

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร
และสหรัฐอเมริกา

สารนิพนธ์
ของ
รุ่งนภา กลยุทธสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
ตุลาคม 2552

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร
และสหรัฐอเมริกา

สารนิพนธ์
ของ
รุ่งนภา กลยุทธ์สกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
ตุลาคม 2552
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร
และสหรัฐอเมริกา

บทคัดย่อ
ของ
รุ่งนภา กลยุทธสกุล

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ
ตุลาคม 2552

รุ่งนภา กลยุทธรสกุล. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศ มาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การ จัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษา สารนิพนธ์: อาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี.

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศ มาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา และเพื่อศึกษาความ ยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกา

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว โดยใช้ ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ตั้งแต่ปี 2545-2550 ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ผลกระทบมวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วน เปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่ปี 2536- 2550 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งอยู่ในรูปของ ลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) และส่วนที่ 3 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

จากผลการศึกษาส่วนที่ 1 พบว่า แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทย เพิ่มขึ้น ซึ่งประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทยมากที่สุด นักท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศ ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-44 ปี ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบ อาชีพพนักงานบริษัท และนักวิชาการ เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว โดยมี แนวโน้มลักษณะของการมาท่องเที่ยวแบบเดินทางมาด้วยตนเองและเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยเพื่อพักผ่อน

จากผลการศึกษาส่วนที่ 2 พบว่า ผลกระทบมวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ใน ทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา สำหรับอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ส่วน ประเทศสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกานั้นอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ส่วนประเทศมาเลเซีย และสหรัฐอเมริกานั้นงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

จากผลการศึกษาส่วนที่ 3 พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง เท่ากับ 0.981 4.452 และ 2.087 ตามลำดับ ส่วนค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียต่ออัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย เท่ากับ -3.72 สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรต่องบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.281

FACTORS AFFECTING TOURISM DEMAND OF TOURISTS FROM MALAYSIA,
UNITED KINGDOM AND UNITED STATES

AN ABSTRACT
BY
RUNGNAPA KOLLAYOOTSAKUL

Presented in partial fulfillment of the requirements for the
Master of Economics degree in Managerial Economics
at Srinakharinwirot University
October 2009

Rungnapa Kollayootsakul. (2009). *Factors Affecting Tourism Demand of Tourists from Malaysia, United Kingdom and United States*. 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, United Kingdom and United States, and also study factors affecting tourism demand of tourists from Malaysia, United Kingdom and United States and study the elasticities of demand of tourists from Malaysia, United Kingdom and United States.

Data Analysis was separated into 3 parts. In the first part is the study of the basic information of tourists from Malaysia, United Kingdom and United States. It comprised sex, age, occupation, frequency of travel, and type of travel, using secondary data from 2002-2007. In the second part was the study about factors affecting tourism demand of tourists from Malaysia, United Kingdom, and United States, including real gross domestic product, international exchange rate, the ratio of consumer price index compare with price index of Thailand, spending per capita, and Thailand's budget for tourism promotions. The data was a secondary data from 1993-2007 with multiple regression analysis in the natural logarithm from for analysis. In the third part was the study about the elasticities of demand of tourists from Malaysia, United Kingdom and United States.

The first part found that a trend of the number of tourists was increasing. Malaysia is the country that has the most number of tourists coming to Thailand. Most tourists from 3 countries was male, 25-54 years, worked as employees and professionals, and most of them revisit to Thailand. The trend of type of travel was non-group and they came to Thailand for relaxation.

The second part found that real gross domestic product of Malaysia, United Kingdom and United States had a positive effect to the number of tourists coming to Thailand. Concerning to the ratio of consumer price index of Malaysia compare with consumer price index of Thailand had a negative effect to the number of tourists. For United Kingdom and United States, the ratio of consumer price index of United Kingdom and United States compare with consumer price index of Thailand had no effect to the number of tourists. For United Kingdom, Thailand's budget for tourism promotions had a negative effect to the number of tourists. For Malaysia and United States, Thailand's budget for tourism promotions had no effect to the number of tourists to Thailand. Concerning to

the exchange rate and the spending per capita had no effect to number of tourists from Malaysia, United Kingdom, and United States.

The third part found that the elasticities of demand of tourists from Malaysia, United Kingdom and United States with real gross domestic product of Malaysia, United Kingdom and United States were 0.981, 4.452, and 2.087. For Malaysia, the elasticities of tourists from Malaysia with the ratio of consumer price index of Malaysia compare with consumer price index of Thailand were -3.72. For United Kingdom, the elasticities of tourists from United Kingdom with Thailand's budget for tourism promotions were 0.281.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการ
สอบ ได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิ
โรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....

(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.อัทธิพย์ ราษฎร์นิยม)

คณะกรรมการสอบ

.....

ประธาน

(อาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี)

.....

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล)

.....

กรรมการสอบสารนิพนธ์

(อาจารย์ ประภาพร เฟื่องฟูสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ

(รองศาสตราจารย์ ดร.เรณู สุขารมณ์)

วันที่ เดือน พ.ศ. 2552

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล และอาจารย์ ประพาฬ เฟื่องฟูสกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าในการให้คำแนะนำการศึกษาค้นคว้า และแนวทางการแก้ไขปรับปรุง ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ความรู้ และประสบการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ตลอดจนขอขอบคุณเพื่อน ๆ ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือ

และที่สำคัญที่สุดผู้วิจัยขอขอบพระคุณ บิดา มารดา และพี่สาวที่ให้การดูแล ช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และคอยให้คำปรึกษา ทำให้ผู้วิจัยมีความมุ่งมั่น อดทน จนสามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งใจไว้

คุณค่าอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นเครื่องบูชาพระคุณแต่ คุณพ่อ คุณแม่ สมาชิกในครอบครัว ครู อาจารย์ เจ้าของเอกสารที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้การช่วยเหลือสนับสนุน จนได้รับความสำเร็จในที่สุด

รุ่งนภา กลยุทธสกุล

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	5
ขอบเขตของการวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	7
สมมติฐานในการวิจัย.....	8
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	10
แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	10
ทฤษฎีอุปสงค์.....	10
ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว.....	14
ทฤษฎีทางเลือกของผู้บริโภค.....	19
ความยืดหยุ่นของอุปสงค์.....	21
ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว.....	23
ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง.....	24
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ.....	26
อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย.....	28
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน.....	29
งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว.....	30
สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ.....	31
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	39
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	39
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	40
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	40

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3 (ต่อ)	
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	41
แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย.....	42
การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่น.....	43
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	44
สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน.....	45
การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน.....	46
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	87
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	87
ความสำคัญของการวิจัย.....	87
ขอบเขตของการวิจัย.....	87
สมมติฐานในการวิจัย.....	88
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	89
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	90
สรุปผลการวิจัย.....	91
อภิปรายผล.....	94
ข้อเสนอแนะ.....	98
บรรณานุกรม.....	100
ภาคผนวก.....	104
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	108

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
1	รายได้จากการท่องเที่ยวปี 2541-2550.....	2
2	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยมากที่สุดอันดับแรกของ 7 ภูมิภาค ปี 2546-2550.....	3
3	จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	51
4	จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	52
5	จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	52
6	เพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	53
7	เพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	53
8	เพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	54
9	อายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	55
10	อายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	57
11	อายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	59
12	อาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	61
13	อาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	63
14	อาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	65
15	ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	67

บัญชีตาราง

ตาราง		หน้า
16	ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	68
17	ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	69
18	ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	70
19	ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	71
20	ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	72
21	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	73
22	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	74
23	วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550.....	75
24	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย.....	76
25	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร.....	79
26	ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา.....	82

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา.....	8
2 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้า.....	11
3 เส้นอุปสงค์ต่อรายได้.....	12
4 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น.....	13
5 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับปริมาณการท่องเที่ยว.....	16
6 ผลกระทบของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวจากอัตราค่าโดยสารเครื่องบินถูกลง	16
7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ เพิ่มขึ้น.....	17
8 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ คงที่.....	17
9 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะ ลดน้อยถอยลง.....	18
10 เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น.....	18
11 เส้นความพอใจเท่ากันของการบริโภคสินค้า X และ Y.....	20
12 เส้นความพอใจสูงสุดของผู้บริโภค ในการบริโภคสินค้า X และ Y.....	20
13 ผลของการเปลี่ยนแปลงของราคาในสินค้า X.....	21
14 กราฟแสดงการวัดค่าสถิติ Durbin-Watson.....	47

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมากในแต่ละปี และมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนา และสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศทั้งในด้านการกระจายรายได้ การจ้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ รวมทั้งเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างมากมาย นอกจากนี้ รายได้จากการท่องเที่ยวในรูปแบบเงินตราต่างประเทศยังสามารถช่วยแก้ไขการขาดดุลของประเทศได้ทั้งดุลการค้าและดุลการชำระเงิน ไม่ว่าประเทศนั้นจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือประเทศกำลังพัฒนา ทุกวันนี้หลายประเทศประสบความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าไปท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนประชากรของประเทศ จำนวนรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวก็มีจำนวนมหาศาล ซึ่งรายได้ส่วนใหญ่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศผู้ทำอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (วินิจ วีรยางกุล. 2532 : 1)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อหลายประเทศในโลกที่สามหรือที่เรียกกันว่ากลุ่มประเทศกำลังพัฒนา ซึ่งไม่มีสินค้าเพื่อการส่งออกในการที่จะนำรายได้เข้าประเทศ ดังนั้น กลุ่มประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้จึงพึ่งพิงรายได้ส่วนใหญ่เข้าประเทศจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นรายได้หลัก การแสวงหาเงินตราต่างประเทศโดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวช่วยให้ประเทศกำลังพัฒนาที่มีความสามารถในการส่งสินค้าเข้าจากต่างประเทศ เพื่อช่วยยกระดับฐานะทางเศรษฐกิจของชาติโดยส่วนรวมและเพื่อยกระดับความกินดีอยู่ดีของพลเมืองในประเทศด้วย ประเทศกำลังพัฒนาเหล่านี้ตามปกติแล้วจะมีนักท่องเที่ยวภายในประเทศน้อยมากหรืออาจไม่มีเลย ดังนั้นจึงจำเป็นต้องอาศัยนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาซื้อบริการต่าง ๆ ภายในประเทศของตนไม่ว่าจะเป็น โรงแรม ภัตตาคาร การใช้จ่ายซื้อสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึกหรือการใช้จ่ายเงินตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ (สุชาติา เจริญพันธุ์ศิริกุล. 2544 : 66)

สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมทางการท่องเที่ยวถือว่ามีความสำคัญมากที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในปริมาณสูง เนื่องจากประเทศไทยเป็นประเทศที่อุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว กิจกรรม และวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมในท้องถิ่น และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามเกิดขึ้นตามธรรมชาติเป็นประเทศที่มีประวัติศาสตร์โบราณสถานมากมาย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ ประเทศไทยยังได้เปรียบทางด้านภาพลักษณ์ของการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงินที่เกิดจากประเทศไทยได้ประกาศเปลี่ยนระบบอัตราแลกเปลี่ยนเป็นระบบเสรี ในวันที่ 4 ก.ค. 2540 ซึ่งทำให้ค่าเงินบาทมีค่าลดลง จากผลดังกล่าวอาจเปรียบได้กับการลดราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวลง ซึ่งถือได้ว่าเป็นปัจจัยหนึ่งที่กระตุ้น

นักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่สูงขึ้นในรูปของเงินบาท ในช่วงปลายปี 2540 ประเทศไทยประสบกับวิกฤตเศรษฐกิจอันเนื่องจากสาเหตุภายในประเทศ เป็นผลให้เกิดปัญหาเศรษฐกิจขึ้นซึ่งทำให้ระบบเศรษฐกิจขาดเสถียรภาพ และเป็นอุปสรรคต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ในช่วงปี 2541-2542 ซึ่งภาคการผลิตต่าง ๆ อยู่ในภาวะซบเซา แต่ธุรกิจท่องเที่ยวก็ยังคงมีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดี (จรรยา เปรมศิลป์. 2543 : 35) โดยดูได้จากรายได้จากการท่องเที่ยวปี 2541-2550 (ตาราง 1)

ตาราง 1 รายได้จากการท่องเที่ยวปี 2541 – 2550

หน่วย : ล้านบาท

พ.ศ.	รายได้จากการท่องเที่ยว
2541	242,177
2542	253,018
2543	285,539
2544	299,047
2545	323,484
2546	309,269
2547	384,359
2548	367,380
2549	482,319
2550	547,781

ที่มา : รายงานสถิติประจำปี 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จะเห็นได้ว่ายอดรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นทุกปี ตั้งแต่ปี 2541-2550 (ตาราง 1) จาก 242,177 ล้านบาท ในปี 2541 เป็น 547,781 ล้านบาท ในปี 2550 ภาครัฐบาลเล็งเห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งที่กระตุ้นการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ และช่วยเพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศมากขึ้น จึงมอบหมายให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ทำหน้าที่ในการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยมากที่สุดอันดับแรกของ 7 ภูมิภาค ปี 2546-2550

หน่วย : คน

ประเทศ	ปี				
	2546	2547	2548	2549	2550
ภูมิภาคเอเชีย					
มาเลเซีย	1,338,624	1,388,981	1,341,535	1,578,632	1,551,959
ภูมิภาคยุโรป					
สหราชอาณาจักร	545,000	628,679	680,978	745,525	746,422
ภูมิภาคอเมริกา					
สหรัฐอเมริกา	459,862	557,098	585,476	640,674	623,638
ภูมิภาคเอเชียใต้					
อินเดีย	230,316	300,163	352,766	429,732	506,237
ภูมิภาคโอเชียเนีย					
ออสเตรเลีย	281,361	393,040	421,594	538,490	638,126
ภูมิภาคตะวันออกกลาง					
อิสราเอล	64,650	89,715	92,126	117,649	123,012
ภูมิภาคแอฟริกา					
แอฟริกาใต้	34,522	40,732	33,120	43,444	46,269

ที่มา : รายงานสถิติประจำปี 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากตาราง 2 แสดงให้เห็นถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาประเทศไทยมากที่สุดอันดับแรกของ 7 ภูมิภาค ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะทำการศึกษา 3 ประเทศจาก 3 ภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชีย คือ ประเทศมาเลเซีย ภูมิภาคยุโรป คือ ประเทศสหราชอาณาจักร และภูมิภาคอเมริกา คือ ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศเหล่านี้เป็นตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีความสำคัญของประเทศไทย

นักท่องเที่ยวจากมาเลเซียเป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงและมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาโดยตลอด เนื่องจากใช้เวลาในการเดินทางมายังประเทศไทยเพียงเล็กน้อยไม่กั้ชั่วโมง สามารถเดินทางเข้าได้ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ และเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่อยู่ใกล้กับประเทศไทยมาก อีกสาเหตุหนึ่งเป็นเหตุผลทางด้านวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ในสังคม รวมถึงรูปแบบการดำเนินชีวิตมีความใกล้เคียงกันอยู่มาก ดังนั้นการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจาก

ประเทศมาเลเซียจึงเป็นไปได้อย่างสะดวก การปรับตัวให้เข้ากับประชากรของเจ้าของประเทศอย่างคนไทยก็ง่ายดาย (สุชาติา เจริญพันธุ์ศิริกุล. 2544 :72)

นักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักที่สำคัญของประเทศไทย โดยเป็นตลาดใหญ่อันดับ 1 ของภูมิภาคยุโรป จำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแทบทุกปี และมีกำลังซื้อที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวอยู่ในระดับสูง และอัตราแลกเปลี่ยนของเงินปอนด์ที่แข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่องยังคงมีความได้เปรียบ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเสริมอีกหลายประการ เช่น การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินและที่นั่งของการบินไทยในเส้นทางกรุงลอนดอนถึงกรุงเทพฯ ไปและกลับอีก 1 เที่ยวบินต่อสัปดาห์ (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548)

นักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาจัดอยู่ในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสำหรับประเทศไทยด้วยการที่เป็นประเทศที่เป็นตลาดขนาดใหญ่ ประชากรมีศักยภาพในการซื้อสูง นอกจากนี้ประชากรยังนิยมเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศในจำนวนที่สูงเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ปัจจัยหนุนสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการเติบโตของกระแสการเดินทาง เป็นผลมาจากเรื่องของค่าเงินบาทอ่อนค่าในช่วงต้นปี 2542 รวมถึงผลของการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว การปรับเส้นทางบินเชื่อมระหว่างอเมริกากับเอเชียใต้ให้มีระยะเวลาการเดินทางที่สั้นลง และปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและการเงินที่แข็งแกร่งของสหรัฐอเมริกาก็ช่วยกระตุ้นการใช้จ่ายต่อปีของประชากร ทำให้ประชากรมีศักยภาพเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศเพิ่มมากขึ้น (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547)

จากข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วนี้ ผู้วิจัยจึงประสงค์ที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนในการสร้างปัจจัยรองรับที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว ให้เพียงพอกับการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นในอนาคตได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม นอกจากนี้ยังเป็นประโยชน์ต่อภาครัฐและเอกชนในการวางแผนนโยบาย เพื่อที่จะส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา
3. เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและกำหนดนโยบาย เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผน และส่งเสริมการท่องเที่ยว
3. ทำให้ทราบความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ใช้ข้อมูลทศนิยมรายปี โดยเลือกศึกษาประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากที่สุด 3 ประเทศของ 3 ภูมิภาค จากทั้งหมด 7 ภูมิภาค ได้แก่ ภูมิภาคเอเชีย ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคอเมริกา ภูมิภาคเอเชียใต้ ภูมิภาคโอเชียเนีย ภูมิภาคตะวันออกกลาง และภูมิภาคแอฟริกา ตามรายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550) ประเทศที่ทำการศึกษามีดังนี้

1. ภูมิภาคเอเชีย ประเทศที่ศึกษา คือ มาเลเซีย
2. ภูมิภาคยุโรป ประเทศที่ศึกษา คือ สหราชอาณาจักร
3. ภูมิภาคอเมริกา ประเทศที่ศึกษา คือ สหรัฐอเมริกา

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 6 ปี คือ ปี 2545-2550 โดยจะทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 15 ปี คือ ตั้งแต่ปี 2536-2550 มีตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ มี 5 ปัจจัย ดังนี้
 - 1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว
 - 1.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ
 - 1.3 อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

1.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน

1.5 งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. ตัวแปรตาม คือ อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 3 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 15 ปี คือ ตั้งแต่ปี 2536-2550

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หมายถึง กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้จะศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย

2. ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยว หมายถึง เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

2.1 เพศ หมายถึง สถานภาพที่มีมาโดยกำเนิดของนักท่องเที่ยว โดยแบ่งว่าเป็นชายหรือหญิง

2.2 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

2.3 อาชีพ หมายถึง การทำงานในตำแหน่งหน้าที่ที่รับผิดชอบ ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งออกเป็น อาชีพนักวิชาการ ผู้บริหารและผู้จัดการ พนักงานบริษัท ลูกจ้าง เกษตรกร รับราชการ แม่บ้าน นักเรียน เกษียณอายุ ยังไม่ได้ทำงาน และอื่น ๆ

2.4 ความถี่ในการมาท่องเที่ยว หมายถึง จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในที่นี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก และเคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว

2.5 ลักษณะของการมาท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในที่นี้แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ เดินทางมาด้วยบริษัทนำเที่ยว และเดินทางมาด้วยตนเอง

2.6 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว หมายถึง ความมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวในการเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งเป็นเพื่อพักผ่อน ธุรกิจ การประชุม การปฏิบัติหน้าที่ทางราชการ และอื่น ๆ

3. อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี 2536-2550

4. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นภายในประเทศของนักท่องเที่ยวในระยะเวลาหนึ่งปี ในการวิจัยนี้ใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศด้านการผลิต ณ ราคาประจำปี คำนวณด้วยตัวปรับลดในราคาปีฐาน คือ ปี 2543 หน่วยเป็นล้านบาท

5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ หมายถึง ราคาหรือค่าของเงินตราต่างประเทศหนึ่งหน่วยเมื่อเทียบกับเงินบาท โดยนำข้อมูลมาเฉลี่ยเป็นรายปี (ใช้ราคาของเงินตราต่างประเทศที่ทำการศึกษา เช่น ประเทศมาเลเซีย 1 ริงกิต เท่ากับ 10 บาท ประเทศสหราชอาณาจักร 1 ปอนด์ เท่ากับ 60 บาท ประเทศสหรัฐอเมริกา 1 ดอลลาร์สหรัฐ เท่ากับ 40 บาท) หน่วยเป็นบาท

6. ดัชนีราคาผู้บริโภค หมายถึง ตัวชี้วัดการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อเพื่อการบริโภค ซึ่งดัชนีราคาผู้บริโภคเป็นดัชนีที่แสดงถึงระดับค่าครองชีพของประชาชน และภาวะเงินเฟ้อ เงินฝืด ในการวิจัยนี้ใช้ปี 2543 เป็นปีฐาน

7. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน หมายถึง ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายระหว่างท่องเที่ยวอยู่ในประเทศไทยไม่รวมค่าใช้จ่ายระหว่างเดินทางข้ามประเทศ ค่าขนส่งที่จ่ายจากประเทศของตนก่อนเดินทางเข้าประเทศไทย ซึ่งจำแนกเป็นรายหมวดได้ดังนี้ ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะเดินทางในประเทศไทย ค่าบริการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง และ ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและของที่ระลึก หน่วยเป็นบาท

8. งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง งบประมาณในการดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาให้แก่นักท่องเที่ยว หน่วยเป็นล้านบาท

9. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงปัจจัยต่าง ๆ ที่กำหนดอุปสงค์

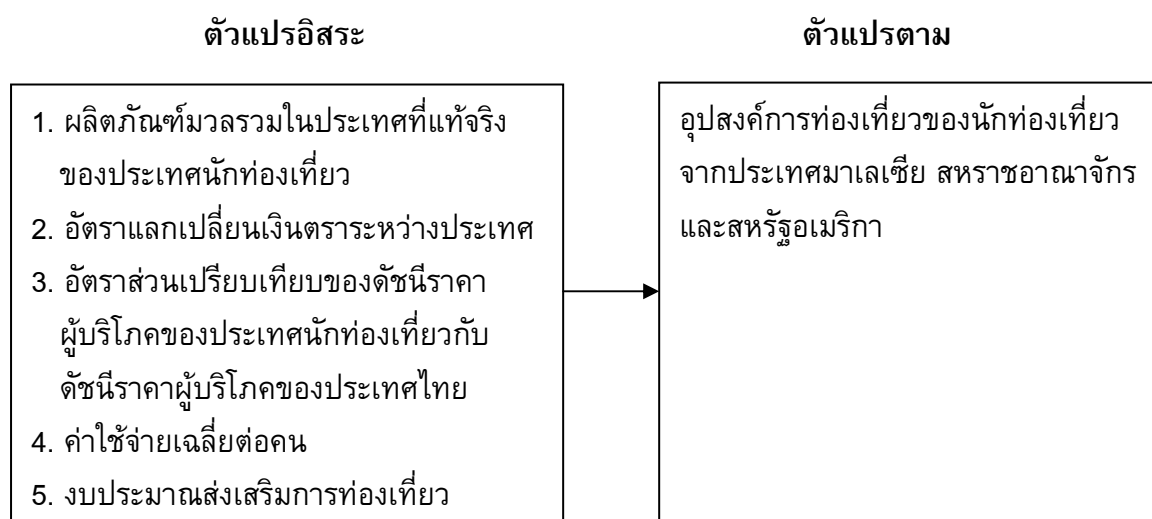
กรอบแนวคิดในการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมุ่งศึกษาภายใต้กรอบแนวคิดปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 6 ปี คือ ปี 2545-2550 โดยจะทำการศึกษาในประเด็น

ต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 15 ปี คือ ตั้งแต่ปี 2536-2550 ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 3 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาศึกษา 15 ปี ตั้งแต่ปี 2536-2550

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยวสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ

มาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อสูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

3. อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีค่าสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าของประเทศนักท่องเที่ยวสูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้าในประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาลดลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายเงินสำหรับการท่องเที่ยวสูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยลดลง

5. งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงขึ้นย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องจากรัฐบาลส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงขึ้น เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ จึงดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปรวมเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

1.2 ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว

1.3 ทฤษฎีทางเลือกของผู้บริโภค

1.4 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

1.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

1.6 ผลกระทบมวลรวมในประเทศ

1.7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

1.8 อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

1.9 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน

1.10 งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

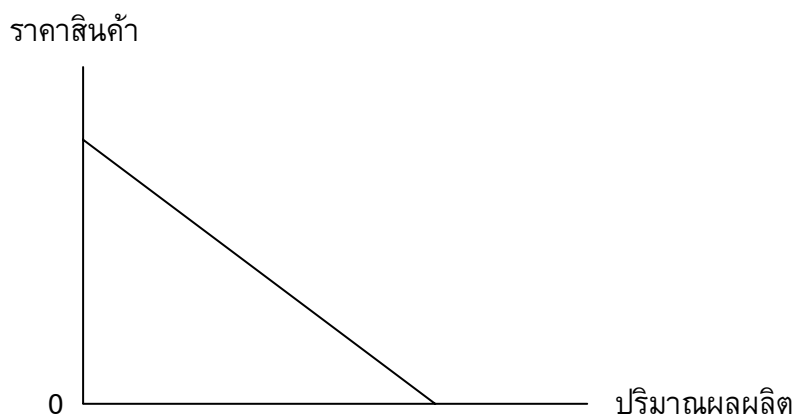
1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ หมายถึง จำนวนสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนดให้ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดนั้น หรือ ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ กันของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่าง ๆ กันของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นอุปสงค์จึงอาจแยกได้เป็น 3 ชนิดด้วยกัน คือ อุปสงค์ต่อราคา อุปสงค์ต่อรายได้ และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ

1.1.1 อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับราคาสินค้าชนิดนั้น ๆ โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ อันได้แก่ ปัจจัยทุกชนิดที่มีส่วนกำหนดปริมาณเสนอซื้อที่นอกเหนือจากราคาสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (นราทิพย์ ชูติวงศ์, 2539: 28-30) ความสัมพันธ์ดังกล่าวสามารถเขียนในรูปฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ได้ว่า

$$Q_d = f(P)$$

หมายความว่า ปริมาณการเสนอซื้อ และราคาสินค้ามีความสัมพันธ์กันในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะต้องการซื้อสินค้านั้นในปริมาณที่ลดลง และเมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะต้องการซื้อสินค้านั้นในปริมาณที่เพิ่มขึ้น ความสัมพันธ์ดังกล่าวเป็นที่รู้จักกันในนาม กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) ดังนั้นจากความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณซื้อ สามารถแสดงเส้นอุปสงค์ (Demand Curve) ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้า

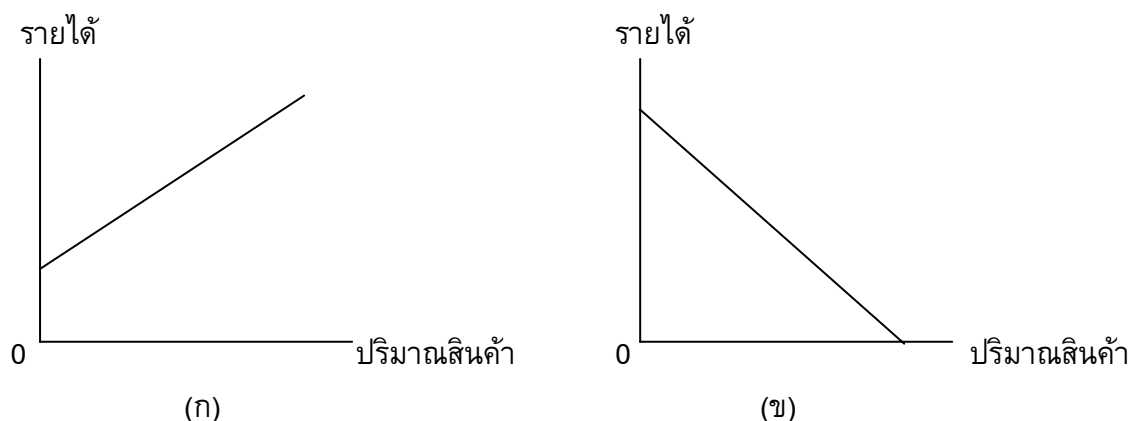
1.1.2 อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ กันของผู้ซื้อ โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ ความสัมพันธ์ในรูปฟังก์ชันคณิตศาสตร์ของอุปสงค์ต่อรายได้เขียนได้ดังนี้ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์, 2539: 31-32)

$$Q_d = f(Y)$$

โดยที่ Q_d คือปริมาณเสนอซื้อ Y คือรายได้ของผู้ซื้อ แสดงว่าปริมาณความต้องการซื้อของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับรายได้ของผู้ซื้อ ในกรณีที่สินค้าเป็นสินค้าปกติ (Normal Goods) ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อและรายได้จะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อรายได้สูงปริมาณการเสนอซื้อก็จะสูง และเมื่อรายได้ต่ำปริมาณการเสนอซื้อก็จะต่ำ เส้นอุปสงค์ต่อรายได้จะเป็นเส้นที่ลาดขึ้นไปทางขวา มีค่าความชันเป็นบวก ดังแสดงในภาพประกอบ 3 (ก)

สำหรับกรณีสินค้าที่เป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior Goods) ซึ่งผู้บริโภคจะทำการบริโภคเฉพาะเมื่อตนมีรายได้ต่ำ และเมื่อใดที่ตนมีรายได้สูงขึ้นก็จะหันไปบริโภคสินค้าอื่นที่มีคุณภาพดีกว่าแทน เส้นอุปสงค์ต่อรายได้ก็จะเป็นเส้นที่ลาดจากซ้ายลงมาทางขวา มีค่าความชันเป็นลบ ดังแสดงในภาพประกอบ 3 (ข)

เส้นอุปสงค์ต่อรายได้จะมีความลาดชันมากหรือน้อย จะขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ของตัวแปรทั้งสองว่ามีมากน้อยเพียงใด สินค้าบางชนิดมีความสัมพันธ์กับรายได้มาก บางชนิดมีความสัมพันธ์กับรายได้ต่ำ ทำให้เส้นอุปสงค์ต่อรายได้มีความชันแตกต่างกันไป



ภาพประกอบ 3 เส้นอุปสงค์ต่อรายได้

1.1.3 อุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (Cross Demand) หรือเรียกกันว่า อุปสงค์ไขว้ หมายถึง ปริมาณสินค้าที่มีผู้ต้องการเสนอซื้อในขณะใดขณะหนึ่ง ณ ระดับต่าง ๆ กันของราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่เกี่ยวข้อง โดยกำหนดให้สิ่งอื่น ๆ คงที่ การศึกษาความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณเสนอซื้อในกรณีนี้จะคาบเกี่ยวในระหว่างสินค้า 2 ชนิดด้วยกัน (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2539: 33-34) ซึ่งสามารถแสดงได้ในรูปฟังก์ชันทางคณิตศาสตร์ได้ดังนี้

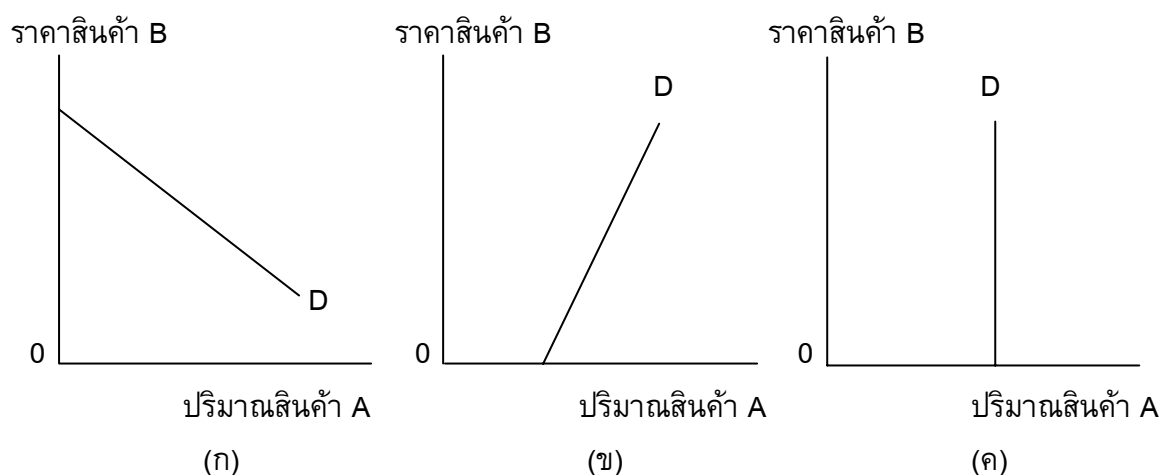
$$Q_A = f(P_B)$$

โดย Q_A หมายถึงปริมาณเสนอซื้อสินค้า A P_B หมายถึงปริมาณราคาสินค้า B ลักษณะของเส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ขึ้นกับลักษณะความสัมพันธ์ของสินค้าที่เรากำลังพิจารณาอยู่ ซึ่งอาจแยกได้ดังนี้

1.1.3.1 สินค้าที่ใช้ประกอบกัน (Complementary Goods) เช่น ปากกาและน้ำหมึก ความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งกับราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ สมมติว่า สินค้าสองชนิดที่ใช้ประกอบกันที่เรากำลังพิจารณาอยู่คือสินค้า A และ B เมื่อราคาสินค้า B ลดลง ปริมาณการเสนอซื้อสินค้า B จะเพิ่มขึ้น แต่เมื่อ B ต้องใช้ประกอบกับ A ปริมาณการซื้อสินค้า A ก็เพิ่มขึ้นด้วย เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ในกรณีนี้จะเป็นเส้นที่ลาดจากซ้ายลงมาทางขวา มีค่าความชันเป็นลบ ดังแสดงในภาพประกอบ 4 (ก)

1.1.3.2 สินค้าที่ใช้แทนกัน (Substitute Goods) ตัวอย่างเช่นสบู่ยี่ห้อ A กับสบู่ยี่ห้อ B ความสัมพันธ์ของปริมาณเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่งกับราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อราคาสินค้า B ลดลง ปริมาณการเสนอซื้อสินค้า B จะเพิ่มขึ้น และในส่วนหนึ่งของปริมาณการเสนอซื้อสินค้า B ที่เพิ่มขึ้นเป็นผลมาจากการที่สินค้า B สามารถใช้แทนสินค้า A ได้ ผู้ที่เคยซื้อสินค้า A บางคนจะหันไปซื้อสินค้า B แทนสินค้า A เมื่อราคาสินค้า B ลดลงในขณะที่ราคาสินค้า A ไม่เปลี่ยนแปลง เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นในกรณีนี้จึงเป็นเส้นที่ลาดชันไปทางขวา ดังแสดงในภาพประกอบ 4 (ข)

1.1.3.3 นอกจากความสัมพันธ์ในลักษณะทั้งสองแล้ว เรายังสามารถสร้างสมการและเส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ๆ ในกรณีที่สินค้าทั้งสองชนิดที่กำลังพิจารณาอยู่ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย เช่น การเปลี่ยนแปลงราคาเกี๊ยวซ่าไม่มีผลกระทบต่อปริมาณการเสนอซื้อรถยนต์ เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น ในกรณีนี้จึงเป็นเส้นตั้งฉากกับแกนนอนมีความชันเป็น ∞ ดังแสดงในภาพประกอบ 4 (ค)



ภาพประกอบ 4 เส้นอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปรต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ (Quantity Demand) ปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อปริมาณการซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่าง ดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2540: 25-26)

1. ราคาสินค้า ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณการซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณการซื้อจะมีมากขึ้น

2. รสนิยมของผู้บริโภค และความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม รสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกชมชอบชั่วขณะหนึ่งซึ่งเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว เช่น แบบเสื้อสตรี ภาพยนตร์ และ

เทพเพลง เป็นต้น แต่บางกรณีความนิยมนั้นก็คงอยู่นาน เช่น รูปแบบของสิ่งก่อสร้าง รถยนต์ และ น้ำอัดลม เป็นต้น สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา รสนิยมเป็นสิ่งที่ส่งผลต่อธุรกิจการค้า ดังนั้น หน่วยธุรกิจจึงย่อมทุ่มเงินจำนวนมากมหาศาลในการโฆษณาเพื่อหวังผลในการเปลี่ยนแปลงรสนิยม หรือมีฉันทันทีเพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิม

3. จำนวนประชากร ตามปกติเมื่อประชากรเพิ่มจำนวนมากขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นตาม แต่การเพิ่มจำนวนประชากรยังไม่เป็นการเพียงพอ ประชากรเหล่านั้นจะต้องมีอำนาจซื้อด้วยจึงจะสามารถซื้อสินค้าได้มากขึ้น

4. รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือมักจะลดการบริโภคสินค้าราคาถูก และขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

5. ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง ตามปกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูง ผู้บริโภคก็ซื้อสินค้านั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้ สำหรับในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน เช่น น้ำตาลกับกาแฟ ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาถูกลง เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคกาแฟมากขึ้น ก็ต้องการบริโภคน้ำตาลมากขึ้นด้วย

6. ฤดูกาล ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศที่อยู่ในเขตร้อน เมื่อย่างเข้าฤดูหนาว ประชากรจำเป็นต้องจัดหาเครื่องนุ่งห่มกันหนาว ทำให้ความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่าง ๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น

เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับปัจจัยอุปสงค์เหล่านี้ด้วยฟังก์ชันอุปสงค์ ดังนี้

$$Q_x = f (P_x, A_1, A_2, A_3, \dots)$$

จากฟังก์ชันดังกล่าว แสดงว่า ปริมาณซื้อสำหรับสินค้า X หรือ (Q_x) เป็นตัวแปรตาม (Dependent Variable) ส่วนตัวกำหนดต่าง ๆ เป็นตัวแปรอิสระ (Independent Variable) ได้แก่ ราคาสินค้า รสนิยมของผู้บริโภค จำนวนประชากร รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง และฤดูกาล (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2540 : 25)

1.2 ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่า

สินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542 : 38)

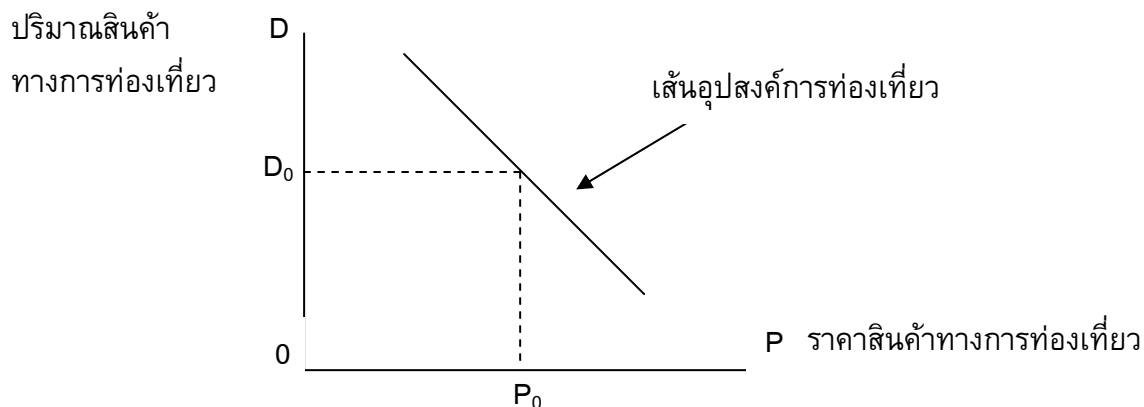
สำหรับในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้น สามารถกำหนดปัจจัยต่างๆ ไปตามแนวความคิดของทฤษฎีอุปสงค์ข้างต้นได้ในรูปของฟังก์ชัน คือ (ประเจ็ดสินทรัพย์. 2526: 86-91)

D	=	f (P,Y, T, etc.)
กำหนดให้		
D	=	ปริมาณอุปสงค์สินค้าทางการท่องเที่ยว
P	=	ดัชนีราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว
Y	=	รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยว
T	=	รสนิยมและความชอบของนักท่องเที่ยว
ect.	=	ปัจจัยอื่น เช่น ขนาดของประชากรในประเทศต้นกำเนิด นักท่องเที่ยว ระยะใกล้และไกลของภูมิภาคนักท่องเที่ยว ขีดความสามารถในการขนส่ง สภาพการแข่งขันกับประเทศ ใกล้เคียง ระดับการโฆษณาและเผยแพร่

ในการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีอุปสงค์อย่างง่ายนั้น สามารถกำหนดปริมาณอุปสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคา โดยให้ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่และภายใต้พื้นฐานการวิเคราะห์นี้สามารถกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว (D) ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (P) ในรูปฟังก์ชัน คือ

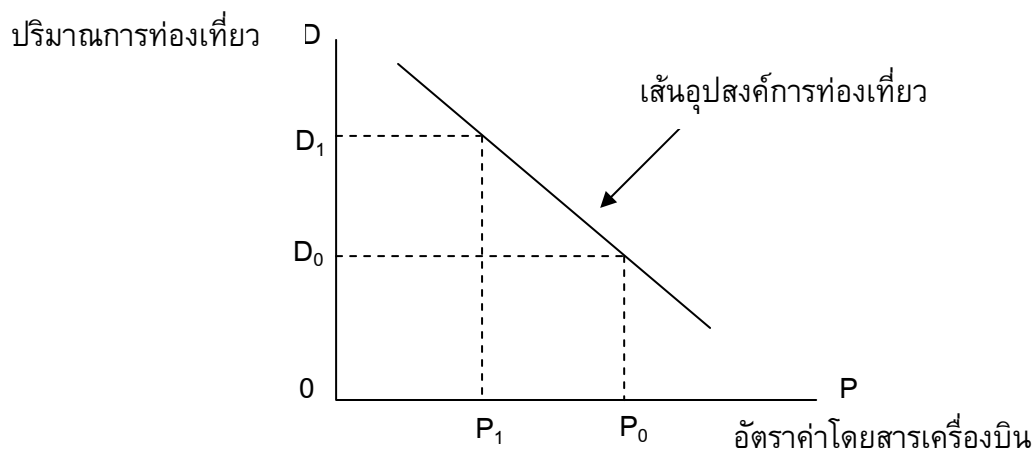
$$D = f(P)$$

โดยปกติแล้วความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้า และปริมาณอุปสงค์จะเป็นปฏิภาคส่วนกลับ กล่าวคือ ปริมาณอุปสงค์สินค้าการท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งแสดงความสัมพันธ์ดังภาพประกอบ 5 โดยตัวแปรตาม คือ ปริมาณอุปสงค์สินค้าการท่องเที่ยว (D) วัดตามแกนตั้งมีปริมาณเท่ากับ OD_0 และตัวแปรอิสระ คือ ราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว (P) วัดตามแกนนอนเท่ากับ OP_0 อย่างไรก็ตามความสัมพันธ์ของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง มิได้ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่จะขึ้นอยู่กับปัจจัยอื่นๆ เช่น ระดับรายได้ รสนิยม ความชอบ ราคาสินค้า และบริการชนิดอื่น เป็นต้น



ภาพประกอบ 5 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวกับปริมาณการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวก็เหมือนกับผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งถ้าหากได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวก็จะมีผลให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ดังกรณีตัวอย่างของอัตราค่าโดยสารเครื่องบินจะส่งผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งแสดงได้ดังภาพประกอบ 6 พบว่า เมื่ออัตราค่าโดยสารเครื่องบินถูกลดจาก OP_0 เป็น OP_1 จะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวมากขึ้นจาก OD_0 เป็น OD_1

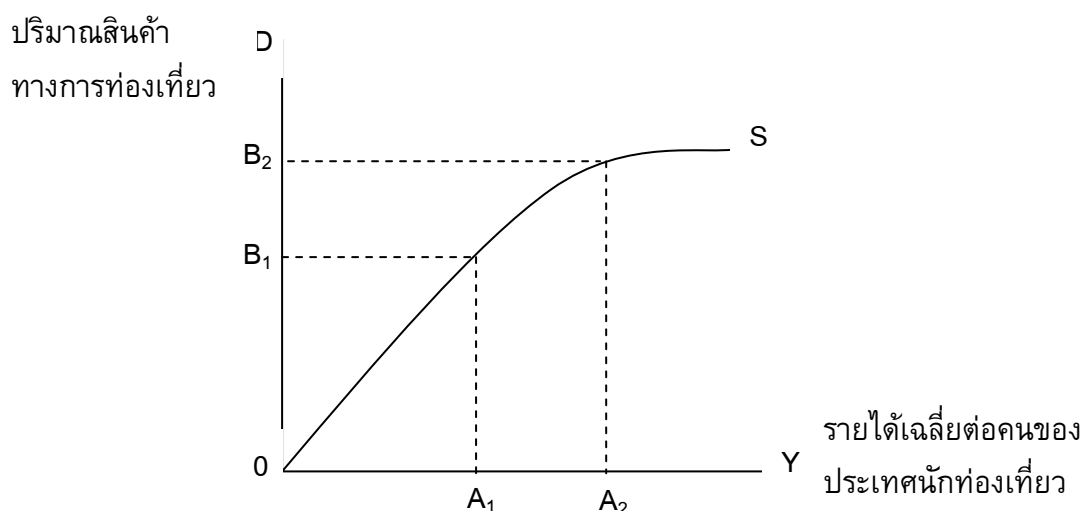


ภาพประกอบ 6 ผลกระทบของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวจากอัตราค่าโดยสารเครื่องบินถูกลด

นอกจากทฤษฎีอุปสงค์ที่สามารถที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ (Y) กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยว (D) โดยให้ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่ ซึ่งแสดงในรูปของฟังก์ชันคือ

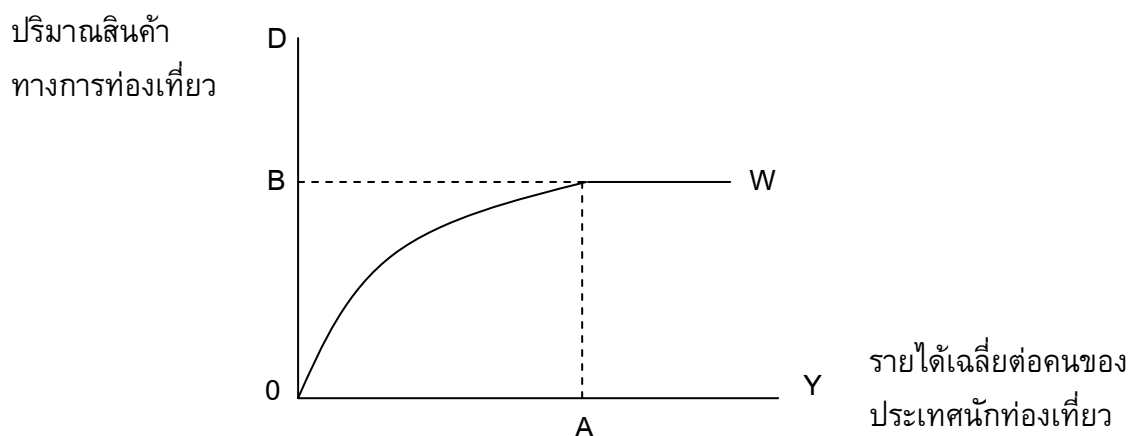
$$D = f(Y)$$

ความสัมพันธ์ดังกล่าว หากมีการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ก็จะมีผลกระทบต่อปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวดังภาพประกอบ 7 กล่าวคือ ถ้าหากระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นจาก OA_1 ไปยัง OA_2 จะทำให้ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก OB_1 ไปยัง OB_2 ลักษณะเช่นนี้เมื่อระดับรายได้สูงขึ้นอีกก็จะทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามลักษณะเส้น OS ส่วนการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเพียงใดก็จะขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์นั้นๆ



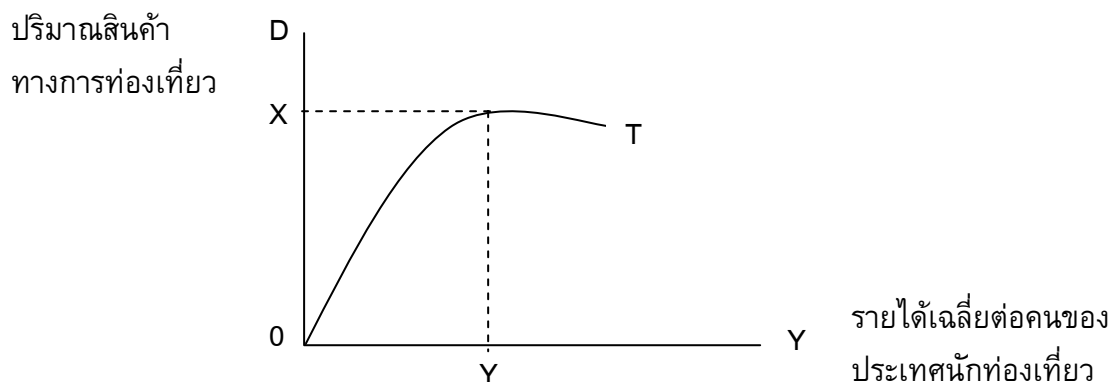
ภาพประกอบ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะเพิ่มขึ้น

แต่เมื่อพิจารณาภาพประกอบ 8 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนเพิ่มสูงขึ้นๆ ถึงระดับ OA ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวระดับ OB ที่สูงสุดแล้วและหากระดับรายได้ยังเพิ่มสูงขึ้นกว่านี้ก็จะไม่มีผลทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไปตามลักษณะเส้น OW



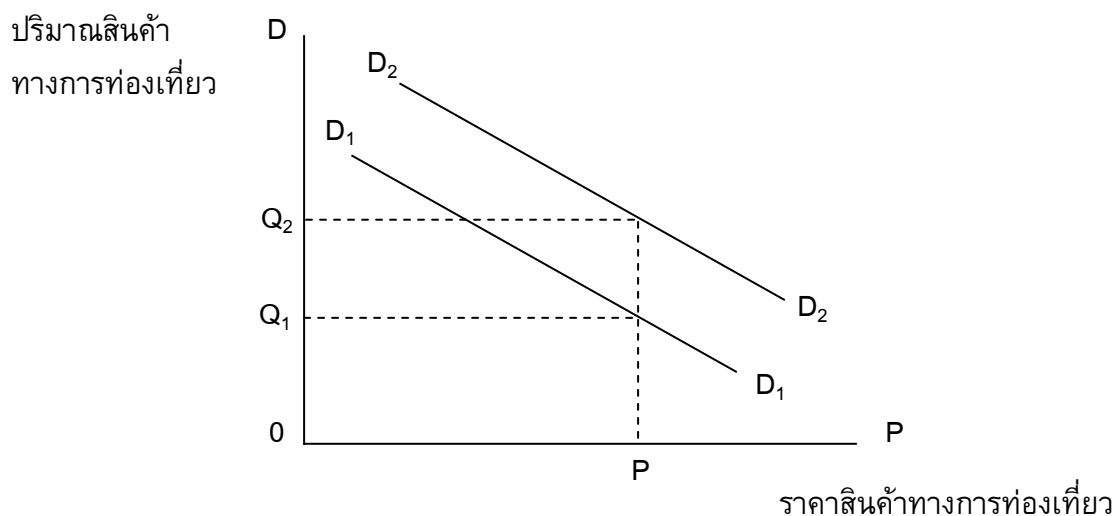
ภาพประกอบ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะคงที่

ในอีกลักษณะหนึ่งของอุปสงค์การท่องเที่ยวอาจจะเป็นดังภาพประกอบ 9 ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยว กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมในลักษณะด้อยคุณภาพ (Inferior) กล่าวคือ เมื่อระดับรายได้เพิ่มสูงขึ้นถึงระดับ OY โดยสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ระดับ OX แต่ถ้าหากระดับรายได้สูงกว่า OY ไปอีกจะมีผลทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวลดลงไปตามลักษณะเส้น OT



ภาพประกอบ 9 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะลดน้อยถอยลง

แต่ถ้าหากพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงโดยเอาแบบอย่างกัน มีรสนิยมที่คล้ายกันมากขึ้น ก็จะทำให้เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวขยับสูงขึ้นจาก D_1D_1 ไปเป็น D_2D_2 ในขณะที่ราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวยังคงเดิม และผลในที่สุดจะทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวมากขึ้นจาก OQ_1 ไปเป็น OQ_2 ดังจะแสดงได้ในภาพประกอบ 10 (ประเจิด สินทรัพย์. 2526 : 86-91)



ภาพประกอบ 10 เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น

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

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

1.3 ทฤษฎีทางเลือกของผู้บริโภค

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวนี้ ก็เปรียบเสมือนการบริโภคสินค้าอย่างหนึ่งของนักท่องเที่ยว ถ้ารายได้ของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ก็จะทำให้การบริโภคเพิ่มขึ้นด้วย เป็นต้น ในขณะที่ถ้าราคาค่าบริการเพิ่มขึ้น การบริโภคจะเพิ่มหรือลดลงขึ้นอยู่กับว่าผลของราคาจะมีผลสุทธิดังไร

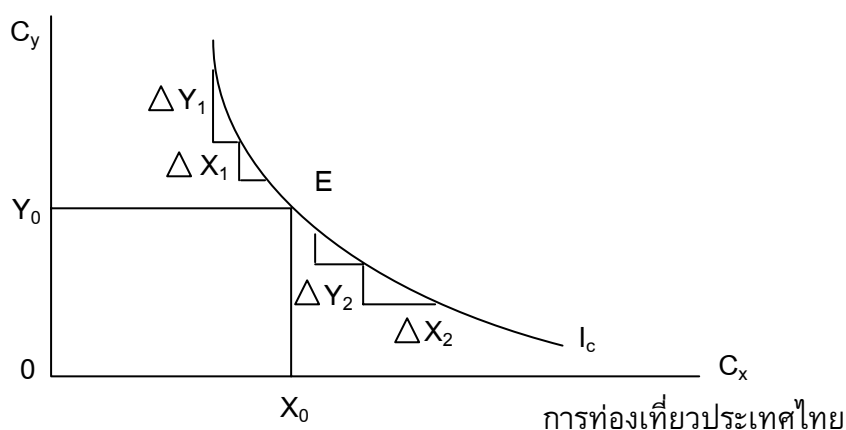
จากแนวความคิดของทฤษฎีทางเลือกของผู้บริโภค สามารถนำมาใช้กับการศึกษานี้โดยการกำหนดให้ฟังก์ชันอรรถประโยชน์ (Utility function) มีลักษณะดังนี้ (ปราณี ทินกร. 2529: 75-79)

$$U = f(C_x, C_y)$$

กำหนดให้	U	=	อรรถประโยชน์
	C_x	=	การบริโภคสินค้า X โดยในการศึกษานี้จะเปรียบให้สินค้า X เป็นการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
	C_y	=	การบริโภคสินค้า Y เป็นการท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย

ผู้บริโภคซึ่งในที่นี้หมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะจัดสรรการบริโภคที่จะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุด (Maximize Utility) โดยอยู่ภายใต้ข้อจำกัดของงบประมาณที่จำกัด (Budget constraint) ซึ่งหมายถึงรายได้ของนักท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งรายได้ในที่นี้ หมายถึง จำนวนเงินงบประมาณที่นักท่องเที่ยวมีไว้เพื่อใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เป็นเหมือนงบประมาณในการท่องเที่ยวนั่นเอง สามารถหาเส้นอรรถประโยชน์ได้ดังภาพประกอบ 11

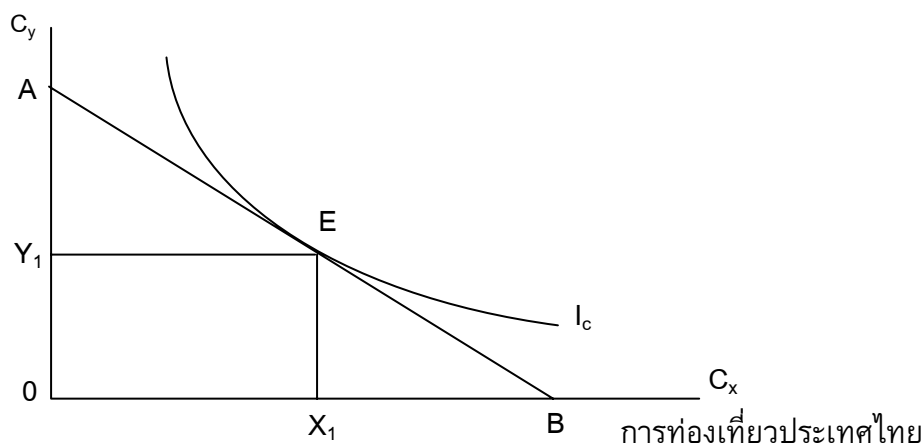
การท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ



ภาพประกอบ 11 เส้นความพอใจเท่ากันของการบริโภคสินค้า X และ Y

จากภาพประกอบ แกนตั้ง OC_y เป็นแกนวัดปริมาณสินค้า Y และแกนนอน OC_x เป็นแกนวัดปริมาณสินค้า X ทุกจุดบนเส้นแสดงความพอใจเท่ากัน (I_c) จะแสดงถึงความพอใจเท่ากันของผู้บริโภค ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในที่นี้สมมติให้จุด E เป็นจุดที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้า X และ Y เมื่อนำเส้นข้อจำกัดด้านงบประมาณ (Budget constraint) มารวมก็จะได้ตั้งภาพประกอบ 12

การท่องเที่ยวประเทศอื่นๆ



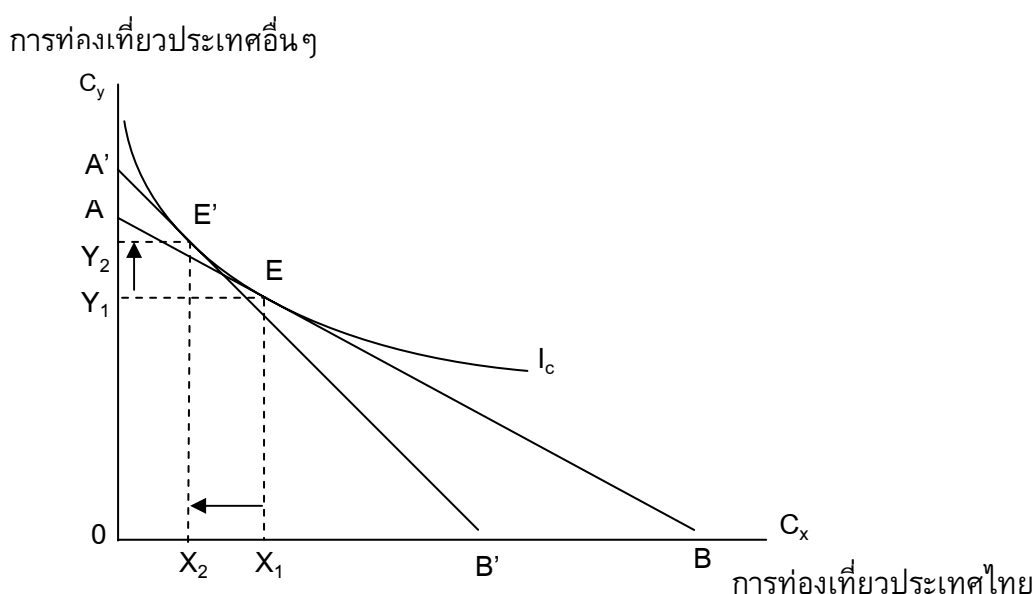
ภาพประกอบ 12 เส้นความพอใจสูงสุดของผู้บริโภค ในการบริโภคสินค้า X และ Y

ถ้าในกรณีที่ไม่มี การเปลี่ยนแปลงใดๆ เกิดขึ้น ผู้บริโภคก็จะมี ความพอใจสูงสุดอยู่ที่จุด E แต่อย่างที่ไดกล่าวไว้ในตอนต้นแล้วว่า การท่องเที่ยวก็เปรียบเสมือนการบริโภคสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อราคาสินค้าที่บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ย่อมมีผลถึงรูปแบบการบริโภคย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ซึ่งในที่นี้สมมติให้ราคาของการท่องเที่ยวในประเทศไทยแพงขึ้น เกิดผลขึ้นดังภาพประกอบ 13

ในที่นี้เราสมมติให้การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ทดแทนกันได้ หมายถึง การท่องเที่ยวในประเทศหนึ่งสามารถทดแทนการท่องเที่ยวในอีกประเทศหนึ่งได้

จากภาพประกอบเดิม AB เป็นเส้นงบประมาณของนักท่องเที่ยว และ I_c เป็นเส้นความพอใจเท่ากัน จุด E เป็นจุดที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้า $X = x_1$ และสินค้า $Y = y_1$ แต่เมื่อราคาของการท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น นักท่องเที่ยวก็หันเหการท่องเที่ยวจากประเทศไทยไปยังประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวคล้ายคลึงกันแทน โดยจุด E' เป็นจุดที่ผู้บริโภคเลือกบริโภคสินค้า X ลดลงจาก x_1 เป็น x_2 และบริโภคสินค้า Y เพิ่มขึ้นจาก y_1 เป็น y_2 โดยใช้งบประมาณเท่าเดิม จะเห็นได้ว่าเมื่อมีปัจจัยบางตัวที่มีผลต่อการบริโภคของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปก็มีผลทำให้พฤติกรรมของการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วย

จากแนวความคิดของทฤษฎีทางเลือกของผู้บริโภคข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัจจัยบางอย่างมีผลต่อการกำหนดพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค เช่น รายได้ของผู้บริโภค ระดับราคาของสินค้าสองชนิดที่ใช้ทดแทนกันได้ รวมทั้งปัจจัยอื่น ๆ อีก



ภาพประกอบ 13 ผลของการเปลี่ยนแปลงของราคาในสินค้า X

1.4 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity) หมายถึง มาตรการในการวัดการสนองตอบของตัวแปรตัวหนึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอีกตัวหนึ่ง โดยทั่วไปนั้นมักจะนิยามคำว่าความยืดหยุ่นในฐานะที่เป็นอัตราส่วนของการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละ หรืออัตราแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นสัดส่วน (percentage change or proportionate rate of change) ของตัวแปรตัวหนึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละหรืออัตราแห่งการเปลี่ยนแปลงเป็นสัดส่วนของตัวแปรอีกตัวหนึ่ง

แนวคิดที่ว่าด้วยความยืดหยุ่นนั้นสามารถพิจารณาได้ง่าย ๆ ได้ดังนี้ ถ้า q และ p เป็นตัวผันแปรสองตัวใด ๆ และซึ่ง q ขึ้นอยู่กับ p แล้ว ความยืดหยุ่นของ q เมื่อคำนึงถึง p ก็จะสามารถคำนวณได้ง่าย ๆ ความยืดหยุ่นประเภทที่เรียกกันว่า ความยืดหยุ่นเป็นช่วง (Arc Elasticity) ดังนี้

$$E_{qp} = \frac{\text{การเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของ } q}{\text{การเปลี่ยนแปลงเป็นร้อยละของ } p}$$

$$= \frac{\frac{\Delta q}{q}}{\frac{\Delta p}{p}} = \frac{(q_1 - q_2) / (q_1 + q_2)}{(p_1 - p_2) / (p_1 + p_2)}$$

ในเชิงคณิตศาสตร์นั้นถ้ากำหนดฟังก์ชัน $q = f(p)$ แล้ว ความยืดหยุ่นเป็นจุด (Point Elasticity) สามารถให้คำนิยามได้ดังนี้

$$E_{qp} = \frac{\frac{d \ln q}{d \ln p}}{\frac{1}{p}} = \frac{\frac{1}{q} \cdot dq}{\frac{1}{p} \cdot dp} = \frac{p \cdot dq}{q \cdot dp}$$

$$= \frac{dq / dp}{q / p} = \frac{\text{marginal function}}{\text{average function}}$$

สัญลักษณ์ E_{qp} หมายถึง ความยืดหยุ่นเป็นจุดของ q เมื่อคำนึงถึง p สำหรับสมการข้างต้นนั้นสามารถใช้กับความยืดหยุ่นประเภทใด ๆ ก็ได้ ไม่ว่าความยืดหยุ่นนั้นจะเป็นความยืดหยุ่นเมื่อคำนึงถึงราคา หรือความยืดหยุ่นเมื่อคำนึงถึงรายได้ก็ตาม

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เมื่อคำนึงถึงราคาโดยทั่วไปมี 5 ลักษณะ ดังนี้

1.4.1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง (Relatively Elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะมีความชัน (Slope) น้อย ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่าถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์แล้ว ปริมาณการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามมากกว่า 1 เปอร์เซ็นต์

1.4.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง (Relatively Inelastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะสูงชัน ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่าถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะสูงขึ้นหรือลดลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ จะทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่า 1 เปอร์เซ็นต์ โดยทั่วไปแล้วเป็นสินค้าที่จำเป็นต่อการดำรงชีพ

1.4.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับหนึ่ง (Unitary Elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นโค้งแบบ Rectangular Hyperbolar ซึ่งลักษณะความยืดหยุ่นดังกล่าวสามารถแปลความหมายได้ว่าถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปปริมาณการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามเท่ากับจำนวน 1 เปอร์เซนต์ ด้วยเสมอ

1.4.4 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับศูนย์ (Perfect Inelastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตั้งฉากกับแกนปริมาณการท่องเที่ยว ลักษณะความยืดหยุ่นดังกล่าวแปลความหมายว่าจะไม่มีผลทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเลย ไม่ว่าราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวจะแพงขึ้นหรือถูกลงก็ตาม เป็นแนวคิดทางทฤษฎีเท่านั้นไม่อยู่ในวิสัยแห่งความเป็นจริง

1.4.5 ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับอนันต์ (Infinity Elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งแปลความหมายได้ว่าถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าแพงขึ้นหรือถูกลง จะไม่มีผลต่อปริมาณการท่องเที่ยวใด ๆ เลย ลักษณะดังกล่าวนี้ก็เป็นแนวคิดทางทฤษฎีเช่นเดียวกับข้อ 1.4.4 (ประเจิดสินทรัพย์. 2526: 113)

1.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

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

1.5.2 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 ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง การพักผ่อน อาหาร ธุรกิจท่องเที่ยว มัคคุเทศก์ แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

มิดเดิลตัน (Middleton. 1994 : 37-46) ได้อธิบายถึงปัจจัยด้านต่าง ๆ ซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ คือ

1. สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน สภาพเศรษฐกิจที่ดีของประเทศของท้องถิ่นเอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้มากขึ้นในประเทศที่พัฒนาแล้ว ประชากรมีรายได้ต่อหัวที่สูงมากย่อมมีอำนาจการซื้อมากกว่าประชากรในประเทศที่กำลังพัฒนา

2. ลักษณะของประชากร ลักษณะของประชากรโดยรวมซึ่งได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์ มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและปริมาณการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ เพศและเชื้อชาติเป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยมและพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิงต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยมากกว่าแบบผจญภัย ซึ่งเป็นรูปแบบการเดินทางที่นิยมกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสังคมที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ เช่น ชาวตะวันตกนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น

3. สภาพภูมิศาสตร์ ลักษณะภูมิศาสตร์ที่เป็นภูมิสำเนาของนักท่องเที่ยวจะมีผลกระทบต่อการกำหนดจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไป คนที่อยู่อาศัยในแถบทะเลจะไม่รู้สึกต้องการเดินทางไปชมหรือพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะแบบเดียวกัน แต่กลับนิยมไปยังสถานที่ที่แตกต่างออกไป เพื่อแสวงหาบรรยากาศแปลกใหม่

4. สภาพสังคมและวัฒนธรรม รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สังคมของประเทศแถบตะวันออกกลาง ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นที่อยู่ห่างไกล แต่ในทางกลับกันสังคมชาวตะวันตกเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทาง และผู้หญิงชาวเอเชียวัยทำงานนิยมเดินทางเป็นกลุ่มมากกว่าไปตามลำพัง บางประเทศมีค่านิยมหรือแพ้นที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อชี้ให้เห็นระดับทางสังคมที่สูง โดยเฉพาะผู้มีฐานะทางการเงินดีนิยมไปต่างประเทศมากกว่าการเที่ยวภายในประเทศ

5. นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่าง ๆ นโยบายทางการเมืองหรือกฎเกณฑ์ต่าง ๆ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะเดินทางของนักท่องเที่ยว ปัญหาการสู้รบ ความตึงเครียดทางการเมือง การกำหนดจำนวนวันหยุดประจำปี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือสกัดกั้นการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวที่รัฐบาลแต่ละประเทศจะกำหนด

6. ราคา ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือก หรือเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นพาหนะ ค่าที่พักหรืออัตราค่าครองชีพในท้องถิ่นที่จะไปท่องเที่ยว

7. ความสะดวกในการเดินทาง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการมีความยากง่ายเพียงใด เช่น มีสายการบินที่บินตรงสู่จุดหมายปลายทางที่ต้องการหรือไม่ เวลาที่ใช้ในการเดินทางมากน้อยเพียงใด เป็นต้น

8. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นปัจจัยสำคัญประการหนึ่งที่ส่งผลให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งหนึ่งแห่งใดได้รับความสนใจหรือเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวมากกว่าแห่งอื่น จึงมีการแข่งขันในการ

โฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวที่กำลังตัดสินใจเลือกเป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยวที่กำลังจะเกิดขึ้น

1.6 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product) หรือเรียกย่อ ๆ ว่า GDP หมายถึง มูลค่ารวมในตลาดของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ประเทศผลิตขึ้นได้ภายในประเทศในรอบระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งปกติมักวัดในรอบ 1 ปี ก่อนหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายนั้น

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง (Real GDP) หมายถึง ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่ได้จัดความผันผวนของราคาในแต่ละปีแล้ว ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงของ Real GDP จะเกิดจากการเปลี่ยนแปลงในปริมาณผลผลิตเท่านั้น ไม่มีอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงด้านราคาหรืออัตราเงินเฟ้อเข้ามาเกี่ยวข้อง (รัตน สหายคณิต. 2542: 50-51)

จากความหมายของ GDP ข้างต้น เราต้องทำความเข้าใจกับความหมายของคำบางคำ ดังนี้

1.6.1 มูลค่ารวม (Total Value) หมายถึง ผลรวมของมูลค่าสินค้าและบริการต่าง ๆ ซึ่งคำนวณมูลค่าได้โดยคูณปริมาณที่ผลิตด้วยราคาตลาด

1.6.2 ราคาตลาด (Market Price) หมายถึง ราคาที่ซื้อขายกันในตลาด ซึ่งเป็นราคาที่แสดงถึงต้นทุนของการผลิตสินค้ารวมภาษีทางอ้อมที่ผู้ผลิตผลักภาระให้ผู้ซื้อ โดยบวกเข้าไปในราคาขายผลิตภัณฑ์ที่นำมาคำนวณมูลค่าใน GDP จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาซื้อขายกันในตลาด

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

1.6.4 ภายในประเทศ (Domestic) หมายถึง ภายในอาณาเขตของประเทศโดยไม่คำนึงว่าหน่วยเศรษฐกิจที่ผลิตเป็นหน่วยเศรษฐกิจท้องถิ่น หรือเป็นหน่วยเศรษฐกิจต่างประเทศ ตราบใดที่ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายนั้นผลิตขึ้นภายในอาณาเขตของประเทศ 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)

1.7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (Exchange Rate) หมายถึง ราคาของเงินสกุลหนึ่ง 1 หน่วย ที่คิดเทียบอยู่ในหน่วยของเงินอีกสกุลหนึ่ง ตัวอย่างเช่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับเงินบาท คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาท่เท่ากับ 42 บาท

1.7.1 อุปสงค์เงินตราต่างประเทศ หมายถึง ความต้องการเงินตราต่างประเทศ เพื่อที่จะนำเงินตราต่างประเทศนั้นไปชำระค่าซื้อสินค้านำเข้า ซึ่งบริการของต่างประเทศ หรือลงทุนในต่างประเทศ หรือโอนออกไปต่างประเทศ เป็นต้น อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับราคาเงินตราต่างประเทศหรืออัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าราคาเงินตราต่างประเทศสูง (หรือแพง) เมื่อเทียบกับเงินบาท เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาท่เท่ากับ 50 บาท เรียกว่า อัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งลดลง แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาท่เท่ากับ 25 บาท ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งสูงขึ้นด้วย เส้นอุปสงค์ต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้าม

1.7.2 อุปทานเงินตราต่างประเทศ หมายถึง ปริมาณเงินตราต่างประเทศที่ประเทศมีอยู่ ซึ่งประเทศจะได้รับเงินตราต่างประเทศจากการขายสินค้าออกจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จากการขายบริการต่าง ๆ จากการลงทุนของชาวต่างประเทศ และจากการกู้ยืมจากต่างประเทศ เป็นต้น อุปทานของเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าราคาเงินตราต่างประเทศเมื่อเทียบกับเงินบาท เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาท่เท่ากับ 55 บาท อุปทานเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งจะมีมากขึ้น เพราะชาวต่างประเทศที่มีเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่ง หรือผู้ที่มีเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งจะนำเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งมาแลกเปลี่ยนกับเงินบาทมากขึ้น เพื่อซื้อสินค้าของไทย หรือใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือลงทุนในประเทศไทย หรือคนไทย กู้ยืมเงินจากต่างประเทศมาใช้จ่ายมากขึ้น แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาท่เท่ากับ 20 บาท อุปทานของเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งจะลดลง เพราะจะมีการนำเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งมาแลกเปลี่ยนเป็นเงินบาทน้อยลง เส้นอุปทานของเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาส่งสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางเดียวกัน (รัตน สายคณิต. 2542: 398-401)

1.7.3 การขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนกับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

การพิจารณาข้อปัญหาที่จะเกิดขึ้นเมื่อเกิดการแปรผันขึ้นในส่วนต่าง ๆ ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว เช่น อัตราแลกเปลี่ยนในตลาด (ที่มีใช้เป็นการ) 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 นักท่องเที่ยวจะไม่รู้สึกว่าต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นหรือน้อยลงในการไปท่องเที่ยวในประเทศทั้งสอง และเขาจะไม่คิดถึงมากนักเกี่ยวกับอัตรา

แลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาวะเช่นนี้ไม่เกิดขึ้นบ่อย ๆ นัก เว้นแต่ในประเทศที่ติดต่อกัน ใกล้ชิดและมีความสัมพันธ์กันทางเศรษฐกิจอย่างแน่นแฟ้น

2) อัตราแลกเปลี่ยนตามทางการคงที่ แต่อัตราแลกเปลี่ยนในตลาดมืดแปรผันไป ภาวะเช่นนี้ทำให้เกิดแนวคิดได้สองประการ คือ

2.1) ถ้าค่าครองชีพในประเทศ ง. สูงขึ้น และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ง. และประเทศ จ. คงที่ คนในประเทศ จ. ที่จะไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการไปเที่ยวประเทศ ง. และประเทศ จ. ก็จะได้นักท่องเที่ยวจากประเทศ ง. เพิ่มขึ้น ซึ่งอาจน้อยลงอย่างเป็นจำนวนสัมบูรณ์ เช่น เคยมีปีละ 10,000 เหลือเพียง 9,000 หรืออาจน้อยลงในเชิงอัตราเพิ่ม เช่น เคยเพิ่มขึ้น 8% กลับเพิ่มขึ้นเพียง 3-4% ในภาวะเช่นนี้ประเทศ ง. ไร้เศรษฐกิจ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์แก้ไขกลับเคลื่อนไม่ได้มากนัก

2.2) ถ้าค่าครองชีพในประเทศ จ. เพิ่มขึ้นรวดเร็วกว่าค่าครองชีพในประเทศ ง. และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง 2 ประเทศคงที่ นักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ จ. จะรู้สึกประหลาดว่าสินค้าต่าง ๆ ในประเทศ ง. ไม่แพง ดังนั้นนักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ จ. จะไปท่องเที่ยวด้วยกันในประเทศ ง. มากกว่าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ ง. จะไปท่องเที่ยวด้วยกันในประเทศ จ.

3) ในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนตามทางการเปลี่ยนแปลงไป บางทีเป็นนโยบายทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่รัฐบาลของประเทศหนึ่ง ต้องเปลี่ยนแปลงค่าของเงินตราไปในทางที่สัมพันธ์กับปริมาณทุนสำรองผูกพัน (เช่น ทองคำ เงิน หรือเงินตราสหรัฐอเมริกา) แม้ว่าเงินตราของประเทศต่าง ๆ จะยังคงมีความสัมพันธ์เดิมต่อไปกับทองคำ (คือ ราคาทองคำซื้อได้ด้วยเงินตราของประเทศนั้นไม่เปลี่ยนแปลงไป) แต่ราคาทองคำซื้อได้ด้วยเงินตราของประเทศ ง. เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในกรณีที่ราคาทองคำแพงขึ้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ง. และประเทศอื่น ๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น ๆ ที่ไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยมากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนตามทางการมักจะกระทำเพื่อให้ใกล้เคียงกับอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดแลกเปลี่ยน (ที่มีใช้เป็นการแลกเปลี่ยนและการแลกเปลี่ยนตามค่าแท้จริงของเงินตรา) ทั้งนี้เพื่อมิให้การเคลื่อนไหวทางการเงินหลุดออกไปนอกอำนาจการควบคุม

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

เที่ยวมากขึ้น (ปริมาณสินค้าและบริการขายออกก็จะมากขึ้น และอาจทำให้ดุลการค้าระหว่างประเทศดีขึ้นได้)

3.2) การเพิ่มค่าเงินตรา เป็นการกระทำที่ตรงกันข้ามกับการลดค่าเงินตรา นั่นคือ ราคาของทองคำจำนวนหนึ่งซึ่งคิดเป็นเงินตราของประเทศนั้นจะลดลงกว่าที่เคยเทียบไว้แต่เดิม หรือนัยหนึ่งค่าของเงินตราเพิ่มขึ้น การเพิ่มค่าของเงินตราเป็นการกระทำที่ไม่บ่อยเท่าการลด และโดยมากประเทศใดที่เพิ่มค่าของเงินตรามักจะเป็นประเทศที่อยู่ในภาวะเศรษฐกิจเฟื่องฟู ถ้าประเทศ ง. เพิ่มค่าเงินตราขึ้น และประเทศอื่น ๆ ไม่เพิ่มขึ้นด้วย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศ ง. ให้เป็นเงินตราของประเทศอื่น ๆ ก็จะสูงขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ ที่จะไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ซื้อบริการเดิมได้ หรือถ้าจะใช้เงินเท่าเดิมก็จะซื้อสินค้าและบริการในประเทศ ง. ได้น้อยลง จะกลายเป็นประเทศที่มีราคาแพงในการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะไปท่องเที่ยวประเทศ ง. น้อยลง ในทางตรงกันข้ามคนสัญชาติประเทศ ง. ก็จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น

ที่จะกล่าวสุดท้ายในเรื่องนี้ก็คือว่า นักท่องเที่ยวมิได้ใช้เหตุผลเกี่ยวกับการใช้เงินเหมือนนักธุรกิจการเงิน นักท่องเที่ยวคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวก็จริงอยู่ แต่ก็ใช้กับเพียงหนึ่งในหลายตัวประกอบที่เกี่ยวกับอุปสงค์ เหตุผลสำคัญกว่าที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวในประเทศหนึ่งประเทศใด อาจเป็นเพราะประเทศนั้นสวยงาม อากาศดี มีที่เที่ยวน่าสนใจและเป็นแพชั่นกันว่าจะต้องไป และบางทีเหตุผลเพียงเท่านี้ก็พอสำหรับที่นักท่องเที่ยวจะยอมอดออมในเรื่องอื่น ๆ เพื่อเก็บเงินไว้ไปเที่ยว ทั้งนี้โดยคำนึงเล็กน้อยถึงค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ตามถ้านักท่องเที่ยวจะเอาใจใส่เรื่องอัตราแลกเปลี่ยนบางทีก็จะได้ประโยชน์มากขึ้นจากเงินที่เสียไป (หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย. 2527: 103-104)

1.8 อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

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

1) ปีฐาน หมายถึง ปีที่ใช้อ้างอิงนั้น การที่จะเลือกปีใดเป็นปีฐานนั้น จะต้อง มีหลักเกณฑ์ในการพิจารณากว้าง ๆ คือ เป็นปีที่ภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างเป็นปกติ ไม่เกิดภาวะเงินเฟ้อ หรือการว่างงานในอัตราสูง พฤติกรรมของหน่วยเศรษฐกิจต่าง ๆ ดำเนินไปอย่างปกติ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงภาษี ไม่มีการปรับอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นผลให้ค่าเงินสกุลของประเทศเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ประเทศไม่เกิดภาวะสงครามหรือความไม่สงบเรียบร้อยในประเทศอย่างรุนแรงและไม่เกิดภัยพิบัติอย่างรุนแรง

2) สินค้าและบริการ สินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคานั้น ถ้าเป็นสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อในราคาตลาด ดัชนีราคาที่คำนวณได้จะเรียกว่า ดัชนีราคาผู้บริโภค แต่ถ้าเป็นสินค้าและบริการที่ผู้ผลิตจ่ายซื้อ ดัชนีราคาที่คำนวณได้จะเรียกว่า ดัชนีราคาผู้ผลิต ดังนั้น ดัชนีราคาจึงมีหลายประเภทขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาว่าเป็นสินค้าประเภทใด หน่วยเศรษฐกิจประเภทใดเป็นผู้จ่ายซื้อ

3) ดัชนีราคาจะเป็นเท่าใดขึ้นอยู่กับระดับราคาเฉลี่ยและจำนวนหรือปริมาณสินค้าและบริการ แต่มีได้บ้างถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ จึงเสมือนมีข้อสมมติแอบแฝงว่าสินค้าและบริการในปีใดมีคุณภาพคงที่หรือมีคุณภาพเหมือนกับคุณภาพของสินค้าและบริการในปีฐาน เช่นเดียวกับที่จำนวนหรือปริมาณสินค้าและบริการในปีใดมีจำนวนเท่ากับจำนวนสินค้าและบริการในปีฐาน (รัตน สหายคณิต. 2542: 105 – 108)

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

1.9 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน

จากการส่งเสริมและสนับสนุนของภาครัฐที่พยายามผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักเพื่อฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะสามารถนำเงินตราจากต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทยได้รวดเร็ว ก่อให้เกิดการกระจายการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้จากการจ่ายเงินของนักท่องเที่ยวแต่ละครั้งในแหล่งท่องเที่ยวไปยังอุตสาหกรรมการผลิตสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานพักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม ร้านขายสินค้าและของที่ระลึก และอื่น ๆ ซึ่งจะก่อให้เกิดการพัฒนาในระบบเศรษฐกิจและสังคมที่ยั่งยืนต่อไปในอนาคต ในขณะเดียวกันประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกก็ได้ให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน จึง

ทำให้เกิดการแข่งขันกันอย่างกว้างขวางในทุกระดับภูมิภาคของโลก ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการเพิ่มศักยภาพในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับโลก และเป็นพื้นฐานในการกำหนดนโยบาย และเป็นแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายระหว่างท่องเที่ยวอยู่ในประเทศเฉลี่ยต่อคน ไม่รวมค่าใช้จ่ายระหว่างเดินทางข้ามประเทศ ค่าขนส่งที่จ่ายจากประเทศของตนก่อนเดินทางเข้าประเทศไทย ซึ่งจะจำแนกเป็นรายละเอียดดังนี้

1.9.1 ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าที่พัก หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายให้กับเจ้าของที่มีที่พักไว้สำหรับขายบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท บังกะโล

1.9.2 ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อการบริโภคระหว่างท่องเที่ยว ทั้งที่จ่ายในโรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร ไม่รวมค่าสินค้าเพื่อบริโภคเพื่อนำกลับไปเป็นของฝาก

1.9.3 ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าพาหนะเดินทางในประเทศ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อเป็นค่าเดินทางระหว่างท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น ค่ารถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัด รถไฟ เครื่องบิน ค่ารถโดยสารประจำทางในจังหวัด เรือโดยสาร เรือข้ามฟาก รถเช่า

1.9.4 ค่าใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าบริการท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อเป็นค่าบริการนำเที่ยวโดยตรง (ค่าไกด์) ค่าผ่านประตูเพื่อเข้าชมพิพิธภัณฑ์ อุทยาน สวนสัตว์ โบราณสถาน เป็นต้น

1.9.5 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมเองเพื่อความสำราญและบันเทิง เช่น ค่าบริการเช่าสุขภาพ กอล์ฟ ดำน้ำ ล่องแก่ง การชมการแสดงทางศิลปวัฒนธรรม การแสดงสินค้า ค่าเช่าอุปกรณ์กีฬาบางชนิด เช่น เจ็ทสกี บานาน่าโบ๊ต เป็นต้น

1.9.6 ค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่ายเพื่อซื้อสินค้าทั้งสินค้าอุปโภคบริโภค เพื่อกลับไปยังประเทศของตน แต่ต้องไม่ใช่เพื่อนำกลับไปขายต่อ เช่น สินค้าประเภทอัญมณี เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าไหม สินค้าประเภทแบรนด์เนม หรือ เครื่องหนัง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550: ออนไลน์)

1.10 งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.10.1 ความเป็นมาของแผนงบประมาณด้านการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้รวดเร็วที่สุด และเป็นการลงทุนที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น อย่างไรก็ตามการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องหลายหน่วยงาน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนจึงควรบูรณาการเป็นระดับแผนงานเพื่อให้มีการจัดสรรทรัพยากร

ด้านท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบและให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถดำเนินงานประสานสอดคล้องสัมพันธ์กันให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้

1.10.2 นโยบายของรัฐบาลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว

1.10.2.1 เร่งฟื้นฟูระดับความสัมพันธ์และร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อให้ไทยเป็นประตูทางผ่านหลักของการท่องเที่ยวในภูมิภาค ทั้งด้านการตลาด การขนส่ง การลงทุน การบริหารจัดการ รวมถึงการจัดอุปสรรคในการท่องเที่ยว

1.10.2.2 บริหารการท่องเที่ยวโดยใช้กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยสร้างกิจกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับภายในประเทศและระหว่างประเทศ เชื่อมโยงกับวิสาหกิจขนาดกลาง ขนาดเล็กและธุรกิจชุมชนพัฒนาคุณภาพการท่องเที่ยว และยกระดับประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง การประชุมสัมมนาและการแสดงสินค้าของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

1.10.2.3 เร่งพัฒนา บุคลากร พนักงานมัคคุเทศก์ และสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม ทั้งใน เขตเมืองและนอกเมือง เพื่อให้เกิดการท่องเที่ยวใหม่ สร้างแหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว โดยส่งเสริมบทบาทเอกชนร่วมกับชุมชนในการรักษาแหล่งท่องเที่ยว และวิถีชีวิตให้ในอยู่สภาพเดิม อย่างต่อเนื่อง

1.10.2.4 เพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการ ท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ รวมทั้งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม โดยส่งเสริม การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่และให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้ง ในรูปแบบการจัดสหกรณ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาพื้นที่ชุมชนเป็นแหล่งท่องเที่ยว

1.10.2.5 เพิ่มมาตรการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและ ป้องกันการเอาเปรียบนักท่องเที่ยว รวมทั้งเร่งรัดแก้ไขปัญหาคาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่าง จริงจัง (สำนักงานประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี. 2545: ออนไลน์)

2. สถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

จากสถิติของ World Tourism Organization (UNWTO) ระบุว่าในช่วงปี 2006-2007 เป็น ช่วงที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีผลประกอบการที่สดใส โดยมีการเติบโตของนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศเพิ่มจาก 800 เป็น 900 ล้านคน ภายใน 2 ปี โดย ในปี 2007 ทั่วโลกมีนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศจำนวน 903 ล้านคน มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 6.6 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2006 และ ในปี 2008 คาดว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะมีจำนวน 924 ล้านคน หรือมีอัตราการเพิ่ม ร้อยละ 2 จากปีที่ผ่านมา ผลประกอบการในปี 2008 ทุกภูมิภาคมีผลประกอบการที่เป็นบวก ยกเว้น ภูมิภาคยุโรปที่ได้รับผลกระทบมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวลดลง ภูมิภาคที่มีผลประกอบการ สูงสุดคือ ภูมิภาคตะวันออกกลาง มีอัตราการเติบโตร้อยละ 11 แอฟริกา มีอัตราการเติบโตร้อยละ 5 อเมริกา มีอัตราการเติบโตร้อยละ 4 ในกรณีของอเมริกาที่มีอัตราการเติบโตเป็นบวก เนื่องมาจากการ เดินทางไปยังอเมริกากลาง และอเมริกาใต้เป็นหลัก

ปัญหาเศรษฐกิจได้ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว UNWTO ได้คาดการณ์ผลประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในปี 2009 ว่ามีแนวโน้มลดลงกว่าเท่าตัวเมื่อเปรียบเทียบกับปี 2008 โดยคาดว่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะมีการเติบโตอยู่ในระหว่างร้อยละ 0-2 โดยที่ทวีปอเมริกา ยุโรป จะเป็นภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบมากที่สุด อันเป็นผลเนื่องมาจากเป็นตลาดที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากภาวะวิกฤติ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก แอฟริกาและตะวันออกกลางคาดว่าจะมีผลประกอบการที่เป็นบวก ถึงแม้ว่าอัตราการเติบโตจะลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับปีที่ผ่านมา UNWTO ได้คาดการณ์อนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยพิจารณาเปรียบเทียบจากวิกฤติต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ผ่านมา เช่น สงครามอ่าวเปอร์เซียในปี 1991 เหตุการณ์ตึก World Trade ถล่ม สงครามอิรัก โรคระบาด SARS และวิกฤติการเงินภูมิภาคอาเซียน พบว่าภายหลังวิกฤติต่าง ๆ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีอัตราการเติบโตที่สูงกว่าช่วงก่อนเกิดวิกฤติเสียอีก ทั้งนี้จากการประมวลสถานการณ์ภาวะซบเซาของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในครั้งนี้จะยืดเยื้ออยู่ประมาณ 12-18 เดือนนับตั้งแต่เกิดปัญหา จากนั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะเริ่มฟื้นตัวในปี 2010 เป็นต้นไป ทั้งนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงควรพิจารณาเตรียมพร้อมเพื่อรับมือภายหลังการฟื้นตัวต่อไป (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550 : ออนไลน์)

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษางานวิจัย มีดังนี้

3.1 งานวิจัยที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง

ฉัตรชัย ปานเฟื่อง (2543: 58-69) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว และพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต โดยเลือกพิจารณาประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยมากที่สุดตามภูมิภาคต่าง ๆ ตามรายงานสถิติจำนวน 4 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย อาศัยข้อมูลระหว่างปี 2520-2541 โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปลอการิทึม และวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตัวแปรอิสระ คือ ราคาสัมพัทธ์ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และตัวแปรหุ่น คือ วิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซียในปี 2534 ผลการศึกษาพบว่าการเปลี่ยนแปลงราคาสัมพัทธ์ที่เพิ่มขึ้นไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยว โดยผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์จากการที่อัตราแลกเปลี่ยนมีค่าสูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน ส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นประเทศญี่ปุ่น และการเกิดวิกฤตการณ์อ่าวเปอร์เซีย เป็นปัจจัยสำคัญต่อการลดลงของจำนวน

นักท่องเที่ยวทุกประเทศ และพยากรณ์โดยวิเคราะห์สมการเส้นแนวโน้ม ผลปรากฏว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ (2546 : 81-84) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทย 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และจีน วัตถุประสงค์ของการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางมายังประเทศไทย และเพื่อทำการพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อนเพื่อสร้างแบบจำลอง แล้วจึงพยากรณ์ตัวแปรต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเพื่อทดสอบแบบจำลอง ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับผลการพยากรณ์พบว่าญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และจีน เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดค่อนข้างสูง

สุพัฒนา เตชะชลาลัย (2547: 67-129) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีน เข้าสู่ประเทศไทย ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีนเข้าสู่ประเทศไทย ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีนเข้าสู่ประเทศไทย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่ปี 2527-2546 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ จากผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และจีน สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นและเกาหลี ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ สหราชอาณาจักรและจีน สำหรับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ สหราชอาณาจักร และเกาหลีกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ สหราชอาณาจักร และเกาหลี สำหรับอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเข้าสู่ประเทศไทย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้นที่แท้จริงมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้นที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้นที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3.2 งานวิจัยเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

กรุณา บุญมาเรือน (2545: 38-77) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อศึกษาถึงผลกระทบของปัจจัยหลักที่มีผลต่อการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย 10 อันดับแรก ซึ่งประกอบด้วย นักท่องเที่ยวมาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน ไต้หวัน สหราชอาณาจักร เกาหลี สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา เยอรมนี และออสเตรเลีย ตามลำดับ โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วงปี ค.ศ. 1981-2000 ประกอบด้วย รายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และค่าใช้จ่ายในการเดินทาง นอกจากนี้แล้วยังมีตัวแปรหุ่นสองตัวได้แก่ วิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย และสงครามอ่าวเปอร์เซีย ผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อนักท่องเที่ยวจีน อัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบมากที่สุดกับนักท่องเที่ยวเกาหลีและญี่ปุ่น ส่วนปัจจัยค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีนัยสำคัญมากที่สุดต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวเยอรมนี นอกจากนี้แล้วการศึกษาผลกระทบจากเหตุการณ์ต่าง ๆ พบว่าวิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย มีผลกระทบทางด้านบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีความได้เปรียบทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนกับประเทศไทยมากที่สุด เนื่องมาจากค่าเงินบาทอ่อนค่าในทางตรงกันข้ามผลกระทบทางด้านลบจะเกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวเอเชียเป็นส่วนใหญ่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวมาเลเซีย เกาหลี ไต้หวัน และสิงคโปร์ตามลำดับ ส่วนผลกระทบจากสงครามอ่าวเปอร์เซีย นั้น จะส่งผลกระทบด้านลบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

มงคล ฤทธิ์พรณรงค์ (2548: 64-83) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ เพื่อศึกษาให้ทราบถึงความสัมพันธ์ของปัจจัยแต่ละตัวที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว โดยการศึกษาครั้งนี้เราสามารถนำตัวเลขค่าต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องซึ่งเกิดขึ้นในแต่ละปี และได้เก็บรวบรวมเอาไว้ นำมาศึกษาและวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยผ่านการสร้างแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ เพื่อให้ได้การประมวลผลทางสถิติออกมาตามที่ต้องการ ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิรายปี พ.ศ. 2530-2546 ประกอบด้วย รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในช่วงเดียวกันของปีก่อน อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ ล้วนแล้วแต่มีผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศทั้งสิ้น นอกจากนั้นปัจจัยอื่นที่ไม่ใช่ปัจจัยทางเศรษฐกิจยังมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศด้วย

สูตรรัตน์ พันธนิกุล (2545: 86-123) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ การศึกษาในระดับมหภาคและระดับจุลภาค ผลการศึกษาในระดับมหภาค พบว่า จำนวนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 เพิ่มขึ้นเฉลี่ย ร้อยละ 6.50 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีระยะเวลาพำนักในประเทศไทยโดยเฉลี่ย 6-8 วัน ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อัตราส่วนราคาค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมโดยเฉลี่ยต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกัน ผลการศึกษาในระดับจุลภาคชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 35-45 ปี มีการใช้จ่ายเฉลี่ย 4,336 บาทต่อวัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อายุของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า นักท่องเที่ยวสามารถนำเงินประเทศของตนเองไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินในต่างประเทศได้เพิ่มขึ้น จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้น จากเหตุผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3.3 งานวิจัยที่เกี่ยวกับอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

ปวิท วิชชุตา (2539: 65-79) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2522-2537 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษาถึงความยืดหยุ่นของการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ และการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยอาศัยสมการถดถอยเชิงพหุ ศึกษาเฉพาะประเทศที่เป็นตลาดหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยวไทยรวมทั้งสิ้น 3 ภูมิภาค จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก คือ ประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย ภูมิภาคยุโรป คือ ประเทศออสเตรเลีย เยอรมนี ภูมิภาคอเมริกา คือ ประเทศอเมริกา สหราชอาณาจักร แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วนคือ ส่วนที่หนึ่ง ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ส่วนที่สอง ศึกษาถึงความยืดหยุ่นของการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาส่วนที่หนึ่งพบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ คือ รายได้ประชาชาติต่อหัวของแต่ละประเทศที่นำมา

ศึกษาปริมาณการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยใช้กับการส่งเสริมการท่องเที่ยว อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่ศึกษา และมีการกำหนดตัวแปรหุ่น ได้แก่ ตัวแปรหุ่นหนึ่ง คือ ความผันผวนทางการเมือง ตัวแปรหุ่นสอง คือ ปีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่การท่องเที่ยวได้จัดทำขึ้น เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ ด้านผลการศึกษาส่วนที่สองได้แก่ ด้านความยืดหยุ่นของการท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่าโดยส่วนใหญ่พิจารณาว่าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยซึ่งมีค่าความยืดหยุ่นมาก และมีเพียงประเทศมาเลเซียเท่านั้นที่เห็นการท่องเที่ยวในประเทศเป็นสินค้าปกติ เนื่องจากมีค่าความยืดหยุ่นต่ำ

วิภาวี สงวนรัตน์ (2540: 55-70) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย และเพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะสั้น และระยะยาว โดยทำการศึกษา 6 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาและข้อมูลภาคตัดขวางในช่วงปี 2530-2539 โดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทย กับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย ส่วนผลการศึกษาทางด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทย กับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยว กับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเพิ่มขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาสินค้าและบริการต่าง ๆ ภายในประเทศตนเองแพงกว่าของประเทศไทย นักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศมากขึ้น ดังนั้น จึงทำให้อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคา

ผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศ
นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3.4 งานวิจัยที่เกี่ยวกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน

ทิตา สมพร (2546: 52-56) ได้ทำการศึกษาเรื่องอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่
เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ใช้ข้อมูลหุติย
ภูมิรายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2530-2545 โดยปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ประกอบด้วย รายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา และงบประมาณในการส่งเสริมและ
สนับสนุนการท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า รายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับ
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แสดงว่าการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อให้เกิด
รายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว
ชาวต่างชาติ แสดงว่าค่าใช้จ่ายสูงย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมามีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา
ประเทศไทย แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อ
การกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเกิดจาก
การบอกเล่า หรือการเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนประเทศไทยและเกิดการประทับใจ
ส่วนงบประมาณในการสนับสนุนการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญ

พรวิสาข์ ผลพูล (2541: 50-62) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว
ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2525-2539 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา
ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อจำนวน และรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และ
ทำการพยากรณ์ถึงรายได้ที่ประเทศไทยได้รับจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และจำนวนนักท่องเที่ยว
ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้า
มาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต โดยใช้ข้อมูลหุติยภูมิ และการวิเคราะห์ทางสถิติ
โดยอาศัยสมการถดถอยเชิงพหุ และการวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ในรูปของสมการ
ลอการิทึม โดยแบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่ง ศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อ
จำนวน และรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ส่วนที่สอง ทำการพยากรณ์ถึง
รายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอนาคต ผล
การศึกษาส่วนที่หนึ่ง พบว่า ปัจจัยหลักที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดิน
ทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ปัจจัยผันแปรดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่าง
ประเทศไทยกับประเทศญี่ปุ่น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาใช้จ่าย
เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน และรายได้ประชาชาติต่อหัวของ

ประเทศญี่ปุ่น ผลการศึกษาในส่วนที่สองพบว่า ด้านการพยากรณ์รายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2540-2545 มีอัตราการเติบโตของรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวน้อยลง ดังนั้นจึงทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

3.5 งานวิจัยที่เกี่ยวกับงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว

นุสรา กลิ่นภู (2546: 54-64) ได้ทำการศึกษาเรื่องการศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทฤษฎีภูมิรายปีระหว่างปี 2530-2544 ผลการศึกษาส่วนที่ 1 พบว่า รายได้ประชาชาติต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน และงบประมาณส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณา แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนผลการศึกษาส่วนที่ 2 พบว่า ค่าของรายได้ประชาชาติต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน และงบประมาณด้านการส่งเสริม และพัฒนากการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ทางด้านรายได้น้อยกว่า 1 สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อตัวแปรที่นำมาศึกษาเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะสูง หรือลดลงไปร้อยละ 1 แล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่าร้อยละ 1

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่า งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว กล่าวคือ เมื่องบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นจึงทำให้งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

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

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เก็บรวบรวมมาจากหนังสือ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand: Tourism Authority of Thailand ใช้ข้อมูลเป็นรายปี ระหว่างปี 2545-2550

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 3 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 จะใช้ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย เก็บรวบรวมมาจากหนังสือ Yearbook of International Financial Statistics ของสถาบัน International Monetary Fund (IMF) ปรับปีฐานเป็นปี 2543 ใช้ข้อมูลเป็นรายปี ระหว่างปี 2536-2550

2. ข้อมูลสถิติทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเก็บรวบรวมมาจากหนังสือ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand: Tourism Authority of Thailand ใช้ข้อมูลเป็นรายปี ระหว่างปี 2536-2550

3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ราคาเงินบาทวัดกับเงินตราต่างประเทศของประเทศนักท่องเที่ยวมีหน่วยเป็นเงินบาท เก็บรวบรวมจากหน่วยวิเคราะห์ ส่วนวิเคราะห์และธุรกิจตลาดเงิน ฝ่ายการธนาคาร ธนาคารแห่งประเทศไทย ใช้ข้อมูลเป็นรายปี ระหว่างปี 2536-2550

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลทฤษฎีภูมิรายปี ข้อมูลที่จัดเก็บได้จะนำมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัยด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2545-2550

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ใช้ข้อมูลในการศึกษา ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2536-2550

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สร้างตารางข้อมูลให้ครอบคลุมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัย
3. รวบรวมข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ข้อมูลทฤษฎี ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2545-2550 และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย

สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2536-2550 ซึ่งมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 3.1 ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนต่างๆ
- 3.3 คัดเลือกและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประเด็นที่ทำการศึกษาต่อไป

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาข้อมูลครั้งนี้ จะทำการวิเคราะห์ทั้งในแบบเชิงพรรณนา (Descriptive Method) และเชิงสถิติ (Statistic Method) ผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้มาดำเนินการดังต่อไปนี้

- 4.1 ตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนของข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์ผล
- 4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแยกกระทำเพื่อให้ได้ตามความมุ่งหมาย 3 ประการ คือ

4.2.1 การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นการรวบรวมข้อมูลระหว่างปี 2545-2550 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยอาศัยสถิติค่าร้อยละ (Percentage) (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2536: 136)

$$P = \frac{f}{n} \times 100$$

โดยที่ P = ร้อยละ

f = ความถี่ หรือ จำนวนข้อมูล

n = ขนาดของข้อมูล

4.2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 2536-2550 เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์โดยอาศัยการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยกระทำในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) การวิเคราะห์เชิงปริมาณนี้จะอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล

4.2.3 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 2536-2550 เพื่อทำการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยกระทำการวิเคราะห์โดยอาศัยการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยกระทำในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) การวิเคราะห์เชิงปริมาณนี้จะอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล

แบบจำลองที่ใช้ในการวิจัย

แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

$$Q = f(Y, E, R, P, B)$$

ในที่นี้จะทำการศึกษาสมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยรูปแบบสมการถดถอยเชิงพหุ อยู่ในรูปของลอการิทึมธรรมชาติที่เหมาะสม ซึ่งสมการที่ใช้ทดสอบมีดังนี้

$$\begin{aligned}\ln Q_{mt} &= \alpha_m + \beta_{m1} \ln Y_{mt} + \beta_{m2} \ln E_{mt} + \beta_{m3} \ln R_{mt} + \beta_{m4} \ln P_{mt} + \beta_{m5} \ln B_{mt} + e_m \\ \ln Q_{ut} &= \alpha_u + \beta_{u1} \ln Y_{ut} + \beta_{u2} \ln E_{ut} + \beta_{u3} \ln R_{ut} + \beta_{u4} \ln P_{ut} + \beta_{u5} \ln B_{ut} + e_u \\ \ln Q_{at} &= \alpha_a + \beta_{a1} \ln Y_{at} + \beta_{a2} \ln E_{at} + \beta_{a3} \ln R_{at} + \beta_{a4} \ln P_{at} + \beta_{a5} \ln B_{at} + e_a\end{aligned}$$

กำหนดให้

$\ln$ = ลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm)

Q_t = จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา มีหน่วยเป็นคน

Y_t = ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง (real GDP) ของประเทศนักท่องเที่ยว มีหน่วยเป็นเงินสกุลของประเทศนักท่องเที่ยว
หมายถึง $\frac{GDP}{GDPdeflator} \times 100$ โดยใช้ปี 2543 เป็นปีฐาน

GDPdeflator เป็นอัตราส่วนระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ณ ราคาปัจจุบัน เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยใช้ราคาคงที่ปีฐาน มีหน่วยเป็นเงินสกุลของประเทศนักท่องเที่ยว

E_t = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

(ราคาเงินตราต่างประเทศวัดกับเงินบาท) มีหน่วยเป็นบาท

R_t	= อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย โดยให้ปี 2543 เป็นปีฐาน
P_t	= ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยว มีหน่วยเป็นบาท
B_t	= งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว มีหน่วยเป็นบาท
β	= ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)
e	= ค่าความคลาดเคลื่อน
m	= ประเทศมาเลเซีย
u	= ประเทศสหราชอาณาจักร
a	= ประเทศสหรัฐอเมริกา
t	= ช่วงเวลาตั้งแต่ปี 2536 – 2550

การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่น

การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่น จะใช้ศึกษาค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยการคำนวณหาค่าความยืดหยุ่น ผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ (X) มีสูตรดังนี้ (สรยุทธ์ มีนะพันธ์. 2546: 73)

$$E_{y,x} = \frac{\% \text{ การเปลี่ยนแปลงของ } y}{\% \text{ การเปลี่ยนแปลงของ } x}$$

$$= \frac{\Delta y/y}{\Delta x/x}$$

$$= \frac{\Delta y \cdot x}{\Delta x \cdot y}$$

$$E_{y,x} = \frac{\partial y}{\partial x} \cdot \frac{x}{y}$$

โดยกำหนดให้ E คือ ค่าความยืดหยุ่น ส่วน Y คือ ตัวแปรที่ต้องการทราบถึงผลกระทบที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร X

ในกรณีที่อุปสงค์มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นฟังก์ชันเส้นตรงในรูปของล็อก สามารถอ่านค่าความยืดหยุ่นได้จากสัมประสิทธิ์ที่อยู่หน้าตัวแปรอิสระนั้น ๆ เนื่องจาก

$$\frac{\partial \ln y}{\partial \ln x} = \frac{\partial \ln y / y}{\partial \ln x / x} = \frac{x}{y} \frac{\partial y}{\partial x} = \beta$$

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังต่อไปนี้

1. สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (Multiple Coefficient of Determination: R^2) เป็นค่าที่ใช้ในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของค่า Y ที่เกิดจาก X คือ เป็นการบอกร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของค่า Y ที่เกิดจากอิทธิพลของ X ซึ่งค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ หาได้จากสูตรดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 309-310)

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

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

โดยที่ SSR = ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ($X_1, X_2, \dots, X_k$)

SSE = ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) เนื่องจากอิทธิพลอื่น

SST = ความแปรปรวนทั้งหมด

$0 \leq R^2 \leq 1$ ความหมายของค่า R^2 มีดังนี้

ถ้า R^2 มีค่าเข้าใกล้ 1 แสดงว่าเปอร์เซ็นต์ที่ X สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของ Y มีความสัมพันธ์กันมาก

ถ้า R^2 มีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงว่าเปอร์เซ็นต์ที่ X สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของ Y มีความสัมพันธ์กันน้อย

2. สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (Adjusted Multiple Coefficient of Determination: Adjusted R^2) คือการนำค่าองศาแห่งความเป็นอิสระของข้อมูลมาปรับค่าสัมประสิทธิ์แห่งการตัดสินใจ และเรียกค่าที่ปรับว่าค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (สมจิต วัฒนาชยากุล. 2545: 173-174)

$$\text{Adjusted } R^2 = 1 - \left[\frac{n-1}{n-k} \right] (1 - R^2)$$

$$\begin{aligned} \text{โดยที่ } n &= \text{จำนวนข้อมูล} \\ k &= \text{จำนวนตัวแปรอิสระ} \\ R^2 &= \text{สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ} \end{aligned}$$

สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

สามารถกำหนดสมมติฐาน เพื่อทดสอบได้ 2 ลักษณะใหญ่ ๆ ดังนี้คือ

1. สถิติทดสอบ F-test เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระทุกตัว ที่อยู่ในสมการถดถอยกับตัวแปรตาม (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 302-303) โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้

$$\begin{aligned} H_0 &: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \dots = \beta_k = 0 \\ H_0 &: \beta_1 \neq 0 \text{ (}\beta_1 \text{ อย่างน้อย 1 ตัว } \neq 0\text{)} \\ \text{หรือ } H_0 &: \text{ตัวแปรอิสระทุกตัวไม่มีผลต่อตัวแปรตาม} \\ H_1 &: \text{ตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีผลต่อตัวแปรตาม} \end{aligned}$$

ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ F-test

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

โดยที่ F = ค่าสถิติที่พิจารณาใน F-distribution

MSR = ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ($X_1, X_2, \dots, X_k$)

$$= \frac{SSR}{K}$$

SSR = ค่าความแปรปรวนของ Y เนื่องจากอิทธิพลของ $X_1, \dots, X_k$

MSE = ค่าเฉลี่ยความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y)

$$= \frac{SSE}{n - k - 1}$$

SSE = ความแปรปรวนของตัวแปรตาม (Y) เนื่องจากอิทธิพลอื่น

n = จำนวนข้อมูล

k = จำนวนตัวแปรอิสระที่เข้าไปในสมการ

ผลการทดสอบสมมติฐานมีดังนี้คือ

1. ยอมรับสมมติฐาน $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \dots = \beta_k = 0$ ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ (X ทั้ง k ตัว) ในรูปเชิงเส้น

2. ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือยอมรับสมมติฐาน H_1 ซึ่งสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในรูปเชิงเส้น จึงต้องมีการทดสอบต่อไปว่าตัวแปรอิสระตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามโดยใช้สถิติทดสอบ t

ในงานวิจัยนี้จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้า $F > F_{k, n-k-1} ; 1-\alpha$

2. สถิติทดสอบ t -test เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระแต่ละตัวกับตัวแปรตาม (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2546: 307-308) โดยกำหนดสมมติฐานดังนี้ คือ

$$H_0 : \beta_1 = 0$$

$$H_1 : \beta_1 \neq 0 ; i = 1, 2, \dots, k$$

หรือ H_0 : ตัวแปรอิสระตัวที่ i ไม่มีผลต่อตัวแปรตามโดยควบคุมให้ตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ มีค่าคงที่

H_1 : ตัวแปรอิสระตัวที่ i มีผลต่อตัวแปรตามโดยควบคุมให้ตัวแปรอิสระอื่น ๆ มีค่าคงที่

ค่าสถิติที่ใช้ในการทดสอบ t -test

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

โดยที่ t = ค่าสถิติที่จะใช้เปรียบเทียบกับค่าวิกฤตจากการแจกแจงแบบ t เพื่อทราบความนัยสำคัญ

b_i = สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์ที่ i ที่ต้องการทดสอบนัยสำคัญ

$$S_{b_i} = \text{ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอย}$$

ผลการทดสอบสมมติฐานอาจจะเป็น

1. ยอมรับสมมติฐาน $H_0 : \beta_i = 0$ ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ

2. ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือ ยอมรับสมมติฐาน H_1 ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม

ในงานวิจัยนี้จะปฏิเสธสมมติฐาน H_0 ถ้า $t > t_{1-\alpha/2 ; n-k-1}$ หรือ $t < t_{1-\alpha/2 ; n-k-1}$

การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของความคลาดเคลื่อน

การทดสอบความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อน โดยใช้การทดสอบของ Durbin-Watson เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของ e_t และ e_{t-1} โดยที่ t เป็นช่วงเวลา (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2538: 332) โดยสถิติทดสอบ Durbin-Watson คือ

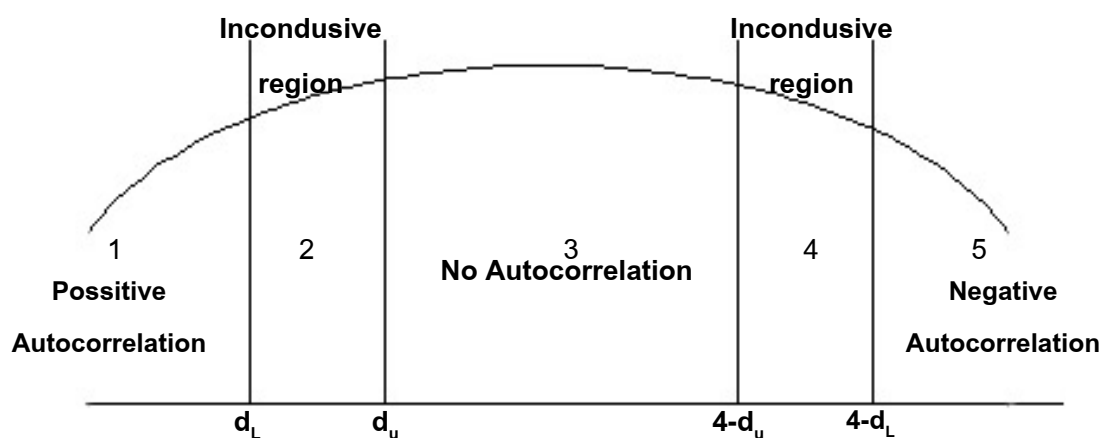
$$d = \frac{\sum_{t=2}^n (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^n e_t^2}$$

โดยที่ d = ค่าสถิติทดสอบ Durbin-Watson
 $\sum$ = ผลรวม
 e_t = ค่าความคลาดเคลื่อนของปีที่ t
 e_{t-1} = ค่าความคลาดเคลื่อนของปีที่ $t-1$
 e_t^2 = ค่าความคลาดเคลื่อนของปีที่ t ยกกำลัง 2

$0 \leq d \leq 4$ มีคุณสมบัติดังนี้

1. ถ้าค่าความคลาดเคลื่อน (e_t) เป็นอิสระกัน ค่า d จะมีค่าเข้าใกล้ 2
2. ถ้า $d < 2$ จะแสดงถึงความสัมพันธ์ในทางบวกของค่าคลาดเคลื่อน และถ้า $d \approx 0$ ความสัมพันธ์จะมาก
3. ถ้า $d > 2$ จะแสดงถึงความสัมพันธ์ในทางลบของค่าคลาดเคลื่อน และถ้า $d \approx 4$ ความสัมพันธ์จะมาก

การสรุปถึงความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อน จะทำโดยนำสถิติทดสอบ Durbin-Watson เทียบกับค่าที่ได้จากตารางโดยค่าที่ได้คือ d_u และ d_L ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดตัวอย่างจำนวนตัวแปรอิสระ และระดับนัยสำคัญ โดยการแจกแจงแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังภาพประกอบ



ภาพประกอบ 14 กราฟแสดงการวัดค่าสถิติ Durbin-Watson

จากภาพประกอบสามารถอธิบายได้ว่า

1. ถ้าค่าสถิติทดสอบ d อยู่ในช่วงที่ 1 หรือ 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการวิจัยมีความสัมพันธ์กันและเกิดปัญหา Autocorrelation
2. ถ้าสถิติทดสอบ d อยู่ในช่วงที่ 3 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการวิจัยไม่มีความสัมพันธ์กัน
3. ถ้าค่าสถิติทดสอบ d อยู่ในช่วงที่ 2 และ 4 แสดงว่ายังไม่สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการวิจัยมีความสัมพันธ์กันหรือไม่

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะเป็นการแสดงผลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีเนื้อหา ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล
2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็นส่วนต่าง ๆ ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2545-2550

1.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยทำการศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ตั้งแต่ปี 2536-2550

1.3 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ตั้งแต่ปี 2536-2550

2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติต่าง ๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นการสะดวกและเข้าใจง่าย ผู้วิจัยจึงใช้สัญลักษณ์แทนค่าสถิติต่าง ๆ ดังนี้

% คือ ค่าร้อยละ

$\Delta\%$ คือ ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีก่อน

$\ln$	คือ	ลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm)
α	คือ	ค่าคงที่
β	คือ	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)
S_{bi}	คือ	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวที่ i
N	คือ	จำนวนข้อมูลชุดเดียวมี ได้แก่ ผลิตรถยนต์มวลรวมในประเทศไทย แท้จริง อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย และ นักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย และ งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2536-2550
D.W.	คือ	ค่าสถิติของเดอร์บินวัตสัน (Durbin-Watson Statistics)
p_value	คือ	ค่านัยสำคัญจากการคำนวณ (Significance Value)
e	คือ	ค่าความคลาดเคลื่อน
F	คือ	สถิติทดสอบ F-test
t	คือ	สถิติทดสอบ t-test
R^2	คือ	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ
Adjusted R^2	คือ	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว
H_0	คือ	สมมติฐานหลัก (Null Hypothesis)
H_1	คือ	สมมติฐานรอง (Alternative Hypothesis)
*	คือ	ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

นอกจากนี้ ในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้ตัวย่อแทนหัวข้อหรือตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

$\ln Q_t$	คือ	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย
$\ln Y_t$	คือ	ผลิตรถยนต์มวลรวมในประเทศไทยที่แท้จริงของประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา
$\ln E_t$	คือ	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินตราต่างประเทศวัดกับเงินบาท)
$\ln R_t$	คือ	อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศไทย
$\ln P_t$	คือ	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน
$\ln B_t$	คือ	งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว
m	คือ	ประเทศมาเลเซีย
u	คือ	ประเทศสหราชอาณาจักร
a	คือ	ประเทศสหรัฐอเมริกา

t คือ ช่วงเวลาดังแต่ปี 2536-2550

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนที่วางไว้ข้างต้น ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ โดยทำการศึกษาดังแต่ปี 2545-2550 มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 3 จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว	การเปลี่ยนแปลงของ จำนวนนักท่องเที่ยว	$\Delta\%$
2545	1,296,109	-	-
2546	1,338,624	42,515	3.28
2547	1,388,981	50,357	3.76
2548	1,341,535	-47,446	-3.42
2549	1,578,632	237,097	17.67
2550	1,551,959	-26,673	-1.69

จากตาราง 3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2549 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,578,632 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2548 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,341,535 คน

ตาราง 4 จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว	การเปลี่ยนแปลงของ จำนวนนักท่องเที่ยว	$\Delta\%$
2545	569,812	-	-
2546	545,000	-24,812	-4.35
2547	628,679	83,679	15.35
2548	680,978	52,299	8.32
2549	745,525	64,547	9.48
2550	746,422	897	0.12

จากตาราง 4 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 628,679 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 545,000 คน

ตาราง 5 จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว	การเปลี่ยนแปลงของ จำนวนนักท่องเที่ยว	$\Delta\%$
2545	509,841	-	-
2546	459,862	-49,979	-9.80
2547	557,098	97,236	21.14
2548	585,476	28,378	5.09
2549	640,674	55,198	9.43
2550	623,638	-17,036	-2.66

จากตาราง 5 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกามีจำนวนนักท่องเที่ยว

เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 557,098 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 459,862 คน

ตาราง 6 เพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

เพศ	2545		2546		2547	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
ชาย	815,779	-	881,398	8.04	896,164	1.68
	62.94%		65.84%		64.52%	
หญิง	480,330	-	457,226	-4.81	492,817	7.78
	37.06%		34.16%		35.48%	
เพศ	2548		2549		2550	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
ชาย	872,143	-2.68	944,028	8.24	995,323	5.43
	65.01%		59.80%		64.13%	
หญิง	469,392	-4.75	634,604	35.20	556,636	-12.29
	34.99%		40.20%		35.87%	

จากตาราง 6 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง ซึ่งเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2549 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 944,028 คน และเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2548 โดยมีจำนวน 872,143 คน

ตาราง 7 เพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

เพศ	2545		2546		2547	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
ชาย	354,483	-	349,412	-1.43	363,754	4.10
	62.21%		64.11%		57.86%	
หญิง	215,329	-	195,588	-9.17	264,925	35.45
	37.79%		35.89%		42.14%	

ตาราง 7 (ต่อ)

หน่วย : คน

เพศ	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ชาย	409,607	12.61	464,005	13.28	513,917	10.76
	60.15%		62.24%		68.85%	
หญิง	271,371	2.43	281,520	3.74	232,505	-17.41
	39.85%		37.76%		31.15%	

จากตาราง 7 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปีและเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2549 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 464,005 คน และเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 349,412 คน

ตาราง 8 เพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

เพศ	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ชาย	327,221	-	301,339	-8.59	322,498	6.56
	64.18%		65.53%		57.89%	
หญิง	182,620	-	158,523	-15.20	234,600	32.43
	35.82%		34.47%		42.11%	

เพศ	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ชาย	356,057	9.43	409,968	13.15	430,030	4.67
	60.81%		63.99%		68.96%	
หญิง	229,419	-2.26	230,706	0.56	193,608	-19.16
	39.19%		36.01%		31.04%	

จากตาราง 8 แสดงเพศของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวชายมากกว่านักท่องเที่ยวหญิง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวชายมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 409,968 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 301,339 คน

ตาราง 9 อายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

อายุ	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ต่ำกว่า 15 ปี	77,241	-	63,179	-18.21	63,958	1.23
	5.96%		4.72%		4.60%	
15-24 ปี	105,641	-	93,923	-11.09	89,904	-4.28
	8.15%		7.02%		6.47%	
25-34 ปี	287,413	-	294,533	2.48	301,066	2.22
	22.18%		22.00%		21.68%	
35-44 ปี	333,831	-	357,347	7.04	376,138	5.26
	25.76%		26.70%		27.08%	
45-54 ปี	280,018	-	306,460	9.44	337,420	10.10
	21.60%		22.89%		24.29%	
55-64 ปี	149,633	-	160,603	7.33	162,315	1.07
	11.54%		12.00%		11.69%	
65 ปีขึ้นไป	62,332	-	62,579	0.40	58,180	-7.03
	4.81%		4.67%		4.19%	

ตาราง 9 (ต่อ)

หน่วย : คน

อายุ	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ต่ำกว่า 15 ปี	56,643	-11.44	76,345	34.78	94,808	24.18
	4.22%		4.84%		6.11%	
15-24 ปี	92,947	3.38	130,127	40.00	140,315	7.83
	6.93%		8.24%		9.04%	
25-34 ปี	302,449	0.46	377,684	24.88	378,529	0.22
	22.54%		23.92%		24.39%	
35-44 ปี	344,023	-8.54	382,332	11.14	367,232	-3.95
	25.64%		24.22%		23.66%	
45-54 ปี	312,979	-7.24	355,703	13.65	320,206	-9.98
	23.33%		22.53%		20.63%	
55-64 ปี	169,114	4.19	184,013	8.81	174,809	-5.00
	12.61%		11.66%		11.26%	
65 ปีขึ้นไป	63,380	8.94	72,428	14.28	76,060	5.01
	4.72%		4.59%		4.90%	

จากตาราง 9 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 382,332 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2548 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 344,023 คน

ตาราง 10 อายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2545-2550

หน่วย : คน

อายุ	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ต่ำกว่า 15 ปี	14,478	-	12,472	-13.86	16,639	33.41
	2.54%		2.29%		2.65%	
15-24 ปี	76,070	-	65,478	-13.92	80,569	23.05
	13.35%		12.01%		12.82%	
25-34 ปี	172,259	-	157,273	-8.70	183,114	16.43
	30.23%		28.86%		29.13%	
35-44 ปี	112,507	-	115,232	2.42	134,376	16.61
	19.74%		21.14%		21.37%	
45-54 ปี	97,723	-	95,609	-2.16	104,063	8.84
	17.15%		17.54%		16.55%	
55-64 ปี	69,540	-	73,345	5.47	80,957	10.38
	12.20%		13.46%		12.88%	
65 ปีขึ้นไป	27,235	-	25,591	-6.04	28,961	13.17
	4.78%		4.70%		4.61%	

ตาราง 10 (ต่อ)

หน่วย : คน

อายุ	2548		2549		2550	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
ต่ำกว่า 15 ปี	14,817	-10.95	13,640	-7.94	13,777	1.00
	2.18%		1.83%		1.85%	
15-24 ปี	92,346	14.62	103,037	11.58	107,940	4.76
	13.56%		13.82%		14.46%	
25-34 ปี	192,827	5.30	209,471	8.63	205,667	-1.82
	28.32%		28.10%		27.55%	
35-44 ปี	143,998	7.16	159,224	10.57	151,578	-4.80
	21.15%		21.36%		20.31%	
45-54 ปี	118,382	13.76	131,033	10.69	128,089	-2.25
	17.38%		17.58%		17.16%	
55-64 ปี	84,311	4.14	95,707	13.52	100,918	5.44
	12.38%		12.84%		13.52%	
65 ปีขึ้นไป	34,297	18.42	33,413	-2.58	38,453	15.08
	5.04%		4.48%		5.15%	

จากตาราง 10 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี และเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 183,114 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 157,273 คน

ตาราง 11 อายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2545-2550

หน่วย : คน

อายุ	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ต่ำกว่า 15 ปี	19,620	-	14,861	-24.26	20,093	35.21
	3.85%		3.23%		3.61%	
15-24 ปี	41,090	-	34,410	-16.26	47,449	37.89
	8.06%		7.48%		8.52%	
25-34 ปี	101,638	-	87,197	-14.21	106,961	22.67
	19.94%		18.96%		19.20%	
35-44 ปี	107,565	-	100,332	-6.72	114,739	14.36
	21.10%		21.82%		20.60%	
45-54 ปี	114,396	-	109,842	-3.98	128,045	16.57
	22.44%		23.89%		22.98%	
55-64 ปี	86,421	-	82,536	-4.50	99,030	19.98
	16.95%		17.95%		17.78%	
65 ปีขึ้นไป	39,111	-	30,684	-21.55	40,781	32.91
	7.67%		6.67%		7.32%	

ตาราง 11 (ต่อ)

หน่วย : คน

อายุ	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ต่ำกว่า 15 ปี	18,830	-6.29	18,334	-2.63	16,003	-12.71
	3.22%		2.86%		2.57%	
15-24 ปี	62,551	31.83	67,118	7.30	63,824	-4.91
	10.68%		10.48%		10.23%	
25-34 ปี	115,306	7.80	129,585	12.38	131,330	1.35
	19.69%		20.23%		21.06%	
35-44 ปี	117,981	2.83	129,609	9.86	122,818	-5.24
	20.15%		20.23%		19.69%	
45-54 ปี	126,243	-1.41	139,778	10.72	128,721	-7.91
	21.56%		21.82%		20.64%	
55-64 ปี	101,027	2.02	111,095	9.97	109,809	-1.16
	17.26%		17.34%		17.61%	
65 ปีขึ้นไป	43,538	6.76	45,155	3.71	51,133	13.24
	7.44%		7.05%		8.20%	

จากตาราง 11 แสดงอายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกานักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี 35-44 ปี และ 45-54 ปี ตามลำดับ โดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 128,045 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2550 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 128,721 คน

ตาราง 12 อาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2545-2550

หน่วย : คน

อาชีพ	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
นักวิชาการ	103,254	-	140,757	36.32	172,834	22.79
	7.97%		10.52%		12.44%	
ผู้บริหาร	100,147	-	145,041	44.83	210,424	45.08
	7.73%		10.84%		15.15%	
พนักงานบริษัท	166,800	-	242,628	45.46	400,447	65.05
	12.87%		18.13%		28.83%	
ลูกจ้าง	96,807	-	129,842	34.12	170,092	31.00
	7.47%		9.70%		12.25%	
เกษตรกร	2,022	-	3,327	64.54	2,069	-37.81
	0.16%		0.25%		0.15%	
รับราชการ	3,811	-	5,768	51.35	4,979	-13.68
	0.29%		0.43%		0.36%	
แม่บ้าน	106,212	-	134,572	26.70	158,084	17.47
	8.19%		10.05%		11.38%	
นักเรียน	110,624	-	107,822	-2.53	115,386	7.02
	8.54%		8.05%		8.31%	
เกษียณอายุ	12,519	-	20,230	61.59	18,116	-10.45
	0.97%		1.51%		1.30%	
อื่น ๆ	8,155	-	45,014	451.98	12,249	-72.79
	0.63%		3.36%		0.88%	
ยังไม่ได้ทำงาน	585,758	-	363,623	-37.92	124,301	-65.82
	45.19%		27.16%		8.95%	

ตาราง 12 (ต่อ)

หน่วย : คน

อาชีพ	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
นักวิชาการ	253,194	46.50	289,866	14.48	279,814	-3.47
	18.87%		18.36%		18.03%	
ผู้บริหาร	170,191	-19.12	257,779	51.46	366,006	41.98
	12.69%		16.33%		23.58%	
พนักงานบริษัท	428,922	7.11	480,914	12.12	154,766	-67.82
	31.97%		30.46%		9.97%	
ลูกจ้าง	132,340	-22.20	152,456	15.20	282,525	85.32
	9.86%		9.66%		18.20%	
เกษตรกร	7,397	257.52	7,888	6.64	126,187	1,499.73
	0.55%		0.50%		8.13%	
รับราชการ	3,551	-28.68	5,129	44.44	27,352	433.28
	0.26%		0.32%		1.76%	
แม่บ้าน	143,476	-9.24	190,534	32.80	53,109	-72.13
	10.69%		12.07%		3.42%	
นักเรียน	116,824	1.25	155,606	33.20	181,363	16.55
	8.71%		9.86%		11.69%	
เกษียณอายุ	19,209	6.03	23,108	20.30	55,503	140.19
	1.43%		1.46%		3.58%	
อื่น ๆ	25,178	105.55	2,422	-90.38	23,759	880.97
	1.88%		0.15%		1.53%	
ยังไม่ได้ทำงาน	41,253	-66.81	12,930	-68.66	1,575	-87.82
	3.08%		0.82%		0.10%	

จากตาราง 12 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัท โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 400,447 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2550 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 154,766 คน

ตาราง 13 อาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2545-2550

หน่วย : คน

อาชีพ	2545		2546		2547	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
นักวิชาการ	152,393	-	148,378	-2.63	194,744	31.25
	26.74%		27.23%		30.98%	
ผู้บริหาร	87,293	-	92,567	6.04	96,485	4.23
	15.32%		16.98%		15.35%	
พนักงานบริษัท	50,843	-	50,953	0.22	82,828	62.56
	8.92%		9.35%		13.17%	
ลูกจ้าง	90,443	-	100,780	11.43	93,668	-7.06
	15.87%		18.49%		14.90%	
เกษตรกร	1,044	-	1,404	34.48	1,723	22.72
	0.18%		0.26%		0.27%	
รับราชการ	4,421	-	4,248	-3.91	5,151	21.26
	0.78%		0.78%		0.82%	
แม่บ้าน	19,330	-	20,317	5.11	22,307	9.79
	3.39%		3.73%		3.55%	
นักเรียน	59,695	-	53,431	-10.49	71,141	33.15
	10.48%		9.80%		11.32%	
เกษียณอายุ	33,253	-	34,785	4.61	37,529	7.89
	5.84%		6.38%		5.97%	
อื่น ๆ	61,257	-	18,149	-70.37	16,540	-8.87
	10.75%		3.33%		2.63%	
ยังไม่ได้ทำงาน	9,840	-	19,988	103.13	6,563	-67.17
	1.73%		3.67%		1.04%	

ตาราง 13 (ต่อ)

หน่วย : คน

อาชีพ	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
นักวิชาการ	219,104	12.51	223,868	2.17	222,498	-0.61
	32.17%		28.87%		29.81%	
ผู้บริหาร	89,687	-7.05	113,361	26.40	98,626	-13.00
	13.17%		14.62%		13.21%	
พนักงานบริษัท	144,328	74.25	143,743	-0.41	117,155	-18.50
	21.19%		18.53%		15.70%	
ลูกจ้าง	74,268	-20.71	119,056	60.31	125,931	5.77
	10.91%		15.35%		16.87%	
เกษตรกร	5,209	202.32	5,586	7.24	2,640	-52.74
	0.76%		0.72%		0.35%	
รับราชการ	4,646	-9.80	5,625	21.07	7,604	35.18
	0.68%		0.73%		1.02%	
แม่บ้าน	19,326	-13.36	19,085	-1.25	20,018	4.89
	2.84%		2.46%		2.68%	
นักเรียน	75,815	6.57	76,189	0.49	83,580	9.70
	11.13%		9.82%		11.20%	
เกษียณอายุ	40,575	8.12	65,078	60.39	56,688	-12.89
	5.96%		8.39%		7.59%	
อื่น ๆ	2,628	-84.11	1,947	-25.91	8,710	347.35
	0.39%		0.25%		1.17%	
ยังไม่ได้ทำงาน	5,392	-17.84	1,987	-63.15	2,972	49.57
	0.79%		0.26%		0.40%	

จากตาราง 13 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวกจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่มีอาชีพนักวิชาการ โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยวก 194,744 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวกเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวก 148,378 คน

ตาราง 14 อาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
ปี 2545-2550

หน่วย : คน

อาชีพ	2545		2546		2547	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
นักวิชาการ	139,461	-	134,255	-3.73	170,957	27.34
	27.35%		29.19%		30.69%	
ผู้บริหาร	61,851	-	59,084	-4.47	61,261	3.68
	12.13%		12.85%		11.00%	
พนักงานบริษัท	61,733	-	56,438	-8.58	95,445	69.11
	12.11%		12.27%		17.13%	
ลูกจ้าง	65,885	-	74,808	13.54	71,314	-4.67
	12.92%		16.27%		12.80%	
เกษตรกร	640	-	856	33.75	1,160	35.51
	0.13%		0.19%		0.21%	
รับราชการ	4,320	-	3,543	-17.99	4,054	14.42
	0.85%		0.77%		0.73%	
แม่บ้าน	19,018	-	18,777	-1.27	24,748	31.80
	3.73%		4.08%		4.44%	
นักเรียน	63,224	-	51,947	-17.84	74,042	42.53
	12.40%		11.30%		13.29%	
เกษียณอายุ	33,225	-	31,013	-6.66	38,266	23.39
	6.52%		6.74%		6.87%	
อื่น ๆ	52,183	-	14,647	-71.93	10,523	-28.16
	10.24%		3.19%		1.89%	
ยังไม่ได้ทำงาน	8,301	-	14,494	74.61	5,328	-63.24
	1.63%		3.15%		0.96%	

ตาราง 14 (ต่อ)

หน่วย : คน

อาชีพ	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
นักวิชาการ	176,165	3.05	189,864	7.78	192,205	1.23
	30.09%		29.64%		30.82%	
ผู้บริหาร	61,302	0.07	73,901	20.55	64,011	-13.38
	10.47%		11.53%		10.26%	
พนักงานบริษัท	144,535	51.43	148,570	2.79	115,946	-21.96
	24.69%		23.19%		18.59%	
ลูกจ้าง	53,217	-25.38	83,318	56.56	80,581	-3.29
	9.09%		13.00%		12.92%	
เกษตรกร	4,368	276.55	3,499	-19.89	1,720	-50.84
	0.75%		0.55%		0.28%	
รับราชการ	2,573	-36.53	2,966	15.27	6,959	134.63
	0.44%		0.46%		1.12%	
แม่บ้าน	20,561	-16.92	21,565	4.88	19,358	-10.23
	3.51%		3.37%		3.10%	
นักเรียน	78,593	6.15	78,733	0.18	75,580	-4.00
	13.42%		12.29%		12.12%	
เกษียณอายุ	36,756	-3.95	35,367	-3.78	54,381	53.76
	6.28%		5.52%		8.72%	
อื่น ๆ	2,119	-79.86	1,664	-21.47	10,117	507.99
	0.36%		0.26%		1.62%	
ยังไม่ได้ทำงาน	5,287	-0.77	1,227	-76.79	2,780	126.57
	0.90%		0.19%		0.45%	

จากตาราง 14 แสดงอาชีพของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยส่วนใหญ่มีอาชีพนักวิชาการ โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 170,957 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 134,255 คน

ตาราง 15 ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ความถี่ ในการมาท่องเที่ยว	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ครั้งแรก	620,517	-	472,402	-23.87	440,078	-6.84
	47.88%		35.29%		31.68%	
เคยมาแล้ว	675,592	-	866,222	28.22	948,903	9.55
	52.12%		64.71%		68.32%	
ความถี่ ในการมาท่องเที่ยว	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ครั้งแรก	324,770	-26.2	316,738	-2.47	215,262	-32.04
	24.21%		20.06%		13.87%	
เคยมาแล้ว	1,016,765	7.15	1,261,894	24.11	1,336,697	5.93
	75.79%		79.94%		86.13%	

จากตาราง 15 แสดงความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว และมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปีตั้งแต่ปี 2545-2550 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 866,222 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นต่ำสุดในปี 2550 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,336,697 คน

ตาราง 16 ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ความถี่ ในการมาท่องเที่ยว	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ครั้งแรก	263,971	-	223,949	-15.16	306,478	36.85
	46.33%		41.09%		48.75%	
เคยมาแล้ว	305,841	-	321,051	4.97	322,201	0.36
	53.67%		58.91%		51.25%	
ความถี่ ในการมาท่องเที่ยว	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ครั้งแรก	254,292	-17.03	256,617	0.91	303,129	18.13
	37.34%		34.42%		40.61%	
เคยมาแล้ว	426,686	32.43	488,908	14.58	443,293	-9.33
	62.66%		65.58%		59.39%	

จากตาราง 16 แสดงความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว และมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 426,686 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2550 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 443,293 คน

ตาราง 17 ความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน						
ความถี่	2545		2546		2547	
ในการมาท่องเที่ยว	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ครั้งแรก	196,384	-	158,116	-19.49	235,210	48.76
	38.52%		34.38%		42.22%	
เคยมาแล้ว	313,457	-	301,746	-3.74	321,888	6.68
	61.48%		65.62%		57.78%	
ความถี่	2548		2549		2550	
ในการมาท่องเที่ยว	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
ครั้งแรก	209,280	-11.02	209,078	-0.10	230,452	10.22
	35.75%		32.63%		36.95%	
เคยมาแล้ว	376,196	16.87	431,596	14.73	393,186	-8.90
	64.25%		67.37%		63.05%	

จากตาราง 17 แสดงความถี่ในการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว และมีแนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 376,196 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2550 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 393,186 คน

ตาราง 18 ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ลักษณะของ	2545		2546		2547	
การมาท่องเที่ยว	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
บริษัทนำเที่ยว	829,022	-	660,912	-20.28	569,363	-13.85
	63.96%		49.37%		40.99%	
เดินทางด้วยตนเอง	467,087	-	677,712	45.09	819,618	20.94
	36.04%		50.63%		59.01%	
ลักษณะของ	2548		2549		2550	
การมาท่องเที่ยว	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
บริษัทนำเที่ยว	489,147	-14.09	506,210	3.49	497,463	-1.73
	36.46%		32.07%		32.05%	
เดินทางด้วยตนเอง	852,388	4.00	1,072,422	25.81	1,054,496	-1.67
	63.54%		67.93%		67.95%	

จากตาราง 18 แสดงลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 677,712 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2550 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,054,496 คน

ตาราง 19 ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ลักษณะของ การมาท่องเที่ยว	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
บริษัทนำเที่ยว	115,897	-	88,696	-23.47	153,941	73.56
	20.34%		16.27%		24.49%	
เดินทางด้วยตนเอง	453,915	-	456,304	0.53	474,738	4.04
	79.66%		83.73%		75.51%	
ลักษณะของ การมาท่องเที่ยว	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
บริษัทนำเที่ยว	107,730	-30.02	131,380	21.95	128,531	-2.17
	15.82%		17.62%		17.22%	
เดินทางด้วยตนเอง	573,248	20.75	614,145	7.13	617,891	0.61
	84.18%		82.38%		82.78%	

จากตาราง 19 แสดงลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทุกปี ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 573,248 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 456,304 คน

ตาราง 20 ลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

ลักษณะของ การมาท่องเที่ยว	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
บริษัทนำเที่ยว	111,994	-	78,641	-29.78	137,720	75.12
	21.97%		17.10%		24.72%	
เดินทางด้วยตนเอง	397,847	-	381,221	-4.18	419,378	10.01
	78.03%		82.90%		75.28%	
ลักษณะของ การมาท่องเที่ยว	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
บริษัทนำเที่ยว	108,890	-20.93	120,194	10.38	116,112	-3.4
	18.60%		18.76%		18.62%	
เดินทางด้วยตนเอง	476,586	13.64	520,480	9.21	507,526	-2.49
	81.40%		81.24%		81.38%	

จากตาราง 20 แสดงลักษณะของการมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีลักษณะการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 476,586 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 381,221 คน

ตาราง 21 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

วัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยว	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
พักผ่อน	1,190,769	-	1,209,618	1.58	1,211,258	0.14
	91.87%		90.36%		87.20%	
ธุรกิจ	67,658	-	86,084	27.23	108,013	25.47
	5.22%		6.43%		7.78%	
ประชุม	15,226	-	13,726	-9.85	17,251	25.68
	1.17%		1.03%		1.24%	
ราชการ	2,896	-	3,418	18.02	3,203	-6.29
	0.22%		0.26%		0.23%	
อื่น ๆ	19,560	-	25,778	31.79	49,256	91.08
	1.51%		1.93%		3.55%	
วัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยว	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
พักผ่อน	1,102,778	-8.96	1,292,955	17.25	1,376,071	6.43
	82.20%		81.90%		88.67%	
ธุรกิจ	87,839	-18.68	126,301	43.79	87,262	-30.91
	6.55%		8.00%		5.62%	
ประชุม	95,043	450.94	104,298	9.74	49,742	-52.31
	7.08%		6.61%		3.21%	
ราชการ	4,795	49.70	5,073	5.80	3,241	-36.11
	0.36%		0.32%		0.21%	
อื่น ๆ	51,080	3.70	50,005	-2.10	35,643	-28.72
	3.81%		3.17%		2.30%	

จากตาราง 21 แสดงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวประเทศจากมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อพักผ่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2549 มีจำนวน 1,292,955 คน และเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2548 โดยมีจำนวน 1,102,778 คน

ตาราง 22 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

วัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยว	2545		2546		2547	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
พักผ่อน	526,074	-	501,411	-4.69	577,744	15.22
	92.32%		92.00%		91.90%	
ธุรกิจ	33,390	-	30,691	-8.08	32,691	6.52
	5.86%		5.63%		5.20%	
ประชุม	1,853	-	2,323	25.36	6,351	173.40
	0.33%		0.43%		1.01%	
ราชการ	123	-	491	299.19	404	-17.72
	0.02%		0.09%		0.06%	
อื่น ๆ	8,372	-	10,084	20.45	11,489	13.93
	1.47%		1.85%		1.83%	
วัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยว	2548		2549		2550	
	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$	จำนวน	$\Delta\%$
พักผ่อน	593,604	2.75	645,660	8.77	659,096	2.08
	87.17%		86.60%		88.30%	
ธุรกิจ	30,059	-8.05	43,268	43.94	50,240	16.11
	4.41%		5.80%		6.73%	
ประชุม	29,022	356.97	32,198	10.94	14,099	-56.21
	4.26%		4.32%		1.89%	
ราชการ	6,123	1,415.59	6,698	9.39	1,797	-73.17
	0.90%		0.90%		0.24%	
อื่น ๆ	22,170	92.97	17,701	-20.16	21,190	19.71
	3.26%		2.37%		2.84%	

จากตาราง 22 แสดงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวประเทศจากสหราชอาณาจักรที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อพักผ่อนมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี

ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 577,744 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 501,411 คน

ตาราง 23 วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550

หน่วย : คน

วัตถุประสงค์ ในการท่องเที่ยว	2545		2546		2547	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
พักผ่อน	424,488	-	369,025	-13.07	452,874	22.72
	83.26%		80.25%		81.29%	
ธุรกิจ	56,074	-	56,485	0.73	62,755	11.10
	11.00%		12.28%		11.26%	
ประชุม	5,485	-	5,215	-4.92	9,516	82.47
	1.08%		1.13%		1.71%	
ราชการ	3,360	-	3,552	5.71	3,939	10.90
	0.66%		0.77%		0.71%	
อื่น ๆ	20,434	-	25,585	25.21	28,014	9.49
	4.01%		5.56%		5.03%	
วัตถุประสงค์ใน การท่องเที่ยว	2548		2549		2550	
	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%	จำนวน	Δ%
พักผ่อน	439,705	-2.91	482,334	9.69	461,551	-4.31
	75.10%		75.29%		74.01%	
ธุรกิจ	55,226	-12.00	70,201	27.12	77,366	10.21
	9.43%		10.96%		12.41%	
ประชุม	28,671	201.29	39,418	37.48	25,972	-34.11
	4.90%		6.15%		4.16%	
ราชการ	4,172	5.92	5,163	23.75	3,384	-34.46
	0.71%		0.81%		0.54%	
อื่น ๆ	57,702	105.98	43,558	-24.51	55,365	27.11
	9.86%		6.80%		8.88%	

จากตาราง 23 แสดงวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ปี 2545-2550 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวประเทศจากสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยเพื่อพักผ่อน ซึ่งจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นสูงสุดในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 452,874 คน และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงลดลงต่ำสุดในปี 2546 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 369,025 คน

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยที่จะทำการศึกษา ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี 2536-2550 โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน

2.1 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 24 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ	β	S_{bi}	t	p_value	F
Independent Variable					
ค่าคงที่ (Constant)	-2.674	3.514	-0.761	0.000*	24.149
$\ln Y_{mt}$	0.981	0.225	4.358	0.002*	
$\ln E_{mt}$	0.793	0.526	1.507	0.166	
$\ln R_{mt}$	-3.720	1.411	-2.637	0.027*	
$\ln P_{mt}$	0.094	0.269	0.350	0.734	
$\ln B_{mt}$	0.192	0.158	1.215	0.255	
R^2	= 0.931		N	= 15	
Adjusted R^2	= 0.892		D.W.	= 1.958	
ตัวแปรตาม	= $\ln Q_{mt}$		α	= 0.05	

โดยที่ * ความสำเร็จทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 24 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ มีค่าเท่ากับ 0.931 (R^2 เท่ากับ 0.931) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.892 (Adjusted R^2 เท่ากับ 0.892) แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 89.2 โดยมีค่า F-stat เท่ากับ 24.149 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และจากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า D.W. เท่ากับ 1.958 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{mt} \neq \alpha_m + \beta_{m1} \ln Y_{mt} + \beta_{m2} \ln E_{mt} + \beta_{m3} \ln R_{mt} + \beta_{m4} \ln P_{mt} + \beta_{m5} \ln B_{mt} + e_m$$

$$H_1 : \ln Q_{mt} = \alpha_m + \beta_{m1} \ln Y_{mt} + \beta_{m2} \ln E_{mt} + \beta_{m3} \ln R_{mt} + \beta_{m4} \ln P_{mt} + \beta_{m5} \ln B_{mt} + e_m$$

นั่นคือ

H_0 : ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

H_1 : ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

จากการวิเคราะห์สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln Q_{mt} = & -2.674 + 0.981 \ln Y_{mt} + 0.793 \ln E_{mt} - 3.72 \ln R_{mt} + 0.094 \ln P_{mt} \\ & (-0.761)^* (4.358)^* (1.507) (-2.637)^* (0.350) \\ & + 0.192 \ln B_{mt} \\ & (1.215) \end{aligned} \quad (4.1)$$

จากสมการ 4.1 จะเห็นได้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทาง

สถิติ (p_value เท่ากับ $0.166 > \alpha$) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.734 > \alpha$) และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.255 > \alpha$) ซึ่งจะได้สมการถดถอยดังสมการ 4.2

$$\ln Q_{mt} = -2.674 + 0.981 \ln Y_{mt} - 3.72 \ln R_{mt} \quad (4.2)$$

$$(-0.761)^* \quad (4.358)^* \quad (-2.637)^*$$

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลผลิตภัณฑมวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์พบว่า อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2.2 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 25 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร

ตัวแปรอิสระ Independent Variable	β	S_{bi}	t	p_value	F
ค่าคงที่ (Constant)	-10.324	2.706	-3.815	0.000*	110.368
$\ln Y_{ut}$	4.452	1.739	2.561	0.031*	
$\ln E_{ut}$	1.545	1.957	0.789	0.450	
$\ln R_{ut}$	2.386	2.302	1.036	0.327	
$\ln P_{ut}$	-1.285	1.975	-0.650	0.532	
$\ln B_{ut}$	-0.281	0.105	-2.686	0.025*	
R^2	= 0.984		N	= 15	
Adjusted R^2	= 0.975		D.W.	= 2.081	
ตัวแปรตาม	= $\ln Q_{ut}$		α	= 0.05	

โดยที่ * ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 25 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ มีค่าเท่ากับ 0.983 (R^2 เท่ากับ 0.983) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.975 (Adjusted R^2 เท่ากับ 0.975) แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

สหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 97.5 โดยมีค่า F-stat เท่ากับ 110.368 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และจากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า D.W. เท่ากับ 2.081 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{ut} \neq \alpha_u + \beta_{u1} \ln Y_{ut} + \beta_{u2} \ln E_{ut} + \beta_{u3} \ln R_{ut} + \beta_{u4} \ln P_{ut} + \beta_{u5} \ln B_{ut} + e_u$$

$$H_1 : \ln Q_{ut} = \alpha_u + \beta_{u1} \ln Y_{ut} + \beta_{u2} \ln E_{ut} + \beta_{u3} \ln R_{ut} + \beta_{u4} \ln P_{ut} + \beta_{u5} \ln B_{ut} + e_u$$

นั่นคือ

H_0 : ผลัดกันมูลค่ารวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

H_1 : ผลัดกันมูลค่ารวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

จากการวิเคราะห์การถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln Q_{ut} = & -10.324 + 4.452 \ln Y_{ut} + 1.545 \ln E_{ut} + 2.386 \ln R_{ut} - 1.285 \ln P_{ut} \\ & (-3.815)^* \quad (2.561)^* \quad (0.789) \quad (1.036) \quad (-0.65) \\ & - 0.281 \ln B_{ut} \\ & (-2.686)^* \end{aligned} \quad (4.3)$$

จากสมการ 4.3 จะเห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.45 > \alpha$) อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.327 > \alpha$) และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.532 > \alpha$) ซึ่งจะได้สมการถดถอยดังสมการ 4.4

$$\ln Q_{ut} = -10.324 + 4.452 \ln Y_{ut} - 0.281 \ln B_{ut} \quad (4.4)$$

$$(-3.815)^* \quad (2.561)^* \quad (-2.686)^*$$

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์พบว่า งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

2.3 การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

ตาราง 26 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา

ตัวแปรอิสระ Independent Variable	β	S_{bi}	t	p_value	F
ค่าคงที่ (Constant)	-8.371	2.642	-3.168	0.000*	53.052
$\ln Y_{at}$	2.087	0.449	4.639	0.001*	
$\ln E_{at}$	0.194	0.242	0.801	0.444	
$\ln R_{at}$	-1.467	1.134	-1.293	0.228	
$\ln P_{at}$	0.185	0.203	0.913	0.385	
$\ln B_{at}$	-0.007	0.133	-0.053	0.959	
R^2	= 0.967		N	= 15	
Adjusted R^2	= 0.949		D.W.	= 2.148	
ตัวแปรตาม	= $\ln Q_{at}$		α	= 0.05	

โดยที่ * ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 26 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์ผลพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ มีค่าเท่ากับ 0.967 (R^2 เท่ากับ 0.967) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.949 (Adjusted R^2 เท่ากับ 0.949) แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ

สหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 94.9 โดยมีค่า F-stat เท่ากับ 53.052 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และจากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า D.W. เท่ากับ 2.148 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน

จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนของสมการมีสมมติฐาน ดังนี้

$$H_0 : \ln Q_{at} \neq \alpha_a + \beta_{a1} \ln Y_{at} + \beta_{a2} \ln E_{at} + \beta_{a3} \ln R_{at} + \beta_{a4} \ln P_{at} + \beta_{a5} \ln B_{at} + e_a$$

$$H_1 : \ln Q_{at} = \alpha_a + \beta_{a1} \ln Y_{at} + \beta_{a2} \ln E_{at} + \beta_{a3} \ln R_{at} + \beta_{a4} \ln P_{at} + \beta_{a5} \ln B_{at} + e_a$$

นั่นคือ

H_0 : ผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

H_1 : ผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทยในรูปเชิงเส้น

จากการวิเคราะห์การถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln Q_{at} = & -8.371 + 2.087 \ln Y_{at} + 0.194 \ln E_{at} - 1.467 \ln R_{at} + 0.185 \ln P_{at} \\ & (-3.168)^* (4.639)^* (0.801) (-1.293) (0.913) \\ & - 0.007 \ln B_{at} \\ & (-0.053) \end{aligned} \quad (4.5)$$

จากสมการ 4.5 จะเห็นได้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.444 > \alpha$) อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.228 > \alpha$) ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.385 > \alpha$) และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของ

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (p_value เท่ากับ $0.959 > \alpha$) ซึ่งจะได้สมการถดถอยดังสมการ 4.6

$$\ln Q_{at} = -8.371 + 2.087 \ln Y_{at} \quad (4.6)$$

$$(-3.168)^* \quad (4.639)^*$$

ผลการวิเคราะห์พบว่า ผลผลิตภัณฑมวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ปี 2536-2550 โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

$$\ln Q_{mt} = -2.674 + 0.981 \ln Y_{mt} - 3.72 \ln R_{mt} \quad (4.2)$$

$$(-0.761)^* \quad (4.358)^* \quad (-2.637)^*$$

จากสมการ 4.2 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ผลผลิตภัณฑมวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศมาเลเซียมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่อผลผลิตภัณฑมวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศมาเลเซียเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.981

ด้านตัวแปรอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 3.72

ด้านตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

$$\ln Q_{ut} = -10.324 + 4.452 \ln Y_{ut} - 0.281 \ln B_{ut} \quad (4.4)$$

(-3.815)* (2.561)* (-2.686)*

จากสมการ 4.4 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศสหราชอาณาจักรมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่อผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 4.452

ด้านตัวแปรงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่องบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.281

ด้านตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน ดังนี้

$$\ln Q_{at} = -8.371 + 2.087 \ln Y_{at} \quad (4.6)$$

(-3.168)* (4.639)*

จากสมการ 4.6 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 กล่าวคือ ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่อผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 2.087

ด้านตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งการศึกษาสามารถสรุปขั้นตอนและผลการศึกษาได้ดังนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา
3. เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ความสำคัญของการวิจัย

1. ทำให้ทราบข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องในการวางแผนและกำหนดนโยบาย เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวในอนาคต
2. ทำให้ทราบปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผน และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น
3. ทำให้ทราบความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายปี โดยเลือกศึกษาประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากที่สุด 3 ประเทศของ 3 ภูมิภาค จากทั้งหมด 7 ภูมิภาค ได้แก่ ภูมิภาคเอเชีย ภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคอเมริกา ภูมิภาคเอเชียใต้ ภูมิภาคโอเชียเนีย ภูมิภาคตะวันออกกลาง และภูมิภาคแอฟริกา ตามรายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2550) ประเทศที่ทำการศึกษามีดังนี้

1. ภูมิภาคเอเชีย ประเทศที่ศึกษา คือ มาเลเซีย
2. ภูมิภาคยุโรป ประเทศที่ศึกษา คือ สหราชอาณาจักร
3. ภูมิภาคอเมริกา ประเทศที่ศึกษา คือ สหรัฐอเมริกา

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 6 ปี คือ ปี 2545-2550 โดยจะทำการศึกษาในประเด็นต่างๆ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว

ส่วนที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 15 ปี คือ ตั้งแต่ปี 2536-2550 มีตัวแปรดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ มี 5 ปัจจัย ดังนี้

- 1.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว
- 1.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ
- 1.3 อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
- 1.4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน
- 1.5 งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว

2. ตัวแปรตาม คือ อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 3 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา โดยใช้ระยะเวลาในการศึกษา 15 ปี คือ ตั้งแต่ปี 2536-2550

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยวสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อสูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

3. อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีค่าสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องจากราคาสินค้าของประเทศนักท่องเที่ยวสูงขึ้น เมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้าในประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาลดลง เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายเงินสำหรับการท่องเที่ยวสูงขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยลดลง

5. งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงขึ้นย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น เนื่องงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสูงขึ้น เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์ จึงดึงดูดจำนวนนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิรายปี ข้อมูลที่จัดเก็บได้จะนำมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัยด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2545-2550

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ใช้ข้อมูลในการศึกษา ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2536-2550

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาตำรา เอกสาร บทความ ทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตของการวิจัย และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
2. สร้างตารางข้อมูลให้ครอบคลุมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัย
3. รวบรวมข้อมูลตัวแปรต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะของการมาท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2545-2550 และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว ระหว่างปี 2536-2550 ซึ่งมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. รวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องจากหน่วยงานราชการและหน่วยงานเอกชนต่างๆ
3. คัดเลือกและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และประเด็นที่ทำการศึกษาต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา เป็นการรวบรวมข้อมูลระหว่างปี 2545-2550 เพื่อศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยกระทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยอาศัยสถิติร้อยละ (Percentage)

2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 2536-2550 เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยกระทำการวิเคราะห์โดยอาศัยการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยกระทำในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) การวิเคราะห์เชิงปริมาณนี้จะอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล

3. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 2536-2550 เพื่อทำการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผู้วิจัยกระทำการวิเคราะห์โดยอาศัยการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยกระทำในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) การวิเคราะห์เชิงปริมาณนี้จะอาศัยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ในช่วงระยะเวลา 6 ปีที่ผ่านมา คือ ปี 2545-2550 พบว่า แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น โดยจะเห็นได้ว่าประเทศหลักที่ยังคงเป็นประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยยังคงเป็นประเทศภายในภูมิภาคเดียวกับประเทศไทย ซึ่งประเทศมาเลเซียเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด รองลงมาคือ ประเทศสหราชอาณาจักร ภูมิภาคยุโรป

นักท่องเที่ยวเพศชายยังคงครองสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงกว่าเพศหญิงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในช่วงระยะเวลา 5 ปีที่ผ่านมา คือ ปี 2545-2550 พบว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเกินร้อยละ 50 ของทั้ง 3 ประเทศยังคงเป็นเพศชาย สำหรับอายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 35-44 ปี ส่วนอายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 25-34 ปี สำหรับอายุของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 45-54 ปี

อาชีพของนักท่องเที่ยวนั้น โดยภาพรวมจะพบว่า กลุ่มอาชีพพนักงานบริษัทเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร และประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นนักท่องเที่ยวที่มีฐานะดีส่วนใหญ่มีอาชีพนักวิชาการ

สำหรับการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว และมีการเดินทางมาด้วยตนเอง เมื่อพิจารณาถึงประเทศมาเลเซียจะพบว่าเป็นเพราะมีพรมแดนติดต่อกับภาคใต้ของประเทศไทย ทำให้การเดินทางสะดวก สามารถเดินทางมาเองได้โดยไม่ต้องอาศัยบริษัทนำเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น พบว่าส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนยังครองสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวสูงสุด รองลงมาคือ การเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

การท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากในการนำรายได้จากชาวต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวมีความเกี่ยวข้องกับภาคการผลิตต่าง ๆ หลากหลายสาขาในทุกระดับของการผลิต ส่งผลให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้ และเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องอีกมากมายอันจะเป็นประโยชน์ต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย งานวิจัยฉบับนี้จึงได้ทำการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่นำมาวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

2.1 ประเทศมาเลเซีย

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2 ประเทศสหราชอาณาจักร

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

สหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.3 ประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ได้แก่ ผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

3.1 ประเทศมาเลเซีย

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ได้แก่ ผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่อผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.981 ส่วนอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 3.72 สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.2 ประเทศสหราชอาณาจักร

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ได้แก่ ผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่อผลผลิตมวลรวมในประเทศที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ

สหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 4.452 ส่วนงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่องบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.281 สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

3.3 ประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา ได้แก่ ผลกระทบมวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันร้อยละ 2.087 ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้มีบางส่วนที่ตรงตามสมมติฐานที่วางไว้ และบางส่วนที่ไม่สอดคล้องกับสมมติฐานในการวิจัยครั้งนี้ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 “ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้และสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรชัย ปานเฟื่อง (2543: 58-69) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์

กับอุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และ ออสเตรเลีย ผลลัพธ์ที่มวบรวมในประเทศที่แท้จริง กล่าวคือ เมื่อผลลัพธ์ที่มวบรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศดังกล่าวเพิ่มขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการในการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของนภาพร เจริญเวทย์วุฒิ (2546: 81-84) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา มาเลเซียและจีน ผลการศึกษาพบว่า ผลลัพธ์ที่มวบรวมในประเทศต่อหัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย และสุพัฒนา เตโซชลาลัย (2547: 67-129) ซึ่งได้ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีนเข้าสู่ประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ผลลัพธ์ที่มวบรวมในประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และจีน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับนักวิชาการ 2 ท่าน คือ บุญหลิบพานิชชาติ (2544: 336) และมิดเดิลตัน (Middleton. 1994: 37) โดยกล่าวสนับสนุนว่า เมื่อประชาชนมีรายได้สูง ย่อมมีโอกาสดังกล่าวที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มประชาชนที่มีรายได้ต่ำกว่า เพราะตามปกติประชาชนที่มีรายได้ต่ำมักจะใช้จ่ายใช้สอยในสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพก่อน เมื่อมีรายได้เหลือจึงจะนำไปใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้น รายได้ของประชาชนจึงเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่อ การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณนักท่องเที่ยว

สมมติฐานข้อที่ 2 “อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 2 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการที่ประเทศมาเลเซียเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศไทย มีการคมนาคมที่สะดวก สามารถเดินทางไปกลับได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546) และจากการศึกษาของหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 103) ได้กล่าวว่า นักท่องเที่ยวมิได้ใช้เหตุผลเกี่ยวกับการใช้เงินเหมือนนักธุรกิจการเงิน นักท่องเที่ยวคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวก็จริงอยู่ แต่ก็ใช้กับเพียงหนึ่งในหลาย ๆ ตัวประกอบที่เกี่ยวกับอุปสงค์ เหตุผลสำคัญกว่าที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวในประเทศหนึ่งประเทศใด อาจเป็นเพราะประเทศนั้นสวยงาม อากาศดี มีที่เที่ยวน่าสนใจและเป็นแพะรับบาปที่จะต้องไป และบางทีเหตุผลเพียงเท่านี้ก็พอสำหรับที่นักท่องเที่ยวจะยอมอดออมในเรื่องอื่น ๆ เพื่อเก็บเงินไว้ไปเที่ยว ทั้งนี้โดยคำนึงเล็กน้อยถึงค่าใช้จ่าย

สมมติฐานข้อที่ 3 “อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 3 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการปัจจัยอื่น ๆ ที่นอกเหนือจากการศึกษา เช่น จากการศึกษาของหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 92-93) ได้กล่าวว่า ความรู้สึกเกี่ยวกับราคาของบริการท่องเที่ยวแปรเปลี่ยนไปตามกาลเวลาและสถานที่มากกว่าราคาของสินค้าและบริการอื่น ๆ ถ้าการท่องเที่ยวไปรวมตัวอยู่ ณ จุดใดจุดหนึ่ง หรือบริเวณใดบริเวณหนึ่ง การขึ้น ๆ ลง ๆ ของราคาจะเป็นไปได้อย่างมาก ปฏิกริยาเชิงจิตวิทยาของนักท่องเที่ยวต่อราคาบริการท่องเที่ยวสังเกตได้จากการที่นักท่องเที่ยวบางคนเคยชินกับการไปท่องเที่ยวแบบหนึ่ง ทุก ๆ ปี เขาก็จะยอมรับราคาบริการที่เพิ่มขึ้นโดยไม่หาทางออกอย่างอื่น และนักท่องเที่ยวบางคนที่มีรายได้น้อย จะยอมจ่ายเงินมาก ๆ เพื่อซื้อบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้คนอื่นเห็นว่าตนมีฐานะดี นักท่องเที่ยวหลายคนจะเข้าไปดูมหรสพ หรือนิทรรศการ หรืออะไรแปลก ๆ ซึ่งค่าเข้าชมมากเป็นพิเศษ เพราะด้านทานการจูงใจจากการโฆษณาไม่ได้ รวมทั้งคนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวไกล ๆ มักจะคิดหน้าคิดหลังเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่จะต้องเสีย มากกว่าผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวใกล้ ๆ นอกจากนี้การเดินทางไกล ๆ นักท่องเที่ยวมักต้องตั้งงบประมาณเผื่อขาดไว้มาก ๆ เพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายซึ่งมองไม่เห็นล่วงหน้า นอกจากนี้วิภาวี สงวนรัตน์ (2540: 55-70) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และฝรั่งเศส เนื่องจากนักท่องเที่ยวยอมจ่ายเงินที่แพงกว่าระดับราคาสินค้าภายในประเทศของนักท่องเที่ยว เพื่อซื้อสินค้าและบริการที่ประทับใจของประเทศไทย

2. อัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งจากการศึกษาของมาลีรัตน์ สุขศรี (2540: 32) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ ผลจากการศึกษาพบว่า อาจเนื่องมาจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายและสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาได้เป็นอย่างดี รวมทั้งการผ่อนคลายระเบียบพิธีการเข้าเมืองและการเร่งปรับแผนการตลาดเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวระยะใกล้ (รายงานเศรษฐกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2545: 12-13) และจากการศึกษาของ

หม่อมหลวงต๋อย ชุมสาย (2527: 93) พบว่า ความรู้สึกไวต่อราคาไวต่อราคาบริการท่องเที่ยวจะลดน้อยลง สำหรับนักท่องเที่ยวที่กึ่งงบประมาณการท่องเที่ยวไว้มาก ๆ เช่น นักท่องเที่ยวแบบไปแคมป์ หรือไปกันทั้งครอบครัวมักจะเสาะหาดูก่อนว่า อาหารร้านไหนถูก ร้านไหนแพง แต่นักท่องเที่ยวที่ร่ำรวยจะเข้าไปกินอาหารในภัตตาคารชั้นดีแห่งแรกที่ได้พบ โดยไม่คำนึงถึงราคาจะสูงต่ำเพียงใด ดังนั้น ไม่ว่าดัชนีราคาผู้บริโภคจะอยู่ในระดับสูงหรือต่ำ จึงไม่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา

สมมติฐานข้อที่ 4 “ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 4 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกาอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากความร่วมมือระหว่างประเทศไทย – มาเลเซีย – อินโดนีเซีย ในโครงการสามเหลี่ยมเศรษฐกิจน่าจะมีส่วนผลักดันให้มีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างกันมากขึ้น อาทิเช่น การขยายเวลาเปิดด่านชายแดนประเทศไทย – มาเลเซีย มาเลเซีย สุซศรี (2547: 27) และจากการศึกษาของหม่อมหลวงต๋อย ชุมสาย (2527: 91) ได้กล่าวว่า ความรู้สึกของคนที่มียอดการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป บางคนแม้จะมีรายได้สูง แต่ก็ไม่เห็นว่าค่าการท่องเที่ยวเป็นความต้องการสำคัญของชีวิต ชาวชนบทที่เดินทางมักมิใช่เดินทางเพื่อท่องเที่ยว แต่ในขณะที่บางคนจะมีรายได้เท่าใดไม่สำคัญ เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต ถ้าไม่ได้ท่องเที่ยวตามที่ปรารถนาจะแสดงความไม่พอใจ และจากการศึกษาของจัตระชัย ปานเพื่อง (2547: 74) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวนิยมใช้จ่ายเพื่อซื้อของมากที่สุด เนื่องจากราคาสินค้าของประเทศไทยค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ถึงแม้ว่าราคาจะสูงก็ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สมมติฐานข้อที่ 5 “งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 4 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องมาจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่ง ทั้งธรรมชาติจากเหนือจรดใต้ ป่าเขาลำเนาไพร น้ำตก ทะเล ปะการังสวยงาม หาดทราย วัฒนธรรมประเพณี 4 ภาค ซึ่งเป็นจุดขายที่สำคัญของประเทศไทย รวมถึงเรื่องของความเป็นไทย วิถีชีวิตไทยที่น่าเสนอในรูปแบบของภูมิปัญญา ศิลปะ การ

ต้อนรับ ความประทับใจในรูปแบบต่าง ๆ ซึ่งได้จับต้องได้ เช่น อาหารไทย มวยไทย (กองวิชาการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552)

2. งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในเขตจังหวัดแถบภาคใต้ของประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการเดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาสั้น ๆ ดังนั้น นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียจึงไม่ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยว (สุจินต์พร จินตนา. 2538: 2) และจากการศึกษาของหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 230) ได้กล่าวว่า ถ้าลมฟ้าอากาศไม่อำนวยเลยตลอดปีก็ไร้ประโยชน์ที่จะประชาสัมพันธ์ให้เกิดผลในการท่องเที่ยวตลอดปี นักท่องเที่ยวทั้งหลายย่อมหาสถานที่ที่จะทำให้ตนเองสบายทั้งกายและใจ ลมฟ้าอากาศเป็นตัวชักจูงที่มีอำนาจยิ่งกว่าสิ่งอื่น ดังที่เราเรียกการท่องเที่ยวว่าการไปตากอากาศ หรือการไปพักผ่อนตากอากาศ นอกจากนี้ จากการศึกษาของปวิท วิชชุฉดา (2539: 79) ได้ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า รายได้ ราคาสินค้า และบริการของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นปัจจัยที่มีบทบาทค่อนข้างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว ดังนั้น ถึงแม้ว่าจะมีการจัดสรรงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวให้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกาแต่ก็อาจจะไม่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศสหรัฐอเมริกามากนัก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัย ดังนี้

1. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีระดับอายุระหว่าง 25-54 ปี เป็นเพศชาย ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และนักวิชาการ โดยเคยเดินทางมาแล้วและเดินทางมาด้วยตนเอง ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันวางแผนเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายดังกล่าว ซึ่งอยู่ในวัยทำงานและเป็นเพศชายและเคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งแสดงว่านักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจในการท่องเที่ยว

2. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าแนวโน้มของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐบาลและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรมีการวางแผนการตลาดเชิงรุกในประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้ง 3 ประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น เช่น ทัวร์เพื่อสุขภาพ สปาและการบำบัดดูแลสุขภาพ

3. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางการบริการ องค์ประกอบหนึ่งที่

สำคัญ คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สถานที่พัก ร้านอาหาร บริษัททัวร์ แหล่งบันเทิงต่าง ๆ ดังนั้น ภาครัฐบาลควรควบคุมรักษาระดับราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสม ส่วนภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรให้ความร่วมมืออย่างเคร่งครัด

4. ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐบาลควรวางแผนการบริหารจัดการงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ และดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรใช้ข้อมูลในการศึกษามากขึ้น และคัดเลือกตัวแปรอิสระที่เกี่ยวข้องเพิ่มขึ้น เช่น ราคา ค่าโดยสารเครื่องบิน ราคาห้องพัก เป็นต้น

2. ควรศึกษาประเทศอื่นๆ ที่มีความสนใจสำหรับประเทศไทย โดยศึกษาเป็นรายประเทศ เพื่อกระจายกลุ่มนักท่องเที่ยวให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น โดยควรศึกษาลักษณะ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นตลาดเป้าหมายของประเทศไทย เพื่อให้เข้าใจถึงลักษณะและพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยในการดำเนินงานและวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้มีความสอดคล้องเหมาะสมกับสถานการณ์ต่าง ๆ มากยิ่งขึ้น

3. ควรศึกษาโดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิโดยการออกแบบสอบถามเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้แสดงความคิดเห็น และการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเตรียมรองรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวที่อาจจะเพิ่มขึ้นหรือลดลงในอนาคต

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *บทวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดต่างประเทศ*.
กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2547). *บทวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*.
กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2548). *บทวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*.
กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- (2552). *บทวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ*.
กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2550-2552). [เอกสารเผยแพร่และสิ่งพิมพ์]. สืบค้นเมื่อ 20
เมษายน 2552. จาก <http://www.etatjournal.com>
- กรุณา บุญมาเรือน. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของ
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. ถ่ายเอกสาร.
- กัลยา วาณิชย์ปัญญา. (2538). *การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ: สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ*.
กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์.
- จรียา เปรมศิลป์. (2543). *การท่องเที่ยวกลไกฟื้นฟูเศรษฐกิจ*. รายงานเศรษฐกิจรายเดือน 40, 5
พฤษภาคม: 35-47.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2542). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 2.
กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรชัย ปานเฟื่อง. (2543). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ*.
วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
ถ่ายเอกสาร.
- ดุษฎี ชุมสาย, ม.ล. และณิพัทธ์ พรหมโยธี. (2527). *ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ:
โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ทิวา สมพร. (2546). *อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย*. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย
รามคำแหง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2536-2550). [สถิติ]. สืบค้นเมื่อ 16 สิงหาคม 2551. จาก
<http://www.bot.or.th>.
- (2545, มกราคม-มีนาคม). *รายงานเศรษฐกิจรายไตรมาส*. ปีที่ 6 : 13.

- นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ. (2546). การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นราทิพย์ ชุตินวงศ์. (2539). ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุสรุ กลิ่นภู. (2546). การศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. ถ่ายเอกสาร.
- บุญหลิบ พาณิชชาติ. (2544). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. เอกสารการสอนชุดวิชาวิทยาการจัดการ (หน่วยที่1). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมิกราช.
- ประเจิด สินทรัพย์. (2526). เศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ปราณี ทินกร. (2529). ทฤษฎีการบริโภคมวลรวม และกรณีศึกษาของประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 3 กันยายน 2529.
- ปวิท วิชชุดา. (2539). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พรวิสาร ผลพล. (2541). ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ ศ.ม.(เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2536). วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่5. กรุงเทพฯ.
- มงคล ฤทธิ์พรณรงค์. (2548). ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง. ถ่ายเอกสาร.
- มาลีรัตน์ สุขศรี. (2540). การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รัตนา สายคณิต. (2542). หลักเศรษฐศาสตร์ 2 : มหเศรษฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาวี สงวนรัตน์. (2540). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วินิจ วีรยางกูล. (2532). การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคน. (2540). หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

- สมจิต วัฒนายากุล. (2545). *สถิติวิเคราะห์เบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรยุทธ์ มีนะพันธ์. (2535). *เศรษฐศาสตร์การจัดการ*. กรุงเทพฯ: เอช-เอน การพิมพ์.
- สุจินต์พร จินตนา. (2538). *การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- สุชาดา เจริญพันธุ์ศิริกุล. (2544). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. เอกสารการสอนชุดวิชาวิทยาการจัดการ (หน่วยที่8). นนทบุรี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมราช.
- สุดาร์ตน์ พันธุ์นิกุล. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- สุทธิมา ชำนาญเวช. (2546). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณ*. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ: จูนพับลิชชิง.
- สุพัฒนา เตชะชลาลัย. (2547). *ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีนเข้าสู่ประเทศไทย*. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักงานประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี. 2545. [เอกสารเผยแพร่และสิ่งพิมพ์]. สืบค้นเมื่อ 20 เมษายน 2552. จาก <http://www.bb.go.th>
- Holloway, J Christopher. (1983). *The Business of Tourism*. England: Harlow.
- International Monetary Fund. 2009. *International Financial Statistics Yearbook*. New York: Washington.
- Jang, S.S.; Bai, B.; Hong, G.; Leary, J.T. (2004). *Understanding Travel Expenditure Patterns: A Study of Japanese Pleasure Travelers to the United States by Income Level*. Tourism Management.
- Middleton; & Victor, T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Heinemann.
- Perez, E.A.; Juaneda, S.C. (2000). *Tourism Expenditure for Mass Tourism Markets*. Annual of Tourism Research.
- Tourism Authority of Thailand. (1993-2007). *Annual Statistical Report on Tourism in Thailand*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.

ภาคผนวก
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ตาราง 1 ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศมาเลเซีย

ปี	จำนวน นักท่องเที่ยว (คน) ¹	ผลิตภัณฑ์ มวลรวม ในประเทศ ที่แท้จริง (ล้านริงกิต) ²	อัตรา แลกเปลี่ยน เงินตรา ระหว่าง ประเทศ (บาท/ริงกิต) ³	อัตราส่วน เปรียบเทียบ ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศ มาเลเซียกับ ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศไทย ⁴	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ย ต่อคน ต่อวัน (บาท) ⁵	งบประมาณ ส่งเสริม การท่องเที่ยว (ล้านบาท) ⁶
2536	829,661	227,168.87	9.8267	0.91	3,376.81	821
2537	898,800	248,046.95	9.5818	0.93	3,705.14	1,310
2538	1,077,005	272,304.77	9.9257	0.95	4,527.47	1,588
2539	1,056,172	299,565.53	10.0652	0.97	4,446.28	1,814
2540	1,046,029	321,683.79	11.0556	1.00	4,266.70	1,815
2541	918,071	297,837.01	10.4181	1.02	4,210.98	2,361
2542	991,060	316,260.78	9.8256	1.00	3,985.90	2,424
2543	1,054,469	342,612.00	10.5158	1.00	4,226.31	1,644
2544	1,159,630	344,293.51	11.6529	1.00	4,412.69	1,856
2545	1,296,109	341,532.20	11.2886	1.01	4,268.21	2,065
2546	1,338,624	377,297.40	10.9144	1.00	3,897.74	2,133
2547	1,388,981	426,685.87	10.5868	1.01	4,328.82	3,464
2548	1,341,535	449,221.84	10.6231	1.03	3,666.72	2,766
2549	1,578,632	475,340.51	10.3387	1.04	3,714.82	3,890
2550	1,551,959	505,404.72	10.0281	1.04	3,804.91	3,596

ที่มา : ^{1 5 6} รายงานสถิติประจำปี 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย^{2 4} Yearbook of International Financial Statistics, International Monetary Fund³ ส่วนวิเคราะห์และธุรกิจตลาดเงิน ฝ่ายการธนาคาร ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตาราง 2 ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศสหราชอาณาจักร

ปี	จำนวน นักท่องเที่ยว (คน) ¹	ผลิตภัณฑ์ มวลรวม ในประเทศ ที่แท้จริง (พันล้าน ปอนด์) ²	อัตรา แลกเปลี่ยน เงินตรา ระหว่าง ประเทศ (บาท/ ปอนด์) ³	อัตราส่วน เปรียบเทียบ ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศ สหราชอาณาจักรกับ ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศไทย ⁴	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ย ต่อคน ต่อวัน (บาท) ⁵	งบประมาณ ส่งเสริม การท่องเที่ยว (ล้านบาท) ⁶
2536	249,980	758.36	37.9872	0.88	2,367.04	821
2537	268,040	792.24	38.4679	0.91	2,205.32	1,310
2538	274,366	814.47	39.2866	0.93	3,228.99	1,588
2539	286,889	836.94	39.5412	0.96	2,869.74	1,814
2540	287,664	863.62	51.3675	0.98	2,055.47	1,815
2541	375,912	890.61	68.3658	1.03	3,398.89	2,361
2542	425,688	915.99	61.1517	1.01	3,274.46	2,424
2543	476,387	950.56	60.6940	1.00	3,605.46	1,644
2544	517,974	971.01	63.9956	1.00	3,178.94	1,856
2545	569,812	987.84	64.5138	0.99	3,597.16	2,065
2546	545,000	1,009.08	67.7658	0.98	3,417.91	2,133
2547	628,679	1,082.60	73.672	0.98	3,883.27	3,464
2548	680,978	1,102.56	73.1305	0.99	3,807.96	2,766
2549	745,525	1,133.67	69.7373	1.01	3,653.94	3,890
2550	746,422	1,169.49	69.0678	0.99	3,805.59	3,596

ที่มา : ^{1 5 6} รายงานสถิติประจำปี 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย^{2 4} Yearbook of International Financial Statistics, International Monetary Fund³ ส่วนวิเคราะห์และธุรกิจตลาดเงิน ฝ่ายการธนาคาร ธนาคารแห่งประเทศไทย

ตาราง 3 ข้อมูลทุติยภูมิของประเทศสหรัฐอเมริกา

ปี	จำนวน นักท่องเที่ยว (คน) ¹	ผลิตภัณฑ์ มวลรวม ในประเทศ ที่แท้จริง (พันล้าน ดอลลาร์ สหรัฐ) ²	อัตรา แลกเปลี่ยน เงินตรา ระหว่าง ประเทศ (บาท/ ดอลลาร์ สหรัฐ) ³	อัตราส่วน เปรียบเทียบ ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศ สหรัฐอเมริกากับ ดัชนีราคาผู้บริโภค ของประเทศไทย ⁴	ค่าใช้จ่าย เฉลี่ย ต่อคน ต่อวัน (บาท) ⁵	งบประมาณ ส่งเสริม การท่องเที่ยว (ล้านบาท) ⁶
2536	278,315	7,531.00	25.2947	0.87	2,234.39	821
2537	292,344	7,831.89	25.1248	0.89	3,525.16	1,310
2538	285,486	8,032.25	24.8901	0.92	3,026.14	1,588
2539	308,573	8,324.60	25.3189	0.94	3,471.46	1,814
2540	311,081	8,704.72	31.3179	0.97	3,276.43	1,815
2541	361,705	9,064.25	41.3063	1.04	4,228.86	2,361
2542	417,860	9,467.21	37.7895	1.02	4,602.34	2,424
2543	473,285	9,817.00	40.1114	1.00	4,419.94	1,644
2544	485,276	9,890.63	44.4319	0.99	4,139.39	1,856
2545	509,841	10,073.97	42.9601	0.98	4,127.31	2,065
2546	459,862	10,472.08	41.4847	0.97	3,829.54	2,133
2547	557,098	10,672.05	40.2225	0.98	3,852.04	3,464
2548	585,476	10,992.83	40.2202	0.99	4,045.15	2,766
2549	640,674	11,292.54	37.8820	1.00	4,323.76	3,890
2550	623,638	11,525.46	34.5182	0.99	4,694.16	3,596

ที่มา : ^{1 5 6} รายงานสถิติประจำปี 2550 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

^{2 4} Yearbook of International Financial Statistics, International Monetary Fund

³ ส่วนวิเคราะห์และธุรกิจตลาดเงิน ฝ่ายการธนาคาร ธนาคารแห่งประเทศไทย

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ – ชื่อสกุล

นางสาวรุ่งนภา กลยุทธสกุล

วันเดือนปีเกิด

12 พฤษภาคม 2527

สถานที่เกิด

กรุงเทพฯ

สถานที่อยู่ปัจจุบัน

39/623 ซ.ประชาอุทิศ 125 ถ.ประชาอุทิศ แขวงทุ่งครุ เขตทุ่งครุ
กรุงเทพฯ 10140

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2549

บธ.บ. (ภาษาอังกฤษธุรกิจ)

จากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

วิทยาเขตบพิตรพิมุข จักรวรรดิ

พ.ศ. 2552

ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ)

จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ