

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สารนิพนธ์

ของ

วริทธิ์ พิพิธพจนการณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2553

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สารนิพนธ์

ของ

วริทธิ์ พิพิฒพจนการณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2553

ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทคัดย่อ

ของ

วริทธิ์ พิพิธพจนการณ

เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา

ตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

พฤษภาคม 2553

วรวิทย์ พิพิพจนการณ. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย. สารนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์: อาจารย์ไมตรี อภิพัฒน์มนตรี.

การวิจัยในครั้งนี้มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในการวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ ผลัดกันมวบรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษ ระหว่างปี 2537 – 2551 โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ซึ่งอยู่ในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) ส่วนที่ 2 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จากการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวนทั้งสิ้น 400 คน โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากผลการศึกษาส่วนที่ 1 พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย สำหรับผลัดกันมวบรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากผลการศึกษาส่วนที่ 2 พบว่า ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.341 และค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยต่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.692

จากผลการศึกษาส่วนที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นเพศชายและเพศหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน มีอายุ 31 – 40 ปี สถานภาพแต่งงาน มีรายได้ต่อเดือน 300,000 – 400,000 บาท ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี และได้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 2 ครั้งแล้ว

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่มักจะได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต มีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน โดยจะเดินทางมากับเพื่อน /ครอบครัว และชอบเดินทางมาท่องเที่ยวทะเล เช่น สมุย กระบี่ ภูเก็ต พัทยา โดยจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ และพักค้างคืนที่โรงแรม และบังกะโล /รีสอร์ท ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน มีระยะเวลาพักค้างคืน จำนวน 5 วัน และใช้เงินตัวเองในการเดินทางมาท่องเที่ยว โดยเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3,000-4,000 บาท/คน/วัน โดยส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง นอกจากนี้ ยังเห็นว่าปัญหาการเมือง ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และมีความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย และที่สำคัญที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก

FACTORS AFFECTING THE TOURISM DEMAND OF JAPANESE TOURISTS
TRAVELING TO THAILAND

AN ABSTRACT

BY

VARITH PIPITPOJANAKARN

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

May 2010

Varith Pipitpojanakarn. (2010). *Factors Affecting The Tourism Demand of Japanese Tourists Traveling to Thailand*. Master's Project, M.Econ. (Managerial Economics). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Project Advisor: Mr. Mitri Abhibhatanamontri.

The purposes of this research were to study (1) the factors affecting the tourism demand of Japanese tourists traveling to Thailand, (2) the elasticity of demand for tourism of Japanese tourists traveling to Thailand, and (3) the travel behavior of Japanese tourists traveling to Thailand.

Data analysis was divided into three parts: Part 1 - Studying the tourism demand of Japanese tourists traveling to Thailand was as follows: The real Japanese GDP, the foreign exchange rates (Yen vs Baht), the comparative ratio of consumer price index of Japan and the consumer price index of Thailand by using the secondary data from 1994 to 2008, and applying the multiple regression analysis existing in the natural logarithm, Part 2 - Studying the elasticity of demand for tourism of Japanese tourists traveling to Thailand, and Part 3 - Studying of travel behavior of the Japanese tourists traveling to Thailand. Data were collected from 400 samples and data were analyzed by frequency distribution and percentage. This study was divided into two parts: The first part was the basic information of Japanese tourists traveling to Thailand, and the second part was the travel behavior of Japanese tourists traveling to Thailand.

From the first part of the study results, it was shown that the foreign exchange rates (Yen vs Baht) had relation in the same direction with the number of Japanese tourists traveling to Thailand and the comparative ratio of consumer price index of Japan and the consumer price index of Thailand had relation in the opposite direction with the number of Japanese tourists traveling to Thailand. The real Japanese GDP had no relationship with the number of Japanese tourists traveling to Thailand.

From the second part of the study results, it was indicated that the value of elasticity of demand for tourism of Japanese tourists traveling to Thailand towards the foreign exchange rates (Yen vs Baht) which was equal to 0.341. The value of elasticity of demand for tourism of Japanese tourists traveling to Thailand towards the comparative ratio of consumer price index of Japan and the consumer price index of Thailand that were equal to -0.692.

From the third part of the study results, it was found that the Japanese tourists traveling to Thailand were male and female in the approximate proportion, aged 31-40 years. They were married and the average monthly income was 300,000 - 400,000 yen. Their occupation was employees of the company and they finished the bachelor's degree, in addition they had already been to Thailand twice.

In addition, most Japanese tourists traveling to Thailand knew the tourism information from the internet. The main objective of their travel was a travel / recreation by coming with their friends / families and they liked to travel such as Samui, Krabi, Phuket, Pattaya. They traveled on the duration of holiday, festivals and stopped over hotel and bungalow / resort in the approximate proportion. They had lay over duration for five days and they used their money to travel. The average expenses for travel was 3,000 – 4,000 baht / person/day and they paid for shopping and entertainment. Furthermore, most tourist regarded that the political problems, safety and the convenience of traveling to the tourist attraction were the most important obstacles for traveling in the approximate proportion, and they were impressed with many beautiful tourist attractions. The most important thing was that the whole Japanese tourists who answered the questionnaires wanted to travel to Thailand again.

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร และคณะกรรมการสอบ
ได้พิจารณาสารนิพนธ์ เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทาง
มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ของ วริทธิ์ พิพิธพจนการณ์ ฉบับนี้แล้ว เห็นสมควรรับเป็นส่วนหนึ่งของการ
ศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการของ
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒได้

อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์

.....
(อาจารย์ไมตรี อภิพัฒน์มนตรี)

ประธานคณะกรรมการบริหารหลักสูตร

.....
(รองศาสตราจารย์ ดร.อรรถิพย์ ราษฎร์นิยม)

คณะกรรมการสอบ

..... ประธาน
(อาจารย์ไมตรี อภิพัฒน์มนตรี)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล)

..... กรรมการสอบสารนิพนธ์
(อาจารย์ประภาพร เฟื่องฟูสกุล)

อนุมัติให้รับสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

..... คณบดีสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ
(รองศาสตราจารย์ ดร.เรณู สุขารมณ์)

วันที่ เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2553

ประกาศคุณูปการ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาอย่างยิ่งจากอาจารย์ไมตรี อภิพัฒนะมนตรี อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และประธานกรรมการสอบสารนิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ รวิพรรณ สาลีผล และอาจารย์ประพาฬ เพ็ญฟูสกุล กรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่ได้เสียสละเวลาอันมีค่าให้ความช่วยเหลือ แนะนำการศึกษาค้นคว้า และแนวทางในการปรับปรุงจนกระทั่งงานวิจัยนี้เสร็จสิ้นเรียบร้อย รวมทั้งคณาจารย์สำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ทุกท่านที่ได้ประสาทความรู้ต่างๆ ตลอดเวลาที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา ณ มหาวิทยาลัยแห่งนี้

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ประพาฬ เพ็ญฟูสกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ทรงศิลป์ พจน์ชนะชัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี และนางสาวชลินาท ศุภมณี ผู้อำนวยการกลุ่มงานวิเคราะห์นโยบายสาธารณะด้านเศรษฐกิจ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ที่ให้ความกรุณาเป็นกรรมการผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือและช่วยแก้ไขแบบสอบถามเพื่อการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งทำให้สารนิพนธ์เล่มนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณนักท่องเที่ยวยาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม รวมถึงขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ และพี่น้อง ที่คอยให้กำลังใจ และผู้อำนวยการการทำอากาศยานสุวรรณภูมิ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการเก็บแบบสอบถามตลอดจนเพื่อนๆ และน้องๆ ทุกท่าน ที่ให้คำแนะนำในการทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

สุดท้ายนี้ คุณค่าอันพึงมีจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอน้อมบูชาแด่คุณบิดา มารดา คณาจารย์เจ้าของเอกสารที่ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้า และผู้มีพระคุณทุกท่านที่ได้ให้การช่วยเหลือสนับสนุนให้งานวิจัยนี้ได้รับความสำเร็จในที่สุด และผู้วิจัยขอให้งานวิจัยนี้ได้เป็นประโยชน์สำหรับผู้สนใจศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

วริทธิ์ พิพิธพจนการณ์

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	4
ความสำคัญของการวิจัย.....	4
ขอบเขตของการศึกษาวิจัย.....	5
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	10
กรอบแนวคิดในการวิจัย.....	12
สมมติฐานในการวิจัย.....	15
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	16
การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	17
สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น.....	22
นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล.....	26
แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	28
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	53
3 วิธีการดำเนินงานวิจัย.....	66
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	66
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	68
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	71
การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล.....	72
สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	74
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	80
สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	81
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	82

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	93
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	93
ความสำคัญของการวิจัย.....	93
ขอบเขตของการวิจัย.....	94
สมมติฐานในการวิจัย.....	94
การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	95
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	97
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	97
สรุปผลการวิจัย.....	98
อภิปรายผล.....	102
ข้อเสนอแนะ.....	104
ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป.....	106
บรรณานุกรม.....	107
ภาคผนวก.....	111
ภาคผนวก ก –รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม.....	112
ภาคผนวก ข –ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย.....	114
ภาคผนวก ค –แบบสอบถามที่ใช้ในการวิจัย.....	116
ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์.....	124

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย และรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ระหว่างปี 2549 – 2551.....	2
2 จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น รายได้จากนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปี 2549 – 2551.....	3
3 สรุปสาระสำคัญของผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	58
4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	83
5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	86
6 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	88

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ส่วนที่ 1	12
2 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ส่วนที่ 2	13
3 กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย ส่วนที่ 3	14
4 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวกับปริมาณการท่องเที่ยว.....	30
5 ผลกระทบของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวจากอัตราค่าโดยสารเครื่องบิน.....	31
6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยว ในลักษณะเพิ่มขึ้น.....	32
7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยว ในลักษณะคงที่.....	32
8 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยว ในลักษณะลดน้อยถอยลง.....	33
9 เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น.....	34
10 อุปสงค์การท่องเที่ยวที่ช่วยพัฒนาท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว และการเติบโตของ ธุรกิจท่องเที่ยว.....	35
11 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ.....	43
12 กราฟแสดงการวัดค่าสถิติ Durbin - Watson.....	78

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

แม้ว่าในครึ่งหลังของปี 2551 การท่องเที่ยวของประเทศไทยจะได้รับผลกระทบจากปัจจัยลบหลายเหตุการณ์อย่างต่อเนื่อง เช่น การลอบวางระเบิดที่สงขลา 7 แห่ง ในช่วงต้นเดือนสิงหาคม ความไม่สงบทางการเมืองที่ทวีความรุนแรงขึ้นตั้งแต่ปลายเดือนสิงหาคม การประกาศ พ.ร.ก.ฉุกเฉินในเขตกรุงเทพฯ การปิดสนามบินสุวรรณภูมิและดอนเมืองในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายน ได้ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ กอปรกับภาวะเศรษฐกิจชะลอตัวของประเทศที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวหลักของประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตามเมื่อรัฐบาลชุดใหม่ ได้มีคำสั่งของคณะรัฐมนตรี ต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2551 โดยมีการวางนโยบายเร่งด่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและบริการ คือ เร่งสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติและเร่งรัดมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยการดำเนินการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศ และปรับปรุงแผนงบประมาณของส่วนราชการที่ได้รับงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2552 อยู่แล้ว เพื่อใช้ในการจัดฝึกอบรมและสัมมนาให้กระจายทั่วประเทศ รวมทั้งลดหย่อนค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จึงกลายเป็นส่วนผลักดันที่สำคัญที่ทำให้ภาคการท่องเที่ยวซึ่งเป็นเสมือนหัวใจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันให้สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นกิจกรรมที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นจำนวนมหาศาล ซึ่งจะเห็นได้จากรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในปี 2551 มีจำนวน 574,520.52 ล้านบาท และ ปี 2550 มีจำนวน 547,781.81 ล้านบาท โดยเพิ่มขึ้น 92,201.35 ล้านบาท และ 65,462.64 ล้านบาท หรือคิดเป็นร้อยละ 19.12 และร้อยละ 13.57 จากปี 2549 ตามลำดับ ตลอดจนจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย ในปี 2551 มีจำนวน 14,584,220 คน และปี 2550 มีจำนวน 14,464,228 คน โดยเพิ่มขึ้น 762,418 คน และ 642,426 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 5.52 และร้อยละ 4.65 จากปี 2549 ตามลำดับ (ตาราง 1)

ตาราง 1 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย และรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ระหว่างปี 2549 – 2551

จำนวน : คน , รายได้ : ล้านบาท

ข้อมูล	ปี		
	2549	2550	2551
จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย	13,821,802	14,464,228	14,584,220
รายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	482,319.17	547,781.81	574,520.52

ที่มา: รายงานสถิติประจำปี 2551 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

นอกจากนี้ รัฐบาลได้วางนโยบายเศรษฐกิจ ภาคการท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชนโดยรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยวและกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภาคและกลุ่มจังหวัดให้มีความเหมาะสมเกื้อกูลซึ่งกัน รวมทั้งพัฒนาด้านการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาด และกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนจุดขายที่มีความโดดเด่นของไทยให้เป็นศูนย์กลางระดับโลก โดยเฉพาะความพร้อมของการให้บริการทางด้านศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศ และศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักทั่วโลก

จากการการดำเนินนโยบายดังกล่าว จึงได้รับการตอบรับจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้อย่างมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น มาเลเซีย เกาหลี จีน ได้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในอัตราที่สูงกว่าภูมิภาคต่างๆ ของโลก ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกที่เข้ามาประเทศไทย ระหว่างปี 2549 - 2551 มีจำนวน 7,942,143 คน 7,981,205 คน และ 7,837,812 คน ตามลำดับ และมีรายได้จากนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2549 - 2551 มี จำนวน 194,003.71 ล้านบาท 205,114.32 ล้านบาท และ 200,098.31 ล้านบาท ตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอันดับที่สองรองจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ระหว่างปี 2549 - 2551 จำนวน 1,293,313 คน, 1,248,700 คน และ 1,110,729 คน ตามลำดับ

แต่อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ถือได้ว่าเป็นตลาดที่สร้างรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศไทยเป็นอันดับที่หนึ่ง ในปี 2549 – 2550 และอันดับที่สองรองจากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ในปี 2551 ซึ่งจะเห็นได้จากรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ระหว่างปี 2549 - 2551 มี จำนวน 39,388.10 ล้านบาท , 42,545.88 ล้านบาท และ 35,804.94 ล้านบาท ตามลำดับ รวมทั้ง จำนวนวันพักเฉลี่ย ระหว่างปี 2549 - 2551 มีจำนวน 6.63 วัน , 7.54 วัน และ 7.13 วัน ตามลำดับ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน มีจำนวน 4,593.55 บาท 4,518.86 บาท และ 4,521.11 บาท ตามลำดับ (ตาราง 2) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่น 5 อันดับแรก ได้แก่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา และเกาะสมุย

ตาราง 2 จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น รายได้จากนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปี 2549 – 2551

จำนวน : คน , รายได้ : ล้านบาท , จำนวนวันพักเฉลี่ย : วัน , ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย : บาท/วัน

ข้อมูล	ปี		
	2549	2550	2551
จำนวนนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก	7,942,143	7,981,205	7,837,812
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย	1,578,632	1,551,959	1,828,324
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	1,293,313	1,248,700	1,110,729
รายได้จากนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก	194,003.71	205,114.32	200,098.31
รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย	30,905.00	30,115.81	35,933.68
รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	39,388.10	42,545.88	35,804.94
จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	6.63	7.54	7.13
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	4,593.55	4,518.86	4,521.11

ที่มา: รายงานสถิติประจำปี 2551 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

จากสถานการณ์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ตลาดนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากมีความได้เปรียบในเรื่องของระยะทางที่ใกล้ ทำให้มีความสะดวกในการเดินทาง มีความปลอดภัย และมีความคุ้มค่าเงิน กอปรกับประเทศญี่ปุ่นมี

พื้นฐานทางเศรษฐกิจดี และรัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนประชาชนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังนั้นจึงเป็นสาเหตุให้สนใจทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องและภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสมต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อตกลงเบื้องต้น

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพียง 3 ปัจจัย ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (เยนต่อบาท) อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิวัติปี จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551 และกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ในช่วงระยะเวลาที่ศึกษา

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. ได้ทราบถึงความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ทั้งนี้ ความสำคัญของการวิจัย ทั้ง 3 ประการดังกล่าว จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องและภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษานี้ จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งการศึกษาดังกล่าวออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลสถิติรายปี จำนวน 15 ปี คือ ระหว่างปี 2537 – 2551 และกำหนดตัวแปรในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) มี 3 ปัจจัย ดังนี้

- 1) ผลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น (มีหน่วยเป็นพันล้านเยน)
- 2) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (เยนต่อบาท)
- 3) อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (มีหน่วยเป็นนักท่องเที่ยวต่อปี)

ส่วนที่ 2 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลสถิติรายปี จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551

ส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม ซึ่งมีวิธีการศึกษา ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Taro Yamane, 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. P.715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenience Sampling)¹ และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553

2. ตัวแปรที่ศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 1) เพศ
 - 1.1) ชาย
 - 1.2) หญิง
- 2) อายุ
 - 2.1) ต่ำกว่า 20 ปี
 - 2.2) 21-30 ปี
 - 2.3) 31-40 ปี
 - 2.4) 41-50 ปี
 - 2.5) มากกว่า 51 ปีขึ้นไป
- 3) สถานภาพ
 - 3.1) โสด
 - 3.2) แต่งงาน
 - 3.3) หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่
- 4) รายได้ต่อเดือน
 - 4.1) น้อยกว่า 300,000 บาท
 - 4.2) 300,000-400,000 บาท
 - 4.3) 400,001-500,000 บาท
 - 4.4) มากกว่า 500,000 บาทขึ้นไป

¹ การสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก เป็นวิธีการสุ่มตัวอย่างที่ผู้วิจัยถือเอาความสบาย หรือง่ายในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นสำคัญ (วาโร เพ็งสวัสดิ์. 2551: 198)

- 5) อาชีพ
 - 5.1) นักเรียน / นักศึกษา
 - 5.2) ข้าราชการ / พนักงานรัฐวิสาหกิจ
 - 5.3) พนักงานบริษัท
 - 5.4) เจ้าของธุรกิจส่วนตัว
 - 5.5) อื่นๆ (โปรดระบุ).....
- 6) การศึกษา
 - 6.1) ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 6.2) ปริญญาตรี
 - 6.3) สูงกว่าปริญญาตรี
- 7) ความถี่ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
 - 7.1) ครั้งแรก
 - 7.2) 2 ครั้ง
 - 7.3) 3 ครั้ง
 - 7.4) มากกว่า 3 ครั้ง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- 8) แหล่งรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว
 - 8.1) เพื่อน
 - 8.2) หนังสือพิมพ์ - นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์
 - 8.3) บริษัททัวร์
 - 8.4) อินเทอร์เน็ต
 - 8.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 9) วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 9.1) ท่องเที่ยว / พักผ่อน
 - 9.2) เยี่ยมญาติ / เพื่อน
 - 9.3) ประชุม/สัมมนา
 - 9.4) ติดต่อธุรกิจ
 - 9.5) ตรวจสอบสภาพ / ความงาม
 - 9.6) อื่นๆ โปรดระบุ.....

- 10) ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 10.1) คนเดียว
 - 10.2) เพื่อน / ครอบครัว
 - 10.3) ที่ทำงาน
 - 10.4) บริษัทนำเที่ยว
- 11) สถานที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด
 - 11.1) ทะเล เช่น สมุย กระบี่ ภูเก็ต พัทยา
 - 11.2) เมืองศิลปะและวัฒนธรรม เช่น เชียงใหม่ สุโขทัย อโยธยา
 - 11.3) เมืองศูนย์กลางธุรกิจและสินค้านานาชาติ เช่น กรุงเทพมหานคร สงขลา (หาดใหญ่)
 - 11.4) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 12) ช่วงเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 12.1) วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ
 - 12.2) วันหยุดพักร้อน
 - 12.3) ช่วงที่มีเทศกาล / งานประเพณีของไทย
 - 12.4) ไม่กำหนดช่วงเวลาที่แน่นอน
- 13) สถานที่พักค้างคืน
 - 13.1) โรงแรม
 - 13.2) เกสท์เฮาส์²
 - 13.3) บังกะโล³ / รีสอร์ท⁴
 - 13.4) บ้านญาติ / เพื่อน
 - 13.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 14) ระยะเวลาที่พักค้างคืน
 - 14.1) น้อยกว่า 5 คืน
 - 14.2) 5 คืน
 - 14.3) 6 คืน
 - 14.4) 6 คืนขึ้นไป

² เกสท์เฮาส์ หมายถึง บ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรม โดยเก็บค่าเช่า

³ บังกะโล หมายถึง ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยว โดยเก็บค่าเช่า

⁴ รีสอร์ท หมายถึง ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลังๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ

- 15) ที่มาของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 15.1) เงินตัวเอง
 - 15.2) เงินจากรัฐบาลสนับสนุน
 - 15.3) เงินจากครอบครัว
 - 15.4) เงินจากญาติ
 - 15.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 16) ค่าใช้จ่ายของการเดินทางมาท่องเที่ยว (บาท/คน/วัน)
 - 16.1) น้อยกว่า 3,000 บาท/คน/วัน
 - 16.2) 3,000 - 4,000 บาท/คน/วัน
 - 16.3) 4,001 - 5,000 บาท/คน/วัน
 - 16.4) มากกว่า 5,000 บาท/คน/วัน
- 17) ค่าใช้จ่ายที่เสียมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 17.1) ค่าที่พัก
 - 17.2) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม
 - 17.3) ค่าพาหนะในการเดินทาง
 - 17.4) ค่าซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง
- 18) อุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 18.1) ความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว
 - 18.2) คุณภาพของสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว
 - 18.3) ความปลอดภัย
 - 18.4) ปัญหาการเมือง
 - 18.5) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 19) ความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว
 - 19.1) กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น กอล์ฟ สปา
 - 19.2) วัฒนธรรมและประเพณีไทย
 - 19.3) แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย
 - 19.4) อื่นๆ โปรดระบุ.....
- 20) ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก
 - 20.1) ต้องการกลับมา
 - 20.2) ไม่ต้องการกลับมา

ตัวแปรที่ศึกษา ทั้ง 20 ตัวแปรดังกล่าว มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นิยามศัพท์เฉพาะ

1. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 90 วัน
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ หมายถึง ข้อมูลทางด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (เยนต่อบาท) อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
3. อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปี 2537 – 2551 มีหน่วยเป็นคนต่อปี
4. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย หมายถึง มูลค่าของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นภายในประเทศไทยในระยะเวลาหนึ่งปี และในปี 2543 เป็นปีฐาน มีหน่วยเป็นพันล้านบาท
5. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ หมายถึง ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท
6. ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย หมายถึง เครื่องวัดการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกของสินค้าและบริการของประเทศไทย ประเภทที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อเพื่อการบริโภค ณ ตลาด และร้านค้าปลีกในปีใดปีหนึ่ง ในจำนวนและคุณภาพที่คงที่เปรียบเทียบกับปี 2548 ซึ่งใช้เป็นปีฐาน
7. ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย หมายถึง เครื่องวัดการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกของสินค้าและบริการของประเทศไทย ประเภทที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อเพื่อการบริโภค ณ ตลาด และร้านค้าปลีกในปีใดปีหนึ่ง ในจำนวนและคุณภาพที่คงที่เปรียบเทียบกับปี 2550 ซึ่งใช้เป็นปีฐาน
8. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย หมายถึง การเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกของสินค้าและบริการประเภทที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อเพื่อการบริโภค ณ ตลาด และร้านค้าปลีกในปีใดปีหนึ่ง ในจำนวนและคุณภาพที่คงที่ ระหว่างประเทศไทยกับประเทศไทย ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เนื่องจากเมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีค่าสูงขึ้นย่อมส่งผลให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย

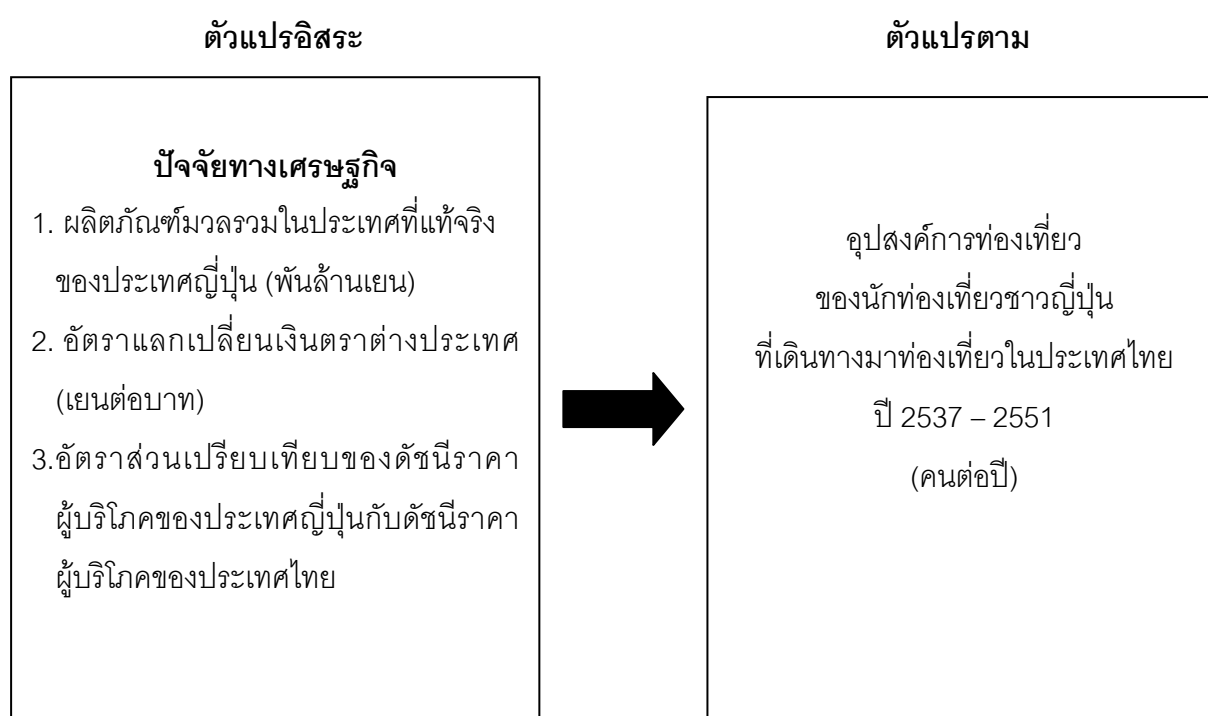
9. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ หมายถึง อัตราการเปลี่ยนแปลงความต้องการในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดอุปสงค์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (เยนต่อบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

10. พฤติกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำต่างๆ ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เกิดขึ้นในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งกระบวนการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวและซื้อบริการต่างๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของแต่ละบุคคลเพื่อให้ได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยว โดยในการวิจัยครั้งนี้ ตัวแปรที่ใช้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วย แหล่งรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว, วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว, ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว, สถานที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด ช่วงเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยว, สถานที่พักค้างคืน, ระยะเวลาที่พักค้างคืน, ที่มาของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, ค่าใช้จ่ายของการเดินทางมาท่องเที่ยว (บาทต่อคนต่อวัน), ค่าใช้จ่ายที่เสียมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว, อุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว ความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว, ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก

กรอบความคิดในการศึกษาวิจัย (conceptual framework)

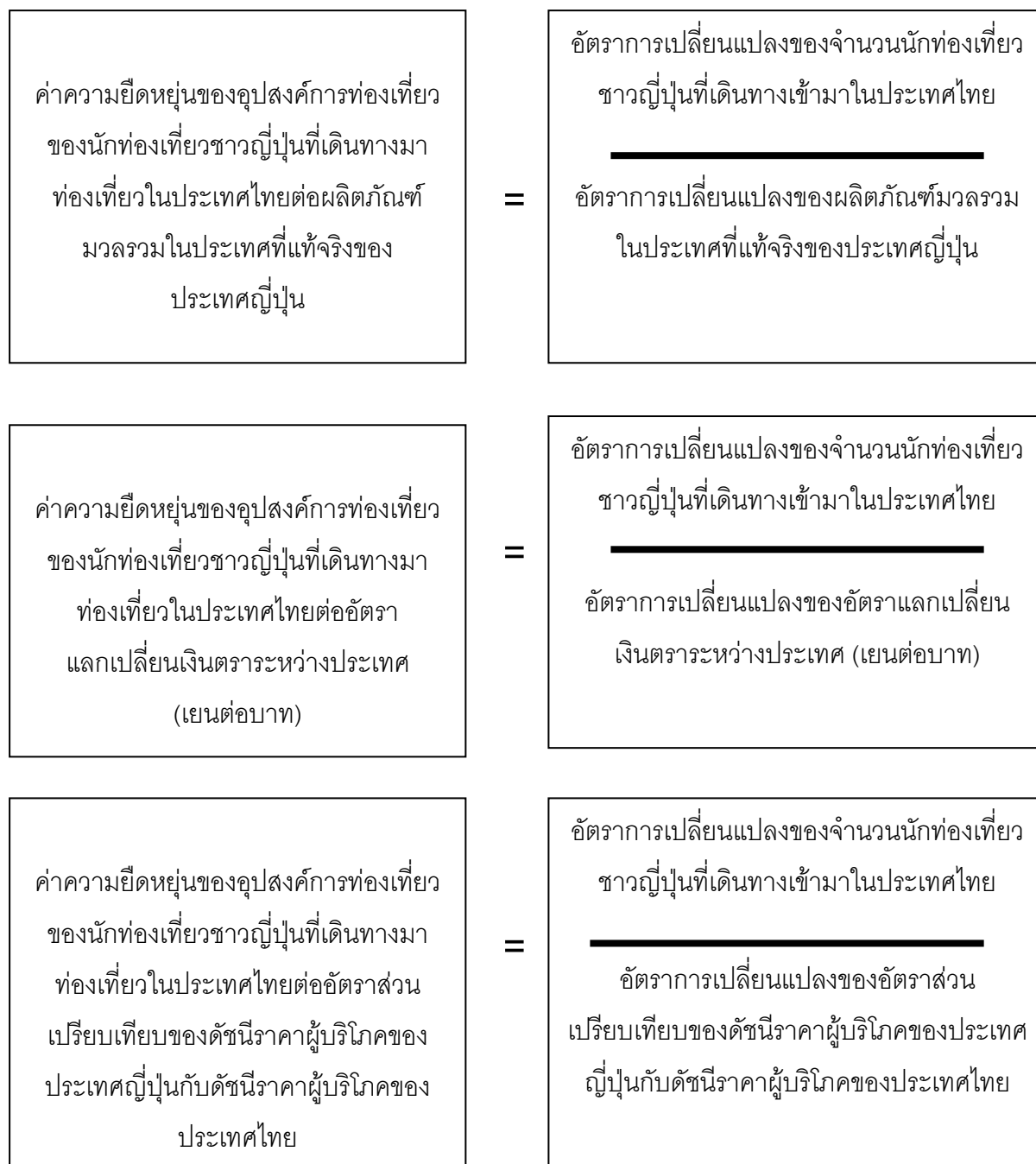
การศึกษาวิจัย เรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” มีกรอบแนวคิดในการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายปี และกำหนดตัวแปรในการศึกษาวิจัย จำนวน 15 ปี คือ ระหว่างปี 2537 – 2551 ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 1



ภาพประกอบ 1 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

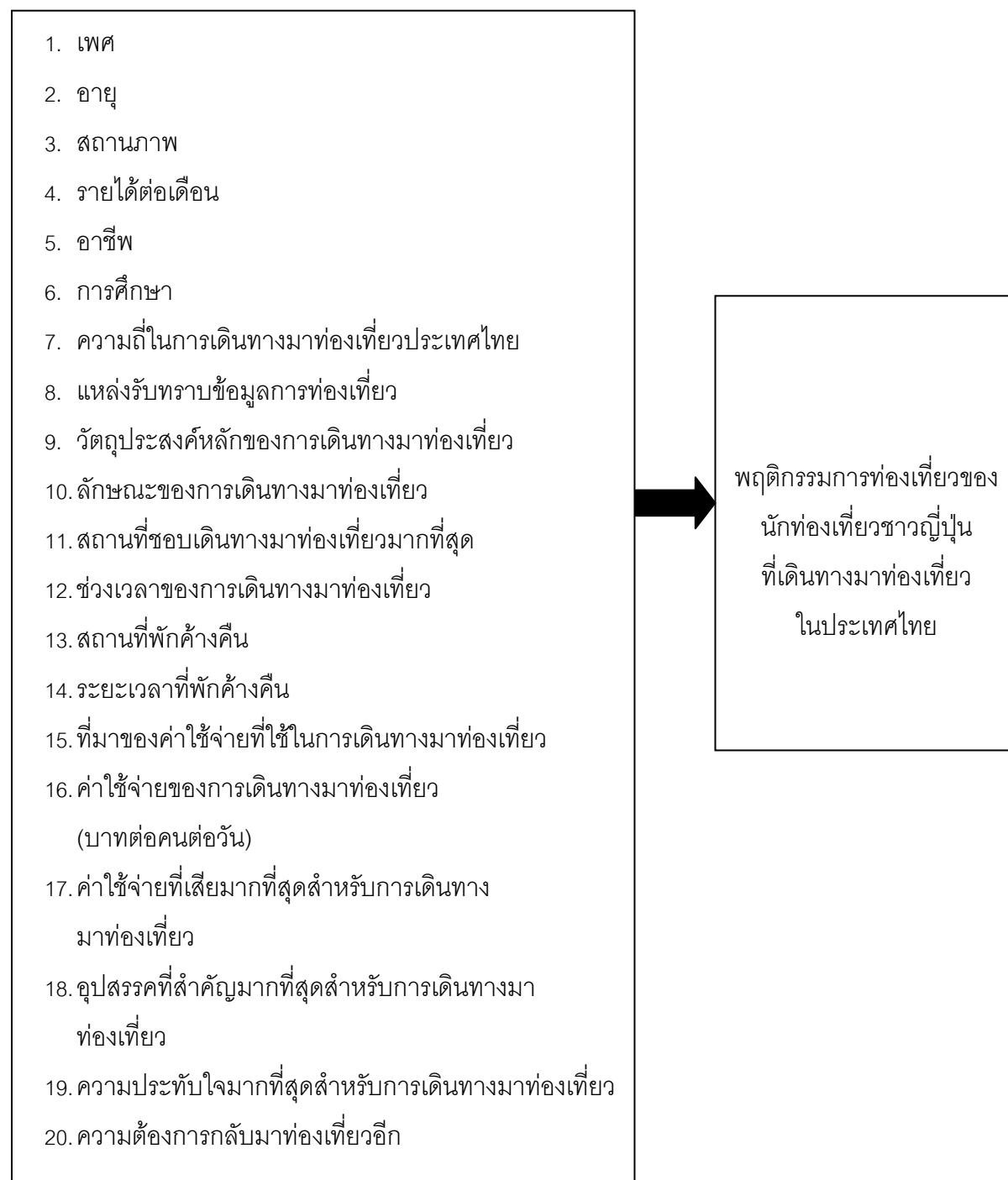
ส่วนที่ 2 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลสถิติภูมิรายปีในการศึกษา จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551 ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 2



ภาพประกอบ 2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ภายใต้ตัวแปรที่กำหนดไว้ ซึ่งมีกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังภาพประกอบ 3

ตัวแปรที่ศึกษา



ภาพประกอบ 3 พฤติกรรมมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลกระทบที่มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กล่าวคือ หากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นมีค่าสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กล่าวคือ หากราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาทมีค่าสูงขึ้น (ค่าของเงินเยนจำนวนเท่าเดิม สามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินบาทได้จำนวนมากขึ้น) ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

3. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กล่าวคือ หากอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีค่าสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบในการกำหนดแนวทางการวิจัย ซึ่งสามารถสรุปเป็นประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
 - 1.2 ความหมายและประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 1.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
 - 1.4 ชนิดของการท่องเที่ยว
2. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
3. นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล
 - 3.1 นโยบายเร่งด่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและบริการ
 - 3.2 นโยบายเศรษฐกิจ ภาคการท่องเที่ยวและบริการ
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 ทฤษฎีอุปสงค์
 - 4.2 ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว
 - 4.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์
 - 4.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว
 - 4.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ
 - 4.6 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง
 - 4.7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ
 - 4.8 อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
 - 4.9 ความหมายและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค
 - 4.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตามลักษณะของบุคคล
 - 4.11 ปัจจัยที่มีผลกระทบท่อพฤติกรรมผู้บริโภค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

1.1.1 การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง ซึ่งนับตั้งแต่จุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางจะต้องประกอบด้วยปัจจัยสามประการเป็นอย่างน้อย คือ การเดินทาง การพักค้างแรม และการกินอาหารนอกบ้าน

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of official Travel Organization หรือ IUOTO) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า จะต้องเป็นการท่องเที่ยวที่มีเงื่อนไขตามหลัก ดังต่อไปนี้

- 1) ต้องเป็นการเดินทางจากสถานที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว
- 2) ต้องเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ
- 3) ต้องเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ในงานนั้น

สหพันธ์องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Union of official Travel Organization หรือ IUOTO) ซึ่งต่อมาได้พัฒนามาเป็นองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้เสนอบทนิยามขึ้นใหม่ เพื่อให้ทุกประเทศทั่วโลกรับเอาไปใช้อย่างเดียวกัน โดยในปี พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยว คือ การเดินทางเพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุม แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไปพำนักรอยู่เป็นการถาวร

1.1.2 นักท่องเที่ยว (Tourists) องค์การสหประชาชาติ ในปี พ.ศ. 2506 ได้ให้ความหมายของนักท่องเที่ยว คือ ผู้มาเยือนชั่วคราวที่มาพักอาศัยอย่างน้อย 24 ชั่วโมง ในประเทศที่ไปเยือนและมีเหตุจูงใจในการเยือน ดังนี้

- 1) เพื่อเป็นการพักผ่อน เพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา การกีฬา และการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา
- 2) เพื่อการปฏิบัติการกิจที่ได้รับมอบหมาย การปฏิบัติเกี่ยวกับครอบครัวและการประชุมต่างๆ (นิศา ชัชกุล. 2550: 2-3)

1.1.3 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ให้คำจำกัดความตามทีองค์การการท่องเที่ยวโลก หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักรอยู่ครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน และไม่มากกว่า 90 วัน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2536: 1) โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อ

- 1) มาท่องเที่ยว พักผ่อน มาเยี่ยมญาติ หรือมาเพื่อการพักผ่อน
- 2) มาร่วมประชุม หรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนศาสนา นักกีฬา ฯลฯ
- 3) มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อมาทำงานหารายได้
- 4) มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

1.2 ความหมายและประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

1.2.1 ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดย พ.ร.บ.การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2522 ได้ให้ความหมายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry) หมายถึง อุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง (ศรีญา วรากุลวิทย์. 2546: 5-6)

- 1) ธุรกิจนำเที่ยว
- 2) ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
- 3) ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการ และสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
- 4) ธุรกิจขายของที่ระลึก หรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
- 5) ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
- 6) การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำ หรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ดังนั้นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง อุตสาหกรรมการบริการที่มีการดำเนินธุรกิจขนาดใหญ่ มีขอบเขตกว้างขวาง ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภทประสานกัน เพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง และโดยอ้อม ซึ่งต้องใช้กลวิธีในการบริหารธุรกิจที่ต้องวางแผน จัดองค์กร การดำเนินการ การประเมินผล และการพัฒนาการ ซึ่งใช้งบประมาณจำนวนมาก จึงกล่าวได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก

1.2.2 ประเภทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง ประสบการณ์ในการท่องเที่ยว กล่าวคือ ในการจำแนกที่หมายปลายทางทางการท่องเที่ยว (Type of Destination) หรือแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นกลุ่มหรือประเภทของประสบการณ์ (Travel Experience) ที่นักท่องเที่ยวได้รับแบ่งออกเป็น 7 ประเภท คือ (Smith. 1977: 2-3)

- 1) การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ที่สังเกตการแสดงออกทางวัฒนธรรมและแบบแผนการใช้ชีวิตของประชากรต่างเผ่าพันธุ์ ซึ่งจะรวมไปถึงการเยือนบ้านเกิดเมืองนอน การเข้าร่วมพิธีกรรมรำฟ้อน และเข้าร่วมพิธีทางศาสนา

2) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรม (Culture Tourism) เป็นการเดินทางเพื่อสัมผัสและบางกรณีก็เข้าร่วมใช้ชีวิตวิถีเก่าๆ งานเทศกาลเครื่องแต่งกายตามประเพณี การเร่ร่อนบ้าน การแสดงศิลปะและหัตถกรรมรุ่นโบราณๆ เป็นต้น

3) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อพิพิธภัณฑสถาน และโบสถ์เก่าๆ ที่เน้นความรุ่งเรืองของอดีต อาจเป็นการเยือนอนุสาวรีย์ โบสถ์ วิหาร วังต่างๆ การแสดงแสงเทียนเหตุการณ์เด่นๆ ในอดีตกาล เป็นต้น

4) การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Tourism) คล้ายคลึงกับการท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ กล่าวคือ ดึงดูดนักท่องเที่ยวมาจากแดนไกล แต่ข้อนี้จะเน้นสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ที่เป็นสิ่งธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมมากกว่าที่เน้นชาติพันธุ์มนุษย์ การกลับคืนสู่ธรรมชาติ และการชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของผู้คนกับพื้นพิภพ ก็อยู่ในกลุ่มนี้ ซึ่งจะรวมการถ่ายภาพการเดินทางไกล การปีนเขา การล่องเรือเล็ก และการตั้งแคมป์ เป็นต้น

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

6) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) มีลักษณะเด่น คือ การประชุม หรือการพบปะกัน หรือการสัมมนา ซึ่งมักจะรวมเอาการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้ามาไว้ด้วย เมื่อมีการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจเกิดขึ้นแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีการท่องเที่ยวได้หลายประเภท บางแห่งเป็นทั้งแหล่งท่องเที่ยวเพื่อสันทนาการ สิ่งแวดล้อม และวัฒนธรรม แล้วแต่นักท่องเที่ยวจะต้องการอย่างไร

7) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงาน เพื่อเป็นสวัสดิการของหน่วยและบริษัทห้างร้านต่างๆ เพื่อการดูงาน การประชุม ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม และเพื่อสันทนาการ โดยหน่วยงานและบริษัทห้างร้านจะเป็นผู้รับผิดชอบในค่าใช้จ่ายต่างๆ ให้ทั้งหมด

1.3 ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

คลีเมนต์ (Clement. 1961: 213) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวนำมาซึ่งประโยชน์ต่อประเทศหลายประการ

- 1.3.1 เป็นการเพิ่มรายได้ประชาชาติ
- 1.3.2 มีผลต่อการเพิ่มภาษี
- 1.3.3 ช่วยแก้ไขปัญหาดุลการชำระเงิน

1.3.4 บังเกิดผลต่อการสร้างงานและการจ้างแรงงาน ทำให้เกิดการแพร่กระจายรายได้ อย่างกว้างขวาง ซึ่งจะเป็นผลทวีคูณตามหลักเศรษฐศาสตร์

ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อมวลมนุษยและสังคม โลก ดังต่อไปนี้ (ศรัณยา วรากุลวิทย์. 2546: 9-13)

- 1) ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจ
- 2) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ
- 3) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน
- 4) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ
- 5) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้น
- 6) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการส่งเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดี
- 7) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทในการสนับสนุนฟื้นฟูและอนุรักษ์ขนบธรรมเนียม ประเพณี และศิลปวัฒนธรรม
- 8) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้คิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็น ตัวสินค้าที่ระลึก
- 9) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกระตุ้นให้ประชาชนในท้องถิ่น หรือในประเทศเกิด ความรัก ความภูมิใจในท้องถิ่นและประเทศ
- 10) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้มีการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ
- 11) ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในเชิงการพัฒนาระบบเทคโนโลยี

1.4 ชนิดของการท่องเที่ยว

การขยายตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการท่องเที่ยวหลายรูปแบบ ซึ่ง ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น แรงจูงใจในการเดินทางประเภทของการคมนาคม จำนวนนักท่องเที่ยว และลักษณะของค่าใช้จ่าย ฯลฯ ทั้งนี้ การท่องเที่ยวอาจแบ่งได้เป็น 3 ชนิด

1.4.1 การท่องเที่ยวตามลักษณะพื้นฐานของการท่องเที่ยว โดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ ในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ซึ่งในการประชุมขององค์การสหประชาชาติเกี่ยวกับการเดินทาง และการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในกรุงโรม ประเทศอิตาลี ในปี ค.ศ.1963 ในที่ประชุมได้สรุปว่า การเดินทางท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้จากเหตุผลของนักท่องเที่ยว ดังนี้ (Mill. 1990: 19)

- 1) การท่องเที่ยวเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure)
- 2) การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Recreation)
- 3) การท่องเที่ยวในวันหยุด (Holiday)

- 4) การท่องเที่ยวเพื่อกีฬา (Sport)
- 5) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health)
- 6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Study)
- 7) การท่องเที่ยวทางศาสนา (Religion)
- 8) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business)
- 9) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมมิตรและญาติ (Visiting Friends and Relatives หรือ

VFR)

- 10) การท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ขององค์กร (Mission)

1.4.2 การท่องเที่ยวตามมาตรฐานสากล มีลักษณะดังต่อไปนี้

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

1.4.3 การท่องเที่ยวตามลักษณะการจัดการ มีรูปแบบ ดังนี้

- 1) กำหนดโดยประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism)
- 2) กำหนดโดยระยะทาง ได้แก่ การท่องเที่ยวระยะไกล (Long-Haul) กับการท่องเที่ยวระยะใกล้ (Short- Haul)
- 3) กำหนดโดยวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น พักผ่อน ศึกษาดูงาน กีฬา การเยี่ยมญาติมิตร การประชุม เพื่อสุขภาพ
- 4) กำหนดโดยระยะเวลา ได้แก่ การไปแวะเยี่ยม (Visit) หรือทัศนจร (Excursion) โดยไม่ค้างคืน กับการพักเยี่ยม (Staying Visit) โดยค้างแรม ในปัจจุบันยังมีการท่องเที่ยวแบบ Home Stay และ Long Stay ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง และเป็นที่น่าสนใจของผู้จัดนำเที่ยวทั่วโลก
- 5) กำหนดโดยนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวเป็นผู้กำหนดแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางอาจเป็นการท่องเที่ยวคนเดียว หรือการท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม
- 6) กำหนดโดยวิธีการจัดการ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Independent Travel) กับการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Travel and Visits)

7) กำหนดโดยปริมาณและคุณภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) เพราะสามารถไปครั้งละมากๆ เป็นการท่องเที่ยวเพื่อประชาชน (Popular Tourism) เพราะเป็นที่นิยมของประชาชน และการท่องเที่ยวเพื่อสังคม (Social Tourism)

2. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศให้กับไทยสูงเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี และรัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนประชาชนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่นอยู่มาก จำนวน 5 อันดับ คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา และเกาะสมุย

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีการขยายตัวที่ดี โดยเฉพาะ ในปี 2537 – 2539 เนื่องจากเศรษฐกิจของญี่ปุ่นมีความแข็งแกร่งและค่าเงินเยนแข็งค่าขึ้น อันเป็นผลดีต่อนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในการเดินทางเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทย ส่วนในปี 2540 – 2541 การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย คือ ร้อยละ 3.36 และ 2.16 สาเหตุสำคัญมาจากปัญหาทางเศรษฐกิจตกต่ำในภูมิภาคเอเชีย ค่าเงินเยนเริ่มอ่อนตัวลงอย่างมาก ส่งผลให้การเดินทางออกนอกประเทศของชาวญี่ปุ่นชะลอตัวลง แต่มีการปรับตัวดีขึ้นเมื่อเข้าสู่ครึ่งปี ทั้งนี้ เป็นผลจากภาวะทางเศรษฐกิจญี่ปุ่นมีการปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น และความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยวของไทยยังคงดีอยู่ ทำให้ตลาดญี่ปุ่นขยายตัวดีขึ้น

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

ปี 2543 ตลาดญี่ปุ่น ยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่ม Revisit มีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น ในปี 2544 ตลาดญี่ปุ่นมีการปรับตัวลดลง ร้อยละ 2.45 เนื่องจากการเกิดวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา มีผลกระทบกับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นซึ่งมีความอ่อนไหวในเรื่องของความปลอดภัย การชะลอตัวนี้มีผลต่อเนื่องไปถึงปี 2545 (กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546: EA1 – EA4)

ในปี 2545 -2550 ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีการปรับตัวขึ้นลงตามสถานการณ์ของโลก โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.55 โดยในปี 2545 ตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 1.22 ล้านคน ส่วนหนึ่งน่าจะได้รับผลดีมาจากเหตุการณ์ความไม่

สงบในบาห์ลี ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น สำหรับในปี 2546 นั้น ตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัวลดลงร้อยละ 17 เนื่องจากผลกระทบจากสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก รวมทั้ง การแพร่ระบาดของโรค SARS ในปี 2547 ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.52 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2546 เนื่องจากการลดลงของนักท่องเที่ยวจำนวนมากในไตรมาสที่ 2 และ 3 ในปี 2546 ซึ่งเกิดจากการแพร่ระบาดของโรค SARS ทำให้เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2547 นักท่องเที่ยวจึงมีเพิ่มมากขึ้น หากเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี 2545 ซึ่งเป็นปีที่ไม่มีวิกฤตการณ์ทางการท่องเที่ยวกระทบกับประเทศไทย พบว่า ตลาดญี่ปุ่นยังมีการปรับตัวลดลงในอัตราร้อยละ 3.29 ซึ่งถือว่ายังไม่สามารถฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ ส่วนหนึ่งเกิดจากการระบาดของโรคไข้หวัดนกในไตรมาสแรก และเศรษฐกิจญี่ปุ่นที่เริ่มฟื้นตัวในช่วงต้นปี มีการขยายตัวต่ำกว่าที่คาดการณ์ไว้และยังมีความผันผวนอยู่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังในเรื่องของการเดินทางออกไปท่องเที่ยวอย่างมาก

ในปี 2548 สถานการณ์การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ญี่ปุ่นมีการขยายตัวลดลงเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 0.01 เนื่องจากการเกิดเหตุการณ์สึนามิ แต่ถือเป็นตลาดหลักตลาดแรกที่มีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วหลังจากการเกิดเหตุการณ์ สถานการณ์ในปี 2549 ตลาดญี่ปุ่นมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอยู่ในเกณฑ์ดี โดยประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.43 จากเศรษฐกิจที่มีการฟื้นตัว และการจัดงานฉลองสิริราชสมบัติ ครบรอบ 60 ปี ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ซึ่งจะมีการเชิญสมเด็จพระจักรพรรดิและพระจักรพรรดินีของญี่ปุ่นมาร่วมในงานนี้ สามารถประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยได้ในระดับหนึ่ง ส่วนในปี 2550 พบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยลดลงร้อยละ 3.45 ปัจจัยส่วนหนึ่งเกิดจากสถานการณ์ทางการเมืองในประเทศไทยไม่มั่นคง ซึ่งเริ่มตั้งแต่การเกิดรัฐประหารในเดือนกันยายนปี 2549 และการระเบิดในกรุงเทพฯ และปริมณฑลในวันสงกรานต์ปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ปัจจัยอีกส่วนหนึ่ง เกิดจากปัจจัยภายในของประเทศญี่ปุ่นเองซึ่งเศรษฐกิจอ้างอิงอยู่กับสหรัฐอเมริกา เมื่อเศรษฐกิจของอเมริกาเกิดการชะงักจากปัญหาสสาริมทรัพย์ ทำให้เศรษฐกิจญี่ปุ่นเกิดการชะลอตัวเล็กน้อย ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความระมัดระวังในการใช้เงินมากขึ้น การเดินทางออกไปท่องเที่ยวต่างประเทศของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมาลดลงร้อยละ 1.4%

ในปี 2551 จากสถิตินักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้าประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคม – ธันวาคม 2551 พบว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีอัตราหดตัวร้อยละ 11 เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2550 หรือมีนักท่องเที่ยวจำนวน 1.11 ล้านคน โดยในช่วงครึ่งแรกของปี ตลาดนี้ค่อนข้างทรงตัวโดยมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย เนื่องจากเศรษฐกิจของญี่ปุ่นมีการขยายตัวต่ำ ค่าเงินเยนที่อ่อนค่าลงทำให้ชาวญี่ปุ่นยังระมัดระวังการใช้จ่าย โดยเฉพาะเมื่อสินค้ามีราคาแพงและน้ำมันดิบตัวสูงขึ้นอย่างมาก

สถานการณ์ในช่วงครึ่งปีหลังของตลาดนี้ เริ่มมีการปรับตัวลดลงตั้งแต่กลางไตรมาสที่ 3 โดยเฉพาะเดือนสิงหาคมเป็นต้นมา ซึ่งเกิดสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมืองในประเทศไทยจนมีการปิดสนามบินภูเก็ต กระบี่และหาดใหญ่เป็นระยะเวลา 3 วัน มีการประกาศใช้ พ.ร.ก สถานการณ์ฉุกเฉิน ซึ่งทำให้ประเทศญี่ปุ่นมีการประกาศเตือนนักท่องเที่ยวในการระมัดระวังการเดินทางเข้ามายังประเทศไทย ผ่นวกกับเกิดวิกฤตการณ์สถาบันการเงินในสหรัฐอเมริกาล้มละลายในเดือนกันยายน ทำให้ตลาดนี้ได้รับผลกระทบค่อนข้างหนักเนื่องจากมีการทำธุรกรรมทางการเงินกับสถาบันการเงินที่ล้ม สถานการณ์เริ่มเลวร้ายยิ่งขึ้นในไตรมาสสุดท้ายของปี ทั้งจากปัจจัยการเมืองของไทยซึ่งมีการปิดสนามบินสุวรรณภูมิในช่วงปลายเดือนพฤศจิกายนถึงต้นเดือนธันวาคม กอปรกับวิกฤตการณ์เศรษฐกิจโลกเริ่มกระจายกระทบกับประเทศต่างๆ ทั่วโลก มีผลกระทบต่อส่งออกของญี่ปุ่น ทำให้อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจญี่ปุ่นในไตรมาสที่ 2 และ 3 ติดอยู่ในแดนลบ ส่งผลให้ญี่ปุ่นเข้าสู่ภาวะเศรษฐกิจถดถอยอย่างรวดเร็วและมีผลต่ออัตราการเติบโตโดยรวมทั้งปีของปี 2551 ซึ่ง GDP ของญี่ปุ่นหดตัวร้อยละ 0.64 จากปี 2550 มีผลต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคและกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นของปี 2551 หดตัวร้อยละ 7.6 ประเทศเพื่อนบ้าน เช่น จีน ไต้หวัน สิงคโปร์ เวียดนาม อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ ประเทศระยะไกล เช่น ยุโรป ฮาวาย และแคนาดา ซึ่งเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมไปเยือน กลับมีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นลดลงอย่างมากเกือบทุกเดือน

ในปี 2552 พบว่าตลาดญี่ปุ่นมีการปรับตัวลดลงค่อนข้างมากตามที่ได้คาดการณ์ไว้ จากสถิติเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวรายสัญชาติเดินทางเข้าประเทศไทยระหว่างเดือนมกราคม - ธันวาคม พบว่าอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นหดตัวลงร้อยละ 13 หรือมีจำนวนประมาณ 1 ล้านคน ซึ่งถือว่าสถานการณ์ค่อนข้างปรับตัวดีขึ้นจากในช่วงครึ่งปีแรกซึ่งมีอัตราการหดตัวถึงร้อยละ 27 ทั้งนี้ การหดตัวที่เกิดขึ้นส่วนหนึ่งเกิดจากผลกระทบจากการปิดสนามบินสุวรรณภูมิในช่วงปลายปีที่ผ่านมา โดยในไตรมาสแรกมีอัตราการหดตัวของนักท่องเที่ยวเข้าประเทศไทยร้อยละ 31 สถานการณ์มีที่ท่าว่าจะมีการปรับตัวดีขึ้น แต่การเกิดความไม่สงบระลอกใหม่ในช่วงกลางเดือนเมษายนส่งผลให้ตลาดนี้กลับมาทรุดตึงลงอีกครั้ง โดยไตรมาสที่ 2 หดตัวร้อยละ 28 ทั้งนี้ การหดตัวอย่างรุนแรงในช่วงครึ่งปีแรก มีปัจจัยหลักอีก 2 ประการที่มากกระทบกับตลาดญี่ปุ่น ได้แก่ ปัญหาเศรษฐกิจถดถอย ซึ่ง GDP ของญี่ปุ่นในไตรมาสที่ 1 ของปี 2552 มีอัตราการหดตัวถึงร้อยละ 12.2 ซึ่งถือเป็นจุดต่ำสุดของการถดถอยทางเศรษฐกิจ ก่อนที่จะเริ่มฟื้นตัวดีขึ้นในไตรมาสที่ 2 จากมาตรการการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐจนทำให้อัตราการเติบโตของ GDP จะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.7 ในไตรมาสที่ 2 แต่ชาวญี่ปุ่นยังคงระมัดระวังการใช้จ่ายและเก็บออม เนื่องจากยังไม่มั่นใจในสถานการณ์ นอกจากนี้ การระบาดของไข้หวัดใหญ่ H1N1 อย่างรุนแรงในญี่ปุ่นในช่วงปลาย ไตรมาสที่ 2 และการระบาดในไทย ทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นชะลอการเดินทางไปต่างประเทศเพื่อไม่ให้เกิดการแพร่เชื้อและติดเชื้อ ส่งผลให้การ

เดินทางออกในช่วงครึ่งปีแรกของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นหดตัวร้อยละ 9.7 ทั้งนี้ ประเทศไทยมิใช่ประเทศเดียวที่ได้รับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นลดลง แต่เกือบทุกประเทศ ยกเว้น เกาหลีใต้ ฮังการี และมาเก๊า ต่างได้รับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นลดลงทั้งสิ้น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและการระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่ H1N1 จึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการหดตัวของการเดินทางท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ในไตรมาสที่ 3 ตลาดนี้มีการปรับตัวดีขึ้นอย่างมาก โดยมีอัตราการเดินทางเข้าประเทศไทยหดตัวเพียงร้อยละ 3.03 ทั้งนี้ เป็นเพราะสถานการณ์ทางการเมืองของไทยไม่มีเหตุการณ์เลวร้ายใดใดเกิดขึ้น การระบาดของโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่คลี่คลายลงและควบคุมได้ และประการสำคัญคือ เศรษฐกิจของญี่ปุ่นเริ่มส่อแววฟื้นตัว โดย GDP ในไตรมาสที่ 3 มีการขยายตัวเป็นครั้งแรกในรอบปี ส่งผลทางจิตวิทยาทำให้ชาวญี่ปุ่นกล้าใช้จ่ายมากขึ้น การเดินทางออกนอกประเทศในเดือนสิงหาคมและเดือนกันยายนเริ่มขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะเดือนกันยายนเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 15.3 ในไตรมาสสุดท้ายของปี จำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้าไทยยังมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นสูงและกลับคืนมาใกล้เคียงกับปีปกติ โดยเดือนธันวาคมมีการขยายตัวถึงร้อยละ 45

ในปี 2553 คาดว่า ตลาดนี้จะมีการฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติ เนื่องจากในช่วงไตรมาสแรก ของปี ยังเป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมเดินทางท่องเที่ยว และการชะลอการเดินทางในปีที่ผ่านมา ของนักท่องเที่ยวจำนวนมาก อาจส่งผลให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะหลังจากที่ ปัญหาเศรษฐกิจเริ่มมีการฟื้นตัว แต่การฟื้นตัวทางเศรษฐกิจยังอยู่ในภาวะที่ยังไม่มีความแน่นอน ดังนั้น คาดว่าชาวญี่ปุ่นจะยังระมัดระวังการใช้จ่าย หากต้องการเดินทางท่องเที่ยว คาดว่าจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวระยะใกล้ที่มีราคาไม่แพงมากนักและประเทศไทยยังคงเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับตลาดนี้

โอกาส

- 1) การเปิดใช้ Airport Link ในปี 2553 จะช่วยอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองมากขึ้น
- 2) ประเทศไทยมีความคุ้มค่าเงินในช่วงภาวะเศรษฐกิจถดถอย
- 3) นักท่องเที่ยวเกษียณอายุจะมีจำนวนสูงมากขึ้นซึ่งเป็นกลุ่ม Baby Boomers รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวสตรีอายุ 40 ปีขึ้นไป และกลุ่มนักศึกษาที่เพิ่งจบจากมหาวิทยาลัยและนิยมเดินทางท่องเที่ยวก่อนเริ่มทำงาน
- 4) ค่าเงินเยนที่แข็งค่าขึ้นทำให้นักท่องเที่ยวยังสามารถเดินทางได้แม้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว โดยจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีระยะใกล้และคุ้มค่าเงิน
- 5) รัฐบาลญี่ปุ่นมีโครงการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางออกนอกประเทศ โดยประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่รัฐส่งเสริมให้อยู่ในโครงการ

อุปสรรค

- 1) ปัญหาความไม่มั่นคงด้านการเมืองของไทย
- 2) ปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจที่กระจายไปทั่วโลก
- 3) การแพร่ระบาดของ H1N1
- 4) ปัญหาความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น เช่น การโดนทำร้าย และมากที่สุด คือ โดนชิงทรัพย์ โดยสถานทูตญี่ปุ่นได้รับแจ้งคดีต่างๆ จากนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเมื่อปี 2550 ถึง 1,313 คดี
- 5) ปัญหาแท็กซี่ที่มีความไม่ซื่อตรง โดยมีการขักรถอ้อมหรือพาไปในที่ที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการ การหลอกลวงให้ซื้อเครื่องประดับปลอม
- 6) วัยรุ่นญี่ปุ่นไม่สนใจในการท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากยังไม่มีรายได้สนใจใช้จ่ายซื้อสินค้าฟุ่มเฟือย และติดโทรศัพท์มือถือซึ่งเกรงว่าจะไม่สามารถใช้ได้เมื่อไปต่างประเทศ
- 7) จำนวนเด็กญี่ปุ่นที่เกิดใหม่น้อยลงเรื่อยๆ เนื่องจากสตรีญี่ปุ่นเป็นโสดมากขึ้น แม่บ้านญี่ปุ่นมีลูกน้อยเพราะค่าใช้จ่ายในญี่ปุ่นสูงมาก ทำให้รัฐบาลญี่ปุ่นเกรงว่า ประชากรญี่ปุ่นในอนาคตจะลดลงอย่างมากในขณะที่ประชากรสูงอายุมีจำนวนมาก จนมีคำกล่าวในญี่ปุ่นว่า ในอนาคต ญี่ปุ่นอาจเป็นชนชาติที่เสี่ยงกับการสูญพันธุ์ (งานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด ฝ่ายวางแผนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2552: 1-7)

3. นโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาล (สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. 2551: ออนไลน์)

รัฐบาลชุดปัจจุบัน ได้มีคำแถลงต่อรัฐสภา เมื่อวันที่ 29 ธันวาคม 2551 โดยได้มีการวางนโยบายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ สรุปได้ดังนี้

3.1 นโยบายเร่งด่วนที่เกี่ยวข้องกับภาคการท่องเที่ยวและบริการ

เร่งสร้างความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติและเร่งรัดมาตรการกระตุ้นการท่องเที่ยว โดยการดำเนินการร่วมกันระหว่างภาครัฐและเอกชนในการประชาสัมพันธ์ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่งเสริมการท่องเที่ยวของคนไทยในประเทศ และปรับปรุงแผนงบประมาณของส่วนราชการที่ได้รับงบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ 2552 อยู่แล้ว เพื่อใช้ในการจัดฝึกอบรมและสัมมนาให้กระจายทั่วประเทศ รวมทั้งลดหย่อนค่าธรรมเนียมและค่าบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดให้มีการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

3.2 นโยบายเศรษฐกิจ ภาคการท่องเที่ยวและบริการ

3.2.1 ขยายฐานภาคบริการในโครงสร้างการผลิตของประเทศไทย โดยเพิ่มความหลากหลายของธุรกิจบริการ เพิ่มมูลค่า เพิ่มความสามารถในการแข่งขัน พัฒนาแรงงานฝีมือ ทั้งในด้านคุณภาพและความรู้ด้านภาษา และเชื่อมโยงธุรกิจภาคบริการ อุตสาหกรรม และเกษตรเข้าด้วยกัน ให้เป็นกลุ่มสินค้า เช่น ธุรกิจสุขภาพ อาหารและการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าและบริการที่ใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

3.2.2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชนโดยรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยวและกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภาคและกลุ่มจังหวัดให้มีความเหมาะสมเกื้อกูลซึ่งกัน เช่น

- 1) กรุงเทพมหานครที่ทรงเสน่ห์
- 2) ภาคใต้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวทางทะเลระดับโลก
- 3) ภาคเหนือเป็นศูนย์กลางอารยธรรมล้านนา
- 4) ภาคอีสานเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณคดี วัฒนธรรมและชายแดน
- 5) ภาคกลางเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวอารยธรรม มรดกโลกและมรดกธรรมชาติ

3.2.3 พัฒนามาตรฐานบริการด้านการท่องเที่ยว โดยจัดให้มีมาตรฐานธุรกิจนำเที่ยว มาตรฐานการเดินทาง มาตรฐานร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึก มาตรฐานที่พักและโรงแรม เป็นต้น รวมทั้งพัฒนามาตรฐานบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรม พนักงานบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ พนักงานร้านอาหาร พนักงานรถนำเที่ยว เป็นต้น และปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ค่าธรรมเนียม และค่าบริการ

3.2.4 พัฒนาการตลาดและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยสนับสนุนให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ด้านการตลาด และกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เพื่อสนับสนุนจุดขายที่มีความโดดเด่นของไทยให้เป็นศูนย์กลางระดับโลก โดยเฉพาะความพร้อมของการให้บริการทางด้านศูนย์กลางการประชุมและแสดงสินค้าระหว่างประเทศ และศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการประชาสัมพันธ์เพื่อยกระดับแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่ยอมรับทั่วโลก

3.2.5 ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมดให้มีความทันสมัยและสนับสนุนซึ่งกันและกัน และเพิ่มประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 ทฤษฎีอุปสงค์ (นราทิพย์ ชุตินวงศ์. 2544: 25)

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

ในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เมื่อกล่าวถึงฟังก์ชันอุปสงค์ จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับปัจจัยต่างๆ ทุกตัวที่มีส่วนในการกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่กำหนดปริมาณเสนอซื้อดังกล่าวนี้ ถ้ามองในแง่ของผู้ผลิตผู้นำสินค้าออกจำหน่ายจะมีปัจจัยบางตัวอยู่ในความสามารถที่จะควบคุมได้ อาทิ ราคาสินค้า การส่งเสริมการขายหรือการปรับปรุงคุณภาพสินค้า แต่ปัจจัยบางตัวก็ไม่ใช่สิ่งที่คุณผลิตจะควบคุมได้ อาทิ รายได้ของผู้บริโภค รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าชนิดอื่น ตลอดจนการคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต เป็นต้น

4.2 ทฤษฎีอุปสงค์การท่องเที่ยว

McIntosh and Goeldner กล่าวว่าอุปสงค์การท่องเที่ยว หรือ ความต้องการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว (Demand to Destination) ประกอบด้วย “ความโน้มมน้อมที่จะเดินทางท่องเที่ยว” (Propensity) เป็นความเต็มใจที่จะเดินทางประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยวที่เลือกสรรแล้ว ยังมีปัจจัยที่สำคัญ คือ แรงจูงใจทางการท่องเที่ยวและลักษณะทางจิตวิทยา นอกจากนี้ยังมีสถานการณ์ทางสังคม เศรษฐกิจหรือข้อมูลประชากรศาสตร์ พร้อมด้วยประสิทธิภาพของการตลาดชักจูงใจ

นอกจากความโน้มมน้อมที่จะเดินทางแล้ว ยังมีอุปสรรคหรือ “ความต้านทานในการเดินทาง” (Resistance) เข้ามาขัดขวางอีกด้วย ได้แก่ “ระยะทางด้านเศรษฐกิจ” คือ เวลาและต้นทุนในการเดินทางจากที่พักอาศัยไปยังแหล่งท่องเที่ยว “ระยะทางด้านวัฒนธรรม” คือ ความแตกต่างทางวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว ต้นทุนค่าบริการ ยิ่งต้นทุนค่าบริการในแหล่งท่องเที่ยวสูงก็ยิ่งเกิดความต้านทานในการเดินทางสูง และคุณภาพของการบริการก็เป็นปัจจัยสำคัญ ถ้าคุณภาพการบริการในแหล่งท่องเที่ยวสูงความต้านทานต่อการท่องเที่ยวก็จะต่ำ และสุดท้ายคือ ฤดูกาล มีผลต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวมากเช่นกัน กล่าวคือ ความดึงดูดใจของแหล่งท่องเที่ยวจะขึ้นกับช่วงเวลาในปีหนึ่งๆ ด้วยว่า ได้วางแผนท่องเที่ยวพักผ่อนในระยะเวลาใด ตัวอย่างเช่น การเล่นสกี ความต้องการจะสูงในฤดูหนาว และความต้านทานต่อการเดินทางไปเล่นสกีจะต่ำ กล่าวได้ว่า ความโน้มมน้อมที่จะเดินทางจะถูกความต้านทานลดทอนบทบาทลง

ในทางเศรษฐศาสตร์แล้ว อุปสงค์สำหรับการท่องเที่ยว ได้แก่ ปริมาณของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะถูกซื้อไปบริโภค ณ ราคาหนึ่งภายในระยะเวลาหนึ่งนั่นเอง (McIntosh; & Goeldner. 1986: 275) ลักษณะที่น่าสนใจของอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว คือ อุปสงค์แฝง (Derived Demand) กล่าวคือ แม้มีความต้องการเดินทางแต่ก็มีใช้ต้องการเพียงแต่การเดินทางเท่านั้น แต่เดินทางเพื่อสนองความต้องการของเขา นอกจากนี้ยังเป็นอุปสงค์ที่ไม่ขึ้นกับกฎแห่งผลตอบแทนที่ลดน้อยถอยลง (Law of Diminishing Return) ในทางเศรษฐศาสตร์ คือ ท่องเที่ยงมากๆ แล้ว มิใช่ว่าจะได้รับความเพลิดเพลินน้อยลง (Anand. 1976: 110) และอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวยังมีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูงด้วย คือ ถ้ารายได้เพิ่มขึ้น 1 หน่วย การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวจะเพิ่มมากกว่า 1 หน่วย (Anand. 1976: 111) ที่สำคัญ คือ อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวเป็นอุปสงค์ต่อสินค้าและบริการหลายๆ อย่าง ซึ่งก็มักจะทำให้เกิดปัญหาในการประสานงานเสมอๆ อย่างไรก็ตามอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับรสนิยมแฟชั่นและราคาด้วย (Mill; & Morrison. 1985: 358)

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ ได้นิยามไว้ว่า อุปสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการมีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2548: 19)

สำหรับในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้น สามารถกำหนดปัจจัยต่างๆ ไปตามแนวความคิดของทฤษฎีอุปสงค์ข้างต้นได้ในรูปของฟังก์ชัน คือ

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

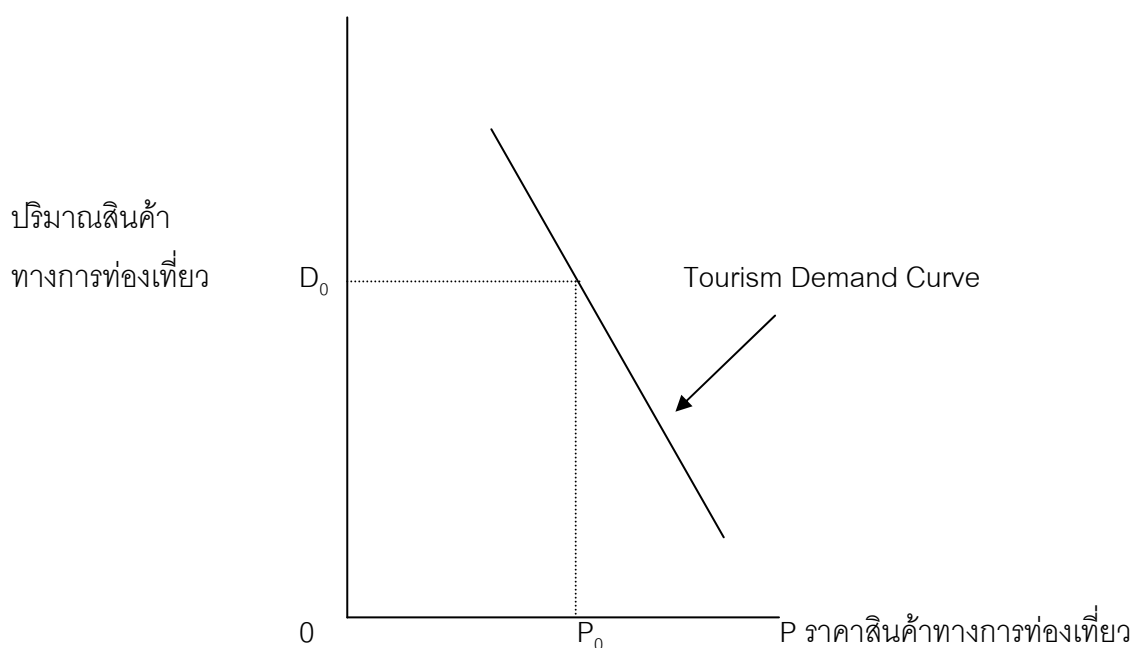
กำหนดให้

- D = ปริมาณอุปสงค์สินค้าทางการท่องเที่ยว
P = ดัชนีราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว
Y = รายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยว
T = รสนิยมและความชอบของนักท่องเที่ยว
ect. = ปัจจัยอื่น เช่น ขนาดของประชากรในประเทศต้นกำเนิดนักท่องเที่ยว ระยะใกล้และไกลของภูมิกานักท่องเที่ยว ขีดความสามารถในการขนส่งสภาวะการแข่งขันกับประเทศใกล้เคียง ระดับการโฆษณาและเผยแพร่ เป็นต้น

ในการวิเคราะห์เชิงทฤษฎีอุปสงค์อย่างง่ายนั้น สามารถกำหนดปริมาณอุปสงค์ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคา โดยให้ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่ และภายใต้พื้นฐานการวิเคราะห์นี้สามารถกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว (D) ขึ้นอยู่กับราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (P) ในรูปฟังก์ชัน คือ

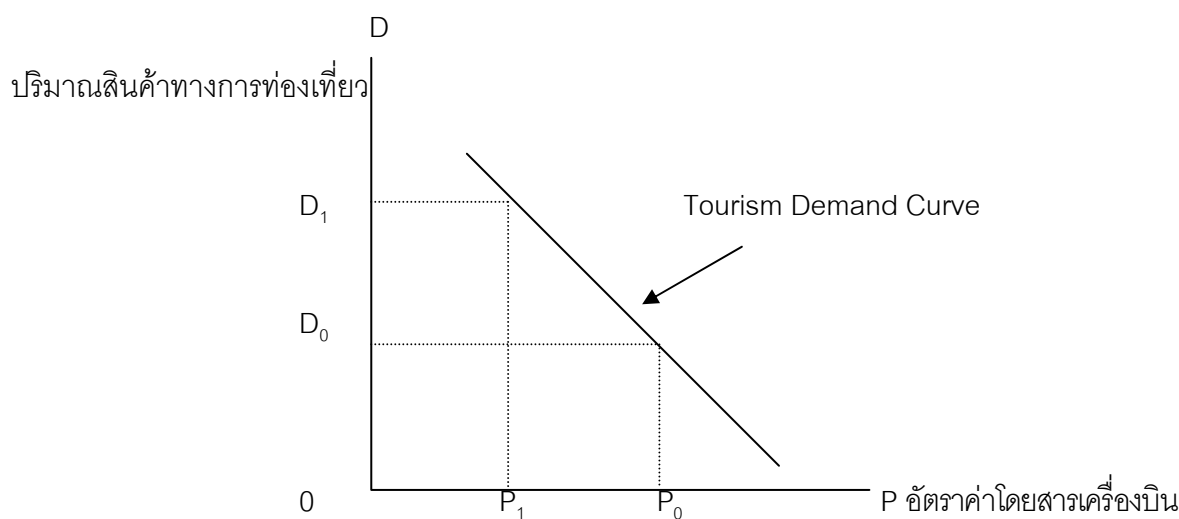
$$D = f(P)$$

โดยปกติแล้วความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้า และปริมาณอุปสงค์จะเป็นปฏิภาค ส่วนกลับ กล่าวคือ ปริมาณอุปสงค์สินค้าการท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวซึ่งแสดงความสัมพันธ์ดังภาพประกอบ 4 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 4 ความสัมพันธ์ระหว่างราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวกับปริมาณการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวก็เหมือนกับผู้บริโภคทั่วไป ซึ่งถ้าหากได้รับผลกระทบจากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวก็จะมีผลให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ดังกรณีตัวอย่างของอัตราค่าโดยสารเครื่องบินจะส่งผลกระทบต่อปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวซึ่งแสดงได้ดังภาพประกอบ 5 พบว่า เมื่ออัตราค่าโดยสารเครื่องบินถูกลดจาก OP_0 เป็น OP_1 จะมีผลทำให้ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวมากขึ้นจาก OD_0 เป็น OD_1

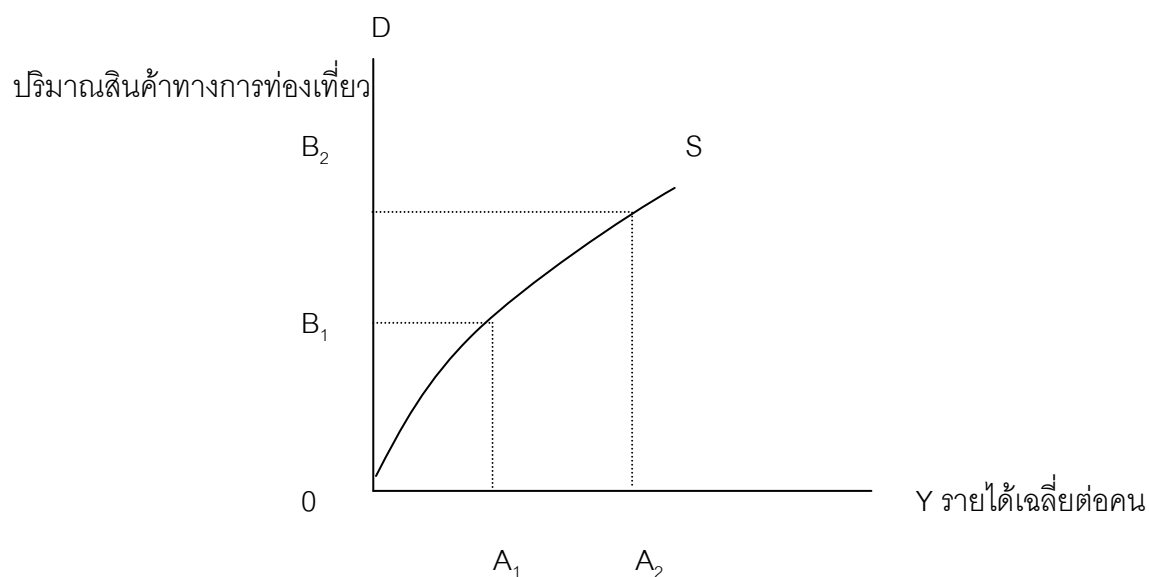


ภาพประกอบ 5 ผลกระทบของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวจากอัตราค่าโดยสารเครื่องบิน

นอกจากนี้ทฤษฎีอุปสงค์สามารถที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้ (Y) กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยว (D) โดยให้ปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องคงที่ ซึ่งแสดงในรูปของฟังก์ชัน คือ

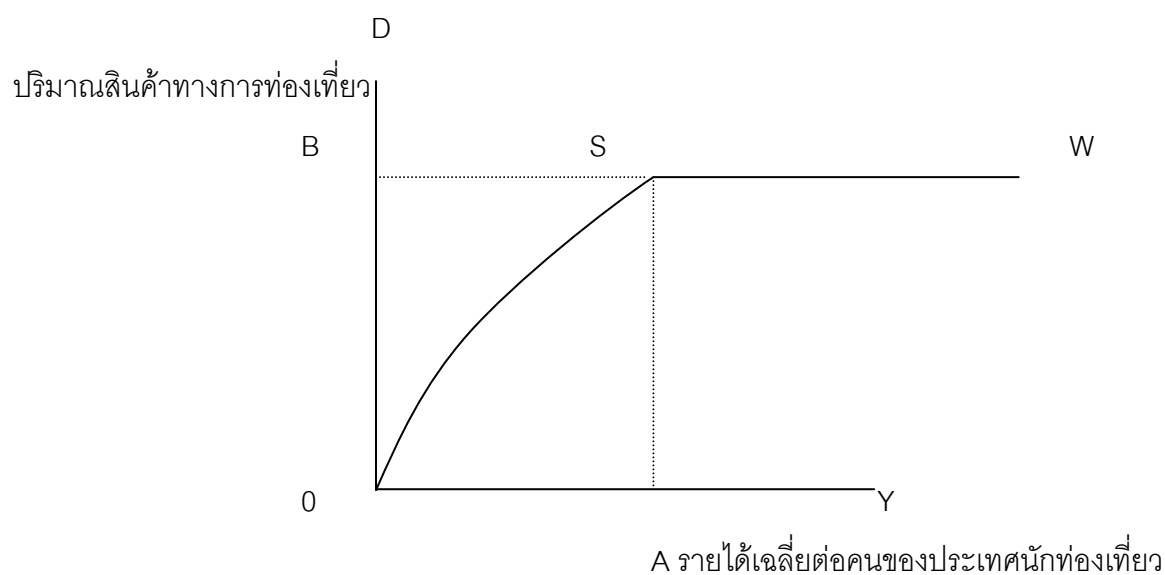
$$D = f(Y)$$

ความสัมพันธ์ดังกล่าว หากมีการเปลี่ยนแปลงระดับรายได้ก็จะมีผลกระทบต่อปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวดังภาพประกอบ 6 กล่าวคือ ถ้าหากระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นจาก OA₁ ไปยัง OA₂ จะทำให้ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก OB₁ ไปยัง OB₂ ลักษณะเช่นนี้เมื่อระดับรายได้สูงขึ้นอีกก็จะทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามลักษณะเส้น OS ส่วนการเปลี่ยนแปลงเล็กน้อยเพียงใด ก็จะขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์นั้นๆ



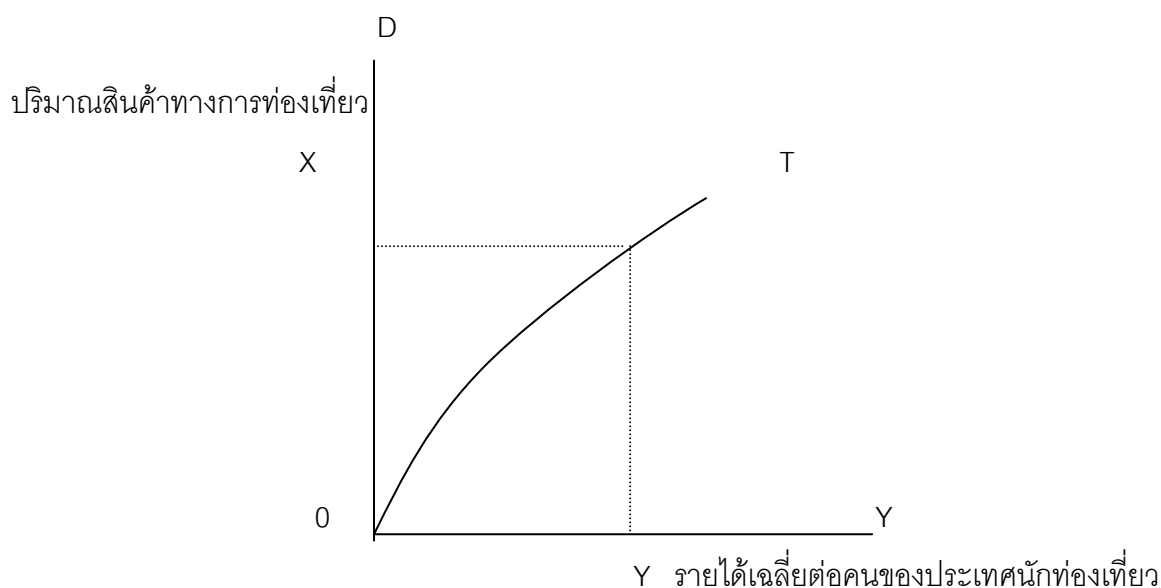
ภาพประกอบ 6 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะเพิ่มขึ้น

แต่เมื่อพิจารณาภาพประกอบ 7 ระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนเพิ่มสูงขึ้นๆ ถึงระดับ OA ซึ่งสอดคล้องกับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวระดับ OB ที่สูงสุดแล้วและหากระดับรายได้ยังเพิ่มสูงขึ้นกว่านี้ก็จะไม่มีผลทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไปตามลักษณะเส้น OW



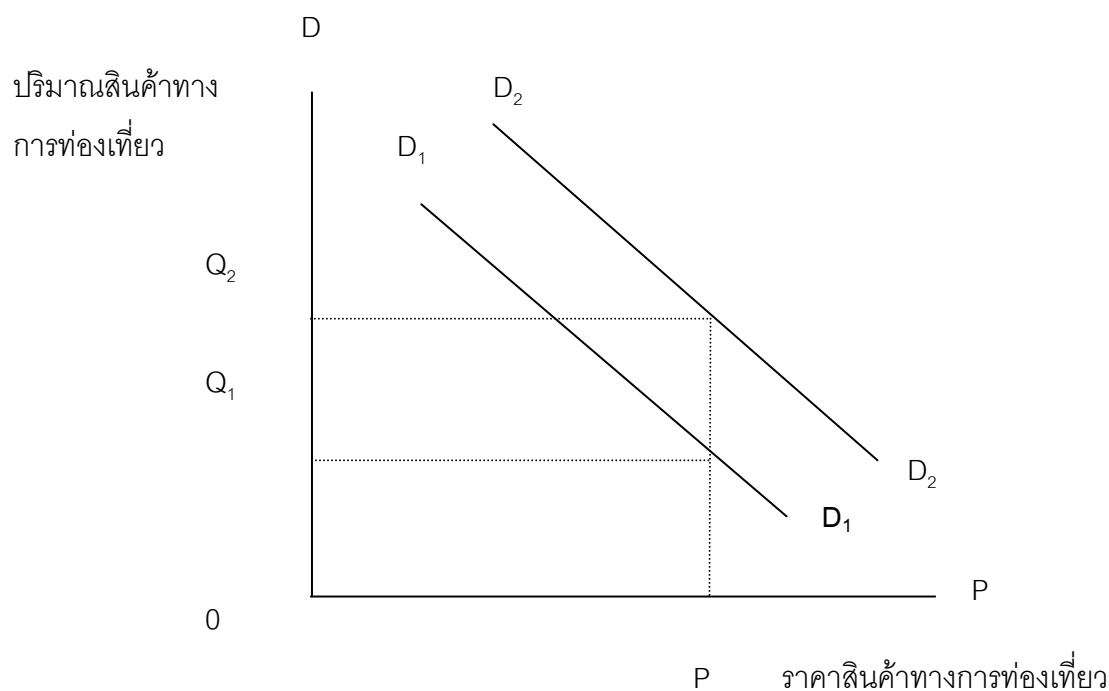
ภาพประกอบ 7 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะคงที่

ในอีกคุณลักษณะหนึ่งของอุปสงค์การท่องเที่ยวอาจจะเป็นดังภาพประกอบ 8 ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้เฉลี่ยต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยวกับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นพฤติกรรมในลักษณะด้อยคุณภาพ (Inferior) กล่าวคือ เมื่อระดับรายได้เพิ่มสูงขึ้นถึงระดับ OY โดยสอดคล้องกับการเพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ระดับ OX แต่ถ้าหากระดับรายได้เพิ่มสูงกว่า OY ไปอีกจะมีผลทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวลดลงไปตามลักษณะเส้น OT



ภาพประกอบ 8 ความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวในลักษณะลดน้อยถอยลง

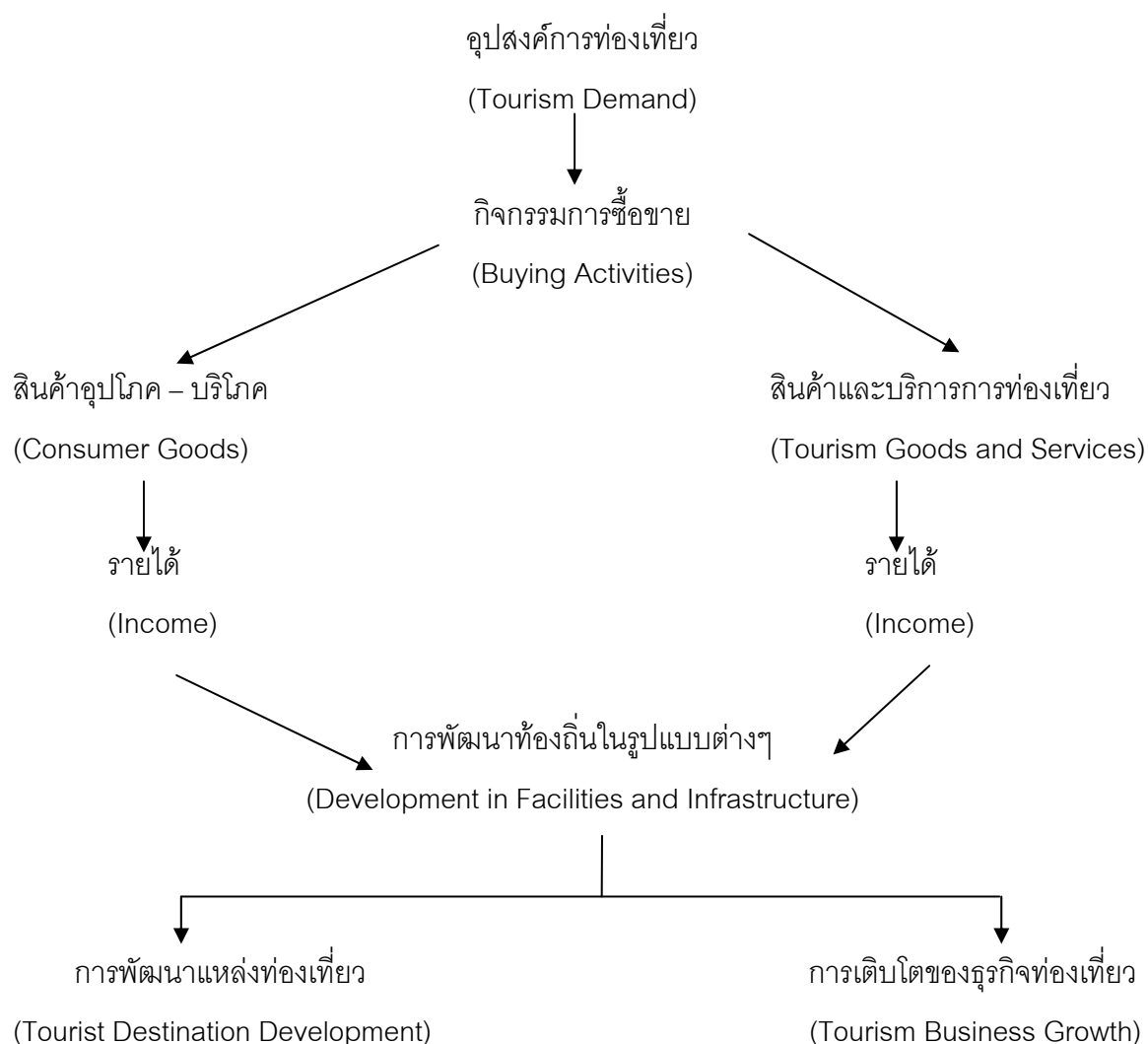
แต่ถ้าหากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงโดยเอาแบบอย่างกัน มีรสนิยมที่คล้ายกันมากขึ้น ก็จะทำให้เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวขยับสูงขึ้นจาก D_1D_1 ไปเป็น D_2D_2 ในขณะที่ราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวยังคงเดิม และผลในที่สุดจะทำให้ปริมาณสินค้าทางการท่องเที่ยวมากขึ้นจาก QQ_1 ไปเป็น QQ_2 ดังจะแสดงได้ในภาพประกอบ 9 (ประเจิด สินทรัพย์. 2526: 86 – 91)



ภาพประกอบ 9 เส้นอุปสงค์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้น

อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบินช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่างๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ ดังภาพประกอบ 10 (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2548: 19-20)



ภาพประกอบ 10 อุปสงค์การท่องเที่ยวที่ช่วยพัฒนาท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว และการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว

4.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์เมื่อคำนึงถึงราคาโดยทั่วไปมี 5 ลักษณะ

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

4.3.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง (Relatively Inelastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะสูงขึ้น ซึ่งสามารถแปลความหมายได้ว่าถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะสูงขึ้นหรือลดลงไป 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่า 1 หน่วย โดยทั่วไปแล้วจะเป็นสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพ

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

4.3.4 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับศูนย์ (Perfect Inelastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตั้งฉากกับแกนปริมาณการท่องเที่ยว ลักษณะความยืดหยุ่นดังกล่าวแปลความหมายได้ว่า จะไม่มีผลทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเลย ไม่ว่าราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวจะแพงขึ้นหรือถูกลงก็ตาม เป็นแนวความคิดทางทฤษฎีเท่านั้นไม่อยู่ในวิสัยแห่งความเป็นจริง

4.3.5 ความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับอนันต์ (Infinity Elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งแปลความหมายได้ว่า ถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าแพงขึ้นหรือถูกลง จะไม่มีผลต่อปริมาณการท่องเที่ยวใดๆ เลย (เป็นศูนย์ตลอดไป) ลักษณะดังกล่าวนี้ก็เป็นแนวความคิดทางทฤษฎีเช่นเดียวกับข้อ 4.3.4 (ประเจิดสินทรัพย์. 2526: 113)

4.4 ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

4.4.1 ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

4.4.2 ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคากิจกรรมท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2548: 21)

ฮอลโลเวย์ (Holloway. 1983: 102) ได้กล่าวไว้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ใหญ่ที่สุดในโลก มีขนาดใหญ่กว่าอุตสาหกรรมรถยนต์ อุตสาหกรรมเหล็กกล้า อุตสาหกรรมผลิตสินค้าบริโภค ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ มากมายในการอำนวยความสะดวกให้เกิดการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) ปัจจัยที่ทำให้เกิดความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ การคมนาคมขนส่ง การพักผ่อน อาหาร ธุรกิจนำเที่ยวมัคคุเทศก์ แหล่งท่องเที่ยว และสินค้าที่ระลึก เป็นต้น

มิตเดิลตันได้อธิบายถึงปัจจัยด้านต่างๆ ซึ่งถือว่าเป็นตัวกำหนดความต้องการทางการท่องเที่ยว (Determinants of Demand for Tourism) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของมนุษย์ คือ

1) สภาพเศรษฐกิจในปัจจุบัน (Economic Factors) สภาพเศรษฐกิจที่ดีของประเทศของท้องถิ่นเอื้ออำนวยให้คนเดินทางได้มากขึ้นในประเทศที่พัฒนาแล้ว ประชากรมีรายได้ต่อหัวที่สูงมากย่อมมีอำนาจการซื้อมากกว่าประชากรในประเทศที่กำลังพัฒนา

2) ลักษณะของประชากร (Demographic Factors) ลักษณะของประชากรโดยรวมซึ่งได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ การศึกษา รายได้ และประสบการณ์ มีผลต่อการกำหนดรูปแบบและปริมาณการซื้อบริการทางการท่องเที่ยว

นอกจากนี้เพศและเชื้อชาติเป็นปัจจัยที่กำหนดรสนิยมและพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น นักท่องเที่ยวเพศหญิงต้องการรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความปลอดภัยมากกว่าแบบผจญภัย ซึ่งเป็นรูปแบบการเดินทางที่นิยมกันในกลุ่มนักท่องเที่ยวเพศชาย สภาพภูมิประเทศ ภูมิอากาศและสังคมที่แตกต่างกันไปในแต่ละท้องถิ่น มีอิทธิพลต่อทัศนคติและรสนิยมของนักท่องเที่ยวแต่ละเชื้อชาติ เช่น ชาวตะวันตกนิยมเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เป็นต้น

3) สภาพภูมิศาสตร์ (Geographic Factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ที่เป็นภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว จะมีผลกระทบต่อการกำหนดจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต้องการไป คนที่อยู่อาศัยในแถบทะเลจะไม่รู้สึกต้องการเดินทางไปชมหรือพักผ่อนยังท้องถิ่นที่มีลักษณะแบบเดียวกัน แต่กลับนิยมไปยังสถานที่ที่แตกต่างออกไป เพื่อแสวงหา บรรยากาศแปลกใหม่

4) สภาพสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) รูปแบบของวัฒนธรรมและทัศนคติของคนในสังคม มีอิทธิพลอย่างมากต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น สังคมของประเทศแถบตะวันออกกลาง ไม่เอื้ออำนวยให้ผู้หญิงเดินทางไปยังประเทศอื่นที่อยู่ห่างไกล แต่ในทางกลับกัน สังคมชาวตะวันตกเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทาง และผู้หญิงชาวเอเชียวัยทำงานนิยมเดินทางเป็นกลุ่มมากกว่าไปตามลำพัง บางประเทศมีค่านิยมหรือแฟชั่นที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเพื่อชี้ให้เห็นระดับทางสังคมที่สูง โดยเฉพาะผู้มีฐานะทางการเงินดีนิยมไปต่างประเทศมากกว่าการเที่ยวภายในประเทศ

5) นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ (Government Policy and Regulatory Factors) นโยบายทางการเมืองหรือกฎเกณฑ์ต่างๆ เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการที่จะเดินทางของนักท่องเที่ยว ปัญหาการสู้รบ ความตึงเครียดทางการเมือง การกำหนดจำนวนวันหยุดประจำปี นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือสกัดกั้นการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวที่รัฐบาลแต่ละประเทศจะกำหนด

6) ราคา (Price Factors) ค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นมีผลต่อการตัดสินใจเลือก หรือเปลี่ยนแปลงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ไม่ว่าจะเป็นค่าพาหนะ ค่าที่พักหรืออัตราค่าครองชีพในท้องถิ่นที่จะไปท่องเที่ยว

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

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

4.5 ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคหนึ่งในระบบเศรษฐกิจ และมีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวที่แตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น คือ ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจะต้องเดินทางไปบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยว ณ ที่ที่อยู่ของสินค้านั้นๆ เพราะไม่สามารถจะส่งสินค้ามาบริโภค ณ ที่ที่อยู่ของตนเองได้ นักท่องเที่ยวประสงค์จะชื่นชมกับแหล่งท่องเที่ยวแห่งใด ก็ต้องเดินทางไปหาไปชื่นชม ณ ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่ควรพิจารณา ได้แก่

4.5.1 รายได้ของประชากร รายได้ส่วนบุคคล หรือรายได้ของครัวเรือน ซึ่งอาจพิจารณาได้ 2 แนวทาง คือ

1) ความสามารถในการหารายได้ของประชากรเป็นปัจจัยที่ใช้พิจารณาประชาชนหรือนักท่องเที่ยวของประเทศหรือภูมิกาณันั้นมือำนาจซื้อ (Purchasing Power) มากหรือน้อย โดยพิจารณาได้จากอัตรารายได้ต่อหัวต่อปี หากเป็นประเทศที่ประชากรของประเทศมีอัตรารายได้ต่อหัวต่อปีสูงก็อาจพยากรณ์ได้ว่า ประชากรของประเทศนั้นน่าจะมีอำนาจซื้อสูงกว่าประชากรของประเทศที่มีอัตรารายได้ต่อหัวต่อปีต่ำกว่า การที่ประชากรหรือนักท่องเที่ยวของประเทศหนึ่งหรือภูมิภาคหนึ่งมีอำนาจการซื้อสูง หรือมีรายได้สูงกว่า ย่อมมีโอกาศที่จะตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่ากลุ่มประชากรที่มีรายได้ต่ำกว่า เพราะตามปกติประชาชนที่มีรายได้ต่ำมักจะจับจ่ายใช้สอยในสิ่งที่มีความจำเป็นต่อการครองชีพในลำดับแรกๆ ก่อน เมื่อมีรายได้หรือเงินทองเหลือแล้วจึงจะตัดสินใจนำไปใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวมิได้เป็นปัจจัยหลักหรือเป็นกิจกรรมที่จำเป็นต่อการดำรงอยู่ของชีวิตมนุษย์ แต่เป็นเพียงกิจกรรมที่ช่วยเสริมให้มีชีวิตที่สมบูรณ์มากยิ่งขึ้นเท่านั้น ดังนั้น รายได้ของประชากรหรือนักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยประการหนึ่งที่มีผลกระทบต่อการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของปริมาณนักท่องเที่ยวหรือการเดินทางท่องเที่ยว

2) สำหรับรายได้ของประชากรหรือรายได้ส่วนบุคคลของประเทศ หรือภูมิภาคที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยว กรณีที่ประเทศหรือภูมิภาคที่เป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่ประชากรมีรายได้สูง หรือรายได้ต่อหัวต่อปีมีอัตราสูง ย่อมเป็นประเทศหรือภูมิภาคที่มีค่าครองชีพสูง และมีผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวหรือผู้ที่ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยวด้วย เพราะนักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปท่องเที่ยวพักผ่อน และใช้ชีวิตในประเทศหรือภูมิภาคที่มีค่าครองชีพสูงดังกล่าว เป็นผลให้แนวโน้มปริมาณนักท่องเที่ยวมีน้อยลง และมีเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีฐานะทางการเงินดีเท่านั้น

4.5.2 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ในการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องอาศัยการแลกเปลี่ยนเงินตราเป็นเงินสกุลต่างๆ ของประเทศที่ไปท่องเที่ยวหรือไปเยือนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าของเงินแข็ง เมื่อเดินทางไปท่องเที่ยวในประเทศที่มีค่าของเงินอ่อนกว่า ย่อมมีอำนาจซื้อ มากกว่าหรือมีความรู้สึกรู้สึกว่าการใช้จ่ายต่างๆ ในประเทศที่ไปท่องเที่ยวมีราคาต่ำ เช่น นักท่องเที่ยวที่ถือครองเงินเหรียญสหรัฐ หรือดอลลาร์สหรัฐ และเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วงปี 2538 อัตราแลกเปลี่ยนอยู่ที่ 1 เหรียญสหรัฐ เท่ากับ 25 บาท ต่อมาเมื่อปี 2541 – 2542 อัตราแลกเปลี่ยนเป็น 40 – 50 บาท นักท่องเที่ยวที่ถือเงินเหรียญสหรัฐ จึงมีอำนาจในการซื้อเพิ่มมากขึ้นกว่าเดิมประมาณ 2 เท่า

การที่อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรามีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะดังกล่าว ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่ามีศักยภาพในการเชิญชวน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่า ให้เดินทางมาท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น ในทางกลับกันประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่า มักจะประสบปัญหา ในการเชิญชวนดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีค่าเงินอ่อนกว่าให้เดินทางไปท่องเที่ยวได้ยากขึ้น เพราะนักท่องเที่ยวเห็นได้ชัดเจนว่าตนจะต้องเสียค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางและการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

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

นอกจากนี้ รัฐบาลยังสามารถใช้ภาษีอากรเป็นเครื่องมือในการดึงดูดหรือเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นได้ เช่น การกำหนดให้มีบริการร้านค้าปลอดอากร (Duty Free Shop) การคืนภาษีแก่นักท่องเที่ยว ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ เมื่อเดินทางกลับออกนอกประเทศ ซึ่งหลายๆ ประเทศรวมทั้งประเทศไทยได้ใช้วิธีนี้ในการดำเนินกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวเช่นกัน

4.5.4 นโยบายด้านเศรษฐกิจของรัฐบาล รัฐบาลมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายด้านต่างๆ โดยเฉพาะนโยบายด้านเศรษฐกิจ หากรัฐบาลให้ความสำคัญและตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศก็จะกำหนดให้การบริหาร และการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่งในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศด้วย เช่น กรณีของประเทศไทย รัฐบาลได้กำหนดแผนพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้เป็นส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) เป็นต้นมาจนถึงปัจจุบัน เป็นต้น

การที่รัฐบาลกำหนดให้อุตสาหกรรม หรือธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นนโยบายสำคัญประการหนึ่งในการบริหารประเทศย่อมเป็นผลให้มีการนำไปสู่การปฏิบัติ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีโอกาสเจริญเติบโต ขยายตัวเพิ่มมากยิ่งขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากรัฐบาลของประเทศใด ไม่ได้ให้ความสนใจ ไม่ให้ความสำคัญหรือไม่มีนโยบายที่เกี่ยวกับการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว โอกาสที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศนั้นจะเจริญเติบโต หรือขยายตัวย่อมเป็นไปได้ยากกว่า

4.5.5 การรวมตัวเป็นกลุ่มเศรษฐกิจระหว่างประเทศ ปัจจุบันมีการรวมตัวของประเทศต่างๆ เข้าเป็นกลุ่มเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ ของโลกเพิ่มมากขึ้น เช่น กลุ่มสหภาพยุโรป (European Union หรือ E.U.) ในทวีปยุโรป กลุ่มประเทศความร่วมมือทางเศรษฐกิจในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก (Asia Pacific Economic Cooperation หรือ APEC) กลุ่มประเทศความร่วมมือในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (ASEAN) ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้น ในการรวมตัวของกลุ่มเศรษฐกิจต่างๆ ดังกล่าว ได้มีการกำหนดแนวทางในการพัฒนา และส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวร่วมกันไว้เป็นส่วนหนึ่งของการเข้าร่วมกลุ่มทางเศรษฐกิจ และมีแผนปฏิบัติการเกี่ยวกับความร่วมมือหรือการผ่อนปรนกฎ หรือระเบียบเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยว เช่น มีการผ่อนปรนระเบียบพิธีการในการเดินทางเข้า – ออกประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวหรือผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจมีความสะดวกง่ายดายเพิ่มมากขึ้น ซึ่งช่วยให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศภายในกลุ่มเศรษฐกิจมีโอกาสเจริญเติบโตและขยายตัวเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วย

4.5.6 ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ทั้งที่จะเกิดขึ้นในระดับประเทศ หรือขยายลูกลามกลายเป็นระดับภูมิภาค เช่น ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในประเทศไทย เกาหลี อินโดนีเซีย ในช่วงปี 2540 – 2541 และลูกลามจนกลายเป็นภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของภูมิภาคเอเชีย ย่อมส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว กล่าวคือ ปริมาณการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ประสบภาวะวิกฤตลดน้อยลง เพราะประชากรในประเทศ หรือกลุ่มประเทศดังกล่าวมีรายได้ลดลง และมีอำนาจการซื้อลดลง เนื่องจากเกิดปัญหาการว่างงาน ธุรกิจล้มละลายหรือปิดกิจการลง ประชาชนจำเป็นต้องประหยัด อดออม และต้องระมัดระวังเลือกใช้จ่ายเฉพาะในสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตหรือเลี้ยงดูครอบครัวแทนที่จะมีรายได้เหลือและนำไปใช้จ่ายในการพักผ่อนหย่อนใจ หรือเดินทางท่องเที่ยวดังเช่นในช่วงที่ประเทศมีเศรษฐกิจดี

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาประเทศหรือภูมิภาคที่ประสบกับภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ ในอีกแง่หนึ่งประเทศ หรือภูมิภาคดังกล่าวอาจปรับวิกฤตให้เป็นโอกาสในการดึงดูดเชิญชวนนักท่องเที่ยว ให้สนใจและกระตุ้นให้ตัดสินใจเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศหรือภูมิภาคเพิ่มมากขึ้นได้ โดยชูประเด็นการที่ค่าเงินของประเทศอ่อนตัว เป็นโอกาสดีของนักท่องเที่ยวจากประเทศที่ถือครอง เงินสกุลที่มีค่าแข็งกว่ามีอำนาจการซื้อมากกว่า ทำให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวและใช้ชีวิตได้อย่าง สะดวกสบายยิ่งขึ้น เช่น ในกรณีของประเทศไทยซึ่งประสบกับภาวะวิกฤตดังกล่าวแล้วข้างต้น จนกระทั่ง ธุรกิจและอุตสาหกรรมต่างๆ ของประเทศต้องประสบกับภาวะชะงักงัน ถดถอย หรือถึงกับปิดกิจการไป แต่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการท่องเที่ยวยังสามารถดำเนินไปได้อย่างต่อเนื่อง และเจริญเติบโตขยายตัวได้ในอัตราร้อยละสิบ เป็นต้น (บุญหลิบ พานิชชาติ. 2544: 336 – 338)

4.6 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริง

4.6.1 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้น (Gross Domestic Product) หรือเรียก ย่อๆ ว่า GDP หมายถึง มูลค่ารวมในตลาดของสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายที่ประเทศผลิตขึ้นได้ ภายในประเทศในรอบระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งปกติมักวัดในรอบ 1 ปี ก่อนหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินถาวรที่ใช้ในการผลิตสินค้าและบริการขั้นสุดท้ายนั้น (รัตน สยาคณิต. 2552: 50)

จากความหมายของ GDP ข้างต้น เราต้องทำความเข้าใจกับความหมายของคำบางคำ เสียก่อน ดังนี้

1) มูลค่ารวม (Total Value) หมายถึง ผลรวมของมูลค่าสินค้าและบริการต่างๆ ซึ่งคำนวณมูลค่าได้โดยคูณปริมาณที่ผลิตด้วยราคาตลาด

2) ราคาตลาด (Market Price) หมายถึง ราคาที่ซื้อขายกันในห้องตลาด ซึ่งเป็น ราคาที่แสดงถึงต้นทุนของการผลิตสินค้ารวมภาษีทางอ้อม (Indirect Tax) ที่ผู้ผลิตผลักดันภาระให้ผู้ซื้อ โดยบวกเข้าไปในราคาขาย ผลิตภัณฑ์ที่นำมาคำนวณมูลค่าใน GDP จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาซื้อ ขายกันในตลาด

3) สินค้าและบริการขั้นสุดท้าย (Final Product) หมายถึง สินค้าและบริการที่ผู้ซื้อ ซื้อไปใช้เอง หรือซื้อไปบริโภค มิได้ซื้อไปเพื่อแปรรูปผลิตเป็นสินค้าอื่น สินค้าที่ผู้ซื้อซื้อไปเพื่อแปรรูป ผลิตเป็นสินค้าอื่น เรียกว่าสินค้าขั้นกลาง (Intermediate Product) เราจะต้องไม่นำมาคิดรวมใน GDP เพราะจะทำให้มูลค่า GDP สูงเกินกว่าความเป็นจริง

4) ภายในประเทศ (Domestic) หมายถึง ภายในอาณาเขตของประเทศไทย โดย ไม่คำนึงว่าหน่วยเศรษฐกิจที่ผลิตเป็นหน่วยเศรษฐกิจท้องถิ่น หรือเป็นหน่วยเศรษฐกิจต่างประเทศ ตราบใดที่ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายนั้นผลิตขึ้นภายในอาณาเขตของประเทศ จะต้องนำมาคิดรวมใน GDP ด้วย

5) มูลค่า GDP ในปีใดจะต้องเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายที่ผลิตขึ้นในปีนั้นเท่านั้น (Current Year) ต้องไม่นำมูลค่าผลิตภัณฑ์ของปีก่อนมารวมด้วย เพราะจะทำให้มูลค่า GDP ในรอบปีนั้นสูงเกินกว่าความเป็นจริง

6) มูลค่า GDP ที่วัดขึ้นมาได้เป็นมูลค่าที่ยังมิได้มีการหักค่าเสื่อมราคาทรัพย์สินถาวร (Capital Consumption Allowance) เช่น เครื่องมือ เครื่องจักรที่ต้องเสื่อมสภาพไปเนื่องจากนำมาใช้ผลิตสินค้า มูลค่า GDP ที่ได้ จึงเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์เบื้องต้น (Gross Product)

4.6.2 ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง (real GDP or real GNP) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายของปีใดปีหนึ่งที่คิดในราคาตลาด (หรือราคาต้นทุน) ของปีที่กำหนดให้เป็นปีฐาน (base year) ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง จึงเป็นมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้มีการปรับปรุงการเปลี่ยนแปลงของราคาแต่ละปีออกแล้ว (adjusted change in current price) เพราะคิดในราคาคงที่ (constant price) ของปีที่กำหนดให้เป็นปีฐาน ดังนั้นการวัดผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงของปีใดปีหนึ่งในราคาคงที่ของปีฐาน สามารถทำได้โดยหามูลค่าผลิตภัณฑ์ของปีนั้นในราคาของปีฐาน (รัตน สหายคณิต. 2552: 77-78)

ตัวอย่างเช่น ถ้าต้องการหาผลิตภัณฑ์ที่แท้จริงของปี 2550 คิดในราคาของปีฐาน พ.ศ. 2545 เราสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\text{Real GDP}_{2550} = \sum_{i=1}^n Q_{i2550} P_{i2545}$$

โดย Real GDP = ผลิตภัณฑ์ที่แท้จริง

Q_i = ปริมาณผลผลิตของสินค้าขั้นสุดท้าย i

P_i = ราคาตลาดของสินค้า i

$\sum_{i=1}^n$ = ผลรวมของมูลค่าสินค้าขั้นสุดท้ายชนิดที่ 1 – ชนิดที่ n

4.7 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

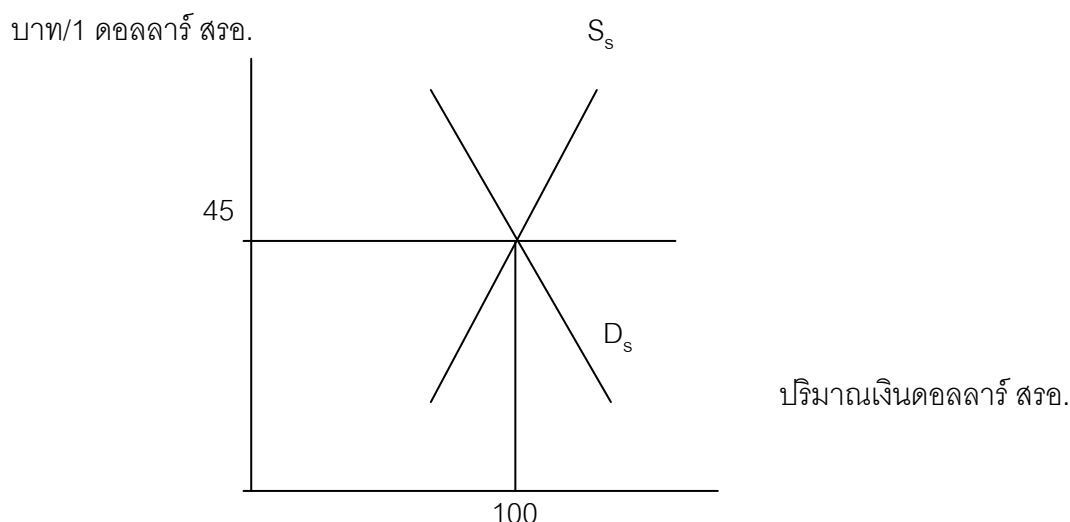
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (Exchange Rate) หมายถึง ราคาของเงินสกุลหนึ่ง 1 หน่วย ที่คิดเทียบอยู่ในหน่วยของเงินอีกสกุลหนึ่ง ตัวอย่างเช่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา กับเงินบาท คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเท่ากับ 42 บาท หรืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับเงินเยนญี่ปุ่น คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับ 115 เยน หรืออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับเงินเปโซฟิลิปปินส์ คือ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

เท่ากับ 43 เปโซ เป็นต้น อัตราแลกเปลี่ยนข้างต้นก็คือ ราคาของดอลลาร์สหรัฐอเมริกาเมื่อเทียบกับเงินสกุลบาทของไทย เงินสกุลเยนของญี่ปุ่น หรือเงินสกุลเปโซของฟิลิปปินส์ นั่นเอง

4.7.1 อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศ

อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศ หมายถึง ความต้องการเงินตราต่างประเทศ เพื่อที่จะนำเงินตราต่างประเทศนั้นไปชำระค่าซื้อสินค้าเข้า ซื้อบริการของต่างประเทศ หรือลงทุนในต่างประเทศ หรือโอนออกไปต่างประเทศ เป็นต้น อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับราคาเงินตราต่างประเทศหรืออัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้าม กล่าวคือ ถ้าราคาเงินตราต่างประเทศสูง (หรือแพง) เมื่อเทียบกับเงินบาท เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เท่ากับ 50 บาท เรียกว่า อัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาจะลดลง แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง เช่น 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา เท่ากับ 25 บาท ความต้องการเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาก็จะสูงขึ้นด้วย เส้นอุปสงค์ต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาจึงสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางตรงกันข้าม และมีลักษณะดังเส้น D_s ในภาพประกอบ 11 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ กล่าวคือ อุปสงค์ต่อเงินตราต่างประเทศ จะหมายถึง อุปสงค์ต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริการหรือเรียกย่อๆ ว่า เงินดอลลาร์ สรอ.

เส้น D_s เป็นเส้นที่เอียงลาดจากซ้ายมือลงไปทางขวามือ แสดงว่าถ้าอัตราแลกเปลี่ยน หรือราคา 1 ดอลลาร์ สรอ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าสูง ความต้องการเงินดอลลาร์ สรอ. จะมีน้อย แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนหรือราคาเงิน 1 ดอลลาร์ สรอ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าต่ำ ความต้องการเงินดอลลาร์ สรอ. จะมีมากขึ้น



ภาพประกอบ 11 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ

4.7.2 อุปทานของเงินตราต่างประเทศ

หมายถึง ปริมาณเงินตราต่างประเทศที่ประเทศมีอยู่ ซึ่งประเทศจะได้รับเงินตราต่างประเทศจากการขายสินค้าออก จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จากการขายบริการต่างๆ จากการลงทุนของชาวต่างประเทศ และจากการกู้ยืมจากต่างประเทศ เป็นต้น อุปทานของเงินตราต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้าราคาเงินตราต่างประเทศเมื่อเทียบกับเงินบาท เช่น 1 ดอลลาร์ สรอ. เท่ากับ 55 บาท อุปทานเงินดอลลาร์ สรอ. จะมีมากขึ้น เพราะชาวต่างประเทศที่มีเงินดอลลาร์ สรอ. หรือผู้ที่มีเงินดอลลาร์ สรอ. หรือผู้ที่มีเงินดอลลาร์ สรอ. จะนำเงินดอลลาร์ สรอ. มาแลกเปลี่ยนกับเงินบาทมากขึ้น เพื่อซื้อสินค้าของไทย หรือใช้จ่ายท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือลงทุนในประเทศไทย หรือคนไทยกู้ยืมเงินจากต่างประเทศมาใช้จ่ายมากขึ้น แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนลดลง เช่น 1 ดอลลาร์ สรอ. เท่ากับ 20 บาท อุปทานของเงินดอลลาร์ สรอ. จะลดลง เพราะจะมีการนำเงินดอลลาร์ สรอ. มาแลกเปลี่ยนเป็นเงินบาทน้อยลง เส้นอุปทานของเงินดอลลาร์ สรอ. จึงสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางเดียวกัน ดังเส้น S_s ในภาพประกอบ 11 อัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพซึ่งต่อไปนี้จะกล่าวถึงอุปทานของเงินตราต่างประเทศจะหมายถึงอุปทานของเงินดอลลาร์ สรอ.

เส้น S_s เป็นเส้นที่เอียงลาดจากซ้ายมือขึ้นไปทางขวามือ แสดงว่าถ้าอัตราแลกเปลี่ยนหรือราคาเงิน 1 ดอลลาร์ สรอ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าสูง อุปทานของเงินดอลลาร์ สรอ. จะมีมาก แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนหรือราคาเงิน 1 ดอลลาร์ สรอ. คิดในหน่วยของเงินบาทมีค่าต่ำอุปทานของเงินดอลลาร์ สรอ. จะมีน้อย (รัตน สหายคณิต. 2552: 398 – 401)

อนึ่ง การเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศให้ค่าของเงินของประเทศใดประเทศหนึ่งถูกลง เมื่อเทียบกับเงินตราต่างประเทศเรียกว่า การลดค่าของเงิน (Devaluation) ส่วนการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนในลักษณะที่ทำให้ค่าของเงินของประเทศใดประเทศหนึ่งแพงขึ้น เมื่อเทียบกับเงินตราต่างประเทศ เรียกว่า การเพิ่มค่าของเงิน (Revaluation) (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช. 2529: 418)

เมื่อนักท่องเที่ยวคนหนึ่งจะไปท่องเที่ยวต่างประเทศ สิ่งแรกที่เขาจะทำให้เพื่อให้สามารถจ่ายซื้อสินค้าและบริการในต่างประเทศได้ ก็คือ การไปแลกเงินตราของประเทศของเขาให้เป็นเงินตราของประเทศที่เขาจะไปเยือน การแลกเปลี่ยนกระทำกันตามแต่ประเทศหนึ่งประเทศใดจะได้นำหนดขึ้นอย่างเป็นทางการ อัตราเช่นนี้ เรียกว่า อัตราตามทางการ

ในบางกรณี ไม่มีอัตราแลกเปลี่ยนอย่างเป็นทางการ และนักท่องเที่ยวก็จะแลกเปลี่ยนเงินตราตามอัตราเสรี อัตราเสรี หมายถึง อัตราที่เป็นไปตามอัตราขึ้นลงของตลาดเงินตรา (ดังนั้นก็หมายถึงอัตราที่เป็นไปตามอัตราขึ้นลงของตลาดเงินตรา และไม่เสรีถึงกับจะมีการตกลงกันได้เป็นพิเศษตามใจคู่แลกเปลี่ยน) หรือเป็นไปตามราคาขึ้นลงของทองคำในตลาดโลก (สำหรับเงินตราที่ผูกพันอยู่กับค่าของทองคำ) (หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย. 2527: 100)

4.7.3 การขึ้นลงของอัตราแลกเปลี่ยนกับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

การพิจารณาข้อปัญหาที่จะเกิดขึ้น ในเมื่อเกิดการแปรผันขึ้นในส่วนต่างๆ ซึ่งประกอบกันขึ้นเป็นอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว เช่น อัตราแลกเปลี่ยนในตลาด (ที่มีใช้เป็นการ) ขึ้นๆ ลงๆ ค่าใช้จ่ายในการครองชีพขึ้นๆ ลงๆ เป็นต้น

1) ค่าครองชีพขึ้นๆ ลงๆ ถ้าค่าครองชีพในประเทศ ก. กับประเทศ ข. ขึ้นไปด้วยกัน และลงไปด้วยกัน พอๆ กัน ผลการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไปมาระหว่างประเทศ ก. กับประเทศ ข. ก็คงที่อยู่ นักท่องเที่ยวจะไม่รู้สึกว่าต้องเสียค่าใช้จ่ายมากขึ้นหรือน้อยลงในการไปท่องเที่ยวในประเทศทั้งสอง และเขาจะไม่คิดถึงมากนักเกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ภาวะเช่นนี้ไม่เกิดขึ้นบ่อยๆ นัก เว้นแต่ในประเทศที่ติดต่อกันใกล้ชิดและมีความสัมพันธ์กันทางเศรษฐกิจอย่างแน่นแฟ้น

2) อัตราแลกเปลี่ยนตามทางการคงที่ แต่อัตราแลกเปลี่ยนในตลาดมืดแปรผันไปภาวะเช่นนี้ทำให้เกิดแง่คิดได้สองประการ คือ

2.1) ถ้าค่าครองชีพในประเทศ ง. สูงขึ้น และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ง. และประเทศ จ. คงที่ คนในประเทศ จ. ที่จะไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็จะต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในการไปเที่ยวประเทศ ง. และประเทศ จ. ก็จะได้นักท่องเที่ยวจากประเทศ ง. น้อยลง ซึ่งอาจน้อยลงอย่างเป็นจำนวนสมบูรณ์ เช่น เคยมีปีละ 10,000 เหลือเพียง 9,000 หรืออาจน้อยลงในเชิงอัตราเพิ่ม เช่น เคยเพิ่มขึ้น 8% กลับเพิ่มขึ้นเพียง 3 – 4% ในภาวะเช่นนี้ ประเทศ ง. รับเคราะห์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์แก้ไขกลับเคลื่อนไม่ได้มากนัก

2.2) ถ้าค่าครองชีพในประเทศ จ. เพิ่มขึ้นรวดเร็วกว่าค่าครองชีพในประเทศ ง. และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่าง 2 ประเทศคงที่ นักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ จ. จะรู้สึกประหนึ่งว่าสินค้าต่างๆ ในประเทศ ง. ไม่แพง ดังนั้นนักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ จ. จะไปท่องเที่ยวกันในประเทศ ง. มากกว่าที่นักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ ง. จะไปท่องเที่ยวกันในประเทศ จ.

3) อัตราแลกเปลี่ยนตามทางการเปลี่ยนแปลงไป บางที่เป็นนโยบายทางเศรษฐกิจอย่างหนึ่งที่รัฐบาลของประเทศหนึ่ง ต้องเปลี่ยนแปลงค่าของเงินตราไปในทางที่สัมพันธ์กับปริมาณทุนสำรองผูกพัน (เช่น ทองคำ เงิน หรือเงินตราสหรัฐอเมริกา) แม้ว่าเงินตราของประเทศต่างๆ จะยังคงมีความสัมพันธ์เดิมต่อไปกับทองคำ (คือ ราคาทองคำซื้อได้ด้วยเงินตราของประเทศนั้นไม่เปลี่ยนแปลงไป) แต่ราคาทองคำซื้อได้ด้วยเงินตราของประเทศ ง. เปลี่ยนไป โดยเฉพาะในกรณีที่ราคาทองคำแพงขึ้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ง. และประเทศอื่นๆ ก็จะเปลี่ยนแปลงไปด้วย และดังนั้น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่นๆ ที่ไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็เปลี่ยนแปลงไปด้วย โดยมากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนตามทางการมักจะกระทำ เพื่อให้ใกล้เคียงกับอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดแลกเปลี่ยน (ที่มีใช้เป็นการและเป็นการแลกเปลี่ยนตามค่าแท้จริงของเงินตรา) ทั้งนี้ เพื่อมิให้การเคลื่อนไหวทางการเงินหลุดออกไปนอกอำนาจการควบคุม

3.1) การลดค่าเงินตรา สมมติว่าประเทศ ง. ลดค่าเงินตราของตนลง ซึ่งแปลว่า จะต้องกำหนดราคาทองคำจำนวนหนึ่งให้มีราคาคิดเป็นเงินของประเทศ ง. สูงขึ้นจากราคาเดิมที่กำหนดไว้ เช่นนี้เรียกว่า การลดค่าเงินตรา (Devaluation) ถ้าประเทศ จ. ไม่ลดค่าเงินตราของตนลงด้วย อัตราการแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศ ง. ให้เป็นเงินตราของประเทศ จ. จะต่ำลง นั่นคือนักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ ง. จะต้องใช้เงินมากขึ้นกว่าที่เคย เพื่อใช้ซื้อบริการเดิมที่เคยซื้อในประเทศ จ. ผลที่จะเกิดแก่การท่องเที่ยวก็คือว่านักท่องเที่ยวสัญชาติประเทศ ง. จะไปเที่ยวประเทศ จ. น้อยลง และในทางกลับกันนักท่องเที่ยวประเทศ จ. ก็มีแนวโน้มที่จะไปท่องเที่ยวประเทศ ง. มากขึ้น ประเทศใดที่ลดค่าเงินตราก็คาดหวังได้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศมาเที่ยวมากขึ้น (ปริมาณสินค้าและบริการขายออกก็จะมากขึ้น และอาจทำให้ดุลการค้าระหว่างประเทศดีขึ้นได้)

3.2) การเพิ่มค่าเงินตรา เป็นการกระทำที่ตรงกันข้ามกับการลดค่าเงินตรานั้นคือ ราคาของทองคำจำนวนหนึ่งซึ่งคิดเป็นเงินตราของประเทศนั้นจะลดลงกว่าที่เคยเทียบไว้แต่เดิม หรือนัยหนึ่งค่าของเงินตราเพิ่มขึ้น การเพิ่มค่าของเงินตราเป็นการกระทำที่ไม่บ่อยเท่าการลด และโดยมากประเทศใดที่เพิ่มค่าของเงินตรามักจะเป็นประเทศที่อยู่ในภาวะเศรษฐกิจเฟื่องฟูถ้าประเทศ ง. เพิ่มค่าเงินตราขึ้น และประเทศอื่นๆ ไม่เพิ่มขึ้นด้วย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศ ง. ให้เป็นเงินตราของประเทศอื่นๆ ก็จะสูงขึ้น ดังนั้นนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ ที่จะเข้าไปท่องเที่ยวในประเทศ ง. ก็จะต้องจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเพื่อจะให้ซื้อบริการเดิมได้ หรือถ้าจะใช้เงินเท่าเดิมก็จะซื้อสินค้าและบริการในประเทศ ง. ได้น้อยลง ประเทศ ง. จะกลายเป็นประเทศที่มีราคาแพงในการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะไปท่องเที่ยวประเทศ ง. น้อยลง ในทางตรงกันข้ามคนสัญชาติประเทศ ง. ก็จะไปท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น

ที่จะกล่าวถึงสุดท้ายในเรื่องนี้ก็คือว่า นักท่องเที่ยวมิได้ใช้เหตุผลเกี่ยวกับการใช้เงินเหมือนนักธุรกิจการเงิน นักท่องเที่ยวคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวก็จริงอยู่ แต่ก็ใช้กับเพียงหนึ่งในหลายๆ ตัวประกอบที่เกี่ยวกับอุปสงค์ เหตุผลสำคัญกว่าที่จูงใจนักท่องเที่ยวให้ไปเที่ยวในประเทศหนึ่งประเทศใด อาจเป็นเพราะประเทศนั้นสวยงาม อากาศดี มีที่เที่ยวสนุกและเป็นแฟชั่นกันว่าจะต้องไป (เช่น หัวหิน เมื่อ 40 ปีมาแล้ว และเชียงใหม่ พัทยา ภูเก็ต ในปัจจุบัน) และบางทีเหตุผลเพียงเท่านี้ ก็พอสำหรับที่นักท่องเที่ยวจะยอมอดอดมในเรื่องอื่นๆ เพื่อเก็บเงินไว้ไปเที่ยว ทั้งนี้ โดยคำนึงเล็กน้อยถึงค่าใช้จ่าย อย่างไรก็ดี ถ้านักท่องเที่ยวจะเอาใจใส่ในเรื่องอัตราแลกเปลี่ยนบางทีก็จะได้ประโยชน์มากขึ้นจากเงินที่เสียไป (หม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย. 2527: 103 – 104)

4.8 อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

4.8.1 ดัชนีราคา คือ เครื่องวัดราคาเฉลี่ยของสินค้าและบริการจำนวนหนึ่ง หรือตะกร้าหนึ่ง (Basket Of Goods And Services) ของปีใดปีหนึ่งเปรียบเทียบกับราคาเฉลี่ยของสินค้าและบริการ หรือตะกร้าเดียวกันนั้นในปีอ้างอิงหรือเรียกว่าปีฐาน (Base Year)

จากความหมายของดัชนีราคาข้างต้น ยังมีประเด็นที่ควรทำความเข้าใจเสียก่อน ดังนี้

1) ปีฐาน ซึ่งหมายถึงปีที่ใช้อ้างอิงนั้น การที่จะเลือกปีใดเป็นปีฐานนั้น จะต้องมีความหลักเกณฑ์ในการพิจารณากว้างๆ คือ เป็นปีที่ภาวะเศรษฐกิจค่อนข้างเป็นปกติ ไม่เกิดภาวะเงินเฟ้อหรือการว่างงานในอัตราสูง พฤติกรรมของหน่วยงานเศรษฐกิจต่างๆ ดำเนินไปอย่างปกติ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงภาวการณ์อย่างขนานใหญ่ ไม่มีการปรับอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งเป็นผลให้ค่าเงินสกุลของประเทศเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ประเทศไม่เกิดภาวะสงคราม หรือความไม่สงบเรียบร้อยในประเทศอย่างรุนแรง และไม่เกิดภัยพิบัติอย่างรุนแรง

2) สินค้าและบริการในตะกร้า ที่นำมาคำนวณดัชนีราคานั้น ถ้าเป็นสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อในราคาตลาด ดัชนีราคาที่จะคำนวณได้จะเรียกว่า ดัชนีราคาผู้บริโภค แต่ถ้าเป็นสินค้าและบริการที่ผู้ผลิตจ่ายซื้อ ดัชนีราคาที่จะคำนวณได้จะเรียกว่า ดัชนีราคาผู้ผลิต ดังนั้น ดัชนีราคาจึงมีหลายประเภทขึ้นอยู่กับสินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาว่าเป็นสินค้าประเภทใด หน่วยเศรษฐกิจประเภทใดเป็นผู้จ่ายซื้อ

3) ดัชนีราคาจะเป็นเท่าใดขึ้นอยู่กับระดับราคาเฉลี่ยและจำนวน หรือปริมาณสินค้าและบริการบนตะกร้า แต่ไม่ได้คำนึงถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ จึงเสมือนมีข้อสมมติแอบแฝงว่าสินค้าและบริการที่อยู่ในตะกร้าในปีใดมีคุณภาพคงที่ หรือมีคุณภาพเหมือนกับคุณภาพของสินค้าและบริการในตะกร้าในปีฐาน เช่นเดียวกับที่จำนวน หรือปริมาณสินค้าและบริการในตะกร้าในปีใดมีจำนวนเท่ากับจำนวนสินค้าและบริการในตะกร้าในปีฐาน

สูตรการคำนวณดัชนีราคาของปีใดปีหนึ่ง (t) ได้ดังนี้

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

โดยที่

P_i^t	=	ราคาสินค้า i ในปี t
P_i^b	=	ราคาสินค้า i ในปีฐาน
Q_t^b	=	ปริมาณสินค้าในตระกร้าในปีฐาน
i...n	=	สินค้า i ถึงสินค้า n ที่นำมาคำนวณดัชนีราคา

เนื่องจากปริมาณสินค้าในตระกร้าที่นำมาคำนวณดัชนีราคาในปี t คือ ปริมาณสินค้าในตระกร้าในปีฐาน ดังนั้นเมื่อปริมาณสินค้าคงที่ การเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาจะแสดงถึงการเปลี่ยนแปลงของระดับราคา

4.8.2 ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index) เรียกว่า CPI หมายถึง เครื่องวัดการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกของสินค้าและบริการประเภทที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อเพื่อการบริโภค ณ ตลาดและร้านค้าปลีกในปีใดปีหนึ่ง ในจำนวนและคุณภาพที่คงที่เปรียบเทียบกับปีฐานซึ่งเท่ากับหนึ่งร้อย

สินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจ่ายซื้อ ได้แก่ อาหารและเครื่องดื่มที่ไม่มีแอลกอฮอล์ เครื่องนุ่งห่ม ที่อยู่อาศัย บริการตรวจรักษาทางการแพทย์และบริการส่วนบุคคล บริการด้านการขนส่ง และการสื่อสาร การบันเทิงและการศึกษา ยาสูบและเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ ซึ่งผู้บริโภคต้องจ่ายซื้อในราคาตลาด หรือราคาขายปลีก

นอกจากจะมีการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ หรือเรียกว่าดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปแล้ว บางประเทศยังแตกย่อยออกไปเป็นดัชนีราคาผู้บริโภคบางกลุ่มหรือดัชนีราคาผู้บริโภคบางเขตพื้นที่ ตัวอย่างเช่น ประเทศไทยได้มีการคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคมีรายได้น้อย ดัชนีราคาผู้บริโภคเขตชนบท และดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปของภูมิภาคอีกด้วย โดยความแตกต่างที่สำคัญคือ ถ้าดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป สินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไปที่แบ่งออกเป็นหมวดต่างๆ นั้น จะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนจ่ายซื้อโดยครัวเรือนนั้น จะมีรายได้อยู่ระหว่าง 4,000 – 11,000 บาทต่อเดือน และอยู่ในเขตเทศบาล ส่วนสินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคมีรายได้น้อย จะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนผู้บริโภคจ่ายซื้อโดยครัวเรือนนั้น

จะมีรายได้อยู่ระหว่าง 2,000 – 4,000 บาทต่อเดือน และอยู่ในเขตเทศบาล ส่วนสินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาผู้บริโภคในเขตชนบท จะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนผู้บริโภคจ่ายซื้อ โดยครัวเรือนนั้นจะมีรายได้อยู่ระหว่าง 1,500 – 3,500 บาทต่อเดือน และอยู่ในเขตสุขาภิบาล แต่ถ้าเป็นดัชนีราคาของภูมิภาค สินค้าและบริการที่นำมาคำนวณดัชนีราคาจะเป็นสินค้าและบริการที่ครัวเรือนผู้บริโภคในภูมิภาคนั้นจ่ายซื้อ (รัตนา สายคณิต. 2552: 105-108)

สามารถแสดงความสัมพันธ์ในรูปฟังก์ชันอุปสงค์ (Demand Function) ดังนี้

$$Q_t = f[Y_t, E_t, R_t]$$

กำหนดให้ Q_t แทน จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (คน/ปี)

Y_t แทน ผลิตภัณฑ์ในประเทศเบื้องต้นของประเทศญี่ปุ่น

E_t แทน ราคาของเงินตราต่างประเทศวัดกับเงินบาท

R_t แทน อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

t แทน ช่วงเวลาระหว่างปี 2537 – 2551

4.9 ความหมายและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541: 125-126)

4.9.1 ความหมายของพฤติกรรม

เดล แอล. ฮาวกินส์, โรเจอร์ เจ. เบตส์, เคนเนตท์ เอ. โคनी (Del L. Hawkins; Roger J. Best; & Kenneth A. Coney. 1986: 5) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วย การจัดซื้อ, สถิติประชากรและโครงสร้างของสมาชิกในครอบครัว, ความต้องการ ราคา และบุคลิกภาพ, ผู้มีอิทธิพลโน้มน้าวในการซื้อ, กระบวนการข่าวสารและโครงสร้างการตัดสินใจ ปัจจัยเหล่านี้เป็นส่วนประกอบของความต้องการของผู้บริโภคและการทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ

ลิน แอล. พายส์, อีริกส์ เจ. อนอล, โกลด์ เอ็ม. ซินแกรนด์. (Lind L. Price; Eric J. Arnould; & George M. Zinkhan. 2004: 9) ให้ความหมายไว้ว่า พฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วย การใช้และการจ่ายซื้อผลิตภัณฑ์, การบริการ, ความคิดและประสบการณ์

จากความหมายของพฤติกรรมดังกล่าวข้างต้น จึงสรุปได้ว่า พฤติกรรม หมายถึง การกระทำของมนุษย์ซึ่งตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นภายในและภายนอกร่างกาย โดยการแสดงออกของบุคคล ความต้องการของแต่ละบุคคล การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing consumer behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้ นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์การตลาด ที่สามารถตอบสนองของความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

4.9.2 ลักษณะของผู้บริโภค

ผู้บริโภค (Consumer) เป็นหน่วยเศรษฐกิจที่ทำหน้าที่ในการจับจ่ายใช้สอย ด้วยงบประมาณจำนวนหนึ่ง อาจจะประกอบด้วยคนๆ เดียว สองคนหรือมากกว่าสองคนขึ้นไป ผู้บริโภคจะเป็นผู้กำหนดว่าในงบประมาณที่มีอยู่นั้นควรจะใช้จ่ายเท่าไร และใช้จ่ายอย่างไร จากการใช้จ่ายเพื่อบริโภคของผู้บริโภคทำให้เกิดการผลิตสินค้าและบริการต่างๆ มากมาย

ผู้บริโภคที่มีการใช้จ่ายอย่างมีเหตุผล มักจะมีกฎเกณฑ์และข้อสมมติฐานในเรื่องต่างๆ ดังต่อไปนี้

1) การเลือกซื้อสินค้าและบริการ ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่ทำให้ได้รับความพอใจมากที่สุด (Maximize Satisfaction) บุคคลที่ได้ชื่อว่าเป็นมนุษย์เศรษฐกิจ จะมีการตัดสินใจในการเลือกซื้อและบริการที่ทำให้ได้รับความพอใจมากที่สุด และได้รับประโยชน์สูงสุดจากการบริโภคสินค้าและบริการนั้นในงบประมาณที่มีอยู่

2) งบประมาณของผู้บริโภค ในกรณีที่ผู้บริโภคมีรายได้จำนวนจำกัด จำเป็นต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคา และปริมาณของสินค้า จะพบว่าผู้บริโภคที่มีรายได้ต่ำจะชอบเลือกสินค้าที่มีราคาถูก และได้ของในปริมาณมาก จึงใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกซื้อนาน ตรงข้ามกับผู้บริโภคที่มีงบประมาณอย่างไม่จำกัด มักจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ในเวลาอันรวดเร็ว โดยไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องราคา และจำนวนปริมาณของสินค้าและบริการนั้นมักจะมุ่งสู่ความพอใจเป็นหลักสำคัญ

3) ประโยชน์ส่วนเพิ่ม ผู้บริโภคจะคำนึงถึงประโยชน์ส่วนที่เพิ่มเข้ามา นอกจากที่มีอยู่แล้ว หรือเรียกว่าผลพลอยได้ สินค้าที่ผู้บริโภคได้รับเพิ่มขึ้นจากการบริโภคสินค้านั้นเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ คุณค่าของสินค้าในความรู้สึกของผู้บริโภคจะลดลงตามลำดับ

4) สินค้าต่างชนิดกัน ผู้บริโภคย่อมมีความพอใจที่จะได้บริโภคสินค้าหลายชนิดแตกต่างกันไป ตามจำนวนที่สามารถจะบริโภคได้ เป็นการแบ่งรายได้ใช้จ่ายในรายการหลายๆ รายการเพื่อการดำรงชีวิตละปรับตัวให้เข้ากับภาวะเศรษฐกิจ โดยได้รับความพอใจจากการบริโภค

4.10 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อตามลักษณะของบุคคล (ศิริวรรณ เสรีรัตน์.

2541: 145-151)

การตัดสินใจซื้อ จะได้รับอิทธิพลจากลักษณะของผู้ซื้อซึ่งมีปัจจัยที่แตกต่างกัน ได้แก่

1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม (Cultural Factors) ประกอบด้วย

1.1) วัฒนธรรมพื้นฐาน เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อคนส่วนมากในสังคมและเป็นตัวกำหนดความต้องการและพฤติกรรมพื้นฐานโดยส่วนมากของบุคคล เป็นสิ่งที่ปลูกฝังโดยเริ่มจากครอบครัว โรงเรียน และสังคม

1.2) วัฒนธรรมย่อย หรือวัฒนธรรมเฉพาะกลุ่ม เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นจากวัฒนธรรมของคนบางกลุ่ม ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้รับจากสมาชิกกลุ่ม

1.3) ระดับชั้นในสังคม เช่นฐานะ การศึกษา หรืออาชีพ เป็นตัวกำหนดพฤติกรรม การบริโภคของคนในแต่ละกลุ่ม เพื่อสร้างการยอมรับจากระดับชั้นในสังคมนั้นๆ

2) ปัจจัยทางสังคม (Social Factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่

2.1) กลุ่มอ้างอิง ประกอบด้วยกลุ่มบุคคลที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อทัศนคติ และพฤติกรรมของบุคคล โดยกลุ่มที่มีผลโดยตรงนั้นจะเรียกว่า Membership Groups ซึ่งจะประกอบด้วย Primary Groups เช่น ครอบครัว เพื่อน ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่ติดต่อย่างใกล้ชิดและไม่เป็นทางการ และ Secondary Groups เช่น ศาสนา อาชีพ เป็นกลุ่มที่มีการติดต่อกันอย่างเป็นทางการและไม่ได้มีการติดต่อกันเป็นประจำ

2.2) ครอบครัว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

2.3) บทบาทและสถานะ บุคคลที่เกี่ยวข้องกับหลายกลุ่ม เช่น ครอบครัว กลุ่มอ้างอิง องค์กร และสถาบันต่างๆ บุคคลจะมีบทบาทและสถานะที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม

3) ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors) เป็นลักษณะเฉพาะบุคคลในด้านต่างๆ ได้แก่

3.1) การที่มีอายุที่แตกต่างกันย่อมจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์ต่างกัน การแบ่งผู้บริโภคตามอายุ เช่น กลุ่มวัยรุ่นชอบทดลองสิ่งแปลกใหม่และชอบสินค้าแฟชั่น

3.2) อาชีพของแต่ละบุคคลจะนำไปสู่ความจำเป็นและความต้องการสินค้าที่แตกต่างกันออกไป

3.3) รายได้ของแต่ละบุคคลจะกระทบต่อสินค้าและบริการต่างๆ ที่เขาตัดสินใจซื้อ บุคคลที่มีรายได้แตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าต่างกัน

3.4) ผู้ที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มการบริโภคและการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาต่ำ

4.11 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (สุปัญญา ไชยชาญ. 2542: 113-123)

1) ปัจจัยทางวัฒนธรรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคกว้างขวางที่สุด ซึ่งแบ่งย่อยออกเป็น

1.1) วัฒนธรรมหลัก เป็นสิ่งที่มีอยู่ในทุกกลุ่มหรือทุกสังคมของมนุษย์และเป็นกลุ่มที่ก่อให้เกิดค่านิยม การรับรู้ ความอยากได้และพฤติกรรมของมนุษย์ สิ่งเหล่านี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะถ่ายทอดให้แก่กัน ซึ่งแต่ละสังคมก็มีวัฒนธรรมหลักเป็นของตนเอง ดังนั้น พฤติกรรมการซื้อของมนุษย์ในแต่ละสังคมจึงแตกต่างกัน

1.2) อนุวัฒนธรรม หมายถึง วัฒนธรรมของกลุ่มย่อยที่รวมกันเข้าเป็นสังคมส่วนใหญ่อนุวัฒนธรรมแบ่งออกเป็น 4 แบบ คือ

1.2.1) อนุวัฒนธรรมทางเชื้อชาติ การที่สังคมใหญ่ประกอบไปด้วยคนหลายเชื้อชาติ การที่สังคมใหญ่ประกอบไปด้วยคนหลายเชื้อชาติ มีธรรมเนียมประเพณีเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง โดยเฉพาะในด้านภาษา ขนบประเพณี อาหาร เป็นต้น

1.2.2) อนุวัฒนธรรมตามท้องถิ่น ในสังคมใหญ่ประกอบไปด้วยคนหลายกลุ่มจากหลายท้องถิ่นเข้ามาอยู่ร่วมกัน คนแต่ละท้องถิ่นจะมีการแสดงออกบางประการที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นตน

1.2.3) อนุวัฒนธรรมทางอายุ ในสังคมหนึ่งจะประกอบไปด้วยคนหลายวัยโดยทั่วไปมักแบ่งเป็นวัยเด็ก วัยรุ่น วัยผู้ใหญ่ และวัยชรา แต่ละวัยต่างมีความรู้สึกนึกคิด ประสบการณ์ และโลกทัศน์แตกต่างกันไป

1.2.4) อนุวัฒนธรรมทางอาชีพ แต่ละอาชีพมีแบบแผนพฤติกรรมบางประการแตกต่างกันออกไป

1.3) ชนชั้น หมายถึง คนจำนวนหนึ่งที่มีรายได้ อาชีพ การศึกษา หรือชาติตระกูลอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างเหมือนกัน

ชนชั้นของผู้บริโภคในสังคมเมื่อแบ่งออกแล้วจะมีลักษณะดังนี้

(1) ผู้บริโภคที่อยู่ในชั้นเดียวกันมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมเหมือนกัน

(2) สถานภาพของผู้บริโภคจะสูงหรือต่ำ ส่วนหนึ่งขึ้นอยู่กับว่าจะถูกจัดอยู่ในชนชั้นไหน

(3) ชั้นของผู้บริโภคถูกจัดกลุ่มและลำดับความสูงต่ำโดยตัวแปรหลายตัว เช่น อาชีพ รายได้ การศึกษา และค่านิยม เป็นต้น

2) ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางสังคมที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคมีมากมาย เช่น กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว บทบาท และสถานภาพในสังคมผู้บริโภค เป็นต้น

3) ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่สำคัญ ได้แก่ อายุ วัฏจักรชีวิต ครอบครัว อาชีพ รายได้ รูปแบบการดำเนินชีวิต และบุคลิกภาพ

3.1) อายุ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อหรือตัดสินใจบริโภคของบุคคลย่อมแปรเปลี่ยนไปตามระยะเวลาที่ยังมีชีวิตอยู่ ขณะอยู่ในวันทารกหรือวัยเด็ก พ่อแม่จะเป็นผู้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์มาให้บริโภคเกือบทั้งหมด วัยรุ่นบุคคลจะตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ด้วยตนเองในบางอย่าง วัยผู้ใหญ่มีรายได้เป็นของตนเอง อำนาจการตัดสินใจซื้อจะมีมากที่สุด และวัยชราการเลือกซื้อจากความเห็นจากบุคคลอื่นๆ เช่น ญาติพี่น้อง บุตรหลาน

3.2) อาชีพของบุคคลจะมีลักษณะเฉพาะบางประการที่ทำให้ต้องบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ต่างไปจากผู้ประกอบการอาชีพอื่นๆ เช่น นักธุรกิจก็ต้องใช้ความคิดอยู่ตลอดเวลา หากขับรถด้วยตนเองอาจเกิดอุบัติเหตุได้ง่าย ทำให้ต้องบริโภคบริการของพนักงานขับรถ

3.3) รายได้ส่วนบุคคล รายได้ส่วนบุคคลของผู้บริโภคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคจะนำรายได้ในส่วนที่เหลือจากการออมและการซื้อผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นแก่การครองชีพไปซื้อสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย

จากความหมายและทฤษฎีพฤติกรรมของผู้บริโภค รวมถึงปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่กล่าวมาข้างต้น จะเห็นได้ว่าผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวคือผู้บริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลและส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวว่ามีพฤติกรรมและลักษณะการท่องเที่ยวอย่างไร ผู้ศึกษาจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมที่แท้จริงของผู้บริโภคในลักษณะต่างๆ รวมถึงปัจจัยใดบ้างที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมนักท่องเที่ยวตามที่กล่าวมาแล้ว เพื่อใช้เป็นหลักฐานข้อมูลในการทำความเข้าใจในเรื่องของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่จะศึกษาได้

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

5.1 เอกวัฒน์ เดชสกุล (2550: 62-91) ทำการศึกษา เรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีอิทธิพลต่อภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยได้จำแนกนักท่องเที่ยวออกตามประเทศที่เป็นถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว 2 ประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น และประเทศเกาหลีใต้ โดยพิจารณาให้ประเทศสิงคโปร์และประเทศเวียดนามเป็นคู่แข่งทางภาคการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย และใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิวัติประวัตินุกรมเวลารายปีในช่วงปี 2528 – 2547 เพื่อประมาณการสมการจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย ด้วยวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน หรือเชิงพหุ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสมการแบบจำลองจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสัญชาติญี่ปุ่นที่เดินทางมายังประเทศไทย คือ จำนวนประชากรของประเทศญี่ปุ่น มีอิทธิพลในทางบวก ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนในรูปเงินสกุลดองของประเทศเวียดนามต่อสกุลเงินของประเทศญี่ปุ่น 1 หน่วยมีอิทธิพลในทางลบ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ ทางด้านปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสมการแบบจำลองจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสัญชาติเกาหลีใต้ที่เดินทางมายังประเทศไทย คือ รายได้

ประชากรติดหัว มีหน่วยเป็นเงินตราของประเทศเกาหลีใต้ มีอิทธิพลในทางบวก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้ ส่วนจำนวนประชากรของประเทศเกาหลีใต้ มีอิทธิพลในทางลบ สำหรับตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนในรูปเงินสกุลดอลลาร์สิงคโปร์ต่อเงินสกุลของประเทศเกาหลีใต้ 1 หน่วย ตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนในรูปเงินสกุลดองของเวียดนาม ต่อสกุลเงินของประเทศเกาหลีใต้ 1 หน่วย มีอิทธิพลในทางบวก ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่วางไว้

5.2 สุพัฒน์ เตโชชลาสัย (2547: 67-129) ทำการศึกษา เรื่อง "ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีน เข้าสู่ประเทศไทย" มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีน เข้าสู่ประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีน เข้าสู่ประเทศไทย มีขอบเขตการวิจัยที่พิจารณาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีน เข้าสู่ประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิทินปีในกำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา 2 ส่วน คือ ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2542 – 2546 สำหรับส่วนที่ 2 คือ ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีน เข้าสู่ประเทศไทย ใช้ระยะเวลาในการศึกษา 20 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2527 – 2546 ได้แก่ ผลกระทบภายในประเทศเบื้องต้น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ทั้งนี้ ในการวิจัยครั้งนี้ มีการใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ สถิติอ้างอิง ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยใช้ F-test และ t-test และการวิเคราะห์ด้วยสถิติอื่นๆ ได้แก่ การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน ผลการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว พบว่า ผลกระทบภายในประเทศเบื้องต้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และจีน สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และเกาหลี อีกทั้งอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ สหราชอาณาจักร และเกาหลี กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ สหราชอาณาจักร และเกาหลี

5.3 ไพศาล เยี่ยงสุภพานนท์ (2547: 42-81) ทำการศึกษา เรื่อง "การศึกษาหาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร" มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานคร และเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวจาก

กรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระยะเวลาพำนักราคาใช้จ่ายเฉลี่ย ทำการศึกษา โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ จากตาราง Cross-tab และสร้างสมการด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square Method) ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวจากกรุงเทพมหานครไม่ค่อยแตกต่างกันมากนัก จากตาราง Cross-tab ไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างจำนวนวันพักกับตัวแปรอื่น อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันพัก 3-4 วันเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งนักท่องเที่ยวจากจังหวัดกรุงเทพมหานครอาจมีข้อจำกัดในเรื่องเวลาและวันหยุดทำให้เดินทางไปท่องเที่ยวสถานที่ใกล้ๆ ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์หรือวันหยุดต่อเนื่อง แต่สำหรับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน พบว่ามีความสัมพันธ์กับปัจจัยบางตัว เช่น เพศ รูปแบบในการเดินทาง และรายได้ต่อเดือน สำหรับการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุเชิงเส้น ที่ใช้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศในแง่ของจำนวนวันพักและค่าใช้จ่ายเฉลี่ย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักอย่างมีนัยสำคัญมีเพียงปัจจัยเดียว คือ อาชีพนักศึกษาที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักในทิศทางบวก อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดในเรื่องวันหยุดดังกล่าวแล้ว ทำให้ปัจจัยอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพัก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันอย่างมีนัยสำคัญ พบว่า รายได้ต่อเดือนมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในทิศทางบวก ส่วนรูปแบบในการเดินทางไปเองและเพศชายมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในทิศทางลบ

5.4 นุสรา กลิ่นภู (2546: 54-64) ทำการศึกษา เรื่อง “การศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบถึงตัวแปรที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิรายปี ระหว่างปี 2530 – 2544 ผลการศึกษาส่วนที่ 1 พบว่ารายได้ประชาชาติต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน และงบประมาณส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น การประชาสัมพันธ์ การโฆษณาแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับผลการศึกษาในส่วนที่ 2 พบว่า ค่าของรายได้ประชาชาติต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน และงบประมาณส่งเสริมและพัฒนากการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ทางด้านรายได้น้อยกว่า 1 สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อตัวแปรที่นำมาศึกษาเปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะสูงหรือลดลงไปร้อยละ 1 แล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่าร้อยละ 1

5.5 นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ (2546: 81-84) ทำการศึกษา เรื่อง “การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย” โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศไทยใน 5 อันดับแรก ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา มาเลเซีย และจีน มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย และเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย โดยทำการพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต ซึ่งใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อนเพื่อสร้างแบบจำลอง แล้วจึงทำการพยากรณ์ตัวแปรต่างๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเพื่อทดสอบแบบจำลอง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน อัตราดอกเบี้ยเงินฝากและอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม สำหรับผลการพยากรณ์พบว่า ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และจีน เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีโอกาสทางการตลาดค่อนข้างสูง

5.6 เปรมวดี ณ นครพนม (2544: 26-80) ทำการศึกษา เรื่อง “การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง:กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์” มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง และเพื่อศึกษาอิทธิพลของสังคมและวัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับการศึกษาเชิงคุณภาพนั้น เป็นการศึกษาค้นคว้าในเชิงลึกถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นปฏิบัติ ทั้งในการท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ส่วนการศึกษา เชิงปริมาณนั้น ผู้วิจัยเลือกประชากรตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจำนวน 100 ราย ที่พบโดยบังเอิญบริเวณพื้นที่เกาะรัตนโกสินทร์ 5 แห่ง คือ วัดพระเชตุพนวิมลมังคลาราม พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ ถนนข้าวสาร บางลำพู และป้อมพระสุเมรุ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่มาท่องเที่ยวประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเองนี้ สามารถจำแนกได้เป็น 4 กลุ่มตามลักษณะอาชีพ คือ นักเรียน/นักศึกษา พนักงานบริษัท พนักงานรัฐวิสาหกิจ/ข้าราชการ และแม่บ้าน กลุ่มที่มีแนวโน้มเข้ามาท่องเที่ยวมากคือ นักเรียน/นักศึกษา มีร้อยละ 45 เมื่อพิจารณาถึงการจัดการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวเองมีร้อยละ 69 มา กับแพคเกจทัวร์ที่มีเวลาอิสระ มีร้อยละ 31 สำหรับแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาท่องเที่ยวประเทศไทยในครั้งนี้ คือ สถานที่ท่องเที่ยวของไทย รองลงมา คือ ประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายถูกและครบครันหรือญาติชักชวน นอกจากนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในทุกกลุ่มต้องการเที่ยวชมสถานที่

ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมมากที่สุด รองลงมา คือ พักผ่อนหย่อนใจ และช้อปปิ้ง ส่วนกำหนดการท่องเที่ยวนั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะจองท่องเที่ยวในประเทศไทย มีร้อยละ 65 แต่อย่างไรก็ดี นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคาดหวังที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก โดยมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง ต้องการที่พักที่มีเพียงสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน และมีโอกาสได้สัมผัสวิถีชีวิตท้องถิ่นให้มากขึ้น

5.7 วิภาวี สงวนรัตน์ (2540: 55-70) ทำการศึกษา เรื่อง “การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะสั้น และระยะยาว ทั้งนี้ ทำการศึกษา 6 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมัน อังกฤษ ฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาและข้อมูลภาคตัดขวางในช่วงปี 2530-2539 สำหรับผลการศึกษาโดยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมายังประเทศไทย กับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย ส่วนผลการศึกษาทางด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ขึ้นอยู่กับอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมายังประเทศไทย กับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยของคนในประเทศนักท่องเที่ยว และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย

5.8 มาลีรัตน์ สุขศรี (2540: 41-62) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ ช่วงปี 2523-2537 โดยเลือกประเทศที่ใช้ตัวแทนของภูมิภาคดังกล่าวจำนวน 9 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย และประเทศไทย พบว่าจำนวนประชากรของแต่ละประเทศโดยส่วนมากจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลียที่จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามสำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคลของทุกประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ส่วนอัตราค่าโดยสารส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม การวิเคราะห์ได้แยกพิจารณาเป็นรายประเทศเพื่อศึกษาปัจจัยสนับสนุนและปัจจัยที่เป็นอุปสรรค ตลอดจน

สภาพทั่วไปของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย การพยากรณ์ทำโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยในการพยากรณ์ค่าของตัวแปรต่างๆ ที่ทำการศึกษา ได้แก่ จำนวนประชากร มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล และอัตราค่าโดยสารสายการบิน ในปี 2541-2545 ขึ้นก่อนแล้ว จึงนำค่าที่พยากรณ์ได้มาเข้าสมการอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ ผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามายังประเทศไทยนั้น พบว่า จะมีเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง

ทั้งนี้ ได้สรุปสาระสำคัญของผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้ง 8 เรื่อง (ตาราง 3)

ตาราง 3 สรุปสาระสำคัญของผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
1	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวเกาหลีใต้และญี่ปุ่น (พ.ศ.2550) เอกวัฒน์ เดชสกุล	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีอิทธิพลต่อภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาจากการหาค่าเฉลี่ย หรือร้อยละ 2) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	1) จำนวนประชากรของประเทศนักท่องเที่ยว 2) รายได้ประชาชาติต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว 3) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (บาทต่อสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว) 4) งบประมาณที่ใช้ในการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย 5) ชั่วโมงการทำงานต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยว

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
2	ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มี ผลต่ออุปสงค์การ ท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจากประเทศ มาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และ จีน เข้าสู่ประเทศไทย (พ.ศ.2547) สุพัฒนา เตชะชลาลัย	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และ จีน เข้าสู่ประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มี ผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และ จีน เข้าสู่ประเทศไทย <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา จากคำร้อยละ 2) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ	1) จำนวนนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ 2) ผลผลิตภายในประเทศ เบื้องต้นของประเทศ นักท่องเที่ยว 3) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา ระหว่างประเทศ (ราคาของ เงินตราของประเทศ นักท่องเที่ยววัดเงินบาท) 4) อัตราส่วนเปรียบเทียบของ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ นักท่องเที่ยวกับดัชนีราคา ผู้บริโภคของประเทศไทย

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
3	การศึกษาหาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร (พ.ศ.2547) ไพศาล เยี่ยงสุภพานนท์	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร 2) เพื่อศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดกรุงเทพมหานคร <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาจากค่าร้อยละ 2) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ จากตาราง Cross-tab 3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด 4) การวิเคราะห์ความถดถอยพหุเชิงเส้น	1) จำนวนวันพัก 2) ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3) รายได้ต่อเดือน 4) รูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว 5) จำนวนสมาชิกที่เป็นภาระที่ไปท่องเที่ยวด้วยกัน 6) วัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยว 7) เพศ 8) อายุ 9) สถานภาพการสมรส 10) อาชีพ

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
4	การศึกษาตัวแปรที่มี ผลกระทบต่อจำนวน นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ เดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทย (พ.ศ.2546) นุสรณ์ กลิ่นภู	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงตัวแปรที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงความยืดหยุ่นทางด้านรายได้ของสินค้าบริการทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย 3) เพื่อศึกษาถึงรูปแบบ กลยุทธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 4) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์แบบ SWOT Analysis พิจารณาจุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคในด้านการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาจากค่าร้อยละ 2) การวิเคราะห์ความถดถอยพหุเชิงเส้น 3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด	1) จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) รายได้ประชาชาติต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น 3) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงิน 100 เยน 4) งบประมาณส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
5	การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย (พ.ศ.2546) นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อบุประสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย 3) เพื่อทำการพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนาจากคำร้อยละ 2) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ 3) การคำนวณหาอัตราการเปลี่ยนแปลงจากข้อมูลที่มีการปรับให้เรียบ	1) จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกจากประเทศนักท่องเที่ยวเพื่อมายังประเทศไทย 2) ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว 3) อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของประเทศนักท่องเที่ยว 4) ปริมาณเงินออมของประเทศนักท่องเที่ยว 5) อัตราการว่างงานของประเทศนักท่องเที่ยว 6) อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงของประเทศนักท่องเที่ยว

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
6	การศึกษาพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ เดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยแบบจัดการ ท่องเที่ยวด้วยตนเอง : กรณีศึกษาบริเวณพื้นที่ เกาะรัตนโกสินทร์ (พ.ศ.2544) เปรมวดี ณ นครพนม	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมกา รท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทาง มาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบ จัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของสังคมและ วัฒนธรรมญี่ปุ่นที่มีผลต่อพฤติกรรม กาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน ประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยว ด้วยตนเอง <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยเชื่อมโยงบริบททางประวัติศาสตร์ การจัดองค์กรทางสังคม และเศรษฐกิจ การเมือง กับพฤติกรรมกาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น 2) การวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงพรรณนา จากคำร้อยละ และค่าเฉลี่ย	1) ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน 2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยว 3) วัตถุประสงค์ในการ ท่องเที่ยว 4) ระยะเวลาพัก 5) ที่พัก 6) เพื่อนร่วมเดินทาง 7) กิจกรรมที่ปฏิบัติใน แหล่งท่องเที่ยว 8) ค่าใช้จ่าย 9) การจัดการท่องเที่ยว 10) ปัญหาที่ประสบ ในขณะท่องเที่ยว 11) ข้อมูลเกี่ยวกับ ความคาดหวังในรูปแบบ กาท่องเที่ยวในประเทศไทย หากได้มาเยือนซ้ำ

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
7	การวิเคราะห์อุปสงค์การ ท่องเที่ยวและค่าใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศในประเทศไทย (พ.ศ.2540) วิภาวี สงวนรัตน์	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มี ผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศที่สำคัญในประเทศไทย 2) เพื่อเป็นข้อมูลในการวางแผนและ ส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะสั้น และ ระยะยาว โดยเน้นการส่งเสริมในปัจจุบัน ที่เป็นตัวกำหนดอย่างแท้จริง <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีกำลังสอง น้อยที่สุด	1) จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศ 2) อัตราส่วนของราคาห้องพัก ต่อวันของประเทศไทยกับ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนใน ประเทศนักท่องเที่ยว 4) อัตราส่วนเปรียบเทียบของ ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของ ประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนี ราคาสินค้าผู้บริโภคของ ประเทศไทย 5) ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศในประเทศไทย 6) อัตราส่วนของราคา ค่าโดยสารเครื่องบินในประเทศ นักท่องเที่ยวมายังประเทศไทย กับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนใน ประเทศนักท่องเที่ยว

ตาราง 3 (ต่อ)

ที่	ชื่อผลงานวิจัย	วัตถุประสงค์ของการวิจัย และการวิเคราะห์ข้อมูล	ตัวแปรที่ศึกษา
8	การวิเคราะห์อุปสงค์ของ นักท่องเที่ยวในภูมิภาค เอเชียแปซิฟิกที่เดินทาง เข้าสู่ประเทศไทย โดยทางอากาศ (พ.ศ.2540) มาลีรัตน์ สุขศรี	<u>วัตถุประสงค์ของการวิจัย</u> 1) เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มี ผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ภายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทาง เข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ 2) เพื่อการพยากรณ์ปริมาณ นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยทางอากาศ จากประเทศต่างๆ ภายในภูมิภาค เอเชียแปซิฟิกเข้ามายังประเทศไทย ในอนาคต <u>การวิเคราะห์ข้อมูล</u> 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยนำเสนอในรูปของตารางทางสถิติ กราฟ และแผนที่ 2) การวิเคราะห์ความถดถอยพหุ เชิงเส้น 3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีกำลังสอง น้อยที่สุด	1) จำนวนประชากรของ แต่ละประเทศ 2) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ประชาชาติต่อบุคคลของ แต่ละประเทศ 3) อัตราค่าโดยสาร สายการบินของแต่ละประเทศ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การดำเนินการศึกษาวิจัย ทั้ง 3 ส่วนดังกล่าว ได้ดำเนินการศึกษาตามขั้นตอน ดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย
2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การจัดกระทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล
5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

1.1 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากฐานข้อมูลต่างๆ เป็นรายปี จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551 ดังต่อไปนี้

- 1) ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย เป็นรายปี ระหว่างปี 2537 – 2551 (Cabinet Office, government of Japan. 2009: ออนไลน์)
- 2) ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย เป็นรายปี ระหว่างปี 2537 – 2551 (Ministry of Internal Affairs and Communications. 2008: ออนไลน์)
- 3) ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย เป็นรายปี ระหว่างปี 2537 – 2551 (สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2552: ออนไลน์)
- 4) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เป็นรายปี ระหว่างปี 2537 – 2551 (ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2552: ออนไลน์)

5) ข้อมูลสถิติทางด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เก็บรวบรวมจากฐานข้อมูลหนังสือ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand : Tourism Authority of Thailand ระหว่างปี 2537 – 2551

1.2 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 3 มีการกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในเขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12 – 25 มีนาคม 2553 โดยใช้ข้อมูลอ้างอิงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2551 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวน 1,110,729 คน ดังนั้นสามารถคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม และมีขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่น้อยที่สุดที่สามารถยอมรับได้ว่ามากเพียงพอที่จะใช้เป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยใช้สูตร ทาโรยามาเน่ (พิชิต ฤทธิ์จัญญ. 2549: 117; อ้างอิงจาก Taro Yamane. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. P.715) กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนี้

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

โดยกำหนดให้

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e = ระดับของความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

N = ขนาดของกลุ่มประชากรทั้งหมด

แทนค่าในสูตร ดังนั้นจะได้

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,110,729}{1 + 1,110,729 (0.05)^2} \\ &= \frac{1,110,729}{2777.8} \\ &= 399 \text{ หรือประมาณ } 400 \text{ ตัวอย่าง} \end{aligned}$$

วิธีการเก็บกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling)
(วารุ เพ็งสวัสดิ์. 2551: 198)

2. การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบบันทึกซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นรายปี ระหว่างปี 2537 – 2551 โดยข้อมูลที่จัดเก็บได้จะนำมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัยด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์

ทั้งนี้ สำหรับการศึกษารายปี ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้ข้อมูลในการศึกษา ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษา และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
- 2) สร้างตารางข้อมูลให้ครอบคลุมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัย
- 3) รวบรวมข้อมูลตัวแปรต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

2.2 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 3 ใช้เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามชนิด ปลายเปิด และปลายปิด โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อที่ 1 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับเพศ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Two ways question ได้แก่ ชาย, หญิง

ข้อที่ 2 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับอายุ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบ เพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ ต่ำกว่า 20 ปี , 21-30 ปี , 31-40 ปี , 41-50 ปี , มากกว่า 51 ปีขึ้นไป

ข้อที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานภาพ ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ โสด, สมรส, หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

ข้อที่ 4 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับรายได้ต่อเดือน ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ น้อยกว่า 300,000 บาท, 300,000-400,000 บาท, 400,001-500,000 บาท, มากกว่า 500,000 บาท ขึ้นไป

ข้อที่ 5 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับอาชีพ ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ นักเรียน/นักศึกษา, ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ, พนักงานบริษัท, เจ้าของธุรกิจส่วนตัว, อื่นๆ

ข้อ 6 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับการศึกษา ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ ต่ำกว่าปริญญาตรี, ปริญญาตรี, สูงกว่าปริญญาตรี

ข้อที่ 7 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความถี่ในการมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ ครั้งแรก, 2 ครั้ง, 3 ครั้ง, มากกว่า 3 ครั้ง

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อที่ 8 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับแหล่งรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ เพื่อน, หนังสือพิมพ์ – นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์, บริษัททัวร์, อินเทอร์เน็ต, อื่นๆ

ข้อที่ 9 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ ท่องเที่ยว/พักผ่อน, เยี่ยมญาติ/เพื่อน, ประชุม/สัมมนา, ติดต่อธุรกิจ, ตรวจสอบสุขภาพและความงาม, อื่นๆ

ข้อที่ 10 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ คนเดียว, เพื่อน / ครอบครัว, ที่ทำงาน, บริษัทนำเที่ยว

ข้อที่ 11 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ ทะเล, เมืองศิลปะและวัฒนธรรม, เมืองศูนย์กลางธุรกิจและสันตนาการ, อื่นๆ

ข้อที่ 12 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับช่วงเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ, วันหยุดพักร้อน, ช่วงที่มีเทศกาล / งานประเพณีของไทย, ไม่กำหนด ช่วงเวลาที่แน่นอน

ข้อที่ 13 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับสถานที่พักค้างคืน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ โรงแรม, เกสต์เฮาส์, บังกะโล / รีสอร์ท, บ้านญาติ / เพื่อน, อื่นๆ

ข้อที่ 14 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับระยะเวลาที่พักค้างคืน ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ น้อยกว่า 5 คืน, 5 คืน 6 คืน, 6 คืนขึ้นไป

ข้อที่ 15 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับที่มาของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ เงินตัวเอง, เงินจากรัฐบาลสนับสนุน, เงินจากครอบครัว, เงินจากญาติ, อื่นๆ

ข้อที่ 16 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายของการเดินทางมาท่องเที่ยว (บาท/คน/วัน) ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ น้อยกว่า 3,000 บาท/คน/วัน, 3,000 – 4,000 บาท/คน/วัน, 4,001 – 5,000 บาท/คน/วัน, มากกว่า 5,000 บาท/คน/วัน

ข้อที่ 17 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่เสียมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ ได้แก่ ค่าที่พัก, ค่าอาหารและเครื่องดื่ม, ค่าพาหนะในการเดินทาง, ค่าซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง

ข้อที่ 18 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว, คุณภาพของสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว, ความปลอดภัย, ปัญหาการเมือง, อื่นๆ

ข้อที่ 19 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง ได้แก่ กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย, วัฒนธรรมและประเพณีไทย แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย, อื่นๆ

ข้อที่ 20 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก ลักษณะคำถามเป็นแบบ Two ways question ได้แก่ ต้องการกลับมา, ไม่ต้องการกลับมา

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1) กำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยและศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) นำมาสร้างแบบสอบถามตามความมุ่งหมายของการวิจัย ข้อ 3 โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้น เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา เนื้อหา และรูปแบบของแบบสอบถาม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา

4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์

5) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว เสนออาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง อีกทั้งได้ทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย ข้อ 3 แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เรียบร้อยสมบูรณ์ก่อนการออกเก็บข้อมูลจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 มีขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารตำราทางวิชาการ วารสาร และสิ่งพิมพ์ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 1) สำนักหอสมุดกลาง อาคารสยามบรมราชกุมารี มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- 2) สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- 3) สำนักหอสมุดกลาง (ปรีดี พนมยงค์) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- 4) สำนักบรรณสารการพัฒนา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- 5) หอสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3.1.2 คัดเลือกข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาแล้ว จะต้องดำเนินการคัดเลือกข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดเพื่อใช้ในการศึกษา

3.1.3 เรียบเรียงข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มาแล้ว จะต้องนำข้อมูลที่ได้มาจัดเป็นหมวดหมู่ตามกลุ่มของตัวแปรที่จะทำการศึกษา

3.1.4 ตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากจัดหมวดหมู่ตามกลุ่มของตัวแปรที่จะศึกษาเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

3.2 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 3 ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Date) ที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยที่ผู้วิจัยจะใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Taro Yamane. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. P.715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (วาโร เพ็งสวัสดิ์. 2551: 198) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ได้นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาดำเนินการดังต่อไปนี้

4.1.1 นำข้อมูลทุติยภูมิที่ได้มาตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนของข้อมูล

4.1.2 เลือกข้อมูลที่ผู้วิจัยคิดว่าจะมีความถูกต้อง เพื่อนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1.3 นำข้อมูลดังกล่าวมาจัดกระทำใหม่ โดยนำข้อมูลที่ยังเป็นข้อมูลดิบที่ไม่สามารถนำมาใช้ได้มาจัดกระทำให้อยู่ในรูปที่สามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้

4.1.4 นำข้อมูลที่จัดแล้วมาบันทึกโดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อการวิเคราะห์ผล ซึ่งใช้โปรแกรมสถิติสำเร็จรูป เพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4.1.5 วิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย แบ่งออกเป็นประเภทต่างๆ ดังนี้

1) การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis)

ถ้ามีตัวแปรอิสระที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยที่ความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้นจะได้สมการความถดถอยเชิงพหุ ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระโดยอยู่ในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) ดังนี้ (กัลยา วาณิชยปัญญา. 2538: 449)

$$\ln Q_z = \alpha + \beta_1 \ln Y_z + \beta_2 \ln E_z + \beta_3 \ln R_z + e$$

เมื่อ	ln	แทน	ลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm)
	Q_z	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (คนต่อปี)
	α	แทน	ค่าคงที่
	Y_z	แทน	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น
	E_z	แทน	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท)
	R_z	แทน	อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น กับ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
	β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)
	e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
	Z	แทน	ช่วงเวลา ระหว่างปี 2537 – 2551

2) การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่น

การวิเคราะห์ค่าความยืดหยุ่น จะใช้ศึกษาค่าความยืดหยุ่นของปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยการคำนวณหาค่าความยืดหยุ่น ผลการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม (Y) ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ (X) มีสูตรดังนี้ (สรยุทธ มินะพันธ์. 2546: 73)

$$\begin{aligned}
 E_{y,x} &= \frac{\% \text{ การเปลี่ยนแปลงของ } y}{\% \text{ การเปลี่ยนแปลงของ } x} \\
 &= \frac{\Delta y/y}{\Delta x/x} \\
 &= \frac{\Delta y \cdot x}{\Delta x \cdot y}
 \end{aligned}$$

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

โดยกำหนดให้ E คือ ค่าความยืดหยุ่น ส่วน Y คือ ตัวแปรที่ต้องการทราบถึงผลกระทบที่ได้รับจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปร X

ในกรณีที่อุปสงค์มีลักษณะพิเศษ คือ เป็นฟังก์ชันเส้นตรงในรูปของล็อก สามารถอ่านค่าความยืดหยุ่นได้จากสัมประสิทธิ์ที่อยู่หน้าตัวแปรอิสระนั้นๆ เนื่องจาก

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

4.2 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 3 มีการจัดกระทำและวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

4.2.1 การจัดกระทำข้อมูล

- 1) ตรวจสอบจำนวนและความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
- 2) นำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วมาลงรหัส (Coding) ในแบบลงรหัสเพื่อสำหรับการประมวลผลข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์

4.2.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

5.1.1 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

- 1) สถิติทดสอบ F-test เป็นการทดสอบสมการว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดส่งผลต่อตัวแปรตามหรือไม่ (กัลยา วาณิชย์บัญชา. 2538: 302-303)

โดยมีการตั้งสมมติฐาน ดังนี้

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

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

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

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

F แทน สถิติทดสอบ F-test

MSR แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

MSE แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ MSR ดังนี้

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

MSR แทน ความแปรปรวนระหว่างกลุ่ม

SSR แทน ค่าแปรปรวนของตัวแปรตาม เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ

k แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ MSE ดังนี้

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

MSE แทน ความแปรปรวนภายในกลุ่ม

SSE แทน ค่าแปรปรวนของตัวแปรตาม เนื่องจากอิทธิพลอื่นๆ

n แทน จำนวนข้อมูล

k แทน จำนวนตัวแปรอิสระ

ผลของการทดสอบสมมติฐานอาจจะเป็น

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

(2) ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือยอมรับสมมติฐาน H_1 ซึ่งสรุปได้ว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว ที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในรูปเชิงเส้น จึงต้องทดสอบต่อไปว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติทดสอบ t

2) สถิติทดสอบ t-test เพื่อทดสอบว่ามี β_{xi} ตัวใดบ้างที่ไม่เท่ากับศูนย์ หรือมีตัวแปรอิสระตัวใดบ้างที่สัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยการทดสอบสมมติฐานดังนี้ (กัลยา วานิชย์บัญชา. 2538: 307-308)

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

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

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ ดังนี้

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

t แทน สถิติทดสอบ t-test

b_i แทน สัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรอิสระตัวที่ i

S_{bi} แทน ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวที่ i

ผลของการทดสอบสมมติฐานอาจจะเป็น

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

(2) ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือยอมรับสมมติฐาน H_1 ซึ่งสรุปได้ว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในรูปเชิงเส้น

5.1.2 สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ (Multiple Coefficient of Determination : R^2) เป็นสัดส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ของตัวแปรตามที่มีสาเหตุเนื่องจากความผันแปรของตัวแปรอิสระ(กัลยา วานิชย์บัญชา. 2538: 309-310)

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

R^2 แทน สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ

SSR แทน ค่าแปรปรวนของตัวแปรตาม เนื่องจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ

SST แทน ความผันแปรทั้งหมด

สูตรที่ใช้ในการคำนวณ SST ดังนี้

$$SST = SSR + SSE$$

ผลของการคำนวณอาจจะเป็น

(1) ค่า R^2 ที่ใกล้ 1 จะหมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามมาก

(2) ค่า R^2 เข้าใกล้ 0 หมายถึง ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามน้อย

5.1.3 สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว หรือสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว (Adjusted Multiple Coefficient of Determination: Adjusted R^2) คือ การนำค่าองศาแห่งความเป็นอิสระของข้อมูลมาปรับค่าสัมประสิทธิ์แห่งการตัดสินใจ และเรียกว่า ค่าที่ปรับว่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนที่ปรับปรุงแล้ว (สมจิต วัฒนชาญาณกุล, 2545: 173-174)

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

โดยที่ n = จำนวนข้อมูล

k = จำนวนตัวแปรอิสระ

R^2 = สัมประสิทธิ์การตัดสินใจ

5.1.4 การตรวจสอบความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อน

การทดสอบความเป็นอิสระกันของค่าคลาดเคลื่อนโดยใช้การทดสอบของ Durbin - Watson เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ของ e_t และ e_{t-1} โดยที่ t เป็นช่วงเวลา (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2538: 332)

สถิติทดสอบ Durbin - Watson

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

D. W. แทน ค่า Durbin – Watson

Σ แทน ผลรวม

e_t แทน ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่ t

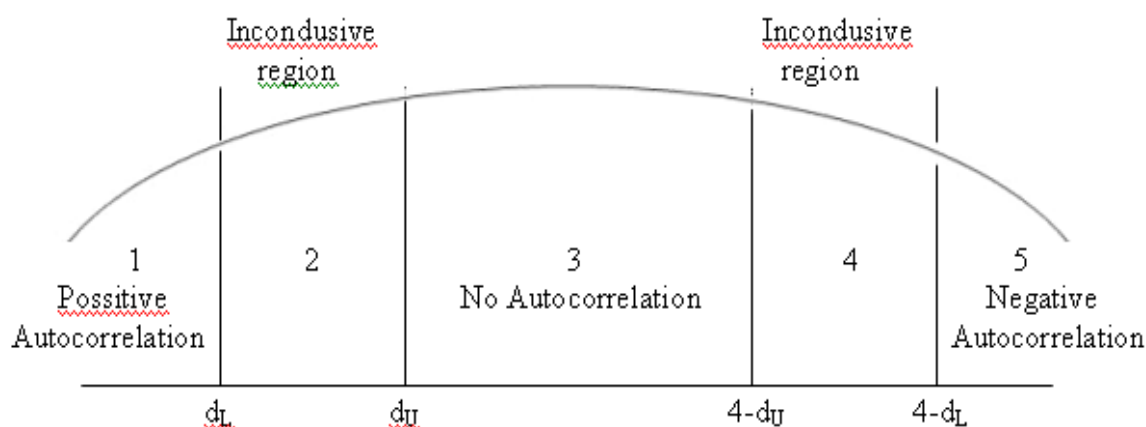
e_{t-1} แทน ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่ $t-1$

e_t^2 แทน ค่าคลาดเคลื่อนของปีที่ t ยกกำลัง 2

$0 \leq d \leq 4$ มีคุณสมบัติ ดังนี้

- 1) ถ้าความคลาดเคลื่อน (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 เทียบกับค่าที่ได้จากตารางโดยค่าที่ได้ คือ d_U และ d_L ซึ่งขึ้นอยู่กับขนาดตัวอย่างจำนวนตัวแปรอิสระ และระดับนัยสำคัญ โดยการแจกแจงแบ่งออกเป็น 5 ช่วง ดังภาพประกอบ 12



ภาพประกอบ 12 กราฟแสดงการวัดค่าสถิติ Durbin – Watson

จากภาพประกอบ 12 สามารถอธิบายได้ว่า

- 1) ถ้าค่าสถิติทดสอบ d อยู่ในช่วงที่ 1 หรือ 5 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการวิจัยมีความสัมพันธ์กันและเกิดปัญหา Autocorrelation
- 2) ถ้าค่าสถิติทดสอบ d อยู่ในช่วงที่ 3 แสดงว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการวิจัยไม่มีความสัมพันธ์กัน
- 3) ถ้าค่าสถิติทดสอบ d อยู่ในช่วงที่ 2 และ 4 แสดงว่ายังไม่สามารถสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระที่นำมาใช้ในการวิจัยมีความสัมพันธ์กันหรือไม่

5.2 การศึกษาวิจัย ในส่วนที่ 3 ใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยละ (Percentage) เป็นค่าที่บอกถึงสัดส่วนจำนวนต่อร้อยละ คำนวณจากสูตร ดังนี้ (ชูศรี วงศ์รัตน์ะ. 2541: 38)

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

เมื่อ	P	แทน	ค่าร้อยละ
	f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
	n	แทน	จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะเป็นการแสดงผลการที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีเนื้อหา ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูล
2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศนิยมเป็นรายปี จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 - 2551 และศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (TaroYamane. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. P.715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (วาโร เพ็งสวัสดิ์. 2551: 198) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553 ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลจะแบ่งออกเป็นส่วนต่างๆ ดังนี้

1.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยทำการศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (เยนต่อบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างปี 2537-2551

1.2 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างปี 2537-2551

1.3 การวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการให้ข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (TaroYamane. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. P.715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (วาโร เพ็งสวัสดิ์. 2551: 198) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553 และนำผลที่ได้มาประมวลผล

โดยโปรแกรมสำเร็จรูป และวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) โดยใช้ตารางแจกแจงความถี่แสดงผลเป็นร้อยละ (Percentage) เพื่ออธิบายข้อมูลพื้นฐานและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ส่วนที่ 2 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล ในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 ได้ใช้การวิเคราะห์โดยใช้ค่าสถิติต่างๆ มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเป็นการสะดวกและเข้าใจง่าย ผู้วิจัยจึงใช้สัญลักษณ์แทนค่าสถิติต่างๆ ดังนี้

$\ln$	แทน	ลอการิทึมธรรมชาติ (Logarithm Natural)
α	แทน	ค่าคงที่
β	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย (Regression Coefficient)
S_{bi}	แทน	ความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวที่ i
N	แทน	จำนวนข้อมูลทฤษฎีภูมิ ได้แก่ อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537-2551
D.W.	แทน	ค่าสถิติของเดอร์บินวัตสัน (Durbin-Watson Statistics)
p_value	แทน	ค่านัยสำคัญทางสถิติจากการคำนวณ (Significant Value)
e	แทน	ค่าความคลาดเคลื่อน
F	แทน	สถิติทดสอบ F-test
t	แทน	สถิติทดสอบ t-test
R^2	แทน	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ
Adjusted R^2	แทน	สัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว
*	แทน	ความมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

นอกจากในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล ได้ใช้ตัวย่อแทนหัวข้อหรือตัวแปรต่างๆ ที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

$\ln Q_z$	แทน	จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (คนต่อปี)
$\ln Y_z$	แทน	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย (พันล้านบาท)
$\ln E_z$	แทน	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท)
$\ln R_z$	แทน	อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย
Z	แทน	ช่วงเวลา ระหว่างปี 2537 – 2551

ส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

P	แทน	ค่าร้อยละ
f	แทน	ความถี่ที่สำรวจได้
n	แทน	จำนวนข้อมูลในกลุ่มตัวอย่าง

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถนำเสนอได้ 3 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่ผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยทำการศึกษาตัวแปรอิสระ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537-2551

การวิเคราะห์สมการเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่ผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปี 2537-2551

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)	β	S_{bi}	t	p_value	F
ค่าคงที่ (Constant)	10.439	27.563	0.379	0.712	12.604
$\ln Y_z$	0.301	2.104	0.143	0.889	
$\ln E_z$	0.341	0.094	3.643	0.002*	
$\ln R_z$	-0.692	0.251	-2.757	0.046*	
R^2	= 0.943		N	= 15	
Adjusted R^2	= 0.889		D.W.	= 1.922	
ตัวแปรตาม	= $\ln Q_z$		α	= 0.05	
(Dependent Variables)					

โดยที่ * ความมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตาราง 4 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งจากการวิเคราะห์พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุ มีค่าเท่ากับ 0.943 ($R^2 = 0.943$) และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจพหุที่ปรับค่าแล้ว มีค่าเท่ากับ 0.889 (Adjusted $R^2 = 0.889$) แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คิดเป็นร้อยละ 88.9 โดยมีค่า F เท่ากับ 12.604 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และจากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (Autocorrelation) ปรากฏว่า D.W. เท่ากับ 1.922 ซึ่งไม่ต่างจาก 2 จึงไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน

จากการวิเคราะห์สามารถเขียนสมการถดถอยเชิงซ้อนได้ดังนี้

$$\ln Q_z = 10.439 + 0.301 \ln Y_z + 0.341 \ln E_z - 0.692 \ln R_z \quad (4.1)$$

(0.379) (0.143) (3.643)* (-2.757)*

จากสมการ 4.1 จะเห็นได้ว่า ผลผลิตทั้งหมดรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (p_value เท่ากับ $0.889 > \alpha$) ซึ่งจะได้สมการถดถอยลดรูปดังสมการ 4.2

$$\ln Q_z = 10.439 + 0.341 \ln E_z - 0.692 \ln R_z \quad (4.2)$$

(0.379) (3.643)* (-2.757)*

ผลการวิเคราะห์พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (p_value เท่ากับ $0.002 < \alpha$) และพบว่า อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (p_value เท่ากับ $0.046 < \alpha$)

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน ระหว่างปี 2537-2551

การวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนด้วยเทคนิคการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ระหว่างปี 2537-2551 ได้ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนดังนี้

$$\ln Q_z = 10.439 + 0.341 \ln E_z - 0.692 \ln R_z \quad (4.2)$$

(0.379) (3.643)* (-2.757)*

จากสมการ 4.2 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (p_value เท่ากับ $0.002 < \alpha$) กล่าวคือ ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนราคาของเงินเยนเทียบกับ

เงินบาท เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกัน ร้อยละ 0.341

ส่วนด้านตัวแปรอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (p_value เท่ากับ $0.046 < \alpha$) กล่าวคือ ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.692

ด้านตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (p_value เท่ากับ $0.889 > \alpha$)

ส่วนที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จากการเก็บแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวนทั้งสิ้น 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Taro Yamane, 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. P715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551: 198) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553 โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) และค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยที่ทำการศึกษาทั้งสิ้น 7 ปัจจัย ได้แก่ เพศ, อายุ, สถานภาพ, รายได้ต่อเดือน, อาชีพ, การศึกษา ความถี่ในการท่องเที่ยวประเทศไทย

ตาราง 5 จำนวนและร้อยละของข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1. เพศ		
- ชาย	210	52.5
- หญิง	190	47.5
รวม	400	100.0
2. อายุ		
- ต่ำกว่า 20 ปี	52	13.0
- 21-30 ปี	93	23.2
- 31-40 ปี	130	32.5
- 41-50 ปี	63	15.8
- มากกว่า 51 ปีขึ้นไป	62	15.5
รวม	400	100.0
3. สถานภาพ		
- โสด	170	42.5
- แต่งงาน	185	46.2
- หย่า /หย่าร้าง /แยกกันอยู่	45	11.3
รวม	400	100.0
4. รายได้ต่อเดือน		
- น้อยกว่า 300,000 เยน	64	16.0
- 300,000-400,000 เยน	230	57.5
- 400,001-500,000 เยน	106	26.5
- มากกว่า 500,000 เยน ขึ้นไป	0	0.0
รวม	400	100.0

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
5. อาชีพ		
- นักเรียน/นักศึกษา	64	16.0
-ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	57	14.3
- พนักงานบริษัท	240	60.0
- เจ้าของธุรกิจส่วนตัว	18	4.5
- อื่นๆ (แม่บ้าน)	21	5.2
รวม	400	100.0
6. การศึกษา		
- ต่ำกว่าปริญญาตรี	110	27.5
- ปริญญาตรี	259	64.8
- สูงกว่าปริญญาตรี	31	7.7
รวม	400	100.0
7. ความถี่ในการท่องเที่ยวในประเทศไทย		
- ครั้งแรก	125	31.3
- 2 ครั้ง	144	36.0
- 3 ครั้ง	78	19.5
- มากกว่า 3 ครั้ง	53	13.2
รวม	400	100.0

จากตาราง 5 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นเพศชาย และเพศหญิงในสัดส่วนใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 52.5 และ 47.5 ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 32.5 สถานภาพแต่งงานแล้ว ร้อยละ 46.2 มีรายได้ต่อเดือน 300,000- 400,000 บาท ร้อยละ 57.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 60.0 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 และได้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2 ครั้งแล้ว จำนวนร้อยละ 36.0

สำหรับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่พบน้อยที่สุด คือ ประกอบอาชีพอื่นๆ ได้แก่ แม่บ้าน และธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 5.2 และ 4.5 ตามลำดับ นอกจากนี้ จบการศึกษาในระดับสูงกว่าปริญญาตรี มีเพียงร้อยละ 7.7 และไม่พบผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนมากกว่า 500,000 เยนขึ้นไปเลย

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีปัจจัยที่ทำการศึกษากว่า 13 ปัจจัย ได้แก่ แหล่งรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว, วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว, ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว, สถานที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด, ช่วงเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยว, สถานที่พักค้างคืน, ระยะเวลาที่พักค้างคืน, ที่มาของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว, ค่าใช้จ่ายของการเดินทางมาท่องเที่ยว (บาทต่อคนต่อวัน), ค่าใช้จ่ายที่เสียมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว, อุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว, ความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว, และความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก

ตาราง 6 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
8. แหล่งรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว		
- เพื่อน	79	19.8
- หนังสือพิมพ์ – นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์	90	22.5
- บริษัททัวร์	96	24.0
- อินเทอร์เน็ต	135	33.7
รวม	400	100.0
9. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- ท่องเที่ยว/พักผ่อน	264	66.0
- เยี่ยมญาติ/เพื่อน	67	16.8
- ประชุม/สัมมนา	12	3.0
- ติดต่อธุรกิจ	4	1.0
- ตรวจสอบสุขภาพและความงาม	53	13.2
รวม	400	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
10. ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- คนเดียว	71	17.8
- เพื่อน /ครอบครัว	223	55.7
- ที่ทำงาน	89	22.2
- บริษัทนำเที่ยว	17	4.3
รวม	400	100.0
11. สถานที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด		
- ทะเล เช่น สมุย กระบี่ ภูเก็ต พัทยา	201	50.3
- เมืองศิลปะและวัฒนธรรม เช่น เชียงใหม่ สุโขทัย อโยธยา	35	8.7
- เมืองศูนย์กลางธุรกิจและสัมมนาการ เช่น กรุงเทพฯ สงขลา (หาดใหญ่)	156	39.0
- อื่นๆ (แม่ฮ่องสอน นครนายก นครราชสีมา)	8	2.0
รวม	400	100.0
12. ช่วงเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ	166	41.5
- วันหยุดพักร้อน	65	16.3
- ช่วงที่มีเทศกาล /งานประเพณีของไทย	140	35.0
- ไม่กำหนดช่วงเวลาแน่นอน	29	7.2
รวม	400	100.0
13. สถานที่พักค้างคืน		
- โรงแรม	126	31.5
- เกสท์เฮาส์	74	18.5
- บังกะโล /รีสอร์ท	121	30.3
- บ้านญาติ /เพื่อน	71	17.7
- อื่นๆ (โฮมสเตย์)	8	2.0
รวม	400	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
14. ระยะเวลาที่พักค้างคืน		
- น้อยกว่า 5 คืน	24	6.0
- 5 คืน	141	35.3
- 6 คืน	104	26.0
- 6 คืน ขึ้นไป	131	32.7
รวม	400	100.0
15. ที่มาของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- เงินตัวเอง	328	82.0
- เงินจากรัฐบาลสนับสนุน	3	0.8
- เงินจากครอบครัว	57	14.2
- เงินจากญาติ	12	3.0
รวม	400	100.0
16. ค่าใช้จ่ายของการเดินทางมาท่องเที่ยว(บาทต่อคนต่อวัน)		
- น้อยกว่า 3,000 บาท/คน/วัน	130	32.5
- 3,000-4,000 บาท/คน/วัน	195	48.8
- 4,001- 5,000 บาท/คน/วัน	25	6.2
- มากกว่า 5,000 บาท/คน/วัน	50	12.5
รวม	400	100.0
17. ค่าใช้จ่ายที่เสียมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- ค่าที่พัก	9	2.3
- ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	19	4.7
- ค่าพาหนะในการเดินทาง	156	39.0
- ค่าซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง	216	54.0
รวม	400	100.0

ตาราง 6 (ต่อ)

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น	จำนวน (คน)	ร้อยละ
18. อุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- ความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว	109	27.3
- คุณภาพของสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว	67	16.7
- ความปลอดภัย	111	27.7
- ปัญหาการเมือง	113	28.3
19. ความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว		
- กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น กอล์ฟ สปา	77	19.3
- วัฒนธรรมและประเพณีไทย	109	27.2
- แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย	214	53.5
รวม	400	100.0
20. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก		
- ต้องการกลับมา	400	100.0
- ไม่ต้องการกลับมา	0	0.0
รวม	400	100.0

จากตาราง 6 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่ มักจะได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวจากอินเทอร์เน็ต ร้อยละ 33.7 มีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ท่องเที่ยว/พักผ่อน ร้อยละ 66.0 โดยจะเดินทางมากับเพื่อน /ครอบครัวเป็นจำนวนมาก ร้อยละ 55.7 สำหรับสถานที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ทะเล เช่น สมุย กระบี่ ภูเก็ต พัทยา ร้อยละ 50.3 โดยจะเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 41.5 และพักค้างคืนที่โรงแรม และบังกะโล/รีสอร์ท ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน คิดเป็นร้อยละ 31.5 และ 30.3 ตามลำดับ มีระยะเวลาพักค้างคืน จำนวน 5 วัน ร้อยละ 35.3 โดยใช้เงินตัวเองในการเดินทางมาท่องเที่ยว จำนวน ร้อยละ 82.0 เป็นค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวเฉลี่ย 3,000–4,000 บาท/คน/วัน ร้อยละ 48.8 และเสียค่าใช้จ่ายจากการซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 54.0 นอกจากนี้ ส่วนใหญ่ เห็นว่าปัญหาการเมือง ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 28.3 27.7 และ 27.3 ตามลำดับ และมีความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลายถึง ร้อยละ 53.5 และที่สำคัญที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก

สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่พบน้อยที่สุดอย่างเห็นได้ชัด ได้แก่ วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว คือ ประชุม/สัมมนา และติดต่อธุรกิจ มีจำนวนเพียง ร้อยละ 3.0 และ 1.0 ตามลำดับ รวมทั้งลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยวที่มากับบริษัทนำเที่ยว มีเพียง ร้อยละ 4.3 นอกจากนี้ สถานที่อื่นๆ ที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยว ได้แก่ แม่ฮ่องสอน นครนายก นครราชสีมา และสถานที่พักค้างคืนอื่นๆ ได้แก่ โฮมสเตย์ มีจำนวนเท่ากัน เพียงร้อยละ 2.0 โดยค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวมาจากญาติ และรัฐบาลสนับสนุน มีจำนวนน้อยเพียงร้อยละ 3.0 และ 0.8 ตามลำดับ สำหรับค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าที่พักเป็นค่าใช้จ่ายที่เสียสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวน้อยเพียงแค่อ้อยละ 4.7 และ 2.3 ตามลำดับ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสามารถสรุปผล อภิปรายผล และมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ความสำคัญของการวิจัย

1. ได้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. ได้ทราบถึงความยืดหยุ่นของอุปสงค์การการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. ได้ทราบถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ทั้งนี้ ความสำคัญของการวิจัย ทั้ง 3 ประการดังกล่าว จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องและภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วน ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิวัติปี จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551 และกำหนดตัวแปรในการศึกษาวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรอิสระ (Independent Variables) มี 3 ปัจจัย ดังนี้

- 1) ผลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น (มีหน่วยเป็นพันล้านเยน)
- 2) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (เยนต่อบาท)
- 3) อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variable) ได้แก่

อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (มีหน่วยเป็นนักท่องเที่ยวต่อปี)

ส่วนที่ 2 ศึกษาความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิวัติปี จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551

ส่วนที่ 3 ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Taro Yamane, 1973, *Statistics: An Introductory Analysis*, P.715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551: 198) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553

สมมติฐานในการวิจัย

1. ผลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กล่าวคือ หากผลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่นมีค่าสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กล่าวคือ หากราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาทมีค่าสูงขึ้น (ค่าของเงินเยนจำนวนเท่าเดิม สามารถนำไปแลกเปลี่ยนเป็นเงินบาทได้จำนวนมากขึ้น) ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

3. อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กล่าวคือ หากอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีค่าสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. การศึกษาในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบบันทึกซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นรายปี ระหว่างปี 2537 – 2551 โดยข้อมูลที่จัดเก็บได้จะนำมาวิเคราะห์ตามความมุ่งหมายของการวิจัยด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลกระทบมวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ระหว่างปี 2537 – 2551

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย มีขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาค้นคว้าแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดขอบเขตการศึกษา และสร้างเครื่องมือในการวิจัยให้ครอบคลุมตามความมุ่งหมายของการวิจัย
- 2) สร้างตารางข้อมูลให้ครอบคลุมกับตัวแปรที่ต้องการศึกษาตามความมุ่งหมายของการวิจัย
- 3) รวบรวมข้อมูลตัวแปรต่างๆ เพื่อนำมาใช้เป็นตัวแปรในการศึกษา

2. การศึกษาในส่วนที่ 3

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามชนิดปลายเปิด และปลายปิด โดยที่ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และนำมาประยุกต์เป็นลักษณะและข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยแบ่งเนื้อหาของแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด และปลายปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด และปลายปิด แบบให้เลือกตอบเพียงคำตอบเดียวจากคำตอบที่มีให้เลือกหลายคำตอบ หรือให้ระบุคำตอบได้เอง

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือวิจัย

1) กำหนดกำหนดกรอบแนวความคิดในการวิจัยและศึกษาข้อมูลจากตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) นำมาสร้างแบบสอบถามตามความมุ่งหมายของการวิจัย ข้อ 3 โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3) นำแบบสอบถามฉบับร่างที่สร้างขึ้น เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้องในการใช้ภาษา เนื้อหา และรูปแบบของแบบสอบถาม เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา

4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามที่ได้รับคำแนะนำจากอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์และผู้เชี่ยวชาญเพื่อให้แบบสอบถามมีความสมบูรณ์

5) นำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้ว เสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และผู้เชี่ยวชาญทำการตรวจสอบอีกครั้งหนึ่ง อีกทั้งได้ทบทวนวรรณกรรม เอกสาร และงานที่เกี่ยวข้องอย่างละเอียดถี่ถ้วน เพื่อให้มีความสอดคล้องกับความมุ่งหมายของการวิจัย ข้อ 3 แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เรียบร้อย สมบูรณ์ก่อนการออกเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การศึกษาในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2

ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ในการศึกษา ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (เยนต่อบาท) และอัตราส่วนเปรียบเทียบดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย ระหว่างปี 2537 – 2551 ซึ่งมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

- 1) ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารตำราทางวิชาการ วารสาร สิ่งพิมพ์ และข้อมูลที่เผยแพร่ทางอินเทอร์เน็ต ที่เกี่ยวข้อง
- 2) คัดเลือกข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาแล้ว จะต้องดำเนินการคัดเลือกข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มากที่สุดเพื่อใช้ในการศึกษา
- 3) เรียบเรียงข้อมูล เมื่อได้ข้อมูลที่มีความสมบูรณ์มาแล้ว จะต้องนำข้อมูลที่ได้มาจัดเป็นหมวดหมู่ตามกลุ่มของตัวแปรที่จะทำการศึกษา
- 4) ตรวจสอบความถูกต้อง หลังจากจัดหมวดหมู่ตามกลุ่มของตัวแปรที่จะศึกษาเรียบร้อยแล้ว จะต้องทำการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้ง ก่อนที่จะนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

2. การศึกษาในส่วนที่ 3

ใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อนำมาวิเคราะห์ โดยที่ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Taro Yamane. 1973. *Statistics: An Introductory Analysis*. P.715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (วาโร เริงสวัสดิ์. 2551: 198) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การศึกษาในส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2

เป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิรายปี จำนวน 15 ปี ระหว่างปี 2537 – 2551 เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้วิจัยจะทำการวิเคราะห์โดยอาศัยความถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression

Analysis) กระทำในรูปของลอการิทึมธรรมชาติ (Natural Logarithm) โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล

2. การศึกษาในส่วนที่ 3

เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 400 คน ซึ่งมาจากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม (Taro Yamane, 1973, *Statistics: An Introductory Analysis*, P.715) โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก (วาโร เพ็งสวัสดิ์, 2551: 198) และทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ บริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก ระหว่างวันที่ 12-25 มีนาคม 2553 เพื่อศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistic) จากตารางแจกแจงความถี่ แสดงผลเป็นค่าร้อยละ (Percentage) และใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปที่ใช้ในการประมวลผลงานวิจัยทางสังคมศาสตร์ในการประมวลผล

สรุปผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 สรุปผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวซึ่งเป็นเสมือนหัวใจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันให้สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นกิจกรรมที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นจำนวนมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเป็นตลาดที่มีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย เนื่องจากมีความได้เปรียบในเรื่องของระยะทางที่ใกล้ทำให้มีความสะดวกในการเดินทาง มีความปลอดภัย และมีความคุ้มค่าเงิน กอปรกับประเทศญี่ปุ่นมีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี และรัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนประชาชนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังนั้นงานวิจัยฉบับนี้ จึงได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องและภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม ซึ่งปัจจัยต่างๆ ที่นำมาวิเคราะห์สามารถสรุปได้ ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

ส่วนที่ 2 สรุปผลการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ราคาของเงินเยนเทียบกับเงินบาท) เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันร้อยละ 0.341 และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่น กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เมื่อพิจารณาความยืดหยุ่นพบว่า ถ้ากำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ เมื่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย เปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามร้อยละ 0.692 สำหรับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

ส่วนที่ 3 สรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การนำเสนอสรุปผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 52.5 มีอายุ 31-40 ปี ร้อยละ 32.5 สถานภาพแต่งงานแล้ว ร้อยละ 46.2 มีรายได้ต่อเดือน 300,000-400,000 เยน ร้อยละ 57.5 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ร้อยละ 60.0 จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.8 และได้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย 2 ครั้งแล้ว ร้อยละ 36.0

ตอนที่ 2 วิเคราะห์พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่าพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีรายละเอียด ดังนี้

1. แหล่งรับทราบข้อมูลการท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทย จากอินเทอร์เน็ตมากที่สุด ร้อยละ 33.7 รองลงมา คือ บริษัททัวร์, หนังสือพิมพ์ – นิตยสารสิ่งพิมพ์ และเพื่อน ร้อยละ 24.0 , 22.5 และ 19.8 ตามลำดับ

2. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อมาท่องเที่ยว/พักผ่อนในประเทศไทยมากที่สุด ร้อยละ 66 รองลงมา คือ เยี่ยมญาติ/เพื่อน, ตรวจสุขภาพ / ความงาม, ประชุม/สัมมนา และติดต่อธุรกิจ ร้อยละ 16.8 , 13.2 , 3.0 และ 1.0 ตามลำดับ

3. ลักษณะของการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เดินทางมากับเพื่อน /ครอบครัว มากที่สุด ร้อยละ 55.7 รองลงมา คือ เดินทางมากับที่ทำงาน, คนเดียว และบริษัทนำเที่ยว ร้อยละ 22.2 , 17.8 และ 4.3 ตามลำดับ

4. สถานที่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวมากที่สุด

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวทะเล เช่น สมุย กระบี่ ภูเก็ต พัทยา มากที่สุด ร้อยละ 50.3 รองลงมา คือ เมืองศูนย์กลางธุรกิจและสันตนาการ เช่น กรุงเทพมหานคร สงขลา (หาดใหญ่), เมืองศิลปะและวัฒนธรรม เช่น เชียงใหม่ สุโขทัย อโยธยา และอื่นๆ ได้แก่ แม่ฮ่องสอน นครนายก นครราชสีมา ร้อยละ 39.0 , 8.7 และ 2.0 ตามลำดับ

5. ช่วงเวลาของการเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ ร้อยละ 41.5 รองลงมา คือ ช่วงที่มีเทศกาล / งานประเพณีของไทย, วันหยุดพักร้อน และไม่กำหนดช่วงเวลาที่แน่นอน ร้อยละ 35.0 , 16.3 และ 7.2 ตามลำดับ

6. สถานที่พักค้างคืน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พักค้างคืนที่โรงแรมมากที่สุด ร้อยละ 31.5 รองลงมา คือ บังกะโล / รีสอร์ท, เกสต์เฮาส์, บ้านญาติ / เพื่อน และอื่นๆ ได้แก่ โฮมสเตย์ ร้อยละ 30.3, 18.5, 17.7 และ 2.0 ตามลำดับ

7. ระยะเวลาที่พักค้างคืน

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่พักค้างคืน จำนวน 5 คืน มากที่สุด ร้อยละ 35.3 รองลงมา คือ ระยะเวลา 6 คืนขึ้นไป, 6 คืน และน้อยกว่า 5 คืน ร้อยละ 32.7, 26.0 และ 6.0 ตามลำดับ

8. ที่มาของค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้เงินตัวเองเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ร้อยละ 82.0 รองลงมา คือ ใช้เงินจากครอบครัว, เงินจากญาติ และเงินจากรัฐบาลสนับสนุน ร้อยละ 14.2, 3.0 และ 0.8 ตามลำดับ

9. ค่าใช้จ่ายของการเดินทางมาท่องเที่ยว (บาท/คน/วัน)

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่าย 3,000 – 4,000 บาท/คน/วัน ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด ร้อยละ 48.8 รองลงมา คือ น้อยกว่า 3,000 บาท/คน/วัน, มากกว่า 5,000 บาท/คน/วัน และ 4,001 - 5,000 บาท/คน/วัน ร้อยละ 32.5, 12.5 และ 6.2 ตามลำดับ

10. ค่าใช้จ่ายที่เสียมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เสียค่าใช้จ่ายมากที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ค่าซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 54.0 รองลงมา คือ ค่าพาหนะในการเดินทาง, ค่าอาหารและเครื่องดื่ม และค่าที่พัก ร้อยละ 39.0 , 4.7 และ 2.3 ตามลำดับ

11. อุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ปัญหาการเมือง ร้อยละ 28.3 รองลงมา คือ ความปลอดภัย, ความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว และคุณภาพของสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว ร้อยละ 27.7 , 27.3 และ 16.7 ตามลำดับ

12. ความประทับใจมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยว

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความประทับใจสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด คือ แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย ร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ วัฒนธรรมและประเพณีไทย และกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น กอล์ฟ สปา ร้อยละ 27.2 และ 19.3 ตามลำดับ

13. ความต้องการกลับมาท่องเที่ยวอีก

ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก คิดเป็นร้อยละ 100.0

อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลข้างต้น ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยมีรายละเอียด ดังนี้

สมมติฐานข้อที่ 1 “ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 1 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงของประเทศญี่ปุ่น ไม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อาจเนื่องจากรัฐบาลญี่ปุ่นมีโครงการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางออกนอกประเทศ โดยประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่รัฐส่งเสริมให้อยู่ในโครงการ รวมทั้งค่าเงินเยนที่แข็งค่าขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นยังสามารถเดินทางได้แม้ในภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว โดยจะเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีระยะใกล้ และคุ้มค่าเงิน (งานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด ฝ่ายวางแผนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552: 6) ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยยังได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่นอยู่มาก (มาลีรัตน์ สุขศรี, 2540: 35) และจากการศึกษาของหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 91) ได้กล่าวไว้ว่า ความรู้สึกของคนที่มีอยู่ต่อการท่องเที่ยวแตกต่างกันไป บางคนแม้ว่าจะมีรายได้สูง แต่ก็ไม่เห็นว่า การท่องเที่ยวเป็นความต้องการสำคัญของชีวิต ชาวชนบทที่เดินทางมักมิใช่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว แต่ในขณะที่บางคนจะมีรายได้เท่าใดไม่สำคัญ เห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่งจำเป็นของชีวิต ถ้าไม่ได้ท่องเที่ยวตามที่ปรารถนาจะหงุดหงิด และแสดงความไม่พอใจ

สมมติฐานข้อที่ 2 “อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 2 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เยนต่อบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสอดคล้องกับงานวิจัยของนุสรา กลิ่นภู (2546: 59-62) ซึ่งได้ทำการศึกษา เรื่อง การศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อเงินเยน 100 เยน มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งอาจเป็นเพราะแนวโน้มเงินเยนแข็งค่าขึ้นอย่างต่อเนื่อง กอปร

กับค่าใช้จ่ายไม่สูงในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และสอดคล้องกับการศึกษาของวินิจ วิจารณ์ (2532: 33) ได้กล่าวว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไปมีผลต่อการ เดินทางท่องเที่ยวมาก โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีเงินตราสกุลแข็ง จะเดินทางไปท่องเที่ยวยัง ประเทศที่มีเงินตราสกุลอ่อนกว่า และบุญหลิบ พานิชชาติ (2544: 337) ได้กล่าวว่า ประเทศที่มีค่าเงิน อ่อนกว่ามีศักยภาพในการเชิญชวน ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศที่มีค่าเงินแข็งกว่าให้เดินทางมา ท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้น

สมมติฐานข้อที่ 3 “อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนี ราคาคู่มือบริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย”

จากผลการวิจัยและสมมติฐานข้อที่ 3 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวี สงวรรณรัตน์ (2540: 56-57) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยทางด้านอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคา ผู้บริโภคของประเทศไทยนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทาง ตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ซึ่งอาจเป็นเพราะถึงแม้ราคาสินค้าในประเทศ ไทยจะสูงขึ้นเมื่อเทียบกับราคาสินค้าที่จำเป็นในประเทศญี่ปุ่น แต่เนื่องจากยังมีปัจจัยส่งเสริมด้านอื่นที่ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเข้ามาในประเทศไทย รวมทั้งอาจเกิดจากประเทศไทยมีแหล่งช้อปปิ้ง ที่ สามารถเลือกซื้อสินค้าได้หลากหลายราคา รวมทั้งอรรถาศัยที่ดีของคนไทย และแหล่งท่องเที่ยวที่ สวยงามจึงสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทยได้ และสอดคล้องกับการศึกษา ของหม่อมหลวงดุษฎี ชุมสาย (2527: 92-93) ได้กล่าวไว้ว่า นักท่องเที่ยวบางคนที่มีรายได้น้อย จะยอม จ่ายเงินมากๆ เพื่อซื้อบริการการท่องเที่ยว เพื่อให้คนอื่นเห็นว่าตนมีฐานะดี นักท่องเที่ยวหลายคนจะ เข้าไปดูมหรสพ หรือนิทรรศการ หรืออะไรแปลกๆ ซึ่งค่าเข้าชมแพงมากเป็นพิเศษ เพราะด้านทานการจูงใจ จากการโฆษณาไม่ได้ รวมทั้งคนที่เดินทางไปท่องเที่ยวไกลๆ มักจะคิดหน้าคิดหลังเกี่ยวกับค่าใช้จ่าย ที่จะต้องเสีย มากกว่าผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยวใกล้ๆ นอกจากนี้การเดินทางไกลๆ นักท่องเที่ยวมัก ต้องตั้งงบประมาณเผื่อขาดไว้มากๆ เพื่อให้คุ้มค่าใช้จ่ายซึ่งมองไม่เห็นล่วงหน้า

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ มีข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้สำหรับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวโน้มของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เงินต่อบาท) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้น ภาครัฐและธนาคารแห่งประเทศไทยควรกำกับดูแลค่าเงินบาทให้มีเสถียรภาพ ไม่ให้ค่าเงินบาทแข็งค่าจนเกินไป จนอาจส่งผลกระทบต่อความได้เปรียบและการเติบโตของภาคการบริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นเสมือนหัวใจสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทยให้สามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง เพราะเป็นกิจกรรมที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นจำนวนมาก และทำให้อัตราการจ้างงานของประเทศสูงขึ้น

2. แนวโน้มของอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันพัฒนาปัจจัยที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเข้ามาในประเทศไทย ดังนี้

2.1 โฆษณาและประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ และแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายอย่างต่อเนื่อง

2.2 พัฒนาศถานบันเทิงและแหล่งช้อปปิ้ง ให้มีความทันสมัย หรือหลากหลายรูปแบบ ในการให้บริการตามความสามารถในการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ด้วยอัธยาศัยไมตรีที่ดีของคนไทย

3. ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่ ได้เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย 2 ครั้งแล้ว มีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว/พักผ่อน โดยจะเดินทางมากับเพื่อน /ครอบครัว, พักค้างคืนที่โรงแรม และบังกะโล/รีสอร์ท ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน และที่สำคัญนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันวางแผนเจาะกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม และสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เช่น พัฒนาระบบการให้บริการและการต้อนรับของบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น พนักงานโรงแรม พนักงานบริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ พนักงานร้านอาหาร พนักงานรถนำเที่ยว ให้ได้ตามมาตรฐานสากล แต่เน้นอัตลักษณ์ของความเป็นไทยที่ชัดเจน

4. ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่ เสียค่าใช้จ่ายสำหรับการซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันดำเนินการ ดังนี้

4.1 พัฒนาปรับปรุงมาตรฐานและการให้บริการของร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกต่างๆ ให้มีคุณภาพ และขายสินค้าให้กับนักท่องเที่ยวด้วยราคาที่เป็นธรรม

4.2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ และสินค้าของไทยให้มีความหลากหลาย โดดเด่น มีจุดขาย โดยเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเชื่อมโยงกับเทคโนโลยีสมัยใหม่

5. ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่มีความประทับใจแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งของรัฐและเอกชน โดยรักษาและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเดิมที่มีอยู่แล้ว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของชุมชน รวมทั้งจัดตั้งเขตเศรษฐกิจพิเศษด้านการท่องเที่ยวและกำหนดจุดขายของแหล่งท่องเที่ยวของแต่ละภาคและกลุ่มจังหวัดให้มีความเหมาะสมเกื้อกูลซึ่งกัน

6. ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่ได้รับทราบข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากอินเทอร์เน็ต ชอบเดินทางมาท่องเที่ยวทะเล ในช่วงวันหยุดตามเทศกาลต่างๆ โดยใช้เงินตัวเองในการเดินทางมาท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องควรเน้นช่องทางการประชาสัมพันธ์ โฆษณาเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านทางสื่ออินเทอร์เน็ตให้มากขึ้น

7. ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ส่วนใหญ่เห็นว่าปัญหาการเมือง ความปลอดภัย และความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว เป็นอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้น ภาครัฐต้องเร่งคลี่คลายปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองและสังคมโดยเร็ว และเพิ่มประสิทธิภาพของการบังคับใช้กฎหมายด้านความปลอดภัยและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนร่วมมือกับภาคเอกชนพัฒนาระบบขนส่งมวลชนตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้มีความสะดวกในการเดินทางและประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรจะมีการศึกษาปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เพื่อจะได้ทำให้งานวิจัยมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น อาทิ
 - 1) สภาพภูมิศาสตร์
 - 2) สภาพสังคม และวัฒนธรรม
 - 3) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น ราคาค่าโดยสารเครื่องบิน งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว
 - 4) นโยบายของรัฐและกฎระเบียบต่างๆ
2. ควรมีวิธีการศึกษาโดยการออกแบบสอบถามลักษณะคำถามเป็นแบบปลายเปิดเพื่อให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้แสดงความคิดเห็นได้อย่างหลากหลาย พร้อมทั้งพยากรณ์รายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อประโยชน์ต่อการเตรียมตัวประเทศไทยให้สามารถรองรับสถานการณ์นักท่องเที่ยวที่อาจเพิ่มขึ้น หรือลดลงในอนาคต
3. ควรมีการศึกษาเป็นรายประเทศ ให้ครอบคลุมทุกภูมิภาค โดยเฉพาะประเทศที่เป็นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นตลาดเป้าหมายหลักของประเทศไทย เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยให้หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องและภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ในการกำหนดนโยบายและวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศให้สามารถรองรับและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างเหมาะสม และสอดคล้องกับสถานการณ์มากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2546). *บทวิเคราะห์สถานการณ์การตลาดต่างประเทศ*. กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). *บทวิเคราะห์สถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น*. กรุงเทพฯ: งานวิเคราะห์ตลาดต่างประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด ฝ่ายวางแผน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2538). *การวิเคราะห์สถิติเพื่อธุรกิจ: สถิติเพื่อการตัดสินใจทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชูศรี วงศ์รัตนะ. (2541). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. กรุงเทพฯ: เทพนิมิตการพิมพ์
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2548). *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ด้อย ชุมสาย, ม.ล. (2527). *ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2537-2551). [สถิติ]. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2552, จาก http://www.bot.or.th/Thai/Statistics/Financial Markets/Exchange Rate/Pages/Stat Exchange Rate_old.aspx.
- นิตา ชัชกุล. (2550). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: บริษัท วี.พี. (1991).
- นภาพร เจริญเวทย์วุฒิ. (2546). *การวิเคราะห์อุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสู่ประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- นราทิพย์ ชูติวงศ์. (2544). *ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นุสรา กลิ่นภู. (2546). *การศึกษาตัวแปรที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. ภาคนิพนธ์ ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. ถ่ายเอกสาร.
- บุญหลิบ พานิชชาติ. (2544). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ประเจิด สินทรัพย์. (2526). *เศรษฐศาสตร์จุลภาค*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- เปรมวดี ณ นครพนม. (2545). *การศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแบบจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง*. วิทยานิพนธ์. ศ.ม. (ศิลปศาสตร์).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- พิชิต ฤทธิ์จัญญ. (2549). *ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: แฮส ออฟ เคอร์รี่ส์.
- ไพศาล เยี่ยงสุภพานนท์. (2547). *การศึกษานาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวจากจังหวัดกรุงเทพ*. วิทยานิพนธ์. ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์).
กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- มาลีรัตน์ สุขศรี. (2540). *การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ*. วิทยานิพนธ์. วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- รัตนา สายคนิต. (2552). *หลักเศรษฐศาสตร์// มหเศรษฐศาสตร์*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิภาวี สงวนรัตน์. (2540). *การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย*. ภาคนิพนธ์. ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- วินิจ วีรยางกูล. (2532). *การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: ม.ป.พ.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2551). *วิธีวิทยาการวิจัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธิ์พัฒนา.
- ศรัณยา วรากุลวิทย์. (2546). *ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: เฟื่องฟ้า พรินต์ติ้ง.
- สมจิต วัฒนชาญกุล. (2545). *สถิติวิเคราะห์เบื้องต้น*. พิมพ์ครั้งที่ 6. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สรยุทธ มีนะพันธ์. (2546). *เศรษฐศาสตร์การจัดการ*. กรุงเทพฯ: เอช-เอน การพิมพ์.
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2542). *หลักการตลาด*. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลีฟวิ่ง.
- สุพัฒนา เตชะชลาลัย. (2547). *ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร เกาหลี และจีนเข้าสู่ประเทศไทย*. สารนิพนธ์. ศ.ม. (เศรษฐศาสตร์การจัดการ). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ถ่ายเอกสาร.
- สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. (2537-2551). [สถิติ].
สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2553, จาก http://www.price.moc.go.th/price/index_new_all.asp.

- สำนักเลขาธิการคณะรัฐมนตรี. (2551). [เอกสารเผยแพร่และสิ่งพิมพ์]. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2553, จาก http://www.cabinet.thaigov.go.th/bb_main31htm.
- อภินันท์ จันตะนี. (2538). *วิธีวิจัยทางธุรกิจ*. กรุงเทพฯ: วี. เจ. พรินติ้ง.
- เอกวัฒน์ เดชสกุล. (2550). *ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ และญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์. วท.ม. (เศรษฐศาสตร์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ถ่ายเอกสาร.
- Anand, M.M. (1976). *Tourism and Hotel Industry in India: A Study in Management*. New Delhi: Prentice-Hall of India Private.
- Cabinet Office, government of Japan. (1994-2008). [สถิติ]. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2553, จาก http://www.esri.cao.go.jp/en/sna/qe094/gdemenu_ea.html.
- Clement, Harry. (1961). *The Future of Tourism in the Pacific and the Far East*. Washington: Cheechi & Co., U.S.
- Del L. Hawkins, Roger J. Best; & Kenneth A. Coney. (1986). *Consumer Behavior Implications for Marketing Strategy*. 3rd ed. New Jersey: Business Publication, Inc.
- Holloway, J Christopher. (1983). *The Business of Tourism*. Great Britain: McDonald and Evans.
- Lind L. Price, Eric J. Arnould; & George M. Zinkhan. (2004). *Consumer*. 2nd ed. New York: the McGraw-Hill Companies, Inc.
- Mcintosh, Robert W.; & Goeldner, Charles R. (1986). *Tourism Principles, Practices, and Philosophies*. 5th ed. New York: John Wiley & Sons.
- Middleton; & Victor, T.C. (1994). *Marketing in Travel and Tourism*. Oxford: Heinemann.
- Mill, Robert Christie. (1990). *Tourism: The International Business*. New Jersey: Prentice-Hall International Edition.
- Mill, Robert Christie; & Morrison, Alastair M. (1985). *The Tourism System. Englewood Cliffs*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ministry of Internal Affairs and Communications. (1994-2008). [สถิติ]. สืบค้นเมื่อ 12 กุมภาพันธ์ 2553, จาก <http://www.stat.go.jp/english/data/nenkan/1431-17.html>.
- Smith, Valene. (1977). *Host and Guest*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Tourism Authority of Thailand. (1994 - 2008). *Annual Statistical Report on Tourism in Thailand*. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

รายชื่อผู้เชี่ยวชาญที่ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม

- | | |
|------------------------------|---|
| 1. อาจารย์ประภาพร เพ็ญฟูสกุล | อาจารย์ประจำสำนักวิชาเศรษฐศาสตร์และ
นโยบายสาธารณะ |
| 2. ผศ.ดร.ทรงศิลป์ พจน์ชนะชัย | อาจารย์ประจำคณะทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี |
| 3. นางสาวชลินาท ศุภมณี | ผู้อำนวยการ
กลุ่มงานวิเคราะห์นโยบายสาธารณะด้านเศรษฐกิจ
สำนักงานสภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ |

ภาคผนวก ข
ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

ตาราง 1 ข้อมูลสถิติภูมิของประเทศไทยปี 2537 – 2551

ปี	จำนวน นักท่องเที่ยว (คน) ¹	ผลิตภัณฑ์มวลรวม ในประเทศที่แท้จริง (พันล้านบาท) ²	อัตรา แลกเปลี่ยน เงินตราระหว่าง ประเทศ (เยนต่อบาท) ³	ดัชนี ราคา ผู้บริโภค ของ ประเทศ ญี่ปุ่น ⁴	ดัชนี ราคา ผู้บริโภค ของ ประเทศ ไทย ⁵	อัตราส่วนเปรียบเทียบ ดัชนีราคาผู้บริโภคของ ประเทศไทยกับดัชนีราคา ผู้บริโภคของประเทศไทย
2537	691,705	470,856.50	0.25	100.8	64.2	1.57
2538	814,706	479,716.40	0.26	100.7	67.9	1.48
2539	934,111	492,367.90	0.23	100.8	71.8	1.40
2540	965,454	500,066.40	0.26	102.7	75.9	1.35
2541	986,264	489,820.70	0.32	103.3	82.0	1.26
2542	1,064,539	489,130.00	0.33	103.0	82.2	1.25
2543	1,197,931	503,119.80	0.37	102.2	83.5	1.22
2544	1,168,548	504,047.50	0.37	101.5	84.9	1.19
2545	1,222,270	505,369.40	0.34	100.6	85.4	1.18
2546	1,014,513	512,513.00	0.36	100.3	87.0	1.15
2547	1,182,067	526,577.70	0.37	100.3	89.4	1.12
2548	1,181,913	536,762.20	0.36	100.0	93.4	1.07
2549	1,293,313	547,709.30	0.32	100.3	97.8	1.02
2550	1,248,700	560,650.80	0.29	100.3	100.0	1.00
2551	1,110,729	553,957.40	0.32	101.7	105.4	0.96

ที่มา : ¹ Annual Statistical Report on Tourism in Thailand: Tourism Authority of Thailand

² Cabinet Office, government of Japan. 2009: ออนไลน์

³ ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2552: ออนไลน์

⁴ Ministry of Internal Affairs and Communications. 2008: ออนไลน์

⁵ สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์. 2552: ออนไลน์

ภาคผนวก ค
แบบสอบถาม

アンケート

แบบสอบถาม

タイを訪問する日本人観光客の観光行動について

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

説明

คำชี้แจง

このアンケートは、経営学修士課程 経営経済研究科 修士論文
「タイを訪問する日本人観光客の観光需要に影響する要素」の第3部
「タイを訪問する日本人観光客の観光行動について」の一部です。

แบบสอบถามนี้เป็นส่วนหนึ่งของการทำสารนิพนธ์ หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์
การจัดการ ภายใต้หัวข้อ “ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน
ประเทศไทย” ส่วนที่ 3 เรื่อง “พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย”

本アンケートは次の2部構成となっております。

แบบสอบถามนี้ แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

第1部 タイを訪問する日本人観光客の基本情報

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

第2部 タイを訪問する日本人観光客の観光行動

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

全項目、率直なご意見をご回答いただきますようご協力のほど
よろしくお願いいたします。

ขอความกรุณาท่านตอบแบบสอบถามทุกข้อให้ตรงกับความจริงตามความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

アンケートへのご協力誠にありがとうございます。

ขอขอบพระคุณในการตอบแบบสอบถาม

ウィリット・ピピットโปチャナガン

วิรัช พิพิธพจนการณ

シーナカリンウィโรต大学

นิสิตปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ

経営経済研究科修士学生

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

研究用アンケート

แบบสอบถาม

タイを訪問する日本人観光客の観光行動について

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

第 1 部

タイを訪問する日本人観光客の基本情報

ตอนที่ 1

ข้อมูลพื้นฐานของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

説明

あてはまる□にチェック (/) を入れてください。

คำชี้แจง

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน □ หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

1. 性別

เพศ

☐ 1) 男性

ชาย

☐ 2) 女性

หญิง

2. 年齢

อายุ

☐ 1) 20 歳以下

ต่ำกว่า 20 ปี

☐ 2) 21-30 歳

21-30 ปี

☐ 3) 31-40 歳

31-40 ปี

☐ 4) 41-50 歳

41-50 ปี

☐ 5) 51 歳以上

มากกว่า 51 ปีขึ้นไป

3. 婚歴

สถานภาพ

☐ 1) 未婚

โสด

☐ 2) 已婚

แต่งงาน

☐ 3) 離婚 / 死別 / 別居

หย่า / หม้าย / แยกกันอยู่

4. 月給

รายได้ต่อเดือน

☐ 1) 300,000 円以下

น้อยกว่า 300,000 เยน

☐ 2) 300,000-400,000 円

300,000 - 400,000 เยน

☐ 3) 400,001-500,000 円

400,001 - 500,000 เยน

☐ 4) 500,000 円以上

มากกว่า 500,000 เยน ขึ้นไป

5. 職業

อาชีพ

☐ 1) 学生

นักเรียน/นักศึกษา

☐ 2) 公務員/半官半民

ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

☐ 3) 会社員

พนักงานบริษัท

☐ 4) 自営業

เจ้าของธุรกิจส่วนตัว

☐ 5) その他 (記入).....

อื่นๆ (โปรดระบุ)...

6. 学歴

การศึกษา

☐ 1) 高校まで

ต่ำกว่าปริญญาตรี

☐ 2) 大学

ปริญญาตรี

☐ 3) 大学院

สูงกว่าปริญญาตรี

7. タイの観光は何回目ですか (今回を含めて)

ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยแล้วกี่ครั้ง (รวมทั้งครั้งนี้)

☐ 1) 初めて

ครั้งแรก

☐ 2) 2 回

2 ครั้ง

☐ 3) 3 回

3 ครั้ง

☐ 4) 3 回以上

มากกว่า 3 ครั้ง

第2部 タイを訪問する日本人観光客の観光行動

ตอนที่ 2

พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

説明 あてはまる□にチェック(/)を入れてください。

คำชี้แจง

กรุณาทำเครื่องหมาย / ลงใน □ หน้าข้อความที่ตรงกับสภาพความเป็นจริงของท่านมากที่สุด

8. タイの観光情報はどちらで入手されましたか。

ท่านได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวประเทศไทยจากแหล่งใด

☐ 1) 友人

เพื่อน

☐ 2) 新聞- 雑誌

หนังสือพิมพ์ - นิตยสารสื่อสิ่งพิมพ์

☐ 3) ツアー会社

บริษัททัวร์

☐ 4) インターネット

อินเทอร์เน็ต

☐ 5) その他 記入.....

อื่นๆ โปรดระบุ...

9. 今回の観光の一番の目的は何ですか。

ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้เพื่อวัตถุประสงค์หลักใด

☐ 1) 観光/休暇

ท่องเที่ยว/พักผ่อน

☐ 2) 親戚/友人の訪問

เยี่ยมญาติ/เพื่อน

☐ 3) 会議/セミナー

ประชุม/สัมมนา

☐ 4) ビジネス

ติดต่อธุรกิจ

☐ 5) 健康診断、美容関係

ตรวจสุขภาพและความงาม

☐ 6) その他 記入.....

อื่นๆ โปรดระบุ...

10. 今回タイにはどなたと来られましたか。

การเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้มากับใคร

☐ 1) 一人

คนเดียว

☐ 2) 友人/家族

เพื่อน / ครอบครัว

☐ 3) 同僚

ที่ทำงาน

☐ 4) ツアー

บริษัทนำเที่ยว

11. タイの観光地ではどこが一番好きですか。

ท่านชอบเดินทางมาท่องเที่ยวสถานที่ใดในประเทศไทยมากที่สุด

☐ 1) 海：サムイ島、クラビ、プーケット、パタヤなど

ทะเล เช่น สมุย กระบี่ ภูเก็ต พัทยา

☐ 2) 歴史・芸術の街：チェンマイ、スコータイ、アユタヤなど

เมืองศิลปะและวัฒนธรรม เช่น เชียงใหม่ สุโขทัย อโยธยา

☐ 3) ビジネス、レジャーの中心地：バンコク、ソンクラ（ハジャイ）

เมืองศูนย์กลางธุรกิจและสันตนาการ เช่น กรุงเทพมหานคร สงขลา (หาดใหญ่)

☐ 4) その他 記入.....

อื่นๆ โปรดระบุ...

12. タイへの観光に来られる時期はいつが多いですか。

การเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย โดยส่วนใหญ่ท่านมักจะมาในช่วงใด

☐ 1) 日本の祝日

วันหยุดตามเทศกาลต่างๆ

☐ 2) 有給を取得できた時期

วันหยุดพักร้อน

☐ 3) タイの祭り/イベント時

ช่วงที่มีเทศกาล / งานประเพณีของไทย

☐ 4) 決まった時期はない

ไม่กำหนดช่วงเวลาแน่นอน

13. 宿泊先はどこですか。

ท่านพักค้างคืนที่ใด

☐ 1) ホテル

โรงแรม

☐ 2) ゲストハウス

เกสต์เฮาส์

☐ 3) バンガロー/リゾート施設

บังกะโล / รีสอร์ท

☐ 4) 親戚/友人の家

บ้านญาติ / เพื่อน

☐ 5) その他 記入.....

อื่นๆ โปรดระบุ...

14. 滞在期間

ระยะเวลาที่พักค้างคืนจำนวนกี่คืน

☐ 1) 5 泊未満

น้อยกว่า 5 คืน

☐ 2) 5 泊

5 คืน

☐ 3) 6 泊

6 คืน

☐ 4) 6 泊以上

6 คืนขึ้นไป

15. 今回のタイ観光に使う経費はどこから出ましたか。

ค่าใช้จ่ายที่ใช้ในการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยครั้งนี้ได้มาจากที่ใด

☐ 1) 本人

เงินตัวเอง

☐ 2) 政府支援金

เงินจากรัฐบาลสนับสนุน

☐ 3) 家族

เงินจากครอบครัว

☐ 4) 親戚

เงินจากญาติ

☐ 5) その他 記入.....

อื่นๆ โปรดระบุ...

16. タイ観光の経費 (バーツ/人/日)

ค่าใช้จ่ายของการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยเป็นจำนวนเท่าไร (บาท/คน/วัน)

☐ 1) 3,000 บาท/คน/วัน未満

น้อยกว่า 3,000 บาท/คน/วัน

☐ 2) 3,000-4,000 บาท/คน/วัน

3,000 – 4,000 บาท/คน/วัน

☐ 3) 4,001-5,000 บาท/คน/วัน

4,001 – 5,000 บาท/คน/วัน

☐ 4) 5,000 บาท/คน/日以上

มากกว่า 5,000 บาท/คน/วัน

17. タイ観光で最も経費がかかるものは何ですか。

ค่าใช้จ่ายที่เสียมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

☐ 1) 宿泊代

ค่าที่พัก

☐ 2) 飲食代

ค่าอาหารและเครื่องดื่ม

☐ 3) 移動交通費

ค่าพาหนะในการเดินทาง

☐ 4) 土産、娯楽代

ค่าซื้อของที่ระลึกและเพื่อความบันเทิง

18. タイ観光で一番問題だと思うものは何ですか。

ท่านคิดว่าอุปสรรคที่สำคัญมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

☐ 1) 観光地への移動が不便

ความสะดวกในการเดินทางไปแหล่งท่องเที่ยว

☐ 2) 観光面の品質、サービス

คุณภาพของสินค้าและการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

☐ 3) 安全性

ความปลอดภัย

☐ 4) 政情不安

ปัญหาการเมือง

☐ 5) その他 記入.....

อื่นๆ โปรดระบุ....

19. タイ観光で最も感動したものは何ですか。

ท่านมีความประทับใจสิ่งใดมากที่สุดสำหรับการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

☐ 1) アクティビティ：ゴルフ、スパなど

กิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น กอล์ฟ สปา

☐ 2) タイの文化、風習

วัฒนธรรมและประเพณีไทย

☐ 3) 美しく多様な観光地

แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและหลากหลาย

☐ 4) その他 記入.....

อื่นๆ โปรดระบุ....

20. またタイに観光に来たいですか。

ท่านต้องการจะกลับมาท่องเที่ยวประเทศไทยอีกหรือไม่

☐ 1) 来たい

ต้องการกลับมา

☐ 2) 来たくない

ไม่ต้องการกลับมา

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ประวัติย่อผู้ทำสารนิพนธ์

ชื่อ ชื่อสกุล	นายวริทธิ์ พิพิธพจนการณ
วันเดือนปีเกิด	16 กันยายน 2515
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	38 ซอยแสงจันทร์ ถนนสุขุมวิท 42 เขตคลองเตย กรุงเทพมหานคร 10110
ตำแหน่งหน้าที่การงานปัจจุบัน	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนปฏิบัติการ
สถานที่ทำงานปัจจุบัน	สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ศูนย์ราชการเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550 อาคาร บี ชั้น 2-3 ถนนแจ้งวัฒนะ เขตหลักสี่ กรุงเทพฯ
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ. 2534	มัธยมศึกษาตอนปลาย จากโรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาพัฒนาการ
พ.ศ. 2544	ศิลปศาสตรบัณฑิต (รัฐศาสตร์) เกียรตินิยมอันดับ 2 จากมหาวิทยาลัยรามคำแหง
พ.ศ. 2553	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์การจัดการ) จากมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ