประเทศมาเลเซียมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ 1,354,295 คน รองลงมาคือ ประเทศญี่ปุ่น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยถึง 1,042,349 คน อันดับที่สามคือ ประเทศสหราชอาณาจักร มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยถึง 736,520 คน

ตาราง 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย 10 อันดับ เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2546

หน่วย : คน

| ประเทศ        | ม.ค. – ธ.ค. พ.ศ. 2546 |
|---------------|-----------------------|
| มาเลเซีย      | 1,354,295             |
| ญี่ปุ่น       | 1,042,349             |
| สหราชอาณาจักร | 736,520               |
| เกาหลี        | 695,313               |
| จีน           | 606,635               |
| สิงคโปร์      | 515,630               |
| สหรัฐอเมริกา  | 514,863               |
| ไต้หวัน       | 501,573               |
| ฮ่องกง        | 411,242               |
| เยอรมัน       | 386,532               |

ที่มา : รายงานสถิติประจำปี 2546 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 2 รายได้จากการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2545

| ปี   | จำนวน<br>นักท่องเที่ยว<br>(คน) | ระยะเวลาพักเฉลี่ย<br>(วัน) | ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย<br>(บาท/คน/วัน) | รายรับรวม<br>(ล้านบาท) |
|------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------------|------------------------|
| 2538 | 6,951,566                      | 7.43                       | 3,693.41                         | 190,765                |
|      | + 12.73                        | + 6.45                     | + 9.48                           | + 31.37                |
| 2539 | 7,192,145                      | 8.23                       | 3,70.02                          | 219,364                |
|      | + 3.46                         | + 10.77                    | + 0.34                           | + 14.99                |
| 2540 | 7,221,345                      | 8.33                       | 3,671.87                         | 220,754                |
|      | + 0.41                         | + 1.22                     | - 0.92                           | + 0.63                 |
| 2541 | 7,764,930                      | 8.40                       | 3,712.93                         | 242,177                |
|      | + 7.53                         | + 0.84                     | + 1.12                           | + 9.70                 |
| 2542 | 8,580,332                      | 7.9                        | 3,704.54                         | 253,018                |
|      | + 10.50                        | - 0.44                     | - 0.23                           | + 4.48                 |
| 2543 | 9,508,623                      | 7.77                       | 3,861.19                         | 285,272                |
|      | + 10.82                        | - 0.19                     | + 4.23                           | + 12.75                |
| 2544 | 10,061,950                     | 7.93                       | 3,747.87                         | 299,047                |
|      | + 5.82                         | + 0.16                     | - 2.93                           | + 4.83                 |
| 2545 | 10,799,067                     | 7.98                       | 3,753.74                         | 323,484                |
|      | + 7.33                         | + 0.05                     | + 0.16                           | + 8.17                 |

ที่มา : โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2545 กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จะเห็นได้ว่ายอดรายรับจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2538-2545 (ตาราง 2) จาก 190,765 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 323,484 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2545 ภาครัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศมากขึ้น จึงมอบหมายให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำหน้าที่ในการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อเร่งรัดและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จึงได้วางกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทยสำหรับ ปี พ.ศ. 2547 คือ

วางรากฐานประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย และมีเป้าหมาย  
ทางการตลาด ดังแสดงตามตาราง 3

ตาราง 3 เป้าหมายทางการตลาด ปี พ.ศ. 2547

|        | ตลาดต่างประเทศ                | ตลาดในประเทศ                   |
|--------|-------------------------------|--------------------------------|
| จำนวน  | 12 ล้านคน<br>(+ 23.67%)       | 67.12 ล้านคนครั้ง<br>(+ 3.10%) |
| รายได้ | 383,885 ล้านบาท<br>(+ 32.56%) | 362,500 ล้านบาท<br>(+ 20.07%)  |

ที่มา : แผนการตลาดการท่องเที่ยวปี 2547 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 3 แสดงถึงเป้าหมายทางการตลาด ปี พ.ศ. 2547 ซึ่งจะเห็นได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มีจำนวน 12 ล้านคน ประกอบกับการพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาประเทศไทย 10 อันดับ เดือนมกราคม-ธันวาคม พ.ศ. 2546 (ตาราง 1) จะพบว่าอยู่ในเกณฑ์ที่สูง โดยคาดว่าสิ้นปี พ.ศ. 2547 จะมียอดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นไปตามเป้าหมายทางการตลาดต่างประเทศ คือ 12 ล้านคน ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นเงิน 383,885 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 32.56 % ส่งผลให้เศรษฐกิจของประเทศไทยขยายตัวเพิ่มขึ้นและมีศักยภาพสูงขึ้น ก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงานและการกระจายรายได้จากภาคเศรษฐกิจไปยังภาคสาขาการผลิตต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ สาขาการโรงแรม ร้านค้า ร้านอาหารและเครื่องดื่ม เป็นต้น จากข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาแล้วนี้ ผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมาย ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

## ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย เพียง 3 ปัจจัย ได้แก่ ผลกระทบในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย และกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา

## ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและกำหนดนโยบาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางปรับปรุงและพัฒนาทางด้านการท่องเที่ยวให้แก่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจการท่องเที่ยวให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

## ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะพิจารณาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายปี โดยมีการศึกษา ดังต่อไปนี้

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยแต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน โดยศึกษา 5 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 5 ปี คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 โดยจะทำการศึกษาในประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. เพศ หมายถึง สถานภาพที่มีมาโดยกำเนิดของนักท่องเที่ยว โดยบ่งว่าเป็นชายหรือหญิง

2. อายุ หมายถึง จำนวนอายุจริงของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งช่วงอายุออกเป็นช่วงต่าง ๆ ได้แก่ อายุต่ำกว่า 15 ปี อายุ 15-24 ปี อายุ 25-34 ปี อายุ 35-44 ปี อายุ 45-54 ปี อายุ 55-64 ปี อายุ 65 ปีขึ้นไป

3. อาชีพ หมายถึง การทำงานในตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบ ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น อาชีพนักวิชาการ ผู้บริหารและผู้จัดการ พนักงานบริษัท ลูกจ้าง เกษตรกร รับราชการ แม่บ้าน นักเรียน เกษียณอายุ ยังไม่ได้ทำงาน อื่น ๆ

4. ความถี่ในการมาท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในที่นี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

4.1 เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก

4.2 เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว

5. ลักษณะของการมาท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในที่นี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

5.1 เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว

5.2 เดินทางมาด้วยตนเอง

6. วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว หมายถึง ความมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวสู่ประเทศไทย ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็นการศึกษาเพื่อพักผ่อน ธุรกิจ การประชุม การปฏิบัติหน้าที่ทางราชการ อื่นๆ

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 20 ปี คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546  
มีตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ มี 3 ปัจจัย ดังนี้

1.1 ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น

1.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

1.3 อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ

นักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

2. ตัวแปรตาม คือ อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

## นียมคัพทเฉพาะ

1. การทอองเทียวระหวางประเทศ หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักทอองเทียว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษานักทอองเทียวจากประเทศมาเลเซีย ญีปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

2. นักทอองเทียวชาวต่างประเทศ หมายถึง นักทอองเทียวชาวต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทย แต่ละครั้งอย่างน้อย 1 คีน แต่ไม่เกิน 60 วัน ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ศึกษา 5 ประเทศ ดังนี้

2.1 นักทอองเทียวชาวมาเลเซีย

2.2 นักทอองเทียวชาวญีปุ่น

2.3 นักทอองเทียวชาวสหราชอาณาจักร หมายถึง นักทอองเทียวที่มาจากประเทศอังกฤษ สก๊อตแลนด์ ไอร์แลนด์เหนือและเวลส์

2.4 นักทอองเทียวชาวเกาหลี หมายถึง นักทอองเทียวที่มาจากประเทศเกาหลีเหนือและเกาหลีใต้

2.5 นักทอองเทียวชาวจีน หมายถึง นักทอองเทียวที่มาจากประเทศจีนแผ่นดินใหญ่ที่ไม่ใช่ชาวฮ่องกงและชาวไต้หวัน

3. ข้อมูลพื้นฐานของนักทอองเทียว หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ความถึในการมาทอองเทียว ลักษณะของการมาทอองเทียว วัตถุประสงค์ในการทอองเทียวของนักทอองเทียวชาวต่างประเทศ

4. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหวางประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ นักทอองเทียวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อมูลของประเทศที่ทำการศึกษา

5. ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น หมายถึง มูลค่ารวมของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายทั้งหมดที่ผลิตในปัจจุบันตามราคาตลาดของประเทศที่ทำการศึกษา

6. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหวางประเทศ หมายถึง ราคาของเงินตราต่างประเทศวัดกับเงินบาท (ใช้ราคาของเงินตราต่างประเทศที่ทำการศึกษา เช่น 1 ริงกิต เท่ากับ 10 บาท)

7. ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักทอองเทียว หมายถึง ถ้าราคาสินค้าของประเทศ นักทอองเทียวสูงขึ้น (ประเทศมาเลเซีย ญีปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน) ก็คาดการณได้ว่า อุปสงค์การทอองเทียวของนักทอองเทียวจะลดลง ดังนั้นความสัมพันธ์ระหวางดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักทอองเทียวและอุปสงค์การทอองเทียวของนักทอองเทียวจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

8. ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย หมายถึง ถ้าราคาสินค้าของประเทศไทยมีราคาสูงขึ้น ก็คาดการณได้ว่าอุปสงค์การทอองเทียวของนักทอองเทียวจะลดลง ดังนั้นความสัมพันธ์ระหวางดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยและอุปสงค์การทอองเทียวของนักทอองเทียวจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

9. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทย เนื่องจากเมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีค่าสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

10. อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546

### กรอบแนวคิดในการวิจัย

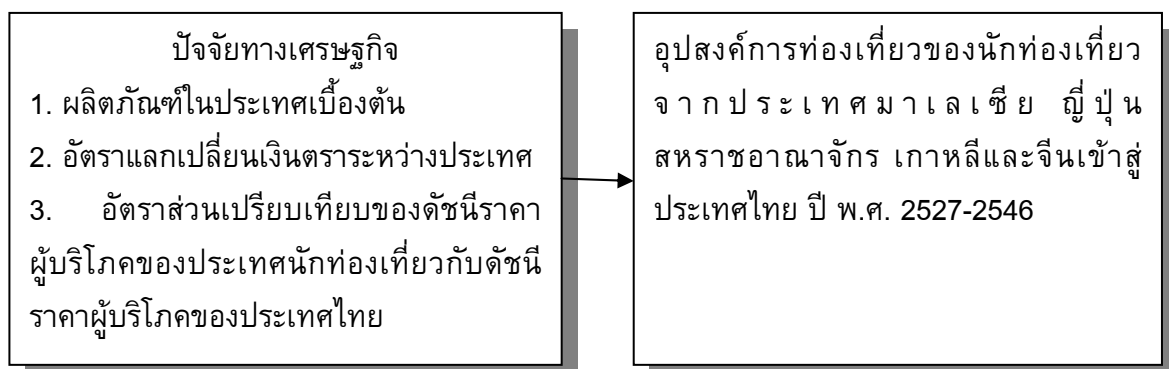
ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน

**ส่วนที่ 1** ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

**ส่วนที่ 2** ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1

#### ตัวแปรอิสระ

#### ตัวแปรตาม



ภาพประกอบ 1 ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

## สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลกระทบที่ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย
2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย
3. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนด แนวทางการวิจัย โดยสรุปรวมเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

#### 1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

- 1.1 ทฤษฎีอุปสงค์
- 1.2 ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว
- 1.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์
- 1.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว
- 1.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
- 1.6 ผลกระทบภายในประเทศเบื้องต้น
- 1.7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ
- 1.8 อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนี

ราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

- 1.9 ความต้องการอื่น ๆ ซึ่งแย้งกันหรือที่เสริมการท่องเที่ยว

#### 2. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว
- 2.2 ความหมายและประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 2.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- 2.4 ชนิดของการท่องเที่ยว

#### 3. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

- 3.1 ประเทศมาเลเซีย
- 3.2 ประเทศญี่ปุ่น
- 3.3 ประเทศสหราชอาณาจักร
- 3.4 ประเทศเกาหลี
- 3.5 ประเทศจีน

#### 4. การคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2547

#### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

## 1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

### 1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

นราทิพย์ ชุตินวงศ์ ได้ให้ความหมายว่าอุปสงค์ (Demand) หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคที่มีความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าว กล่าวอย่างสั้น ๆ อุปสงค์จะหมายถึง ความต้องการ (Want) บวกด้วยอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ถ้าเป็นความต้องการที่เกินกว่าอำนาจซื้อ เราไม่เรียกว่า อุปสงค์ หรือเราอาจเรียกปริมาณเสนอซื้อที่พร้อมด้วยอำนาจซื้อว่าเป็น Effective Demand และเรียกความต้องการซื้อที่ยังไม่พร้อมด้วยอำนาจซื้อ หรือการมีอำนาจซื้อแต่ยังไม่มีความต้องการซื้อว่าเป็น Potential Demand

ในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เมื่อกล่าวถึงฟังก์ชันอุปสงค์ จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับปัจจัยต่าง ๆ ทุกตัวที่มีส่วนในการกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่กำหนดปริมาณเสนอซื้อดังกล่าวนี้ ถ้ามองในแง่ของผู้ผลิตผู้นำสินค้าออกจำหน่ายจะมีปัจจัยบางตัวอยู่ในความสามารถที่จะควบคุมได้ อาทิ ราคาสินค้า การส่งเสริมการขายหรือการปรับปรุงคุณภาพสินค้า แต่ปัจจัยบางตัวก็ไม่ใช่สิ่งที่ผู้ผลิตจะควบคุมได้ อาทิ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่น ตลอดจนการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นต้น (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2544 : 25)

### 1.2 ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldner กล่าวว่าอุปสงค์การท่องเที่ยว หรือ ความต้องการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว (Demand to Destination) ประกอบด้วย “ความโน้มเอียงที่จะเดินทางท่องเที่ยว” (Propensity) เป็นความเต็มใจที่จะเดินทางประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกสรรแล้ว ยังมีปัจจัยที่สำคัญคือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวและลักษณะทางจิตวิทยา นอกจากนี้ยังมีสถานการณ์ทางสังคมเศรษฐกิจหรือข้อมูลประชากรศาสตร์ พร้อมด้วยประสิทธิภาพของการตลาดชักจูงใจ

นอกจากความโน้มเอียงที่จะเดินทางแล้ว ยังมีอุปสรรคหรือ “ความต้านทานในการเดินทาง” (Resistance) เข้ามาขัดขวางอีกด้วย ได้แก่ “ระยะทางด้านเศรษฐกิจ” คือ เวลาและต้นทุนในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังแหล่งท่องเที่ยว “ระยะทางด้านวัฒนธรรม” คือ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ต้นทุนค่าบริการ ยิ่งต้นทุนค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวสูงก็ยิ่งเกิดความต้านทานในการเดินทางสูง และคุณภาพของการบริการก็เป็นปัจจัยสำคัญ ถ้าคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยวสูงความต้านทานต่อการท่องเที่ยวก็จะต่ำ และสุดท้าย คือ ฤดูกาล มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเช่นกัน กล่าวคือ ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจะขึ้นกับช่วงเวลาในปีหนึ่ง ๆ ตัวอย่าง ได้วางแผนท่องเที่ยวพักผ่อนในระยะใด ตัวอย่างเช่น การเล่นสกี ความต้องการจะสูงในฤดูหนาว และความต้านทานต่อการเดินทางไปเล่นสกีจะต่ำ กล่าวได้ว่า ความโน้มเอียงที่จะเดินทางจะถูกความต้านทานลดทอนบทบาทลง

ในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว อุปสงค์สำหรับการท่องเที่ยว ได้แก่ ปริมาณของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะถูกซื้อไปบริโภค ณ ราคาหนึ่งภายในระยะเวลาหนึ่งนั่นเอง (McIntosh and Goeldner. 1986 : 275) ลักษณะที่น่าสนใจของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว คือ อุปสงค์แฝง (Derived Demand) กล่าวคือ แม้มีความต้องการเดินทางแต่ก็มิใช่ต้องการเพียงแต่การเดินทางเท่านั้น แต่เดินทางเพื่อสนองความต้องการของเขา นอกจากนี้ยังเป็นอุปสงค์ที่ไม่ขึ้นกับกฎแห่งผลตอบแทนที่ลดน้อยถอยลง (Law of Diminishing Return) ในทางเศรษฐศาสตร์ คือ ท่องเที่ยวมาก ๆ แล้ว มิใช่จะได้รับความเพลิดเพลินน้อยลง (Anand. 1976 : 110) และอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวยังมีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูงด้วย คือ ถ้ารายได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวจะเพิ่มมากกว่า 1 หน่วย (Anand. 1976 : 111) ที่สำคัญ คือ อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเป็นอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการหลาย ๆ อย่างซึ่งก็มักจะทำให้เกิดปัญหาในการประสานงานเสมอ ๆ อย่างไรก็ตาม อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับรสนิยมแฟชั่นและราคาด้วย (Mill and Morrison. 1985 : 358)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ได้นิยามไว้ว่า อุปสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการมีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542 : 38)

สำหรับในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้นสามารถกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ไปตามแนวความคิดของทฤษฎีอุปสงค์ข้างต้นได้ในรูปของฟังก์ชัน คือ

$$D = f(P, Y, T, \text{etc.})$$

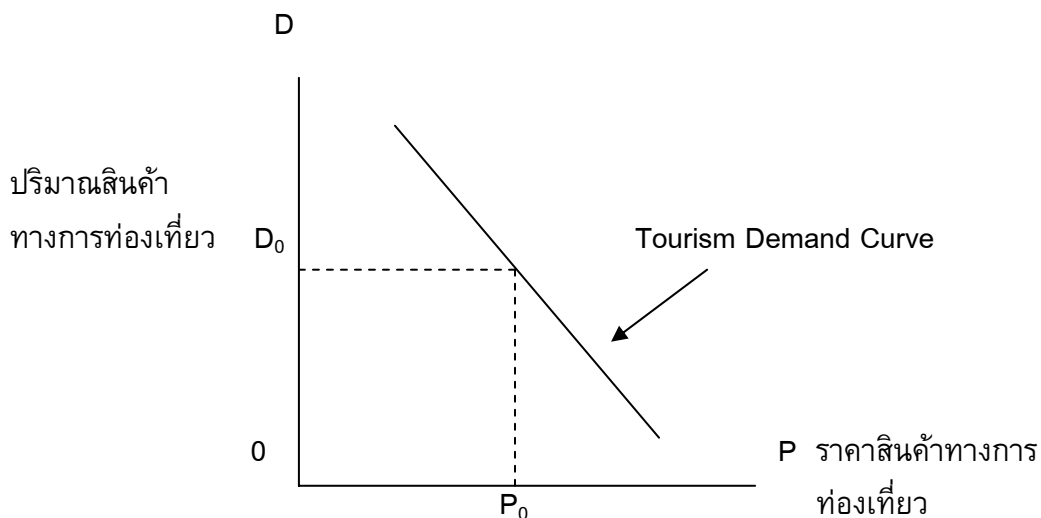
กำหนดให้

|      |   |                                                                                                                                                                                                        |
|------|---|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| D    | = | ปริมาณอุปสงค์สินค้าทางการท่องเที่ยว                                                                                                                                                                    |
| P    | = | ดัชนีราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว                                                                                                                                                                        |
| Y    | = | รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยว                                                                                                                                                                |
| T    | = | รสนิยมและความชอบของนักท่องเที่ยว                                                                                                                                                                       |
| ect. | = | ปัจจัยอื่น เช่น ขนาดของประชากรในประเทศต้นกำเนิดนักท่องเที่ยว<br>ระยะใกล้และไกลของภูมิภาคนักท่องเที่ยว ชีตความสามารถในการ<br>ขนส่งสภาวะการแข่งขันกับประเทศใกล้เคียง ระดับการโฆษณาและ<br>เผยแพร่ เป็นต้น |

ในการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีอุปสงค์อย่างง่ายนั้น สามารถกำหนดปริมาณอุปสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคา โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่และภายใต้พื้นฐานการวิเคราะห์นี้สามารถกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว (D) ขึ้นอยู่กับ ราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (P) ในรูปฟังก์ชัน คือ

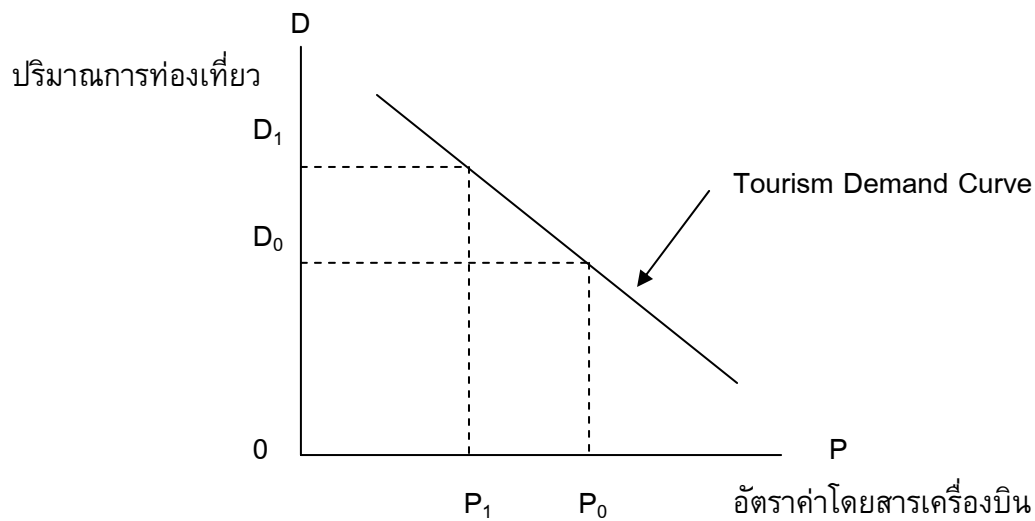
$$D = f(P)$$

โดยปกติแล้วความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าและปริมาณอุปสงค์จะเป็นปฏิภาคส่วนกลับ กล่าวคือ ปริมาณอุปสงค์สินค้าการท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งแสดงความสัมพันธ์ดังภาพประกอบ 2 โดยตัวแปรตาม คือ ปริมาณอุปสงค์สินค้าการท่องเที่ยว (D) วัดตามแกนตั้งมีปริมาณเท่ากับ  $OD_0$  และตัวแปรอิสระ คือ ราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว (P) วัดตามแกนนอนเท่ากับ  $OP_0$  อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง มิได้ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่น ๆ เช่น ระดับรายได้ รสนิยม ความชอบ ราคาสินค้า และบริการชนิดอื่น เป็นต้น



ภาพประกอบ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวกับปริมาณการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวก็เหมือนกับผู้บริโภคทั่ว ๆ ไป ซึ่งถ้าหากได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวก็จะมีผลให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ดังกรณีตัวอย่างของอัตราค่าโดยสารเครื่องบินจะส่งผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวซึ่งแสดงได้ดังภาพประกอบ 3 พบว่า เมื่ออัตราค่าโดยสารเครื่องบินถูกลดจาก  $OP_0$  เป็น  $OP_1$  จะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวมากขึ้นจาก  $OD_0$  เป็น  $OD_1$

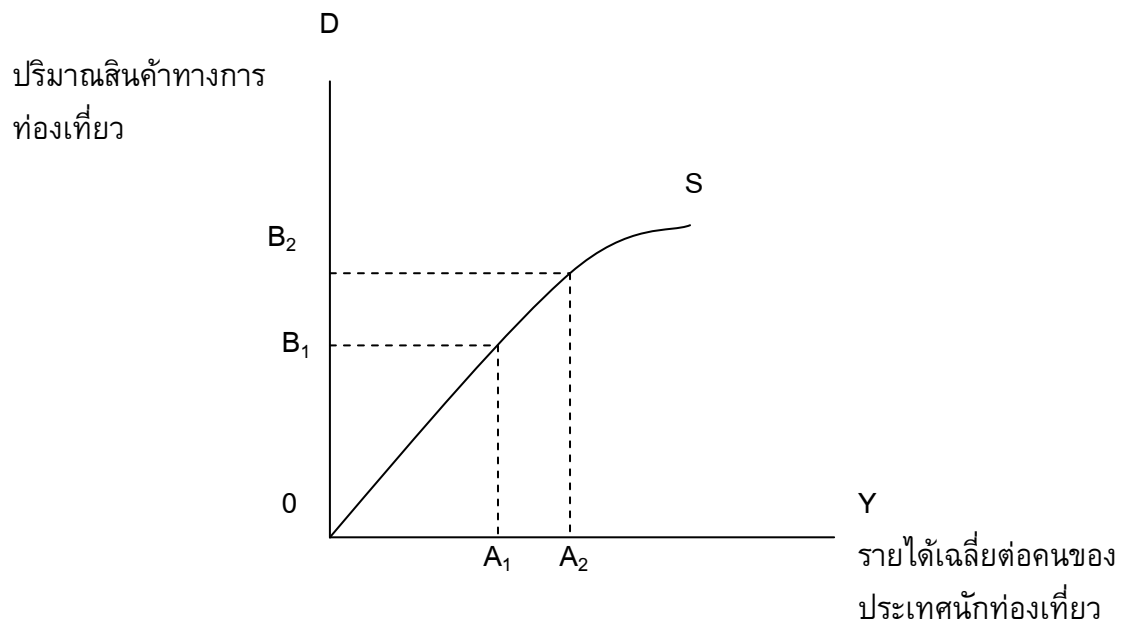


ภาพประกอบ 3 ผลกระทบของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวจากอัตราค่าโดยสารเครื่องบินถูกลด

นอกจากนี้ทฤษฎีอุปสงค์สามารถที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ (Y) กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยว (D) โดยให้ปัจจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่ ซึ่งแสดงในรูปของฟังก์ชันคือ

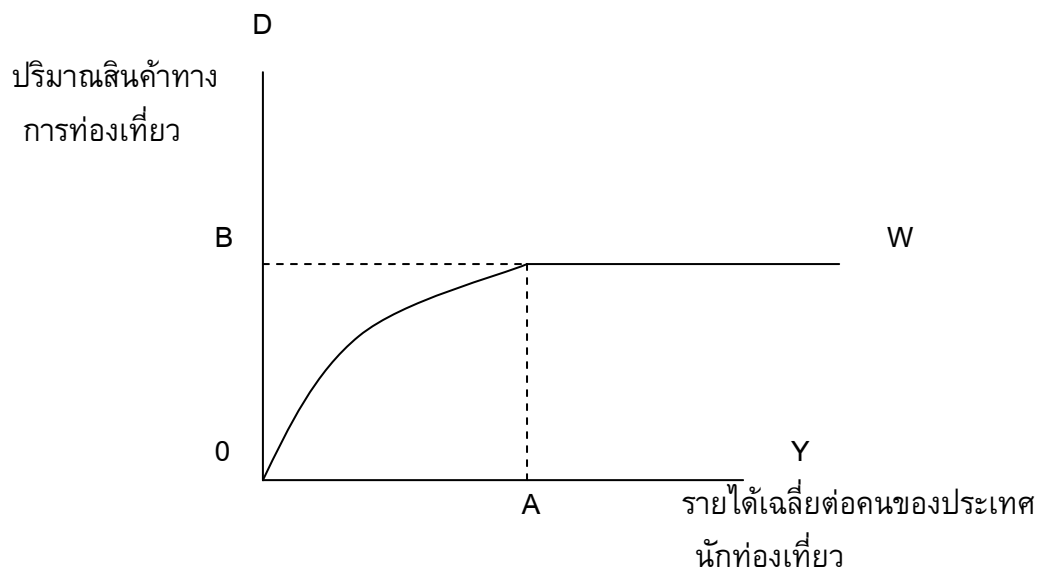
$$D = f(Y)$$

ความสัมพันธ์ดังกล่าว หากมีการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ก็จะมีผลกระทบต่อปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวดังภาพประกอบ 4 กล่าวคือ ถ้าหากระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นจาก  $OA_1$  ไปยัง  $OA_2$  จะทำให้ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก  $OB_1$  ไปยัง  $OB_2$  ลักษณะเช่นนี้เมื่อระดับรายได้สูงขึ้นอีกก็จะทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามลักษณะเส้น OS ส่วนการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเพียงใดก็จะขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์นั้น ๆ



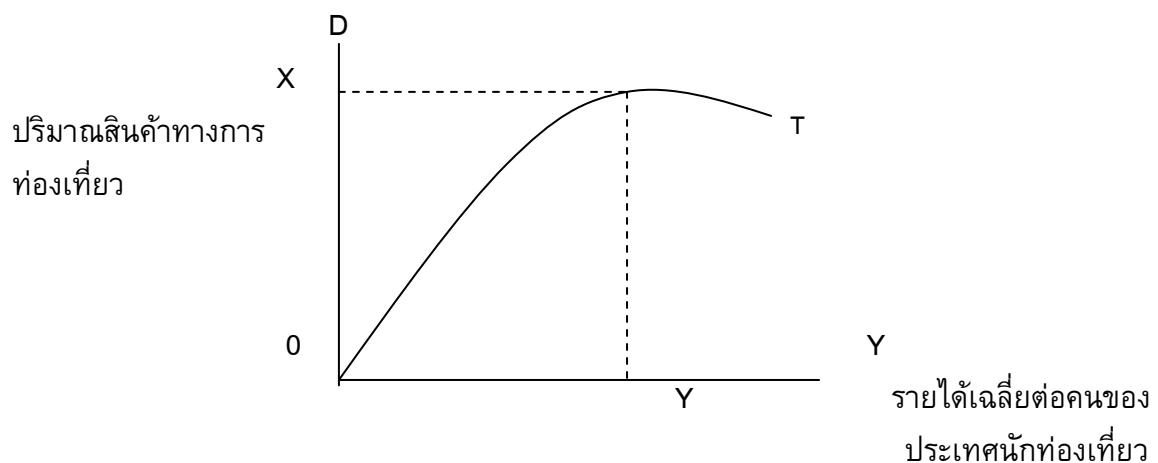
ภาพประกอบ 4 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะเพิ่มขึ้น

แต่เมื่อพิจารณาภาพประกอบ 5 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนเพิ่มสูงขึ้น ๑ ถึงระดับ  $OA$  ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวระดับ  $OB$  ที่สูงสุดแล้วและหากระดับรายได้ยังเพิ่มสูงขึ้นกว่านี้ก็จะไม่มีผลทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไปตามลักษณะเส้น  $OW$



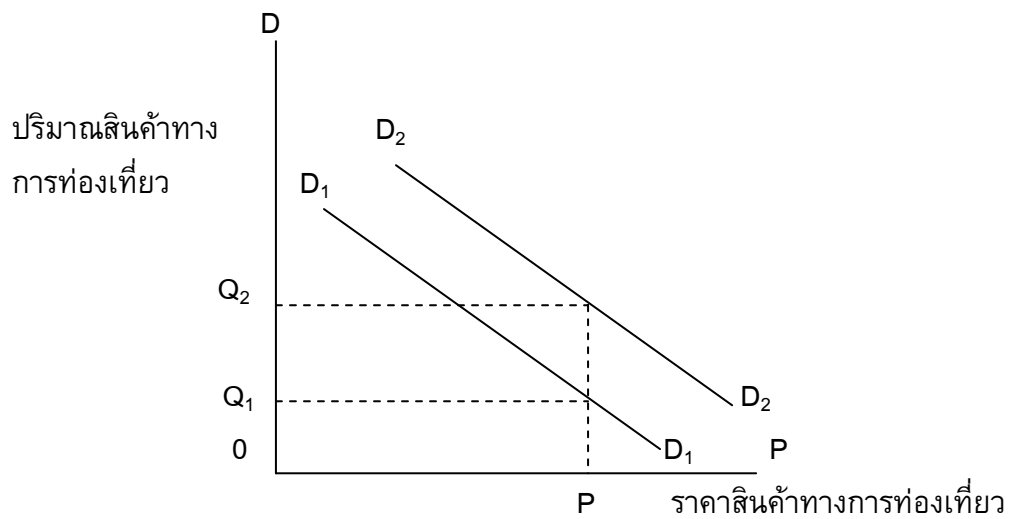
ภาพประกอบ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะคงที่

ในอีกคุณลักษณะหนึ่งของอุปสงค์การท่องเที่ยวอาจจะเป็นดังภาพประกอบ 6 ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยวกับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมในลักษณะด้อยคุณภาพ (Inferior) กล่าวคือ เมื่อระดับรายได้เพิ่มสูงขึ้นถึงระดับ OY โดยสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ระดับ OX แต่ถ้าหากระดับรายได้เพิ่มสูงกว่า OY ไปอีกจะมีผลทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวลดลงไปตามลักษณะเส้น OT



ภาพประกอบ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะลดน้อยถอยลง

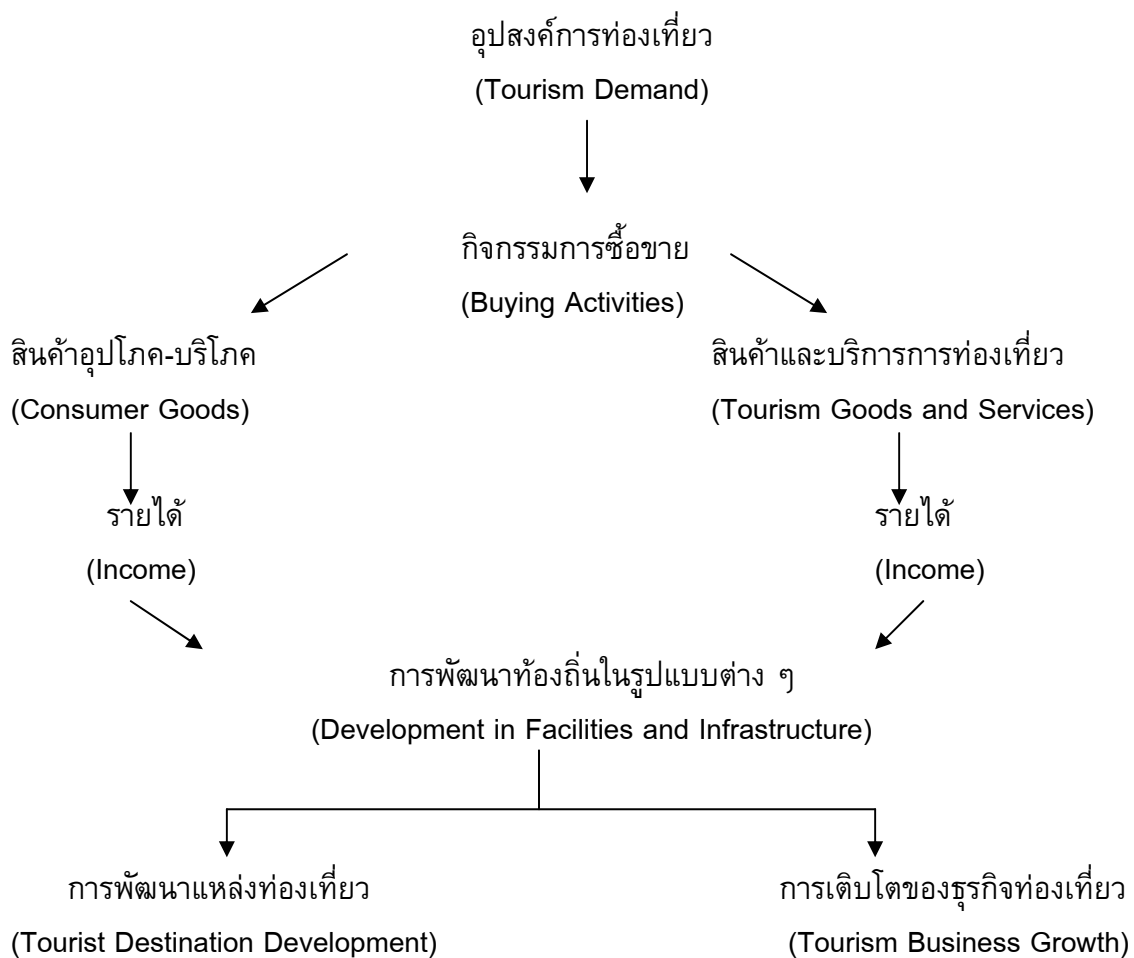
แต่ถ้าหากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงโดยเอาแบบอย่างกัน มีรสนิยมที่คล้ายกันมากขึ้น ก็จะทำให้เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวขยับสูงขึ้นจาก  $D_1D_1$  ไปเป็น  $D_2D_2$  ในขณะที่ราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวยังคงเดิม และผลในที่สุดจะทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวมากขึ้นจาก  $OQ_1$  ไปเป็น  $OQ_2$  ดังจะแสดงได้ในภาพประกอบ 7 (ประเจิด สินทรัพย์. 2526 : 86-91)



ภาพประกอบ 7 เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น

อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นโดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542 : 42)



ภาพประกอบ 8 อุปสงค์การท่องเที่ยวที่ช่วยพัฒนาท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว และการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว

### 1.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เมื่อคำนึงถึงราคาโดยทั่วไปมี 5 ลักษณะ

1.3.1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง (Relatively Elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะมีความชัน (Slope) น้อย ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่าถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป 1 หน่วยแล้ว ปริมาณการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามมากกว่า 1 หน่วย โดยทั่วไปแล้วจะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย

1.3.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง (Relatively Inelastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะสูงชัน ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่าถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะสูงขึ้นหรือลดลงไป 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่า 1 หน่วย โดยทั่วไปแล้วจะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ

1.3.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับหนึ่ง (Unitary Elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นโค้งแบบ Rectangular Hyperbolar ซึ่งลักษณะความยืดหยุ่นดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ว่า ถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปปริมาณการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามเท่ากับจำนวน 1 หน่วย ด้วยเสมอ

1.3.4 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับศูนย์ (Perfect Inelastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตั้งฉากกับแกนปริมาณการท่องเที่ยว ลักษณะความยืดหยุ่นดังกล่าวแปลความหมายได้ว่าจะไม่มีผลทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเลย ไม่ว่าราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวจะแพงขึ้นหรือถูกลงก็ตาม เป็นแนวคิดทางทฤษฎีเท่านั้นไม่อยู่ในวิสัยแห่งความเป็นจริง

1.3.5 ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับอนันต์ (Infinity Elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าแพงขึ้นหรือถูกลง จะไม่มีผลต่อปริมาณการท่องเที่ยวใด ๆ เลย (เป็นศูนย์ตลอดไป) ลักษณะดังกล่าวนี้ก็เป็นแนวคิดทางทฤษฎีเช่นเดียวกับข้อ 1.3.4 (ประเจิด สินทรัพย์. 2526 : 113)

#### 1.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

1.4.1 ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

1.4.2 ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542 : 63)

ฮอลโลเวย์ (Holloway. 1983 : 102) ได้กล่าวว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีขนาดใหญ่กว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมเหล็กกล้า อุตสาหกรรมผลิตสินค้าบริโภค ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยปัจจัยต่าง ๆ มากมายในการอำนวยความสะดวกให้เกิดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง การพักผ่อน อาหาร ธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

มิตเติลตันได้อธิบายถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ คือ

1. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจที่ดีของประเทศของท้องถิ่นเอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้มากขึ้นในประเทศที่พัฒนาแล้ว ประชากรมีรายได้ต่อหัวที่สูงมากย่อมมีอำนาจการซื้อมากกว่าประชากรในประเทศที่กำลังพัฒนา

2. ลักษณะของประชากร (Demographic Factors) ลักษณะของประชากรโดยรวม ซึ่งได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์ มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและปริมาณการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เพศและเชื้อชาติเป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยมและพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิงต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยมากกว่าแบบผจญภัย ซึ่งเป็นรูปแบบการเดินทางที่นิยมกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสังคมที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ เช่น ชาวตะวันตกนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น

3. สภาพภูมิศาสตร์ (Geographic Factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว จะมีผลกระทบต่อการกำหนดจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไป คนที่อยู่อาศัยในแถบทะเลจะไม่รู้สึกต้องการเดินทางไปชมหรือพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะแบบเดียวกัน แต่กลับนิยมไปยังสถานที่ที่แตกต่างออกไป เพื่อแสวงหาบรรยากาศแปลกใหม่

4. สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สังคมของประเทศแถบตะวันออกกลาง ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นที่อยู่ห่างไกล แต่ในทางกลับกันสังคมชาวตะวันตกเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทาง และผู้หญิงชาวเอเชียัยทำงานนิยมเดินทางเป็นกลุ่มมากกว่าไปตามลำพัง บางประเทศมีค่านิยมหรือแฟชั่นที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อชี้ให้เห็นระดับทางสังคมที่สูง โดยเฉพาะผู้มีฐานะทางการเงินดีนิยมไปต่างประเทศมากกว่าการเที่ยวภายในประเทศ

5. นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ (Government Policy and Regulatory Factors) นโยบายทางการเมืองหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะเดินทางของนักท่องเที่ยว ปัญหาการสู้รบ ความตึงเครียดทางการเมือง การกำหนดจำนวนวันหยุดประจำปี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือสกัดกั้นการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวที่รัฐบาลแต่ละประเทศจะกำหนด

6. ราคา (Price Factors) ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือก หรือเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นค่าพาหนะ ค่าที่พักหรืออัตราค่าครองชีพในท้องถิ่นที่จะไปท่องเที่ยว

7. ความสะดวกในการเดินทาง (Transport Factors) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมีความยากง่ายเพียงใด เช่น มีสายการบินที่บินตรงสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการหรือไม่ เวลาที่ใช้ในการเดินทางมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

8. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relations) เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งซึ่งส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งแห่งใดได้รับความสนใจหรือเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากกว่าแห่งอื่น จึงมีการแข่งขันในการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวที่กำลังตัดสินใจเลือกเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้น (Middleton. 1994 : 37-46)

วินิจ วีรยางกูร ได้กล่าวถึงปัจจัยที่เป็นตัวสนับสนุนให้มีการท่องเที่ยวมีดังนี้ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำรงชีวิต การเปลี่ยนแปลงวิถีการดำเนินชีวิตที่เกิดขึ้นในช่วงที่ผ่านมาจนถึงยุคปัจจุบันนี้นั้น ทำให้คนรุ่นหนุ่มสาวเริ่มประหยัดเงินส่วนหนึ่งจากงบประมาณเพื่อซื้อเครื่องแต่งกาย ช้อบ้าน ลงทุนในธุรกิจ ฯลฯ เพื่อนำเงินที่ประหยัดได้มาใช้ในการท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ นอกจากนี้คนเริ่มคิดมีครอบครัวช้าลง เมื่อมีครอบครัวแล้วก็มักจะให้ครอบครัวมีขนาดเล็กไม่มีบุตรมาก หรือบางคนไม่คิดที่จะแต่งงานเลย ฯลฯ ด้วยสาเหตุต่าง ๆ เหล่านี้เองจึงทำให้คนมีเงินออมเพื่อจะนำมาใช้ในการท่องเที่ยวได้

2. รายได้ของครอบครัวเพิ่มขึ้น ปัจจุบันผู้หญิงหรือแม่บ้านออกมาทำงานนอกบ้านมากขึ้น มีรายได้สูงขึ้น ฯลฯ ทำให้เกิดตลาดใหม่ ๆ ขึ้น โดยเฉพาะตลาดการท่องเที่ยวสินค้าประเภทสมัยนิยม กิจกรรมการ ร้านอาหารและภัตตาคาร ฯลฯ เพื่อตอบสนองความต้องการในตลาดส่วนนี้ ผู้ผลิตในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็พยายามทุกวิถีทางที่จะเข้ามามีบทบาทในการตอบสนองความต้องการเหล่านี้ ยิ่งไปกว่านั้นทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นชายหาด ภูเขา น้ำตก น้ำพุร้อน งานประเพณี อุทยานประวัติศาสตร์ ฯลฯ ก็ได้รับการพัฒนาขึ้นอย่างมากมาเพื่อสนองตอบตลาดเหล่านี้

3. การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ แม้ว่าภาวะเศรษฐกิจโดยทั่ว ๆ ไปในอุตสาหกรรมทั้งหลายจะประสบกับการตกต่ำในช่วงทศวรรษ พ.ศ. 2513 เมื่อเทียบกับช่วงที่ผ่านมาก็ตาม แต่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกโดยรวมก็นับว่าเป็นที่น่าพอใจ แม้ว่าในระยะหลังเศรษฐกิจโลกตกอยู่ในภาวะเจริญเติบโต ทรงตัวและทรุดตัว เป็นบางครั้งสลับกันไป แต่รายได้และประสิทธิภาพในการผลิตก็สูงขึ้นอย่างน่าพอใจอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนด้วยสาเหตุนี้เองที่ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเจริญเติบโตขึ้นอย่างมองเห็นได้ชัด

4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง ในปี พ.ศ. 2520 ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวลดลงอย่างรวดเร็วเมื่อเทียบกับสินค้าเพื่อการยังชีพประเภทอื่น ๆ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางโดยเฉพาะค่าโดยสารเครื่องบินลดต่ำลงมาก เนื่องจากบริษัทการบินเริ่มใช้นโยบายให้ส่วนลดแก่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มหรือนักท่องเที่ยวแบบเหมาจ่าย ทำให้คนระดับกลางสามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ในระยะทางไกล ๆ อย่างที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน เช่น มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากจากส่วนต่าง ๆ ของโลกสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวยังฮาวาย ตะวันออกกลาง ยุโรป คาริเบียน ฯลฯ

5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศที่เปลี่ยนไปมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีเงินตราสกุลแข็ง จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีเงินตราสกุลอ่อนกว่า เช่น ขณะนี้มีเงินมาร์คและเงินเยนนับว่าแข็งมากเมื่อเทียบกับเงินดอลลาร์ของสหรัฐอเมริกา จึงมีนักท่องเที่ยวจากเยอรมันตะวันตกและญี่ปุ่นไปเที่ยวยังสหรัฐอเมริกามากขึ้น

6. สภาวะแวดล้อมทางการเมืองและรัฐบาล เมื่อสภาวะแวดล้อมทางการเมืองสงบเรียบร้อย ไม่มีปัญหาใด ๆ การท่องเที่ยวก็จะเกิดขึ้นถ้าเกิดสภาพแวดล้อมทางการเมืองที่ไม่สงบ การท่องเที่ยวก็จะลดลง ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้จะเป็นเครื่องชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจจะเจริญเติบโตไปอีกนาน (วินิจ วีรยางกูร. 2532 : 32-34)

### 1.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ และมีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น คือ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ณ ถิ่นที่อยู่ของสินค้านั้น ๆ เพราะไม่สามารถจะส่งสินค้ามาบริโภค ณ ถิ่นที่อยู่ของตนเองได้ นักท่องเที่ยวประสงค์จะชื่นชมกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งใด ก็ต้องเดินทางไปหาไปชื่นชม ณ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว นั้น ๆ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ควรพิจารณา ได้แก่

1.5.1 รายได้ของประชากร รายได้ส่วนบุคคล หรือรายได้ของครัวเรือน ซึ่งอาจพิจารณาได้ 2 แนวทาง คือ

1) ความสามารถในการหารายได้ของประชากรเป็นปัจจัยที่ใช้พิจารณาประชาชนหรือนักท่องเที่ยวของประเทศหรือภูมิภาคนั้นมีย่านาซื้อ (Purchasing Power) มากหรือน้อย โดยพิจารณาได้จากอัตรารายได้ต่อหัวต่อปี หากเป็นประเทศที่ประชากรของประเทศมีอัตรารายได้ต่อหัวต่อปีสูงก็อาจพยากรณ์ได้ว่า ประชากรของประเทศนั้นน่าจะมีอำนาจซื้อสูงกว่าประชากรของประเทศที่มีอัตรารายได้ต่อหัวต่อปีต่ำกว่า การที่ประชากรหรือนักท่องเที่ยวของประเทศหนึ่งหรือภูมิภาคหนึ่งมีอำนาจการซื้อสูงหรือมีรายได้สูงกว่า ย่อมมีโอกาสดังกล่าวที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า เพราะตามปกติประชาชนที่มีรายได้ต่ำมักจะใช้จ่ายใช้สอยในสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพในลำดับแรก ๆ ก่อน เมื่อมีรายได้หรือเงินทองเหลือแล้วจึงจะตัดสินใจนำไปใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวมิได้เป็นปัจจัยหลักหรือเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต่อการดำรงอยู่ของชีวิตมนุษย์ แต่เป็นเพียงกิจกรรมที่ช่วยเสริมให้มีชีวิตที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเท่านั้น ดังนั้น รายได้ของประชากรหรือนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้น หรือลดลงของปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการเดินทางท่องเที่ยว

2) สำหรับรายได้ของประชากรหรือรายได้ส่วนบุคคลของประเทศหรือภูมิภาคที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว กรณีที่ประเทศหรือภูมิภาคที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่ประชากรมีรายได้สูง หรือรายได้ต่อหัวต่อปีมีอัตราสูง ย่อมเป็นประเทศหรือภูมิภาคที่มีค่าครองชีพสูง และมีผลกระทบต่อตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย เพราะนักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อน และใช้ชีวิตในประเทศหรือ

ภูมิภาคที่มีค่าครองชีพสูงดังกล่าว เป็นผลให้แนวโน้มปริมาณนักท่องเที่ยวมีน้อยลง และมีเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางการเงินดีเท่านั้น

1.5.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นเงินสกุลต่าง ๆ ของประเทศที่ไปท่องเที่ยวหรือไปเยือน นักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าของเงินแข็ง เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่มีค่าของเงินอ่อนกว่า ย่อมมีอำนาจซื้อมากกว่าหรือมีความรู้สึกว่าการใช้จ่ายต่าง ๆ ในประเทศที่ไปท่องเที่ยวมีราคาต่ำ เช่น นักท่องเที่ยวที่ถือครองเงินเหรียญสหรัฐ หรือดอลลาร์สหรัฐ และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2538 อัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 1 เหรียญสหรัฐ เท่ากับ 25 บาท ต่อมาเมื่อปี พ.ศ. 2541-2542 อัตราแลกเปลี่ยนได้เปลี่ยนเป็น 40-50 บาท นักท่องเที่ยวที่ถือเงินเหรียญสหรัฐ จึงมีอำนาจในการซื้อเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมประมาณ 2 เท่า

การที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าว ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่ามีศักยภาพในการเชิญชวน ดึงดูด นักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่า ให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกัน ประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่า มักจะประสบปัญหาในการเชิญชวนดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่าให้เดินทางไปท่องเที่ยวได้ยากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจนว่าตนจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางและการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

1.5.3 ภาษีอากร การจัดเก็บภาษีอากรเป็นการแสวงหารายได้ของภาครัฐเพื่อนำมาใช้จ่ายการบริหารประเทศ โดยจัดเก็บจากการประกอบธุรกิจ หรือการทำธุรกรรมตามกฎหมาย เช่น การซื้อ ขาย โอน และเปลี่ยนแปลงกรรมสิทธิ์ในการถือครองทรัพย์สิน เป็นต้น ทั้งนี้ หรือบางครั้งรัฐอาจใช้ภาษีเป็นเครื่องมือในการควบคุมพฤติกรรมการบริโภคของประชาชน เช่น มาตรการเก็บภาษีเดินทางสำหรับผู้ประสงค์จะเดินทางไปต่างประเทศ หรือ Exit Tax ซึ่งอาจมีผลช่วยลดการเดินทางไปต่างประเทศได้ระดับหนึ่ง เป็นต้น

นอกจากนี้ รัฐบาลยังสามารถใช้ภาษีอากรเป็นเครื่องมือในการดึงดูดหรือเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายใช้สอยเพิ่มมากขึ้นได้ เช่น การกำหนดให้มีบริการร้านค้าปลอดอากร (Duty Free Shop) การคืนภาษีแก่นักท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ เมื่อเดินทางกลับออกนอกประเทศ ซึ่งหลาย ๆ ประเทศรวมทั้งประเทศไทย ได้ใช้วิธีนี้ในการดำเนินกลยุทธ์นี้ด้านการท่องเที่ยวเช่นกัน

1.5.4 นโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะนโยบายด้านเศรษฐกิจ หากรัฐบาลให้ความสำคัญและตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ก็จะกำหนดให้การบริหารและการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย เช่น กรณีของประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2524) เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน เป็นต้น

การที่รัฐบาลกำหนดให้อุตสาหกรรมหรือธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่งในการบริหารประเทศย่อมเป็นผลให้มีการนำไปสู่การปฏิบัติ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีโอกาสเจริญเติบโต ขยายตัวเพิ่มมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากรัฐบาลของประเทศใดไม่ได้ให้ความสนใจ ไม่ให้ความสำคัญหรือไม่มีนโยบายที่เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โอกาสที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศนั้นจะเจริญเติบโต หรือขยายตัวย่อมเป็นไปได้ยากกว่า

1.5.5 การรวมตัวเป็นกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ปัจจุบันมีการรวมตัวของประเทศต่าง ๆ เข้าเป็นกลุ่มเศรษฐกิจในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกเพิ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป (European Union หรือ E.U.) ในทวีปยุโรป กลุ่มประเทศความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก (Asia Pacific Economic Cooperation หรือ APEC) กลุ่มประเทศความร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น ในการรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจต่าง ๆ ดังกล่าว ได้มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวร่วมกันไว้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าร่วมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และมีแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับความร่วมมือหรือการผ่อนปรนกฎหรือระเบียบเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว เช่น มีการผ่อนปรนระเบียบพิธีการในการเดินทางเข้า-ออกประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจมีความสะดวก ง่ายดายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจมีโอกาสเจริญเติบโตและขยายตัวเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วย

1.5.6 ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจทั้งที่จะเกิดขึ้นในระดับประเทศ หรือขยายลูกลามกลายเป็นระดับภูมิภาค เช่น ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เกาหลี อินโดนีเซีย ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2541 และลูกลามจนกลายเป็นภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชีย ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือ ปริมาณการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ประสบภาวะวิกฤตลดน้อยลง เพราะประชากรในประเทศหรือกลุ่มประเทศดังกล่าวมีรายได้ลดลงและมีอำนาจการซื้อลดลง เนื่องจากเกิดปัญหาการว่างงาน ธุรกิจล้มละลายหรือปิดกิจการลง ประชาชนจำเป็นต้องประหยัด อดออม และต้องระมัดระวังเลือกใช้จ่ายเฉพาะในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือเลี้ยงดูครอบครัวแทนที่จะมีรายได้เหลือและนำไปใช้จ่ายในการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเดินทางท่องเที่ยวดังเช่นในช่วงที่ประเทศมีเศรษฐกิจดี

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาประเทศหรือภูมิภาคที่ประสบกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจในอีกแง่มุมหนึ่งประเทศหรือภูมิภาคดังกล่าวอาจปรับวิกฤตให้เป็นโอกาสในการดึงดูดเชิญชวนนักท่องเที่ยวให้สนใจและกระตุ้นให้ตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหรือภูมิภาคเพิ่มมากขึ้นได้ โดยชูประเด็นการที่ค่าเงินของประเทศอ่อนตัว เป็นโอกาสดีของนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ถือครองเงินสกุลที่มีค่าแข็งกว่ามีอำนาจการซื้อมากกว่า ทำให้สามารถเดินทาง

ท่องเที่ยวและใช้ชีวิตได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น เช่น ในกรณีของประเทศไทยซึ่งประสบกับภาวะวิกฤตดังกล่าวแล้วข้างต้น จนกระทั่งธุรกิจและอุตสาหกรรมต่าง ๆ ของประเทศต้องประสบกับภาวะชะงักงัน ถดถอย หรือถึงกับปิดกิจการไป แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวยังสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง และเจริญเติบโตขยายตัวได้ในอัตราร้อยละสิบ เป็นต้น (บุญหลิบ พานิชชาติ. 2544 : 336-338)

จากปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาปัจจัยต่าง ๆ 3 ปัจจัย คือ

### 1.6 ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น

ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น (Gross Domestic Product) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า GDP หมายถึง มูลค่ารวมในตลาดของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ประเทศผลิตขึ้นได้ภายในประเทศในรอบระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งปกติมักวัดในรอบ 1 ปี ก่อนหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายนั้น (รัตน สหายคณิต. 2542 : 50-51)

จากความหมายของ GDP ข้างต้น เราต้องทำความเข้าใจกับความหมายของคำบางคำเสียก่อน ดังนี้

1.6.1 มูลค่ารวม (Total Value) หมายถึง ผลรวมของมูลค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งคำนวณมูลค่าได้โดยคูณปริมาณที่ผลิตด้วยราคาตลาด

1.6.2 ราคาตลาด (Market Price) หมายถึง ราคาที่ซื้อขายกันในตลาด ซึ่งเป็นราคาที่แสดงถึงต้นทุนของการผลิตสินค้ารวมภาษีทางอ้อม (Indirect Tax) ที่ผู้ผลิตผลักภาระให้ผู้ซื้อโดยบวกเข้าไปในราคาขาย ผลผลิตภัณฑ์ที่นำมาคำนวณมูลค่าใน GDP จึงต้องเป็นผลผลิตภัณฑ์ที่มีราคาซื้อขายกันในตลาด

1.6.3 สินค้าและบริการขั้นสุดท้าย (Final Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ผู้ซื้อซื้อไปใช้เองหรือซื้อไปบริโภค มิได้ซื้อไปเพื่อแปรรูปผลิตเป็นสินค้าอื่น สินค้าที่ผู้ซื้อซื้อไปเพื่อแปรรูปผลิตเป็นสินค้าอื่น เรียกว่าสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Product) เราจะต้องไม่นำมาคิดรวมใน GDP เพราะจะทำให้มูลค่า GDP สูงเกินกว่าความเป็นจริง

1.6.4 ภายในประเทศ (Domestic) หมายถึง ภายในอาณาเขตของประเทศโดยไม่คำนึงว่าหน่วยเศรษฐกิจที่ผลิตเป็นหน่วยเศรษฐกิจท้องถิ่น หรือเป็นหน่วยเศรษฐกิจต่างประเทศ ตราบใดที่ผลผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายนั้นผลิตขึ้นภายในอาณาเขตของประเทศ จะต้องนำมาคิดรวมใน GDP ด้วย

1.6.5 มูลค่าผลิตภัณฑ์ GDP ในปีใดจะต้องเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นในปีนั้นเท่านั้น (Current Year) ต้องไม่นำมูลค่าผลิตภัณฑ์ของปีก่อนมารวมด้วย เพราะจะทำให้มูลค่า GDP ในรอบปีนั้นสูงเกินกว่าความเป็นจริง

1.6.6 มูลค่า GDP ที่วัดขึ้นมาได้เป็นมูลค่าที่ยังมิได้มีการหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินถาวร (Capital Consumption Allowance) เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรที่ต้องเสื่อมสภาพไปเนื่องจากนำมาใช้ผลิตสินค้า มูลค่า GDP ที่ได้จึงเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์เบื้องต้น (Gross Product)

สูตรการคำนวณผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น (Gross Domestic Product)

$$GDP = \sum_{i=1}^n Q_i P_i$$

โดย      GDP    =    ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น  
              $Q_i$     =    ปริมาณผลผลิตของสินค้าขั้นสุดท้าย  $i$   
              $P_i$     =    ราคาตลาดของสินค้า  $i$   
              $\sum_{i=1}^n$     =    ผลรวมของมูลค่าสินค้าขั้นสุดท้ายชนิดที่ 1-ชนิดที่  $n$

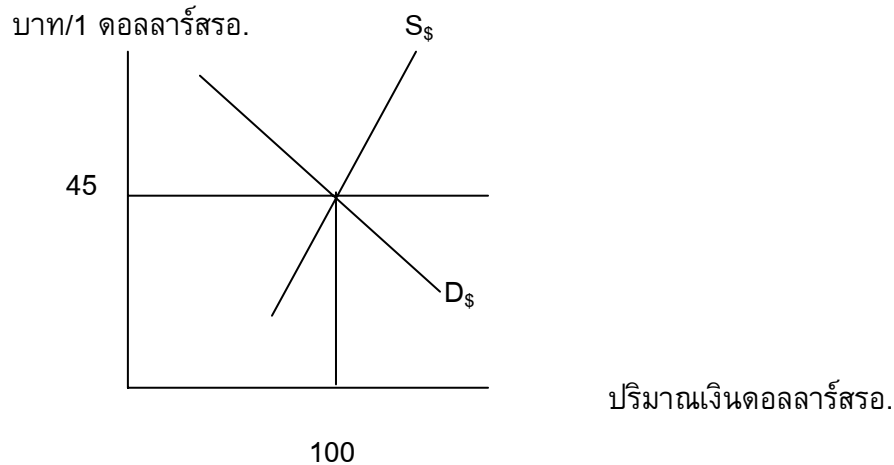
### 1.7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Exchange Rate) หมายถึง ราคาของเงินสกุลหนึ่ง 1 หน่วย ที่คิดเทียบอยู่ในหน่วยของเงินอีกสกุลหนึ่ง ตัวอย่างเช่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับเงินบาท คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเท่ากับ 42 บาท หรืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับเงินเยนญี่ปุ่น คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเท่ากับ 115 เยน หรืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับเงินเปโซฟิลิปปินส์ คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเท่ากับ 43 เปโซ เป็นต้น อัตราแลกเปลี่ยนข้างต้นก็คือ ราคาของดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเมื่อเทียบกับเงินสกุลบาทของไทย เงินสกุลเยนของญี่ปุ่น หรือเงินสกุลเปโซของฟิลิปปินส์ นั่นเอง

#### 1.7.1 อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศ

อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศ หมายถึง ความต้องการเงินตราต่างประเทศ เพื่อที่จะนำเงินตราต่างประเทศนั้นไปชำระค่าซื้อสินค้าเข้า ซื้อมีบริการของต่างประเทศ หรือลงทุนในต่างประเทศ หรือโอนออกไปต่างประเทศ เป็นต้น อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับราคาเงินตราต่างประเทศหรืออัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าราคาเงินตราต่างประเทศสูง (หรือแพง) เมื่อเทียบกับเงินบาท เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เท่ากับ 50 บาท เรียกว่า อัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาก็จะลดลง แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เท่ากับ 25 บาท ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาก็จะสูงขึ้นด้วย เส้นอุปสงค์ต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาก็สัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้าม และมีลักษณะดังเส้น  $D_s$  ในภาพประกอบ 9 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ กล่าวคือ อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศ จะหมายถึงอุปสงค์ต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา หรือเรียกย่อ ๆ ว่า เงินดอลลาร์สรอ.

เส้น  $D_{\$}$  เป็นเส้นที่เอียงลาดจากซ้ายมือลงไปทางขวามือ แสดงว่า ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนหรือราคา 1 ดอลลาร์สหรัฐ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าสูง ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐ. จะมีน้อย แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนหรือราคาเงิน 1 ดอลลาร์สหรัฐ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าต่ำ ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐ. จะมีมากขึ้น



ภาพประกอบ 9 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ

#### 1.7.2 อุปทานของเงินตราต่างประเทศ

หมายถึง ปริมาณเงินตราต่างประเทศที่ประเทศมีอยู่ ซึ่งประเทศจะได้รับเงินตราต่างประเทศจากการขายสินค้าออก จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จากการขายบริการต่าง ๆ จากการลงทุนของชาวต่างประเทศ และจากการกู้ยืมจากต่างประเทศ เป็นต้น อุปทานของเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าราคาเงินตราต่างประเทศเมื่อเทียบกับเงินบาท เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐ. เท่ากับ 55 บาท อุปทานเงินดอลลาร์สหรัฐ. จะมีมากขึ้น เพราะชาวต่างประเทศที่มีเงินดอลลาร์สหรัฐ. หรือผู้ที่มีเงินดอลลาร์สหรัฐ. จะนำเงินดอลลาร์สหรัฐ. มาแลกเปลี่ยนกับเงินบาทมากขึ้น เพื่อซื้อสินค้าของไทย หรือใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือลงทุนในประเทศไทย หรือคนไทยกู้ยืมเงินจากต่างประเทศมาใช้จ่ายมากขึ้น แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐ. เท่ากับ 20 บาท อุปทานของเงินดอลลาร์สหรัฐ. จะลดลง เพราะจะมีการนำเงินดอลลาร์สหรัฐ. มาแลกเปลี่ยนเป็นเงินบาทน้อยลง เส้นอุปทานของเงินดอลลาร์สหรัฐ. จึงสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางเดียวกัน ดังเส้น  $S_{\$}$  ในภาพประกอบ 9 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ ซึ่งต่อไปนี้จะกล่าวถึงอุปทานของเงินตราต่างประเทศจะหมายถึงอุปทานของเงินดอลลาร์สหรัฐ.

เส้น  $S_{\$}$  เป็นเส้นที่เอียงลาดจากซ้ายมือขึ้นไปทางขวามือ แสดงว่าถ้าอัตราแลกเปลี่ยนหรือราคาเงิน 1 ดอลลาร์สหรัฐ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าสูง อุปทานของเงินดอลลาร์

สรอ. จะมีมาก แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนหรือราคาเงิน 1 ดอลลาร์สรอ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าต่ำ  
อุปทานของเงินดอลลาร์สรอ. จะมีน้อย (รัตน สหายคณิต. 2542 : 398-401)

อนึ่ง การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้ค่าของเงินของ  
ประเทศใดประเทศหนึ่งถูกลง เมื่อเทียบกับเงินตราต่างประเทศเรียกว่า การลดค่าของเงิน  
(Devaluation) ส่วนการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนในลักษณะที่ทำให้ค่าของเงินของประเทศใด  
ประเทศหนึ่งแพงขึ้นเมื่อเทียบกับเงินตราต่างประเทศ เรียกว่า การเพิ่มค่าของเงิน (Revaluation)  
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช. 2529 : 418)

เมื่อนักท่องเที่ยวคนหนึ่งจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ สิ่งแรกที่เขาจะทำให้เพื่อให้  
สามารถจับจ่ายซื้อสินค้าและบริการในต่างประเทศได้ก็คือ การไปแลกเงินตราของประเทศของเขาให้  
เป็นเงินตราของประเทศที่เขาจะไปเยือน การแลกเปลี่ยนกระทำกันตามแต่ประเทศหนึ่งประเทศใดจะ  
ได้กำหนดขึ้นอย่างเป็นทางการ อัตราเช่นนี้ เรียกว่า อัตราตามทางการ

ในบางกรณี ไม่มีอัตราแลกเปลี่ยนอย่างเป็นทางการ และนักท่องเที่ยวก็จะ  
แลกเปลี่ยนเงินตราตามอัตราเสรี อัตราเสรี หมายถึง อัตราที่เป็นไปตามอัตราขึ้นลงของตลาดเงินตรา  
(ดังนั้นก็หมายถึงอัตราที่เป็นไปตามอัตราขึ้นลงของตลาดเงินตรา และไม่เสรีถึงกับจะมีการตกลงกัน  
ได้เป็นพิเศษตามใจคู่แลกเปลี่ยน) หรือเป็นไปตามราคาขึ้นลงของทองคำในตลาดโลก (สำหรับ  
เงินตราที่ผูกพันอยู่กับค่าของทองคำ) (หม่อมหลวงต๋อย ชุมสาย. 2527 : 100)

### 1.7.3 การขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนกับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ต่อไปนี้เป็นการศึกษาข้อปัญหาที่จะเกิดขึ้นในเมื่อเกิดการแปรผันขึ้นใน  
ส่วนต่าง ๆ ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว เช่น อัตราแลกเปลี่ยนในตลาด (ที่มีใช้  
เป็นทางการ) ขึ้น ๆ ลง ๆ ค่าใช้จ่ายในการครองชีพขึ้น ๆ ลง ๆ เป็นต้น

1) ในเรื่องค่าครองชีพขึ้น ๆ ลง ๆ ถ้าค่าครองชีพในประเทศ ก. กับประเทศ ข.  
ขึ้นไปด้วยกัน และลงไปด้วยกัน พอ ๆ กัน ผลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปมาระหว่างประเทศ  
ก. กับประเทศ ข. ก็จะคงที่อยู่ นักท่องเที่ยวจะไม่รู้สึกว่าจะต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นหรือน้อยลง  
ในการไปท่องเที่ยวในประเทศทั้งสอง และเขาจะไม่คิดถึงมากนักเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา  
ต่างประเทศ ภาวะเช่นนี้ไม่เกิดขึ้นบ่อย ๆ นัก เว้นแต่ในประเทศที่ติดต่อกันใกล้ชิดและมีความ  
สัมพันธ์กันทางเศรษฐกิจอย่างแน่นแฟ้น

2) อัตราแลกเปลี่ยนตามทางการคงที่ แต่อัตราแลกเปลี่ยนในตลาดมืดแปรผันไป  
ภาวะเช่นนี้ทำให้เกิดแรงจูงใจได้สองประการ คือ

2.1) ถ้าค่าครองชีพในประเทศ ง. สูงขึ้น และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ง.  
และประเทศ จ. คงที่ คนในประเทศ จ. ที่จะไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็จะเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น  
ในการไปเที่ยวประเทศ ง. และประเทศ จ. ก็จะได้นักท่องเที่ยวจากประเทศ ง. น้อยลง ซึ่งอาจน้อยลง  
อย่างเป็นจำนวนสมบูรณ์ เช่น เคยมีปีละ 10,000 เหลือเพียง 9,000 หรืออาจน้อยลงในเชิงอัตราเพิ่ม  
เช่น เคยเพิ่มขึ้น 8% กลับเพิ่มขึ้นเพียง 3-4% ในภาวะเช่นนี้ประเทศ ง. รับเคราะห์ และการโฆษณา  
ประชาสัมพันธ์แก้ไขกลบเกลื่อนไม่ได้มากนัก

## 2.2) ถ้าค่าครองชีพในประเทศ จ. เพิ่มขึ้นรวดเร็วกว่าค่าครองชีพในประเทศ ง.

และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง 2 ประเทศคงที่ นักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ จ. จะรู้สึกประหนึ่งว่าสินค้าต่าง ๆ ในประเทศ ง. ไม่แพง ดังนั้นนักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ จ. จะไปท่องเที่ยวด้วยกันในประเทศ ง. มากกว่าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ ง. จะไปท่องเที่ยวด้วยกันในประเทศ จ.

3) ในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนตามทางการเปลี่ยนแปลงไป บางที่เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่รัฐบาลของประเทศหนึ่ง ต้องเปลี่ยนแปลงค่าของเงินตราไปในทางที่สัมพันธ์กับปริมาณทุนสำรองผูกพัน (เช่น ทองคำ เงิน หรือเงินตราสหรัฐอเมริกา) แม้ว่าเงินตราของประเทศต่าง ๆ จะยังคงมีความสัมพันธ์เดิมต่อไปกับทองคำ (คือ ราคาทองคำซื้อได้ด้วยเงินตราของประเทศนั้นไม่เปลี่ยนแปลงไป) แต่ราคาทองคำซื้อได้ด้วยเงินตราของประเทศ ง. เปลี่ยนไปโดยเฉพาะในกรณีที่ราคาทองคำแพงขึ้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ง. และประเทศอื่น ๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย และดังนั้นค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาติอื่น ๆ ที่ไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยมากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนตามทางการมักจะกระทำเพื่อให้ใกล้เคียงกับอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดแลกเปลี่ยน (ที่มีใช้เป็นทางการและเป็นการแลกเปลี่ยนตามค่าแท้จริงของเงินตรา) ทั้งนี้เพื่อมิให้การเคลื่อนไหวทางการเงินหลุดออกไปนอกอำนาจการควบคุม

3.1) ในเรื่องการลดค่าเงินตรา สมมติว่าประเทศ ง. ลดค่าเงินตราของตนลง ซึ่งแปลว่าจะต้องกำหนดราคาทองคำจำนวนหนึ่งให้มีราคาคิดเป็นเงินของประเทศ ง. สูงขึ้นจากราคาเดิมที่กำหนดไว้ เช่นนี้เรียกว่า การลดค่าเงินตรา (Devaluation) ถ้าประเทศ จ. ไม่ลดค่าเงินตราของตนลงด้วย อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศ ง. ให้เป็นเงินตราของประเทศ จ. จะต่ำลง นั่นคือ นักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ ง. จะต้องใช้เงินมากขึ้นกว่าเดิม เพื่อใช้ซื้อบริการเดิมที่เคยซื้อในประเทศ จ. ผลที่จะเกิดแก่การท่องเที่ยวก็คือว่านักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ ง. จะไปเที่ยวประเทศ จ. น้อยลง และในทางกลับกันนักท่องเที่ยวประเทศ จ. ก็มีแนวโน้มที่จะไปท่องเที่ยวประเทศ ง. มากขึ้น ประเทศใดที่ลดค่าเงินตราก็คาดหวังไว้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาเที่ยวมากขึ้น (ปริมาณสินค้าและบริการขายออกก็จะมากขึ้น และอาจทำให้ดุลการค้าระหว่างประเทศดีขึ้นได้)

3.2) การเพิ่มค่าเงินตรา เป็นการกระทำที่ตรงกันข้ามกับการลดค่าเงินตรา นั่นคือ ราคาของทองคำจำนวนหนึ่งซึ่งคิดเป็นเงินตราของประเทศนั้นจะลดลงกว่าที่เคยเทียบไว้แต่เดิม หรือนัยหนึ่งค่าของเงินตราเพิ่มขึ้น การเพิ่มค่าของเงินตราเป็นการกระทำที่ไม่บอยเท่าการลด และโดยมากประเทศใดที่เพิ่มค่าของเงินตรามักจะเป็นประเทศที่อยู่ในภาวะเศรษฐกิจเฟื่องฟู ถ้าประเทศ ง. เพิ่มค่าเงินตราขึ้น และประเทศอื่น ๆ ไม่เพิ่มขึ้นด้วย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศ ง. ให้เป็นเงินตราของประเทศอื่น ๆ ก็จะสูงขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ ที่จะเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ซื้อบริการเดิมได้ หรือถ้าจะใช้เงินเท่าเดิมก็จะซื้อสินค้าและบริการในประเทศ ง. ได้น้อยลง ประเทศ ง. จะกลายเป็นประเทศที่มีราคา

แพงในการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะไปท่องเที่ยวประเทศ ง. น้อยลง ในทางตรงกันข้ามคนสัญชาติประเทศ ง. ก็จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น

ที่จะกล่าวถึงสุดท้ายในเรื่องนี้ก็คือว่า นักท่องเที่ยวมิได้ใช้เหตุผลเกี่ยวกับการใช้เงินเหมือน นักธุรกิจการเงิน นักท่องเที่ยวคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวก็จริงอยู่ แต่ก็ใช้กับเพียงหนึ่งใน หลาย ๆ ตัวประกอบที่เกี่ยวกับอุปสงค์ เหตุผลสำคัญกว่าที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวในประเทศ หนึ่งประเทศใด อาจเป็นเพราะประเทศนั้นสวยงาม อากาศดี มีที่เที่ยวนอกและเป็นแพชั่นกันว่าจะต้องไป (เช่น หัวหินเมื่อ 40 ปีมาแล้ว และเชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต ในปัจจุบัน) และบางทีเหตุผล เพียงเท่านั้นก็พอสำหรับที่นักท่องเที่ยวจะยอมอดออมในเรื่องอื่น ๆ เพื่อเก็บเงินไว้ไปเที่ยว ทั้งนี้โดย คำนึงเล็กน้อยถึงค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี ถ้านักท่องเที่ยวจะเอาใจใส่ในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนบางทีก็จะได้ประโยชน์มากขึ้นจากเงินที่เสียไป (หม่อมหลวงตุ้ย ชุมสาย. 2527 : 103-104)

## **1.8 อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนี ราคาผู้บริโภคของประเทศไทย**

1.8.1 ดัชนีราคา คือ เครื่องวัดราคาเฉลี่ยของสินค้าและบริการจำนวนหนึ่งหรือ ตะกร้าหนึ่ง (Basket Of Goods And Services) ของปีใดปีหนึ่งเปรียบเทียบกับราคาเฉลี่ยของสินค้า และบริการจำนวนหรือตะกร้าเดียวกันนั้นในปีอ้างอิงหรือที่เรียกว่าปีฐาน (Base Year)

จากความหมายของดัชนีราคาข้างต้น ยังมีประเด็นที่ควรทำความเข้าใจเสียก่อน ดังนี้

1) ปีฐาน ซึ่งหมายถึงปีที่ใช้อ้างอิงนั้น การที่จะเลือกปีใดเป็นปีฐานนั้น จะต้อง มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณากว้าง ๆ คือ เป็นปีที่ภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างเป็นปกติ ไม่เกิดภาวะเงินเฟ้อ หรือการว่างงานในอัตราสูง พฤติกรรมของหน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างปกติ ไม่มีการ เปลี่ยนแปลงภาวอย่างขนานใหญ่ ไม่มีการปรับอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นผลให้ค่าเงินสกุลของ ประเทศเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ประเทศไม่เกิดภาวะสงครามหรือความไม่สงบเรียบร้อยในประเทศ อย่างรุนแรงและไม่เกิดภัยพิบัติอย่างรุนแรง

2) สินค้าและบริการในตะกร้า สินค้าและบริการในตะกร้าที่นำมาคำนวณ ดัชนีราคานั้น ถ้าเป็นสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อในราคาตลาด ดัชนีราคาที่ได้จะ เรียกว่า ดัชนีราคาผู้บริโภค แต่ถ้าเป็นสินค้าและบริการที่ผู้ผลิตจ่ายซื้อ ดัชนีราคาที่ได้จะ เรียกว่า ดัชนีราคาผู้ผลิต ดังนั้น ดัชนีราคาจึงมีหลายประเภทขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการที่นำมา คำนวณดัชนีราคาว่าเป็นสินค้าประเภทใด หน่วยเศรษฐกิจประเภทใดเป็นผู้จ่ายซื้อ

3) ดัชนีราคาจะเป็นเท่าใดขึ้นอยู่กับระดับราคาเฉลี่ยและจำนวนหรือปริมาณ สินค้าและบริการในตะกร้า แต่ไม่ได้อ้างอิงถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ จึงเสมือนมีข้อสมมติแอบแฝง ว่า สินค้าและบริการที่อยู่ในตะกร้าในปีใดมีคุณภาพคงที่หรือมีคุณภาพเหมือนกับคุณภาพของสินค้า และบริการในตะกร้าในปีฐาน เช่นเดียวกับที่จำนวนหรือปริมาณสินค้าและบริการในตะกร้าในปีใดมี จำนวนเท่ากับจำนวนสินค้าและบริการในตะกร้าในปีฐาน

สูตรการคำนวณดัชนีราคาของปีใดปีหนึ่ง (t) ได้ดังนี้

$$\text{ดัชนีราคา}_{(t)} = \frac{\sum_{i=1}^n P_i^t Q_i^b}{\sum_{i=1}^n P_i^b Q_i^b} \times 100$$

โดยที่

$P_i^t$  = ราคาสินค้า i ในปี t

$P_i^b$  = ราคาสินค้า i ในปีฐาน

$Q_i^b$  = ปริมาณสินค้าในตะกร้าในปีฐาน

i...n = สินค้า i ถึงสินค้า n ที่นำมาคำนวณดัชนีราคา

เนื่องจากปริมาณสินค้าในตะกร้าที่นำมาคำนวณดัชนีราคาในปี t คือ ปริมาณสินค้าในตะกร้าในปีฐาน ดังนั้นเมื่อปริมาณสินค้าคงที่ การเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาจะแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของระดับราคา

1.8.2 ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index) เรียกย่อ ๆ ว่า CPI หมายถึง เครื่องวัดการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกของสินค้าและบริการประเภทที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อเพื่อการบริโภค ณ ตลาดและร้านค้าปลีกในปีใดปีหนึ่ง ในจำนวนและคุณภาพที่คงที่เปรียบเทียบกับปีฐานซึ่งเท่ากับหนึ่งร้อย

สินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อ ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย บริการตรวจรักษาทางการแพทย์และบริการส่วนบุคคล บริการด้านการขนส่งและการสื่อสาร การบันเทิงและการศึกษา ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งผู้บริโภคต้องจ่ายซื้อในราคาตลาด หรือราคาขายปลีก

นอกจากจะมีการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศหรือที่เรียกว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปแล้ว บางประเทศยังแตกย่อยออกไปเป็นดัชนีราคาผู้บริโภคบางกลุ่ม หรือ ดัชนีราคาผู้บริโภคบางเขตพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ประเทศไทยได้มีการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคมีรายได้น้อย ดัชนีราคาผู้บริโภคเขตชนบท และดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของภูมิภาคอีกด้วย โดยความแตกต่างที่สำคัญคือ ถ้าเป็นดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป สินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปที่แบ่งออกเป็นหมวดต่าง ๆ นั้น จะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนจ่ายซื้อโดยครัวเรือนนั้นจะมีรายได้อยู่ระหว่าง 4,000-11,000 บาทต่อเดือน และอยู่ในเขตเทศบาล ส่วนสินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคมีรายได้น้อย จะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนผู้บริโภคจ่ายซื้อโดยครัวเรือนนั้นจะมีรายได้อยู่ระหว่าง 2,000-4,000 บาทต่อเดือน และอยู่ในเขตเทศบาล ส่วนสินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคในเขตชนบท จะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนผู้บริโภคจ่ายซื้อ โดยครัวเรือนนั้นจะมีรายได้อยู่ระหว่าง 1,500-3,500 บาทต่อเดือน และอยู่ในเขตสุขาภิบาล แต่ถ้าเป็นดัชนีราคาของภูมิภาค สินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคา

จะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนผู้บริโภคในภูมิภาคนั้นจ่ายซื้อ (รัตนฯ สายคณิต. 2543 : 105-108)

สามารถแสดงความสัมพันธ์ในรูปฟังก์ชันอุปสงค์ (Demand Function) ดังนี้

$$Q_{mt} = f[Y_{mt}, E_{mt}, R_{mt}]$$

$$Q_{jt} = f[Y_{jt}, E_{jt}, R_{jt}]$$

$$Q_{ut} = f[Y_{ut}, E_{ut}, R_{ut}]$$

$$Q_{kt} = f[Y_{kt}, E_{kt}, R_{kt}]$$

$$Q_{ct} = f[Y_{ct}, E_{ct}, R_{ct}]$$

|          |       |     |                                                                                                                                 |
|----------|-------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| กำหนดให้ | $Q_t$ | แทน | จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย (คน/ปี)                                  |
|          | $Y_t$ | แทน | ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นของประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน                                                  |
|          | $E_t$ | แทน | ราคาของเงินตราต่างประเทศวัดกับเงินบาท (ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน)                                       |
|          | $R_t$ | แทน | อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย |
|          | $m$   | แทน | ประเทศมาเลเซีย                                                                                                                  |
|          | $j$   | แทน | ประเทศญี่ปุ่น                                                                                                                   |
|          | $u$   | แทน | ประเทศสหราชอาณาจักร                                                                                                             |
|          | $k$   | แทน | ประเทศเกาหลี                                                                                                                    |
|          | $c$   | แทน | ประเทศจีน                                                                                                                       |
|          | $t$   | แทน | ช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546                                                                                                |

### 1.9 ความต้องการอื่น ๆ ซึ่งแย้งกันหรือที่เสริมการท่องเที่ยว

ความรู้เรื่องเชิงเศรษฐกิจและพัฒนาการเชิงวัฒนธรรมในสังคมปัจจุบันทำให้คนเกิดมีความต้องการใหม่ ๆ แปลก ๆ ขึ้น (โดยเฉพาะความต้องการเชิงจิตวิทยาและเชิงสังคม) แต่ละบุคคลจะมีอะไรให้เปรียบเทียบเพื่อสนองความต้องการทุก ๆ อย่างของตนไม่ได้ ต้องเลือกเอาที่เป็นประโยชน์ที่สุดแก่การดำรงชีวิตของตนก่อน แต่บางทีก็อดคล้ายตามอำนาจจูงใจของการโฆษณาไม่ได้ ทำให้ข้ามไปบริโภคสิ่งที่ต้องการในอันดับรอง ๆ ลงไปก่อน

โดยทั่วไป การมีเวลาว่างมากขึ้นหลังจากที่ได้ทำงานในหน้าที่เสริมจรรยาบรรณแล้วมักทำให้ความเป็นอยู่ของคนดีขึ้น อย่างไรก็ตาม ท่าทีความรู้สึกของคนที่มีอยู่ต่อการท่องเที่ยวก็แตกต่างกันไป ดังนี้

1.9.1 บางคนแม้จะมีรายได้สูง แต่ก็ไม่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นความต้องการสำคัญของชีวิต ชาวชนบทที่เดินทางมักมิใช่เดินทางเพื่อท่องเที่ยว ดังนั้นจึงเป็นหน้าที่ของวิสาหกิจการท่องเที่ยวที่จะต้องหาเหตุจูงใจให้การท่องเที่ยวเป็นความต้องการอันหนึ่งแห่งชีวิตขึ้นมา

1.9.2 บางคน จะมีรายได้เท่าใดไม่สำคัญ เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต ถ้าไม่ได้ท่องเที่ยวตามที่ปรารถนาจะหงุดหงิด และแสดงความไม่พอใจ (โปรดลองสังเกตเด็กอายุระหว่าง 6-7 ขวบ ถึง 12-13 ขวบ ความปรารถนาที่จะท่องเที่ยวไปตามเรือสว่น, ไร่นา, คลอง, บึง, ป่าเขา, ค่ายช้างรุนแรง ถ้าความปรารถนาเช่นนี้เด็กทำตามได้บ่อย ๆ จนเป็นนิสัย โตขึ้นยากจนจนแค่ไหนอย่างไร ก็ยังเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นความจำเป็นชนิดหนึ่ง)

1.9.3 ในหลายกรณีผู้บริโภคมีรายได้พอเพียง แต่ก็มักจะเลือกสิ่งที่จะบริโภคว่าอะไรควรมาก่อนอะไรควรมาหลัง

1.9.4 ความรู้สึกเกี่ยวกับราคาของบริการการท่องเที่ยว ราคาของบริการท่องเที่ยวแปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและสถานที่มากกว่าราคาของสินค้าและบริการอื่น ๆ ถ้าการท่องเที่ยวไปรวมตัวอยู่ ณ จุดใดจุดหนึ่ง หรือบริเวณใดบริเวณหนึ่ง (เช่น ที่พัทยา ที่กรุงเทพมหานคร หรือในประเทศฝรั่งเศส หรือในทวีปยุโรป) ช่วงเวลาเวลานั้น ๆ คาบหนึ่ง การขึ้น ๆ ลง ๆ ของราคาจะเป็นไปได้อย่างมาก ปฏิบัติการเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวต่อราคาบริการท่องเที่ยวพอจะสังเกตได้ดังต่อไปนี้

1) ความเฉื่อยชินมีบทบาทมาก นักท่องเที่ยวบางคนเคยชินกับการไปท่องเที่ยวแบบหนึ่ง ทุก ๆ ปี เขาก็จะยอมรับราคาบริการที่เพิ่มขึ้นโดยร้านค้าที่จะหาทางออกเป็นอย่างอื่น

2) นักท่องเที่ยวบางคนที่มีรายได้น้อย จะยอมจ่ายเงินมาก ๆ เพื่อซื้อบริการการท่องเที่ยวเพื่อทำให้คนอื่นเห็นว่าตนมีฐานะดีพิเศษ และโก้เก๋เทียมเศรษฐกิจ โดยมีปรัชญาว่า “ครั้งเดียวในชีวิตจะเป็นอะไรไป” ประทับไว้ในชีวิตประวัติ นักท่องเที่ยวหลายคนจะเข้าไปดูมหรสพหรือนิทรรศการ หรือ อะไรแปลก ๆ ซึ่งค่าเข้าชมแพงมากเป็นพิเศษ เพราะด้านทานการจูงใจจากการโฆษณาไม่ได้ และก็มีแนวโน้มที่อยากจะโกหกตามคนอื่นอยู่แล้ว

3) ความรู้สึกไวต่อราคาบรรเทาตามระยะทางที่จะไปท่องเที่ยว คนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวไกล ๆ มักจะคิดหน้าคิดหลังเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่จะต้องเสีย มากกว่าผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวใกล้ ๆ นอกจากนี้การเดินทางไกล ๆ นักท่องเที่ยวมักต้องตั้งงบประมาณเผื่อขาดไว้มาก ๆ เพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายซึ่งมองไม่เห็นล่วงหน้า

4) นักท่องเที่ยวมักได้รับคำบอกเล่าที่ไม่ค่อยแน่นอนในเรื่องราคาของบริการการท่องเที่ยวต่าง ๆ ในขั้นแรกนักท่องเที่ยวมักถามคนที่เคยไปเที่ยวมาก่อนแล้วในเรื่องราคา ซึ่งถ้าผู้ถูกถามไปเที่ยวนานมาแล้ว ราคาต่าง ๆ ก็ย่อมผิดพลาดไปได้ แม้แต่สำนักงานส่งเสริมหรือประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวก็มักจะไม่มีบัญชีราคาของบริการการท่องเที่ยวซึ่งทันสมัย

5) ความรู้สึกไวต่อราคาบริการท่องเที่ยวจะลดน้อยลง สำหรับนักท่องเที่ยวที่กังวลประมาณการท่องเที่ยวไว้มาก ๆ เช่น นักท่องเที่ยวแบบไปแคมป์ หรือไปกันทั้งครอบครัวมักจะเสาะหาดูก่อนว่า อาหารร้านไหนถูก ร้านไหนแพง แต่นักท่องเที่ยวที่ร่ำรวย จะเข้าไปกินอาหารในภัตตาคารชั้นดีแห่งแรกที่ได้พบ โดยไม่คำนึงถึงราคาจะสูงต่ำเพียงใด

6) การยืดหยุ่นได้ของราคาขึ้นอยู่กับพฤติกรรมและท่าทีความรู้สึกของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวปรารถนาจะรักษามาตรอันสูงของตนไว้ ไม่ว่า ณ ที่ใด ย่อมจะไม่เสียตายนเงินจำนวนมากที่จะรักษามาตรนั้นไว้ ไม่ว่าจะอยู่ ณ ที่ใด นักท่องเที่ยวที่ทำตัวให้เหมือนคนในบริเวณที่ตัวไปท่องเที่ยวจะเป็นในเรื่องการแต่งตัว มารยาท และพฤติกรรมอื่นใดก็ตามย่อมมีผลถึงราคาของสินค้าและบริการ โดยทั่วไปราคาสินค้ามักจะแปรเปลี่ยนไปตามท่าทางและการแต่งตัวของผู้นั้น

7) การขายทัวร์โดยวิสาหกิจใหญ่ ๆ ที่มีหลักฐานดี มักจะทำให้ลูกค้าไม่รู้สึกไหวตัวมากนักในเรื่องราคา เพราะแน่ใจว่าเป็นราคาที่ไม้อาเปรียบลูกค้าและมีเหตุผล แต่นักท่องเที่ยวที่ไปกับทัวร์ เช่นนี้ก็มักจะระมัดระวังติดตามราคาส่งของ และรายจ่ายฉุกเฉิน ณ สถานที่ไปท่องเที่ยว

ยุติลงได้ว่าอุปสงค์เชิงการท่องเที่ยว ไหวตัวไปกับการกระเพื่อมขึ้นลงของราคาส่งของและบริการในอาณาบริเวณของการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และนักท่องเที่ยวทั้งหลายก็มักจะเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับภาวะการณ์เช่นนี้ของราคาของการท่องเที่ยว ปฏิกริยาเชิงเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวโดยมากเป็นไปอย่างไม่มีเหตุผลบ้าง และค่อนข้างไปในทางไร้หลักเกณฑ์ (หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย. 2527 : 91-93)

## 2. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

### 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว การศึกษาความหมายของการท่องเที่ยวให้ชัดเจนเป็นความจำเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้เพราะความหมายของการท่องเที่ยวจะกำหนดขอบเขตของงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งต้องใช้การลงทุนด้วยงบประมาณจำนวนมาก การตัดสินใจสร้างหรือไม่สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้น ขึ้นอยู่กับจำนวนของผู้บริโภคว่ามีจำนวนเพียงพอในการรองรับโครงการนั้น ๆ หรือไม่ ไม่ว่าจะเป็นโครงการ การสร้างโรงแรม ภัตตาคาร หรือสวนสนุก ฯลฯ การเข้าใจความหมายอย่างชัดเจนของการท่องเที่ยว การเดินทางและนักท่องเที่ยวแล้วสามารถนำมาใช้ในการตัดสินใจในการดำเนินการโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โครงการสร้างสถานที่พักผ่อน หรือการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ว่ากำลังเจริญเติบโตหรือกำลังซบเซา เป็นต้น ดังนั้นปริมาณผู้ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านั้นจึงเป็นข้อมูลที่สำคัญที่จะนำมาตัดสินใจดำเนินการโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) แห่งองค์การสหประชาชาติได้กำหนดความหมายของการท่องเที่ยวว่าการเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางตามเงื่อนไขสากล 3 ประการดังต่อไปนี้

- 1) การเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยเป็นประจำไปยังสถานที่อื่น ๆ เป็นการชั่วคราว
- 2) การเดินทางนั้นผู้เดินทาง เดินทางด้วยความสมัครใจ ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ
- 3) การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ความหมายดังกล่าวได้กำหนดขึ้นในปี ค.ศ. 1963 ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศสมาชิกได้นำไปพิจารณาเป็นแนวทางให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน มีมาตรฐานเดียวกัน เพื่อนำไปใช้รวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวซึ่งสามารถนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในการบริหารและการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ

2.1.2 ความหมายของนักท่องเที่ยว (Visitors) องค์การสันนิบาตชาติ หรือองค์การสหประชาชาติในปัจจุบัน ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยวนานาชาติ (International Tourist) ในการประชุมขององค์การสันนิบาต เมื่อปี ค.ศ. 1937 ว่า นักท่องเที่ยวนานาชาติ หมายถึงบุคคลที่เดินทางไปประเทศอื่นที่ไม่ใช่ถิ่นที่อยู่อาศัยของตน เป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เช่นบุคคลที่เดินทางไปพักผ่อน ไปเยี่ยมญาติเพื่อรักษาสุขภาพ ร่วมประชุม เพื่อธุรกิจ ยกเว้นนักท่องเที่ยวเรือสำราญทางทะเล ถึงแม้เดินทางมาถึงประเทศหนึ่งและพำนักไม่ถึง 24 ชั่วโมงก็ตามก็นับเป็นนักท่องเที่ยวนานาชาติ ส่วนบุคคลที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยว ได้แก่ บุคคลที่เดินทางไปทำงาน มาตั้งหลักแหล่ง นักเรียน นักศึกษา ชาวต่างประเทศที่ทำงานในประเทศนั้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านประเทศนั้นโดยไม่หยุดพักแม้ว่าจะเดินทางมากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม (ศรัณญา วรากุลวิทย์. 2546 : 2-3)

## 2.2 ความหมายและประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

### 2.2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรม หมายถึง การบริหารจัดการตามหลักวิชาการ มีการวางแผน การจัดองค์การ การดำเนินงาน การประเมินผล และการพัฒนางานอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ อุตสาหกรรมการผลิต และอุตสาหกรรมการบริการ

อุตสาหกรรมการผลิต เป็นกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรในการผลิตสินค้า ซึ่งมีตัวตนจับต้องได้ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีโอกาสสัมผัสสินค้าก่อนการตัดสินใจซื้อสินค้า เช่น การผลิตเสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องใช้สำนักงานและรถยนต์ ฯลฯ

อุตสาหกรรมการบริการ เป็นบริการต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตจัดหาเพื่อตอบสนองความพอใจของผู้รับบริการหรือผู้ซื้อบริการ โดยส่วนใหญ่ผู้รับบริการต้องตัดสินใจซื้อก่อนการเห็นหรือการสัมผัสสินค้าบริการนั้น ๆ เช่น การซ่อมรถยนต์ การท่องเที่ยวและการขนส่ง ฯลฯ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) (วินิจ วีรยางกูล. 2532 : 3) ได้ให้ความหมายไว้ว่าเป็นอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พักและโรงแรม ธุรกิจร้านอาหารภัตตาคาร และธุรกิจนำเที่ยว ซึ่งผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจพักรแรม และธุรกิจอาหาร บริการธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ได้แก่ การผลิตสินค้าเกษตรกรรม สินค้าอุตสาหกรรม และสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ เป็นต้น วัตถุประสงค์ที่ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือ ความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปกรรม โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน ฯลฯ

พ.ร.บ. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ว่า หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทน และหมายความรวมถึง

- 1) ธุรกิจนำเที่ยว
- 2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
- 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- 4) ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- 6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินการอื่นใด โดยมีความมุ่งหมาย เพื่อชักนำ หรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมบริการที่มีการดำเนินงานธุรกิจขนาดใหญ่ มีขอบเขตกว้างขวาง ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทประสานกันเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง และโดยอ้อม ซึ่งต้องใช้กลวิธีในการบริหารธุรกิจที่ต้องวางแผน จัดองค์กร การดำเนินการ การประเมินผล และการพัฒนาการ ซึ่งใช้งบประมาณจำนวนมาก จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก (ศรัณญา วรากุลวิทย์. 2546 : 5-6)

## 2.2.2 ประเภทของการท่องเที่ยว

ประเภทของการท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในการจำแนกที่หมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มหรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับออกเป็น 6 ประเภท คือ (Smith. 1977 : 2-3)

- 1) การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่จะสังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการไปเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนาต่าง ๆ

2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและบางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตชีวิตเก่า ๆ ที่ได้สูญหายไปหมดแล้ว ท้องถิ่นเก่า ๆ ที่มีสีสันเป็นสิ่งที่ดึงดูดใจมาก ซึ่งอาจรวมอาหารในโรงนาเก่า ๆ งานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การเร่ร่อนบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมรุ่นโบราณ ๆ เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์เก่า ๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่าง ๆ การแสดงแสงเทียนเหตุการณ์เด่น ๆ ในอดีตกาล เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่ข้อนี้จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่จะเน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติและการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ก็อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพ การเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

5) การท่องเที่ยวเพื่อการสันทนาการ (Recreational Tourism) เป็นการเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา น้ำพุแร่รักษาโรค การอาบแดด และการสมาคมกันในสิ่งแวดล้อมที่ผ่อนคลายจิตใจ สถานที่ดังกล่าว เช่น หาดทราย ชายทะเล ชายหาด ที่มีแนวต้นไม้ร่มรื่น สนามกอล์ฟชั้นเยี่ยม หรือสนามเทนนิสชั้นเลิศ การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ จะดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการการพักผ่อนหย่อนใจโดยเฉพาะ

6) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุมหรือการพบปะกัน หรือ การสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแหล่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการอย่างไร

7) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยและบริษัทห้างร้านต่าง ๆ เพื่อการดูงาน การประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และเพื่อสันทนาการ โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ให้ทั้งหมด

## 2.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คลีเมนต์ (Clement. 1961 : 213) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวนำมาซึ่งประโยชน์ต่อประเทศหลายประการ

2.3.1 เป็นการเพิ่มรายได้ประชาชาติ

2.3.2 มีผลต่อการเพิ่มภาษี

2.3.3 ช่วยแก้ไขปัญหาดุลการชำระเงิน

2.3.4 บังเกิดผลต่อการสร้างงานและการจ้างแรงงาน ทำให้เกิดการแพร่กระจาย

รายได้อย่างกว้างขวาง ซึ่งจะเป็นผลทวีคูณตามหลักเศรษฐศาสตร์

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อมวลมนุษยและสังคมโลกดังต่อไปนี้

- 1) ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ
- 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ
- 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรม

ภายในประเทศ

- 5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้น
- 6) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างเสริมสันติภาพ

สัมพันธไมตรีและความเข้าใจอันดี

7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณี และศิลปวัฒนธรรม

8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้คิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นตัวสินค้าที่ระลึก

9) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่นหรือในประเทศเกิดความรักความภาคภูมิใจในท้องถิ่นและประเทศ

10) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มีการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

11) ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการพัฒนาระบบเทคโนโลยี

## 2.4 ชนิดของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ซึ่งขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงจูงใจในการเดินทาง ประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย ฯลฯ การท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด

### 2.4.1 การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว

การแบ่งชนิดของการท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยวโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในกรุงโรมประเทศอิตาลี ในปี ค.ศ. 1963 ในที่ประชุมได้สรุปว่า การเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากเหตุผลของนักท่องเที่ยวดังนี้ (Mill. 1990 : 19)

- 1) การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure)
- 2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation)
- 3) การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday)
- 4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา (Sport)
- 5) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health)

- 6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study)
- 7) การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion)
- 8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)
- 9) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relatives

หรือ VFR)

- 10) การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mission)

2.4.2. การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล การท่องเที่ยวชนิดนี้มีลักษณะดังต่อไปนี้

- 1) การท่องเที่ยวภายในประเทศ
- 2) การท่องเที่ยวต่างประเทศ
- 3) การท่องเที่ยวลักษณะส่วนตัว
- 4) การท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ

2.4.3. การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ การท่องเที่ยวชนิดนี้มีรูปแบบดังนี้

- 1) กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)
- 2) กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long-Haul) กับการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short-Haul)
- 3) กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติมิตร การประชุม เพื่อสุขภาพ
- 4) กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying Visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวแบบ Home Stay และ Long Stay ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวได้รับความนิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนำเที่ยวทั่วโลก
- 5) กำหนดโดยนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม
- 6) กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel and Visits)
- 7) กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมาก ๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular Tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social Tourism)

### 3. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

#### 3.1 ประเทศมาเลเซีย

ตลาดมาเลเซียเป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงและมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาโดยตลอด เนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกับภาคใต้ของไทย สามารถเดินทางเข้าได้ทั้งทางบก น้ำ และอากาศ โดยกลุ่มที่เดินทางเข้าทางชายแดนภาคใต้มีมากกว่าร้อยละ 60 แต่เมื่อเข้าสู่ปี 2539-2540 ตลาดเริ่มชะลอตัว และลดลงอย่างมาก ในปี 2541 จากผลของปัญหาเศรษฐกิจ โดยรัฐบาลมาเลเซียได้ประกาศมาตรการต่าง ๆ ออกมาเพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจ รวมถึงมาตรการชะลอการเดินทางออกนอกประเทศด้วย เช่น การขึ้นราคาค่าจัดทำหนังสือเดินทาง ค่าบัตรผ่านแดน การเสียภาษีเดินทางออก การกำหนดมูลค่าการนำเข้า/นำออกเงินริงกิต ฯลฯ ต่อมาในปี 2542 ภาวะเศรษฐกิจมาเลเซียฟื้นตัวดีขึ้น จึงเริ่มผ่อนคลายกฎระเบียบต่าง ๆ จึงส่งผลให้ตลาดมาเลเซียมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยมา โดยแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของตลาดมาเลเซีย คือ หาดใหญ่ สุโงโกลก กรุงเทพฯ และเบตง

สำหรับสถานการณ์ในปี 2545 ตลาดมีการเติบโตสูงขึ้นในอัตราร้อยละ 11.77 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,296,109 คน โดยการเดินทางเข้าสู่เมืองไทยทางบกบริเวณด่านชายแดนภาคใต้ยังคงมีกระแสการขยายตัวในอัตราสูง โดยเฉพาะที่หาดใหญ่มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 23.03

ส่วนสถานการณ์ในปี 2546 นั้น จำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่เดินทางเข้าประเทศไทย โดยรวมทั้งปีมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 3.28 มีนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 1,338,624 คน แม้ว่าจะมีการแพร่ระบาดของโรค SARS ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวมาเลเซียลดลงในไตรมาสที่ 2 ถึงร้อยละ 44.23 แต่การฟื้นตัวอย่างรวดเร็วของตลาดนี้ในไตรมาสที่ 3 ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.27 เนื่องจากทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวและสายการบิน มีการส่งเสริมการตลาดอย่างจริงจังและมีการลดราคาแพ็คเกจทัวร์และตั๋วเครื่องบินในราคาถูก และการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันฮารีรายอและเทศกาลปีไหมในไตรมาสที่ 4 ก็ทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวคึกคักและมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากขึ้น กอปรกับการเปิดตัวของสายการบินแอร์เอเชีย ซึ่งเป็นสายการบินต้นทุนต่ำ ได้เพิ่มความสามารถและทางเลือกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

คาดว่าในปี 2547 ตลาดมาเลเซียจะมีการทรงตัวในช่วงครึ่งปีแรก เนื่องจากผลกระทบหลังจากสถานการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ของไทยซึ่งเริ่มรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ จนมีผลให้นักท่องเที่ยวมาเลเซียได้รับบาดเจ็บจากการระเบิดที่ อ.สุโงโกลก เป็นเหตุให้มีผลกระทบจากยอดการจองของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในการเข้ามายัง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้และ อ. หาดใหญ่ อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งปีหลัง คาดว่าสถานการณ์จะดีขึ้นเป็นลำดับหากไม่มีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้นอีก

## โอกาส

1) ประเทศไทยมีอาณาเขตทางใต้ที่ติดกับมาเลเซีย และด่านผ่านแดนร่วมกันถึง 7 จุด มีทางหลวงที่เชื่อมต่อจากมาเลเซียถึงประเทศไทย มีเส้นทางรถไฟจากกัวลาลัมเปอร์ ถึงหาดใหญ่ และบัตเตอร์เวิร์ท - กรุงเทพฯ มีการคมนาคมที่สะดวก สามารถเดินทางได้ทั้งทางบก น้ำ และอากาศ

2) การที่แหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงมีราคาที่สามารถแข่งขันได้ อีกทั้งถูกมองว่าคุ้มค่าเงินมากกว่าแหล่งท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์ และอินโดนีเซีย

3) ความร่วมมือระหว่างประเทศไทย – มาเลเซีย – อินโดนีเซีย ในโครงการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจน่าจะมีส่วนผลักดันให้มีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกันมากยิ่งขึ้น

## อุปสรรค

1) คนไทยยังมีปัญหาในเรื่องภาษาและการสื่อสาร โดยสามารถติดต่อสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้น้อย แม้แต่ภาคเอกชนก็ยังมีจำนวนน้อยที่สามารถพูดภาษาอังกฤษและภาษาจีนในระดับมืออาชีพได้ ทำให้เกิดการขาดแคลนภาคเอกชนคุณภาพในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

2) ปริมาณป้ายชี้ทางตามท้องถนนที่เป็นภาษาอังกฤษยังมีไม่เพียงพอ

3) พฤติกรรมภาคเอกชนที่มักจะหยุดแะที่แหล่งซื้อสินค้าที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการบ่อยจนเกินไป ทำให้สร้างความรำคาญให้กับนักท่องเที่ยวและสร้างภาพลบให้การท่องเที่ยวไทย

4) การขึ้นราคาที่พัก โดยเฉพาะในหาดใหญ่ และภูเก็ตในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวที่สูงขึ้นจนเกินไป ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงนั้น

5) การมีข่าวด้านลบ ข่าวลือ หรือข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงที่มีผลกระทบต่อความมั่นใจในการเดินทาง เช่น การมีข่าวออกมาว่าภูเก็ตจะเป็นเป้าหมายการก่อการร้ายแห่งต่อไปต่อจากบาหลี

6) ความไม่สงบทางภาคใต้ซึ่งมีการลอบทำร้ายเจ้าหน้าที่ตำรวจ ทหาร ก็เป็นสาเหตุสำคัญด้านความปลอดภัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนเส้นทางการเดินทาง (กองวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA1- EA4)

## 3.2 ประเทศญี่ปุ่น

ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศให้กับไทยสูงเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี และรัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนประชาชนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในเมืองไทยยังได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่นอยู่มาก โดยแหล่งท่องเที่ยว 5 อันดับยอดนิยม คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา และเกาะสมุย

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีการขยายตัวที่ดี โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2537-2539 เนื่องจากเศรษฐกิจของญี่ปุ่นมีความแข็งแกร่งและค่าเงินเยนแข็งค่าขึ้น อันเป็นผลดีต่อนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในการเดินทางเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทย ส่วนในปี 2540-2541 การเติบโต

ของตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย คือ ร้อยละ 3.36 และ 2.16 สาเหตุสำคัญมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจตกต่ำในภูมิภาคเอเชีย ค่าเงินเยนเริ่มอ่อนตัวลงอย่างมาก ส่งผลให้การเดินทางออกนอกประเทศของชาวญี่ปุ่นชะลอตัวลง แต่มีการปรับตัวดีขึ้นเมื่อเข้าสู่ครึ่งปี ทั้งนี้ เป็นผลจากภาวะทางเศรษฐกิจญี่ปุ่นมีการปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น และความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยวของไทยยังคงดีอยู่ ทำให้ตลาดญี่ปุ่นขยายตัวดีขึ้น

ปี 2542 ประเทศไทยจัดทำโครงการ One Million สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น และบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยปีนี้ไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นทั้งสิ้น 1,064,539 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.9 โดยกลุ่มตลาดใหม่ที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยครั้งแรก (First Visit) มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 14.89 ส่วนตลาดเก่า (Revisit) อยู่ในลักษณะทรงตัว ทั้งนี้ ไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมเป็นอันดับที่ 3 รองจากประเทศเกาหลีและจีน

ในปี 2543 ตลาดญี่ปุ่นยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม Revisit มีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ในปี 2544 ตลาดญี่ปุ่นมีการปรับตัวลดลง ร้อยละ 2.45 เนื่องจากการเกิดวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา มีผลกระทบกับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นซึ่งมีความอ่อนไหวในเรื่องของความปลอดภัย การชะลอตัวนี้มีผลต่อเนื่องไปถึงปี 2545 ในช่วง 9 เดือนแรก และมีการปรับตัวดีขึ้นในไตรมาสสุดท้าย ทำให้ปี 2545 ตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1.22 ล้านคน ส่วนหนึ่งน่าจะได้รับผลดีมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบในบาหลี จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น โดยกระแสการเดินทางเข้าภูเก็ตในปีนี้มี การขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีก่อนร้อยละ 7.1 ผนวกกับการได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดทำแผนส่งเสริมการตลาดญี่ปุ่น จึงทำให้กระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้าเมืองไทยปีนี้มี การเติบโตดีขึ้น

สำหรับสถานการณ์ท่องเที่ยวของตลาดญี่ปุ่นในปี 2546 นั้น ตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัวลดลงร้อยละ 17 หรือมีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1,014,513 คน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงกระแสการเดินทางเข้ามาในเมืองไทยพบว่า ในช่วงไตรมาสแรก นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้นกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 1.56 เนื่องจากราคาตั๋วเครื่องบินและแพ็คเกจทัวร์ของไทยไม่สูงจนเกินไปนัก ทำให้ชาวญี่ปุ่นตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวอยู่ แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงไตรมาสที่สอง นักท่องเที่ยวชาวเข้าจากญี่ปุ่นปรับตัวลดลงอย่างมากถึงร้อยละ 47.16 เนื่องจากผลกระทบจากสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก รวมทั้งการแพร่ระบาดของโรค SARS ซึ่งมีผลกระทบอย่างรุนแรงยิ่งกว่าสงครามอิรัก โดยในช่วงเดือนเมษายนมีอัตราการลดลงร้อยละ 37.94 เดือนพฤษภาคมลดลงถึงร้อยละ 55.08 และเดือนมิถุนายน ลดลงร้อยละ 49.24 จากช่วงเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความอ่อนไหวต่อข่าวที่กระทบต่อความปลอดภัย ถึงแม้จะทราบว่า ประเทศไทยมีมาตรการในการควบคุมโรค SARS ที่ดีและไม่มีการแพร่ระบาดในไทย แต่ชาวญี่ปุ่นก็ยังไม่แน่ใจในการเดินทางโดยเครื่องบิน เพราะกลัวจะติดโรค SARS จากผู้โดยสารที่เดินทางร่วมกันซึ่งไม่ทราบว่ามาจากประเทศเสี่ยงหรือไม่ อย่างไรก็ตามหลังจากวิกฤตการณ์

โรค SARS คลี่คลายลงในไตรมาสที่สามและไตรมาสที่สี่ อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเริ่มปรับตัวดีขึ้นมาก แต่ยังคงมีอัตราการเติบโตอยู่ในแนวลบอยู่ มีเพียงเดือนธันวาคมซึ่งตรงกับช่วงเทศกาลปีใหม่ที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 1.64 ส่วนหนึ่งเนื่องจากสถานะเศรษฐกิจของญี่ปุ่นที่ยังอยู่ในช่วงทรงตัว จึงไม่มีแรงกระตุ้นเพียงพอให้การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศสามารถฟื้นกลับมาได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ชาวญี่ปุ่นเดินทางออกนอกประเทศน้อยลง โดยในปี 2546 มีการเดินทางออกนอกประเทศทั้งสิ้น 13.3 ล้านคน มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 19.5 โดยตลอดทั้งปี มีเพียงเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ที่มีการเดินทางออกนอกประเทศเพิ่มมากขึ้น เมื่อเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในเอเชียแล้วถือว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมเดินทางเข้ามาในไทยเป็นจำนวนมาก เป็นรองเพียงจีน และเกาหลีใต้เท่านั้น

ในปี 2547 คาดว่า ตลาดญี่ปุ่นจะยังมีการชะลอตัวแม้ว่าเศรษฐกิจของญี่ปุ่นจะกระเตื้องขึ้นเล็กน้อย แต่คาดว่า ชาวญี่ปุ่นจะยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายเงิน กอปรกับข่าวการก่อการร้ายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ อาจทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นชะลอการเดินทางออกนอกประเทศเนื่องจากมีความอ่อนไหวในเรื่องของความปลอดภัยสูง

### โอกาส

ประเทศไทยนับว่าเป็นหนึ่งในประเทศอันดับต้น ๆ ที่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น เนื่องจากมีความได้เปรียบในเรื่องของระยะทางที่ใกล้ มีความสะดวกในการเดินทางมาถึง มีความปลอดภัย และมีความคุ้มค่าเงิน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในช่วงที่เศรษฐกิจของญี่ปุ่นเกิดการชะลอตัว กลุ่มตลาดที่น่าสนใจ คือ กลุ่มผู้สูงอายุ/เกษียณอายุ กลุ่มประชุมและสัมมนา และกลุ่มนักธุรกิจ ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดี แม้จะมีผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค SARS โดยเฉพาะกลุ่มการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โดยการร่วมมือกับบริษัทเอกชนในประเทศญี่ปุ่นในการให้รางวัลพนักงานในการเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทย (Incentive & Corporate) กลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี โดยเน้น สปา การนวดแผนโบราณ และการเรียนทำอาหารไทย กลุ่มที่เดินทางมาแต่งงานในประเทศไทย (Wedding) กลุ่มฮันนีมูน และกลุ่มที่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน ส่วนตลาดที่ยังมีศักยภาพอยู่ คือ กอล์ฟ ทะเล และกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาต่อไป คือ กลุ่มนักเรียน ซึ่งในช่วงหลังมีการขยายตัวลดลง

### อุปสรรค

ประเทศไทยยังมีปัญหาในหลาย ๆ เรื่อง ซึ่งทางการญี่ปุ่นได้ประกาศเตือนไว้ในเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นได้รับรู้ โดยไม่ได้จัดไว้ใน 1-4 ลำดับการเตือนภัย เพียงแต่ประกาศเตือนให้ระมัดระวังในเรื่องของความปลอดภัย เช่น การทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยว ปัญหาเรื่องการหลอกลวงนักท่องเที่ยวให้ซื้ออัญมณีราคาแพงเกินกว่าความเป็นจริง และอัญมณีปลอม รวมทั้งการเตือนให้นักท่องเที่ยวสตรีระมัดระวังในการเดินทางโดยแท็กซี่ตามลำพัง หลังจากเกิดเหตุการณ์พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินถูกแท็กซี่ทำร้ายร่างกาย(กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

### 3.3 ประเทศสหราชอาณาจักร

นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรนับเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักที่สำคัญของประเทศไทย โดยเป็นตลาดใหญ่อันดับที่ 2 ของภูมิภาคยุโรปรองจากตลาดเยอรมัน ส่วนในภาพรวมเป็นตลาดขนาดใหญ่อันดับ 7 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.28 นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีการเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง โดยมีการเติบโตเฉลี่ย ในช่วง 16 ปีที่ผ่านมา (1987-2002) ร้อยละ 10.36 ทั้งนี้ยกเว้นปี 2534 เท่านั้นที่เดินทางมาไทยลดลง อันเนื่องมาจากสงครามอ่าวเปอร์เซีย นอกจากนี้นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีการเดินทางเข้าประเทศไทยและมีระยะพำนักระยะก่อนช่วงสูงแล้ว การที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันสูงนั้นได้ก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวแก่ประเทศไทยเป็นจำนวนมาก ในปี 2538 ตลาดนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรได้สร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย 532.12 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดนักท่องเที่ยวอื่น กล่าวได้ว่าตลาดนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเป็นตลาดหนึ่งที่สำคัญมากต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่วนในปี 2539 และ 2540 ตลาดนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรสร้างรายได้ทางการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทย 357.12 และ 280.47 ล้านดอลลาร์สหรัฐตามลำดับ การที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันลดลง โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการซื้อของ และการที่นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเป็นกลุ่มที่เดินทางชำนั้น ประสบการณ์ที่มีทำให้นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรที่จะจัดการเดินทางท่องเที่ยวและเลือกสถานที่พักในราคาประหยัดได้มากขึ้น นอกจากพฤติกรรมดังกล่าวแล้ว การลดค่าเงินบาทในช่วงกลางปี 2540 ก็มีผลทำให้นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรสามารถที่จะจ่ายเท่าเดิม แต่สามารถบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวได้มากขึ้น

สำหรับในปี 2541 ตลาดนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีการเติบโตดีขึ้นโดยเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.52 หรือมีจำนวน 490,304 คน ปัจจัยเสริมหลายประการ เช่น ความได้เปรียบในเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยน การจัดเที่ยวบินเช่าเหมาลำจากลอนดอนและแมนเชสเตอร์มาภูเก็ตของทอมสันส์ และบริตานี การลดราคาค่าโดยสารเครื่องบิน การเพิ่มเที่ยวบินมาไทยของการบินไทย รวมถึงความสงบเรียบร้อยภายในประเทศ ซึ่งแตกต่างจากอินโดนีเซีย ล้วนเป็นแรงหนุนให้การเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยมีการขยายตัวดี

สำหรับในปี 2542 นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเดินทางมาไทยทั้งสิ้น 425,688 คน มีการขยายตัวในระดับสูง ร้อยละ 13.24 จากฐานนักท่องเที่ยวซึ่งมีขนาดใหญ่มากในปี 2541 และมีการขยายตัวเพิ่มอีกมาก ทำให้นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรครองส่วนแบ่งตลาดมากขึ้นจากเดิมที่อยู่ในอันดับที่ 8 ในปี 2541 มาเป็นอันดับที่ 7

ในปี 2543 นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเดินทางมาท่องเที่ยวไทยทั้งสิ้น 476,387 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 11.91 ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตต่อเนื่องจากฐานเดิมที่เข้มแข็งอยู่แล้ว ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากปัจจัยเสริมหลายประการ เช่น การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินและที่นั่งของการบินไทย ในเส้นทางกรุงลอนดอน – กรุงเทพฯ และความได้เปรียบในเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยน รวมถึงความสงบเรียบร้อยภายในประเทศไทยซึ่งแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกัน นอกจากนี้

ในส่วนของตัวเองนักท่องเที่ยวเองก็มีกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ในระดับสูง คือ ประมาณ 20,210 เหรียญสหรัฐ

ในปี 2544 ตลาดสหราชอาณาจักรมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 8.73 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 517,974 คน ซึ่งได้รับปัจจัยบวกเช่นเดียวกับปีที่ผ่านมา คือ สภาพเศรษฐกิจในประเทศที่เข้มแข็ง และความได้เปรียบด้านค่าเงินปอนด์ที่แข็งกว่าค่าเงินบาท นอกจากการเกิดปัญหาโรคระบาดปากเปื่อยเท้าเปื่อยในสหราชอาณาจักร ส่งผลให้หลายประเทศในภูมิภาคยุโรปและเอเชียแสดงท่าทีรังเกียจนักท่องเที่ยวที่มาจากสหราชอาณาจักร ในขณะที่ประเทศไทยไม่ได้แสดงปฏิกิริยาต่อการระบาดของโรคนี้มากนัก เพียงแต่ประกาศไม่ให้นักท่องเที่ยวนำเนื้อสัตว์จากต่างประเทศเข้ามาเท่านั้น ซึ่งเป็นมาตรการที่ไม่ส่งผลกระทบทางด้านจิตวิทยาต่อนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร และกลับทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้รับการต้อนรับเมื่อเดินทางมาประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่น ในช่วงครึ่งหลังของปีแม้ว่าเหตุการณ์ 11 กันยายน จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปชะลอตัวลง แต่นักท่องเที่ยวจากตลาดนี้ยังคงเดินทางเข้ามายังประเทศไทยอยู่ ทำให้สถานการณ์ในภาพรวมของตลาดนี้จึงยังคงเติบโตในอัตราที่ดีอยู่ และกลุ่มนักท่องเที่ยวอังกฤษที่ประเทศไทยได้รับยังคงเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพสำหรับประเทศไทยอยู่

ในปี 2545 นักท่องเที่ยวอังกฤษเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนทั้งสิ้น 569,812 คน โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 10.01 ทั้งนี้กระแสการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวอังกฤษมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา โดยมีปัจจัยลบที่สำคัญได้แก่ การลดจำนวนเที่ยวบินของสายการบิน แควนตัส/บริติชแอร์เวย์ในเส้นทางจากอังกฤษเข้าสู่ประเทศไทยลง 3 เที่ยวบิน/สัปดาห์ ทำให้เกิดอุปสรรคในการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยมากขึ้น ความหวาดกลัวจะเกิดการก่อการร้ายอีกครั้งในช่วงเดือนกันยายน หรือเหตุการณ์ระเบิดในบาห์ลี รวมทั้งการที่สหรัฐฯ ประกาศทำสงครามกับอิรักโดยมีอังกฤษร่วมสนับสนุนอย่างเต็มที่ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าจะมีปัจจัยลบหลายประการที่ส่งผลด้านจิตวิทยาแก่นักท่องเที่ยว แต่เนื่องจากนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวตลาดเก่าซึ่งมีประสบการณ์และเข้าใจในความเป็นประเทศไทยเป็นอย่างดี จึงมีความมั่นใจและเชื่อมั่นในสถานการณ์ความสงบและปลอดภัยในประเทศไทยอยู่มาก รวมทั้งความได้เปรียบของอัตราแลกเปลี่ยนของเงินปอนด์ที่อยู่เหนือค่าเงินบาทของไทยอยู่มาก ยังคงเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ทำให้กระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวอังกฤษเข้ามายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2546 ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเป็นจำนวนทั้งสิ้น 545,000 คน ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.35 โดยปัจจัยหลัก ๆ ที่ก่อให้เกิดการชะลอตัวของตลาดนั้น ได้แก่ การแพร่ระบาดของโรค SARS ในภูมิภาคเอเชียในช่วงมีนาคม – พฤษภาคม การเข้าร่วมเป็นพันธมิตรอย่างใกล้ชิดกับสหรัฐอเมริกาในการทำสงครามกับอิรัก รวมทั้งความหวาดกลัวในการตกเป็นเป้าหมายถูกโจมตีในการก่อการร้าย อันเนื่องจากการเข้าร่วมเป็นพันธมิตรในสงครามข้างต้น โดยปัจจัยทั้งหมดดังกล่าวส่งผลกระทบในภาพรวมให้การเติบโตของ

ตลาดสหราชอาณาจักรต้องชะลอตัวลง แม้ว่าจะมีแนวโน้มการขยายตัวที่ดีขึ้นในช่วงต้นปีอันเป็นผลจากการเติบโตของตลาดอย่างต่อเนื่องจากปี 2545 ที่ผ่านมา โดยในไตรมาสแรกนั้นสถานะตลาดมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นกว่าร้อยละ 7 แต่เมื่อเข้าสู่ไตรมาสที่สอง สถานการณ์การท่องเที่ยวต้องเผชิญกับความไม่แน่นอนด้านความปลอดภัย อันเป็นผลจากภาวะสงครามระหว่างสหรัฐฯ กับอิรัก โดยมีสหราชอาณาจักรเข้าร่วมเป็นพันธมิตรอย่างใกล้ชิดในการก่อสงครามดังกล่าว ส่งผลให้ประชาชนวิตกต่อการเดินทางไปยังต่างประเทศโดยเฉพาะการเดินทางมายังภูมิภาคเอเชีย เนื่องจากเส้นทางการบินต้องผ่านสมรภูมิสงคราม หรือไม่ก็ต้องบินอ้อมซึ่งต้องใช้เวลาและต้นทุนในการเดินทางเพิ่มมากขึ้น ผ่นวกกับเกิดการแพร่ระบาดของโรค SARS ในภูมิภาคเอเชีย ซึ่งโดยลักษณะของโรคที่สามารถติดต่อถึงกันได้ง่าย และเป็นอันตรายถึงขั้นเสียชีวิตได้นั้น ทำให้นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรวิตกกังวลต่อความปลอดภัยอย่างมาก สถานะตลาดหดตัวลงอย่างมาก โดยส่วนหนึ่งได้หันเหการเดินทางไปยังภูมิภาคอื่นแทน เช่น คาริเบียน แอฟริกาใต้ สหรัฐอเมริกาแทน หรือแม้แต่ภูมิภาคเอเชียใต้อย่างศรีลังกา และมัลดีฟเองก็ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวตลาดนี้เพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเจน อย่างไรก็ตาม แม้ว่าในช่วง 2 ไตรมาสสุดท้าย สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค SARS จะคลี่คลายลงแล้ว ในขณะที่สภาพเศรษฐกิจของสหราชอาณาจักรเองก็ปรับตัวดีขึ้นอย่างชัดเจน อันจะเป็นปัจจัยส่งเสริมให้ตลาดกลับมาฟื้นตัวได้เร็วขึ้น แต่ปัจจัยดังกล่าวก็ยังไม่เพียงพอที่จะชดเชยปัจจัยลบจากภายนอกประเทศ ซึ่งมีปัญหาความหวาดกลัวการก่อการร้ายในเอเชียอาคเนย์เป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรวิตกกังวลกับการตกเป็นเป้าหมายในการโจมตีของกลุ่มผู้ก่อการร้ายที่ต้องการแก้แค้นการเข้าร่วมสงครามของสหราชอาณาจักรในอิรัก

สำหรับสถานการณ์ในปี 2547 นั้น คาดว่าตลาดสหราชอาณาจักรยังมีโอกาสที่ฟื้นตัวกลับมาได้อีกครั้ง โดยคาดว่าอัตราการขยายตัวอาจจะอยู่ในภาวะทรงตัวหรือเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ทั้งนี้แม้ว่าจะได้รับแรงหนุนจากเศรษฐกิจภายในของสหราชอาณาจักรที่ปรับตัวดีขึ้น โดยเฉพาะการกลับมาเติบโตอีกครั้งหนึ่งของภาคการขนส่งทางอากาศและการท่องเที่ยว ผ่นวกกับบริษัทการบินไทยได้เพิ่มเที่ยวบินตรงกรุงเทพฯ – ลอนดอน ไปและกลับ อีก 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ ในช่วงตารางบินเดือนพฤศจิกายน – มีนาคมนี้ก็ตาม แต่ปัจจัยด้านจิตวิทยายังคงเป็นปัจจัยสำคัญอันดับต้น ๆ ภัยการก่อการร้ายและการระบาดของโรคต่าง ๆ ทั้งไข้หวัดนก และโรค SARS ที่คาดว่าจะกลับมาอีกครั้งนั้น ยังคงเป็นปัจจัยที่ทำให้ลายความมั่นใจต่อความปลอดภัยในการเดินทางของนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรอยู่ต่อไป

### โอกาส

ประเทศไทยยังเป็นจุดหมายปลายทางอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรอยู่เมื่อเปรียบเทียบกับภูมิภาคเอเชีย และตลาดเริ่มปรับตัวขึ้นเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดระดับบนมากขึ้น ดังนั้นโอกาสทางตลาดจึงควรเน้นสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพมากขึ้น และเน้นไปยังตลาดสนใจเฉพาะด้าน เช่น กลุ่มแต่งงาน กลุ่มกอล์ฟ ดำน้ำ รวมถึงกลุ่มสนใจการทำอาหารไทย ซึ่งได้รับความนิยมอย่างมากในสหราชอาณาจักร นอกจากนี้กลุ่มผู้พำนักรออยู่นาน โดยเฉพาะผู้สูงอายุ

ก็ให้ความสนใจประเทศไทยเป็นพิเศษมากขึ้น อีกกลุ่มหนึ่งที่มีการเติบโตขึ้นมาอย่างเด่นชัด คือ กลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงในภูมิภาคอินโดจีน ได้แก่ ประเทศไทย จีน เวียดนาม ลาว ก็มีโอกาสทางการตลาดที่สดใส

### **อุปสรรค**

อุปสรรคที่สำคัญของตลาดนี้ คือ จำนวนที่นักท่องเที่ยวบินที่หนาแน่นมากตลอดทั้งปี ไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ปัญหาภาพลักษณ์ด้านลบของไทย ทั้งเรื่อง Sex Tour และความไม่สงบของชายแดนภาคใต้ยังเป็นปัจจัยที่ส่งผลเสียต่อการท่องเที่ยวของไทยอยู่ อุปสรรคอีกประการหนึ่ง คือ คู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน เช่น เวียดนาม จีน มาเลเซีย ศรีลังกา เริ่มมีความเข้มแข็งทางด้านท่องเที่ยวมากขึ้น ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวหลักของไทยอย่างภูเก็ตกลับมีราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวสูงขึ้น ส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงอย่างเห็นได้ชัด (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA1- EA6)

### **3.4 ประเทศเกาหลี**

ตลาดนักท่องเที่ยวเกาหลีเป็นตลาดที่เติบโตด้วยดีมาตลอด โดยใน ปี 2545 ตลาดเกาหลียังคงเติบโตในเกณฑ์สูงต่อเนื่องมาตั้งแต่ต้นปี โดยในปีนี้มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.62 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 717,361 คน ซึ่งปีนี้กระแสการเดินทางเข้าสู่ภูเก็ตมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้นมาก นอกจากนี้แม้ในเดือนตุลาคมจะเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบที่เกาหลีและฟิลิปปินส์ แต่ตลาดนี้กลับไม่ได้รับผลกระทบ ในทางตรงข้ามในช่วงไตรมาสสุดท้ายตลาดก็ยังคงมีการขยายตัวของกระแสการเดินทางเข้าเมืองไทยเพิ่มสูงขึ้นอีก อย่างไรก็ตามอุปสรรคที่ควรให้ความสำคัญของตลาดนี้ คือ ปัญหาทัวร์คุณภาพต่ำซึ่งเป็นเรื่องที่ควรระวังอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากตลาดนี้ส่วนใหญ่นิยมเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว

สถานการณ์ในปี 2546 ตลาดเกาหลีมีการปรับตัวลดลงร้อยละ 3.13 โดยมีนักท่องเที่ยวเกาหลีเดินทางเข้ามาในประเทศไทยทั้งสิ้น 694,340 คน มีสัดส่วนการครองตลาดร้อยละ 6.94 ถือเป็นอันดับ 3 ในภูมิภาคเอเชีย การขยายตัวของนักท่องเที่ยวโดยรวมที่ลดลงเนื่องจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของโรค SARS ในช่วงไตรมาสที่ 2 ในทวีปเอเชีย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงเดือนเมษายนและพฤษภาคมลดลงอย่างหนักถึงร้อยละ 78.52 และร้อยละ 72.98 อย่างไรก็ตามตลาดนักท่องเที่ยวเกาหลีย่อย ๆ พ้นตัวได้อย่างรวดเร็ว โดยในไตรมาสที่ 3 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.94 เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกาหลีมีความนิยมในการท่องเที่ยวในประเทศไทยมากและมั่นใจในความปลอดภัย เมื่อโรค SARS บรรเทาเบาบางลงในพื้นที่ต่าง ๆ ทำให้มีการเดินทางอีกครั้ง กอปรกับการลดราคาแพ็คเกจรายการนำเที่ยวและตั๋วเครื่องบินอย่างมาก ในช่วงไตรมาสที่ 4 นักท่องเที่ยวเกาหลีมีการเดินทางเพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 10.81 ทั้งนี้ปัจจัยที่มีผลสำคัญที่ให้นักท่องเที่ยวเพิ่ม คือ จำนวนที่นั่งระหว่างเกาหลีมาไทยและจุดบินที่เพิ่มขึ้นไปยังเชียงใหม่ ภูเก็ต และหาดใหญ่ ทั้งเที่ยวบินประจำและเช่าเหมาลำและการทำตลาดร่วมกับบริษัทนำเที่ยว และการสนับสนุนตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น กอล์ฟ อันนีมูน การเดินทางท่องเที่ยวอิสระและการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ซึ่งประสบผลสำเร็จเป็นอันดี

ส่วนในปี 2547 คาดว่า ตลาดนักท่องเที่ยวจากเกาหลีจะมีการทรงตัวในช่วงต้นปี เนื่องจากการเริ่มแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนกในเกาหลีและในไทย โดยนักท่องเที่ยวเกาหลีเดินทางเข้าท่าอากาศยานกรุงเทพฯ ในช่วงไตรมาสแรกปี 2547 ลดลงร้อยละ 14.52 แต่คาดว่าจะปรับตัวดีขึ้นในช่วงหลังของปี หากไม่มีวิกฤตการณ์ใด ๆ มากระทบ จุดเด่นของตลาดเกาหลี คือ ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มเดินทางซ้ำ จึงมีความเข้าใจและมั่นใจในสถานการณ์ของประเทศไทย ทำให้แม้เกิดเหตุการณ์วิกฤต ตลาดนี้ก็จะมีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็ว

### โอกาส

กลุ่มตลาดใหม่ที่น่าสนใจสำหรับตลาดเกาหลี คือ กลุ่ม MICE โดยเฉพาะกลุ่มการให้รางวัลแก่พนักงานให้มาท่องเที่ยวในเมืองไทย (Incentive & Corporate) โดยการจับมือกับบริษัทต่าง ๆ ในเกาหลี เช่น ฮุนได ชัมซุง เป็นต้น กลุ่มเยาวชนและนักเรียนซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งมีแนวโน้มการขยายตัวที่เพิ่มขึ้น กลุ่มสปาซึ่งประเทศไทยมีความพร้อมในเรื่องสปาและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักดี สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเกาหลี โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี แม่บ้าน และผู้หญิงทำงานที่มีนิสัยรักสวยรักงามเป็นพื้นฐาน และกลุ่มผู้มาฮันนีมูนซึ่งมักพักอยู่ในรีสอร์ท หรือโรงแรมระดับบนซึ่งมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านสปาพร้อมอยู่แล้ว สามารถเสนอกิจกรรมนี้เป็นทางเลือกได้ ส่วนตลาดเดิมที่ยังเป็นที่นิยม คือ กอล์ฟ อาหารไทย และดำน้ำ

### อุปสรรค

ประเทศไทยยังมีปัญหาภาพพจน์ด้านลบ เช่น เรื่องการหลอกลวงนักท่องเที่ยว ให้ซื้อสินค้า การพาไปในสถานที่ที่ไม่ได้อยู่ในรายการนำเที่ยว การขายอัญมณีปลอม และการปฏิบัติที่ไม่ดีของมัคคุเทศก์ต่อนักท่องเที่ยว จึงควรมีการแก้ไขปัญหาในเรื่องนี้ (กองวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA1- EA4)

### 3.5 ประเทศจีน

ตลาดนักท่องเที่ยวจีนเป็นตลาดที่มีการขยายตัวที่รวดเร็ว โดยในช่วงปี 2537-2544 มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15.24 ทั้งนี้ จากนโยบายเปิดประเทศและปฏิรูปเศรษฐกิจแบบสมัยใหม่ของจีน ทำให้สถานะเศรษฐกิจของประเทศจีนดีขึ้นและส่งผลกระทบต่อชาวจีนมีกำลังทรัพย์มากขึ้น จึงเพิ่มโอกาสในการเดินทางไปต่างประเทศของชาวจีนแผ่นดินใหญ่มากขึ้น และจากความสัมพันธ์อันดีของไทยจีน จึงทำให้ไทยเป็นประเทศเป้าหมายในการเยี่ยมชมเยือน ทั้งเพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนความรู้/ความร่วมมือ และเพื่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษา ดังนั้น นักท่องเที่ยวจากจีนจึงหลั่งไหลเข้าไทยอย่างต่อเนื่อง

ในปี 2545 สถานการณ์ของตลาดจีนมีทิศทางการปรับตัวดีขึ้น โดยประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากจีนเป็นจำนวนทั้งสิ้น 763,139 คน หรือเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.82 ซึ่งในปีนี้กระแสการเดินทางเข้าของนักท่องเที่ยวจีนมีการขยายตัวเพิ่มมากในช่วงเทศกาลตรุษจีน รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยใช้บริการบริษัททัวร์ก็เริ่มมีการปรับตัวที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ในช่วง

ไตรมาสที่ 3 กระแสการเดินทางเข้าเมืองไทยจะมีการขยายตัวลดลง แต่เมื่อเข้าสู่ในช่วงไตรมาสสุดท้ายสถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาดจีนเริ่มมีการปรับตัวดีขึ้น ซึ่งส่วนหนึ่งน่าจะเป็นผลจากปัจจัยส่งเสริมทางบวกจากการเพิ่มเที่ยวบินของการบินไทยในเส้นทางกรุงเทพ – เซี่ยงไฮ้ 3 เที่ยวบิน/สัปดาห์ และเส้นทางกรุงเทพ – ปักกิ่ง 3 เที่ยวบิน/สัปดาห์ และสายการบิน Air China ในบริการเที่ยวบินเส้นทาง ปักกิ่ง – ภูเก็ต 2 เที่ยวบิน/สัปดาห์

ส่วนสถานการณ์ใน ปี 2546 นั้น ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากจีนเป็นจำนวนทั้งสิ้น 624,214 คน โดยมีการปรับตัวลดลงอัตราร้อยละ 18.20 ทั้งนี้ เป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรค SARS ในช่วงไตรมาสที่ 2 ซึ่งลดลงร้อยละ 75.43 และไตรมาสที่ 3 ลดลงร้อยละ 18.52 ซึ่งจะเห็นได้ว่า ตลาดจีนมีการฟื้นตัวค่อนข้างช้ากว่าตลาดอื่น ๆ โดยเริ่มกระเตื้องขึ้นในเดือนกันยายน โดยกลับเข้าสู่แดนบวกอีกครั้ง มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.55 ถึงแม้ว่าโรค SARS จะเริ่มคลี่คลายลงในช่วงเดือนกรกฎาคมก็ตาม จากการลดอย่างหนักของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วง 2 ไตรมาสดังกล่าว เป็นผลให้อัตราการเติบโตโดยรวมของนักท่องเที่ยวจากจีนมีการลดลงในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2546 มีเพียงไตรมาสสุดท้ายของปีที่มีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอัตราร้อยละ 13.87 เนื่องจากในช่วงเดือนตุลาคม เป็นวันชาติของจีนซึ่งเป็นช่วง Golden Week ชาวจีนมีการเดินทางท่องเที่ยว รวมทั้งในช่วงปลายปีมีการเดินทางท่องเที่ยวในเทศกาลปีใหม่ ทำให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางอย่างคึกคัก

ในปี 2547 คาดว่า ตลาดจีนจะมีการชะลอตัวในช่วงต้นปี เนื่องจากยังคงมีปัญหาจากเรื่องโรคระบาดต่าง ๆ เกิดขึ้นเป็นระยะ เช่น โรค SARS และโรคไข้หวัดนก ส่วนในช่วงปลายปี คาดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาดจีนมายังไทยจะขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยบริษัท การบินไทย ได้เปิดเส้นทางการบินใหม่ คือ กรุงเทพ – จีนฮอง จำนวน 2 เที่ยวบิน/สัปดาห์ เริ่มบิน 31 มีนาคม 2547 นอกจากนี้ การผ่อนปรนของรัฐบาลให้นักท่องเที่ยวมีการเดินทางออกมากยิ่งขึ้นและเศรษฐกิจที่ดีของจีนต่างก็มีส่วนช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางออกมากขึ้น แม้ว่าจีนจะประกาศชะลอความร้อนแรงทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเติบโตเร็วและสูงมากจนเกินไป แต่คาดว่าจะไม่เป็นอุปสรรคต่อการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวจีนมากนัก อย่างไรก็ตาม การสนับสนุนของรัฐบาลจีนโดยการอนุญาตพื้นที่ที่คนจีนสามารถเดินทางออกไปเช่นนี้ หมายถึงไทยจะมีคู่แข่งมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการอนุญาตให้เดินทางไปประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป ซึ่งชาวจีนส่วนมากมีความใฝ่ฝันอยากเดินทางไปยังประเทศเหล่านี้ และขณะนี้ ประเทศเยอรมนีและออสเตรเลียต่างก็มุ่งเน้นเจาะตลาดจีนเป็นหลัก รวมทั้ง สิงคโปร์แอร์ไลน์ ได้เปิดเที่ยวบิน สิงคโปร์ – เซี่ยงไฮ้ ซึ่งเป็นเมืองส่งออกนักท่องเที่ยวหลัก และประชาชนมีรายได้ต่อหัวต่อคนมากที่สุด ประเทศไทยจึงจำเป็นต้องมองหากลยุทธ์ในการรักษาตลาดจีนซึ่งเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ต่อไป

### โอกาส

ประเทศไทยมีความสัมพันธ์อันดีกับประเทศจีน และไทยเป็นประเทศที่อยู่ในอันดับต้น ๆ ที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้คนจีนเดินทางมาเที่ยวได้ ซึ่งชาวจีนรับรู้ในเรื่องนี้เป็นอย่างดีและนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

## อุปสรรค

ประเทศไทยยังมีปัญหาเรื่องคุณภาพของทัวร์และทัวร์ศูนย์เหรียญ การตัดราคาทัวร์ และตัวเครื่องบินให้มีราคาต่ำ ปัญหาจริยธรรมของมัคคุเทศก์ มารยาท และการใช้ภาษา โดยมีการนำนักท่องเที่ยวไปซื้อสินค้ายังแหล่งที่ไม่ได้มาตรฐาน ซึ่งนำของปลอมมาขายให้นักท่องเที่ยวจีน เช่น ยากระดูกเสื่อ ผลิตภัณฑ์เครื่องหนัง พระเลี่ยมทอง ปัญหาเรื่องข้อมูลและป้ายภาษาจีนที่ยังมีน้อยเกินไป แม้แต่ในเวปไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยก็ยังไม่มีการมีภาษาจีน นอกจากนี้ ยังต้องระมัดระวังปัญหาชาวที่ออกมาจากประเทศไทยซึ่งอาจจะมีผลกระทบต่อความสัมพันธ์กับจีน เพราะรัฐบาลจีนจำกัดจำนวนนักท่องเที่ยวออกจากจีน โดยดูจากจำนวนนักท่องเที่ยวขาเข้าที่มาจากประเทศไทย(กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA1- EA5)

## 4. การคาดการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2547

### 4.1 สถานการณ์ในภาพรวม

ในปี 2547 คาดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาดต่างประเทศโดยรวมจะปรับตัวดีขึ้นจากปีที่ผ่านมา แต่อาจจะเติบโตได้ในระดับปานกลางเท่านั้น เนื่องจากในช่วงต้นปีได้เกิดวิกฤตการณ์การระบาดของโรคไข้หวัดนก ความไม่สงบในภาคใต้ และการก่อการร้ายในประเทศต่าง ๆ ที่บั่นทอนความมั่นใจด้านความปลอดภัยในการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่ง นอกจากนี้หลายประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของไทย เช่น มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา ใต้หวัน สหราชอาณาจักร สเปน อินเดีย ฯลฯ ต่างก็กำลังมีการเปลี่ยนแปลงด้านการเมืองในประเทศ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสภาพทางเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนด้วยเช่นกัน และอาจทำให้นักท่องเที่ยวระมัดระวังการใช้จ่ายมากขึ้น ทั้งนี้ประเด็นสำคัญที่สุดที่คาดว่าจะกระทบต่อสถานการณ์ท่องเที่ยว คือ ภัยจากการก่อการร้ายข้ามชาติจากความขัดแย้งทางการเมืองที่กำลังจะปะทุขึ้นในหลายประเทศทั่วโลก ซึ่งทุกประเทศจะต้องให้ความระมัดระวังเกี่ยวกับเรื่องนี้เป็นพิเศษ อย่างไรก็ตามทั้งภาครัฐและภาคเอกชน ไม่ว่าจะ เป็นธุรกิจท่องเที่ยว รวมทั้งสายการบินของประเทศไทยต่างก็พยายามสร้างความร่วมมือกันอย่างเข้มแข็ง เพื่อส่งเสริมตลาดนักท่องเที่ยว ซึ่งคาดว่าจะจะเป็นปัจจัยบวกที่เสริมตลาดได้ในระดับหนึ่ง

### 4.2 ภูมิภาคเอเชียตะวันออก

สถานการณ์การท่องเที่ยวในตลาดหลักส่วนใหญ่ คาดว่าจะมีการชะลอตัวในช่วงไตรมาสแรกโดยเฉพาะในตลาดญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลี ใต้หวัน และสิงคโปร์ จากการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนก เช่นเดียวกับตลาดมาเลเซียซึ่งอาจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่มากนัก เนื่องจากผลกระทบจากเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ซึ่งมีอย่างต่อเนื่อง ทำให้การเดินทางเข้าไปในพื้นที่ท่องเที่ยวที่กำลังมีปัญหา เช่น นราธิวาส ปัตตานี และยะลา น้อยลง อย่างไรก็ตาม คาดว่าสถานการณ์ตลาดของภูมิภาคนี้จะปรับตัวดีขึ้นตามลำดับในไตรมาสถัดไป เนื่องจากมีข้อสังเกตว่านักท่องเที่ยวจากตลาดเอเชียตะวันออกจะมีพฤติกรรมที่อ่อนไหวต่อวิกฤตต่าง ๆ ได้ง่าย จึงมักจะชะลอตัวลงทันทีเมื่อเกิด

เหตุวิกฤตต่าง ๆ แต่เมื่อสถานการณ์คลี่คลายตัวลง ก็จะเป็นตลาดในลำดับแรกที่ฟื้นตัวเร็วกว่าตลาดระยะกลางและระยะไกลอื่น ๆ นอกจากนี้ตลาดยังได้รับปัจจัยเกื้อหนุนอื่น ๆ โดยเฉพาะการเพิ่มเที่ยวบินในหลายเส้นทาง เช่น กรุงเทพฯ-โตเกียว และเชียงใหม่-สิบสองปันนา ของสายการบินไทย ซึ่งจะเริ่มบินในช่วงฤดูร้อนปี 2547 รวมถึงการเปิดเส้นทางใหม่ กรุงเทพฯ-สิงคโปร์ ของแอร์เอเชียในเดือนกุมภาพันธ์ ซึ่งมีส่วนช่วยเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางเข้าประเทศได้มากขึ้น

#### 4.3 ภูมิภาคยุโรป

ปัจจัยด้านบวกสำหรับตลาดนี้ในปี 2547 คือ การเพิ่มเที่ยวบินของสายการบินไทยในเส้นทางจากแฟรงค์เฟิร์ต ลอนดอน โคเปนเฮเกน และมิลาโนมายังประเทศไทย จะช่วยสนับสนุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวยุโรปได้อย่างมาก อย่างไรก็ตามหลายประเทศในภูมิภาคยุโรปก็ยังคงต้องเผชิญกับปัญหาภาวะเศรษฐกิจตกต่ำอยู่ แม้ว่าในบางประเทศจะมีการคาดการณ์ว่าสภาพเศรษฐกิจในปี 2547 น่าจะปรับตัวดีขึ้น แต่ประชาชนก็ยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายอยู่ เนื่องจากยังไม่แน่ใจต่อสถานการณ์ในอนาคต นอกจากนี้ปัจจัยลบที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ เรื่องความปลอดภัยทั้งภายในและภายนอกภูมิภาค จากเหตุการณ์ก่อการร้ายระเบิดขบวนรถไฟในสเปนในช่วงต้นปี 2547 ซึ่งให้เห็นว่าภัยจากการก่อการร้ายได้เข้าใกล้วิถีชีวิตของชาวยุโรปมากขึ้น โดยเฉพาะกับประเทศที่เป็นพันธมิตรกับสหรัฐอเมริกา ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มที่จะตระหนักถึงความปลอดภัยและเพิ่มความระมัดระวังในการเดินทางมากขึ้น อีกทั้งสถานการณ์ความไม่ปลอดภัยภายนอกภูมิภาค เช่น การระบาดของไข้หวัดนกในประเทศไทย ก็นับเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่เป็นอุปสรรคต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยในปี 2547 ดังนั้นในภาพรวมคาดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปจะคงอยู่ในภาวะทรงตัวอยู่ เนื่องจากอุปสรรคหลายประการดังกล่าวข้างต้น

#### 4.4 ภูมิภาคอเมริกา

คาดว่าตลาดจากภูมิภาคอเมริกาจะยังไม่สามารถฟื้นตัวมาอยู่ในแดนบวกได้มากนัก เนื่องจากในปีนี้จะมีการเลือกตั้งประธานาธิบดีสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะส่งผลถึงความเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาค่อนข้างสูง กอปรกับสถานการณ์ความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกากับประเทศต่าง ๆ ในตะวันออกกลาง จะทำให้ประชาชนชาวอเมริกันหันเหการใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวที่พุ่งเป้าไปที่ชาวอเมริกันและอาจจะปะทุขึ้นทั่วโลก ทำให้ในปีนี้นักเดินทางท่องเที่ยวของตลาดจะยังคงตกอยู่ในภาวะไม่แน่นอน

#### 4.5 ภูมิภาคเอเชียใต้

ตลาดภูมิภาคเอเชียใต้มีแนวโน้มที่จะกลับมาเติบโตในแดนบวกได้อีกครั้งในทิศทางที่สดใสมากขึ้น เนื่องจากได้รับปัจจัยเสริมจากการที่สายการบินไทยเพิ่มเที่ยวบินตรงจากเมืองหลักในอินเดียหลายเส้นทาง ผนวกกับการเพิ่มเที่ยวบินของทั้งสายการบินไทยและสายการบินศรีลังกาแอร์ไลน์จากศรีลังกาเข้าสู่ไทยเพิ่มขึ้นเช่นกัน

#### 4.6 ภูมิภาคโอเชียเนีย

คาดว่าตลาดโอเชียเนียอาจจะเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา แต่อยู่ในอัตราที่ไม่สูงนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยในประเทศไทยมากขึ้น ในขณะที่เดียวกัน สภาวะเศรษฐกิจของออสเตรเลียก็มีแนวโน้มที่ดีขึ้น อย่างไรก็ตามปัจจัยสำคัญที่ต้องให้ความสนใจและระมัดระวังเป็นพิเศษ คือ สถานการณ์ความไม่สงบในเขตพื้นที่ชายแดนภาคใต้ซึ่งทวีความรุนแรงมากขึ้น ซึ่งหากสถานการณ์อยู่ในสภาวะที่ไม่สามารถควบคุมได้และลุกลามจนกลายเป็นการก่อการร้ายระดับชาติ ก็อาจจะกลายเป็นประเด็นสำคัญที่ทำลายความเชื่อมั่นที่มีต่อประเทศไทยของนักท่องเที่ยวตลาดนี้ได้ที่สุดในที่สุด

#### 4.7 ภูมิภาคตะวันออกกลาง

ตลาดจากภูมิภาคนี้อาจจะยังไม่สามารถฟื้นตัวได้มากนัก เนื่องจากสถานการณ์การเมืองในภูมิภาคนี้ยังมีความคลอนแคลนค่อนข้างสูง โดยเฉพาะในประเทศอิสราเอล ซึ่งประชาชนกำลังตกเป็นเป้าของการโจมตีหรือการก่อการร้ายทั่วโลก รวมทั้งนักท่องเที่ยวชาวอิสราเอลที่อยู่ในประเทศไทยด้วยเช่นกัน เนื่องจากอิสราเอลได้ลอบสังหารผู้นำทางศาสนาของปาเลสไตน์เสียชีวิตในเดือนมีนาคม(กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : 1- 9)

### 5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัย มีดังนี้

#### 5.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น

นภาพร เจริญเวชวุฒิ (2546) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา มาเลเซียและจีน วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าเพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย และเพื่อทำการพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อนเพื่อสร้างแบบจำลอง แล้วจึงพยากรณ์ตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเพื่อทดสอบแบบจำลอง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับผลการพยากรณ์พบว่า ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักรและจีน เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดค่อนข้างสูง ดังนั้นการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถขยายตลาดทางการท่องเที่ยวและรักษาตลาดนี้ไว้ได้จึงนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง

ศรีหทัย เพชรสุข (2542) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปสู่ประเทศไทย เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปที่เดินทางมายังประเทศไทย และสามารถพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต จากการศึกษาพบว่าปัจจัยสำคัญที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปที่เดินทางมายังประเทศไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันโดยประเทศที่มีค่าความยืดหยุ่นสูงที่สุด คือ สวีเดนและสหราชอาณาจักร การวางแผนทางการตลาดจึงควรพิจารณาจากประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศเป็นสำคัญ ด้านตัวแปรระดับราคาโดยเปรียบเทียบ พบว่ามีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวทุกประเทศที่ทำการศึกษา ดังนั้นการวางแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปจึงควรนำประเด็นนี้มาพิจารณาด้วย ส่วนผลของการพยากรณ์ปรากฏว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปที่คาดว่าจะเดินทางมายังประเทศไทยในอนาคตที่มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น คือ นักท่องเที่ยวจากสวีเดนและสหราชอาณาจักร โดยเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง และจากการวิเคราะห์โดยรวมพบว่าสหราชอาณาจักรเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดค่อนข้างสูง ดังนั้นการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถขยายตลาดทางด้านการท่องเที่ยวและรักษาตลาดนี้ไว้ได้จึงนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง

มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศช่วงปี พ.ศ. 2523-2537 โดยเลือกประเทศที่ใช้เป็นตัวแทนของภูมิภาคดังกล่าวจำนวน 9 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลียและประเทศไทย พบว่าจำนวนประชากรของแต่ละประเทศโดยส่วนมากจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้และออสเตรเลียที่จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคลของทุกประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ส่วนอัตราค่าโดยสารส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม การวิเคราะห์ได้แยกพิจารณาเป็นรายประเทศเพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรคตลอดจนสภาพทั่วไปของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การพยากรณ์ทำโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการพยากรณ์ค่าของตัวแปรต่าง ๆ ที่ทำการศึกษานั้นได้แก่ จำนวนประชากร มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคลและอัตราค่าโดยสารสายการบินในปี พ.ศ. 2541-2545 ขึ้นก่อนแล้วจึงนำค่าที่พยากรณ์ได้มาเข้าสมการอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ ผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามายังประเทศไทยนั้นพบว่าจะมีเพิ่มมากขึ้นในอัตราที่ลดลง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นของประเทศนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

## 5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ (2546) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา มาเลเซียและจีน วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย และเพื่อทำการพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อนเพื่อสร้างแบบจำลอง แล้วจึงพยากรณ์ตัวแปรต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเพื่อทดสอบแบบจำลอง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับผลการพยากรณ์พบว่า ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักรและจีน เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดค่อนข้างสูง ดังนั้นการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้ประเทศไทยสามารถขยายตลาดทางด้านการท่องเที่ยวและรักษาสถานะนี้ไว้ได้จึงนับว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่ง

นุสรุา กลิ่นภู (2546) ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงความยืดหยุ่นของอุปสงค์ทางด้านรายได้ของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อศึกษาถึงรูปแบบกลยุทธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์แบบ SWOT ANALYSIS (SWOT) พิจารณาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในด้านการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาส่วนที่ 1 พบว่ารายได้ประชาชาติต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน และงบประมาณด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ผลการศึกษาส่วนที่ 2 พบว่าค่าของ

รายได้ประชาชาติต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน และสุดท้ายงบประมาณด้านการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ทางด้านรายได้น้อยกว่า 1 อธิบายได้ว่าเมื่อตัวแปรที่นำมาศึกษาข้างต้นเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะสูงหรือลดลงไปร้อยละ 1 แล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่าร้อยละ 1

สุรารัตน์ พันธุ์นิกุล (2545) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ การศึกษาในระดับมหภาคและระดับจุลภาค ผลการศึกษาในระดับ มหภาค พบว่า จำนวนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 6.50 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีความใช้เวลาพำนักในประเทศไทยโดยเฉลี่ย 6-8 วัน ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อัตราส่วนราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมโดยเฉลี่ยต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกัน อัตราส่วนราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย ผลการศึกษาในระดับจุลภาคชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 35-45 ปี มีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 4,336 บาทต่อคนต่อวัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อายุของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว

สุจินต์พร จินตนา (2538) ทำการศึกษาเรื่องการประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากบางประเทศที่สำคัญ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว หรือจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในการศึกษาใช้ข้อมูลทศนิยมระหว่างปี พ.ศ. 2528-2537 จำนวน 10 ปี มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้แบบจำลองของสมการถดถอยเชิงซ้อน เพื่อทำการวัดขนาดผลกระทบจากตัวแปรต่าง ๆ ที่สร้างขึ้นตามแนวคิดเชิงทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ เพื่อศึกษาอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2528-2537 มาใช้ในการวิเคราะห์แบบแนวโน้มกาลเวลา พร้อมทั้งทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในอนาคต โดยได้ศึกษาจากประเทศที่สำคัญ 4 ประเทศ คือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เยอรมนี และอังกฤษ ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ทางการท่องเที่ยวหรือจำนวนนักท่องเที่ยว คือ ราคาห้องพักของโรงแรมระดับ 4 ดาว มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น นักท่องเที่ยวจากประเทศเยอรมนี และนักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษ ซึ่งเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่ค่าห้องพักของโรงแรมระดับ 4 ดาว มีความสัมพันธ์ในทิศทาง

เดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ทั้งนี้เนื่องจากว่าประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศไทย มีการคมนาคมที่สะดวก สามารถเดินทางไปกลับได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดแถบภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อจับจ่ายซื้อสินค้าและพักผ่อนในระยะเวลาสั้น ๆ ดังนั้น นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียจึงไม่ให้ความสำคัญกับราคาค่าห้องพักของโรงแรมในประเทศไทยมากนัก สำหรับอัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราเปรียบเทียบกับระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั้ง 4 ประเทศ ส่วนอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั้ง 4 ประเทศ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่านักท่องเที่ยวสามารถนำเงินประเทศของตนเองไปแลกเปลี่ยนเงินในต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น จากเหตุผลดังกล่าว แสดงให้เห็นว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

### **5.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย**

Elwood และ Tzong-bian (1987) ได้ทำการศึกษาวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวในฮ่องกงไว้ในหนังสือ *Tourism in Asia : The Economic Impact* การศึกษาของท่านได้ใช้ในการวิเคราะห์เชิงสมการเดียว (Single equation Model) โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยว 17 ประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวตั้งแต่ปี ค.ศ. 1962-1978 ซึ่งมีปริมาณนักท่องเที่ยวร้อยละ 80 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด และมีปริมาณค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 90 ของค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวทั้งหมด การวิเคราะห์นั้นได้นำแต่ละประเทศมาถ่วงน้ำหนัก เพื่อให้ทราบถึงสมการรวมเพียงสมการเดียว โดยแยกศึกษาเป็น 2 แบบจำลองแบบจำลองแรกใช้ปริมาณค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวขึ้นกับรายได้ประชาชาติที่แท้จริง ดัชนีราคาเปรียบเทียบ (ดัชนีราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวในฮ่องกง เปรียบเทียบกับดัชนีราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวในประเทศต้นกำเนิดของนักท่องเที่ยว) ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและแนวโน้มของเวลา ส่วนแบบจำลองที่สองปริมาณนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติต่อหัวที่แท้จริง และดัชนีราคาเปรียบเทียบผลการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวต่อรายได้สูง (1.89 และ 3.39 ตามลำดับ) ความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อราคามีค่าสูง (-1.37) ในขณะที่ความยืดหยุ่นของนักท่องเที่ยวต่อราคามีค่าต่ำ (-0.76) ส่วนความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศก็มีค่าสูงเช่นกัน (-1.23)

Gunadhi และ Boey (1986) ได้ร่วมกันศึกษาเรื่อง Demand Elasticities of Tourism in Singapore ซึ่งอธิบายไว้ในหนังสือ Tourism Management การศึกษาของท่านได้กำหนดขอบเขตของประเทศนักท่องเที่ยวไว้ 5 ประเทศ คือ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อประเมินขนาดของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์ โดยศึกษาข้อมูลตั้งแต่ปี ค.ศ. 1965-1981 และผลการวิเคราะห์พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ และตัวแปรอิสระ คือ รายได้ประชาชาติต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Shopping Price) ดัชนีราคาโรงแรมและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และผลการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นต่อดัชนีราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีนักท่องเที่ยวประเทศออสเตรเลียและญี่ปุ่นมีการตอบสนองสูง โดยมีค่าระหว่าง -1.323 ถึง -2.653 ตามลำดับ นอกนั้นมีค่าความยืดหยุ่นต่ำ ค่าความยืดหยุ่นต่อดัชนีราคาโรงแรมพบว่า นักท่องเที่ยวทุกประเทศมีค่าความยืดหยุ่นต่ำระหว่าง -0.20 ถึง -0.477 สำหรับความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศนั้นประเทศออสเตรเลียมีค่าความยืดหยุ่นสูง คือ -1.818 ส่วนอีก 4 ประเทศมีค่าความยืดหยุ่นต่ำ

Loeb (1982) ได้ศึกษาเรื่อง International Travel to the United States ไว้ใน Annual of Tourism Research โดยศึกษาจากค่าใช้จ่ายอันเกิดจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 7 ประเทศ คือ แคนาดา เม็กซิโก ญี่ปุ่น ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เยอรมันตะวันตก และ อิตาลี ที่เดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1961-1979 การศึกษาของท่านพบว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับปัจจัยรายได้ประชาชาติต่อหัวที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และดัชนีราคาผู้บริโภคเปรียบเทียบตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และปัจจัยดังกล่าวมีผลกระทบต่อปริมาณค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศส่วนใหญ่ค่อนข้างสูง ซึ่งวัดด้วยค่าความยืดหยุ่นผลมีดังนี้ ค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่าระหว่าง 0.896 ถึง 4.795 ค่าความยืดหยุ่นต่อราคามีค่าระหว่าง -0.502 ถึง -6.361 และค่าความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยนมีค่าระหว่าง 0.086 ถึง 4.071 ประโยชน์จากการศึกษาในส่วนนี้ทำให้ทราบว่า ปัจจัยรายได้ต่อหัว ดัชนีราคาผู้บริโภค (ใช้แทนราคาสินค้าการท่องเที่ยว) และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจะมีผลต่อปริมาณค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศสหรัฐอเมริกา

Rojwannasin (1982) ได้ศึกษาเรื่อง Determinants of International Tourism Flows to Thailand ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1963-1980 โดยศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวอเมริกาเหนือ ยุโรป ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ ตะวันออกกลาง และอาเซียน ได้เสนอแบบจำลองออกเป็น 2 ลักษณะ คือ Static Model และ Dynamic Model ผลการศึกษาในลักษณะ Static Model พบว่าทั้ง 6 กลุ่ม มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ระหว่าง 1.38 ถึง 6.14 ค่าความยืดหยุ่นต่อดัชนีราคา -0.20 ถึง -3.91 ยกเว้นกลุ่มประเทศออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์และญี่ปุ่น ระดับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความยืดหยุ่นระหว่าง 2.36 ถึง 3.98 ยกเว้นกลุ่มประเทศอเมริกาเหนือ ยุโรป และอาเซียน และจากผลการศึกษาในเชิง Dynamic Model พบว่า ความยืดหยุ่นต่อรายได้ของกลุ่มประเทศทั้ง 6 มีค่าระหว่าง 0.51 ถึง

3.29 ค่าความยืดหยุ่นต่อดัชนีราคามีค่าระหว่าง -0.10 ถึง -0.47 ยกเว้นกลุ่มประเทศ ออสเตรเลีย-นิวซีแลนด์ ค่าความยืดหยุ่นต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่าระหว่าง 0.47 ถึง 2.22 ยกเว้นกลุ่มประเทศยุโรป อาเซียน และตะวันออกกลาง สำหรับค่าความยืดหยุ่นต่อนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มในปีที่ผ่านมา มีค่าระหว่าง 0.23 ถึง 1.62

Artus (1972) ได้ทำการศึกษาเรื่อง An Econometric Analysis of International Travel ไว้ใน International Monetary Fund Staff Papers และเสนอแบบจำลองเศรษฐกิจมหิตวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดระดับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Tourism Expenditure) ของนักท่องเที่ยวเยอรมันไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ ตัวแบบที่ใช้ในการประมาณค่าของตัวแปร คือ ดัชนีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเยอรมันไปยังประเทศปลายทาง ขึ้นอยู่กับค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศปลายทาง รายได้หลังหักภาษีของประเทศเยอรมัน ดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศเยอรมันในปีที่ผ่านมา ระดับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยเปรียบเทียบของประเทศเยอรมันกับประเทศปลายทาง และระดับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศโดยเปรียบเทียบของประเทศปลายทางในปีที่ผ่านมา

วิภาวี สงวนรัตน์ (2540) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย และเพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะสั้น และระยะยาว โดยทำการศึกษา 6 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลแบบอนุกรมเวลาและข้อมูลแบบภาคตัดขวางในช่วงปี 2530 – 2539 โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย ส่วนผลการศึกษาทางด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย

วีระพล วงศ์ประเสริฐ (2536) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่กระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายจ่าย และต้องการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต ขอบเขตของการศึกษาในครั้งนี้ ได้จำแนกนักท่องเที่ยวตามสัญชาติ รวม 13 สัญชาติ ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ เยอรมันตะวันตก สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส อิตาลี และใช้ข้อมูลทศวรรษระหว่างปี พ.ศ. 2525-2534 รวม 10 ปี โดยรวบรวมข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย กรมสรรพากรการบินไทย และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีกำลังสองน้อยสุดและสมการถดถอยเชิงซ้อน ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาค่าห้องพักต่อวันต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรประเทศนักท่องเที่ยว และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวต่อดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย สำหรับอุปสงค์การท่องเที่ยวทางด้านรายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาค่าห้องพักต่อวันต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประชากรประเทศนักท่องเที่ยวและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยเพิ่มขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ภายในประเทศตนเองแพงกว่าของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจึงเดินทางไปท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งจะเก็บรวบรวมไว้ในหนังสือรายปี ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 เก็บจากหนังสือ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand : Tourism Authority of Thailand.

1.2 ข้อมูลทางด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 เก็บจากฐานข้อมูล EIU จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3 ข้อมูลสถิติทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 เก็บจากหนังสือ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand : Tourism Authority of Thailand

## 2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ(Secondary Data) จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1 ตารางข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

2 ตารางปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

3 ตารางจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546

### ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

1 ศึกษาค้นคว้าแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย แล้วรวบรวมข้อมูลมาเพื่อใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

2 สร้างตารางข้อมูลให้ครอบคลุมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษา

3 นำตารางข้อมูลเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบตารางให้ครอบคลุมตัวแปรที่ทำการศึกษา

## 3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร สิ่งพิมพ์ของหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

3.1.1 สำนักหอสมุดกลาง อาคารสยามบรมราชกุมารี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

3.1.2 สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3.1.3 สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

3.1.4 สำนักหอสมุดกลาง (ปรีดี พนมยงค์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

3.1.5 สำนักวิทยบริการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

3.1.6 ห้องสมุด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3.2 คัดเลือกข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาแล้ว จะต้องดำเนินการคัดเลือกข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดเพื่อใช้ในการศึกษา

3.3 เรียบเรียงข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มาแล้ว จะต้องนำข้อมูลที่ได้มาจัดเป็นหมวดหมู่ตามกลุ่มของตัวแปรที่จะทำการศึกษา

3.4 ตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากจัดหมวดหมู่ตามกลุ่มของตัวแปรที่จะศึกษาเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

#### 4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อได้ข้อมูลมาแล้ว ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังต่อไปนี้

4.1 นำข้อมูลทุกข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูล

4.2 เลือกข้อมูลที่ผู้วิจัยคิดว่ามีความถูกต้อง เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.3 นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดกระทำใหม่ โดยนำข้อมูลที่ยังเป็นข้อมูลดิบที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้มาจัดกระทำให้อยู่ในรูปที่สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้

4.4 นำข้อมูลที่จัดแล้วมาบันทึกโดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ Statistic Package for Social Sciences : SPSS 12.0

4.5 สถิติและการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

4.5.1 ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นค่าสถิติที่บอกถึงสัดส่วนจำนวนต่อร้อยละ (ชูศรี วงศ์รัตน์. 2541 : 34) ดังนี้

$$\text{ค่าร้อยละ} = \frac{\text{จำนวนค่าความถี่ในแต่ละรายการ}}{\text{จำนวนความถี่ทั้งหมด}} \times 100$$

#### 4.5.2 การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ถ้ามีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยที่ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้นจะได้สมการความถดถอยเชิงพหุ ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระ โดยอยู่ในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 449)

$$\ln Q_{mt} = \alpha_m + \beta_{m1} \ln Y_{mt} + \beta_{m2} \ln E_{mt} + \beta_{m3} \ln R_{mt} + e_m$$

$$\ln Q_{jt} = \alpha_j + \beta_{j1} \ln Y_{jt} + \beta_{j2} \ln E_{jt} + \beta_{j3} \ln R_{jt} + e_j$$

$$\ln Q_{ut} = \alpha_u + \beta_{u1} \ln Y_{ut} + \beta_{u2} \ln E_{ut} + \beta_{u3} \ln R_{ut} + e_u$$

$$\ln Q_{kt} = \alpha_k + \beta_{k1} \ln Y_{kt} + \beta_{k2} \ln E_{kt} + \beta_{k3} \ln R_{kt} + e_k$$

$$\ln Q_{ct} = \alpha_c + \beta_{c1} \ln Y_{ct} + \beta_{c2} \ln E_{ct} + \beta_{c3} \ln R_{ct} + e_c$$

|       |          |     |                                                                                                                                |
|-------|----------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| เมื่อ | ln       | แทน | ลอการิธึมธรรมชาติ (Natural Logarithm)                                                                                          |
|       | $Q_t$    | แทน | จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย (คน/ปี)                                 |
|       | $\alpha$ | แทน | ค่าคงที่                                                                                                                       |
|       | $Y_t$    | แทน | ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นของประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน                                                 |
|       | $E_t$    | แทน | ราคาของเงินตราต่างประเทศวัดกับเงินบาท<br>(ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน)                                   |
|       | $R_t$    | แทน | อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย |
|       | $\beta$  | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)                                                                               |
|       | e        | แทน | ค่าความคลาดเคลื่อน                                                                                                             |
|       | m        | แทน | ประเทศมาเลเซีย                                                                                                                 |
|       | j        | แทน | ประเทศญี่ปุ่น                                                                                                                  |
|       | u        | แทน | ประเทศสหราชอาณาจักร                                                                                                            |
|       | k        | แทน | ประเทศเกาหลี                                                                                                                   |
|       | c        | แทน | ประเทศจีน                                                                                                                      |
|       | t        | แทน | ช่วงเวลา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546                                                                                              |

#### 4.5.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1) สถิติทดสอบ F-test เป็นการทดสอบสมการว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 451-452)

โดยมีการตั้งสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \beta_{x1} = \beta_{x2} = \dots = \beta_{xk} = 0$$

$$H_1 : \text{มี } \beta_{xi} \text{ อย่างน้อย 1 ค่าที่ } \neq 0 ; x = m, j, u, k, c \quad i = 1, 2, \dots, k$$

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

$$F = \frac{MSR}{MSE}$$

|     |     |                         |
|-----|-----|-------------------------|
| F   | แทน | สถิติทดสอบ F-test       |
| MSR | แทน | ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม |
| MSE | แทน | ความแปรปรวนภายในกลุ่ม   |

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ MSR ดังนี้

$$MSR = \frac{SSR}{k}$$

|     |     |                                                       |
|-----|-----|-------------------------------------------------------|
| MSR | แทน | ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม                               |
| SSR | แทน | ค่าแปรปรวนของตัวแปรตาม เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ |
| k   | แทน | จำนวนตัวแปรอิสระ                                      |

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ MSE ดังนี้

$$MSE = \frac{SSE}{(n-k-1)}$$

|     |     |                                               |
|-----|-----|-----------------------------------------------|
| MSE | แทน | ความแปรปรวนภายในกลุ่ม                         |
| SSE | แทน | ค่าแปรปรวนของตัวแปรตาม เนื่องจากอิทธิพลอื่น ๆ |
| n   | แทน | จำนวนข้อมูล                                   |
| k   | แทน | จำนวนตัวแปรอิสระ                              |

ผลของการทดสอบสมมติฐานอาจจะเป็น

1. ยอมรับสมมติฐาน  $H_0 : \beta_{x1} = \beta_{x2} = \dots = \beta_{xk} = 0$  ซึ่งสรุปได้ว่าตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในรูปเชิงเส้น

2. ปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หรือ ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในรูปเชิงเส้น จึงต้องทดสอบต่อไปว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติทดสอบ t

2) สถิติทดสอบ t-test เพื่อทดสอบว่ามี  $\beta_{xi}$  ตัวใดบ้างที่ไม่เท่ากับศูนย์ หรือมีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่สัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยการทดสอบสมมติฐาน ดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 453)

$$H_0 : \beta_{xi} = 0$$

$$H_1 : \beta_{xi} \neq 0 ; x = m, j, u, k, c \quad i = 1, 2, \dots, k$$

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

$$t = \frac{b_i - 0}{S_{bi}}$$

t แทน สถิติทดสอบ t- test

$b_i$  แทน สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i

$S_{bi}$  แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวที่ i  
ผลของการทดสอบสมมติฐานอาจจะเป็น

1. ยอมรับสมมติฐาน  $H_0 : \beta_{xi} = 0$  ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในรูปเชิงเส้น

2. ปฏิเสธสมมติฐาน  $H_0$  หรือ ยอมรับสมมติฐาน  $H_1$  ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ตัวแปรตามในรูปเชิงเส้น

4.5.4 สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ (Multiple Coefficient of Determination :  $R^2$ )  
เป็นสัดส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ของตัวแปรตามที่มีสาเหตุเนื่องจากความผันแปรของตัวแปรอิสระ  
(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2544 : 454)

$$R^2 = \frac{SSR}{SST}$$

$R^2$  แทน สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ

SSR แทน ค่าแปรปรวนของตัวแปรตาม เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ

SST แทน ความผันแปรทั้งหมด

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ SST ดังนี้

$$SST = SSR + SSE$$

ผลของการคำนวณอาจจะเป็น

1. ค่า  $R^2$  ที่ใกล้ 1 จะหมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมาก

2. ค่า  $R^2$  เข้าใกล้ศูนย์ หมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามน้อย

4.5.5 การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อน

การทดสอบความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อนโดยใช้การทดสอบของ

Durbin-Watson เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของ  $e_t$  และ  $e_{t-1}$  โดยที่ t เป็นช่วงเวลา

(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2545 : 332)

สถิติทดสอบ Durbin-Watson

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

|           |     |                                    |
|-----------|-----|------------------------------------|
| D.W.      | แทน | ค่า Durbin-Watson                  |
| $\sum$    | แทน | ผลรวม                              |
| $e_t$     | แทน | ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่ t           |
| $e_{t-1}$ | แทน | ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่ t-1         |
| $e_t^2$   | แทน | ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่ t ยกกำลัง 2 |

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะเป็นการแสดงผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีเนื้อหา ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล
2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 1. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย และศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็นส่วนตัวต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยทำการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546

#### 2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นการสะดวกและเข้าใจง่าย ผู้วิจัยจึงใช้สัญลักษณ์แทนค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

|            |     |                                                                                   |
|------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------|
| %          | แทน | ร้อยละ                                                                            |
| $\Delta$ % | แทน | การเปลี่ยนแปลงร้อยละของจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศเทียบกับระยะเดียวกันของปีก่อน |
| ln         | แทน | ลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm)                                             |
| $\alpha$   | แทน | ค่าคงที่                                                                          |
| $\beta$    | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)                                  |

|                |     |                                                                                                                                                                                                                                        |
|----------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| $S_{bi}$       | แทน | ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวที่ $i$                                                                                                                                                                                |
| $N$            | แทน | จำนวนข้อมูลทฤษฎีภูมิ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย เป็นจำนวน 20 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 |
| D.W.           | แทน | ค่าสถิติของเดอร์บินวัตสัน (Durbin-Watson Statistics)                                                                                                                                                                                   |
| $p\_value$     | แทน | ค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Significance Value)                                                                                                                                                                                            |
| $e$            | แทน | ค่าความคลาดเคลื่อน                                                                                                                                                                                                                     |
| $F$            | แทน | สถิติทดสอบ F-test                                                                                                                                                                                                                      |
| $t$            | แทน | สถิติทดสอบ t- test                                                                                                                                                                                                                     |
| $R$            | แทน | ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์                                                                                                                                                                                                              |
| $R^2$          | แทน | สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ                                                                                                                                                                                                             |
| Adjusted $R^2$ | แทน | สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว                                                                                                                                                                                               |
| $H_0$          | แทน | สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)                                                                                                                                                                                                         |
| $H_1$          | แทน | สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)                                                                                                                                                                                                   |
| *              | แทน | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10                                                                                                                                                                                                    |
| **             | แทน | ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05                                                                                                                                                                                                    |

นอกจากนี้ ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้ตัวย่อแทนหัวข้อหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

|           |     |                                                                                                                                |
|-----------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| $\ln Q_t$ | แทน | จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย                                                                                |
| $\ln Y_t$ | แทน | ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นของประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน                                                 |
| $\ln E_t$ | แทน | ราคาของเงินตราต่างประเทศวัดกับเงินบาท (ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน)                                      |
| $\ln R_t$ | แทน | อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย |
| $m$       | แทน | ประเทศมาเลเซีย                                                                                                                 |
| $j$       | แทน | ประเทศญี่ปุ่น                                                                                                                  |
| $u$       | แทน | ประเทศสหราชอาณาจักร                                                                                                            |
| $k$       | แทน | ประเทศเกาหลี                                                                                                                   |

|   |     |                                   |
|---|-----|-----------------------------------|
| c | แทน | ประเทศจีน                         |
| t | แทน | ช่วงเวลา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 |

### 3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนที่วางไว้ข้างต้น ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

**ตอนที่ 1** การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 4 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546

หน่วย : คน

| ประเทศ        | พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว | การเปลี่ยนแปลงของ<br>จำนวนนักท่องเที่ยว | ร้อยละ<br>(%) | การเปลี่ยนแปลงของร้อยละ<br>( $\Delta$ %) |
|---------------|------|--------------------|-----------------------------------------|---------------|------------------------------------------|
| มาเลเซีย      | 2542 | 991,060            | 72,989                                  | 11.55         | -0.27                                    |
|               | 2543 | 1,054,469          | 63,409                                  | 11.09         | -0.46                                    |
|               | 2544 | 1,159,630          | 105,161                                 | 11.52         | 0.43                                     |
|               | 2545 | 1,296,109          | 136,479                                 | 12.00         | 0.48                                     |
|               | 2546 | 1,338,624          | 42,515                                  | 13.38         | 1.38                                     |
| ญี่ปุ่น       | 2542 | 1,064,539          | 78,275                                  | 12.41         | -0.29                                    |
|               | 2543 | 1,197,931          | 133,392                                 | 12.60         | 0.19                                     |
|               | 2544 | 1,168,548          | -29,383                                 | 11.61         | -0.99                                    |
|               | 2545 | 1,222,270          | 53,722                                  | 11.32         | -0.29                                    |
|               | 2546 | 1,014,513          | -207,757                                | 10.14         | -1.18                                    |
| สหราชอาณาจักร | 2542 | 425,688            | 49,776                                  | 4.96          | 0.12                                     |
|               | 2543 | 476,387            | 50,699                                  | 5.01          | 0.05                                     |
|               | 2544 | 517,974            | 41,587                                  | 5.15          | 0.14                                     |
|               | 2545 | 569,812            | 51,838                                  | 5.28          | 0.13                                     |
|               | 2546 | 545,000            | -24,812                                 | 5.45          | 0.17                                     |

ตาราง 4 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ        | พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว | การเปลี่ยนแปลงของ<br>จำนวนนักท่องเที่ยว | ร้อยละ<br>(%) | การเปลี่ยนแปลงของร้อยละ<br>( $\Delta$ %) |
|---------------|------|--------------------|-----------------------------------------|---------------|------------------------------------------|
| เกาหลี        | 2542 | 338,039            | 135,198                                 | 3.94          | 1.33                                     |
|               | 2543 | 447,798            | 109,759                                 | 4.71          | 0.77                                     |
|               | 2544 | 552,977            | 105,179                                 | 5.50          | 0.79                                     |
|               | 2545 | 716,778            | 163,801                                 | 6.64          | 1.14                                     |
|               | 2546 | 694,340            | -22,438                                 | 6.94          | 0.30                                     |
| จีน           | 2542 | 775,626            | 204,565                                 | 9.04          | 1.69                                     |
|               | 2543 | 704,080            | -71,546                                 | 7.40          | -1.64                                    |
|               | 2544 | 694,886            | -9,194                                  | 6.91          | -0.49                                    |
|               | 2545 | 763,139            | 68,253                                  | 7.07          | 0.16                                     |
|               | 2546 | 624,214            | -138,925                                | 6.24          | -0.83                                    |
| นักท่องเที่ยว | 2542 | 3,594,952          | 540,803                                 | 41.90         | 2.57                                     |
| 5 ประเทศ      | 2543 | 3,880,665          | 285,713                                 | 40.81         | -1.09                                    |
|               | 2544 | 4,094,015          | 213,350                                 | 40.69         | -0.12                                    |
|               | 2545 | 4,568,108          | 474,093                                 | 42.30         | 1.61                                     |
|               | 2546 | 4,216,691          | -351,417                                | 42.15         | -0.15                                    |

ตาราง 4 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ        | พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว | การเปลี่ยนแปลงของ<br>จำนวนนักท่องเที่ยว | ร้อยละ<br>(%) | การเปลี่ยนแปลงของร้อยละ<br>( $\Delta$ %) |
|---------------|------|--------------------|-----------------------------------------|---------------|------------------------------------------|
| นักท่องเที่ยว | 2542 | 8,850,332          | 815,402                                 | 100.00        | -                                        |
| ทั้งหมด       | 2543 | 9,508,623          | 928,291                                 | 100.00        | -                                        |
|               | 2544 | 10,061,950         | 553,327                                 | 100.00        | -                                        |
|               | 2545 | 10,799,067         | 737,117                                 | 100.00        | -                                        |
|               | 2546 | 10,004,453         | -794,614                                | 100.00        | -                                        |

ตาราง 5 เพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546

หน่วย : คน

| ประเทศ        | เพศ  | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|---------------|------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|               |      | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| มาเลเซีย      | ชาย  | 614,487<br>(62.00%) | -3.56 | 657,914<br>(62.39%) | 0.39  | 734,271<br>(63.32%) | 0.93  | 815,779<br>(62.94%) | -0.38 | 881,398<br>(65.84%) | 2.90  |
|               | หญิง | 376,573<br>(38.00%) | 3.56  | 396,555<br>(37.61%) | -0.39 | 425,359<br>(36.68%) | -0.93 | 480,330<br>(37.06%) | 0.38  | 457,226<br>(34.16%) | -2.90 |
| ญี่ปุ่น       | ชาย  | 653,676<br>(61.40%) | -1.35 | 733,144<br>(61.20%) | -0.20 | 738,438<br>(63.19%) | 1.99  | 762,054<br>(62.35%) | -0.85 | 683,634<br>(67.39%) | 5.04  |
|               | หญิง | 410,863<br>(38.60%) | 1.35  | 464,787<br>(38.80%) | 0.20  | 430,110<br>(36.81%) | -1.99 | 460,216<br>(37.65%) | 0.85  | 330,879<br>(32.61%) | -5.04 |
| สหราชอาณาจักร | ชาย  | 262,682<br>(61.71%) | -0.06 | 289,791<br>(60.83%) | -0.88 | 320,768<br>(61.93%) | 1.10  | 354,483<br>(62.21%) | 0.28  | 349,412<br>(64.11%) | 1.90  |
|               | หญิง | 163,006<br>(38.29%) | 0.06  | 186,596<br>(39.17%) | 0.88  | 197,206<br>(38.07%) | -1.10 | 215,329<br>(37.79%) | -0.28 | 195,588<br>(35.89%) | -1.90 |
| เกาหลี        | ชาย  | 187,340<br>(55.42%) | -1.95 | 248,754<br>(55.55%) | 0.13  | 307,612<br>(55.63%) | 0.08  | 384,987<br>(53.71%) | -1.92 | 389,402<br>(56.08%) | 2.37  |
|               | หญิง | 150,699<br>(44.58%) | 1.95  | 199,044<br>(44.45%) | -0.13 | 245,365<br>(44.37%) | -0.08 | 331,791<br>(46.29%) | 1.92  | 304,938<br>(43.92%) | -2.37 |

ตาราง 5 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                       | เพศ  | 2542                  |       | 2543                  |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                  |       |
|------------------------------|------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
|                              |      | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   |
| จีน                          | ชาย  | 406,762<br>(52.44%)   | -0.96 | 383,086<br>(54.41%)   | 1.97  | 384,192<br>(55.29%)   | 0.88  | 423,025<br>(55.43%)   | 0.14  | 360,416<br>(57.74%)   | 2.31  |
|                              | หญิง | 368,864<br>(47.56%)   | 0.96  | 320,994<br>(45.59%)   | -1.97 | 310,694<br>(44.71%)   | -0.88 | 340,114<br>(44.57%)   | -0.14 | 263,798<br>(42.26%)   | -2.31 |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>5 ประเทศ | ชาย  | 2,124,947<br>(59.11%) | -2.26 | 2,312,689<br>(59.60%) | 0.49  | 2,485,281<br>(60.71%) | 1.11  | 2,740,328<br>(59.99%) | -0.72 | 2,664,262<br>(63.18%) | 3.20  |
|                              | หญิง | 1,470,005<br>(40.89%) | 2.26  | 1,567,976<br>(40.40%) | -0.49 | 1,608,734<br>(39.29%) | -1.11 | 1,827,780<br>(40.01%) | 0.72  | 1,552,429<br>(36.82%) | -3.20 |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>ทั้งหมด  | ชาย  | 5,172,371<br>(60.28%) | -0.88 | 5,685,836<br>(59.80%) | -0.49 | 6,021,601<br>(59.85%) | 0.05  | 6,426,982<br>(59.51%) | -0.33 | 6,169,123<br>(61.66%) | 2.15  |
|                              | หญิง | 3,407,961<br>(39.72%) | 0.88  | 3,822,787<br>(40.20%) | 0.49  | 4,040,349<br>(40.15%) | -0.05 | 4,372,085<br>(40.49%) | 0.33  | 3,835,330<br>(38.34%) | -2.15 |

ตาราง 6 อายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546

หน่วย : คน

| ประเทศ   | อายุ          | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|----------|---------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|          |               | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| มาเลเซีย | ต่ำกว่า 15 ปี | 57,835<br>(5.84%)   | 0.85  | 71,238<br>(6.76%)   | 0.92  | 73,068<br>(6.30%)   | -0.46 | 77,241<br>(5.96%)   | -0.34 | 63,179<br>(4.72%)   | -1.24 |
|          | 15-24 ปี      | 87,529<br>(8.83%)   | -0.41 | 95,542<br>(9.06%)   | 0.23  | 98,917<br>(8.53%)   | -0.53 | 105,641<br>(8.15%)  | -0.38 | 93,923<br>(7.02%)   | -1.13 |
|          | 25-34 ปี      | 232,757<br>(23.49%) | -2.88 | 248,347<br>(23.55%) | 0.06  | 276,722<br>(23.86%) | 0.31  | 287,413<br>(22.18%) | -1.68 | 294,533<br>(22.00%) | -0.18 |
|          | 35-44 ปี      | 254,164<br>(25.65%) | -0.05 | 268,906<br>(25.50%) | -0.15 | 301,434<br>(25.99%) | 0.49  | 333,831<br>(25.76%) | -0.23 | 357,347<br>(26.70%) | 0.94  |
|          | 45-54 ปี      | 192,311<br>(19.40%) | 0.94  | 210,159<br>(19.93%) | 0.53  | 238,715<br>(20.59%) | 0.66  | 280,018<br>(21.60%) | 1.01  | 306,460<br>(22.89%) | 1.29  |
|          | 55-64 ปี      | 116,335<br>(11.74%) | 0.87  | 112,996<br>(10.72%) | -1.02 | 120,019<br>(10.35%) | -0.37 | 149,633<br>(11.54%) | 1.19  | 160,603<br>(12.00%) | 0.46  |
|          | 65 ปีขึ้นไป   | 50,129<br>(5.06%)   | 0.69  | 47,281<br>(4.48%)   | -0.58 | 50,755<br>(4.38%)   | -0.10 | 62,332<br>(4.81%)   | 0.43  | 62,579<br>(4.67%)   | -0.14 |

ตาราง 6 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ  | อายุ          | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|---------|---------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|         |               | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| ญี่ปุ่น | ต่ำกว่า 15 ปี | 30,033<br>(2.82%)   | -0.22 | 29,327<br>(2.45%)   | -0.37 | 29,497<br>(2.52%)   | 0.07  | 28,143<br>(2.30%)   | -0.22 | 20,731<br>(2.04%)   | -0.26 |
|         | 15-24 ปี      | 157,742<br>(14.82%) | 1.16  | 169,650<br>(14.16%) | -0.66 | 154,577<br>(13.23%) | -0.93 | 140,427<br>(11.49%) | -1.74 | 101,429<br>(10.00%) | -1.49 |
|         | 25-34 ปี      | 263,399<br>(24.74%) | -0.64 | 301,974<br>(25.21%) | 0.47  | 298,458<br>(25.54%) | 0.33  | 303,444<br>(24.83%) | -0.71 | 231,681<br>(22.84%) | -1.99 |
|         | 35-44 ปี      | 186,514<br>(17.52%) | 0.28  | 216,833<br>(18.10%) | 0.58  | 222,041<br>(19.00%) | 0.90  | 240,269<br>(19.66%) | 0.66  | 217,889<br>(21.48%) | 1.82  |
|         | 45-54 ปี      | 219,829<br>(20.65%) | -0.86 | 247,371<br>(20.65%) | -     | 240,644<br>(20.59%) | -0.06 | 250,936<br>(20.53%) | -0.06 | 208,128<br>(20.52%) | -0.01 |
|         | 55-64 ปี      | 145,528<br>(13.67%) | 0.06  | 162,674<br>(13.58%) | -0.09 | 157,595<br>(13.49%) | -0.09 | 186,574<br>(15.26%) | 1.77  | 174,696<br>(17.22%) | 1.96  |
|         | 65 ปีขึ้นไป   | 61,494<br>(5.78%)   | 0.22  | 70,102<br>(5.85%)   | 0.07  | 65,736<br>(5.63%)   | -0.22 | 72,477<br>(5.93%)   | 0.30  | 59,959<br>(5.91%)   | -0.02 |

ตาราง 6 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ        | อายุ          | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|---------------|---------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|               |               | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| สหราชอาณาจักร | ต่ำกว่า 15 ปี | 13,258<br>(3.11%)   | -0.11 | 12,511<br>(2.63%)   | -0.48 | 12,321<br>(2.38%)   | -0.25 | 14,478<br>(2.54%)   | 0.16  | 12,472<br>(2.29%)   | -0.25 |
|               | 15-24 ปี      | 49,433<br>(11.61%)  | 1.08  | 60,287<br>(12.66%)  | 1.05  | 70,891<br>(13.69%)  | 1.03  | 76,070<br>(13.35%)  | -0.34 | 65,478<br>(12.01%)  | -1.34 |
|               | 25-34 ปี      | 130,468<br>(30.65%) | 0.90  | 151,176<br>(31.73%) | 1.08  | 163,158<br>(31.50%) | -0.23 | 172,259<br>(30.23%) | -1.27 | 157,273<br>(28.86%) | -1.37 |
|               | 35-44 ปี      | 78,892<br>(18.53%)  | -0.73 | 88,653<br>(18.61%)  | 0.08  | 100,808<br>(19.46%) | 0.85  | 112,507<br>(19.74%) | 0.28  | 115,232<br>(21.14%) | 1.40  |
|               | 45-54 ปี      | 79,348<br>(18.64%)  | -1.91 | 91,168<br>(19.14%)  | 0.50  | 89,606<br>(17.30%)  | -1.84 | 97,723<br>(17.15%)  | -0.15 | 95,609<br>(17.54%)  | 0.39  |
|               | 55-64 ปี      | 51,981<br>(12.21%)  | 0.33  | 52,001<br>(10.92%)  | -1.29 | 58,117<br>(11.22%)  | 0.30  | 69,540<br>(12.20%)  | 0.98  | 73,345<br>(13.46%)  | 1.26  |
|               | 65 ปีขึ้นไป   | 22,308<br>(5.24%)   | 0.43  | 20,591<br>(4.32%)   | -0.92 | 23,073<br>(4.45%)   | 0.13  | 27,235<br>(4.78%)   | 0.33  | 25,591<br>(4.70%)   | -0.08 |

ตาราง 6 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ | อายุ          | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|--------|---------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|        |               | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| เกาหลี | ต่ำกว่า 15 ปี | 15,691<br>(4.64%)   | 0.65  | 21,167<br>(4.73%)   | 0.09  | 30,903<br>(5.59%)   | 0.86  | 43,478<br>(6.07%)   | 0.48  | 47,731<br>(6.87%)   | 0.80  |
|        | 15-24 ปี      | 24,175<br>(7.15%)   | -0.76 | 33,920<br>(7.57%)   | 0.42  | 44,278<br>(8.01%)   | 0.44  | 46,905<br>(6.54%)   | -1.47 | 41,777<br>(6.02%)   | -0.52 |
|        | 25-34 ปี      | 118,367<br>(35.02%) | -4.23 | 152,309<br>(34.01%) | -1.01 | 184,856<br>(33.43%) | -0.58 | 224,250<br>(31.29%) | -2.14 | 194,962<br>(28.08%) | -3.21 |
|        | 35-44 ปี      | 73,145<br>(21.64%)  | -0.07 | 98,471<br>(21.99%)  | 0.35  | 120,260<br>(21.75%) | -0.24 | 161,153<br>(22.48%) | 0.73  | 171,645<br>(24.72%) | 2.24  |
|        | 45-54 ปี      | 50,204<br>(14.85%)  | 1.65  | 71,399<br>(15.94%)  | 1.09  | 87,153<br>(15.76%)  | -0.18 | 124,998<br>(17.44%) | 1.68  | 134,619<br>(19.39%) | 1.95  |
|        | 55-64 ปี      | 43,001<br>(12.72%)  | 3.05  | 54,603<br>(12.19%)  | -0.53 | 64,299<br>(11.63%)  | -0.56 | 88,091<br>(12.29%)  | 0.66  | 78,266<br>(11.27%)  | -1.02 |
|        | 65 ปีขึ้นไป   | 13,456<br>(3.98%)   | -0.29 | 15,929<br>(3.56%)   | -0.42 | 21,228<br>(3.84%)   | 0.28  | 27,903<br>(3.89%)   | 0.05  | 25,340<br>(3.65%)   | -0.24 |

ตาราง 6 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ | อายุ          | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|--------|---------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|        |               | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| จีน    | ต่ำกว่า 15 ปี | 22,946<br>(2.96%)   | 0.11  | 19,963<br>(2.84%)   | -0.12 | 22,416<br>(3.23%)   | 0.39  | 21,641<br>(2.84%)   | -0.39 | 18,136<br>(2.91%)   | 0.07  |
|        | 15-24 ปี      | 50,823<br>(6.55%)   | 0.28  | 50,171<br>(7.13%)   | 0.58  | 52,341<br>(7.53%)   | 0.40  | 56,748<br>(7.44%)   | -0.09 | 42,141<br>(6.75%)   | -0.69 |
|        | 25-34 ปี      | 206,421<br>(26.61%) | -1.25 | 191,613<br>(27.21%) | 0.60  | 198,158<br>(28.52%) | 1.31  | 208,108<br>(27.27%) | -1.25 | 169,442<br>(27.14%) | -0.13 |
|        | 35-44 ปี      | 213,183<br>(27.49%) | -0.50 | 200,538<br>(28.48%) | 0.99  | 203,194<br>(29.24%) | 0.76  | 217,525<br>(28.50%) | -0.74 | 182,377<br>(29.22%) | 0.72  |
|        | 45-54 ปี      | 151,871<br>(19.58%) | 1.06  | 136,123<br>(19.33%) | -0.25 | 127,471<br>(18.34%) | -0.99 | 153,082<br>(20.06%) | 1.72  | 128,007<br>(20.51%) | 0.45  |
|        | 55-64 ปี      | 90,775<br>(11.70%)  | 0.03  | 72,008<br>(10.23%)  | -1.47 | 64,135<br>(9.23%)   | -1.00 | 75,355<br>(9.87%)   | 0.64  | 58,303<br>(9.34%)   | -0.53 |
|        | 65 ปีขึ้นไป   | 39,607<br>(5.11%)   | 0.26  | 33,664<br>(4.78%)   | -0.33 | 27,171<br>(3.91%)   | -0.87 | 30,680<br>(4.02%)   | 0.11  | 25,808<br>(4.13%)   | 0.11  |

ตาราง 6 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                       | อายุ          | 2542                |       | 2543                  |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                  |       |
|------------------------------|---------------|---------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
|                              |               | N                   | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>5 ประเทศ | ต่ำกว่า 15 ปี | 139,763<br>(3.89%)  | 0.21  | 154,206<br>(3.97%)    | 0.08  | 168,205<br>(4.11%)    | 0.14  | 184,981<br>(4.05%)    | -0.06 | 162,249<br>(3.85%)    | -0.20 |
|                              | 15-24 ปี      | 369,702<br>(10.28%) | 0.10  | 409,570<br>(10.55%)   | 0.27  | 421,004<br>(10.28%)   | -0.27 | 425,791<br>(9.32%)    | -0.96 | 344,748<br>(8.18%)    | -1.14 |
|                              | 25-34 ปี      | 951,412<br>(26.47%) | -1.13 | 1,045,419<br>(26.94%) | 0.47  | 1,121,352<br>(27.39%) | 0.45  | 1,195,474<br>(26.17%) | -1.22 | 1,047,891<br>(24.85%) | -1.32 |
|                              | 35-44 ปี      | 805,898<br>(22.42%) | 0.08  | 873,401<br>(22.51%)   | 0.09  | 947,737<br>(23.15%)   | 0.64  | 1,065,285<br>(23.32%) | 0.17  | 1,044,490<br>(24.77%) | 1.45  |
|                              | 45-54 ปี      | 693,563<br>(19.29%) | -0.07 | 756,220<br>(19.49%)   | 0.20  | 783,589<br>(19.14%)   | -0.35 | 906,757<br>(19.85%)   | 0.71  | 872,823<br>(20.70%)   | 0.85  |
|                              | 55-64 ปี      | 447,620<br>(12.45%) | 0.50  | 454,282<br>(11.71%)   | -0.74 | 464,165<br>(11.34%)   | -0.37 | 569,193<br>(12.46%)   | 1.12  | 545,213<br>(12.93%)   | 0.47  |
|                              | 65 ปีขึ้นไป   | 186,994<br>(5.20%)  | 0.31  | 187,567<br>(4.83%)    | -0.37 | 187,963<br>(4.59%)    | -0.24 | 220,627<br>(4.83%)    | 0.24  | 199,277<br>(4.73%)    | -0.10 |

ตาราง 6 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                      | อายุ          | 2542                  |       | 2543                  |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                  |       |
|-----------------------------|---------------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
|                             |               | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>ทั้งหมด | ต่ำกว่า 15 ปี | 423,407<br>(4.93%)    | 0.08  | 468,972<br>(4.93%)    | -     | 485,038<br>(4.82%)    | -0.11 | 505,051<br>(4.68%)    | -0.14 | 445,642<br>(4.45%)    | -0.23 |
|                             | 15-24 ปี      | 855,701<br>(9.97%)    | 0.37  | 986,242<br>(10.37%)   | 0.40  | 1,038,914<br>(10.33%) | -0.04 | 1,047,286<br>(9.70%)  | -0.63 | 855,126<br>(8.55%)    | -1.15 |
|                             | 25-34 ปี      | 2,281,186<br>(26.59%) | -0.74 | 2,537,639<br>(26.69%) | 0.10  | 2,726,812<br>(27.10%) | 0.41  | 2,830,547<br>(26.21%) | -0.89 | 2,489,810<br>(24.89%) | -1.32 |
|                             | 35-44 ปี      | 2,036,449<br>(23.73%) | -0.19 | 2,270,566<br>(23.88%) | 0.15  | 2,414,170<br>(23.99%) | 0.11  | 2,605,227<br>(24.12%) | 0.13  | 2,564,250<br>(25.63%) | 1.51  |
|                             | 45-54 ปี      | 1,636,432<br>(19.07%) | -0.15 | 1,822,708<br>(19.17%) | 0.10  | 1,893,820<br>(18.82%) | -0.35 | 2,099,828<br>(19.44%) | 0.62  | 2,039,752<br>(20.39%) | 0.95  |
|                             | 55-64 ปี      | 945,459<br>(11.02%)   | 0.37  | 996,057<br>(10.48%)   | -0.54 | 1,060,440<br>(10.54%) | 0.06  | 1,228,238<br>(11.37%) | 0.83  | 1,178,155<br>(11.78%) | 0.41  |
|                             | 65 ปีขึ้นไป   | 401,698<br>(4.68%)    | 0.25  | 426,439<br>(4.48%)    | -0.20 | 442,756<br>(4.40%)    | -0.08 | 482,890<br>(4.47%)    | 0.07  | 431,718<br>(4.32%)    | -0.15 |

ตาราง 7 อาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546

หน่วย : คน

| ประเทศ   | อาชีพ                 | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|----------|-----------------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|          |                       | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| มาเลเซีย | นักวิชาการ            | 110,548<br>(11.15%) | -7.82 | 85,963<br>(8.15%)   | -3.00 | 99,392<br>(8.57%)   | 0.42  | 103,254<br>(7.97%)  | -0.60 | 140,757<br>(10.52%) | 2.55  |
|          | ผู้บริหารและผู้จัดการ | 97,388<br>(9.83%)   | 0.39  | 94,537<br>(8.97%)   | -0.86 | 100,410<br>(8.66%)  | -0.31 | 100,147<br>(7.73%)  | -0.93 | 145,041<br>(10.84%) | 3.11  |
|          | พนักงานบริษัท         | 148,279<br>(14.96%) | 1.93  | 118,005<br>(11.19%) | -3.77 | 121,619<br>(10.49%) | -0.70 | 166,800<br>(12.87%) | 2.38  | 242,628<br>(18.13%) | 5.26  |
|          | ลูกจ้าง               | 84,738<br>(8.55%)   | 1.02  | 104,216<br>(9.88%)  | 1.33  | 130,364<br>(11.24%) | 1.36  | 96,807<br>(7.47%)   | -3.77 | 129,842<br>(9.70%)  | 2.23  |
|          | เกษตรกร               | 5,386<br>(0.54%)    | 0.08  | 2,289<br>(0.22%)    | -0.32 | 1,898<br>(0.16%)    | -0.06 | 2,022<br>(0.16%)    | -     | 3,327<br>(0.25%)    | 0.09  |
|          | รับราชการ             | 3,065<br>(0.31%)    | 0.08  | 2,580<br>(0.24%)    | -0.07 | 3,664<br>(0.32%)    | 0.08  | 3,811<br>(0.29%)    | -0.03 | 5,768<br>(0.43%)    | 0.14  |
|          | แม่บ้าน               | 116,591<br>(11.76%) | 3.07  | 85,317<br>(8.09%)   | -3.67 | 78,493<br>(6.77%)   | -1.32 | 106,212<br>(8.19%)  | 1.42  | 134,572<br>(10.05%) | 1.86  |
|          | นักเรียน              | 78,240<br>(7.89%)   | 1.58  | 104,624<br>(9.92%)  | 2.03  | 106,066<br>(9.15%)  | -0.77 | 110,624<br>(8.54%)  | -0.61 | 107,822<br>(8.05%)  | -0.49 |

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ   | อาชีพ                 | 2542                |        | 2543                |       | 2544                |        | 2545                |       | 2546                |        |
|----------|-----------------------|---------------------|--------|---------------------|-------|---------------------|--------|---------------------|-------|---------------------|--------|
|          |                       | N                   | Δ %    | N                   | Δ %   | N                   | Δ %    | N                   | Δ %   | N                   | Δ %    |
| มาเลเซีย | เกษียณอายุ            | 8,498<br>(0.86%)    | -0.13  | 6,959<br>(0.66%)    | -0.20 | 7,278<br>(0.63%)    | -0.03  | 12,519<br>(0.97%)   | 0.34  | 20,230<br>(1.51%)   | 0.54   |
|          | ยังไม่ได้ทำงาน        | 22,907<br>(2.31%)   | -29.91 | 8,898<br>(0.84%)    | -1.47 | 500,075<br>(43.12%) | 42.28  | 585,758<br>(45.19%) | 2.07  | 363,623<br>(27.16%) | -18.03 |
|          | อื่น ๆ                | 315,420<br>(31.83%) | 29.71  | 441,081<br>(41.83%) | 10.00 | 10,371<br>(0.89%)   | -40.94 | 8,155<br>(0.63%)    | -0.26 | 45,014<br>(3.36%)   | 2.73   |
| ญี่ปุ่น  | นักวิชาการ            | 154,222<br>(14.49%) | -2.64  | 101,784<br>(8.50%)  | -5.99 | 102,935<br>(8.81%)  | 0.31   | 113,529<br>(9.29%)  | 0.48  | 107,610<br>(10.61%) | 1.32   |
|          | ผู้บริหารและผู้จัดการ | 138,454<br>(13.01%) | -0.37  | 171,654<br>(14.33%) | 1.32  | 146,226<br>(12.51%) | -1.82  | 154,421<br>(12.63%) | 0.12  | 136,783<br>(13.48%) | 0.85   |
|          | พนักงานบริษัท         | 174,184<br>(16.36%) | -0.76  | 197,959<br>(16.53%) | 0.17  | 187,191<br>(16.02%) | -0.51  | 204,530<br>(16.73%) | 0.71  | 163,321<br>(16.10%) | -0.63  |
|          | ลูกจ้าง               | 264,848<br>(24.88%) | 2.61   | 333,592<br>(27.85%) | 2.97  | 318,265<br>(27.24%) | -0.61  | 308,836<br>(25.27%) | -1.97 | 313,919<br>(30.94%) | 5.67   |
|          | เกษตรกร               | 6,413<br>(0.60%)    | 0.04   | 3,539<br>(0.30%)    | -0.30 | 3,345<br>(0.29%)    | -0.01  | 3,035<br>(0.25%)    | -0.04 | 4,345<br>(0.43%)    | 0.18   |

## ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ  | อาชีพ          | 2542     |         | 2543     |         | 2544     |         | 2545     |         | 2546     |       |
|---------|----------------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|-------|
|         |                | N        | Δ %     | N        | Δ %     | N        | Δ %     | N        | Δ %     | N        | Δ %   |
| ญี่ปุ่น | รับราชการ      | 22,796   | -0.68   | 26,675   | 0.09    | 29,746   | 0.32    | 22,185   | -0.73   | 20,782   | 0.23  |
|         |                | (2.14%)  |         | (2.23%)  |         | (2.55%)  |         | (1.82%)  |         | (2.05%)  |       |
|         | แม่บ้าน        | 83,255   | 1.17    | 108,500  | 1.24    | 96,576   | -0.80   | 112,278  | 0.93    | 93,692   | 0.05  |
|         |                | (7.82%)  |         | (9.06%)  |         | (8.26%)  |         | (9.19%)  |         | (9.24%)  |       |
|         | นักเรียน       | 131,726  | 1.64    | 156,187  | 0.67    | 148,871  | -0.30   | 129,379  | -2.15   | 106,021  | -0.14 |
|         |                | (12.37%) |         | (13.04%) |         | (12.74%) |         | (10.59%) |         | (10.45%) |       |
|         | เกษียณอายุ     | 3,542    | 0.05    | 4,931    | 0.08    | 4,857    | 0.01    | 6,614    | 0.12    | 9,847    | 0.43  |
|         |                | (0.33%)  |         | (0.41%)  |         | (0.42%)  |         | (0.54%)  |         | (0.97%)  |       |
|         | ยังไม่ได้ทำงาน | 15,666   | -5.77   | 13,634   | -0.33   | 115,708  | 8.76    | 157,047  | 2.95    | 43,272   | -8.58 |
|         |                | (1.47%)  |         | (1.14%)  |         | (9.90%)  |         | (12.85%) |         | (4.27%)  |       |
| อื่น ๆ  | 69,433         | 4.69     | 79,476  | 0.11     | 14,828  | -5.36    | 10,416  | -0.42    | 14,921  | 0.62     |       |
|         | (6.52%)        |          | (6.63%) |          | (1.27%) |          | (0.85%) |          | (1.47%) |          |       |

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ        | อาชีพ                 | 2542     |          | 2543     |          | 2544     |          | 2545     |         | 2546     |      |
|---------------|-----------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|---------|----------|------|
|               |                       | N        | Δ %      | N        | Δ %      | N        | Δ %      | N        | Δ %     | N        | Δ %  |
| สหราชอาณาจักร | นักวิชาการ            | 132,996  | -1.89    | 132,648  | -3.40    | 138,898  | -1.02    | 152,393  | -0.08   | 148,378  | 0.49 |
|               |                       | (31.24%) |          | (27.84%) |          | (26.82%) |          | (26.74%) |         | (27.23%) |      |
|               | ผู้บริหารและผู้จัดการ | 63,627   | -0.28    | 70,801   | -0.09    | 77,048   | 0.01     | 87,293   | 0.45    | 92,567   | 1.66 |
|               |                       | (14.95%) |          | (14.86%) |          | (14.87%) |          | (15.32%) |         | (16.98%) |      |
|               | พนักงานบริษัท         | 43,162   | -0.19    | 46,083   | -0.47    | 48,627   | -0.28    | 50,843   | -0.47   | 50,953   | 0.43 |
|               |                       | (10.14%) |          | (9.67%)  |          | (9.39%)  |          | (8.92%)  |         | (9.35%)  |      |
|               | ลูกจ้าง               | 65,033   | 1.86     | 90,038   | 3.62     | 92,195   | -1.10    | 90,443   | -1.93   | 100,780  | 2.62 |
|               |                       | (15.28%) |          | (18.90%) |          | (17.80%) |          | (15.87%) |         | (18.49%) |      |
|               | เกษตรกร               | 1,629    | -0.02    | 990      | -0.17    | 670      | -0.08    | 1,044    | 0.05    | 1,404    | 0.08 |
|               |                       | (0.38%)  |          | (0.21%)  |          | (0.13%)  |          | (0.18%)  |         | (0.26%)  |      |
|               | รับราชการ             | 4,283    | -0.24    | 4,914    | 0.02     | 4,274    | -0.20    | 4,421    | -0.05   | 4,248    | -    |
|               |                       | (1.01%)  |          | (1.03%)  |          | (0.83%)  |          | (0.78%)  |         | (0.78%)  |      |
| แม่บ้าน       | 15,048                | -0.10    | 18,998   | 0.46     | 16,579   | -0.79    | 19,330   | 0.19     | 20,317  | 0.34     |      |
|               | (3.53%)               |          | (3.99%)  |          | (3.20%)  |          | (3.39%)  |          | (3.73%) |          |      |
| นักเรียน      | 39,175                | 1.58     | 48,139   | 0.91     | 53,604   | 0.24     | 59,695   | 0.13     | 53,431  | -0.68    |      |
|               | (9.20%)               |          | (10.11%) |          | (10.35%) |          | (10.48%) |          | (9.80%) |          |      |

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ        | อาชีพ                 | 2542               |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|---------------|-----------------------|--------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|               |                       | N                  | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| สหราชอาณาจักร | เกษียณอายุ            | 24,023<br>(5.64%)  | -0.16 | 23,901<br>(5.02%)   | -0.62 | 27,447<br>(5.30%)   | 0.28  | 33,253<br>(5.84%)   | 0.54  | 34,785<br>(6.38%)   | 0.54  |
|               | ยังไม่ได้ทำงาน        | 17,882<br>(4.20%)  | -0.11 | 16,366<br>(3.44%)   | -0.76 | 46,108<br>(8.90%)   | 5.46  | 61,257<br>(10.75%)  | 1.85  | 19,988<br>(3.67%)   | -7.08 |
|               | อื่น ๆ                | 18,830<br>(4.42%)  | -0.47 | 23,509<br>(4.93%)   | 0.51  | 12,524<br>(2.42%)   | -2.51 | 9,840<br>(1.73%)    | -0.69 | 18,149<br>(3.33%)   | 1.60  |
| เกาหลี        | นักวิชาการ            | 34,354<br>(10.16%) | -4.11 | 31,557<br>(7.05%)   | -3.11 | 40,692<br>(7.36%)   | 0.31  | 59,289<br>(8.27%)   | 0.91  | 69,711<br>(10.04%)  | 1.77  |
|               | ผู้บริหารและผู้จัดการ | 10,573<br>(3.13%)  | -0.57 | 19,908<br>(4.45%)   | 1.32  | 16,728<br>(3.03%)   | -1.42 | 18,709<br>(2.61%)   | -0.42 | 25,280<br>(3.64%)   | 1.03  |
|               | พนักงานบริษัท         | 78,201<br>(23.13%) | -1.13 | 101,926<br>(22.76%) | -0.37 | 126,545<br>(22.88%) | 0.12  | 165,606<br>(23.10%) | 0.22  | 178,827<br>(25.75%) | 2.65  |
|               | ลูกจ้าง               | 66,585<br>(19.70%) | 0.87  | 98,364<br>(21.97%)  | 2.27  | 119,136<br>(21.54%) | -0.43 | 148,039<br>(20.65%) | -0.89 | 151,309<br>(21.79%) | 1.14  |
|               | เกษตรกร               | 2,097<br>(0.62%)   | 0.29  | 2,446<br>(0.55%)    | -0.07 | 3,002<br>(0.54%)    | -0.01 | 3,299<br>(0.46%)    | -0.08 | 4,099<br>(0.59%)    | 0.13  |

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ | อาชีพ          | 2542     |        | 2543     |       | 2544     |        | 2545     |       | 2546     |       |
|--------|----------------|----------|--------|----------|-------|----------|--------|----------|-------|----------|-------|
|        |                | N        | Δ %    | N        | Δ %   | N        | Δ %    | N        | Δ %   | N        | Δ %   |
| เกาหลี | รับราชการ      | 2,270    | -0.20  | 2,657    | -0.08 | 3,335    | 0.01   | 3,010    | -0.18 | 4,770    | 0.27  |
|        |                | (0.67%)  |        | (0.59%)  |       | (0.60%)  |        | (0.42%)  |       | (0.69%)  |       |
|        | แม่บ้าน        | 51,786   | 4.22   | 71,130   | 0.56  | 75,783   | -2.18  | 108,231  | 1.40  | 110,237  | 0.78  |
|        |                | (15.32%) |        | (15.88%) |       | (13.70%) |        | (15.10%) |       | (15.88%) |       |
|        | นักเรียน       | 28,037   | 1.32   | 45,085   | 1.78  | 65,270   | 1.73   | 77,225   | -1.03 | 84,817   | 1.45  |
|        |                | (8.29%)  |        | (10.07%) |       | (11.80%) |        | (10.77%) |       | (12.22%) |       |
|        | เกษียณอายุ     | 824      | 0.08   | 740      | -0.07 | 1,111    | 0.03   | 1,714    | 0.04  | 3,470    | 0.26  |
|        |                | (0.24%)  |        | (0.17%)  |       | (0.20%)  |        | (0.24%)  |       | (0.50%)  |       |
|        | ยังไม่ได้ทำงาน | 7,091    | -15.07 | 5,828    | -0.80 | 93,465   | 15.60  | 126,285  | 0.72  | 55,506   | -9.63 |
|        |                | (2.10%)  |        | (1.30%)  |       | (16.90%) |        | (17.62%) |       | (7.99%)  |       |
|        | อื่น ๆ         | 56,221   | 14.29  | 68,157   | -1.41 | 7,910    | -13.79 | 5,371    | -0.68 | 6,314    | 0.16  |
|        |                | (16.63%) |        | (15.22%) |       | (1.43%)  |        | (0.75%)  |       | (0.91%)  |       |

## ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ   | อาชีพ                 | 2542     |         | 2543     |         | 2544     |         | 2545     |         | 2546     |      |
|----------|-----------------------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|---------|----------|------|
|          |                       | N        | Δ %     | N        | Δ %     | N        | Δ %     | N        | Δ %     | N        | Δ %  |
| จีน      | นักวิชาการ            | 116,694  | -2.92   | 77,183   | -4.09   | 53,491   | -3.26   | 53,933   | -0.63   | 56,596   | 2.00 |
|          |                       | (15.05%) |         | (10.96%) |         | (7.70%)  |         | (7.07%)  |         | (9.07%)  |      |
|          | ผู้บริหารและผู้จัดการ | 104,122  | -1.84   | 88,910   | -0.79   | 75,142   | -1.82   | 88,135   | 0.74    | 75,036   | 0.47 |
|          |                       | (13.42%) |         | (12.63%) |         | (10.81%) |         | (11.55%) |         | (12.02%) |      |
|          | พนักงานบริษัท         | 45,611   | -1.88   | 39,310   | -0.30   | 40,892   | 0.30    | 50,869   | 0.79    | 55,309   | 2.19 |
|          |                       | (5.88%)  |         | (5.58%)  |         | (5.88%)  |         | (6.67%)  |         | (8.86%)  |      |
|          | ลูกจ้าง               | 342,533  | 6.80    | 344,247  | 4.73    | 306,457  | -4.79   | 317,535  | -2.49   | 280,503  | 3.33 |
|          |                       | (44.16%) |         | (48.89%) |         | (44.10%) |         | (41.61%) |         | (44.94%) |      |
|          | เกษตรกร               | 24,352   | 0.20    | 13,464   | -1.23   | 5,208    | -1.16   | 4,144    | -0.21   | 4,729    | 0.22 |
|          |                       | (3.14%)  |         | (1.91%)  |         | (0.75%)  |         | (0.54%)  |         | (0.76%)  |      |
|          | รับราชการ             | 9,859    | -0.38   | 7,711    | -0.17   | 3,987    | -0.53   | 1,765    | -0.34   | 2,207    | 0.12 |
|          |                       | (1.27%)  |         | (1.10%)  |         | (0.57%)  |         | (0.23%)  |         | (0.35%)  |      |
| แม่บ้าน  | 8,944                 | 0.04     | 11,507  | 0.48     | 8,193   | -0.45    | 7,763   | -0.16    | 11,106  | 0.76     |      |
|          | (1.15%)               |          | (1.63%) |          | (1.18%) |          | (1.02%) |          | (1.78%) |          |      |
| นักเรียน | 28,145                | 0.36     | 30,412  | 0.69     | 34,971  | 0.71     | 36,603  | -0.23    | 33,667  | 0.59     |      |
|          | (3.63%)               |          | (4.32%) |          | (5.03%) |          | (4.80%) |          | (5.39%) |          |      |

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                           | อาชีพ                 | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |        |
|----------------------------------|-----------------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|--------|
|                                  |                       | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %    |
| จีน                              | เกษียณอายุ            | 32,637<br>(4.21%)   | 0.44  | 20,233<br>(2.87%)   | -1.34 | 7,740<br>(1.11%)    | -1.76 | 7,633<br>(1.00%)    | -0.11 | 8,155<br>(1.31%)    | 0.31   |
|                                  | ยังไม่ได้ทำงาน        | 7,370<br>(0.95%)    | -6.72 | 5,188<br>(0.74%)    | -0.21 | 149,596<br>(21.53%) | 20.79 | 191,408<br>(25.08%) | 3.55  | 89,303<br>(14.31%)  | -10.77 |
|                                  | อื่น ๆ                | 55,359<br>(7.14%)   | 5.90  | 65,915<br>(9.36%)   | 2.22  | 9,209<br>(1.33%)    | -8.03 | 3,351<br>(0.44%)    | -0.89 | 7,603<br>(1.22%)    | 0.78   |
| รวม<br>นักท่องเที่ยว<br>5 ประเทศ | นักวิชาการ            | 548,814<br>(15.27%) | -4.35 | 429,135<br>(11.06%) | -4.21 | 435,408<br>(10.64%) | -0.42 | 482,398<br>(10.56%) | -0.08 | 523,052<br>(12.40%) | 1.84   |
|                                  | ผู้บริหารและผู้จัดการ | 414,164<br>(11.52%) | -0.61 | 445,810<br>(11.49%) | -0.03 | 415,554<br>(10.15%) | -1.34 | 448,705<br>(9.82%)  | -0.33 | 474,707<br>(11.26%) | 1.44   |
|                                  | พนักงานบริษัท         | 489,437<br>(13.61%) | -0.17 | 503,283<br>(12.97%) | -0.64 | 524,874<br>(12.82%) | -0.15 | 638,648<br>(13.98%) | 1.16  | 691,038<br>(16.39%) | 2.41   |
|                                  | ลูกจ้าง               | 823,737<br>(22.91%) | 3.57  | 970,457<br>(25.01%) | 2.10  | 966,417<br>(23.61%) | -1.40 | 961,660<br>(21.05%) | -2.56 | 976,353<br>(23.15%) | 2.10   |
|                                  | เกษตรกร               | 39,877<br>(1.11%)   | 0.17  | 22,728<br>(0.59%)   | -0.52 | 14,123<br>(0.34%)   | -0.25 | 13,544<br>(0.30%)   | -0.04 | 17,904<br>(0.42%)   | 0.12   |

## ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                           | อาชีพ          | 2542     |        | 2543     |       | 2544     |        | 2545      |       | 2546     |        |
|----------------------------------|----------------|----------|--------|----------|-------|----------|--------|-----------|-------|----------|--------|
|                                  |                | N        | Δ %    | N        | Δ %   | N        | Δ %    | N         | Δ %   | N        | Δ %    |
| รวม<br>นักท่องเที่ยว<br>5 ประเทศ | รับราชการ      | 42,273   | -0.32  | 44,537   | -0.03 | 45,006   | -0.05  | 35,192    | -0.33 | 37,775   | 0.13   |
|                                  |                | (1.18%)  |        | (1.15%)  |       | (1.10%)  |        | (0.77%)   |       | (0.90%)  |        |
|                                  | แม่บ้าน        | 275,624  | 1.52   | 295,452  | -0.06 | 275,624  | -0.88  | 353,814   | 1.02  | 369,924  | 1.02   |
|                                  |                | (7.67%)  |        | (7.61%)  |       | (6.73%)  |        | (7.75%)   |       | (8.77%)  |        |
|                                  | นักเรียน       | 305,323  | 1.12   | 384,447  | 1.42  | 408,782  | 0.07   | 413,526   | -0.93 | 385,758  | 0.10   |
|                                  |                | (8.49%)  |        | (9.91%)  |       | (9.98%)  |        | (9.05%)   |       | (9.15%)  |        |
|                                  | เกษียณอายุ     | 69,524   | 0.11   | 56,764   | -0.47 | 48,433   | -0.28  | 61,733    | 0.17  | 76,487   | 0.46   |
|                                  |                | (1.93%)  |        | (1.46%)  |       | (1.18%)  |        | (1.35%)   |       | (1.81%)  |        |
|                                  | ยังไม่ได้ทำงาน | 70,916   | -13.16 | 49,914   | -0.68 | 904,952  | 20.81  | 1,121,755 | 2.46  | 571,692  | -11.00 |
|                                  |                | (1.97%)  |        | (1.29%)  |       | (22.10%) |        | (24.56%)  |       | (13.56%) |        |
|                                  | อื่น ๆ         | 515,263  | 12.11  | 678,138  | 3.14  | 54,842   | -16.13 | 37,133    | -0.53 | 92,001   | 1.37   |
|                                  |                | (14.33%) |        | (17.47%) |       | (1.34%)  |        | (0.81%)   |       | (2.18%)  |        |

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                          | อาชีพ                 | 2542                  |       | 2543                  |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                  |       |
|---------------------------------|-----------------------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
|                                 |                       | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   |
| รวม<br>นักท่องเที่ยว<br>ทั้งหมด | นักวิชาการ            | 1,642,102<br>(19.14%) | -2.81 | 1,393,170<br>(14.65%) | -4.49 | 1,478,064<br>(14.69%) | 0.04  | 1,618,311<br>(14.99%) | 0.30  | 1,627,482<br>(16.27%) | 1.28  |
|                                 | ผู้บริหารและผู้จัดการ | 949,542<br>(11.07%)   | -0.34 | 1,078,282<br>(11.34%) | 0.27  | 1,066,977<br>(10.60%) | -0.74 | 1,177,760<br>(10.91%) | 0.31  | 1,234,570<br>(12.34%) | 1.43  |
|                                 | พนักงานบริษัท         | 1,427,194<br>(16.63%) | 0.01  | 1,631,018<br>(17.15%) | 0.52  | 1,697,774<br>(16.87%) | -0.28 | 1,823,054<br>(16.88%) | 0.01  | 1,794,658<br>(17.94%) | 1.06  |
|                                 | ลูกจ้าง               | 1,528,411<br>(17.81%) | 2.53  | 1,905,910<br>(20.04%) | 2.23  | 1,919,276<br>(19.07%) | -0.97 | 1,819,288<br>(16.85%) | -2.22 | 1,952,585<br>(19.52%) | 2.67  |
|                                 | เกษตรกร               | 56,313<br>(0.66%)     | 0.04  | 35,404<br>(0.37%)     | -0.29 | 24,726<br>(0.25%)     | -0.12 | 26,816<br>(0.25%)     | -     | 35,133<br>(0.35%)     | 0.10  |
|                                 | รับราชการ             | 78,267<br>(0.91%)     | -0.18 | 85,932<br>(0.90%)     | -0.01 | 93,543<br>(0.93%)     | 0.03  | 85,133<br>(0.79%)     | -0.14 | 89,456<br>(0.89%)     | 0.10  |
|                                 | แม่บ้าน               | 526,089<br>(6.13%)    | 0.91  | 628,578<br>(6.61%)    | 0.48  | 604,429<br>(6.01%)    | -0.60 | 705,451<br>(6.53%)    | 0.52  | 749,704<br>(7.49%)    | 0.96  |
|                                 | นักเรียน              | 841,475<br>(9.81%)    | 1.31  | 1,063,173<br>(11.18%) | 1.37  | 1,137,914<br>(11.31%) | 0.13  | 1,168,078<br>(10.82%) | -0.49 | 1,054,207<br>(10.54%) | -0.28 |

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                          | อาชีพ          | 2542      |        | 2543      |       | 2544      |        | 2545      |       | 2546    |       |
|---------------------------------|----------------|-----------|--------|-----------|-------|-----------|--------|-----------|-------|---------|-------|
|                                 |                | N         | Δ %    | N         | Δ %   | N         | Δ %    | N         | Δ %   | N       | Δ %   |
| รวม<br>นักท่องเที่ยว<br>ทั้งหมด | เกษียณอายุ     | 174,865   | 0.02   | 167,242   | -0.28 | 171,407   | -0.06  | 200,969   | 0.16  | 224,049 | 0.38  |
|                                 |                | (2.04%)   |        | (1.76%)   |       | (1.70%)   |        | (1.86%)   |       | (2.24%) |       |
|                                 | ยังไม่ได้ทำงาน | 275,932   | -10.29 | 222,225   | -0.88 | 1,673,458 | 14.29  | 2,019,201 | 2.07  | 988,055 | -8.82 |
|                                 |                | (3.22%)   |        | (2.34%)   |       | (16.63%)  |        | (18.70%)  |       | (9.88%) |       |
|                                 | อื่น ๆ         | 1,080,142 | 8.82   | 1,297,689 | 1.06  | 194,382   | -11.72 | 155,006   | -0.49 | 254,554 | 1.10  |
|                                 |                | (12.59%)  |        | (13.65%)  |       | (1.93%)   |        | (1.44%)   |       | (2.54%) |       |

ตาราง 8 ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546

หน่วย : คน

| ประเทศ        | ความถี่ในการมาท่องเที่ยว | 2542                |       | 2543                |        | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |        |
|---------------|--------------------------|---------------------|-------|---------------------|--------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|--------|
|               |                          | N                   | Δ %   | N                   | Δ %    | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %    |
| มาเลเซีย      | ครั้งแรก                 | 266,875<br>(26.93%) | -4.23 | 512,053<br>(48.56%) | 21.63  | 606,756<br>(52.32%) | 3.76  | 620,517<br>(47.88%) | -4.44 | 472,402<br>(35.29%) | -12.59 |
|               | เคยมาแล้ว                | 724,185<br>(73.07%) | 4.23  | 542,416<br>(51.44%) | -21.63 | 552,874<br>(47.68%) | -3.76 | 675,592<br>(52.12%) | 4.44  | 866,222<br>(64.71%) | 12.59  |
| ญี่ปุ่น       | ครั้งแรก                 | 575,560<br>(54.07%) | 3.28  | 629,036<br>(52.51%) | -1.56  | 530,029<br>(45.36%) | -7.15 | 589,152<br>(48.20%) | 2.84  | 414,474<br>(40.85%) | -7.35  |
|               | เคยมาแล้ว                | 488,979<br>(45.93%) | -3.28 | 568,895<br>(47.49%) | 1.56   | 638,519<br>(54.64%) | 7.15  | 633,118<br>(51.80%) | -2.84 | 600,039<br>(59.15%) | 7.35   |
| สหราชอาณาจักร | ครั้งแรก                 | 217,781<br>(51.16%) | 1.81  | 234,482<br>(49.22%) | -1.94  | 234,193<br>(45.21%) | -4.01 | 263,971<br>(46.33%) | 1.12  | 223,949<br>(41.09%) | -5.24  |
|               | เคยมาแล้ว                | 207,907<br>(48.84%) | -1.81 | 241,905<br>(50.78%) | 1.94   | 283,781<br>(54.79%) | 4.01  | 305,841<br>(53.67%) | -1.12 | 321,051<br>(58.91%) | 5.24   |
| เกาหลี        | ครั้งแรก                 | 255,816<br>(75.68%) | 6.55  | 340,440<br>(76.03%) | 0.35   | 405,903<br>(73.40%) | -2.63 | 538,409<br>(75.12%) | 1.72  | 498,148<br>(71.74%) | -3.38  |
|               | เคยมาแล้ว                | 82,223<br>(24.32%)  | -6.55 | 107,358<br>(23.97%) | -0.35  | 147,074<br>(26.60%) | 2.63  | 178,369<br>(24.88%) | -1.72 | 196,192<br>(28.26%) | 3.38   |

ตาราง 8 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                       | ความถี่ในการ<br>มาท่องเที่ยว | 2542                  |       | 2543                  |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                  |       |
|------------------------------|------------------------------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
|                              |                              | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   |
| จีน                          | ครั้งแรก                     | 694,673<br>(89.56%)   | 4.06  | 601,495<br>(85.43%)   | -4.13 | 533,208<br>(76.73%)   | -8.70 | 619,993<br>(81.24%)   | 4.51  | 482,178<br>(77.25%)   | -3.99 |
|                              | เคยมาแล้ว                    | 80,953<br>(10.44%)    | -4.06 | 102,585<br>(14.57%)   | 4.13  | 161,678<br>(23.27%)   | 8.70  | 143,146<br>(18.76%)   | -4.51 | 142,036<br>(22.75%)   | 3.99  |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>5 ประเทศ | ครั้งแรก                     | 2,010,705<br>(55.93%) | 3.51  | 2,317,506<br>(59.72%) | 3.79  | 2,310,089<br>(56.43%) | -3.29 | 2,632,042<br>(57.62%) | 1.19  | 2,091,151<br>(49.59%) | -8.03 |
|                              | เคยมาแล้ว                    | 1,584,247<br>(44.07%) | -3.51 | 1,563,159<br>(40.28%) | -3.79 | 1,783,926<br>(43.57%) | 3.29  | 1,936,066<br>(42.38%) | -1.19 | 2,125,540<br>(50.41%) | 8.03  |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>ทั้งหมด  | ครั้งแรก                     | 4,414,775<br>(51.45%) | 2.65  | 4,971,163<br>(52.28%) | 0.83  | 4,855,192<br>(48.25%) | -4.03 | 5,490,510<br>(50.84%) | 2.59  | 4,469,319<br>(44.67%) | -6.17 |
|                              | เคยมาแล้ว                    | 4,165,557<br>(48.55%) | -2.65 | 4,537,460<br>(47.72%) | -0.83 | 5,206,758<br>(51.75%) | 4.03  | 5,308,557<br>(49.16%) | -2.59 | 5,535,134<br>(55.33%) | 6.17  |

ตาราง 9 ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546

หน่วย : คน

| ประเทศ        | ลักษณะของการ<br>มาท่องเที่ยว | 2542                |                     | 2543                |                     | 2544                |                     | 2545                |                     | 2546                |                     |
|---------------|------------------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
|               |                              | N                   | Δ %                 | N                   | Δ %                 | N                   | Δ %                 | N                   | Δ %                 | N                   | Δ %                 |
| มาเลเซีย      | บริษัทนำเที่ยว               | 416,433<br>(42.02%) | 3.70                | 644,113<br>(61.08%) | 19.06               | 753,664<br>(64.99%) | 3.91                | 829,022<br>(63.96%) | -1.03               | 660,912<br>(49.37%) | -14.59              |
|               | เดินทางด้วย<br>ตนเอง         | 574,627<br>(57.98%) | -3.70               | 410,356<br>(38.92%) | -19.06              | 405,966<br>(35.01%) | -3.91               | 467,087<br>(36.04%) | 1.03                | 677,712<br>(50.63%) | 14.59               |
|               | ญี่ปุ่น                      | บริษัทนำเที่ยว      | 553,659<br>(52.01%) | 0.99                | 591,321<br>(49.36%) | -2.65               | 526,275<br>(45.04%) | -4.32               | 602,332<br>(49.28%) | 4.24                | 415,445<br>(40.95%) |
| สหราชอาณาจักร | บริษัทนำเที่ยว               | 89,758<br>(21.09%)  | 2.80                | 88,464<br>(18.57%)  | -2.52               | 91,463<br>(17.66%)  | -0.91               | 115,897<br>(20.34%) | 2.68                | 88,696<br>(16.27%)  | -4.07               |
|               | เดินทางด้วย<br>ตนเอง         | 335,930<br>(78.91%) | -2.80               | 387,923<br>(81.43%) | 2.52                | 426,511<br>(82.34%) | 0.91                | 453,915<br>(79.66%) | -2.68               | 456,304<br>(83.73%) | 4.07                |
|               | เกาหลี                       | บริษัทนำเที่ยว      | 230,165<br>(68.09%) | 8.58                | 307,831<br>(68.74%) | 0.65                | 378,875<br>(68.52%) | -0.22               | 512,785<br>(71.54%) | 3.02                | 480,571<br>(69.21%) |
|               | เดินทางด้วย<br>ตนเอง         | 107,874<br>(31.91%) | -8.58               | 139,967<br>(31.26%) | -0.65               | 174,102<br>(31.48%) | 0.22                | 203,993<br>(28.46%) | -3.02               | 213,769<br>(30.79%) | 2.33                |

ตาราง 9 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ                       | ลักษณะของการ<br>มาท่องเที่ยว | 2542                  |       | 2543                  |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                  |       |
|------------------------------|------------------------------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
|                              |                              | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   |
| จีน                          | บริษัทนำเที่ยว               | 658,373<br>(84.88%)   | 4.05  | 544,132<br>(77.28%)   | -7.60 | 505,666<br>(72.77%)   | -4.51 | 588,851<br>(77.16%)   | 4.39  | 445,930<br>(71.44%)   | -5.72 |
|                              | เดินทางด้วย<br>ตนเอง         | 117,253<br>(15.12%)   | -4.05 | 159,948<br>(22.72%)   | 7.60  | 189,220<br>(27.23%)   | 4.51  | 174,288<br>(22.84%)   | -4.39 | 178,284<br>(28.56%)   | 5.72  |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>5 ประเทศ | บริษัทนำเที่ยว               | 1,948,388<br>(54.20%) | 4.89  | 2,175,861<br>(56.07%) | 1.87  | 2,255,943<br>(55.10%) | -0.97 | 2,648,887<br>(57.99%) | 2.89  | 2,091,554<br>(49.60%) | -8.39 |
|                              | เดินทางด้วย<br>ตนเอง         | 1,646,564<br>(45.80%) | -4.89 | 1,704,804<br>(43.93%) | -1.87 | 1,838,072<br>(44.90%) | 0.97  | 1,919,221<br>(42.01%) | -2.89 | 2,125,137<br>(50.40%) | 8.39  |
| รวมนักท่องเที่ยว<br>ทั้งหมด  | บริษัทนำเที่ยว               | 3,795,543<br>(44.24%) | 4.07  | 4,174,206<br>(43.90%) | -0.34 | 4,239,655<br>(42.14%) | -1.76 | 4,931,079<br>(45.66%) | 3.52  | 3,969,182<br>(39.67%) | -5.99 |
|                              | เดินทางด้วย<br>ตนเอง         | 4,784,789<br>(55.76%) | -4.07 | 5,334,417<br>(56.10%) | 0.34  | 5,822,295<br>(57.86%) | 1.76  | 5,867,988<br>(54.34%) | -3.52 | 6,035,271<br>(60.33%) | 5.99  |

ตาราง 10 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546

หน่วย : คน

| ประเทศ   | วัตถุประสงค์ในการ<br>ท่องเที่ยว | 2542                |       | 2543                |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                  |       |
|----------|---------------------------------|---------------------|-------|---------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|
|          |                                 | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   |
| มาเลเซีย | พักผ่อน                         | 908,740<br>(91.69%) | -1.16 | 967,265<br>(91.73%) | 0.04  | 1,036,642<br>(89.39%) | -2.34 | 1,190,769<br>(91.87%) | 2.48  | 1,209,618<br>(90.36%) | -1.51 |
|          | ธุรกิจ                          | 55,342<br>(5.58%)   | 0.90  | 61,909<br>(5.87%)   | 0.29  | 89,527<br>(7.72%)     | 1.85  | 67,658<br>(5.22%)     | -2.50 | 86,084<br>(6.43%)     | 1.21  |
|          | การประชุม                       | 11,373<br>(1.15%)   | 0.18  | 10,211<br>(0.97%)   | -0.18 | 14,422<br>(1.24%)     | 0.27  | 15,226<br>(1.17%)     | -0.07 | 13,726<br>(1.03%)     | -0.14 |
|          | การปฏิบัติหน้าที่               | 2,255<br>(0.23%)    | 0.02  | 1,988<br>(0.19%)    | -0.04 | 3,614<br>(0.31%)      | 0.12  | 2,896<br>(0.22%)      | -0.09 | 3,418<br>(0.26%)      | 0.04  |
|          | ทางราชการ                       |                     |       |                     |       |                       |       |                       |       |                       |       |
|          | อื่น ๆ                          | 13,350<br>(1.35%)   | 0.07  | 13,096<br>(1.24%)   | -0.11 | 15,425<br>(1.33%)     | 0.09  | 19,560<br>(1.51%)     | 0.18  | 25,778<br>(1.93%)     | 0.42  |

ตาราง 10 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ  | วัตถุประสงค์ในการ<br>ท่องเที่ยว | 2542                |       | 2543                  |       | 2544                  |       | 2545                  |       | 2546                |       |
|---------|---------------------------------|---------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|-----------------------|-------|---------------------|-------|
|         |                                 | N                   | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                     | Δ %   | N                   | Δ %   |
| ญี่ปุ่น | พักผ่อน                         | 933,898<br>(87.73%) | 0.92  | 1,049,366<br>(87.60%) | -0.13 | 1,021,065<br>(87.38%) | -0.22 | 1,082,375<br>(88.55%) | 1.17  | 866,054<br>(85.37%) | -3.18 |
|         | ธุรกิจ                          | 107,739<br>(10.12%) | -1.02 | 127,282<br>(10.63%)   | 0.51  | 125,977<br>(10.78%)   | 0.15  | 117,145<br>(9.58%)    | -1.20 | 122,644<br>(12.09%) | 2.51  |
|         | การประชุม                       | 3,715<br>(0.35%)    | 0.05  | 4,497<br>(0.38%)      | 0.03  | 4,924<br>(0.42%)      | 0.04  | 4,982<br>(0.41%)      | -0.01 | 5,142<br>(0.51%)    | 0.10  |
|         | การปฏิบัติหน้าที่               | 2,932<br>(0.28%)    | 0.02  | 1,901<br>(0.16%)      | -0.12 | 2,023<br>(0.17%)      | 0.01  | 2,348<br>(0.19%)      | 0.02  | 1,960<br>(0.19%)    | -     |
|         | ทางราชการ                       |                     |       |                       |       |                       |       |                       |       |                     |       |
|         | อื่น ๆ                          | 16,255<br>(1.53%)   | 0.04  | 14,885<br>(1.24%)     | -0.29 | 14,559<br>(1.25%)     | 0.01  | 15,420<br>(1.26%)     | 0.01  | 18,713<br>(1.84%)   | 0.58  |

ตาราง 10 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ        | วัตถุประสงค์ในการ<br>ท่องเที่ยว | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|---------------|---------------------------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|               |                                 | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| สหราชอาณาจักร | พักผ่อน                         | 384,189<br>(90.25%) | 0.89  | 434,047<br>(91.11%) | 0.86  | 475,832<br>(91.86%) | 0.75  | 526,074<br>(92.32%) | 0.46  | 501,411<br>(92.00%) | -0.32 |
|               | ธุรกิจ                          | 32,166<br>(7.56%)   | -1.14 | 32,924<br>(6.91%)   | -0.65 | 32,490<br>(6.27%)   | -0.64 | 33,390<br>(5.86%)   | -0.41 | 30,691<br>(5.63%)   | -0.23 |
|               | การประชุม                       | 2,187<br>(0.51%)    | 0.02  | 2,063<br>(0.43%)    | -0.08 | 1,938<br>(0.37%)    | -0.06 | 1,853<br>(0.33%)    | -0.04 | 2,323<br>(0.43%)    | 0.10  |
|               | การปฏิบัติหน้าที่               | 622<br>(0.15%)      | 0.04  | 353<br>(0.07%)      | -0.08 | 461<br>(0.09%)      | 0.02  | 123<br>(0.02%)      | -0.07 | 491<br>(0.09%)      | 0.07  |
|               | ทางราชการ                       |                     |       |                     |       |                     |       |                     |       |                     |       |
|               | อื่น ๆ                          | 6,524<br>(1.53%)    | 0.18  | 7,000<br>(1.47%)    | -0.06 | 7,253<br>(1.40%)    | -0.07 | 8,372<br>(1.47%)    | 0.07  | 10,084<br>(1.85%)   | 0.38  |

ตาราง 10 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ | วัตถุประสงค์ในการ<br>ท่องเที่ยว | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|--------|---------------------------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|        |                                 | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| เกาหลี | พักผ่อน                         | 302,082<br>(89.36%) | 3.38  | 403,945<br>(90.21%) | 0.85  | 507,056<br>(91.70%) | 1.49  | 669,299<br>(93.38%) | 1.68  | 641,203<br>(92.35%) | -1.03 |
|        | ธุรกิจ                          | 27,497<br>(8.13%)   | -2.69 | 34,430<br>(7.69%)   | -0.44 | 35,607<br>(6.44%)   | -1.25 | 36,031<br>(5.03%)   | -1.41 | 41,064<br>(5.91%)   | 0.88  |
|        | การประชุม                       | 2,162<br>(0.64%)    | -0.05 | 2,777<br>(0.62%)    | -0.02 | 3,351<br>(0.61%)    | -0.01 | 3,853<br>(0.54%)    | -0.07 | 3,333<br>(0.48%)    | -0.06 |
|        | การปฏิบัติหน้าที่               | 717<br>(0.21%)      | -0.21 | 672<br>(0.15%)      | -0.06 | 788<br>(0.14%)      | -0.01 | 985<br>(0.14%)      | -     | 1,270<br>(0.18%)    | 0.04  |
|        | ทางราชการ                       |                     |       |                     |       |                     |       |                     |       |                     |       |
|        | อื่น ๆ                          | 5,581<br>(1.65%)    | -0.44 | 5,974<br>(1.33%)    | -0.32 | 6,175<br>(1.12%)    | -0.21 | 6,610<br>(0.92%)    | -0.20 | 7,470<br>(1.08%)    | 0.16  |

ตาราง 10 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ | วัตถุประสงค์ในการ<br>ท่องเที่ยว | 2542                |       | 2543                |       | 2544                |       | 2545                |       | 2546                |       |
|--------|---------------------------------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|---------------------|-------|
|        |                                 | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   | N                   | Δ %   |
| จีน    | พักผ่อน                         | 742,709<br>(95.76%) | 0.81  | 663,837<br>(94.28%) | -1.48 | 649,528<br>(93.47%) | -0.81 | 717,477<br>(94.02%) | 0.55  | 576,382<br>(92.34%) | -1.68 |
|        | ธุรกิจ                          | 19,741<br>(2.55%)   | -0.67 | 25,778<br>(3.66%)   | 1.11  | 29,536<br>(4.25%)   | 0.59  | 30,193<br>(3.96%)   | -0.29 | 31,788<br>(5.09%)   | 1.13  |
|        | การประชุม                       | 3,167<br>(0.41%)    | -0.02 | 3,396<br>(0.48%)    | 0.07  | 4,339<br>(0.62%)    | 0.14  | 4,920<br>(0.64%)    | 0.02  | 4,852<br>(0.78%)    | 0.14  |
|        | การปฏิบัติหน้าที่               | 3,415<br>(0.44%)    | -0.09 | 2,613<br>(0.37%)    | -0.07 | 2,773<br>(0.40%)    | 0.03  | 2,612<br>(0.34%)    | -0.06 | 1,782<br>(0.29%)    | -0.05 |
|        | ทางราชการ                       |                     |       |                     |       |                     |       |                     |       |                     |       |
|        | อื่น ๆ                          | 6,594<br>(0.85%)    | -0.02 | 8,456<br>(1.20%)    | 0.35  | 8,710<br>(1.25%)    | 0.05  | 7,937<br>(1.04%)    | -0.21 | 9,410<br>(1.51%)    | 0.47  |

ตาราง 10 (ต่อ)

หน่วย : คน

| ประเทศ        | วัตถุประสงค์ในการ<br>ท่องเที่ยว | 2542      |       | 2543      |       | 2544      |       | 2545      |       | 2546      |       |
|---------------|---------------------------------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
|               |                                 | N         | Δ %   | N         | Δ %   | N         | Δ %   | N         | Δ %   | N         | Δ %   |
| รวม           | พักผ่อน                         | 3,271,618 | 0.60  | 3,518,460 | -0.34 | 3,690,123 | -0.54 | 4,185,994 | 1.51  | 3,794,668 | -1.65 |
| นักท่องเที่ยว |                                 | (91.01%)  |       | (90.67%)  |       | (90.13%)  |       | (91.64%)  |       | (89.99%)  |       |
| 5 ประเทศ      | ธุรกิจ                          | 242,485   | -0.65 | 282,323   | 0.53  | 313,137   | 0.37  | 284,417   | -1.42 | 312,271   | 1.18  |
|               |                                 | (6.75%)   |       | (7.28%)   |       | (7.65%)   |       | (6.23%)   |       | (7.41%)   |       |
|               | การประชุม                       | 22,604    | 0.06  | 22,944    | -0.04 | 28,974    | 0.12  | 30,834    | -0.04 | 29,376    | 0.03  |
|               |                                 | (0.63%)   |       | (0.59%)   |       | (0.71%)   |       | (0.67%)   |       | (0.70%)   |       |
|               | การปฏิบัติหน้าที่               | 9,941     | -0.01 | 7,527     | -0.09 | 9,659     | 0.05  | 8,964     | -0.04 | 8,921     | 0.01  |
|               | ทางราชการ                       | (0.28%)   |       | (0.19%)   |       | (0.24%)   |       | (0.20%)   |       | (0.21%)   |       |
|               | อื่น ๆ                          | 48,304    | 0.01  | 49,411    | -0.07 | 52,122    | -     | 57,899    | -     | 71,455    | 0.42  |
|               |                                 | (1.34%)   |       | (1.27%)   |       | (1.27%)   |       | (1.27%)   |       | (1.69%)   |       |

ตาราง 10 (ต่อ)

หน่วย : คน

[illegible]

จากตาราง 4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกมีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวรวม 5 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 991,060 คน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ จนถึงปี พ.ศ. 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,338,624 คน

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักรและเกาหลีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในช่วงแรก คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศจีนมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในช่วงแรก คือ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2544 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2545 และกลับมีการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอีกครั้งในปี พ.ศ. 2546

จากตาราง 5 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชายเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง เมื่อดูแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2542-2545 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวชายลดลงในปี พ.ศ. 2546 เมื่อมองทางด้านการเปลี่ยนแปลงของร้อยละพบว่าการเปลี่ยนแปลงของร้อยละลดลงในปี พ.ศ. 2542 และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2543-2544 ส่วนในปี พ.ศ. 2545 กลับมีแนวโน้มลดลง และเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2546 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดจำนวนลงในปี พ.ศ. 2546 ส่วนทางด้านการเปลี่ยนแปลงของร้อยละพบว่าการเปลี่ยนแปลงของร้อยละเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2542 และลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2543-2544 และกลับสูงขึ้นในปี พ.ศ. 2545 ส่วนปี พ.ศ. 2546 กลับลดลงอย่างมากอีกครั้ง

นักท่องเที่ยว 5 ประเทศ โดยภาพรวมแล้วพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชายมีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2542-2545 และกลับมีแนวโน้มลดลงในปี พ.ศ. 2546 เมื่อดูแนวโน้มของร้อยละและการเปลี่ยนแปลงของร้อยละพบว่ามีแนวโน้มลดลงในปี พ.ศ. 2542 และเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2543-2544 และกลับลดลงในปี พ.ศ. 2545 ส่วนปี พ.ศ. 2546 มีการเพิ่มขึ้นอย่างมาก สำหรับจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2542 จนถึงปี พ.ศ. 2545 และลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดลงในปี พ.ศ. 2546 ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2542 และปี พ.ศ. 2543 และลดลงในปี พ.ศ. 2544 โดยในปี พ.ศ. 2545 กลับมีจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงเพิ่มขึ้น หลังจากนั้นในปี พ.ศ. 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวหญิงได้ลดจำนวนลงอย่างมาก

นักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นช่วงปี พ.ศ. 2542-2545 และลดจำนวนลงในปี พ.ศ. 2546 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศเกาหลีที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชายที่เพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงมีจำนวนเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง เมื่อดูแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวชายพบว่ามีแนวโน้มลดลงในปี พ.ศ. 2543 และกลับเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2544-2545 และลดจำนวนลงในปี พ.ศ. 2546 ส่วนนักท่องเที่ยวหญิงมีแนวโน้มลดลงตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2544 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2545 และมีแนวโน้มลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2546

จากตาราง 6 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 จะเห็นว่าอายุของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและนักท่องเที่ยว 5 ประเทศมีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปีตั้งแต่ปี 2542-2545 และลดลงในปีพ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี 25-34 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ในขณะที่นักท่องเที่ยวประเทศจีนมีแนวโน้มลดลง

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 45-54 ปี และ 35-44 ปี ตามลำดับ โดยนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีแนวโน้มลดลง ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี มีแนวโน้มลดลง สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

นักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 45-54 ปี และ 35-44 ปี ตามลำดับ โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 ส่วนช่วงปี พ.ศ. 2544-2546 นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ และมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวมเพิ่มขึ้น

นักท่องเที่ยวประเทศเกาหลีที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

จากตาราง 7 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 จะเห็นได้ว่าอาชีพของนักท่องเที่ยวทั่วโลกที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดในปี พ.ศ. 2542 คือ อาชีพนักวิชาการ ปี พ.ศ. 2543-2544 คือ อาชีพลูกจ้าง ปี พ.ศ. 2545 คือ ผู้ที่ยังไม่ได้ทำงาน ส่วนปี พ.ศ. 2546 คือ อาชีพลูกจ้าง จะเห็นได้ว่าอาชีพลูกจ้างมีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดและมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี 2542-2543 และลดจำนวนลงในปี พ.ศ. 2544 และกลับเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยว 5 ประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2542-2544 มีอาชีพลูกจ้าง ปี พ.ศ. 2545 นักท่องเที่ยวที่ยังไม่ได้ทำงานเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ส่วนปี พ.ศ. 2546 นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้างเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด โดยมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวไม่คงที่ คือ มีความผันผวนเพิ่มขึ้นและลดลงและกลับเพิ่มขึ้นในปีสุดท้าย

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังไม่ได้ทำงาน โดยมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในช่วงแรก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2544-2545 และกลับลดจำนวนลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดมีอาชีพลูกจ้าง โดยนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2542-2543 และลดจำนวนลงในปี พ.ศ. 2544-2545 และกลับมาเพิ่มจำนวนขึ้นอีกครั้งในปี พ.ศ. 2546 ส่วนประเทศจีนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2542-2543 และมีจำนวนลดลงในปี พ.ศ. 2544 และมีจำนวนเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2545 ส่วนปี พ.ศ. 2546 มีจำนวนลดลงอีกครั้ง

นักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดมีอาชีพนักวิชาการ โดยนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในปี พ.ศ. 2543 และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นช่วงปี พ.ศ. 2544-2545 และกลับลดจำนวนลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศเกาหลีที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

จากตาราง 8 แสดงความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2543 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก ส่วนปี พ.ศ. 2544 เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว และปี พ.ศ. 2545 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก ปี พ.ศ. 2546 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกจะมีความผันผวนในแต่ละปี ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

นักท่องเที่ยว 5 ประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2542-2545 เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเป็นครั้งแรก ส่วนในปี พ.ศ. 2546 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกมีความผันผวนเล็กน้อยและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้วมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศสหราชอาณาจักรโดยภาพรวมเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว และมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทั้ง 2 ประเทศ

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก ส่วนในปี พ.ศ. 2544-2546 เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ซึ่งแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรก ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2546 มีแนวโน้มลดลง ส่วนแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2546 มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

นักท่องเที่ยวประเทศเกาหลีและจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2542-2543 เป็นนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก สำหรับประเทศเกาหลีมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ส่วนประเทศจีนมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

จากตาราง 9 แสดงลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 เป็นนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะเดินทางมาด้วยตนเอง และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี

นักท่องเที่ยว 5 ประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2542-2545 จะเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ส่วนปี พ.ศ. 2546 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดจำนวนลงในปี พ.ศ. 2546 สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2542 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ส่วนช่วงปี พ.ศ. 2543-2545 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และในปี พ.ศ. 2546 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ช่วงปี พ.ศ. 2542-2545 มีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี และลดลงในปี พ.ศ. 2546 สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2544 และกลับปรับตัวเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2545 และเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง สำหรับประเทศญี่ปุ่นมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2544 จนกระทั่งปี พ.ศ. 2545-2546 ลดจำนวนลงเล็กน้อย ส่วนประเทศสหราชอาณาจักรมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

นักท่องเที่ยวประเทศเกาหลีและจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีลักษณะการท่องเที่ยวแบบมากับบริษัทนำเที่ยว สำหรับประเทศเกาหลีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และมีจำนวนลดลงในปี พ.ศ. 2546 ส่วนประเทศจีนมีความผันผวนในจำนวนนักท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และกลับลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2543-2544 จากนั้นจำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2545 และกลับลดลงอีกครั้งในปี พ.ศ. 2546

จากตาราง 10 แสดงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2542-2546 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวทั่วโลกนิยมเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อน โดยดูได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดจำนวนลง ในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยว 5 ประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2542-2546 จะเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และลดลงในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนตลอด 5 ปีที่ผ่านมา นั้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546

นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2543 และจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในปี พ.ศ. 2544 ส่วนปี พ.ศ. 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเล็กน้อย ส่วนปี พ.ศ. 2546 นักท่องเที่ยวลดลงอีกครั้งหนึ่ง โดยตลอด 5 ปีจำนวนนักท่องเที่ยวมีความผันผวนไม่คงที่

นักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2545 และจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเพียงเล็กน้อยในปี พ.ศ. 2546

นักท่องเที่ยวประเทศจีนที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อพักผ่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2542 และจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543-2544 และกลับมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย ในปี พ.ศ. 2545 ส่วนปี พ.ศ. 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก จะเห็นได้ว่าตลอด 5 ปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวมีการเพิ่มขึ้นและลดลงตลอดเวลาแสดงให้เห็นถึงความผันผวนไม่มีเสถียรภาพ

**ตอนที่ 2** การวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษา ได้แก่ ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 โดยใช้หลักการทางเศรษฐมิติในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน มีรายละเอียดดังนี้

2.1 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 11 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย

| ตัวแปรอิสระ<br>Independent Variable | $\beta$        | $S_{bi}$ | t        | p_value | F      | p_value |
|-------------------------------------|----------------|----------|----------|---------|--------|---------|
| ค่าคงที่ (Constant)                 | 8.663          | 0.538    | 16.109   | 0.000** | 87.374 | 0.000** |
| $\ln Y_{mt}$                        | 0.340          | 0.036    | 9.347    | 0.000** |        |         |
| $\ln E_{mt}$                        | -0.112         | -        | -0.952   | 0.355   |        |         |
| $\ln R_{mt}$                        | -0.141         | -        | -0.435   | 0.669   |        |         |
| R                                   | = 0.911        |          | N        | = 20    |        |         |
| $R^2$                               | = 0.829        |          | $\alpha$ | = 0.05  |        |         |
| Adjusted $R^2$                      | = 0.820        |          | D.W.     | = 1.145 |        |         |
| ตัวแปรตาม                           | = $\ln Q_{mt}$ |          |          |         |        |         |

โดยที่ \*\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 11 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.911 ( $R$  เท่ากับ 0.911) แสดงว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 91.10 ต่อมาเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.829 ( $R^2$  เท่ากับ 0.829) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.820 (Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.820) แสดงให้เห็นว่าโดยสรุปแล้ว ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 82.00

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{mt} \neq \alpha_m + \beta_{m1} \ln Y_{mt} + \beta_{m2} \ln E_{mt} + \beta_{m3} \ln R_{mt} + e_m$$

$$H_1 : \ln Q_{mt} = \alpha_m + \beta_{m1} \ln Y_{mt} + \beta_{m2} \ln E_{mt} + \beta_{m3} \ln R_{mt} + e_m$$

นั่นคือ

$H_0$  : ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

$H_1$  : ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

ตาราง 11 คำนัยสำคัญของสถิติ  $F$  มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง แสดงว่า ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังสมการ 4.1

$$\begin{aligned} \ln Q_{mt} = & 8.663 + 0.340 \ln Y_{mt} - 0.112 \ln E_{mt} - 0.141 \ln R_{mt} & (4.1) \\ & (16.109)^{**} (9.347)^{**} (-0.952) & (-0.435) \end{aligned}$$

จากสมการ 4.1 จะเห็นได้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\_value$  เท่ากับ  $0.355 > \alpha$ ) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\_value$  เท่ากับ  $0.669 > \alpha$ ) ซึ่งจะได้สมการถดถอยดังสมการ 4.2

$$\ln Q_{mt} = 8.663 + 0.340 \ln Y_{mt} \quad (4.2)$$

(16.109)\*\* (9.347)\*\*

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.340 และในทางตรงกันข้าม เมื่อผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นลดลงร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 0.340 จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย

จากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า ค่า Durbin-Watson (D.W.) เท่ากับ 1.145 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน หมายความว่าค่าคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย ดังนั้นสมการนี้สามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยได้

2.2 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 12 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ  
นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย

| ตัวแปรอิสระ             | $\beta$             | S <sub>bi</sub> | t        | p_value | F      | p_value |
|-------------------------|---------------------|-----------------|----------|---------|--------|---------|
| Independent Variable    |                     |                 |          |         |        |         |
| ค่าคงที่ (Constant)     | 14.770              | 0.321           | 46.049   | 0.000** | 84.416 | 0.000** |
| lnY <sub>jt</sub>       | -0.249              | -               | -0.572   | 0.575   |        |         |
| lnE <sub>jt</sub>       | 0.767               | 0.285           | 2.690    | 0.016** |        |         |
| lnR <sub>jt</sub>       | -1.256              | 0.551           | -2.278   | 0.036** |        |         |
| R                       | = 0.953             |                 | N        | = 20    |        |         |
| R <sup>2</sup>          | = 0.909             |                 | $\alpha$ | = 0.05  |        |         |
| Adjusted R <sup>2</sup> | = 0.898             |                 | D.W.     | = 1.168 |        |         |
| ตัวแปรตาม               | = lnQ <sub>jt</sub> |                 |          |         |        |         |

โดยที่ \*\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 12 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง  
ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบ  
ของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวน  
นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์  
สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.953 (R เท่ากับ 0.953) แสดงว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น  
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของ  
ประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก  
ประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 95.30 ต่อมาเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ  
พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.909 ( $R^2$  เท่ากับ 0.909) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว  
มีค่าเท่ากับ 0.898 (Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.898) แสดงให้เห็นว่าโดยสรุปแล้ว ผลิตภัณฑ์ในประเทศ  
เบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภค  
ของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ  
ญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 89.80

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{jt} \neq \alpha_j + \beta_{j1} \ln Y_{jt} + \beta_{j2} \ln E_{jt} + \beta_{j3} \ln R_{jt} + e_j$$

$$H_1 : \ln Q_{jt} = \alpha_j + \beta_{j1} \ln Y_{jt} + \beta_{j2} \ln E_{jt} + \beta_{j3} \ln R_{jt} + e_j$$

นั่นคือ

$H_0$  : ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

$H_1$  : ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

ตาราง 12 ค่านัยสำคัญของสถิติ F มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง แสดงว่า ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอย สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังสมการ 4.3

$$\ln Q_{jt} = 14.770 - 0.249 \ln Y_{jt} + 0.767 \ln E_{jt} - 1.256 \ln R_{jt} \quad (4.3)$$

(46.049)\*\* (-0.572) (2.690)\*\* (-2.278)\*\*

จากสมการ 4.3 จะเห็นได้ว่าผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p\_value เท่ากับ  $0.575 > \alpha$ ) ซึ่งจะได้สมการถดถอยดังสมการ 4.4

$$\ln Q_{jt} = 14.770 + 0.767 \ln E_{jt} - 1.256 \ln R_{jt} \quad (4.4)$$

(46.049)\*\* (2.690)\*\* (-2.278)\*\*

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้นร้อยละ 1 หมายความว่า เงินหนึ่งหน่วยเดิมของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นสามารถแลกเปลี่ยนเงินบาทได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.767 จะเห็นได้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 1.256 และในทางตรงกันข้าม เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.256 จะเห็นได้ว่าอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย

จากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่าค่า Durbin-Watson (D.W.) เท่ากับ 1.168 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน หมายความว่าค่าคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย ดังนั้นสมการนี้สามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยได้

2.3 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักร เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 13 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย

| ตัวแปรอิสระ<br>Independent Variable | $\beta$        | $S_{bi}$ | t        | p_value | F      | p_value |
|-------------------------------------|----------------|----------|----------|---------|--------|---------|
| ค่าคงที่ (Constant)                 | -22.862        | 3.528    | -6.480   | 0.000** | 93.672 | 0.000** |
| $\ln Y_{ut}$                        | 2.178          | 0.256    | 8.504    | 0.000** |        |         |
| $\ln E_{ut}$                        | -0.802         | 0.404    | -1.985   | 0.065*  |        |         |
| $\ln R_{ut}$                        | 4.905          | 1.081    | 4.539    | 0.000** |        |         |
| R                                   | = 0.973        |          | N        | = 20    |        |         |
| $R^2$                               | = 0.946        |          | $\alpha$ | = 0.05  |        |         |
| Adjusted $R^2$                      | = 0.936        |          | D.W.     | = 1.301 |        |         |
| ตัวแปรตาม                           | = $\ln Q_{ut}$ |          |          |         |        |         |

โดยที่ \*\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ตาราง 13 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.973 (R เท่ากับ 0.973) แสดงว่า ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 97.30 ต่อมาเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.946 ( $R^2$  เท่ากับ 0.946) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.936 (Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.936) แสดงให้เห็นว่าโดยสรุปแล้วผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 93.60

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{ut} \neq \alpha_u + \beta_{u1} \ln Y_{ut} + \beta_{u2} \ln E_{ut} + \beta_{u3} \ln R_{ut} + e_u$$

$$H_1 : \ln Q_{ut} = \alpha_u + \beta_{u1} \ln Y_{ut} + \beta_{u2} \ln E_{ut} + \beta_{u3} \ln R_{ut} + e_u$$

นั่นคือ

$H_0$  : ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

$H_1$  : ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

ตาราง 13 ค่านัยสำคัญของสถิติ F มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง แสดงว่า ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอย สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อน ได้ดังสมการ 4.5

$$\ln Q_{ut} = -22.862 + 2.178 \ln Y_{ut} - 0.802 \ln E_{ut} + 4.905 \ln R_{ut} \quad (4.5)$$

$$(-6.480)^{**} \quad (8.504)^{**} \quad (-1.985)^{*} \quad (4.539)^{**}$$

จากสมการ 4.5 จะเห็นได้ว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\_value$  เท่ากับ  $0.000 < \alpha$ ) ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\_value$  เท่ากับ  $0.065 < \alpha$ ) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\_value$  เท่ากับ  $0.000 < \alpha$ ) ซึ่งเป็นไปตามสมการ 4.5

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.178 และในทางตรงกันข้ามเมื่อผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นลดลงร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 2.178 จะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้นร้อยละ 1 หมายความว่า เงินหนึ่งหน่วยเดิมของนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรสามารถแลกเปลี่ยนเงินบาทได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 0.802 จะเห็นได้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.905 และในทางตรงกันข้ามเมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 4.905 จะเห็นได้ว่าอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย

จากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า ค่า Durbin-Watson (D.W.) เท่ากับ 1.301 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน หมายความว่า ค่าคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย ดังนั้น สมการนี้สามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ ประเทศไทยได้

2.4 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวประเทศเกาหลี เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลี เข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 14 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย

| ตัวแปรอิสระ<br>Independent Variable | $\beta$        | $S_{bi}$ | t        | p_value | F       | p_value |
|-------------------------------------|----------------|----------|----------|---------|---------|---------|
| ค่าคงที่ (Constant)                 | 18.253         | 2.093    | 8.721    | 0.000** | 153.737 | 0.000** |
| $\ln Y_{kt}$                        | 0.158          | -        | 1.455    | 0.165   |         |         |
| $\ln E_{kt}$                        | 1.512          | 0.602    | 2.511    | 0.022** |         |         |
| $\ln R_{kt}$                        | 18.777         | 1.071    | 17.531   | 0.000** |         |         |
| R                                   | = 0.973        |          | N        | = 20    |         |         |
| $R^2$                               | = 0.948        |          | $\alpha$ | = 0.05  |         |         |
| Adjusted $R^2$                      | = 0.941        |          | D.W.     | = 1.105 |         |         |
| ตัวแปรตาม                           | = $\ln Q_{kt}$ |          |          |         |         |         |

โดยที่ \*\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 14 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่าง ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบ ของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวน นักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.973 (R เท่ากับ 0.973) แสดงว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 97.30 ต่อมาเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.948 ( $R^2$  เท่ากับ 0.948) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.941 (Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.941) แสดงให้เห็นว่าโดยสรุปแล้ว ผลลัพธ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 94.10

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{kt} \neq \alpha_k + \beta_{k1} \ln Y_{kt} + \beta_{k2} \ln E_{kt} + \beta_{k3} \ln R_{kt} + e_k$$

$$H_1 : \ln Q_{kt} = \alpha_k + \beta_{k1} \ln Y_{kt} + \beta_{k2} \ln E_{kt} + \beta_{k3} \ln R_{kt} + e_k$$

นั่นคือ

$H_0$  : ผลลัพธ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

$H_1$  : ผลลัพธ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

ตาราง 14 ค่านัยสำคัญของสถิติ F มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง แสดงว่า ผลลัพธ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังสมการ 4.6

$$\ln Q_{kt} = 18.253 + 0.158 \ln Y_{kt} + 1.512 \ln E_{kt} + 18.777 \ln R_{kt} \quad (4.6)$$

(8.721)\*\*    (1.455)    (2.511)\*\*    (17.531)\*\*

จากสมการ 4.6 จะเห็นได้ว่าผลลัพธ์ในประเทศเบื้องต้นสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\_value$  เท่ากับ  $0.165 > \alpha$ ) ซึ่งจะได้สมการถดถอยดังสมการ 4.7

$$\ln Q_{kt} = 18.253 + 1.512 \ln E_{kt} + 18.777 \ln R_{kt} \quad (4.7)$$

$$(8.721)^{**} \quad (2.511)^{**} \quad (17.531)^{**}$$

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้นร้อยละ 1 หมายความว่า เงินหนึ่งหน่วยเดิมของนักท่องเที่ยวประเทศเกาหลีสามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินบาทได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.512 จะเห็นได้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.777 และในทางตรงกันข้าม เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยลดลงร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 18.777 จะเห็นได้ว่า อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย

จากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า ค่า Durbin-Watson (D.W.) เท่ากับ 1.105 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน หมายความว่า ค่าคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย ดังนั้น สมการนี้สามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยได้

2.5 การวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศจีน เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 15 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย

| ตัวแปรอิสระ<br>Independent Variable | $\beta$        | $S_{bi}$ | t        | p_value | F       | p_value |
|-------------------------------------|----------------|----------|----------|---------|---------|---------|
| ค่าคงที่ (Constant)                 | -9.060         | 1.875    | -4.832   | 0.000** | 210.114 | 0.000** |
| $\ln Y_{ct}$                        | 1.271          | 0.091    | 13.970   | 0.000** |         |         |
| $\ln E_{ct}$                        | -1.198         | 0.228    | -5.266   | 0.000** |         |         |
| $\ln R_{ct}$                        | 0.084          | -        | 1.486    | 0.157   |         |         |
| R                                   | = 0.980        |          | N        | = 20    |         |         |
| $R^2$                               | = 0.961        |          | $\alpha$ | = 0.05  |         |         |
| Adjusted $R^2$                      | = 0.957        |          | D.W.     | = 1.335 |         |         |
| ตัวแปรตาม                           | = $\ln Q_{ct}$ |          |          |         |         |         |

โดยที่ \*\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตาราง 15 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.980 (R เท่ากับ 0.980) แสดงว่าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 98.00 ต่อมาเมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพบๆ พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.961 ( $R^2$  เท่ากับ 0.961) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.957 (Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.957) แสดงให้เห็นว่าโดยสรุปแล้ว ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 95.70

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{ct} \neq \alpha_c + \beta_{c1} \ln Y_{ct} + \beta_{c2} \ln E_{ct} + \beta_{c3} \ln R_{ct} + e_c$$

$$H_1 : \ln Q_{ct} = \alpha_c + \beta_{c1} \ln Y_{ct} + \beta_{c2} \ln E_{ct} + \beta_{c3} \ln R_{ct} + e_c$$

นั่นคือ

$H_0$  : ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

$H_1$  : ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น

ตาราง 15 ค่านัยสำคัญของสถิติ F มีค่าเท่ากับ 0.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่าค่านัยสำคัญที่ตั้งไว้ นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานรอง แสดงว่า ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบเชิงเส้น ซึ่งจากการวิเคราะห์การถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังสมการ 4.8

$$\ln Q_{ct} = -9.060 + 1.271 \ln Y_{ct} - 1.198 \ln E_{ct} + 0.084 \ln R_{ct} \quad (4.8)$$

(-4.832)\*\* (13.970)\*\* (-5.266)\*\* (1.486)

จากสมการ 4.8 จะเห็นได้ว่าอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ( $p\_value$  เท่ากับ  $0.157 > \alpha$ ) ซึ่งจะได้สมการถดถอยดังสมการ 4.9

$$\ln Q_{ct} = -9.060 + 1.271 \ln Y_{ct} - 1.198 \ln E_{ct} \quad (4.9)$$

(-4.832)\*\* (13.970)\*\* (-5.266)\*\*

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่อผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.271 และในทางตรงกันข้ามเมื่อผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้นลดลงร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยลดลง 1.271 จะเห็นได้ว่าผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย

จากผลการวิเคราะห์พบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้นร้อยละ 1 หมายความว่า เงินหนึ่งหน่วยเดิมของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนสามารถแลกเป็นเงินบาทได้เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 1.198 จะเห็นได้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย

จากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า ค่า Durbin-Watson (D.W.) เท่ากับ 1.335 แสดงว่าค่าคลาดเคลื่อนเป็นอิสระกัน หมายความว่า ค่าคลาดเคลื่อนไม่มีความสัมพันธ์กันเอง ซึ่งเป็นไปตามเงื่อนไขของการวิเคราะห์ความถดถอย ดังนั้น สมการนี้สามารถใช้อธิบายความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยได้

ตาราง 16 สรุปผลการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

| ประเทศ        | ค่าคงที่   | $\ln Y_t$  | $\ln E_t$  | $\ln R_t$  | $R^2$ | Adjusted $R^2$ | F-statistic | D.W.  |
|---------------|------------|------------|------------|------------|-------|----------------|-------------|-------|
| มาเลเซีย      | 8.663      | 0.340      | -0.112     | -0.141     | 0.829 | 0.820          | 87.374**    | 1.145 |
| $\ln Q_{mt}$  | (16.109)** | (9.347)**  | (-0.952)   | (-0.435)   |       |                |             |       |
| ญี่ปุ่น       | 14.770     | -0.249     | 0.767      | -1.256     | 0.909 | 0.898          | 84.416**    | 1.168 |
| $\ln Q_{jt}$  | (46.049)** | (-0.572)   | (2.690)**  | (-2.278)** |       |                |             |       |
| สหราชอาณาจักร | -22.862    | 2.178      | -0.802     | 4.905      | 0.946 | 0.936          | 93.672**    | 1.301 |
| $\ln Q_{ut}$  | (-6.480)** | (8.504)**  | (-1.985)*  | (4.539)**  |       |                |             |       |
| เกาหลี        | 18.253     | 0.158      | 1.512      | 18.777     | 0.948 | 0.941          | 153.737**   | 1.105 |
| $\ln Q_{kt}$  | (8.721)**  | (1.455)    | (2.511)**  | (17.531)** |       |                |             |       |
| จีน           | -9.060     | 1.271      | -1.198     | 0.084      | 0.961 | 0.957          | 210.114**   | 1.335 |
| $\ln Q_{ct}$  | (-4.832)** | (13.970)** | (-5.266)** | (1.486)    |       |                |             |       |

หมายเหตุ : ค่าในวงเล็บ คือ ค่า t-test

\*\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

\* ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10

ที่มา : จากการคำนวณ

2.6 ตารางสรุปผลการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจาก ประเทศ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลดังตารางนี้

จากการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทยนั้น สามารถสรุปความสัมพันธ์ของ ปัจจัยต่าง ๆ ดังตาราง 16

ตาราง 16 แสดงสรุปผลการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว จากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

1) ผลกระทบในประเทศเบื้องต้น

จากการศึกษาพบว่า ผลกระทบในประเทศเบื้องต้นของประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักรและจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ มาเลเซีย สหราชอาณาจักรและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ส่วนประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีนั้นผลกระทบในประเทศเบื้องต้นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าสู่ ประเทศไทย

2) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

จากการศึกษาพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศของ ประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย ส่วนประเทศสหราชอาณาจักรและจีนนั้นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศของประเทศสหราชอาณาจักรและจีนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวน นักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและจีนเข้าสู่ประเทศไทย สำหรับประเทศมาเลเซียนั้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศของประเทศมาเลเซียไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวน นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย

3. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทาง เดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย ส่วน อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียและจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและจีนเข้าสู่ ประเทศไทย



(Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.936) หมายความว่า ผลัดภณฑึนในประเทศเบื่องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหวางประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผูบรโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผูบรโภคของประเทศไทยสงผลตอจำนวนนกทองเทียวกจากประเทศสหราชอาณาจักรเขาสูประเทศไทย คัดเบ็นรื่อยละ 93.60 ส่วนประเทศที่มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแลว (Adjusted  $R^2$ ) นอยที่สุด คือ ประเทศมาเลเซีย ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแลว มีค่าเท่ากับ 0.820 (Adjusted  $R^2$  เท่ากับ 0.820) หมายความว่า ผลัดภณฑึนในประเทศเบื่องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหวางประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผูบรโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผูบรโภคประเทศไทยสงผลตอจำนวนนกทองเทียวกจากประเทศมาเลเซียเขาสูประเทศไทย คัดเบ็นรื่อยละ 82.00

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการวิจัยทั้งหมด พร้อมทั้งอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ โดยมีรายละเอียดตามหัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีดำเนินการวิจัย
2. สรุปผลการวิจัย
3. อภิปรายผล
4. ข้อเสนอแนะ

#### 1. สังเขปความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งมีความมุ่งหมาย สมมติฐานและวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

##### ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมาย ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

##### สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลผลิตภายในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย
2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย
3. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้มีรายละเอียดเกี่ยวกับวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

### ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งจะเก็บรวบรวมไว้ในหนังสือรายปี ดังต่อไปนี้

1.1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 เก็บจากหนังสือ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand : Tourism Authority of Thailand.

1.2 ข้อมูลทางด้านปัจจัยทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 เก็บจากฐานข้อมูล EIU จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

1.3 ข้อมูลสถิติทางการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยทำการศึกษาดังแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 เก็บจากหนังสือ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand : Tourism Authority of Thailand

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยมีเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1 ตารางข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542-2546 ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

2 ตารางปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546 ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

3 ตารางจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2527-2546

## สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ มีการใช้สถิติทั้งสถิติพรรณนาและสถิติอ้างอิง ดังนี้

1. สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ
2. สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้ F-test และ t-test
3. การวิเคราะห์ด้วยสถิติอื่น ๆ ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน

## 2. สรุปผลการวิจัย

หลังจากทำการศึกษิตตามกระบวนการที่ตั้งไว้แล้วข้างต้น ทำให้ได้ผลการวิจัย ดังนี้

### 2.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญีปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญีปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน เข้าสู่ประเทศไทยในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา คือ พ.ศ. 2542-2546 พบว่า แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าประเทศหลักที่ยังคงเป็นประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงเป็นประเทศภายในภูมิภาคเดียวกับไทย ซึ่งประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ประเทศญีปุ่น

นักท่องเที่ยวเพศชายยังคงครองสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงกว่าเพศหญิงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา คือ พ.ศ. 2542-2546 พบว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเกินร้อยละ 50 ของทั้ง 5 ประเทศยังคงเป็นเพศชาย สำหรับอายุของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 25-34 ปี โดยนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศจีนจะมีระดับอายุสูงสุด คือ อายุระหว่าง 35-44 ปี

อาชีพของนักท่องเที่ยวนั้น โดยภาพรวมจะพบว่า กลุ่มอาชีพลูกจ้างเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ประเทศสหราชอาณาจักรเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะดี ในขณะที่กลุ่มประเทศภายในภูมิภาคเดียวกับประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะระดับกลางและล่าง

สำหรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรกและมีการเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว เมื่อพิจารณาถึงประเทศมาเลเซียจะพบว่า มีลักษณะการเดินทางมาด้วยตนเอง เพราะมีพรมแดนติดต่อกับภาคใต้ของประเทศไทย ทำให้การเดินทางสะดวก สามารถเดินทางมาเองได้โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยบริษัทนำเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวทั้ง 5 ประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น พบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อน ยังคงครองสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมา คือ การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ

## 2.2 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

การท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากในการนำรายได้จากชาวต่างประเทศเข้ามาสู่ประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับภาคการผลิตต่าง ๆ หลากหลายสาขาในทุกระดับของการผลิต ส่งผลให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ และเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมากมายอันจะเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย งานวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2542-2546 และศึกษาถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2527-2546 โดยแยกศึกษาเป็นรายประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีน ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

### 2.2.1 ประเทศมาเลเซีย

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย

### 2.2.2 ประเทศญี่ปุ่น

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 สำหรับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ส่วนผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย

### 2.2.3 ประเทศสหราชอาณาจักร

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.10

#### 2.2.4 ประเทศเกาหลี

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลี ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ส่วนผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย

#### 2.2.5 ประเทศจีน

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับ 0.05 สำหรับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเข้าสู่ประเทศไทย

### 3. อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ทำให้ทราบถึงปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญีปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มีบางส่วนที่ตรงตามสมมติฐานที่วางไว้ และบางส่วนที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

**สมมติฐานข้อที่ 1** “ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญีปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักรและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีหทัย เพชรสุข (2542 :54) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปสู่ประเทศไทยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร เยอรมนี ฝรั่งเศส อิตาลี สวีเดน คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ กล่าวคือ เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศดังกล่าวเพิ่มขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร เจริญเวทย์วุฒิ (2546 : 81-84) ซึ่งได้ทำการศึกษา เรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยว

ชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา มาเลเซียและจีน ผลการศึกษาพบว่า ผลกระทบมวลรวมภายในประเทศต่อหัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย และมาลีรัตน์ สุขศรี (2540 : 51) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวประเทศ ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลียและประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล (GNP per capita) ของทุกประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนักวิชาการ 2 ท่าน คือบุญหลิบ พาณิชชาติ (2544 : 336) และมิดเดิลตัน (Middleton. 1994 : 37) โดยกล่าวสนับสนุนว่า เมื่อประชาชนมีรายได้สูง ย่อมมีโอกาที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มประชาชนที่มีรายได้ต่ำกว่า เพราะตามปกติประชาชนที่มีรายได้ต่ำมักจะจับจ่ายใช้สอยในสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพก่อน เมื่อมีรายได้เหลือจึงจะนำไปใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น รายได้ของประชาชนจึงเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณนักท่องเที่ยว

2. ผลกระทบในประเทศเบื้องต้นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากรัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนประชาชนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA1) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยยังได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่นอยู่มาก (มาลีรัตน์ สุขศรี. 2540 : 35) รวมทั้งมีความได้เปรียบในเรื่องของระยะทางที่ใกล้ มีความสะดวกในการเดินทางมาถึง มีความปลอดภัยและมีความคุ้มค่าเงิน (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA4) นอกจากนี้การพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากรในประเทศเกาหลีไม่ว่าจะเป็นการลดเวลาในการทำงานของชาวเกาหลีให้น้อยลง และเพิ่มเวลาเพื่อการพักผ่อนมากขึ้น โดยมีการส่งเสริมให้ชาวเกาหลีเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น (มาลีรัตน์ สุขศรี. 2540 : 36) จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ผลกระทบในประเทศเบื้องต้นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย เพราะฉะนั้นไม่ว่าผลกระทบในประเทศเบื้องต้นจะสูงหรือต่ำจึงไม่ส่งผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี และจากการศึกษาของหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527 : 91) ได้กล่าวว่า ความรู้สึกของคนที่อยู่ต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป บางคนแม้จะมีรายได้สูง แต่ก็ไม่เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นความต้องการสำคัญของชีวิต ชาวชนบทที่เดินทางมักมีค่าใช้จ่ายเพื่อท่องเที่ยว แต่ในขณะที่บางคนจะมีรายได้เท่าใดไม่สำคัญ เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต ถ้าไม่ได้ท่องเที่ยวตามที่ปรารถนาจะหงุดหงิด และแสดงความไม่พอใจ (โปรดลองสังเกตเด็กอายุระหว่าง 6-7 ขวบ ถึง 12-13 ขวบ ความปรารถนาที่จะท่องเที่ยวไปตามเรือกสวน, ไร่นา, คลอง, บึง, ป่าเขา, ค่อนข้างรุนแรง ถ้าความปรารถนาเช่นนี้เด็กทำตามได้บ่อย ๆ จนเป็นนิสัย โตขึ้นยากจนจนขั้นแค้นอย่างไร ก็ยังเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นความจำเป็นชนิดหนึ่ง)

**สมมติฐานข้อที่ 2** “อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 2 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของนุสรา กลิ่นภู (2546 : 59) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุदारตน์ พันธนิกุล (2545 : 127) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศของประเทศนักท่องเที่ยวกับค่าเงินบาทของไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุจินต์พร จินตนา (2538 : 67) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราเปรียบเทียบกับระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ รวมทั้งสอดคล้องกับการศึกษาของวินิจ วีรยางกูร (2532 : 33) ได้กล่าวว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปมีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีเงินตราสกุลแข็ง จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศที่มีเงินตราสกุลอ่อนกว่า และบุญหลิบ พาณิชชาติ (2544 : 337) ได้กล่าวว่า ประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่ามีศักยภาพในการเชิญชวน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่าให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวทำให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษา เช่น ความสงบเรียบร้อยภายในประเทศไทยซึ่งแตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกัน รวมถึงสภาพเศรษฐกิจในประเทศที่เข้มแข็ง นอกจากนี้การเกิดปัญหาโรคระบาดปากเปื่อยเท้าเปื่อยในประเทศสหราชอาณาจักร ส่งผลให้หลายประเทศในภูมิภาคยุโรปและเอเชียแสดงท่าทีรังเกียจนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศสหราชอาณาจักร ในขณะที่ประเทศไทยไม่ได้แสดงปฏิกิริยาต่อการระบาดของโรคนี้มากนัก เพียงแต่ประกาศไม่ให้นักท่องเที่ยวนำเนื้อสัตว์จากต่างประเทศเข้ามาเท่านั้น ซึ่งเป็นมาตรการที่ไม่ส่งผลกระทบทางด้านจิตวิทยาต่อนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร และกลับทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกได้รับการต้อนรับเมื่อเดินทางมาประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่น (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA2) สำหรับประเทศ

จีนนั้นอาจมีปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษา เช่น สภาวะเศรษฐกิจของประเทศจีนดีขึ้นส่งผลให้ประชาชนมีกำลังทรัพย์มากขึ้น จึงเพิ่มโอกาสในการเดินทางไปต่างประเทศของชาวจีนแผ่นดินใหญ่มากขึ้น และจากความสัมพันธ์อันดีของประเทศไทยและประเทศจีน จึงทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศเป้าหมายในการเยี่ยมเยือน โดยประเทศไทยเป็นประเทศที่อยู่ในอันดับต้น ๆ ที่รัฐบาลจีนอนุญาตให้คนจีนเดินทางมาเที่ยวได้ ซึ่งชาวจีนรับรู้ในเรื่องนี้เป็นอย่างดี และนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งเพื่อประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนความรู้ และเพื่อการท่องเที่ยวทัศนศึกษา ดังนั้น นักท่องเที่ยวจากจีนจึงหลั่งไหลเข้าประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA1,EA5) ในขณะเดียวกันรัฐบาลจีนยังอนุญาตให้ชาวจีนสามารถเดินทางไปประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรปได้ ซึ่งชาวจีนส่วนมากมีความใฝ่ฝันอยากเดินทางไปยังประเทศเหล่านี้ และขณะนี้ประเทศเยอรมนีและออสเตรียต่างก็มุ่งเน้นเจาะตลาดจีนเป็นหลัก ซึ่งจะทำให้ประเทศไทยมีคู่แข่งมากยิ่งขึ้นด้วย (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA2) จากเหตุผลดังกล่าวทำให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศไทย มีการคมนาคมที่สะดวกสามารถเดินทางไปกลับได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546 : EA1) และนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดแถบภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาสั้น ๆ ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียจึงไม่ใคร่ให้ความสำคัญกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (สุจินต์พร จินตนา. 2538 : 2) และจากการศึกษาของหม่อมหลวงตุ้ย ชุมสาย (2527 : 103) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมิได้ใช้เหตุผลเกี่ยวกับการใช้เงินเหมือนนักธุรกิจการเงิน นักท่องเที่ยวคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวก็จริงอยู่ แต่ก็ใช้กับเพียงหนึ่งในหลาย ๆ ตัวประกอบที่เกี่ยวกับอุปสงค์ เหตุผลสำคัญกว่าที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวในประเทศหนึ่งประเทศใด อาจเป็นเพราะประเทศนั้นสวยงาม อากาศดี มีที่เที่ยวนอกและเป็นแฟชั่นกันว่าจะต้องไป (เช่น หัวหินเมื่อ 40 ปีมาแล้ว และเชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต ในปัจจุบัน) และบางทีเหตุผลเพียงเท่านี้ก็พอสำหรับที่นักท่องเที่ยวจะยอมอดอดมในเรื่องอื่น ๆ เพื่อเก็บเงินไว้ไปเที่ยว

**สมมติฐานข้อที่ 3** “อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเข้าสู่ประเทศไทย”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 3 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของวีระพล วงศ์ประเสริฐ (2536 : 63,130-131) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวต่อดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย ซึ่งอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 4 ประเทศ คือ ประเทศออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และอินเดีย จากงานวิจัยดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า หากดัชนีราคาของผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง จะส่งผลให้ระดับราคาสินค้าภายในประเทศนักท่องเที่ยวสูงขึ้นด้วย ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าสินค้าและบริการภายในประเทศของเขามีราคาแพงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าและบริการของประเทศไทย จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้ความสนใจในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษา เช่น จากการศึกษาของหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527 : 92-93) ได้กล่าวว่า ความรู้สึกเกี่ยวกับราคาของบริการการท่องเที่ยว ราคาของบริการท่องเที่ยวแปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและสถานที่มากกว่าราคาของสินค้าและบริการอื่น ๆ ถ้าการท่องเที่ยวไปรวมตัวอยู่ ณ จุดใดจุดหนึ่งหรือบริเวณใดบริเวณหนึ่ง (เช่น ที่พัทยา ที่กรุงแมดริด หรือในประเทศฝรั่งเศส หรือในทวีปยุโรป) ช่วงเวลาหนึ่ง ๆ คาบหนึ่ง การขึ้น ๆ ลง ๆ ของราคาจะเป็นไปได้อย่างมาก ปฏิกริยาเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวต่อราคาบริการท่องเที่ยวสังเกตได้จากการที่นักท่องเที่ยวบางคนเคยชินกับการไปท่องเที่ยวแบบหนึ่ง ทุก ๆ ปี เขาก็จะยอมรับราคาบริการที่เพิ่มขึ้นโดยครั้นที่จะหาทางออกเป็นอย่างอื่น และนักท่องเที่ยวบางคนที่มีรายได้น้อย จะยอมจ่ายเงินมาก ๆ เพื่อซื้อบริการการท่องเที่ยวเพื่อทำให้คนอื่นเห็นว่าตนมีฐานะดีพิเศษ และโก้เก๋เทียมเศรษฐกิจ โดยมีปรัชญาว่า “ครั้งเดียวในชีวิตจะเป็นอะไรไป” ประทับไว้ในชีวิตประวัติ นักท่องเที่ยวหลายคนจะเข้าไปดูมหรสพ หรือนิทรรศการ หรืออะไรแปลก ๆ ซึ่งค่าเข้าชมมากเป็นพิเศษ เพราะตื้นตันจากการชมจากการโฆษณาไม่ได้ และก็มีแนวโน้มที่อยากจะโกหกตามคนอื่นอยู่แล้ว รวมทั้งคนที่เดินทางไปท่องเที่ยวไกล ๆ มักจะคิดหน้า

คิดหลังเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่จะต้องเสีย มากกว่าผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวไกล ๆ นอกจากนี้การเดินทางไกล ๆ นักท่องเที่ยวมักต้องตั้งงบประมาณเผื่อขาดไว้มาก ๆ เพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายซึ่งมองไม่เห็นล่วงหน้า นอกจากนี้วิภาวี สงวนรัตน์ (2540 : 56) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ออสเตรเลียและฝรั่งเศส

3. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียและจีนกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและจีนเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากความร่วมมือระหว่างประเทศไทย – มาเลเซีย – อินโดนีเซีย ในโครงการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจน่าจะมีส่วนผลักดันให้มีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกันมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น การขยายเวลาเปิดด่านชายแดนประเทศไทย – มาเลเซีย มาลีรัตน์ สุขศรี (2540 : 27) นอกจากนี้การมีแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลายและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวจีนได้เป็นอย่างดี มาลีรัตน์ สุขศรี (2540 :32) รวมทั้งการผ่อนคลายระเบียบพิธีการเข้าเมืองและการเร่งปรับแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (รายงานเศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2545 : 12-13) และจากการศึกษาของหม่อมหลวง ต้อย ชุมสาย (2527 : 93) พบว่า ความรู้สึกไวต่อราคาไวต่อราคาบริการท่องเที่ยวจะลดน้อยลงสำหรับนักท่องเที่ยวที่กั้นงบประมาณการท่องเที่ยวไว้มาก ๆ เช่น นักท่องเที่ยวแบบไปแคมป์ หรือไปกันทั้งครอบครัวมักจะเสาะหาดูก่อนว่า อาหารร้านไหนถูก ร้านไหนแพง แต่นักท่องเที่ยวที่ร่ำรวยจะเข้าไปกินอาหารในภัตตาคารชั้นดีแห่งแรกที่ได้พบ โดยไม่คำนึงถึงราคาจะสูงต่ำเพียงใด จะเห็นได้ว่า อุปสงค์เชิงการท่องเที่ยวไหวตัวไปกับการกระเพื่อมขึ้นลงของราคาสินค้าและบริการในอาณานิคมของการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก และนักท่องเที่ยวทั้งหลายก็มักจะเตรียมพร้อมที่จะเผชิญกับภาวะการณ์เช่นนี้ของราคาของการท่องเที่ยว ปฏิกริยาเชิงเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวโดยมากเป็นไปอย่างไม่มีเหตุผลบ้าง และค่อนข้างไปในทางไร้หลักเกณฑ์ ดังนั้น ไม่ว่าดัชนีราคาผู้บริโภคจะอยู่ในระดับสูงหรือต่ำ จึงไม่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและจีนเข้าสู่ประเทศไทย

#### 4. ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

##### 4.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปใช้ให้เกิดประโยชน์ ดังนี้

4.1.1 จากผลการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า แนวโน้มของผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย จีน และ สหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย คือ ถ้าผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย จีน และ สหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.340 1.271 และ 2.178 ตามลำดับ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรมีการวางแผนการตลาดเชิงรุกในประเทศมาเลเซีย จีน และ สหราชอาณาจักร เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เช่น ทวีร์วัฒนธรรมไทยจีน สปา และการบำบัดดูแลสุขภาพ ดำน้ำ ตกปลา การซื้อสินค้าปลอดภาษี

4.1.2 จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่า แนวโน้มของอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทย คือ เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรและเกาหลีเข้าสู่ประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.905 และ 18.777 ตามลำดับ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐบาลควรดูแลทางด้านระดับราคาสินค้าและบริการโดยควบคุมระดับราคาสินค้าและบริการให้อยู่ในกลไกของตลาด ในระดับที่มีความเหมาะสม เกิดความเป็นธรรมแก่นักท่องเที่ยว หรือควรจัดตั้งหน่วยงานขึ้นมาดูแลรับผิดชอบด้านราคาสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐานแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ รวมทั้งภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมือกับหน่วยงานทางราชการโดยไม่ฉวยโอกาสขึ้นราคาสินค้าและบริการที่ขายให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

4.1.3 จากผลการวิจัยในครั้งนี้พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีระดับอายุระหว่าง 25-34 ปี เป็นเพศชาย ประกอบอาชีพลูกจ้าง โดยเดินทางเป็นครั้งแรกและมากับบริษัทนำเที่ยว ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐบาลและบริษัทนำเที่ยวควรร่วมมือกันวางแผนเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าว ซึ่งอยู่ในวัยทำงานและเป็นเพศชายและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก ให้เกิดความประทับใจในกิจกรรมการท่องเที่ยว อาทิเช่น กิจกรรมการดำน้ำ การตกปลา การแข่งแรลลี่จักรยานเสือภูเขา หรือการไต่หน้าผา การล่องแก่ง ซึ่งกิจกรรมเหล่านี้ล้วนเป็นกิจกรรมที่ทำหายและเป็นกิจกรรมผจญภัยที่มีความเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวชายที่มีใจรักในการผจญภัย

#### 4.2 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่จะศึกษา ดังนี้

4.2.1 ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยคาดว่าจะส่งผลต่อการท่องเที่ยวเพียง 3 ปัจจัย ได้แก่ ผลกระทบในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศและอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านเวลา ในการศึกษาครั้งต่อไป เพื่อให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ควรจะศึกษาปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) ปัจจัยทางด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยว
- 2) ต้นทุนในการเดินทางของนักท่องเที่ยว
- 3) ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยว
- 4) ปัจจัยทางด้านความสะดวกในการเดินทาง
- 5) สภาพภูมิศาสตร์
- 6) สภาพสังคมและวัฒนธรรม
- 7) นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ
- 8) ปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่แสดงถึงความแตกต่างของแต่ละประเทศ

4.2.2 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากทั่วโลก มีได้มีเพียงประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลีและจีนเท่านั้น ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาประเทศอื่น ๆ ที่มีความน่าสนใจสำหรับประเทศไทย โดยศึกษาเป็นรายประเทศ เพื่อกระจายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น เช่น ประเทศแถบภูมิภาคยุโรป ประเทศแถบภูมิภาคอเมริกา ประเทศแถบภูมิภาคโอเชียเนีย โดยควรศึกษาลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นตลาดเป้าหมายของประเทศไทย เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยในการดำเนินงานและวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

4.2.3 ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาวิธีการต่าง ๆ เช่น การออกแบบสอบถามเพื่อให้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้แสดงความคิดเห็น และการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเตรียมรองรับสถานการณ์ นักท่องเที่ยวที่อาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในอนาคต

## บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2545). โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2545.  
กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยว.
- (2546). บทวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดต่างประเทศ ปี 2546. กรุงเทพฯ: กองวิชาการ  
การท่องเที่ยว.
- (2547). แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547. กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยว.
- (2547). รายงานสถิติประจำปี พ.ศ. 2547. กรุงเทพฯ: กองสถิติและการวิจัย  
การท่องเที่ยว.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การใช้ เอส พี เอส เอส ฟอว์ วินโดวส์ (SPSS for Windows)  
ในการวิเคราะห์ข้อมูล. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- (2545). การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ : สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ.  
กรุงเทพฯ: ซี เค แอนด์ เอส โฟโต้สตูดิโอ.
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2542). การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2.  
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ:  
เทพเนรมิตร.
- ต๋อย ชุมสาย, ม.ล. (2527). ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2545, มกราคม-มีนาคม). รายงานเศรษฐกิจรายไตรมาส. ปีที่ 6 : 13.
- นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ. (2546). การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ  
สู่ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2544). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุสรา กลิ่นภู. (2546). การศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่  
เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. ภาคนิพนธ์. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย  
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- บุญหลิบ พานิชชาติ. (2544). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ:  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ประเจิด สินทรัพย์. (2526). เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- มาลีรัตน์ สุขศรี. (2540). การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทาง  
เข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์).  
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. (2529). *เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัย.
- รัตนา สายคณิต. (2542). *หลักเศรษฐศาสตร์ 2 :มหเศรษฐศาสตร์*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วินิจ วีรยางกูร. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วิภาวี สงวนรัตน์. (2540). *การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย*. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วีระพล วงษ์ประเสริฐ. (2536). *การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้า พรินติ้ง.
- ศรีหทัย เพชรสุข. (2542). *การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากสหภาพยุโรปสู่ประเทศไทย*. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุกิจ วงศ์นพดลเดชา; และ สมชาย รุ่งเรืองชัยบูรณ์. (ม.ป.ป.). *รายงานฉบับสมบูรณ์ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- สุจินต์พร จินตนา. (2538). *การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวจากบางประเทศที่สำคัญ*. วิทยานิพนธ์. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก. ถ่ายเอกสาร.
- สุดารัตน์ พันธุ์นิกุล. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- Anand, M.M. (1976). *Tourism and Hotel Industry in India: A Study in Management*. New Delhi: Prentice-Hall of India Private.
- Artus, J.E. (1972). *An Econometric Analysis of International Travel*. International Monetary Fund Staff Papers.
- Clement, Harry. (1961). *The Future of Tourism in the Pacific and the Far East*. Washington: Cheechi & Co., U.S.
- Elwood, A.P.; Tzong-bian, & L. (1987). *Section D: Demand for Tourism*. Tourism in Asia: The Economic Impact.
- Gunadi, H.; & Boey, C.K. (1986). *Demand Elasticities of Tourism in Singapore*. Tourism Management.

- Holloway, J Christopher. (1983). *The Business of Tourism*. Great Britain: McDonald and Evans.
- Loeb, P.D. (1982). *International Travel to the United States*. Annual of Tourism Research.
- McIntosh, Robert W.; & Goeldner, Charles R. (1986). *Tourism Principles, Practices, and Philosophies*. 5th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Middleton; & Victor, T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Heinemann.
- Mill, Robert Christie; & Morrison, Alastair M. (1985). *The Tourism System*. Englewood Cliffs. New Jersey: Prentice-Hall.
- Rojwannasin, B. (1982). *Determinants of International Tourist Flows to Thailand*. Bangkok: M.A. Thesis, Thammasat University.
- Smith, Valene. (1977). *Host and Guest*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- The Economist Intelligence Unit Limited. *EIU Country Data 1980-2005*. (CD-ROM).  
<http://www.chula.ac.th/EIU>. Retrieved July 2, 2004.
- Tourism Authority of Thailand. (1983-2003). *Annual Statistical Report on Tourism in Thailand*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.

ภาคผนวก



ตาราง 1 ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศมาเลเซีย

| พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว<br>(คน) | ผลิตภัณฑ์ใน<br>ประเทศเบื้องต้น<br>(บาท) | อัตราแลกเปลี่ยน<br>เงินตรา<br>ระหว่างประเทศ<br>(ริงกิต/บาท) | อัตราส่วนเปรียบเทียบ<br>ของดัชนีราคาผู้บริโภค<br>ของประเทศมาเลเซียกับ<br>ดัชนีราคาผู้บริโภคของ<br>ประเทศไทย |
|------|----------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2527 | 572,486                    | 846,314.16                              | 10.09                                                       | 1.21                                                                                                        |
| 2528 | 553,830                    | 1,115,959.20                            | 10.94                                                       | 1.19                                                                                                        |
| 2529 | 652,887                    | 1,192,681.41                            | 10.19                                                       | 1.17                                                                                                        |
| 2530 | 742,394                    | 1,325,341.55                            | 10.21                                                       | 1.15                                                                                                        |
| 2531 | 843,206                    | 1,488,040.14                            | 9.66                                                        | 1.13                                                                                                        |
| 2532 | 736,021                    | 1,631,254.54                            | 9.49                                                        | 1.11                                                                                                        |
| 2533 | 751,569                    | 1,669,319.42                            | 9.46                                                        | 1.07                                                                                                        |
| 2534 | 808,443                    | 1,840,041.96                            | 9.28                                                        | 1.06                                                                                                        |
| 2535 | 729,453                    | 2,108,868.70                            | 9.97                                                        | 1.08                                                                                                        |
| 2536 | 829,661                    | 2,270,889.60                            | 9.84                                                        | 1.07                                                                                                        |
| 2537 | 898,800                    | 2,457,547.63                            | 9.58                                                        | 1.05                                                                                                        |
| 2538 | 1,077,005                  | 2,755,770.61                            | 9.95                                                        | 1.03                                                                                                        |
| 2539 | 1,056,172                  | 3,029,263.62                            | 10.07                                                       | 1.01                                                                                                        |
| 2540 | 1,046,029                  | 4,008,232.08                            | 11.15                                                       | 0.98                                                                                                        |
| 2541 | 918,071                    | 5,392,149.06                            | 10.54                                                       | 0.96                                                                                                        |
| 2542 | 991,060                    | 4,991,635.28                            | 9.95                                                        | 0.98                                                                                                        |
| 2543 | 1,054,469                  | 5,745,694.46                            | 10.56                                                       | 0.98                                                                                                        |
| 2544 | 1,159,630                  | 6,536,243.51                            | 11.69                                                       | 0.98                                                                                                        |
| 2545 | 1,296,109                  | 6,682,916.12                            | 11.31                                                       | 0.99                                                                                                        |
| 2546 | 1,338,624                  | 6,909,218.65                            | 10.92                                                       | 0.99                                                                                                        |

ตาราง 2 ข้อมูลสถิติภูมิของประเทศญี่ปุ่น

| พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว<br>(คน) | ผลิตภัณฑ์ใน<br>ประเทศเบื้องต้น<br>(บาท) | อัตราแลกเปลี่ยน<br>เงินตรา<br>ระหว่างประเทศ<br>(เยน/บาท) | อัตราส่วนเปรียบเทียบ<br>ของดัชนีราคาผู้บริโภค<br>ของประเทศญี่ปุ่นกับ<br>ดัชนีราคาผู้บริโภคของ<br>ประเทศไทย |
|------|----------------------------|-----------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2527 | 228,384                    | 33,426,111.60                           | 0.10                                                     | 1.60                                                                                                       |
| 2528 | 226,517                    | 41,716,070.40                           | 0.11                                                     | 1.59                                                                                                       |
| 2529 | 261,549                    | 42,551,620.20                           | 0.16                                                     | 1.57                                                                                                       |
| 2530 | 349,558                    | 44,654,780.80                           | 0.18                                                     | 1.54                                                                                                       |
| 2531 | 452,244                    | 48,538,994.10                           | 0.20                                                     | 1.49                                                                                                       |
| 2532 | 555,638                    | 54,102,710.00                           | 0.19                                                     | 1.44                                                                                                       |
| 2533 | 652,299                    | 58,897,590.80                           | 0.18                                                     | 1.40                                                                                                       |
| 2534 | 559,501                    | 62,924,428.80                           | 0.19                                                     | 1.37                                                                                                       |
| 2535 | 569,744                    | 64,770,255.00                           | 0.20                                                     | 1.35                                                                                                       |
| 2536 | 581,809                    | 66,261,393.20                           | 0.23                                                     | 1.31                                                                                                       |
| 2537 | 691,705                    | 67,929,879.90                           | 0.25                                                     | 1.25                                                                                                       |
| 2538 | 814,706                    | 70,036,627.20                           | 0.26                                                     | 1.18                                                                                                       |
| 2539 | 934,111                    | 75,217,133.60                           | 0.23                                                     | 1.12                                                                                                       |
| 2540 | 965,454                    | 96,602,044.00                           | 0.26                                                     | 1.08                                                                                                       |
| 2541 | 986,264                    | 127,428,311.40                          | 0.32                                                     | 1.01                                                                                                       |
| 2542 | 1,064,539                  | 118,470,322.10                          | 0.33                                                     | 1.00                                                                                                       |
| 2543 | 1,197,931                  | 131,847,486.60                          | 0.37                                                     | 0.98                                                                                                       |
| 2544 | 1,168,548                  | 150,224,253.90                          | 0.37                                                     | 0.96                                                                                                       |
| 2545 | 1,222,270                  | 147,138,342.50                          | 0.34                                                     | 0.95                                                                                                       |
| 2546 | 1,014,513                  | 147,934,083.60                          | 0.36                                                     | 0.93                                                                                                       |

ตาราง 3 ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศสหราชอาณาจักร

| พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว<br>(คน) | ผลิตภัณฑ์ในประเทศ<br>เบื้องต้น (บาท) | อัตราแลกเปลี่ยน<br>เงินตรา<br>ระหว่างประเทศ<br>(ปอนด์/บาท) | อัตราส่วนเปรียบเทียบ<br>ของดัชนีราคาผู้บริโภค<br>ของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคา<br>ผู้บริโภคของ<br>ประเทศไทย |
|------|----------------------------|--------------------------------------|------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2527 | 74,834                     | 15,011,019.00                        | 31.44                                                      | 1.18                                                                                                             |
| 2528 | 81,635                     | 18,440,893.10                        | 34.85                                                      | 1.21                                                                                                             |
| 2529 | 99,489                     | 18,961,506.90                        | 38.55                                                      | 1.22                                                                                                             |
| 2530 | 126,309                    | 19,986,615.60                        | 42.04                                                      | 1.23                                                                                                             |
| 2531 | 135,112                    | 21,297,463.80                        | 44.99                                                      | 1.23                                                                                                             |
| 2532 | 200,347                    | 22,977,588.00                        | 42.05                                                      | 1.23                                                                                                             |
| 2533 | 227,875                    | 23,973,519.80                        | 45.43                                                      | 1.23                                                                                                             |
| 2534 | 197,608                    | 24,445,094.40                        | 45.00                                                      | 1.26                                                                                                             |
| 2535 | 236,468                    | 24,942,898.20                        | 44.58                                                      | 1.27                                                                                                             |
| 2536 | 249,980                    | 26,028,548.80                        | 37.97                                                      | 1.25                                                                                                             |
| 2537 | 268,040                    | 27,564,290.40                        | 38.49                                                      | 1.21                                                                                                             |
| 2538 | 274,366                    | 28,677,395.20                        | 39.32                                                      | 1.17                                                                                                             |
| 2539 | 286,889                    | 30,766,037.80                        | 39.54                                                      | 1.13                                                                                                             |
| 2540 | 287,664                    | 40,710,861.40                        | 51.35                                                      | 1.10                                                                                                             |
| 2541 | 375,912                    | 56,083,346.40                        | 68.50                                                      | 1.03                                                                                                             |
| 2542 | 425,688                    | 53,014,807.40                        | 61.18                                                      | 1.04                                                                                                             |
| 2543 | 476,387                    | 59,485,799.40                        | 60.69                                                      | 1.04                                                                                                             |
| 2544 | 517,974                    | 69,891,378.70                        | 63.96                                                      | 1.03                                                                                                             |
| 2545 | 569,812                    | 71,184,885.70                        | 64.39                                                      | 1.04                                                                                                             |
| 2546 | 545,000                    | 71,519,450.40                        | 67.73                                                      | 1.04                                                                                                             |

ตาราง 4 ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศเกาหลี

| พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว<br>(คน) | ผลิตภัณฑ์ในประเทศ<br>เบื้องต้น (บาท) | อัตราแลกเปลี่ยน<br>เงินตรา<br>ระหว่างประเทศ<br>(วอน/บาท) | อัตราส่วนเปรียบเทียบ<br>ของดัชนีราคาผู้บริโภค<br>ของประเทศเกาหลีกับ<br>ดัชนีราคาผู้บริโภคของ<br>ประเทศไทย |
|------|----------------------------|--------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2527 | 26,892                     | 3,876,861.60                         | 0.03                                                     | 0.86                                                                                                      |
| 2528 | 27,433                     | 4,888,602.00                         | 0.03                                                     | 0.86                                                                                                      |
| 2529 | 26,248                     | 5,364,975.60                         | 0.03                                                     | 0.87                                                                                                      |
| 2530 | 33,776                     | 5,941,966.80                         | 0.03                                                     | 0.88                                                                                                      |
| 2531 | 64,000                     | 6,728,177.40                         | 0.03                                                     | 0.90                                                                                                      |
| 2532 | 111,591                    | 7,530,686.00                         | 0.04                                                     | 0.91                                                                                                      |
| 2533 | 147,655                    | 8,545,523.60                         | 0.04                                                     | 0.93                                                                                                      |
| 2534 | 179,543                    | 9,645,350.40                         | 0.03                                                     | 0.96                                                                                                      |
| 2535 | 203,877                    | 10,388,640.90                        | 0.03                                                     | 0.99                                                                                                      |
| 2536 | 271,256                    | 10,684,871.20                        | 0.03                                                     | 0.99                                                                                                      |
| 2537 | 368,370                    | 12,273,151.20                        | 0.03                                                     | 1.00                                                                                                      |
| 2538 | 456,228                    | 13,628,614.40                        | 0.03                                                     | 0.99                                                                                                      |
| 2539 | 488,669                    | 15,306,990.80                        | 0.03                                                     | 0.98                                                                                                      |
| 2540 | 411,087                    | 20,418,159.30                        | 0.03                                                     | 0.97                                                                                                      |
| 2541 | 202,841                    | 25,518,749.80                        | 0.03                                                     | 0.97                                                                                                      |
| 2542 | 338,039                    | 26,469,590.00                        | 0.03                                                     | 0.97                                                                                                      |
| 2543 | 447,798                    | 31,768,545.60                        | 0.04                                                     | 0.98                                                                                                      |
| 2544 | 552,977                    | 37,811,546.90                        | 0.03                                                     | 1.00                                                                                                      |
| 2545 | 716,778                    | 39,952,893.00                        | 0.03                                                     | 1.03                                                                                                      |
| 2546 | 694,340                    | 41,111,238.60                        | 0.03                                                     | 1.05                                                                                                      |

ตาราง 5 ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศไทย

| พ.ศ. | จำนวนนักท่องเที่ยว<br>(คน) | ผลิตภัณฑ์ในประเทศ<br>เบื้องต้น (บาท) | อัตราแลกเปลี่ยน<br>เงินตรา<br>ระหว่างประเทศ<br>(หยวน/บาท) | อัตราส่วนเปรียบเทียบ<br>ของดัชนีราคาผู้บริโภค<br>ของประเทศไทยกับดัชนี<br>ราคาผู้บริโภคของ<br>ประเทศไทย |
|------|----------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2527 | 15,155                     | 17,682,271.20                        | 10.19                                                     | 2.72                                                                                                   |
| 2528 | 27,593                     | 24,035,626.50                        | 9.25                                                      | 1.05                                                                                                   |
| 2529 | 30,899                     | 27,008,970.30                        | 7.62                                                      | 1.13                                                                                                   |
| 2530 | 21,464                     | 32,179,222.80                        | 6.91                                                      | 1.17                                                                                                   |
| 2531 | 33,344                     | 37,384,384.20                        | 6.80                                                      | 1.21                                                                                                   |
| 2532 | 52,358                     | 38,938,530.00                        | 6.83                                                      | 1.36                                                                                                   |
| 2533 | 60,810                     | 40,501,688.20                        | 5.35                                                      | 1.52                                                                                                   |
| 2534 | 75,052                     | 45,241,286.40                        | 4.79                                                      | 1.49                                                                                                   |
| 2535 | 128,948                    | 53,441,810.40                        | 4.61                                                      | 1.53                                                                                                   |
| 2536 | 261,739                    | 61,729,184.80                        | 4.39                                                      | 1.69                                                                                                   |
| 2537 | 257,455                    | 70,419,720.00                        | 2.92                                                      | 1.99                                                                                                   |
| 2538 | 375,564                    | 80,799,993.60                        | 2.98                                                      | 2.20                                                                                                   |
| 2539 | 456,912                    | 90,853,579.50                        | 3.05                                                      | 2.25                                                                                                   |
| 2540 | 439,795                    | 121,599,391.10                       | 3.78                                                      | 2.20                                                                                                   |
| 2541 | 571,061                    | 172,427,338.60                       | 5.00                                                      | 2.03                                                                                                   |
| 2542 | 775,626                    | 172,657,354.20                       | 4.57                                                      | 1.99                                                                                                   |
| 2543 | 704,080                    | 201,321,124.20                       | 4.85                                                      | 1.97                                                                                                   |
| 2544 | 694,886                    | 245,441,815.60                       | 5.37                                                      | 1.95                                                                                                   |
| 2545 | 763,139                    | 260,209,325.70                       | 5.19                                                      | 1.92                                                                                                   |
| 2546 | 624,214                    | 278,776,512.00                       | 5.01                                                      | 1.91                                                                                                   |

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

## ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล

นางสาวสุพัฒนา เตโชชลาลย์

วันเดือนปีเกิด

3 มิถุนายน 2520

สถานที่เกิด

จังหวัดเพชรบูรณ์

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

119/437 หมู่ 5 แขวงสายไหม เขตสายไหม กรุงเทพฯ 10220

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2541

ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

พ.ศ. 2543

บริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการเงิน สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

วิทยาเขตเทคนิคกรุงเทพฯ

พ.ศ. 2547

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ