

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

The Study of Comparative Advantage and Factors Affecting Tourism Industry in Thailand

โดย

นายรัชพงศ์ มุลาสินน์

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์)

พ.ศ. 2546

ISBN 974-359-751-4



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์)
ปริญญา

เศรษฐศาสตร์

เศรษฐศาสตร์

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวไทย

The Study of Comparative Advantage and Factors Affecting Tourism Industry
in Thailand

นามผู้วิจัย นายรัชพงศ์ มุลาสินน์

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สังเวียน จันทร์ทองแก้ว, Ph.D.)

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุมาลี พุ่มภิญโญ, พ.บ.ม.)

กรรมการ

(อาจารย์ดาบทิพย์ ไกรพรศักดิ์, M.B.A.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์จิรพรรณ กุลคิดง, ศ.ม.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(ศาสตราจารย์ทัศนีย์ อัดตะนันท์, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ 11 เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2546

คำนิยม

ในการจัดทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณผศ. ดร.สังเวียน จันทร์ทองแก้ว ประธานกรรมการที่ปรึกษา ซึ่งได้ให้คำปรึกษาและแนะนำด้านต่างๆ รวมทั้งตรวจสอบแก้ไข วิทยานิพนธ์ด้วยดีมาโดยตลอด ขอกราบขอบพระคุณผศ.สุมาลี พุ่มภิญโญ กรรมการที่ปรึกษาวิชา เอก และ อาจารย์ตาบทิพย์ ไกรพรศักดิ์ กรรมการที่ปรึกษาวิชารอง ที่กรุณาให้คำแนะนำที่เป็น ประโยชน์ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ผู้เขียนขอขอบคุณเจ้าหน้าที่โครงการ เศรษฐศาสตร์ภาคค่ำที่กรุณาให้คำแนะนำต่าง ๆ ด้วยดีเสมอมา

ท้ายสุดนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ที่ได้ให้การดูแล และสนับสนุนในทุก ๆ เรื่อง รวมถึงคุณธาริณี เมธานูเคราะห์ ที่ได้คอยช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้กันมาโดยตลอด

รัชพงศ์ มุลาตินันท์

กันยายน 2546

รัชพงศ์ มุลาลินันท์ 2546: การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบและปัจจัยที่มีผลต่อ
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ปรินญาวิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์
ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ ปรธานกรรมการที่ปรึกษา: ผู้ช่วยศาสตราจารย์
สังเวียน จันทร์ทองแก้ว, Ph.D. 99 หน้า
ISBN 974-359-751-4

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวไทย
2) เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เมื่อ
เทียบกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 3) เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อจำนวน
นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้เข้าประเทศไทย สูงเป็นอันดับสอง
จึงควรที่จะทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ในการท่องเที่ยว รวมถึงความสามารถในการ
แข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาและการลงทุน
ในอุตสาหกรรมนี้ และสามารถตอบสนองต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันในแต่ละ
ละประเทศ และดำรงไว้ซึ่งความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว โดยการศึกษาใช้ข้อมูล
ทุติยภูมิ (secondary data) ประเภทข้อมูลอนุกรมเวลา (time series data) เวลา 15 ปี ระหว่างปี พ.ศ.
2529 – 2543

ผลการศึกษาพบว่า แนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ไทยมีค่าดัชนีที่ลดลง เช่นเดียวกับประเทศคู่แข่งในเอเชียแปซิฟิก คือ เขตปกครองพิเศษ ฮองกง
เกาหลี่ สิงคโปร์ และมาเลเซีย เนื่องมาจากวิกฤตค่าเงินในภูมิภาคเอเชีย ยกเว้นประเทศจีน ที่มี
แนวโน้มเพิ่มขึ้นตามการเจริญเติบโตของสภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศ และจากการศึกษาปัจจัย
ที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยหลักเรียงตามลำดับความสำคัญได้แก่ รายได้ประชาชาติ
จำนวนประชากร อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตไม่มี
ความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ทำให้สามารถวางแผนการลงทุนให้สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยว
เที่ยวในแต่ละประเทศได้ นอกจากนี้ยังพบว่าอัตราค่าโดยสารเครื่องบินที่เป็นปัจจัยสำคัญ หากมี
การศึกษาเพิ่มเติมถึงจำนวนรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการลดค่าโดยสาร น่าจะทำให้รายได้จากการ
ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

รัชพงศ์ มุลาลินันท์
ลายมือชื่อนิติกร

สังเวียน จันทร์ทองแก้ว
ลายมือชื่อประธานกรรมการ

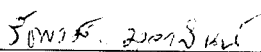
29 / ๓๑ / 46

Ratchapong Mulalin 2003: The Study of Comparative Advantage and Factors Affecting Tourism Industry in Thailand. Master of Science (Economics), Major Field Economics, Department of Economics. Thesis Advisor: Assistant Professor Sungwean Jantongkaew, Ph.D. 99 pages.
ISBN 974-359-751-4

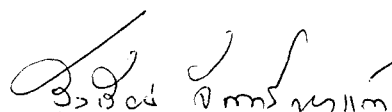
The objectives of this research were 1) to study the potential of Tourism Industry in Thailand 2) to study the comparative advantage of Tourism Industry in Thailand compared to the other countries in Asia-Pacific region. 3) to study the factors affecting Tourism Industry in Thailand.

Due to the fact that the second largest income which Thailand had received was from Tourism Industry, in order to make the strategy of development and investment plan for the Tourism Industry which will be affected to the demand of tourists, the study of the comparative advantage and factors affecting this industry are definitely required. The secondary data used in this study was 15 years during 1986 - 2003.

The results of this research indicated that the trend of comparative advantage index of Thailand is decreasing as well as those of Hong Kong S.A.R., Korea, Singapore and Malaysia; they may be caused by the economic crisis in Asian region. China, on the other hand, has the increasing trend of comparative advantage due to its economic growth. Furthermore by studying in factors affected the demand of Tourism of Thailand, it is found that the significant factors in sequential order are National Income, Population, Fare and Exchange Rate except Internet User. In addition, the results can also support in doing consistent investment strategy according to the number of tourist. Finally, in order to generate more income from Tourism Industry, it is necessary to understand the precise effect of air fare reduction on total tourist income.



Student's signature



Thesis Advisor's signature

29 / 10 / 03

สารบัญ

	หน้า
สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(6)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
ขอบเขตการศึกษา	6
วิธีการศึกษา	7
บทที่ 2 การตรวจสอบเอกสารและโครงสร้างทางทฤษฎี	10
การตรวจสอบเอกสาร	10
บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	10
ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยการประมาณค่าดัชนีความ	
ได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ	11
แนวคิดทางทฤษฎี	16
ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	16
ทฤษฎีอุปสงค์	19
แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์	26
สมมติฐานของแบบจำลอง	31
บทที่ 3 การท่องเที่ยวและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว	33
ความหมายของการท่องเที่ยว	33
การวิวัฒนาการของการท่องเที่ยว	35
องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	37
บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	40

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย	43
การวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวของไทย	52
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์	59
การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของประเทศไทย	59
การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	63
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	72
สรุปผลการศึกษา	72
ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	73
ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป	74
เอกสารอ้างอิง	75
ภาคผนวก	77
ภาคผนวก ก ข้อมูลที่ใช้ในการสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยว	78
ภาคผนวก ข การสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทย	82
ภาคผนวก ค ตารางค่าสถิติ Durbin-Watson Test	97

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	แสดงจำนวนรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2534 – 2543	2
2	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแยกตามภูมิภาค ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2541 – 2543	3
3	แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2541 – 2543	4
4	แสดงรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ของประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในระหว่างปี พ.ศ.2541 – 2543	5
5	แสดงผลการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)	61
6	สรุปผลของปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดจำนวนอุปสงค์ และค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับจำนวนอุปสงค์แบบจำลอง	71
ตารางผนวกที่		
1	ข้อมูลที่ใช้ในการสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทย	79
2	แสดงผลการทดสอบคุณสมบัติเสถียร (stationary) ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทยที่ระดับปกติ	85
3	ผลการทดสอบคุณสมบัติเสถียร (stationary) ของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยที่ระดับ I(2) ความล่าช้า 1	86

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่		หน้า
4	สรุปผลการทดสอบคุณสมบัติเสถียร (stationary) ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา	87
5	แสดงผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มีต่อประเทศไทย	88
6	แสดงผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์หลังตัดตัวแปรค่าโดยสารออกจากแบบจำลอง	90
7	แสดงผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์หลังตัดตัวแปรการใช้อินเทอร์เน็ตออกจากแบบจำลอง	91
8	แสดงแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวในไทยของนักท่องเที่ยวจีนที่สมบูรณ์หลังจากการปรับแบบจำลอง	92
9	แสดงผลการประมาณการแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวฮ่องกง	ท่องเที่ยว 93
10	ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักเที่ยวญี่ปุ่น	ท่องเที่ยว 94
11	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย	95
12	แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสิงคโปร์	96

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางผนวกที่

หน้า

13	ค่าวิกฤต d_L และ d_U สำหรับการทดสอบ Durbin-Watson ที่ระดับนัยสำคัญ 5%	98
----	---	----

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	กราฟเส้นแสดงแนวโน้มดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่นำมาพิจารณา	62
ภาพผนวกที่		
1	แผนภูมิแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวในรูปแบบ log form	84

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญเป็นอันดับหนึ่งสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยโดยเฉลี่ยประมาณ 6 พันล้านดอลลาร์สหรัฐต่อปี โดยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงและธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม รวมไปถึงธุรกิจสนับสนุนต่าง ๆ ซึ่งการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น ถือได้ว่าเป็นการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งที่ไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยสายตา (invisible export) โดยสินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็คือบริการต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวซื้อหรือใช้บริการเมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวนั่นเอง ซึ่งการซื้อบริการดังกล่าวทำให้เกิดการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ กล่าวคือกระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างเต็มที่ อีกทั้งก่อให้เกิดการจ้างงานและการประกอบอาชีพที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้การหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจดังกล่าวจึงมีส่วนที่ช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินอีกด้วย

สำหรับความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเริ่มปรากฏชัดเจนในช่วงปี พ.ศ. 2541-2543 ภายหลังจากเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจซึ่งภาคการผลิตอื่นอยู่ในภาวะซบเซา แต่ธุรกิจท่องเที่ยวกลับมีการขยายตัวในเกณฑ์ที่ดี โดยรัฐบาลใช้ความได้เปรียบในเรื่องค่าเงินมาเป็นจุดดึงดูดสำคัญ อีกทั้งมีการดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวในปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand, 1998 -2000) ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอีกด้วย ซึ่งส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2542 ร้อยละ 10.82 หรือคิดเป็นรายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนเงิน 285,272 ล้านบาท โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.75 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2542 (ตารางที่ 1)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) (ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, 2543) ได้สำรวจความคิดเห็นจากองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วโลกพบว่าในอนาคตธุรกิจการท่องเที่ยวจะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (niche market) มากขึ้น โดยเป็นผู้ที่มีการศึกษา และมีฐานะทางเศรษฐกิจดี มีความสนใจและเล็งเห็นถึงความสำคัญของ

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนรายได้ และจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว
ในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2534 – 2543

ปี พ.ศ.	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) *	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ) *
2534	100,004	-	5,086,899	-
2535	123,135	23.13	5,136,443	0.97
2536	127,802	3.79	5,760,533	12.15
2537	145,211	13.62	6,166,496	7.05
2538	190,765	31.37	6,951,566	12.73
2539	219,364	14.99	7,192,145	3.46
2540	220,754	0.63	7,221,345	0.41
2541	242,177	9.70	7,764,930	7.53
2542	253,018	4.48	8,580,332	10.50
2543	285,272	12.75	9,508,623	10.82

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ* มาจากการคำนวณโดยผู้วิจัย

ชนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น รวมไปถึงระบบนิเวศน์ในธรรมชาติด้วย แต่ในขณะเดียวกันก็ยังให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (mass market) ด้วยเช่นกัน โดยในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละประเทศไปพร้อมๆกับการเสริมสร้างความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีหลักอยู่ 3 ประการ ได้แก่ ความเพลิดเพลิน (entertainment) ความตื่นเต้น (excitement) และการศึกษา (education) นอกจากนี้องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวยังเห็นว่าภาครัฐจะลดบทบาทในการดำเนินการลง แต่จะร่วมมือกันกับเอกชนมากขึ้น และดำเนินการทางด้านการตลาดระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกันเพิ่มมากขึ้นด้วย ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลกได้รายงานถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี พ.ศ. 2542 ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างประเทศมีอัตราการเติบโตสูงขึ้น โดยเทียบเท่ากับระดับการเจริญเติบโตในช่วงก่อนเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 อีกทั้งยังมีการคาดการณ์ว่าการเติบโตทางการท่องเที่ยวของทุกภูมิภาคจะปรับตัวเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกซึ่งคาดการณ์ว่าจะปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.5 ต่อปี

สำหรับภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดได้แก่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้งสิ้น 5,545,856 คน ส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นรองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากยุโรป ซึ่งมีจำนวน 2,301,807 คน จากประเทศในแถบอเมริกา 663,276 คน โอเชียเนีย 378,782 คน เอเชียใต้ 352,007 คน ตะวันออกกลาง 182,408 คน และแอฟริกา 84,487 คน (ตารางที่ 2) โดยมีชาวญี่ปุ่นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากที่สุดถึง 1,202,164 คน รองลงมาคือชาวมาเลเซีย 1,111,687 คน ชาวจีน 753,781 คน ชาวไต้หวัน 706,482 คน ชาวสิงคโปร์ 563,679 คน ชาวเกาหลีใต้ 451,347 คน และชาวฮ่องกง 243,952 คน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแยกตามภูมิภาค ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ.2541 – 2543

ภูมิภาค	ปี	อัตราการเปลี่ยนแปลง	ปี	อัตราการเปลี่ยนแปลง	ปี	อัตราการเปลี่ยนแปลง
	พ.ศ.2541 (คน)	แปลง (%) *	พ.ศ.2542 (คน)	แปลง (%) *	พ.ศ.2543 (คน)	เปลี่ยนแปลง (%) *
เอเชียแปซิฟิก	4,282,589	(1.18)	5,000,701	16.77	5,545,856	10.90
ยุโรป	2,108,909	21.51	2,116,806	0.37	2,301,807	8.74
อเมริกา	538,293	17.91	595,381	10.61	663,276	11.40
โอเชียเนีย	343,938	22.36	344,879	0.27	378,782	9.83
เอเชียใต้	265,054	9.30	291,797	10.09	352,007	20.63
ตะวันออกกลาง	148,597	29.76	154,760	4.15	182,408	17.87
แอฟริกา	77,550	35.55	76,008	(1.99)	84,487	11.16
รวม	7,764,930	7.53	8,580,332	10.50	9,508,623	10.82

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงค่าติดลบ

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ* มาจากการคำนวณโดยผู้วิจัย

อย่างไรก็ตามแม้ว่าตลาดที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยจะมาจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกก็ตาม แต่ประเทศในภูมิภาคดังกล่าวก็ถือเป็นคู่แข่งที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเช่นกัน อาทิ ประเทศจีน เขตปกครองพิเศษ ฮ่องกง เกาหลีใต้ มาเลเซีย สิงคโปร์ เป็นต้น โดยในปี พ.ศ. 2543 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจีนสามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 16,231

ล้านเหรียญสหรัฐฯ โดยมีอัตราการเจริญเติบโตคิดเป็นร้อยละ 15 ในขณะที่ เขตปกครองพิเศษ ฮองกงสามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 7,886 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 9 สิงคโปร์สามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 6,370 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 7 และมาเลเซียสามารถทำรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ 4,563 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ โดยมีอัตราการเติบโตถึงร้อยละ 29 ส่วนไทยมีอัตราการเติบโตร้อยละ 6 โดยทำรายได้จาก

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ.2541 – 2543

ประเทศ	ปี พ.ศ. 2541 (คน)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) *	ปี พ.ศ. 2542 (คน)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) *	ปี พ.ศ. 2543 (คน)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) *
ญี่ปุ่น	982,116	1.03	1,059,872	7.92	1,202,164	13.43
มาเลเซีย	931,553	(9.48)	1,009,821	8.40	1,111,687	10.09
จีน	604,472	33.58	813,596	34.60	753,781	(7.35)
ไต้หวัน	421,293	(1.23)	528,291	25.40	706,482	33.73
สิงคโปร์	497,221	22.50	528,889	6.37	563,679	6.58
เกาหลี	218,109	(47.88)	342,867	57.20	451,347	31.64
ฮ่องกง	290,797	(15.90)	244,474	(15.93)	243,952	(0.21)
อินโดนีเซีย	69,462	(22.82)	133,252	91.83	156,764	17.64
ฟิลิปปินส์	82,528	4.57	86,835	5.22	103,013	18.63
ลาว	47,333	78.64	68,809	45.37	70,985	3.16
เวียดนาม	39,452	83.84	34,267	(13.14)	45,485	32.74
บรูไน	3,206	(25.16)	2,405	(24.98)	4,776	98.59
อื่นๆ	95,047	52.12	147,323	55.00	131,741	(10.58)
รวม	4,282,589	(1.18)	5,000,701	16.77	5,545,856	10.90

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงค่าติดลบ

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ* มาจากการคำนวณโดยผู้วิจัย

นักท่องเที่ยวต่างชาติ 7,119 ล้านเหรียญสหรัฐฯ (ตารางที่ 4) ซึ่งหากอัตราการขยายตัวยังคงเป็นเช่นนี้ต่อไป มาเลเซียจะสามารถไต่อันดับขึ้นมาแทนประเทศไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ในไม่ช้า

ตารางที่ 4 แสดงรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ของประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกในระหว่างปี พ.ศ.2541 – 2543

ประเทศ	ปี 2541 (ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) *	ปี 2542 (ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) *	ปี 2543 (ล้านเหรียญ สหรัฐฯ)	อัตราการ เปลี่ยนแปลง (%) *
จีน	12,602	4	14,098	12	16,231	15
ฮ่องกง	7,496	(25)	7,210	(4)	7,886	9
เกาหลี	6,865	34	6,802	(1)	6,609	(3)
ไทย	5,934	(16)	6,695	13	7,119	6
สิงคโปร์	5,402	(11)	5,974	11	6,370	7
มาเลเซีย	2,456	(9)	3,540	44	4,563	29
ญี่ปุ่น	3,742	(13)	3,428	(8)	3,374	(2)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงค่าติดลบ

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ* มาจากการคำนวณโดยผู้วิจัย

ดังนั้นจากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นจึงเป็นเครื่องยืนยันได้ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในฐานะที่เป็นกลไกแก้ไขปัญหาต่างๆ อาทิ ปัญหา การขาดดุลงบประมาณและปัญหาคนว่างงาน (จำลอง, 2528) เป็นต้น ดังนั้นรัฐบาลในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบจึงจำเป็นต้องมีการเตรียมการวางแผนในอันที่จะส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งศักยภาพในการแข่งขัน โดยดูถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวไทย ซึ่งในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีจุดประสงค์ที่จะศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวไทย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวของไทย
2. เพื่อศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับระหว่างประเทศไทยกับประเทศต่าง ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
3. เพื่อศึกษาปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก
2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลและกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งหน่วยงานของภาครัฐบาล และหน่วยงานของเอกชน เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนและกำหนดนโยบายในการดำเนินงาน รวมไปถึงการแก้ไข และปรับปรุงกลยุทธ์ในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และเพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันกับต่างประเทศอีกด้วย

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตที่ใช้ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีดังนี้

1. ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ประเภทข้อมูลอนุกรมเวลา (time series data) ในการศึกษาทั้งสิ้นเป็นเวลา 15 ปี โดยเป็นข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2529 – 2543 เนื่องจากเป็นช่วงเวลาที่มีความผันผวนทางเศรษฐกิจอันเป็นผลมาจากการลอยตัวค่า

เงินบาทในปี พ.ศ.2540 ที่แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ข้อมูลดังกล่าว ยังเป็นข้อมูลที่หน่วยงานของทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชนเก็บรวบรวมไว้ได้มากที่สุด ซึ่งถือว่าเป็นเพียงพอที่จะนำมาพิจารณาเพื่อสร้างแบบจำลองที่เหมาะสมได้ ดังนั้นช่วงเวลาดังกล่าวจึงเหมาะสมเพื่อนำมาใช้ในงานวิจัย

2. ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น ประเทศที่นำมาพิจารณาเปรียบเทียบดังกล่าว เป็นประเทศที่มีมูลค่าทางการท่องเที่ยว ระบบการบริหาร และการจัดการด้านการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย จึงถือเป็นประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญซึ่งได้แก่ จีน เขตปกครองพิเศษฮ่องกง เกาหลี สิงคโปร์ และมาเลเซีย ในขณะที่การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกนั้น ผู้วิจัยทำการพิจารณาทั้งสิ้น 5 ประเทศได้แก่ประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน สิงคโปร์ และเขตปกครองพิเศษฮ่องกง เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศดังกล่าวมีจำนวนมากที่สุดตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคดังกล่าว อนึ่ง มูลค่าและอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวคิดมาจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเท่านั้นโดยไม่รวมถึงการเดินทางท่องเที่ยวของคนในประเทศนั้นๆเอง

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ประเภทข้อมูลอนุกรมเวลา (time series data) ระหว่างปี พ.ศ.2529 – 2543 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 15 ปี โดยเก็บรวบรวมจากเอกสาร และวารสารของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ธนาคารแห่งประเทศไทย ห้องสมุดมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และห้องสมุดมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เป็นต้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แยกพิจารณาออกเป็น 2 ส่วนคือการวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (descriptive analysis) และการวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ (quantitative analysis) โดยแบ่งขั้นตอนในการศึกษาเพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ดังนี้

1. การวิเคราะห์ในเชิงพรรณนา (descriptive analysis) เป็นการศึกษาถึงการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมดังกล่าว รวมไปถึงนโยบายด้านการท่องเที่ยวของรัฐบาลในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 1 – 8 พร้อมทั้งศักยภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและแนวโน้มของธุรกิจด้านการท่องเที่ยวในอนาคตซึ่งนำมาจากองค์การการท่องเที่ยวโลก

2. การวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ(quantitative analysis) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยแยกการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1 การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งการวิเคราะห์ดังกล่าวผู้วิจัยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage index: RCA) ในการพิจารณาความได้เปรียบดังกล่าว เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อที่ 1

2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยใช้เครื่องมือทางสถิติในการประมาณการแบบจำลองด้วยสมการถดถอยพหุคูณเชิงซ้อน (multiple linear regression) ในรูปของสมการลอการิทึม (logarithm) โดยวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบถึงขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ โดยใช้วิธี generalized method of moments หรือ GMM ในการพิจารณา เนื่องจากวิธีการดังกล่าวเป็นวิธีการประมาณการแบบจำลองที่สามารถจัดปัญหาค่าความแปรปรวนของตัวแปรไม่คงที่ (heteroskedasticity) และปัญหาค่าความคลาดเคลื่อนมีความสัมพันธ์กับอดีต (autocorrelation) ได้โดยไม่ต้องทำการแก้ไขภายหลัง ทำให้แบบจำลองสามารถคาดการณ์ได้แม่นยำขึ้น เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการศึกษาข้อที่ 2 ซึ่งก่อนที่จะทำการประมาณการแบบจำลองดังกล่าวนี้ ต้องทำการทดสอบคุณสมบัติ stationary ของแต่ละตัวแปรอิสระก่อน โดยใช้วิธี unit root test ด้วยวิธีการทดสอบแบบ augmented dickey-fuller: ADF ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อมูลอนุกรมเวลาส่วนใหญ่ มักจะเปลี่ยนแปลงไปตามสัดส่วนของเวลาที่เพิ่มขึ้น จึงทำให้ตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับตัวเองในอดีต ดังนั้นในการใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาเพื่อทำการประมาณการแบบจำลองทุกครั้ง จึงต้องทำการทดสอบ stationary เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาตัวแปรมีความสัมพันธ์กับตัวเองในอดีต กล่าวคือหากตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับตัวเองในอดีตแล้ว แสดงว่าตัวแปรนั้นเป็น non-stationary และถ้า

หากนำมาประมาณการแบบจำลอง จะทำให้แบบจำลองที่ได้ไม่เป็นไปตามคุณสมบัติของสมการถดถอยที่ดี

เมื่อสามารถวิเคราะห์ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของไทยได้แล้ว ทำให้สามารถนำไปใช้ในการวางแผนเพื่อการพัฒนา และรักษาไว้ซึ่งศักยภาพในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้โดยผลการศึกษานี้ได้แสดงไว้ในบทที่ 4

เพื่อความสมบูรณ์ต่อเนื่องของงานวิจัย และไม่เกิดการซ้ำซ้อน จึงได้ทำการตรวจสอบเอกสาร และทฤษฎีที่ใช้ในบทที่ 2 และความรู้ประกอบเพิ่มเติมเพื่อเพิ่มความเข้าใจ และประกอบการบรรยายผลการศึกษานี้ในบทที่ 3

บทที่ 2

การตรวจสอบเอกสารและโครงสร้างทางทฤษฎี

การตรวจสอบเอกสาร

ในการตรวจสอบเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ผู้วิจัยแบ่งการพิจารณาออกเป็นประเด็นหลัก ๆ 3 ประเด็นดังนี้

บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ได้มีผู้ที่ทำการศึกษาในประเด็นนี้ ดังต่อไปนี้

จำลอง อติกุล และวุฒิเทพ อินทปัญญา (2528) ทำการศึกษาผลกระทบด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ตารางปัจจัยและตารางผลผลิต (Input-Output Analysis: I/O) ซึ่งผลการศึกษาที่ได้แสดงให้เห็นถึงระดับรายได้ การจ้างงาน และดุลการชำระเงินระหว่างประเทศที่เพิ่มขึ้น อันเป็นผลมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวในประเทศ กล่าวคือในปี พ.ศ. 2525 รายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ได้ร้อยละ 2.75 ของ GDP ทั้งหมด โดยก่อให้เกิดการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อมรวม 243,917 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 0.99 ของการจ้างงานทั้งหมด เมื่อพิจารณาด้านรายได้พบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 1 ล้านบาท ก่อให้เกิดรายได้ภายในประเทศทั้งสิ้น 2,060,000 บาท โดยแบ่งออกเป็นรายได้ทางตรง 524,000 บาท และรายได้ทางอ้อม 1,536,000 บาท อีกทั้งรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติยังมีส่วนช่วยลดการขาดดุลทางการค้าของประเทศได้ร้อยละ 40 อีกด้วย นอกจากนี้ผลจากการศึกษายังพบว่า ถ้าหากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศลดลง 1 คน จะทำให้รายได้ภายในประเทศลดลง 9,400 บาท การจ้างงานลดลง 0.11 คน (โดยประมาณ) และเงินตราต่างประเทศลดลง 7,076 บาท

จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศนั้น ทำให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อระบบเศรษฐกิจไทย อาทิ การเพิ่มขึ้นของระดับรายได้ การจ้างงาน และดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ เป็นต้น

สุธิดา วนะชกิจ (2530) ได้ศึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูล ทศนิยมจากปี พ.ศ. 2517-2528 จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและธนาคารแห่งประเทศไทย มา ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยประมาณสมการ โครงสร้างและสมการลดรูปด้วยวิธีกำลังสอง น้อยที่สุดแบบธรรมดาและนำสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณสมการต่างๆมาแปลความหมาย ทางเศรษฐศาสตร์เพื่อคำนวณผลของรายได้และรายจ่ายจากการท่องเที่ยวที่มีต่อรายได้ประชาชาติ

จากการศึกษาพบว่า รายได้ประชาชาติเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับรายได้จากการ ท่องเที่ยว แต่มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของคนไทยที่เดิน ทางไปเที่ยวต่างประเทศ นอกจากนี้รายได้จากการท่องเที่ยวที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวชาวต่าง ประเทศมากขึ้นนั้น รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจะต้องลดสัดส่วนในการนำเข้าสินค้าและ บริการลง หรือเพิ่มการบริโภคสินค้าและบริการภายในประเทศให้มากขึ้น โดยผลการวิเคราะห์ แสดงให้เห็นว่า ตัวทวีคูณของรายได้จากการท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ 1.5406 ซึ่งหมายความว่า ถ้าหาก รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป 1 ล้านบาท จะทำให้รายได้ประชาชาติเปลี่ยนแปลง ไป 1.5406 ล้านบาท ซึ่งตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อ การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ดังนั้นการสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สามารถเพิ่ม จำนวนและรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้น ก็จะก่อให้เกิดผลกระทบเชิงบวกต่อการ เพิ่มขึ้นของระดับรายได้ประชาชาติในสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

จากการตรวจเอกสารในประเด็นของบทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ไทยพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมากอีกทั้ง ยังมีบทบาทในการเสริมสร้างการเจริญเติบโตของประเทศ โดยประเด็นนี้จะนำไปศึกษาเพิ่มเติมใน สภาวะการณ์เศรษฐกิจปัจจุบันต่อไป

ศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยการประมาณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ ปรากฏ (revealed comparative advantage Index: RCA)

ได้มีผู้ทำการศึกษาในประเด็นนี้ ไว้ดังต่อไปนี้

รัชพันธ์ เชยจิตร (2540) ทำการศึกษาศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปมะเขือเทศ โดยศึกษาโครงสร้างตลาด ความต้องการของตลาดต่างประเทศโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดย เปรียบเทียบที่ปรากฏ และศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple

regression) สมการถดถอยอย่างง่าย (simple regression) ซึ่งผลจากการศึกษาที่ได้พบว่า ตลาดการแปรรูปมะเขือเทศมีโครงสร้างเป็นแบบตลาดผู้ขายน้อยราย และประสบปัญหาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จึงมีผลทำให้มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ไม่แน่นอน ส่วนผลิตภัณฑ์ซอสมะเขือเทศนั้น ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบกับประเทศในภูมิภาคใกล้เคียง ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ปลาซาร์ดีนในซอสมะเขือเทศที่ผลิตในประเทศไทยนั้น พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทุกตลาดนำเข้าที่สำคัญ แต่มีแนวโน้มลดลง ซึ่งสาเหตุของการลดลงดังกล่าวเป็นผลมาจากปัจจัยหลายประการ อาทิ ต้นทุนวัตถุดิบ ค่าจ้างแรงงาน และค่าขนส่งที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เป็นต้น

สมพงษ์ กิรติวิรุณ (2541) ทำการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกของไทย โดยการศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 3 ประการคือ ประการที่หนึ่ง เพื่อศึกษาศักยภาพในการแข่งขัน ประการที่สอง เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออก และประการที่สาม เพื่อคาดการณ์ปริมาณการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทถุงพลาสติก และกระสอบพลาสติก โดยใช้ข้อมูลสถิติภูมิที่รวบรวมจากหน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐบาล ในปี พ.ศ. 2524-2538 ซึ่งพบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2531-2538 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกและกระสอบพลาสติกที่ส่งไปยังประเทศญี่ปุ่น โดยพิจารณาจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) ที่มีค่ามากกว่า 1 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2536 – 2538 ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกสินค้าดังกล่าวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อ การส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกประเภทถุงพลาสติก และกระสอบพลาสติกจากประเทศไทยไปยังประเทศญี่ปุ่นและประเทศสหรัฐอเมริกานั้น พบว่า ปัจจัยด้านรายได้ประชาชาติต่อหัวมีผลกระทบเชิงบวกต่อการส่งออกทั้งของประเทศไทยและญี่ปุ่น ในขณะที่ปัจจัยด้านราคาและอัตราแลกเปลี่ยนมีผลเชิงลบต่อการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกของไทยไปยังประเทศญี่ปุ่น แต่มีผลเชิงบวกต่อการส่งออกไปยังประเทศสหรัฐอเมริกา

การศึกษาดังกล่าวเป็นการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage: RCA) ซึ่งเป็นค่าดัชนีที่วัดส่วนแบ่งของการส่งออกสินค้าชนิดหนึ่งในการส่งออกทั้งหมดของประเทศนั้นกับส่วนแบ่งการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวในการส่งออกรวมของโลก จากการศึกษาทำให้ทราบว่าถ้าค่าดัชนี RCA ของสินค้าชนิดหนึ่งในประเทศใด มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศนั้นๆมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตสินค้านั้นๆ เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆโดยรวม ซึ่งจะต้องดูว่าปัจจัยอะไรที่ทำให้เกิด

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยดัชนีดังกล่าวจะได้นำไปศึกษาต่อในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

Wahab (1975) ทำการศึกษาและอธิบายแนวความคิดของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น (actual tourism demand) โดยใช้การวิเคราะห์ในเชิงคุณภาพ ซึ่งให้แนวคิดในรูปฟังก์ชันดังนี้

$$D_{ij} = \frac{f(M, T, F, W)}{R}$$

โดยกำหนดให้

D_{ij}	=	อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริงของการเดินทางท่องเที่ยวจากประเทศจุดกำเนิด i ไปยังประเทศจุดหมายปลายทาง j
i	=	ประเทศจุดกำเนิดนักท่องเที่ยว
j	=	ประเทศจุดหมายปลายทาง
M	=	จำนวนประชากรในประเทศจุดกำเนิด i
T	=	ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนหรือท่องเที่ยว
F	=	ฐานะทางการเงินของนักท่องเที่ยวในประเทศจุดกำเนิด i
W	=	ความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยว
R	=	ข้อจำกัดต่าง ๆ อาทิ เสถียรภาพทางการเมือง ภาพพจน์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย การแข่งขัน ต้นทุนค่าใช้จ่ายระยะทาง เป็นต้น

ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาแนวคิดดังกล่าว ทำให้ทราบว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริงประกอบด้วยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่าง ๆ มากมายและซับซ้อน โดยที่ตัวแปรอิสระบางตัวไม่สามารถวัดได้ในเชิงปริมาณ อาทิ ความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยว การมีเสถียรภาพทางการเมือง และภาพพจน์ของประเทศ เป็นต้น

ประชุม สุวดี (2526) ทำการศึกษาโครงสร้างการจัดเก็บภาษีจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยทำการสำรวจทัศนคติของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และให้ทัศนคติในเชิงคุณภาพว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ สถานที่ท่องเที่ยว รองลงมาคืออัยาศัยของคนไทย ขนบธรรมเนียมประเพณี ราคาสินค้า คุณภาพและบริการของโรงแรมที่พัก ตามลำดับ โดยผู้ศึกษามีความเห็นว่างปัจจัยทางด้านอุปทาน อาทิ

สถานที่ท่องเที่ยว และการบริการ มีผลต่อการเกิดอุปสงค์ แต่ปัจจัยทางด้านอุปทานดังกล่าวไม่สามารถนำมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณได้ ดังนั้นการวัดในเชิงปริมาณโดยใช้อุปสงค์ จึงเป็นวิธีที่ดีที่สุดในการวิเคราะห์อุตสาหกรรมนี้

วิโชค อ่างมณี (2532) ทำการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษในปี พ.ศ. 2521-2530 ในการวิเคราะห์ โดยอาศัยสมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression) ในการประมาณการแบบจำลอง เพื่อวัดขนาดและความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่าง ๆ ตามแนวคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ โดยผลการศึกษาที่ได้พบว่า ตัวแปรทางด้านราคาโดยสารเครื่องบิน และรายได้เฉลี่ยต่อหัวในประเทศของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 6 ประเทศได้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย เยอรมัน ญี่ปุ่น และฝรั่งเศส ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยทั้ง 6 ประเทศมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อตัวแปรอิสระต่างๆ ต่ำ (inelastic) ในขณะที่สัดส่วนของราคาที่พักเฉลี่ยต่อห้อง ต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 5 ประเทศคือประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย เยอรมัน และฝรั่งเศส โดยมีค่าความยืดหยุ่นในตลาดการท่องเที่ยวของไทยต่ำ (inelastic)

จากผลการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวเมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยพบว่า สัดส่วนของราคาโดยสารเครื่องบิน ต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก 6 ประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีต่อสัดส่วนราคาโดยสารเครื่องบิน ต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวในประเทศของนักท่องเที่ยวจาก 5 ประเทศได้แก่ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย เยอรมัน และฝรั่งเศส มีความยืดหยุ่นสูง (elastic) ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่นมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีต่อสัดส่วนราคาโดยสารเครื่องบินต่อรายได้ต่อหัวมีค่าความยืดหยุ่นต่ำ (inelastic) เมื่อทำการพิจารณาสัดส่วนราคาที่พักเฉลี่ยต่อห้องต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้ง 6 ประเทศ โดยที่ประเทศสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรียมีความมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อตัวแปรดังกล่าวสูง (elastic) ในขณะที่ประเทศญี่ปุ่น เยอรมัน และฝรั่งเศส มีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อตัวแปรดังกล่าวต่ำ (inelastic) ดังนั้นจากค่าความยืดหยุ่นที่ได้สามารถสรุปได้ว่า สัดส่วนของราคาที่พักเฉลี่ยต่อห้อง ต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว จะส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) ศึกษาและวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ เนื่องจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2538 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากภูมิภาคดังกล่าว มีสัดส่วนร้อยละ 63 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิทินปี พ.ศ. 2523 – 2537 ซึ่งแบบจำลองอุปสงค์ที่ใช้ สามารถเขียนให้อยู่ในรูปของฟังก์ชันได้ดังนี้

$$P_{ij} = f(POP_{ij}, GNP_{ij}, FAR_{ij})$$

เมื่อกำหนดให้

P	=	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) จากประเทศต่าง ๆ ภายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทาง เข้ามายังประเทศไทย
POP	=	จำนวนประชากรของประเทศนั้น ๆ
GNP	=	รายได้ประชาชาติต่อหัวมีหน่วยเป็นเงินตราของประเทศนักท่องเที่ยว
FAR	=	อัตราค่าโดยสาร โดยคิดจากอัตราค่าโดยสารสายการบินที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในประเทศนั้น ๆ
i	=	เวลา (อนุกรมเวลารายปี)
j	=	ประเทศ (รายประเทศ)

จากผลการศึกษาพบว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล (GNP per capita) เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มากที่สุด โดยจำนวนประชากร รายได้ประชาชาติต่อหัว มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยว ในขณะที่ค่าโดยสารเครื่องบินมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการตรวจสอบเอกสารแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สร้างรายได้ให้ประเทศไทย จึงมีผู้ศึกษาด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวซึ่งมีการศึกษาในระดับหนึ่ง แต่

จากการที่มีข้อมูลเพิ่มมากขึ้น จึงควรมีการปรับปรุงแบบจำลองให้มีความน่าเชื่อถือเพิ่มมากขึ้น รวมทั้งควรที่จะทั้งศึกษาถึงปัจจัยอื่นเพิ่มมากขึ้น เพื่อการอธิบายของแบบจำลองที่ดีขึ้น และในเรื่องความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งมีประโยชน์ต่อการวางแผนพัฒนาซึ่งไม่มีการศึกษาและเป็นอีกจุดที่น่าสนใจ

แนวคิดทางทฤษฎี

แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ประกอบไปด้วย ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage theory) และทฤษฎีอุปสงค์ (demand theory) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ทฤษฎีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative advantage theory) (วรนนท์, 2530)

ทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศกล่าวว่า การจัดสรรทรัพยากรธรรมชาติภายใต้ระบบเศรษฐกิจจะเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อ การผลิตและการค้าระหว่างประเทศตั้งอยู่บนพื้นฐานความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (comparative advantage) ของระบบเศรษฐกิจนั้น ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวถูกค้นพบโดย David Ricardo นักเศรษฐศาสตร์สำนักคลาสสิก ซึ่งได้แสดงแนวคิดในเรื่องการค้าระหว่างประเทศไว้ว่า ประเทศหนึ่งควรจะผลิตและส่งออกสินค้าที่ประเทศนั้นมีปัจจัยการผลิตที่มีประสิทธิภาพสูงกว่า หรือมีความได้เปรียบมากกว่าประเทศอื่น ซึ่งจะก่อให้เกิดความชำนาญเฉพาะอย่างในการผลิตสินค้า ในขณะที่เดียวกันก็ทำการนำเข้าสินค้าที่ประเทศดังกล่าวมีปัจจัยการผลิตที่มีประสิทธิภาพต่ำกว่า หรือนำเข้าสินค้าที่ประเทศตนผลิตด้วยต้นทุนที่สูงกว่าประเทศอื่น ซึ่งแนวความคิดดังกล่าวอยู่ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิตเพียงชนิดเดียวคือแรงงาน ซึ่งไม่สามารถเคลื่อนย้ายระหว่างประเทศได้ และแรงงานในแต่ละประเทศมีประสิทธิภาพในการผลิตที่แตกต่างกัน

ต่อมาได้มีการพัฒนาแนวความคิดใหม่โดย Heckscher-Ohlin นักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก ซึ่งได้อธิบายไว้ว่า ปัจจัยพื้นฐานที่เป็นตัวกำหนดโครงสร้างของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบคือ ความยากหรือง่ายและความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรในแต่ละประเทศ โดยประเทศใด ๆ ก็ตาม จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่า หากทำการส่งออกสินค้าที่ผลิตจากทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่เป็นจำนวนมากภายในประเทศ ซึ่งการอธิบายดังกล่าวอยู่ภายใต้แบบจำลองที่มีปัจจัยการผลิต 2 ชนิดคือ ทุนและแรงงาน โดยมีข้อสมมติว่า ปัจจัยการผลิตดังกล่าว

สามารถเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรีภายในประเทศ แต่เคลื่อนย้ายระหว่างประเทศไม่ได้ ซึ่งข้อสมมติดังกล่าวทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการผลิตกับผลผลิตในแต่ละประเทศเหมือนกัน ดังนั้นจากแนวความคิดดังกล่าว ถ้าหากประเทศใดมีปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุน ประเทศดังกล่าวก็จะส่งออกสินค้าที่เน้นการใช้แรงงานในการผลิต (labor intensive) แต่ถ้ามีปัจจัยทุนมากกว่าแรงงาน ก็จะทำการส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยทุนในการผลิต (capital intensive) นั่นเอง ซึ่งจะเห็นได้ว่า Heckscher-Ohlin ทำให้การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีความเหมาะสมในการใช้เป็นนโยบายการค้า และอุตสาหกรรมของประเทศมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นแนวคิดที่อธิบายอย่างชัดเจนว่า ประเทศใด ๆ ก็ตาม ควรจะผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ปัจจัยการผลิตที่มีอยู่มากภายในประเทศ

ซึ่งความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในทางทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศนั้น เป็นการวิเคราะห์ภายใต้ระบบการค้าเสรี แต่ในความเป็นจริง ประเทศต่าง ๆ พยายามพัฒนาการผลิตและส่งออกโดยกำหนดมาตรการต่าง ๆ ที่เป็นการส่งเสริมและคุ้มครองการผลิตของภาคอุตสาหกรรมภายในประเทศ ได้แก่ มาตรการกีดกันทางการค้าต่าง ๆ อาทิ การกำหนดอัตราภาษีศุลกากรนำเข้า ค่าธรรมเนียมพิเศษ โควต้า เป็นต้น ซึ่งมาตรการเหล่านี้ มีผลต่อความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมในแต่ละประเทศ

การวัดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสามารถวัดได้จากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage index: RCA) ซึ่งแสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของประเทศหนึ่ง ๆ ในการผลิตสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง โดยวัดจากการเปรียบเทียบสัดส่วนการส่งออกสินค้านั้นต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ กับสัดส่วนการส่งออกสินค้าชนิดดังกล่าวต่อการส่งออกรวมของโลก

$$RCA = (X_i / X) / (W_i / W)$$

โดยที่

RCA คือค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของการส่งออกสินค้า i โดยประเทศ X
 X_i / X คือสัดส่วนระหว่างมูลค่าการส่งออกสินค้า i โดยประเทศ X ต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ X

W_i / W คือสัดส่วนระหว่างมูลค่าการส่งออกสินค้า i ของโลก ต่อมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก

ซึ่งในการพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้น สามารถทำได้โดยการเปรียบเทียบค่า RCA ของประเทศใดประเทศหนึ่งในการผลิตและส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง กับประเทศที่ทำการผลิตและส่งออกสินค้าชนิดเดียวกัน โดยมีหลักเกณฑ์ในการพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ถ้าหากค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่าประเทศดังกล่าวมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะสินค้านั้นดีขึ้น หรือมีความได้เปรียบทางการผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประเทศดังกล่าวมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative advantage) ในการผลิตสินค้านั้นเมื่อเทียบกับประเทศอื่นโดยรวม

2. ถ้าหากค่า RCA ที่คำนวณได้มีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่าประเทศดังกล่าวมีความสามารถในการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะสินค้านั้นลดลง หรือสูญเสียความได้เปรียบทางการผลิต หรือประเทศดังกล่าวมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ (revealed comparative disadvantage) ในการผลิตสินค้านั้นเมื่อเทียบกับประเทศอื่นโดยรวม

โดยทั่วไปแล้ว ในการพิจารณาจากจะต้องพิจารณาค่า RCA ที่คำนวณได้ว่ามีค่ามากกว่า 1 หรือน้อยกว่า 1 แล้วยังต้องเปรียบเทียบกับค่า RCA ของประเทศคู่แข่งที่ส่งออกไปยังตลาดเดียวกันอีกด้วย เช่นการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก กล่าวคือถ้า RCA ของประเทศหนึ่งสูงกว่าอีกประเทศหนึ่ง แสดงว่าประเทศที่มีค่า RCA มากกว่าจะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสินค้านั้น ๆ มากกว่าประเทศอื่น และนอกจากนี้ควรพิจารณาค่า RCA ร่วมกับส่วนแบ่งตลาด (Market Share) ซึ่งเมื่อทำการเปรียบเทียบกับประเทศผู้ส่งออกรายอื่น ๆ จะทำให้ทราบถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และความสามารถในการแข่งขันทางการส่งออกได้ดียิ่งขึ้น

แต่อย่างไรก็ตามในการนำค่า RCA มาใช้ก็ยังคงมีข้อจำกัด คือค่า RCA ที่นำมาใช้ในการพิจารณาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้น เป็นดัชนีที่แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ (specialization) ซึ่งในการคำนวณหาค่า RCA จะใช้เฉพาะข้อมูลการส่งออกและการนำเข้าสินค้านั้น ๆ โดยไม่ได้เชื่อมโยงถึงระบบหรือกระบวนการการผลิตสินค้าดังกล่าว และในกรณีที่มีการกีดกันทางการค้า ค่า RCA ที่คำนวณได้ก็ไม่สามารถที่จะแสดงผลของการกีดกันดังกล่าวได้

ทฤษฎีอุปสงค์ (demand theory) (วันรักษ์, 2533)

ในวิชาเศรษฐศาสตร์ได้มีการให้คำจำกัดความอุปสงค์สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งว่า อุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง หมายถึง จำนวนของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในระยะเวลาหนึ่ง ณ ระดับราคาต่าง ๆ หรือ ณ ระดับรายได้ต่าง ๆ ของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยสามารถแบ่งอุปสงค์ได้เป็น 3 ชนิด คือ

- (1) อุปสงค์ต่อราคา (price demand)
- (2) อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand)
- (3) อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่ (cross -demand)

ซึ่งปริมาณสินค้าและบริการชนิดใด ๆ จะแปรผกผัน (inverse relation) กับระดับราคาของสินค้าและบริการชนิดนั้นเสมอ ในกรณีที่เป็นสินค้าปกติ โดยเมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นในปริมาณน้อยลง และเมื่อราคาลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น ซึ่งสามารถเขียนให้อยู่ในรูปของฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q_x = f(P_x)$$

โดยการที่ปริมาณซื้อแปรผกผันกับราคาสินค้านั้นมีสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. ผลทางรายได้ (income effect) เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น แต่รายได้ที่เป็นตัวเงิน (money income) ของผู้บริโภคลดลง ทำให้ซื้อสินค้าได้ในปริมาณที่น้อยลง นั่นคือ อำนาจซื้อหรือรายได้ที่แท้จริงลดลง ในทางตรงกันข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง สามารถซื้อสินค้าได้ในปริมาณมากขึ้น นั่นคือรายได้ที่แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

2. ผลทางการทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าชนิดอื่นซึ่งสามารถใช้ทดแทนสินค้าดังกล่าว มีราคาคงที่ ดังนั้นผลของราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้นดังกล่าว จึงทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าสินค้าชนิดนั้นมีแพงกว่า เมื่อเทียบกับสินค้าชนิดอื่น จึงมีผลทำให้ปริมาณซื้อลดลง โดยผู้บริโภคจะหันมาบริโภคสินค้าชนิดอื่นที่สามารถทดแทนสินค้าดังกล่าวในปริมาณที่มากขึ้น ซึ่งในทางตรงกันข้ามเมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดอื่นลดลง และหันมาซื้อสินค้าดังกล่าวเพิ่มขึ้นนั่นเอง

ตัวกำหนดอุปสงค์ (demand determinants)

ตัวกำหนดอุปสงค์ หมายถึง ตัวแปร (variable) หรือปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาจะซื้อ (quantity demanded) โดยปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อที่น้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนในแต่ละเวลา ซึ่งปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ก็มีหลายปัจจัย อาทิ

1. ราคาสินค้า ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าลดลง ปริมาณซื้อจะเพิ่มขึ้น

2. รสนิยมของผู้บริโภค และความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม โดยรสนิยมอาจเกี่ยวข้องกับความรู้สึกนิยมชมชอบชั่วคราว ซึ่งสามารถเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว แต่ในบางกรณีความนิยมนั้นคงอยู่นาน โดยสิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภคได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา ซึ่งรสนิยมเป็นสิ่งที่มีการดำเนินการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ ดังนั้น หน่วยธุรกิจส่วนใหญ่จึงยอมลงทุนโฆษณาสินค้าของตนด้วยเงินจำนวนมาก โดยหวังให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในรสนิยมของผู้บริโภค หรือเพื่อรักษารสนิยมของผู้บริโภคให้คงเดิมนั่นเอง

3. จำนวนประชากร โดยปกติเมื่อจำนวนประชากรเพิ่มขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเพิ่มตาม ซึ่งในความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้นดังกล่าวของประชากรนั้น จะต้องมีการซื้อประกอบด้วย จึงจะแสดงให้เห็นถึงความต้องการซื้อสินค้าได้

4. รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปแล้ว เมื่อประชากรมีรายได้เฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการซื้อสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไปในทิศทางเดียวกันกับรายได้ที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่ถ้าหากรายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าและบริการก็จะลดลงด้วยเช่นกัน

5. สภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ เมื่อลองพิจารณาถึงสังคมบางแห่ง อาทิ ประเทศที่มีบ่อน้ำมัน ปรากฏว่ารายได้ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มบุคคลบางกลุ่ม ในขณะที่บุคคลในสังคมส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำ ซึ่งลักษณะของสังคมดังกล่าว จะมีการบริโภคที่แตกต่างจากสังคมที่มีการกระจายรายได้ที่เท่าเทียมกัน ถึงแม้ว่ารายได้เฉลี่ยของทั้งสองประเทศดังกล่าวจะอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันก็ตาม

6. ราคาของสินค้าชนิดอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยปกติแล้ว ความต้องการของผู้บริโภคสามารถตอบสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ซึ่งถ้าหากพิจารณาสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้ เมื่อสินค้าชนิดหนึ่งมีราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะบริโภคสินค้าชนิดดังกล่าวในปริมาณที่ลดลง และหันไปบริโภคสินค้าอีกชนิดหนึ่งในปริมาณที่เพิ่มขึ้น แต่ในกรณีของสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกัน อาทิ น้ำตาลกับกาแฟ เมื่อผู้บริโภคต้องการบริโภคกาแฟเพิ่มขึ้น ก็ย่อมส่งผลต่อปริมาณการบริโภคน้ำตาลที่ปรับตัวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน เนื่องจากสินค้าทั้งสองชนิดเป็นสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกันนั่นเอง

7. ฤดูกาล ความต้องการสินค้าบางชนิด ขึ้นอยู่กับฤดูกาล อาทิ เสื้อกันหนาว จะมีความต้องการซื้อมากในช่วงฤดูหนาว หรือธุรกิจน้ำตาลทรายที่ต้องรออ้อยซึ่งขึ้นอยู่กับฤดูกาล เป็นต้น

จากที่กล่าวมาข้างต้น สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการกับตัวกำหนดอุปสงค์ต่าง ๆ ในรูปของฟังก์ชันอุปสงค์ ได้ดังต่อไปนี้

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

ซึ่งจากฟังก์ชันอุปสงค์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ปริมาณซื้อสำหรับสินค้า X (Q_x) เป็นตัวแปรตาม (dependent variable) ในขณะที่ตัวกำหนดอุปสงค์ต่าง ๆ ที่กล่าวมาข้างต้นเป็นตัวแปรอิสระ (independent variables) ซึ่งตัวกำหนดอุปสงค์ที่มีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อมากที่สุดคือระดับราคาสินค้า (P_x) ดังนั้นจึงกำหนดให้ P_x เป็นตัวกำหนดโดยตรง (direct determinant) ในขณะที่ตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ เป็นตัวกำหนดโดยอ้อม (indirect determinant) โดยการแยกตัวกำหนดดังกล่าวออกเป็น 2 กลุ่มนั้น จะช่วยให้เกิดเข้าใจถึงความแตกต่างระหว่าง “การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ” และ “การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์” ได้ง่ายขึ้น

สำหรับทฤษฎีอุปสงค์นั้น สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการอธิบายอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ โดยกำหนดปัจจัยต่าง ๆ ตามแนวคิดของทฤษฎีอุปสงค์ข้างต้น ในรูปของฟังก์ชันดังที่กล่าวมาแล้ว ซึ่งปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาสินค้าทางการท่องเที่ยว โดยมีผลกระทบจากปัจจัยทางอ้อมอื่น ๆ ดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นด้วย

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน (ฉลองศรี, 2542:21-25)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมีหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นทั้งปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้ยาก ซึ่งผู้ประกอบการจะสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับตลาดท่องเที่ยวบ้าง และสามารถเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังนี้

1. ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ (Economic factors)

สภาพเศรษฐกิจภายในประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและสภาพเศรษฐกิจภายนอกของประเทศนักท่องเที่ยวมีผลต่อการตัดสินใจบริโภคสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับอุปสงค์แตกต่างกัน กล่าวคือประเทศที่มีเศรษฐกิจดียอมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้นเพื่อไปเฝ้าติดตามธุรกิจ ไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ หรือไปพักผ่อน ปริมาณการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวกระทำได้ปริมาณสูงตามอำนาจการซื้อ (purchasing power) แต่ประเทศที่กำลังพัฒนาหรือการพัฒนาเศรษฐกิจยังไม่ดีนัก จะทำให้นักท่องเที่ยวของประเทศนั้นมีอำนาจการซื้อต่ำ และไม่ใช่ว่าเป้าหมายหลักของธุรกิจการท่องเที่ยว การดึงดูดลูกค้าเป้าหมายหลัก ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบของการบริการ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับสภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีเศรษฐกิจดี และมีอำนาจการซื้อสูง จะเห็นได้จากการพัฒนาสินค้าและบริการของธุรกิจโรงแรมซึ่งมีความแตกต่างกันทางการแข่งขันสูงมาก โดยอัตราการเข้าพัก (occupancy rate) ที่เพิ่มขึ้นได้ แสดงให้เห็นว่ามีความต้องการทางการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (Demographic factors)

ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งมีผลต่อจำนวนอุปสงค์ของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ตัวอย่างของลักษณะประชากรที่มีผลต่ออุปสงค์ อาทิเช่น ขนาดครอบครัว ประเทศที่พัฒนาแล้วโดยส่วนใหญ่ครอบครัวจะมีขนาดเล็ก ส่งผลให้มีภาระค่าใช้จ่ายน้อยจนมีรายได้เหลือมากพอจะเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งต่างจากประเทศที่กำลังพัฒนาที่ประกอบด้วยครอบครัวขนาดใหญ่ รายได้ส่วนมากใช้เพื่อการยังชีพ อายุ กลุ่มบุคคลที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป หรือเกษียณอายุแล้ว กลุ่มนี้มีความพร้อมทั้งด้านการเงิน เวลาและยังคงสุขภาพที่แข็งแรงพร้อมที่จะท่องเที่ยว แต่ไม่ต้องการเดินทางแบบสมบุกสมบัน

ลักษณะการท่องเที่ยวแบบพักผ่อนและรักษาสุขภาพ จึงน่าจะเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับลักษณะของประชากรกลุ่มนี้ ดังตัวอย่างที่กล่าวมาผู้ประกอบการควรปรับปรุงรูปแบบของการบริการการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับลักษณะประชากรกลุ่มเป้าหมายต่าง ๆ จะช่วยดึงดูดความสนใจ และเพิ่มมูลค่ารายได้การท่องเที่ยวมากขึ้นได้

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (geographic factors)

ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้ซื้อที่มีผลกระทบทำให้อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศแตกต่างกันและเป็นสิ่งที่กำหนดลักษณะสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวต้องการ เพราะนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ และบรรยากาศที่แปลกใหม่ เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่แวดล้อมด้วยทะเลย่อมต้องการพบบรรยากาศแปลกใหม่เช่น ภูเขา ป่าไม้ น้ำตก เมือง เป็นต้น นอกจากลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศจะทำให้รูปแบบอุปสงค์ต่างกันแล้ว ผู้พักอาศัยในเมืองใหญ่ที่มีเวลาว่างและจำกัดมักนิยมเดินทางแบบเข้าไปเยือนกลับ (Day Visit) มากกว่า ผู้ประกอบการธุรกิจจมน้ำเที่ยวและโรงแรมควรพิจารณาลักษณะทางภูมิศาสตร์ของลูกค้าให้มีความเหมาะสมกับสถานที่ท่องเที่ยวและช่วงระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวให้ตรงกับตามกลุ่มเป้าหมาย จะทำให้ผู้ที่ต้องการจะท่องเที่ยวอยู่แล้ว ตัดสินใจเลือกใช้บริการได้

4. ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม (Socio-cultural factors)

ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งผลให้มีความแตกต่างกันด้านความคิด รสนิยม และทัศนคติในการบริโภคสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ดังตัวอย่างเช่น สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผย จะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงได้เดินทางท่องเที่ยวได้อย่างอิสระมากกว่าชาวเอเชียซึ่งไม่นิยมเดินทางโดยลำพัง นอกจากนี้ค่านิยมของการมีบ้านพักหลังที่ 2 (Secondary Residence) เพื่อพักผ่อนในชนบทหรืออยู่ชายทะเล ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นและมีคุณค่าต่อชีวิต ส่วนประเทศในแถบเอเชียที่เจริญพัฒนาไปมาก เช่น ประเทศญี่ปุ่น หญิงสาวโสดชาวญี่ปุ่น และอยู่ในวัยทำงาน (Office Lady) จะมีรสนิยมในการท่องเที่ยวหรูหรา สะดวกสบาย นับเป็นลูกค้าเป้าหมายสำคัญอีกกลุ่มหนึ่งนอกเหนือไปจากคู่ฮันนีมูน (Honeymooners) ซึ่งนิยมเดินทางไปพักผ่อนต่างประเทศหลังจากการแต่งงาน จากตัวอย่างดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใด ๆ สามารถกำหนดรูปแบบของการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวได้

5. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (Political and Regulatory factors)

การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง และระเบียบกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง เนื่องจากมีความรู้สึกเรื่องความปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เช่น เกิดภาวะสงคราม การปฏิบัติเปลี่ยนแปลงการปกครอง ถ้านักท่องเที่ยวห่วงเรื่องความปลอดภัย อุปสงค์จะลดลง มีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สายการบินต้องระงับเส้นทางบินชั่วคราว อัตราการเข้าพักโรงแรมลดลงจนอาจต้องปลดพนักงาน แม้แต่ตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ (inbound tour) เองก็หยุดชะงัก นอกจากนี้ประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวช่วยสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้ว่าจะได้รับการบริการที่มาตรฐาน ไม่ถูกหลอกลวงและได้รับสิทธิการคุ้มครองการบริโภคด้วย เช่น ประเทศไทยมี พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 นักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนขอให้ชดใช้ได้ถ้าไม่ได้รับบริการตามข้อตกลงที่ธุรกิจนำเที่ยวได้ให้ไว้ กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญในการเพิ่มหรือลดอุปสงค์ และกฎหมายอื่น ๆ เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของธุรกิจท่องเที่ยวก็มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เช่น พ.ร.บ. เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะช่วยรักษาทรัพยากรการท่องเที่ยวไว้ได้นานที่สุด ให้นักท่องเที่ยวที่ชื่นชมและอยากจะกลับมาเยือนอีก

6. ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (Mass Media Communication factors)

ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อถือ และความมั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้จัก คู่แข่ง การต่อต้าน หรืออยากรู้ อยากเห็นมากขึ้น และช่วยในการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ทั้งนี้ข่าวสารทางลบ เช่น ปัญหาการเมือง การต่อสู้ระหว่างชนชาติ โรคระบาด ความไม่ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ทางลบของไทย เช่น ปัญหาโสเภณีเด็ก โรคเอดส์ การจราจร ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจ เบี่ยงเบนการซื้อขายรายการนำเที่ยวไปยังประเทศอื่นที่มีลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมใกล้เคียงกับประเทศไทยแทน การสื่อสารมวลชนที่ดีและมีประสิทธิภาพมากที่สุด คือ การสื่อสารผ่านโทรทัศน์ เพราะการดูโทรทัศน์เป็นกิจกรรมเวลาว่างที่คนในสังคมปัจจุบันทำมากที่สุด การโฆษณาธุรกิจการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยวผ่านสื่อโทรทัศน์ช่วยให้เกิดความสนใจอันนำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

7. ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (Comparative price)

การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวที่มีอุปสงค์แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบราคาในลักษณะชุดท่องเที่ยว Package กับบริษัทที่เป็นคู่แข่งทั้งภายในและภายนอกประเทศ ภายในวงเงินที่กำหนด นอกจากนี้ราคาจะแสดงคุณค่าและระดับของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็มีผลกระทบต่ออุปสงค์ เช่น ถ้าราคาการท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางในประเทศไทยถูกกว่าการท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวเช่นญี่ปุ่น ก็จะดึงดูดความสนใจในการเดินทางได้มาก

8. ปัจจัยทางการเดินทางแบบส่วนตัว

การเดินทางแบบส่วนตัวที่เห็นได้ชัดคือการเดินทางโดยรถยนต์ซึ่งจะช่วยให้การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) และการเดินทางไปยังประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกันมีปริมาณมากขึ้น เนื่องจากถนนหนทางเชื่อมติดกันโดยตลอด การมีรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้เกิดเสรีภาพในการเดินทางทั้งในเรื่องการเตรียมการ เวลา และสถานที่ ทำให้สามารถวางแผนการเดินทางให้เหมาะสมกับความต้องการของตัวนักท่องเที่ยวเองได้มากที่สุด และอาจเปลี่ยนแปลงตารางการท่องเที่ยวเมื่อไรก็ได้ เช่น จากการหยุดพักผ่อนนาน ๆ อาจมีการเปลี่ยนแปลงเป็นวันหยุดสั้น ๆ หากมีธุระสำคัญ ทำให้มีโอกาสเดินทางได้บ่อยขึ้น หรือเดินทางแบบเข้าไปเย็นกลับ (Excursion or Day visit) เมื่อไรก็ได้

9. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (Technology of Communication and Transportation)

เทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมขนส่งนั้นสามารถที่จะอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจองและการออกบัตรโดยสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (Computer Reservation System: CRS) ลูกค้าได้รับความชัดเจน และรวดเร็วในการซื้อ นอกจากนี้การใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงแรม เช่น การเข้าพัก (check in) การคืนห้องพัก (check out) การเก็บเงินค่าที่พัก การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยยอมแสดงถึงระดับมาตรฐานในการให้บริการ และช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้นว่าจะเลือกใช้บริการของธุรกิจที่ได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด

แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยของ มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย โดยได้เพิ่มปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนในรูปแบบสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยวต่อ 1 บาท (EXR) เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลกระทบต่อปัจจัยการเปรียบเทียบราคาตามทฤษฎีอุปสงค์ หมายความว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในรูปแบบของสกุลเงินของนักท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงไปตามอัตราแลกเปลี่ยนและอีกปัจจัยหนึ่ง que เพิ่มขึ้นมาคือจำนวนผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตในประเทศนักท่องเที่ยวต่างชาติ (IT) เพื่อใช้แทนปัจจัยสื่อสารมวลชน และปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง เพราะในปัจจุบันมีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้น และยังส่งผลกระทบต่อความคิดต่อสื่อสารการจูงตัวเดินทางระหว่างประเทศ และที่พัก จึงคิดว่าปัจจัยทั้งสองดังกล่าวมีความน่าสนใจในการศึกษาหาความสัมพันธ์กับจำนวนอุปสงค์การท่องเที่ยว และน่าจะทำให้สามารถอธิบาย การเปลี่ยนแปลงจำนวนอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ซึ่งสามารถเขียนให้อยู่ในรูปแบบของฟังก์ชันได้ดังต่อไปนี้

$$P_{ij} = f (POP_{ij}, GDP_{ij}, FAR_{ij}, EXR_{ij}, IT_{ij})$$

เมื่อกำหนดให้

- P = จำนวนนักท่องเที่ยว (คน) ที่เดินทางจากประเทศต่าง ๆ ภายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเข้ามายังประเทศไทย
- POP = จำนวนประชากร (คน) ของประเทศนักท่องเที่ยว
- GDP = ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้นต่อหัวมีหน่วยเป็นเงินตราของประเทศนักท่องเที่ยว
- FAR = อัตราค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวสู่ประเทศไทย โดยมีหน่วยเป็นเงินตราของประเทศนักท่องเที่ยว
- EXR = อัตราแลกเปลี่ยนในรูปแบบเงินบาทต่อสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยวต่อ 1 หน่วย
- IT = จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (คน) ในประเทศนักท่องเที่ยว
- i = เวลา (อนุกรมเวลารายปี: ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2529-2543 รวม 15 ปี)
- j = ประเทศนักท่องเที่ยว โดยที่ j = 1,2,3,4,5 คือประเทศ ญี่ปุ่น มาเลเซีย จีน

สิงคโปร์ และ เขตปกครองพิเศษ ฮองกง ตามลำดับ

โดยในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยทำการศึกษานักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจาก 5 ประเทศได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น (JN) ประเทศจีน (CN) เขตปกครองพิเศษ ฮองกง (HK) ประเทศมาเลเซีย (MS) และ ประเทศสิงคโปร์ (SP) ซึ่งเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษานั้น ผู้วิจัยใช้เครื่องมือทางสถิติเพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่มีผลต่อความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่อย่างไรก็ตาม ก่อนที่จะทำการทดสอบความสัมพันธ์ดังกล่าว ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบตัวแปรที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ครั้งนี้ว่ามีความสัมพันธ์กับตัวเองในอดีตหรือไม่ โดยการทดสอบ stationary ซึ่งเป็นการทดสอบการเกิดปัญหา autocorrelation หรือ serial correlation เนื่องจากว่า ถ้าหากตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์มีความสัมพันธ์กับตัวเองในอดีตแล้ว จะทำให้ได้ความสัมพันธ์ที่ไม่แท้จริง (spurious relationship) ซึ่งสามารถดูได้จากค่า R^2 ที่คำนวณได้นั้นจะสูง ในขณะที่ค่า durbin-watson จะมีค่าค่อนข้างต่ำ และเมื่อได้ตัวแปรที่เป็น stationary แล้ว จึงนำมาประมาณการเพื่อสร้างแบบจำลองที่ดีต่อไป

ซึ่งเหตุผลในการทดสอบคุณสมบัติ stationary นั้น เนื่องจากข้อมูลอนุกรมเวลาทางเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่ จะเปลี่ยนแปลงไปตามเวลาในลักษณะที่เพิ่มขึ้น ซึ่งจะทำให้การกำหนดแบบจำลองที่เหมาะสมเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีอิทธิพลของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ดังนั้นในการประมาณการเพื่อสร้างแบบจำลองใด ๆ ที่ต้องใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในอดีตมากำหนดแบบจำลอง จึงต้องทำการทดสอบ stationary เพื่อขจัดปัญหาตัวแปรดังกล่าวมีความสัมพันธ์กับตัวเองในอดีต ซึ่งมีข้อสมมติว่าแบบจำลองที่ใช้ต้องคงที่ ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามเวลา โดยตัวแปรที่เป็น stationary จะต้องมีความสัมพันธ์ดังนี้คือ

1. ค่าเฉลี่ย (mean) มีค่าคงที่:

$$E(X_t) = E(X_{t+m}) = \mu_x$$

2. ค่าความแปรปรวน (variance) มีค่าคงที่:

$$\text{VAR}(X_t) = \text{VAR}(X_{t+m}) = \sigma_x^2$$

3. ค่าความแปรปรวนร่วม (covariance) มีค่าคงที่ และขึ้นอยู่กับช่วงเวลาที่ห่างกัน k หน่วย แต่ไม่ขึ้นกับเวลา t ใด ๆ:

$$\text{COV}(X_t, X_{t+k}) = \text{COV}(X_{t+m}, X_{t+m+k}) = \gamma_k$$

ซึ่งถ้าหากตัวแปรใด ๆ ขาดคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งข้างต้น แสดงว่าตัวแปรดังกล่าวเป็น non-stationary และถ้าหากนำตัวแปรดังกล่าวมาสร้างแบบจำลอง แบบจำลองที่ได้ก็จะไม่เป็นไปตามคุณสมบัติของสมการถดถอย ดังนั้นจึงต้องทำการแปลงตัวแปรที่เป็น non-stationary ให้เป็น stationary โดยสามารถทำได้ 3 วิธีคือ

1. อนุกรมเวลามีค่าเฉลี่ยเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา ซึ่งอธิบายด้วยโพลีโนเมียลระดับต่ำ ในขณะที่ ค่าความแปรปรวนคงที่ และไม่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาล ลักษณะเช่นนี้เรียกว่ากระบวนการ homogeneous ซึ่งการแปลงอนุกรมประเภทนี้สามารถทำได้ด้วยการหาผลต่าง (difference) 1 ครั้งหรือมากกว่า แต่โดยทั่วไปมักจะไม่เกิน 2 ครั้ง

2. อนุกรมเวลาที่มีความแปรปรวนเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา การแปลงข้อมูลอนุกรมประเภทนี้ สามารถทำได้หลายวิธี อาทิ การแปลงด้วย log หรือ ln การแปลงด้วยรากที่ 2 หรือการแปลงด้วยฟังก์ชัน เป็นต้น

3. อนุกรมเวลาที่มีทั้ง ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวนที่ไม่คงที่ จะต้องทำการแปลงอนุกรมเวลาให้มีค่าความแปรปรวนที่คงที่ก่อน แล้วจึงทำการแปลงค่าเฉลี่ยให้คงที่ภายหลัง

โดยในการทดสอบข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์ว่า ตัวแปรต่าง ๆ มีคุณสมบัติ stationary หรือ non-stationary ในครั้งนี้ ผู้วิจัยทดสอบโดยใช้ unit-root test วิธี augmented dickey-fuller test (ADF) ในการทดสอบ ซึ่งเป็นวิธีที่ได้รับความนิยมและใช้กันอย่างแพร่หลายมากที่สุดวิธีหนึ่ง โดยวิธีการดังกล่าวนำเสนอโดย Dickey และ Fuller ในปี ค.ศ. 1979 ซึ่งมีข้อสมมติว่า มีค่าสังเกต n ค่าดังนี้ Y_1, Y_2, \dots, Y_n ซึ่งค่าสังเกต ณ เวลาปัจจุบัน สามารถอธิบายได้ในเทอมของค่าสังเกตในอดีตหนึ่งหน่วยเวลาข้างหน้า และตัวรบกวนสุ่ม ณ เวลาปัจจุบันเรียกว่า กระบวนการ first-order autoregressive: AR(1) ซึ่งสามารถเขียนให้อยู่ในรูปของสมการได้ดังนี้

$$Y_t = \rho Y_{t-1} + \varepsilon_t \quad ; t = 1, 2, \dots \quad (1)$$

โดยที่

Y_t = ตัวแปรที่ต้องการศึกษา (random variable) ซึ่งถูกกำหนดโดยตัวเองในงวดที่ผ่านมา (Y_{t-1})

ε_t = random error

ρ = สัมประสิทธิ์ของตัวแปรความล่าช้า (lagged) ของอนุกรมเวลา

ซึ่งในการทดสอบ stationary จะทำการทดสอบสัมประสิทธิ์ของตัวแปรความล่าช้าของอนุกรมเวลา (ρ) โดยที่

Y_t จะเป็น stationary ถ้า $|\rho| < 1$

Y_t จะเป็น non-stationary ถ้า $|\rho| > 1$

ซึ่งถ้า $|\rho| = 1$ จะได้ว่า Y เป็น random walk

แต่ถ้าหาก $|\rho| > 1$ จะได้ว่า Y เป็น explosive

และเนื่องจากอนุกรมเวลาของตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์ส่วนใหญ่ จะมีค่าเป็นบวกมากกว่าเป็นลบ ดังนั้นสมมติฐานแรก (null hypothesis) ที่เหมาะสมคือ $\rho = 1$ และสมมติฐานรองคือ $\rho < 1$

สมมติฐานของ unit root test คือ

$H_0 : \rho = 1$ (non-stationary)

$H_a : \rho < 1$ (stationary)

หากการประมาณค่า ρ ไม่แตกต่างจาก 1 อย่างมีนัยสำคัญ หมายถึงการทดสอบ unit root test ไม่สามารถปฏิเสธ H_0 อนุกรมเวลา Y_t เป็น non-stationary แต่ถ้าการประมาณค่า ρ ที่ได้น้อยกว่า 1 อย่างมีนัยสำคัญ แสดงว่าอนุกรมเวลา Y_t มีลักษณะเป็น stationary

แต่ต่อมาได้มีการพัฒนาการทดสอบ unit root test โดย Dickey and Fuller ซึ่งได้ทำการเพิ่มตัวคงที่และ time term ในการอธิบาย Y_t อย่างไรก็ตาม การทดสอบ unit root ด้วยวิธีการของ Dickey and Fuller ยังมีจุดอ่อน เนื่องจากได้สมมติว่าตัวรบกวนสุ่มไม่เกิดปัญหา autocorrelation แต่ถ้าตัวรบกวนสุ่มเกิดปัญหานี้ขึ้นมาจะทำให้การประมาณค่าด้วย OLS ได้ความแปรปรวนที่สูงเกินความเป็นจริง ซึ่งปัญหาดังกล่าว Dickey and Fuller ได้ทำการแก้ไขด้วยการเพิ่มตัวแปรในรูปแบบ lag เข้าไปเป็นตัวแปรอธิบายตัวหนึ่ง

$$Y_t = a + \rho Y_{t-1} + \beta t + \sum_{i=1}^P Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (2)$$

โดยที่

a = ค่าคงที่

β = ค่าสัมประสิทธิ์ของ time trend

t = time trend

$\sum_{i=1}^P Y_{t-i}$ = ผลกระทบของ autocorrelation ของ Y_t ลำดับที่สูงกว่า

P = จำนวนล่าช้าที่สูงที่สุด (maximum lag)

สมการที่ (2) เรียกว่า Augmented Dickey-Fuller regression เนื่องจากมีการเพิ่ม lagged first differences ของ Y ผลของ autocorrelation อันดับสูงที่เพิ่มเข้าไป จะทำให้ปัญหา serial correlation ของ residual หดหายไป จากสมการที่ (2) โดยสามารถเขียนแบบจำลองได้ใหม่ดังนี้

$$\Delta Y_t = \gamma Y_{t-1} + \beta t + \sum_{i=1}^P \phi \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad (3)$$

โดยที่ $\gamma = \rho - 1$

โดยการทดสอบ unit root test มีสมมติฐานคือ

$H_0 : \gamma = 0$ (non-stationary)

$H_a : \gamma < 0$ (stationary)

โดยใช้ค่าสถิติ t แต่ค่าวิกฤติ (critical value) จะพิจารณาตารางของ Dickey and Fuller (τ -distribution) ถ้าสมมติฐานถูกปฏิเสธอนุกรมเวลาของตัวแปร Y จะ stationary ในระดับศูนย์ (at level) หรือ integrated อันดับ 0 [$Y_t \sim I(0)$]

แต่ถ้าสมมติฐานไม่ถูกปฏิเสธอนุกรมเวลาของตัวแปร Y จะไม่ integrated ในอันดับ 0 แต่อาจจะ integrated ในอันดับที่สูงกว่าเดิม ซึ่งสามารถใช้แบบจำลองนี้

$$\Delta Y_t = a + \gamma \Delta Y_{t-1} + \beta t + \sum_{i=1}^p \Delta Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad [\text{test for (1)}]$$

$$\Delta^2 Y_t = a + \gamma \Delta Y_{t-1} + \beta t + \sum_{i=1}^p \Delta^2 Y_{t-i} + \varepsilon_t \quad [\text{test for (2)}]$$

สมมติฐานของแบบจำลอง

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตั้งข้อสมมติฐานขึ้นเพื่อเป็นแนวทางในการตอบปัญหา คือปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย ประกอบด้วย จำนวนประชากร (POP), ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้นต่อหัว (GDP) อัตราค่าโดยสารสายการบิน (FAR) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (EXR) และ จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (IT) ของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษา โดยตั้งสมมติฐานว่าทุกปัจจัย จะแปรผันตรงกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศในภูมิภาคดังกล่าวเข้าสู่ประเทศไทย ยกเว้นอัตราค่าโดยสารสายการบิน โดยอธิบายตามหัวข้อปัจจัยเพื่อการคาดการณ์สภาวะอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ดังนี้

1. จำนวนประชากร (POP) เป็นปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ เมื่อประชากรมีความต้องการท่องเที่ยว การเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรจึงควรส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน

2. ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเบื้องต้นต่อหัว (GDP) เป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นค่าใช้จ่าย ผู้ที่มีรายได้มากย่อมมีโอกาสในการท่องเที่ยวต่างประเทศมากกว่าจึงควรส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน

3. อัตราค่าโดยสารสายการบิน (FAR) เนื่องจากการเดินทางเป็นบริการที่ใช้ควบคู่กันกับการท่องเที่ยว การเพิ่มขึ้นของอัตราค่าโดยสารจะทำให้เกิดอุปสงค์ต่อการเดินทางลดน้อยลง จึงควรส่งผลต่อการลดลงของการท่องเที่ยวในทิศทางตรงกันข้าม ตามหลักของอุปสงค์ต่อสินค้าที่ใช้ควบคู่กัน

4. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (EXR) เป็นปัจจัยหนึ่งทางด้านเศรษฐกิจ เมื่อมีการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน ทำให้มูลค่าเงินของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป เช่นการที่อัตราแลกเปลี่ยนของนักท่องเที่ยวแข็งค่าขึ้น หรือเงินไทยอ่อนค่าลง(บาท/สกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว จะมีตัวเลขเพิ่มขึ้น) จะทำให้สามารถแลกเปลี่ยนเป็นเงินบาท เพิ่มมาใช้ในการท่องเที่ยวได้มากขึ้นเช่นเดียวกับการเปลี่ยนแปลงรายได้ จึงควรส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน

5. จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต (IT) เป็นปัจจัยทางเทคโนโลยีสื่อสารและคมนาคมขนส่ง โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต เมื่อมีผู้ใช้อินเทอร์เน็ตมากขึ้นเปรียบได้กับมีผู้รับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวมากขึ้น จึงควรส่งผลต่อการเพิ่มขึ้นของการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน

จากที่กล่าวมาในบทที่ 2 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีคนมีความสำคัญและมีการศึกษาในหลายๆด้าน โดยในวิทยานิพนธ์นี้จะทำการพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวเพื่อทดสอบหาปัจจัยที่มีนัยสำคัญและเพิ่มปัจจัยใหม่ที่มีการเก็บข้อมูลเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังศึกษาความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นโดยใช้ค่าดัชนีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบเป็นตัวชี้วัดการพัฒนาการวางแผนในอดีตว่ามีแนวโน้มอย่างไร ซึ่งไม่เคยมีการศึกษามาก่อน

บทที่ 3

การท่องเที่ยวและการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว

ในบทที่ 3 นี้เพื่อให้เกิดความรู้ และความเข้าใจที่ตรงกันถึงความเป็นไปและความสำคัญของการท่องเที่ยว และการวางแผนการพัฒนาของภาครัฐทั้งในอดีตและปัจจุบันที่นำมาใช้เป็นพื้นฐานในการอธิบายผลการวิเคราะห์ความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในบทต่อไป โดยในช่วงแรกเป็นการอธิบายถึงการท่องเที่ยวโดยทั่วไป มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ความหมายของการท่องเที่ยว (วิระพล, 2536)

การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางไปยังที่ต่างๆ เพื่อให้เกิดความเพลิดเพลิน และเพื่อเป็นการพักผ่อนหย่อนใจ โดยการเดินทางดังกล่าวมีเงื่อนไขสำคัญ 3 ประการ คือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางโดยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ได้ แต่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

เหตุผลของการท่องเที่ยวนั้นมีหลายประการซึ่งขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของแต่ละบุคคล โดยประชาชนมีการเดินทางไปมาอยู่เสมอด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน ไม่ว่าจะเป็นการเข้าร่วมประชุม การเยี่ยมเยียนเพื่อน และญาติพี่น้อง การไปติดต่อธุรกิจ การไปรักษาโรค และรับการส่งเสริมสุขภาพ ความต้องการไปในสถานที่ที่มีอากาศอบอุ่นกว่า หรือเย็นกว่า การไปพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจและความเครียด การเที่ยวชมสวนสนุก นิทรรศการ เหตุการณ์พิเศษ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม การเข้าชมการแข่งขันกีฬา การประกวด การไปศึกษาต่อ ศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนชาติอื่น การไปเยี่ยมสถานที่เกิดของตนเอง หรือของบรรพบุรุษและการเข้าร่วมพิธีการแต่งงาน งานศพ หรือพิธีทางศาสนา เป็นต้น

ปัจจัยผลักดันที่ทำให้ประชาชนเดินทางมากขึ้นหรือบ่อยขึ้นนั้น อาจเป็นผลมาจากสภาพเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็น การเกษียณก่อนกำหนดเวลา การมีชีวิตที่ยืนยาวมากขึ้น ช่วงเวลาการทำงานน้อยลง การมีรายได้เพิ่มขึ้น การมีสิทธิได้มีวันหยุด โดยได้รับค่าจ้างเต็ม

(paid holiday) ความสะดวกรวดเร็วในการเดินทาง การคมนาคม และการติดต่อสื่อสาร ครอบครัวยุคใหม่ ขนาดเล็กกลง การเปลี่ยนแปลงรูปแบบและพฤติกรรมผู้บริโภค ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว โครงสร้างพื้นฐาน นโยบายของรัฐ กฎหมายและระเบียบของประเทศที่เอื้อต่อการเดินทาง และให้ความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยว ฯลฯ

นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจและไปด้วยวัตถุประสงค์ใดก็ตามที่มีใช่เป็นการประกอบอาชีพ หรือหารายได้โดยใช้เวลาเดินทางไปกลับมากกว่า 24 ชั่วโมง (ต้องมีการพักค้างคืนในจุดหมายปลายทางหรือสถานที่ท่องเที่ยว)

โดยสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การพักผ่อนเมื่อมีเวลาว่าง (Leisure) ได้แก่ การทำกิจกรรมนันทนาการ (recreation) ในวันหยุด (holiday) เพื่อเสริมสร้างสุขภาพ (health) และการศึกษา (religion) รวมถึงทางด้านการศึกษา (sport)

2. การติดต่อธุรกิจ (Business) ได้แก่ การประชุม (meeting) การปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมาย (mission) รสนิยมและความต้องการส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกซื้อหาสินค้าหรือของที่ระลึกต่างๆ

สำหรับคำนิยามของนักท่องเที่ยวตามประกาศขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ซึ่งได้ให้คำนิยามเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เมื่อ ปี ค.ศ. 1968 ภายหลังจากการประชุม เรื่อง การเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Travel and Tourism) ที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ไว้ดังนี้

Travellers หมายถึง ผู้เดินทาง นักเดินทาง นักท่องเที่ยว ซึ่งจะรวมทั้งผู้ที่สามารถนำมาจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้ เช่น นักท่องเที่ยว (tourist) และเก็บรวบรวมเป็นสถิติไม่ได้ เช่น ผู้อพยพ (immigrants) ผู้เร่ร่อน (nomads) ผู้โดยสารที่เดินทางผ่าน (transit passengers) ผู้ทำงานตามชายแดน (border workers) ผู้ปฏิบัติราชการที่ได้รับมอบหมายในประเทศนั้น ๆ (Diplomats, Representatives of Consulates, Members of Armed Force) และผู้ลี้ภัย (refugees)

Visitors หมายถึง ผู้มาเยือน นักท่องเที่ยว โดยแยกออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Tourists หมายถึง นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน เดินทางมาเยือนและพักอยู่ในประเทศไทย ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ (local accommodation) ซึ่งสามารถแยกลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ดังนี้

1.1 International Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน

1.2 Domestic Tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืนอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนเองไปยังจังหวัดอื่นๆ ระยะเวลาที่พำนักอยู่ไม่เกิน 60 วัน

2. Excursionists หมายถึง นักทัศนาจร นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Day Visitors) เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น ผู้ที่เดินทางมาด้วยเรือสำราญ (cruise) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ในทำนองเดียวกัน คือ International Excursionist หมายถึง นักทัศนาจรระหว่างประเทศ และ Domestic Excursionist หมายถึง นักทัศนาจรภายในประเทศ

การวิวัฒนาการของการท่องเที่ยว

การพัฒนาการของการท่องเที่ยวเกิดขึ้นมาอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ในอดีตเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน โดยมีลำดับขั้นของการพัฒนาการตามลำดับขั้นของการเดินทางดังนี้ (Burke and Resnick, 1991:9-10)

1. ช่วงเริ่มแรกในอดีต (Ancient Times) ชาวโรมันผู้มั่งคั่งได้เดินทางเพื่อแสวงหาความเพลิดเพลินไปยังสถานที่ที่น่าสนใจต่าง ๆ ตามการเชิญชวน นอกจากนั้นเงินตราของจักรวรรดิโรมันยังทำให้การเดินทางง่ายขึ้น เพราะสามารถใช้เงินแบบเดียวกัน เป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางทั้งจักรวรรดิ จากหลักฐานต่าง ๆ ในอดีตยังทราบด้วยว่าชาวโพนีเซียน ชาวจีน และชาวอียิปต์ ผู้มั่งคั่งก็ได้ได้รับความสนุกสนานในการเดินทางท่องเที่ยวอีกด้วย

2. ช่วงกลาง (Middle Times) ในระยะต่อมาเริ่มมีการเดินทางเพื่อธุรกิจ (Business Travel) ของพ่อค้านักเดินทาง เพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้า เช่น มาร์โคโพลเดินทางไปประเทศจีนในคริสต์ศตวรรษที่ 13 บรรดาพ่อค้าอื่น ๆ ก็จะพักอยู่ใน hostel ที่สร้างขึ้นเพื่อรับลูกค้าเฉพาะชาตินั้น ๆ เช่น ชาวเยอรมัน ชาวฝรั่งเศส ด้วยเหตุผลเพื่อความปลอดภัย ในขณะนั้นพระเจ้ารพรีดต้องการให้ลงทะเบียนแขกผู้เข้าพักด้วย โดยลงชื่อวันเข้าและออกจากที่พัก กรณีนี้คล้ายกับวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำวิจัยตลาด เพื่อความต้องการของลูกค้า ส่วนผู้ที่มีฐานะยากจนก็ไม่มีโอกาสเดินทาง แต่เริ่มมีการเดินทางเพื่อแสวงบุญในคริสต์ศตวรรษที่ 14 ไปเข้าพักตามสถานที่ต่าง ๆ และพ่อค้าก็เปิดตลาดการค้า ศาสนวัตถุโบราณ และของที่ระลึกต่าง ๆ ให้แก่นักแสวงบุญ

3. คริสต์ศตวรรษที่ 17-18 ครอบครัวยุโรปที่มีฐานะนิยมส่งบุตรชายไปศึกษาหาความรู้ในยุโรป หรือที่เรียกว่า “To make a Grand Tour” มีการเดินทางไปประเทศต่าง ๆ เช่น ฝรั่งเศส อิตาลี เพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศิลปะ สถานที่ทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนมารยาทของชนชั้นสูง โดยมีครูดัดตามไปด้วย ซึ่งการเดินทางแบบนี้ได้กลายเป็นจุดเริ่มของการเดินทางเพื่อ วัฒนธรรมในยุโรปของนักท่องเที่ยวในเวลาต่อมา

4. คริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นช่วงการปฏิวัติอุตสาหกรรม ชนชั้นกลางของยุโรปเริ่มมีเงินและมีเวลาที่จะเดินทางท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินและเพื่อหลีกเลี่ยงจากชีวิตจำเจในเมืองอุตสาหกรรม โดยมีการเริ่มเดินรถไฟเป็นครั้งแรกในปี ค.ศ.1830 ซึ่งช่วยให้การเดินทางง่ายขึ้น โดยในปีค.ศ.1841 Thomas Cook ได้เริ่มธุรกิจนำเที่ยวเป็นครั้งแรกของโลกโดยการจัดให้มี package tour ให้กับลูกค้า จำนวน 570 คน และคิดค่าบริการคนละ 1 ชิลลิง ซึ่งค่าใช้จ่ายดังกล่าวรวมค่าเดินทางโดยรถไฟจากเมือง Leicester ไปยังเมือง Loughborough ค่าวงดนตรี ค่าอาหารกลางวันแบบ ปิกนิก และค่าน้ำชาตอนบ่าย โดยมีหัวหน้าทัวร์ (Thomas Cook) ไปด้วย ซึ่งต่อมาได้ขยายกิจการทัวร์ไปยุโรป และอเมริกาตามลำดับ

5. คริสต์ศตวรรษที่ 20 การคมนาคมขนส่งในยุโรปและอเมริกามีความเจริญก้าวหน้ามากขึ้น การเดินทางข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกด้วยเรือเดินสมุทรที่หรูหราใช้เวลาน้อยลงเหลือเพียง 6 วัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันนิยมไปยุโรปมากขึ้น โดยในช่วงก่อนสงครามโลกครั้งที่ 1 นักท่องเที่ยวที่ต้องการจะไปท่องเที่ยวยุโรป 8 ประเทศ 5 สัปดาห์ ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพียงคนละ 178-400 ดอลลาร์ และ 1,000 ดอลลาร์ สำหรับการท่องเที่ยวแบบหรูหรา ต่อมาภายหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 สิ้นสุดลง การเดินทางโดยรถยนต์ และเครื่องบินมีการพัฒนามากขึ้น ทำให้ใช้เวลาการเดินทางลดน้อยลง และลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมิได้จำกัดอยู่

ในกลุ่มคนรวยเท่านั้น คนชั้นกลางก็สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากขึ้น ส่งผลให้ตลาดการท่องเที่ยวมีการพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจสายการบิน โรงแรม เรือสำราญ บริษัทนำเที่ยว และธุรกิจในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้พยายามลงทุนในการพัฒนาสินค้า บริการ และการส่งเสริมการตลาด เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และรองรับการขยายตัวอย่างรวดเร็วของธุรกิจการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

6. ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 เทคโนโลยีการสื่อสารและสารสนเทศพัฒนามากขึ้น มีการนำเอาระบบคอมพิวเตอร์มาใช้ในทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะระบบการสำรองตั๋วโดยสาร และที่พักโดยคอมพิวเตอร์ (Computer Reservation System: CRS) ทำให้เครือข่ายธุรกิจขยายตัวและมีความคล่องตัวมากขึ้น การตลาดมีการพัฒนาเพื่อให้ลูกค้าได้รับความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น จนกระทั่งปัจจุบันนี้นักท่องเที่ยวสามารถสั่งซื้อตั๋วเครื่องบินผ่านระบบคอมพิวเตอร์และผ่านระบบเอทีเอ็มของธนาคารได้

เมื่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขยายตัวมากขึ้นจนกลายเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีขนาดใหญ่ การตลาดของอุตสาหกรรมบริการที่ได้มีการดำเนินงานโดยมุ่งความสำคัญไปที่การผลิตและการขายเช่นเดียวกับอุตสาหกรรมการผลิต ในระยะเริ่มแรกได้หันมาดำเนินงานโดยมุ่งความสำคัญ ไปที่ลูกค้าเพิ่มมากขึ้น

องค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (วิระพล, 2536)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการซึ่งมีลักษณะของกระบวนการผลิตเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมทั่วไป ดังต่อไปนี้

1. โรงงาน ได้แก่ อาณาบริเวณที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือน เป็นบริเวณที่เข้าถึงได้ไม่ยาก มีสถานที่พักและบริการที่สะดวกสมควรสำหรับการพักอยู่ชั่วคราว
2. วัตถุดิบ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจชม
3. การลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา รวมไปถึงการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการต่าง ๆ เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และสถานพักผ่อนหย่อนใจ เป็นต้น

4. การใช้แรงงานเพื่อสร้างสาธารณูปโภค การผลิตสินค้าและบริการ

5. ผลผลิต หรือสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ การบริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม ภัตตาคาร และบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น โดยสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่แตกต่างจากสินค้าประเภทอื่น ๆ กล่าวคือ สินค้าอุปโภคบริโภคโดยทั่วไปนั้นผู้บริโภคสามารถบริโภคสินค้าที่ละหน่วยเดียว ๆ ได้ ในขณะที่สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการบริการนั้น ส่วนใหญ่ผู้บริโภคจะต้องบริโภคสินค้าในหลาย ๆ ส่วนรวมกันเป็นกลุ่ม (Package) โดยองค์ประกอบของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่นำไปเสนอขายในตลาดการท่องเที่ยวได้แก่สิ่งต่อไปนี้ คือ

5.1 สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว (Tourist Attraction) ซึ่งจะเป็นองค์ประกอบหลักในการดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวได้แก่สถานที่ท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เทศกาลงานประเพณี และกิจกรรมประเภทต่าง ๆ ที่จัดขึ้นสำหรับนักท่องเที่ยว

5.2 สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) สิ่งอำนวยความสะดวกเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งในสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย

5.2.1 ปัจจัยพื้นฐาน (Infrastructure) ซึ่งรวมถึงปัจจัยพื้นฐานหลัก อันได้แก่ ระบบถนน ไฟฟ้า ประปา การคมนาคมสื่อสาร

5.2.2 สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว (Superstructure) อันได้แก่สถานที่พักต่าง ๆ เช่น โรงแรม บังกะโล โฮเต็ล หอพักเยาวชน เป็นต้น นอกจากนี้ยังรวมถึงภัตตาคารร้านอาหาร บริษัททัวร์ บริษัทรถเช่า โรงแรมหรสพ ในดัลคลับต่าง ๆ

5.3 การคมนาคมขนส่ง อันได้แก่ สนามบิน สายการบิน ท่าเรือ รถไฟ สถานีจอดรถ และรถบริการต่าง ๆ

5.4 วิถีชีวิต (Way of Life) ซึ่งนับว่าเป็นสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอย่างหนึ่ง เช่น ลักษณะชีวิตความเป็นอยู่ของคนในประเทศ ความเป็นมิตร และความโอปอ้อมอารี

6. การส่งเสริมการขาย มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย รวมทั้งมีการณรงค์ให้เกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เหล่านั้นทั้งจากภายในและภายนอกประเทศ

7. ผู้ผลิต (Producer) หรือผู้ขายสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวได้แก่ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวซึ่งสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

7.1 กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเอกชนด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

7.1.1 ผู้ประกอบการด้านที่พักซึ่งเป็นผู้ขายบริการด้านที่พักแรมต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว

7.1.2 ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร

7.1.3 ผู้ประกอบการด้านการนำเที่ยว เช่น บริษัทนำเที่ยวต่าง ๆ

7.1.4 ผู้ประกอบการด้านการขนส่ง เช่น สายการบิน บริษัทเดินรถ

7.1.5 ผู้ประกอบการด้านสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สวนสามพราน สวนสยาม สวนนงนุช ฯลฯ

7.1.6 ผู้ประกอบการร้านค้าที่ระลึก

โดยกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเอกชนนั้น จะมีบทบาทในการดำเนินการเพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายบริการของตน เช่น ผู้ประกอบการโรงแรมดุสิตธานีจะพยายามส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวใช้บริการในโรงแรมของตน เป็นต้น ซึ่งผู้ประกอบการจะได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการขายสินค้าและบริการของตน

7.2 ภาครัฐบาล เป็นผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว โดยความรับผิดชอบของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยจะมุ่งเน้นไปที่การประชาสัมพันธ์ที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก และวิถีชีวิตของคนไทย โดยจะมีผู้รับผิดชอบเป็นระดับ ๆ ไป คือ ระดับประเทศ ระดับจังหวัด หรือระดับอำเภอ เป็นต้น

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เปรียบกว่าอุตสาหกรรมอื่นตรงที่วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตจะไม่สิ้นเปลืองสูญหาย หากมีการควบคุมป้องกันด้วยการวางแผนพัฒนาอย่างมีระบบ ทั้งยังไม่ต้องลงทุนด้านการขนส่ง เพื่อนำผลผลิตออกไปขายแต่ผู้ซื้อจะเดินทางมาถึงที่ จึงกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ลงทุนไม่มากแต่ผลตอบแทนสูงและในระยะสั้น

บทบาทและความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism) เป็นอุตสาหกรรมส่งออกสินค้าและบริการหลักของประเทศไทยที่ประกอบไปด้วยธุรกิจต่างๆหลายประเภท ช่วยในการสร้างงาน สร้างอาชีพให้เกิดขึ้นมากมาย อีกทั้งการท่องเที่ยวยังมีบทบาทช่วยกระตุ้นให้มีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวาง โดยผู้ที่อยู่ในท้องถิ่นสามารถนำทรัพยากรมาประดิษฐ์เป็นหัตถกรรมพื้นบ้าน ทำเป็นสินค้าเพื่อขายเป็นของที่ระลึกสำหรับท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจ ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เข้ามาสู่ประเทศ สร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงินของประเทศได้เป็นอย่างมาก สามารถอธิบายความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจสังคม และการเมือง ในแต่ละหัวข้อได้ดังต่อไปนี้

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ โดยรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นรายได้ลำดับที่ 1 เมื่อเทียบกับรายได้จากการส่งออกสินค้าออกอื่น ๆ โดยนำรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศได้ปีละกว่า 200,000 ล้านบาท หรือมีส่วนสัดส่วนร้อยละ 4.8 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศนี้มีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพการชำระเงิน เช่น ในปีพ.ศ. 2527 การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศทำรายได้เข้าประเทศเป็นเงิน 27,317 ล้านบาท และรายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยไปต่างประเทศเป็นเงินเพียงประมาณ 7,208 ล้านบาท การเกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยบรรเทาการขาดดุลจากด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

3. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง อีกทั้งยังมีบทบาทในการสร้างงานสร้างอาชีพมากมาย เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมบริการที่ต้องใช้คนทำหน้าที่บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนใน

ธุรกิจทางอ้อมอาจ เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การรับจ้างก่อสร้างอาคารที่พัก หรือการผลิตอาหารไปป้อนตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ก็จะเป็นอาชีพเสริมที่ทำรายได้เป็นอย่างดี หรืออาจจะเป็นผู้นำเที่ยวด้วย โดยในปี 2542 การท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งจากคนไทยเอง (Domestic Tourism) และจากการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายต่าง ๆ โดยผลผลิตที่เกิดขึ้น 586 พันล้านบาท ได้ก่อให้เกิดการจ้างงานถึง 1.23 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 4 ของจำนวนแรงงานทั้งประเทศ

4. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้อย่างเกิดประโยชน์ กล่าวได้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นั้น เมื่อต้องการรับประทานอาหารก็จะมีผลผลิตพื้นเมือง และหากพักแรมก็จะต้องใช้จ่ายเป็นค่าที่พัก เงินที่จ่ายออกไปนี้จะไม่ตกอยู่เฉพาะโรงแรม แต่จะกระจายออกไปสู่เกษตรกรรายย่อยต่าง ๆ เมื่อหัตถกรรมพื้นเมืองขายเป็นของที่ระลึกได้ ก็จะมีการใช้วัสดุพื้นบ้านมาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึกแม้จะเป็นรายได้เล็ก ๆ น้อย ๆ แต่เมื่อรวมกันเป็นปริมาณมาก ๆ ก็เป็นรายได้สำคัญ ซึ่งจะกระตุ้นการผลิตที่เรียกว่า Multiplier Effect ทางการท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในลักษณะที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ

5. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่ายอาจเรียกได้ว่าเป็น Unlimited Industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลก ได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อปีพ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคน ในปีพ.ศ. 2527 กระจันก็ได้นักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่า ปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา พร้อมทั้งการวิวัฒนาการด้านการขนส่งที่สามารถขนส่งผู้โดยสารได้จำนวนมาก ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง การเดินทางท่องเที่ยว จึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้ที่มีรายได้สูง ดังแต่ก่อนเท่านั้น องค์การสหประชาชาติประกาศว่า “การเดินทางท่องเที่ยวเป็นสิทธิมนุษยชนอย่างหนึ่งที่รัฐพึงสนับสนุน”

6. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต เพราะไม่ต้องพึ่งดินฟ้าอากาศเหมือนการเกษตรอื่น ๆ ผลผลิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เสนอขายให้แก่นักท่องเที่ยวคือ ความสวยงามของธรรมชาติ หาดทราย ชายทะเล ป่าไม้ ภูเขา สภาพอากาศและสิ่งที่มีมนุษย์ก่อสร้างขึ้น เช่น พระบรมมหาราชวัง วัดวาอาราม โบราณสถาน อาคารบ้านเรือนในท้องถิ่น ตลอดจนขนบ

ธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของประชาชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ต้องใช้ปัจจัยในการผลิตมากมายดังเช่นอุตสาหกรรมอื่น ๆ แต่ต้องทำการบำรุงรักษา และอนุรักษ์ไว้ซึ่งธรรมชาติอันสวยงาม

7. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุน ฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว สังคมไทยเป็นสังคมของชาติเก่าแก่สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรมระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่นมาเป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำเสนอเผยแพร่ฟื้นฟู และอนุรักษ์ไว้

8. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีบทบาทในการสร้างสรรค์ความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ เมื่อเกิดการท่องเที่ยว จากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศ ก็ย่อมหลีกเลี่ยงไม่พ้นที่จะได้ช่วยสร้างสรรค์ให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ในท้องถิ่นนั้น ๆ เช่น โรงแรม กภัตตาคาร สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ซึ่งก็จะต้องมีผู้ลงทุนในหลาย ๆ ลักษณะ เป็นการสร้างความเจริญให้แก่ท้องถิ่นเหล่านั้น

9. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเที่ยวจะต้องมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยอย่างเพียงพอ

10. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีด้วยเป็นหนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จักกันและเข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันก็มีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลคือ ความสามัคคีสมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลก ที่จะช่วยกันรักษาความสัมพันธไมตรีให้มั่นคงเป็นการช่วยจรรโลงสันติภาพแก่โลก

ในบทที่ 3 ที่ผ่านมาเป็นการปูพื้นฐานและอธิบายถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย ส่วนประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวเพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว และการพัฒนาการของการท่องเที่ยวโดยภาคเอกชนเอง เพื่อที่จะมีความเข้าใจที่ตรงกัน และสามารถเปรียบเทียบกับ การส่งเสริมพัฒนาการการท่องเที่ยวของภาครัฐที่ผ่านมาได้ดียิ่งขึ้น

นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย (วิโชค, 2532)

จากการที่การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทเกี่ยวข้องกับทางด้านเศรษฐกิจซึ่งทำให้ประเทศมีรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นำมาพัฒนาประเทศ อีกทั้งยังมีผลต่อทางด้านสังคมและวัฒนธรรมในทางที่ดี การที่จะทำให้อุตสาหกรรมนี้เจริญเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ ภาครัฐจะต้องเข้ามามีบทบาทในการวางแผนและพัฒนา โดยต้องมีการกำหนดแผนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายและสอดคล้องกับสภาวะการณ์รอบด้าน โดยในส่วนนี้จะกล่าวถึงแผนการและนโยบายของรัฐบาลที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังนี้

นโยบายการท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 1-3 (พ.ศ. 2504-2519)

แผนพัฒนาฯ ฉบับนี้ยังไม่ได้เน้นเรื่องการส่งเสริมการท่องเที่ยวมากนัก โดยได้มุ่งเน้นที่จะพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) โดยเน้นการพัฒนาภาคเกษตรกรรม ระบบชลประทาน การสร้างเขื่อนเพื่อพลังงานไฟฟ้า โดยทรงหวังให้ประเทศไทยเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น และรัฐบาลภายใต้การนำของ ม.ร.ว.คึกฤทธิ์ ปราโมช นายกรัฐมนตรี ขึ้นบริหารในช่วงปี พ.ศ. 2518 ได้มีการแถลงนโยบายที่เกี่ยวกับเรื่องการท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกต่อสภาผู้แทนราษฎร โดยกล่าวว่าจะทำการมุ่งเน้นที่จะดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้โดยจะยกฐานะและขยายบทบาท ตลอดจนความรับผิดชอบขององค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เทียบเท่าทบวง และจะกำหนดหน้าที่ให้เน้นหนักไปในทางสร้างงานอาชีพของประชาชนในชนบท โดยมอบหมายให้ดำเนินการปรับปรุงบริการและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวในต่างจังหวัด ซึ่งเป้าหมายของการส่งเสริมการท่องเที่ยวจะมุ่งไปที่การแสวงหาเงินตราต่างประเทศเพื่อรักษาดุลการชำระเงินและขยายงานอาชีพของประชาชน

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

รัฐบาลได้บรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไว้โดยมีแนวนโยบายดังนี้

1. นโยบายรัฐบาลจะให้ความสำคัญในด้านการเพิ่มรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น เพื่อช่วยลดภาระการขาดดุลการค้าการชำระเงินระหว่างประเทศ

2. เป้าหมายกำหนดให้มีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 11 คือในปี พ.ศ. 2524 ให้มีนักท่องเที่ยว 2.2 ล้านคน มีวันพักเฉลี่ย 5.5 วัน ทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยเฉลี่ยร้อยละ 19 เป็นเงิน 11,700 ล้านบาท

3. กำหนดแนวทางและมาตรการอย่างชัดเจน ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยพยายามรักษาตลาดการท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมและแสวงหาดตลาดใหม่ รวมทั้งแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การจัดรูปธุรกิจการท่องเที่ยว การยกมาตรฐานกำลังคนในธุรกิจท่องเที่ยว

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2522-2529)

สำหรับแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 5 ได้บรรจุแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเข้าไว้ดังนี้

1. นโยบาย รัฐจะทำการส่งเสริมและชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยมากขึ้น พักนานวัน และใช้จ่ายมากขึ้น ชะลอการเดินทางออกไปท่องเที่ยวของคนไทยให้น้อยลง ส่งเสริมและสนับสนุนการลงทุน ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมทั้งสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

2. เป้าหมาย เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ยร้อยละ 8.4 ต่อปี คือมีนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2529 จำนวน 2.9 ล้านคน มีวันพักเฉลี่ย 5.5 วัน รายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 50,000 ล้านบาท ซึ่งเพิ่มขึ้นในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 21.5 ต่อปี

3. มาตรการ กำหนดการท่องเที่ยว เพื่อการบำรุงรักษาและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยปรับปรุงพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้แข่งขันกับประเทศอื่น ๆ ได้ รวมทั้งปรับปรุงแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยวทั้งต่างประเทศให้เที่ยวเมืองไทยมากขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534)

สำหรับแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 6 ในส่วนของการท่องเที่ยว ได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาระบบการผลิต การตลาด เทคโนโลยี และการพลังงาน จะสร้างกลไกระบบประสานแผนปฏิบัติการเพื่อให้มีการนำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวไปสู่ภาคปฏิบัติ รวมทั้งประสานแผนงานด้านการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และได้วางนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 6 ไว้ดังนี้

1. สร้างระบบความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและส่งเสริมการตลาดให้ไปโดยสอดคล้องและในทิศทางเดียวกัน
2. เน้นการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าท่องเที่ยวที่มีอยู่แล้ว และการดำเนินการที่ต่อเนื่องจากแผนพัฒนา ฯ ฉบับที่ 5 ให้ดีขึ้น
3. ส่งเสริมสร้างสินค้าท่องเที่ยวให้เป็นระบบและให้เด่นเป็นประจำปี เพื่อนำสินค้านี้ไปเผยแพร่ต่อไป
4. ส่งเสริมการจัดระเบียบธุรกิจและการบริการทางการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานที่ดี
5. เสริมสร้างความมั่นใจ และความปลอดภัยต่อชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
6. เน้นการส่งเสริมตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีคุณภาพศักยภาพและมีส่วนแบ่งตลาดในระดับสูง และแสวงหาตลาดท่องเที่ยวใหม่ โดยพิจารณาสภาวการณ์ความผันผวนทางเศรษฐกิจของโลก
7. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศในด้านการส่งเสริมการตลาด
8. ส่งเสริมและชักจูงชาวไทยและผู้ที่พักอาศัยอยู่ในประเทศไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศให้มากขึ้น
9. ส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในคุณประโยชน์ของการท่องเที่ยว และสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

10. ส่งเสริมและประสานการลงทุน เพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนให้เป็นไปโดยสอดคล้องกัน เพื่อประโยชน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ

11. สนับสนุนการลงทุนด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยว

12. ส่งเสริม สนับสนุน และประสานงาน ให้มีการลงทุนขนาดกลาง ขนาดเล็ก เพื่อให้รับกับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศระดับกลางและนักท่องเที่ยวชาวไทย

13. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน ให้มีการพัฒนาและส่งเสริมทางการท่องเที่ยว

ทั้งนี้การดำเนินนโยบายที่ต่อเนื่องของการท่องเที่ยวโดยรัฐบาลและกิจกรรมการท่องเที่ยวทางสังคมวิทยาเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่เกี่ยวข้องเนื่องกันมาจนถึงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 6 นั้น คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติให้ประกาศปีการท่องเที่ยว รวม 2 ครั้ง และได้ประกาศปีศิลปหัตถกรรมไทย 1 ครั้ง ดังนี้

1. ปีท่องเที่ยวไทย คณะรัฐมนตรีได้อนุมัติให้ประกาศปีท่องเที่ยวไทย 2 ครั้ง

1.1 ประกาศปีพุทธศักราช 2523 เป็นปีท่องเที่ยวครั้งแรก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และชักจูงให้ชาวต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวในประเทศ ในการดำเนินการดังกล่าว ได้จัดงานแสดงศิลปวัฒนธรรมระหว่างภาคขึ้นในภาคเหนือ ภาคใต้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ส่วนในภาคกลางได้จัดงานขึ้นในกรุงเทพฯ ฯ ใช้ชื่อว่า “ งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทย ” ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้จัดงานมาตลอดเป็นประจำทุกปี ต่อมาได้มีมติคณะรัฐมนตรีให้รวมการจัดงานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยกับงานสัปดาห์แห่งเอกลักษณ์ไทยเป็นงานเดียวกัน ใช้ชื่อว่า “งานเทศกาลเที่ยวเมืองไทยและเสริมสร้างเอกลักษณ์ไทย”

1.2 ประกาศปีพุทธศักราช 2530 เป็นปีท่องเที่ยวครั้งที่สอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา 5 รอบ วันที่ 5 ธันวาคม 2530 และพระราชพิธีรัชมังคลาภิเษก วันที่ 2 กรกฎาคม 2531 ได้มีการเผย

แพร่ประชาสัมพันธ์งานพระราชพิธีต่าง ๆ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ ได้รับความร่วมมือจาก ภาคราชการและเอกชนจัดกิจกรรมปีท่องเที่ยวเป็นพิเศษทั่วประเทศ อาทิ โครงการขบวนรถแห่ ประเพณีไทยเปิดงานปีท่องเที่ยวไทย โครงการสนับสนุนงานประเพณีของจังหวัดต่าง ๆ และกิจกรรมด้านการตลาดนานาชาติ การประสานงานความร่วมมือดังกล่าวก่อให้เกิดผลดีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ และสนับสนุนให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เพิ่มมากขึ้น

2. ปีศิลปหัตถกรรมไทย คณะรัฐมนตรีได้ประชุมเมื่อวันที่ 3 พฤษภาคม 2531 อนุมัติให้ ประกาศปีศิลปหัตถกรรมไทย 2531 ตามโครงการที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เสนอระหว่างวันที่ 12 สิงหาคม 2531 ถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2532 โดยใช้ชื่อว่า “ปีศิลปหัตถกรรมไทย 2531-2532” มีวัตถุประสงค์เพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระนางเจ้าพระบรมราชินีนาถ ในงานส่งเสริมศิลปาชีพ พิเศษ และเป็นการสนองพระราชโอรสที่จะส่งเสริมงานอาชีพและเพิ่มรายได้แก่ชาวนานบ ทตลอดจนการรักษาศิลปหัตถกรรมไทย

นอกจากนี้ยังมุ่งผลด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อเนื่องจากปีท่องเที่ยว 2530 ด้วยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงได้ดำเนินการประชาสัมพันธ์กิจกรรมในโครงการปีศิลปหัตถกรรมไทย ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยผลิตเอกสาร สิ่งพิมพ์ และอุปกรณ์ต่าง ๆ ที่ใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ รวมทั้งการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าไทยในต่างประเทศ การเชิญสื่อมวลชนและผู้นำเข้าจากต่างประเทศมาชมหมู่บ้านหัตถกรรมไทยอีกด้วย

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ. 2535-2539)

โดยแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 7 ในส่วนของการท่องเที่ยวได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาการค้าบริการ ในสาขาต่าง ๆ ที่เป็นแหล่งรายได้ของประเทศ และมีศักยภาพในการแข่งขันสูง รวมทั้งการค้าบริการที่จะมีบทบาทสำคัญในการเจรจาการค้าระหว่างประเทศ โดยมุ่งสนับสนุนภาคเอกชนในการประกอบธุรกิจการค้าบริการ บัปปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ให้มีความยืดหยุ่นเพียงพอที่จะสนับสนุนการประกอบธุรกิจของภาคเอกชน ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และแนวทางการเจรจาการค้าระหว่างประเทศเช่น พระราชบัญญัติบริษัทมหาชน จำกัด และกฎหมายที่เกี่ยวกับการประกอบธุรกิจคนต่างด้าว (ประกาศคณะปฏิวัติ ฉบับที่ 281) เป็นต้น สาขาการค้าบริการที่สำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวโดยกำหนดนโยบายการท่องเที่ยว ในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 7 ไว้ดังนี้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2534: 63-65)

ดำเนินการให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยอาศัย แนวปฏิบัติดังนี้

1. ร่วมมือกับประเทศในอาเซียน เพื่อพัฒนางจรการท่องเที่ยวในภูมิภาคอาเซียนมากขึ้น โดยเน้นการร่วมมือทางการตลาดแทนการแข่งขันระหว่างประเทศในภูมิภาคนี้

2. กำหนดแนวทางสนับสนุนให้ไทย เป็นประตูทางออกสู่การพัฒนาจจร การท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอินโดจีน และประเทศเพื่อนบ้าน

3. สนับสนุนการขอมลงทุนของภาคเอกชน ในการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทใหม่ๆ เพื่อเพิ่มจุดดึงดูดความสนใจ นอกจากอาศัยแหล่งธรรมชาติและแหล่งศิลปวัฒนธรรม เช่น การท่องเที่ยวทางทะเลและแม่น้ำ การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและสุขภาพ การประชุมและการแสดงสินค้านานาชาติ

อนุรักษ์และพัฒนาทรัพยากรและปัจจัยที่เกี่ยวข้องในแหล่งท่องเที่ยว โดยมีแนวปฏิบัติ ดังนี้

1. ให้มีแผนแม่บทเพื่อพัฒนาฟื้นฟูสภาพการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปโภค รวมถึงบริการพื้นฐานต่าง ๆ ทั้งในแหล่งท่องเที่ยวหลักและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ ในระบบเดียวกับการพัฒนาเมืองหลัก ได้แก่ เมืองพัทยา ภูเก็ต เชียงใหม่ หาดใหญ่ ชะอำ หัวหิน เชียงราย เกาะสมุย สุราษฎร์ธานี กาญจนบุรี พระนครศรีอยุธยา และพื้นที่อีสานตอนล่าง

2. นำมาตรการทางกฎหมายควบคุม อาคารผังเมือง อุทยานแห่งชาติและโบราณสถานมาใช้กำกับการใช้ประโยชน์ที่ดิน เพื่อกิจกรรมต่าง ๆ ของธุรกิจเอกชน ในบริเวณรอบ ๆ แหล่งท่องเที่ยว เพื่อป้องกันผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมจากการลงทุนประกอบการธุรกิจต่างๆ

3. สนับสนุนองค์กรของรัฐ ภาคเอกชน และประชาชน ในระดับท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารบูรณะจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น น้ำตก เกาะ และหาดทราย ตลอดจนอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมศิลปกรรม เช่น โบราณสถาน แหล่งประวัติศาสตร์ เป็นต้น

4. สนับสนุนบทบาทของภาคเอกชน ให้เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากขึ้น พร้อมกับการปรับปรุงกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องให้เอื้อต่อการลงทุนของภาคเอกชน โดยเฉพาะการลงทุนเพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เพื่อสนับสนุนการพัฒนาโครงการท่องเที่ยวในภูมิภาค

พัฒนาและยกระดับคุณภาพกำลังคนด้านการท่องเที่ยว โดยมีแนวปฏิบัติดังนี้

1. ขยายการผลิตกำลังคน ทั้งในระดับอุดมศึกษาและวิชาชีพ ให้ได้ทั้งปริมาณและมีคุณภาพ ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งในส่วนกลางและในภูมิภาค

2. สนับสนุนภาคเอกชนเข้ามามีบทบาทในการลงทุนผลิต และฝึกอบรม กำลังคนด้านต่าง ๆ ให้มีคุณภาพมาตรฐานการบริการในระดับสูง พร้อมทั้งปรับปรุงกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การพัฒนากำลังคนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะแก้ไขพระราชบัญญัติโรงแรม พ.ศ. 2478 เพื่อเปิดโอกาสให้ใช้โรงแรมที่มาตรฐานสูง เป็นสถานที่ผลิตและฝึกอบรมได้มากขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2546) (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

นโยบายการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยว 2540-2546

1. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรม และทรัพยากรการท่องเที่ยวควบคู่กับสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงคุณภาพของการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน เพื่อให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว และคงไว้ซึ่งความเป็นเอกลักษณ์และมรดกของชาติสืบไป

2. ส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาครัฐและเอกชน รวมทั้งประชาชนในท้องถิ่น ให้เข้ามามีบทบาทในการร่วมกันแก้ไข หรือป้องกันปัญหาทางการท่องเที่ยว มีส่วนร่วมในการพัฒนาและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีคุณค่า ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3. สนับสนุนการพัฒนาปัจจัยการให้บริการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความเร็วก้าวหน้าทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะระบบการให้บริการข้อมูลข่าวสารด้วย เครื่องข่ายคอมพิวเตอร์ทั้งภายในและระหว่างประเทศ

4. ส่งเสริมความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านทั้งในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยว รวมทั้งพัฒนาระบบเครือข่ายการคมนาคมขนส่ง และสิ่งอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาค

5. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรในชาติให้เป็นนักท่องเที่ยวที่ดี มีความรัก ความห่วงหา และช่วยทำนุบำรุงทรัพยากรทางการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม ตลอดจนมีความโอบอ้อมอารี ให้การต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยน้ำใจไมตรีอันดีงามสืบไป

6. ส่งเสริมการผลิตบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีปริมาณสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีคุณภาพได้มาตรฐานในระดับนานาชาติ เพื่อรองรับนโยบายเปิดเสรีด้านการค้าบริการ ตลอดจนสนับสนุนให้บุคลากรชาวไทยมีงานทำในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

7. กำกับดูแลให้นักท่องเที่ยวและผู้ประกอบธุรกิจ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความคุ้มครองตาม พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 รวมทั้งผลักดันให้มีการกวดขันให้มาตรฐานต่าง ๆ ในการให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวอย่างจริงจังต่อเนื่องตลอดไป

8. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน และส่งผลดีต่อการพัฒนาสังคมทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน และสังคมส่วนรวมของประเทศสืบไป

9. ส่งเสริมเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีคุณภาพเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น พักอยู่นานวัน ใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น และเดินทางกระจายไปทั่วภูมิภาค โดยคำนึงขีดความสามารถหรือข้อจำกัดในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง

10. สร้างค่านิยมให้ชาวไทยเพิ่มการเดินทางท่องเที่ยว และจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศกระจายไปทั่วภูมิภาคตลอดปี เพื่อเพิ่มดุลการท่องเที่ยวให้มีมากขึ้น และเป็นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น อันจะเป็นผลดีต่อการพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศต่อไป

11. พิจารณาประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวเท่าที่จำเป็นและเหมาะสมในลักษณะของการลงทุน ร่วมทุน หรือให้การส่งเสริมสนับสนุนการลงทุนเพื่อประโยชน์โดยรวมของชาติและองค์กร

บทบาทของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการพัฒนาการท่องเที่ยวในช่วงแผน 8

1. ประสานงานการสร้างพื้นที่สีเขียว การอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวไทยมีความยั่งยืน
2. รักษาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว
3. ประสานงานการจัดหาโครงสร้างและสาธารณูปโภคพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว
4. ปรับกิจกรรมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวให้เป็นภาระน้อยที่สุดแก่แหล่งท่องเที่ยว และชุมชนที่เกี่ยวข้อง
5. พัฒนानุเคราะห์ให้สอดคล้องกับภารกิจที่เพิ่มขึ้น ส่งเสริมนวัตกรรมด้านการบริการท่องเที่ยว และการบริหารแหล่งท่องเที่ยวให้เข้าสู่มาตรฐานสากล

จากการศึกษาถึงนโยบายของรัฐบาล ในอดีตเริ่มให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และประกาศเป็นนโยบายไว้ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 3 และมีการให้ความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยมาจนถึงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 โดยมีสาระสำคัญที่จะเน้นให้เกิดการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยให้ความสำคัญของการอนุรักษ์ธรรมชาติ ความสะอาด และการพัฒนานุเคราะห์ โดยเฉพาะด้านความโอบอ้อมอารี และไม่ตรีจิต มากกว่าความสำคัญทางด้านจำนวนนักท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวของไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2546)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้คาดการณ์ว่าแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวของโลกจะยังคงขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเป็นผลมาจากการเปิดเสรีทาง

การท่องเที่ยวระหว่างกันมากขึ้นตามกรอบความร่วมมือต่าง ๆ กอปรกับการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการบริการทางการบิน รวมถึงทัศนคติที่เชื่อว่าการท่องเที่ยวเป็นการพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ล้วนมีส่วนกระตุ้นให้มีการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากขึ้น

สำหรับประเทศไทยนั้น WTO ได้คาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยในอัตราร้อยละ 6.9 ต่อปี ซึ่งสูงกว่าการเติบโตของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่ร้อยละ 4 แต่หากมีการดำเนินการเชิงรุกด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ คาดว่าอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวต่างประเทศจะเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 11.3 และ 7.0 ต่อปี ในช่วงปี 2544-2548 และปี 2549-2553 ตามลำดับ

และเพื่อให้เห็นถึงศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของไทย ในอันที่จะสนับสนุนข้อมูลข้างต้น ดังนั้นในส่วนต่อไปนี้จะมุ่งวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ตลอดจนอุปสรรคและปัญหาของการท่องเที่ยวไทย(SWOT Analysis)

จุดแข็งทางการท่องเที่ยวของไทย (Strength)

1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว
2. ความเป็นมิตรไมตรี รวมถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของไทยที่เป็นเอกลักษณ์
3. ความได้เปรียบด้านสถานที่ตั้ง ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
4. การยอมรับในความปลอดภัยทั้งในด้านการเมืองและธรรมชาติ

จุดอ่อนทางการท่องเที่ยวของไทย (Weakness)

1. การหลอกลวงและการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ อาทิ การขายทัวร์เสริม และการหลอกลวงนักท่องเที่ยวให้ซื้อสินค้าในราคาสูงเกินจริง

2. การกระจุกการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองหลักเพียงไม่กี่แห่ง อาทิ ภูเก็ต เกาะสมุย เชียงใหม่

3. จุดอ่อนทางด้านภาษา

4. ความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5. ความไม่มีมาตรฐานของสินค้าและบริการ

6. ภาพลักษณ์ด้านลบเกี่ยวกับโสเภณี โรคเอดส์

7. ขาดบุคลากรที่มีความรู้ และความชำนาญที่แท้จริง

โอกาสทางการท่องเที่ยวของไทย (Opportunity)

1. ความได้เปรียบทางด้านภาพลักษณ์ในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน

2. ความสะดวกในด้านการคมนาคมขนส่ง อาทิ การเปิดใช้รถไฟฟ้ามหานคร การเปิดเสรีทางการบินในประเทศ การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินและจุดบินเชื่อมระหว่างประเทศ

3. กระแสความนิยมท่องเที่ยวในประเทศไทยอันเป็นผลจากการประชาสัมพันธ์โครงการปีท่องเที่ยวไทย (Amazing Thailand)

4. การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวไทยกับกลุ่มประเทศในอินโดจีน โดยมีประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง

5. การขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มและตลาดประชุมนานาชาติ

6. การขยายตลาดเรือสำราญมายังประเทศไทยของสตาร์ครุยส์ และเรือสำราญระดับโลก ซึ่งได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวในตลาดระดับบน

7. การพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี โดยนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-commerce) มาให้บริการในธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางมากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้ช่องทางการจำหน่ายและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น

8. การผ่อนคลากระเบียบพิธีการเข้าเมืองซึ่งเอื้ออำนวยความสะดวกต่อการเดินทางเข้าประเทศ

9. ความไม่สงบของประเทศคู่แข่งภายในภูมิภาค อาทิ เหตุการณ์ความรุนแรงในอินโดนีเซีย การจี้ตัวประกันในฟิลิปปินส์ ปัญหาความไม่มั่นคงทางภาคใต้ของมาเลเซีย

ปัญหาและอุปสรรค (Threat)

1. ภาวะการแข่งขันทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับต่างประเทศจะทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะจากประเทศในแถบภูมิภาคเอเชีย อาทิ มาเลเซีย อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ซึ่งมีสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมถึงวัฒนธรรมประเพณีคล้าย ๆ กับไทย

2. ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับปริมาณการจราจรทางอากาศของท่าอากาศยานกรุงเทพ ทั้งนี้ สมาคมขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศได้คาดการณ์ว่าในปี 2546 จำนวนผู้โดยสารจะสูงกว่าความสามารถในการรองรับของสนามบินกรุงเทพ ซึ่งส่งผลให้ประเทศไทยจะสูญเสียโอกาสในการเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาค อย่างไรก็ดี แม้ว่าจะมีการสร้างท่าอากาศยานสากลแห่งที่ 2 (สนามบินหนองงูเห่า หรือท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ) แต่โครงการดังกล่าวยังมีความล่าช้าอยู่มาก

3. ปัญหารายได้จากการท่องเที่ยวที่ต่ำกว่าเป้าหมายที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยวางไว้ ดังจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายในหมวดการซื้อสินค้าที่ระลึกมีการชะลอตัวลงจากปีก่อน แม้ว่าทางการจะได้มีมาตรการสนับสนุนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว อาทิ โครงการไทยแลนด์แกรนด์เชล การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว

4. ปัญหาการปรับขึ้นของราคาน้ำมัน ทำให้สายการบินมีการปรับราคาแล้วบางส่วน

5. ประเทศไทยเริ่มอยู่ในสถานะของแหล่งท่องเที่ยวเก่า สำหรับกลุ่มตลาดที่สำคัญ

6. ปัญหาการตัดราคาทัวร์กัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่ประเทศไทยได้รับเป็นนักท่องเที่ยวคุณภาพต่ำ ซึ่งจะส่งผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวตามมา

7. การเติบโตอย่างรวดเร็วของขอบเขต ซึ่งเห็นได้ชัดจากการขยายตัวของโรงแรมในช่วงก่อนวิกฤต ทำให้อุปทานในส่วนเกินอยู่ในระดับสูง แม้ว่าจะมีโรงแรมปิดกิจการไปแล้วบางส่วนในช่วงวิกฤต แต่จำนวนห้องพักยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องส่งผลให้อัตรากำไรเข้าพักอยู่ที่ระดับเพียงร้อยละ 50-60 ซึ่งนับว่าอยู่ในเกณฑ์ต่ำ

จากการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าประเทศไทยยังคงมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวอยู่พอสมควร หากมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์เพื่อเสริมจุดแข็งและจุดอ่อน รวมถึงการแก้ไขปัญหาและอุปสรรค ซึ่งจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ทัดเทียมนานาประเทศ

แนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

คณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 31 ตุลาคม 2543 เห็นชอบ แผนแม่บทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2544-2553) ตามที่รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี นายอดิศักดิ์ โพธารามิก) ประธานคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเสนอ เพื่อเป็นกรอบในการกำหนดนโยบาย แนวทางการดำเนินงานด้านการตลาดและการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เหมาะสม ตลอดจนส่งเสริมให้เกิด ความร่วมมือในการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนอันจะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเติบโตอย่างเข้มแข็งและมั่นคงต่อไป ซึ่งสาระสำคัญของแผนแม่บท ฯ สรุปได้ดังนี้

1. นโยบายและเป้าหมายของแผน

1.1 นโยบาย

1.1.1 พัฒนาให้ประเทศไทยลงความเป็นผู้นำทางการท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชีย เพื่อก้าวสู่ความเป็น World Class Destination

1.1.2 พัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นสาขาหลักทางเศรษฐกิจที่ควบคู่ไปกับสาขาเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม

1.1.3 เร่งรัดให้เกิดการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

1.1.4 ปรับปรุงโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อให้มีความพร้อมในการแข่งขันจากการเปิดเสรีทางการค้า

1.1.5 สนับสนุนให้องค์กรปกครองท้องถิ่นมีความพร้อมในการบริหารจัดการธุรกิจการท่องเที่ยว

1.1.6 อนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวของไทยให้คงความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์

1.2 เป้าหมาย

1.2.1 ให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 16.02 ล้านคนในปี 2548 และ 22.46 ล้านคน ในปี 2553 ก่อให้เกิดรายได้ 583,592 ล้านบาทในปี 2548 และ 859,095 ล้านบาท ในปี 2553

1.2.2 ให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 63 ล้านคนครั้งในปี 2548 และเพิ่มขึ้นเป็น 72 ล้านคนครั้งในปี 2553 ก่อให้เกิดรายได้จำนวน 315,850 ล้านบาท ในปี 2548 ปลาย 413,670 ล้านบาทในปี 2553

1.2.3 ให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังส่วนภูมิภาคมากขึ้นจากในปี 2542 อัตราส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างกรุงเทพฯ กับภูมิภาค อยู่ที่ระดับ 40:60 ให้เหลือ 30:70 และเพิ่มจำนวนเมืองท่องเที่ยวหลักในปัจจุบันที่มีอยู่ใน 10 เมือง เป็น ไม่น้อยกว่า 15 เมือง เมื่อสิ้นปี 2553

1.2.4 ก่อให้เกิดการสร้างงานทางตรงเพิ่มขึ้นจากแนวโน้มปกติปีละ 30,000 คน เป็น 50,000 คน และทางอ้อมจาก 30,000 คน เป็น 50,000 คน

1.2.5 ให้เกิดการกระจายรายได้และความเจริญ เพื่อลดปัญหาความยากจนในชนบท

2. แผนการดำเนินงาน

2.1 แผนงานปรับยุทธศาสตร์การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

2.2 แผนงานส่งเสริมการท่องเที่ยวในด้านการตลาด

2.3 แผนงานการพัฒนาการท่องเที่ยวในด้านการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว

2.4 แผนงานพัฒนาการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง

2.5 แผนงานพัฒนาเรื่องความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

2.6 แผนงานพัฒนาระบบสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.7 แผนงานความร่วมมือด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศเพื่อนบ้าน

2.8 แผนงานเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร

ผลการวิเคราะห์ศักยภาพและโอกาสทางการท่องเที่ยวไทยมีผลสรุปและข้อเสนอแนะดังนี้

เพื่อให้การท่องเที่ยวของไทยเติบโตต่อเนื่องในระยะยาวและเป็นอีกหนึ่งเครื่องมือที่นำมาใช้ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ จำเป็นที่ทุกฝ่ายทั้งภาครัฐและเอกชน จะต้องหันมาให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพมากกว่าปริมาณของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมา ได้ก่อให้เกิดผลเสียทั้งในสิ่งแวดล้อมและความเสื่อมโทรมของทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ตลอดจนวัฒนธรรมอันดีงามของคนไทย ดังนั้นนโยบายการพัฒนาและการส่งเสริมการท่องเที่ยวต่อไป ควรจะต้องสอดคล้องและมุ่งเป้าหมายไปที่คุณภาพของนักท่องเที่ยว ควบคู่ไปกับการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน อันจะส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวไทยในระยะยาว

จากการศึกษาในบทที่ 3 แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการให้ความสำคัญของภาครัฐในการที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีการเจริญเติบโต

อย่างยั่งยืน โดยการเลือกที่จะเจาะกลุ่มเป้าหมายไปยังนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และพัฒนาองค์ประกอบต่างๆของการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับผลสรุปตามแนวทางการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์

ในบทที่ 4 นี้จะกล่าวถึงผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการศึกษา โดยผู้วิจัยได้แบ่งการพิจารณาออกเป็น 2 ขั้นตอนได้แก่ การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย และการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อข้อกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ในการศึกษาที่ได้ตั้งไว้ ซึ่งรายละเอียดในการวิเคราะห์มีดังนี้

การศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบอุตสาหกรรมดังกล่าวกับประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งประเทศที่นำมาเปรียบเทียบนั้น ผู้วิจัยพิจารณาจากการเรียงลำดับมูลค่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สูงที่สุด 5 ประเทศได้แก่ จีน เขตปกครองพิเศษ ฮองกง เกาหลี สิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยทั้ง 5 ประเทศถือเป็นคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย

โดยในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้น สามารถวัดได้จากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (revealed comparative advantage index: RCA) ซึ่งค่าดังกล่าวแสดงถึงความได้เปรียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะอย่างของประเทศใดประเทศหนึ่ง ในสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง ดังแสดงได้จาก

$$RCA_{ij} = \frac{(X_{ij} / Y_{ij})}{(W_i / Z_i)}$$

X_{ij} / Y_{ij} คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่ารายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ j จากชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย กับมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของประเทศ j ในช่วงเวลา i

W_i / Z_i คือ อัตราส่วนระหว่างมูลค่ารายได้จากการท่องเที่ยวของโลก กับมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของโลก ในช่วงเวลา i .

i คือเวลา (อนุกรมเวลารายปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2534-2543 รวม 10 ปี)

j คือประเทศที่ทำการศึกษา โดยที่ $j = 1, 2, 3, 4, 5, 6$ คือประเทศไทย จีน เขตปกครองพิเศษ ฮองกง เกาหลี สิงคโปร์ และมาเลเซีย ตามลำดับ

ซึ่งผลจากการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยนั้น พบว่าประเทศไทยมีค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากกว่าประเทศคู่แข่งทั้ง 5 ประเทศที่ทำการพิจารณาอย่างเห็นได้ชัด กล่าวคือค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉลี่ย ในรอบระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา มีค่าเท่ากับ 1.60 ในขณะที่ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเฉลี่ย ในรอบระยะเวลา 10 ปีของประเทศจีน เขตปกครองพิเศษ ฮองกง เกาหลี สิงคโปร์ และมาเลเซียที่คำนวณได้นั้นมีค่าเท่ากับ 0.86, 0.66, 0.57, 0.81 และ 0.62 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 5 โดยจะเห็นได้ว่าประเทศไทยมีค่าดัชนีดังกล่าวสูงกว่าทั้ง 5 ประเทศข้างต้น ซึ่งหมายความว่าประเทศไทยมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่ดีกว่าเมื่อเทียบกับตลาดโลก และประเทศคู่แข่งที่สำคัญทั้ง 5 ประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก หรืออาจจะกล่าวได้ว่าประเทศคู่แข่งที่นำมาพิจารณาทั้ง 5 ประเทศมีความเชี่ยวชาญในการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่น้อยกว่าเมื่อเทียบกับตลาดโลก และเทียบกับประเทศไทย

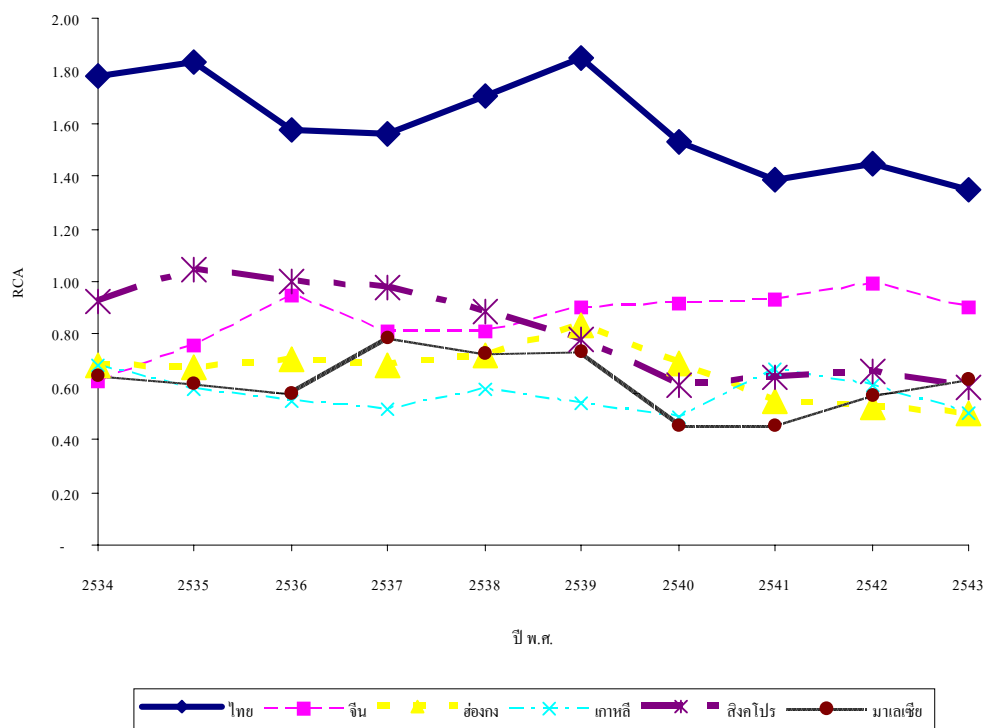
จากตารางที่ 5 นั้นผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ที่ได้มาจัดให้อยู่ในรูปของกราฟเส้น ดังแสดงในภาพที่ 1 ซึ่งจากภาพที่ได้นั้น แสดงให้เห็นว่าประเทศจีนเป็นประเทศเดียวจากทั้งหมด 5 ประเทศที่มีแนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 เป็นต้นมา โดยการปรับตัวดังกล่าวเป็นไปตามแผนการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศของประเทศจีนที่ต้องการให้มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งสวนทางกับอีก 4 ประเทศที่เหลือที่ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมีค่าลดลงตามวิกฤตเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเช่นเดียวกับประเทศไทย ทั้งนี้เนื่องมาจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศดังกล่าวนี้ ส่วนใหญ่ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่มีรายได้เฉลี่ยต่อหัวที่ต่ำลงจากวิกฤตค่าเงินในภูมิภาค เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ซึ่งการมีรายได้เฉลี่ยต่อหัวต่ำนั้น ส่งผลทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวลดลง และทำให้ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบลดลงในที่สุด

ตารางที่ 5 แสดงผลการคำนวณค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

หน่วย: พันล้านดอลลาร์สหรัฐ

ประเทศ	รายการ	ตัวแปร	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	ค่าเฉลี่ย RCA
โลก	รายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	W	278.65	319.47	325.19	355.17	406.68	438.07	439.87	442.10	454.87	475.82	
	การส่งออกสินค้าและบริการ	Z	4,468.46	4,997.81	4,845.53	5,380.32	6,350.96	6,656.54	6,892.83	6,788.61	7,009.63	7,398.67	
ไทย	รายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	X	3.92	4.83	5.01	5.76	7.66	8.66	7.05	5.93	6.70	7.12	
	การส่งออกสินค้าและบริการ	Y	35.33	41.21	47.35	56.01	70.21	71.32	72.25	65.71	71.36	81.90	
	สัดส่วนการท่องเที่ยวต่อการส่งออกสินค้าและบริการ	X/Y	0.1110	0.1172	0.1059	0.1029	0.1092	0.1215	0.0976	0.0903	0.0938	0.0869	
	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	RCA	1.78	1.83	1.58	1.56	1.70	1.85	1.53	1.39	1.45	1.35	1.60
จีน	รายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	X	2.84	3.95	4.68	7.32	8.73	10.20	12.07	12.60	14.10	16.23	
	การส่งออกสินค้าและบริการ	Y	73.17	81.55	73.73	137.38	167.96	171.68	207.24	207.43	218.50	279.56	
	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	RCA	0.62	0.76	0.95	0.81	0.81	0.90	0.91	0.93	0.99	0.90	0.86
ฮ่องกง	รายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	X	5.08	6.20	7.70	8.24	9.60	11.99	9.98	7.50	7.21	7.89	
	การส่งออกสินค้าและบริการ	Y	119.28	143.96	163.12	182.53	208.09	219.04	226.57	210.24	211.10	243.95	
	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	RCA	0.68	0.67	0.70	0.68	0.72	0.83	0.69	0.55	0.53	0.50	0.66
เกาหลี	รายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	X	3.43	3.27	3.48	3.81	5.59	5.43	5.12	6.86	6.80	6.61	
	การส่งออกสินค้าและบริการ	Y	80.76	87.03	95.21	112.00	147.77	153.48	165.47	157.67	171.92	206.72	
	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	RCA	0.68	0.59	0.54	0.51	0.59	0.54	0.48	0.67	0.61	0.50	0.57
สิงคโปร์	รายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	X	4.77	6.08	7.00	7.81	8.39	8.01	6.07	5.40	5.97	6.37	
	การส่งออกสินค้าและบริการ	Y	82.71	90.72	104.46	120.97	148.27	155.97	156.24	129.74	139.57	165.97	
	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	RCA	0.92	1.05	1.00	0.98	0.88	0.78	0.61	0.64	0.66	0.60	0.81
มาเลเซีย	รายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ	X	1.53	1.77	2.05	3.44	3.91	4.45	2.70	2.46	3.54	4.56	
	การส่งออกสินค้าและบริการ	Y	38.24	44.95	52.79	66.40	83.58	92.36	93.45	83.54	96.16	112.51	
	ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ	RCA	0.64	0.62	0.58	0.78	0.73	0.73	0.45	0.45	0.57	0.63	0.62

ที่มา: การคำนวณค่า RCA โดยใช้ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย



ภาพที่ 1 กราฟเส้นแสดงแนวโน้มดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่นำมาพิจารณา

ที่มา: จากการคำนวณ

จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยในระยะยาวนี้มีแนวโน้มลดลงหลังวิกฤตเศรษฐกิจปี 2539 หรืออาจจะกล่าวได้ว่าประเทศไทยมีแนวโน้มความเชี่ยวชาญในการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ลดลง ซึ่งการลดลงดังกล่าวขัดแย้งกับการขยายตัวของรายได้ที่ได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวหลังวิกฤตในปี 2540 ทั้งนี้เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการส่งออกสินค้าและบริการอื่น ๆ ที่เพิ่มขึ้นมากกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงได้ใน 2 แนวทางคือ (1) อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลดีต่อสินค้าส่งออกชัดเจนกว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพราะสินค้าส่งออกไปถึงประเทศผู้บริโภค ทำให้รับรู้ได้ว่าสินค้ามีราคาถูกลง ในขณะที่สินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวอยู่ในประเทศผู้ผลิต นักท่องเที่ยวที่ไม่ติดตามข่าวสารจะไม่รู้ถึงระดับราคาการท่องเที่ยวที่ถูกลงของไทย ซึ่งสอดคล้องกับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การเที่ยวว่า อัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การ

ท่องเที่ยวแต่ไม่มีนัยสำคัญมากนัก เพราะอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อนักท่องเที่ยวชาวฮ่องกงที่เดียวเท่านั้น (2)สินค้าส่งออกเฉพาะสินค้าเกษตร ซึ่งถือเป็นสินค้าจำเป็นมีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่การท่องเที่ยวหรือการใช้บริการอาจจัดอยู่ในประเภทสินค้าฟุ่มเฟือย ดังนั้นภายหลังจากการเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจทำให้รายได้ต่อหัวของประชากรลดลง ส่งผลทำให้การบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยด้านการท่องเที่ยวมีส่วนที่ลดลง เมื่อเทียบกับการบริโภคสินค้าอื่น ๆ หมายถึงสัดส่วนรายได้จากการท่องเที่ยวต่อสินค้าส่งออกและบริการมีแนวโน้มลดลง ส่งผลให้ตัวเลขความได้เปรียบด้านการแข่งขันลดลงสวนทางกับการขยายตัวของมูลค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวหลังวิกฤตเศรษฐกิจ

ดังนั้นจากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสรุปได้ว่าโดยภาพรวมแล้วค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยมีแนวโน้มลดลงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ ในขณะที่ค่าความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศจีนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในระยะยาว โดยประเทศจีนเป็นประเทศที่มีค่าดัชนีสูงที่สุดเมื่อเทียบกับ 4 ประเทศที่ทำการพิจารณา ซึ่งผลการศึกษาในเบื้องต้นสามารถอธิบายได้ว่า การลดลงของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทย และกลุ่มประเทศคู่แข่งอื่นอีก 4 ประเทศได้แก่ เขตปกครองพิเศษ ฮ่องกง เกาหลี สิงคโปร์ และ มาเลเซีย นั้น มีสาเหตุมาจากการเกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกเป็นหลัก ซึ่งสวนทางกับการขยายตัวของเศรษฐกิจในประเทศจีน และแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของจีน และอัตราแลกเปลี่ยนที่ไม่ส่งผลดีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นอีกสาเหตุหนึ่ง

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

การวิเคราะห์ในส่วนที่สองนี้ เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการเกิดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 โดยแบ่งการสร้างแบบจำลองออกเป็น 3 ขั้นตอน ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ดังแสดงในภาคผนวก ข ได้แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศดังนี้

แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวจีน

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนอุปสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของชาวจีน คือจำนวนประชากรจีน รายได้ประชาชาติ และอัตราค่าโดยสารเครื่องบิน โดยสร้างเป็นแบบจำลองจำนวนอุปสงค์ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln(\text{pcn}_t) = & 0.2352 + 342.2 \times (\ln(\text{popcn}_t) - \ln(\text{popcn}_{t-1})) + 12.94 \times (\ln(\text{gdpcn}_t) - \ln(\text{gdpcn}_{t-1})) \\ & (2.111)^* \qquad \qquad \qquad (2.729)** \\ & - 0.2679 \times (\ln(\text{farcn}_t) - \ln(\text{farcn}_{t-1})) + \ln(\text{pcn}_{t-1}) \\ & (-2.163)^* \end{aligned}$$

R-squared	0.333922	S.E. of regression	0.537951
Adjusted R-squared	0.111896	Durbin-Watson stat	3.187666

จากแบบจำลองที่ได้พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งสามตัวได้แก่ จำนวนประชากรของประเทศจีน (POPCN) รายได้ต่อหัวของประเทศจีน (GDPCN) และค่าโดยสาร (FARCEN) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 33.39 โดยในส่วนที่ไม่สามารถอธิบายได้นั้น อาจเป็นผลมาจากปัจจัยอื่น ๆ ที่ไม่สามารถนำมาพิจารณาพร้อมด้วยได้ อาทิ การเดินทางไปท่องเที่ยวของชาวจีนในประเทศอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ประเทศไทย เป็นต้น โดยที่ค่า durbin-watson มีค่าเท่ากับ 3.188 ซึ่งตกอยู่ในช่วง $4 - d_U < 3.188 < 4 - d_L$ เมื่อ $d_L = 0.715$ และ $d_U = 1.816$ โดยจากตารางผนวกที่ 13 แสดงว่าอยู่ในช่วงไม่แน่ใจว่ามีปัญหา autocorrelation หรือไม่ จึงไม่ต้องทำการแก้ปัญหาดังกล่าว

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจีน (PCN) ต่อจำนวนประชากรจีน (POPCN) นั้น สามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PCN})}{\partial \ln(\text{POPCN})} = c(2) = 342.18 > 0$$

อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจีนมีความสัมพันธ์กับจำนวนประชากรจีนในทิศทางเดียวกัน โดยมีความยืดหยุ่นเท่ากับ 342.18 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 หรือเมื่อ

จำนวนประชากรจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 342.2 นั่นเอง

สำหรับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจีน (PCN) ต่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของจีน (GDPCN) นั้น สามารถแสดงได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PCN})}{\partial \ln(\text{GDPCN})} = c(3) = 12.94 > 0$$

จะเห็นได้ว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจีนมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อคนของจีนในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 12.94 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรืออาจจะกล่าวได้ว่า เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.94

ในขณะที่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน (PCN) ต่อค่าโดยสารเครื่องบิน (FARCN) สามารถแสดงได้ดังต่อไปนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PCN})}{\partial \ln(\text{FARCN})} = c(4) = -0.2679 < 0$$

จะเห็นได้ว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนมีความสัมพันธ์กับค่าโดยสารเครื่องบินในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.2679 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 หรือเมื่อค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างไทย-จีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ความต้องการเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนลดลงร้อยละ 0.2679 นั่นเอง

แบบจำลองอุปสงค์การเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวฮ่องกง

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนอุปสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของชาวฮ่องกง คือ รายได้ประชาชาติ และอัตราแลกเปลี่ยน โดยสร้างเป็นแบบจำลองจำนวนอุปสงค์ได้ดังนี้

$$\ln(\text{phk}_t) = -0.1097 + 3.423 \times \ln(\text{gdphk}_t) + 0.6910 \times \ln(\text{exrhk}_t)$$

(2.959)** (1.891)*

R-squared	0.346918	S.E. of regression	0.180937
Adjusted R-squared	0.228176	Durbin-Watson stat	1.099099

อธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 34.69 จากค่า R-square โดยที่ค่า durbin-watson ที่คำนวณได้มีค่า 1.099 ซึ่งตกอยู่ในช่วง $d_L < 1.099 < d_U$ เมื่อ $d_L = 0.905$ และ $d_U = 1.551$ จากตารางผนวกที่ 13 แสดงว่าอยู่ในช่วงไม่แน่ใจว่ามีปัญหา autocorrelation หรือไม่ จึงไม่ต้องการแก้ปัญหา

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวฮ่องกง (PHK) ต่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของชาวฮ่องกง (GDPHK) นั้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PHK})}{\partial \ln(\text{GDPHK})} = c(2) = 3.423 > 0$$

จะเห็นได้ว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวฮ่องกงมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อคนของฮ่องกงในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยค่าความยืดหยุ่นมีเท่ากับ 3.423 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือเมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของฮ่องกงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจีนเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.423

ในขณะที่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวฮ่องกง (PHK) ต่ออัตราแลกเปลี่ยนหน่วยบาทต่อ 1 ดอลลาร์ฮ่องกง (EXRHK) คือ

$$\frac{\partial \ln(\text{PHK})}{\partial \ln(\text{EXRHK})} = c(3) = 0.6910 > 0$$

จะเห็นได้ว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวฮ่องกงมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 0.6910

อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 หรือเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนไทยอ่อนค่า (ตัวเลขเพิ่มขึ้น) ร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวฮ่องกงเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.6910

แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนอุปสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของชาวญี่ปุ่น คือ จำนวนประชากรชาวญี่ปุ่น รายได้ประชาชาติ และอัตราค่าโดยสารเครื่องบิน โดยสร้างเป็นแบบจำลองจำนวนอุปสงค์ได้ดังนี้

$$\ln(\text{pjn}_t) = -534.4 + 28.16 \times \ln(\text{popjn}_t) + 2.104 \times \ln(\text{gdpjn}_t) - 0.7704 \times \ln(\text{farjn}_t)$$

(7.825)*** (4.475)*** (-8.230)***

R-squared	0.986723	S.E. of regression	0.055550
Adjusted R-squared	0.983102	Durbin-Watson stat	1.221463

อธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 98.67 ซึ่งค่า durbin-watson ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.221 อยู่ในช่วง $d_L < 1.221 < d_U$ เมื่อ $d_L = 0.814$ และ $d_U = 1.750$ จากตารางผนวกที่ 13 แสดงว่าอยู่ในช่วงไม่แน่ใจว่ามีปัญหา autocorrelation หรือไม่ ดังนั้นจึงไม่ต้องทำการแก้ปัญหา

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น (PJN) ต่อจำนวนประชากรญี่ปุ่น (POPJN) สามารถแสดงได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PJN})}{\partial \ln(\text{POPJN})} = c(2) = 28.16 > 0$$

จะเห็นว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กับจำนวนประชากรญี่ปุ่นในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 28.16 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 หรือเมื่อจำนวนประชากรญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.16

ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น (PJN) ต่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของญี่ปุ่น (GDPJN) สามารถอธิบายได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PJN})}{\partial \ln(\text{GDPJN})} = c(3) = 2.104 > 0$$

กล่าวคืออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อคนของญี่ปุ่นในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 2.104 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 หรือเมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.104 นั่นเอง

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น (PJN) ต่อค่าโดยสารเครื่องบิน (FARJN) สามารถอธิบายได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PJN})}{\partial \ln(\text{FARJN})} = c(4) = -0.7704 < 0$$

จะเห็นว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์กับค่าโดยสารเครื่องบินในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.7704 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 หรือเมื่อค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างญี่ปุ่น-ไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 0.7704

แบบจำลองอุปสงค์การเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนอุปสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของชาวมาเลเซีย คือ รายได้ประชาชาติ และอัตราค่าโดยสารเครื่องบิน โดยสร้างเป็นแบบจำลองจำนวนอุปสงค์ได้ดังนี้

$$\ln(\text{pms}_t) = 1.049 \times \ln(\text{gdps}_t) - 0.5296 \times \ln(\text{farms}_t)$$

(5.391)*** (-3.977)***

R-squared	0.407203	S.E. of regression	0.122258
Adjusted R-squared	0.353312	Durbin-Watson stat	2.804589

อธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 40.72 โดยที่เครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระทุกตัวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อีกทั้งค่า durbin-watson ที่คำนวณได้มีเท่ากับ 2.805 โดยตกอยู่ในช่วง $4-d_U < 2.805 < 4-d_L$ เมื่อ $d_U = 1.010$ และ $d_L = 1.340$ จากตารางผนวกที่ 13 แสดงว่าอยู่ในช่วงไม่แน่ใจว่ามีปัญหา autocorrelation หรือไม่ จึงไม่ต้องทำการแก้ปัญหาดังกล่าว

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย (PMS) ต่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของมาเลเซีย (GDPMS) สามารถอธิบายได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PMS})}{\partial \ln(\text{GDPMS})} = c(1) = 1.049 > 0$$

จะเห็นได้ว่า อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวมาเลเซียมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อคนของมาเลเซียในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.049 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 หรือเมื่อรายได้เฉลี่ยต่อคนของมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ความต้องการเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.049 นั่นเอง

ในขณะที่ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย (PMN) ต่อค่าโดยสารเครื่องบิน (FARMS) สามารถอธิบายได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PMS})}{\partial \ln(\text{FARMS})} = c(2) = -0.5296 < 0$$

จะเห็นได้ว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวมาเลเซียมีความสัมพันธ์ค่าโดยสารเครื่องบินในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ -0.5296 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 หรือเมื่อค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างมาเลเซีย-ไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวมาเลเซียลดลงร้อยละ 0.5296 นั่นเอง

จำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวสิงคโปร์

ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนอุปสงค์ในการท่องเที่ยวประเทศไทยของชาวสิงคโปร์ คือ จำนวนประชากรชาวสิงคโปร์ โดยสร้างเป็นแบบจำลองจำนวนอุปสงค์ได้ดังนี้

$$\ln(\text{psp}_t) = -15.16 + 1.862 \times \ln(\text{popsp}_t) \\ (9.366)***$$

R-squared	0.894673	S.E. of regression	0.088141
Adjusted R-squared	0.886571	Durbin-Watson stat	1.553909

อธิบายได้ว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 89.47 โดยที่ค่า durbin-watson ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1.554 อยู่ในช่วง $d_L < 1.554 < d_U$ เมื่อ $d_L = 1.077$ และ $d_U = 1.361$ จากตารางผนวกที่ 13 แสดงว่าอยู่ในช่วงที่ไม่มีปัญหา autocorrelation จึงไม่ต้องทำการแก้ปัญหา

สำหรับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสิงคโปร์ (PSP) ต่อจำนวนประชากรสิงคโปร์ (POPSP) นั้น สามารถอธิบายได้ดังนี้

$$\frac{\partial \ln(\text{PSP})}{\partial \ln(\text{POPSP})} = c(2) = 1.862 > 0 \quad \text{ถูกต้องตามสมมติฐาน}$$

ซึ่งจะเห็นได้ว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวสิงคโปร์มีความสัมพันธ์กับจำนวนประชากรของสิงคโปร์ในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นเท่ากับ 1.862 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 หรือเมื่อจำนวนประชากรสิงคโปร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้ความต้องการเที่ยวของนักท่องเที่ยวสิงคโปร์เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.862 นั่นเอง

จากการสร้างแบบจำลองจำนวนอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของประเทศไทย แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมีแนวคิดในการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ไม่เหมือนกัน หรือปัจจัยอุปสงค์การท่องเที่ยวมีผลต่อนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศไม่เท่ากันซึ่งบางปัจจัยอาจไม่มีนัยสำคัญในการอธิบายตัวแปรอุปสงค์

ที่ค้ำจึงไม่ได้รวมไว้ในแบบจำลอง โดยได้ทำการสรุปนัยสำคัญตัวแปรและค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปรดังตารางที่ 6 เมื่อสามารถคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศได้ จะทำให้สามารถนำมาใช้วางแผนการพัฒนาอุปทานการท่องเที่ยวภายในประเทศ ให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าแต่ละประเทศ ซึ่งจะทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างเหมาะสม และตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างตรงจุด ลดการลงทุนการพัฒนาที่เกินความจำเป็น.

ตารางที่ 6 สรุปผลของปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดจำนวนอุปสงค์ และค่าความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยกับจำนวนอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศตามแบบจำลอง หน้า 63 - 71

		Constant	POP	GDP	Fare	EXR	IT
จีน	Coefficient	0.2352	342.2	12.94	-0.2679	-	-
	t-Statistic		2.111*	2.729**	-2.163*		
ฮ่องกง	Coefficient	-0.1097	-	3.423	-	0.6910	-
	t-Statistic			2.959**		1.891*	
ญี่ปุ่น	Coefficient	-534.4	28.16	2.104	-0.7704	-	-
	t-Statistic		7.825***	4.475***	-8.230***		
มาเลเซีย	Coefficient	-	-	1.049	-0.5296	-	-
	t-Statistic			5.391***	-3.977***		
สิงคโปร์	Coefficient	-15.16	1.862	-	-	-	-
	t-Statistic		9.366***				

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทย อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมในฐานะที่เป็นกลไกแก้ไขปัญหาต่างๆ อาทิ ปัญหาดุลการชำระเงินและปัญหาคนว่างงาน เป็นต้น จึงควรมีการเตรียมการวางแผนเพื่อการส่งเสริมและรักษาไว้ซึ่งศักยภาพของการแข่งขัน ซึ่งการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีจุดประสงค์ที่จะศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ และปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาในอนาคตต่อไป

ในการศึกษาความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้น ได้ทำการศึกษาเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เพราะเป็นประเทศที่สามารถแย่งส่วนแบ่งลักษณะการท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกันได้ โดยเลือกจากประเทศที่มีมูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสูงสุด 5 ประเทศได้แก่ จีน เขตปกครองพิเศษฮ่องกง เกาหลี สิงคโปร์ และมาเลเซีย จากผลการศึกษาพบว่าแนวโน้มความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในภาพรวมของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมีแนวโน้มลดลงหลังวิกฤตค่าเงินในภูมิภาคเอเชียปี 2540 ยกเว้นประเทศจีนที่มีแนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพิ่มมากขึ้น ตามสภาพเศรษฐกิจที่เจริญเติบโตขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับความสัมพันธ์กันระหว่างสถานะทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญซึ่งส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามแม้ว่าแนวโน้มค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบจะมีแนวโน้มลดลง แต่ประเทศไทยก็ยังคงมีค่าดัชนีสูงกว่าประเทศคู่แข่งทั้ง 5 ประเทศ และมูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นจุดแข็งของการท่องเที่ยวไทย สามารถอธิบายความขัดแย้งของผลการศึกษาได้ว่า หลังช่วงวิกฤตที่ทำให้รายได้ของประชาชนส่วนใหญ่ต่ำลง จนทำให้ต้องลดสัดส่วนการบริโภคสินค้าฟุ่มเฟือยลงซึ่งการท่องเที่ยวก็เป็นส่วนหนึ่งของสินค้าดังกล่าว ทำให้ตัวเลขดัชนีมีค่าลดลง และอีกสาเหตุหนึ่งคืออัตราแลกเปลี่ยนส่งผลดีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวที่น้อยกว่าสินค้าส่งออก จึงควรเฝ้าดูผลของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่อไป ว่า การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้จัดทำมาในแนวทางที่ถูกต้องหรือไม่

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยการสร้างแบบจำลองอุปสงค์ การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งในการศึกษานี้จะเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชีย แปซิฟิก 5 ประเทศคือ จีน เขตปกครองพิเศษ ฮองกง ญี่ปุ่น มาเลเซีย และสิงคโปร์ เพราะเป็น ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุด 5 ประเทศ โดยให้ความสำคัญ ถึงทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกับจำนวนอุปสงค์ และนัยสำคัญของความสัมพันธ์ของปัจจัยในแต่ละตัว จากผลการศึกษาอธิบายได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อ จำนวนอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่เหมือนกัน ทำให้การหาจำนวนอุปสงค์ สามารถลดข้อมูลที่ไม่จำเป็นลงได้มาก โดยที่ประโยชน์จากการ นำไปใช้ในการวางแผนไม่ลดลง

จากการศึกษาทั้ง 2 ส่วนมีความสอดคล้องกันคือ รายได้ประชาชาติของแต่ละประเทศมีผล ต่อจำนวนอุปสงค์ในการท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญใน 4 จาก 5 ประเทศ หรือคิดเป็นร้อยละ 80 และการลดลงของอัตราแลกเปลี่ยนของไทยมีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเพียงประเทศเดียว จาก 5 ประเทศคิดเป็นร้อยละ 20 ทำให้ประเทศไทยไม่ได้รับผลดีจากอัตราแลกเปลี่ยนตามที่เคย กล่าวถึง ฉะนั้นการลดลงของค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยในช่วงวิกฤต อัตราแลกเปลี่ยนจึงไม่น่าจะเป็นผลมาจากความสามารถในการแข่งขันลดลง จึงควรเฝ้าดูค่าดัชนี ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบต่อไป

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษา แสดงให้เห็นว่าค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของไทยถึงแม้จะยังคงมีค่าสูงกว่าประเทศคู่แข่ง แต่อย่างไรก็ตามมีแนวโน้มลดลงในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจอันเนื่องมา จากรายได้ประชาชาติในภูมิภาคเอเชียลดลง จึงไม่สามารถชี้ชัดได้ว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวของ ไทยขาดประสิทธิภาพหรือไม่ จึงไม่ควรที่จะเปลี่ยนแปลงหรือยกเลิกแนวทางหรือนโยบายการ พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในช่วงที่ผ่านมา แต่ควรที่จะทำการศึกษาต่อไปในระยะยาวเพราะ จะทำให้สามารถปรับกลยุทธ์การส่งเสริม และการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ทันทั่วถึง ซึ่งหากมีการวางแผนการส่งเสริมที่ผิดพลาดอาจทำให้ความสามารถในการแข่งขันลดลงได้ในช่วงที่ เศรษฐกิจกลับคืนสู่ภาวะปกติ

ในส่วนของอุปสงค์ของจำนวนนักท่องเที่ยวสามารถนำมาใช้ในการวางแผนการลงทุน เพื่อ ตอบสนองนักท่องเที่ยวในแต่ละเชื้อชาติที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน ให้เหมาะสมกับจำนวนนัก

ท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงในแต่ละปี เช่นการส่งเสริมแนะนำร้านอาหารอิสลามในช่วงที่นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเข้าสู่ประเทศมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยที่สามารถกำหนดได้จากภายในประเทศคือ อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน จากแบบจำลอง 3 ใน 5 ประเทศ คือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น และจีนแสดงให้เห็นว่า อัตราค่าโดยสารเครื่องบินที่มีความยืดหยุ่นต่ำ เมื่อลดอัตราค่าเครื่องบินลงจะทำให้ได้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นไม่มาก แต่เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวนับเป็นจำนวนคนไม่ได้เป็นมูลค่าเงินจึงอธิบายผลได้ไม่ชัดเจน ซึ่งหากศึกษาเพิ่มเติมในรูปของมูลค่าเงินที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนใช้จ่าย จะทำให้ทราบถึงค่าความ ยืดหยุ่นของราคาค่าโดยสารต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในรูปตัวเงิน และทำให้ตัดสินใจได้ ว่าควรจะมีการส่งเสริมการลดค่าโดยสารเพื่อให้ได้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้อย่างไร ส่วนปัจจัยอื่นๆเป็นปัจจัยภายนอกของแต่ละประเทศซึ่งไม่สามารถกำหนดได้ และอัตราแลกเปลี่ยนในปัจจุบันใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนลอยตัวแบบควบคุม (เมื่อมีความผันผวน) จึงไม่ควรพิจารณาควบคุมอัตราแลกเปลี่ยนเพื่อการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

สามารถสรุปแนวทางจากการศึกษาครั้งนี้ได้ในแต่ละหัวข้อ และการพัฒนาในขั้นต่อไปได้ดังนี้

ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวจากการศึกษามี 9 ปัจจัยหลัก แต่สามารถหาปัจจัยที่เป็นมูลค่าได้เพียง 5 ปัจจัย ทำให้การคาดการณ์จำนวนอุปสงค์ยังไม่แม่นยำเท่าที่ควร โดยในปัจจัยที่เหลืออาจทำการศึกษาในรูปตัวแปรหุ่นเพิ่มเติม หรือเปลี่ยนตัวแทนปัจจัยอื่นที่ดีกว่าเดิมเช่น จำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ต จากการศึกษาความสัมพันธ์ยังไม่มีความสำคัญ และไม่สามารถอธิบายผลได้ดี

จากผลของความยืดหยุ่นของอัตราค่าโดยสารก็เป็นอีกหัวข้อหนึ่งที่ต้องศึกษาโดยละเอียดขึ้นในลักษณะของการวิเคราะห์โครงการ เช่น การอุดหนุนอัตราค่าโดยสารให้ต่ำลง จะทำให้ได้เงินตราจากต่างประเทศเพิ่มมากขึ้นเท่าไรจากการประมวลรวมกันระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อหัวของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ และค่าความยืดหยุ่นของจำนวนอุปสงค์ต่ออัตราค่าโดยสาร

เอกสารอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. “ข้อมูลเชิงวิชาการ”. แหล่งที่มา: http://www2.tat.or.th/tatnews_info.php, 16 มีนาคม 2546.

เกษร จันทรภูติรัตน์. 2528. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. 2542. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ประชุม สุวดี. 2526. โครงสร้างการจัดเก็บภาษีจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

มาลีรัตน์ สุขศรี. 2540. การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยทางอากาศ. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

รัชพันธ์ เขยจิตร. 2540. ศักยภาพในการพัฒนาอุตสาหกรรมแปรรูปมะเขือเทศ: กรณีศึกษาอุตสาหกรรมมะเขือเทศเข้มข้น ซอสมะเขือเทศและปลาซาร์ดีนในซอสมะเขือเทศ. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วรรณัท กิตติอัมพานนท์. 2530. เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. 2533. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช จำกัด.

วิโชค อ่างมณี. 2532. อุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วีระพล วงษ์ประเสริฐ. 2536. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยนานาชาติปริญาโท, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วุฒิเทพ อินทปัญญา และ จำลอง อติกุล. 2528. ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

ศูนย์พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. 2543. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์เดือนตุลา จำกัด.

สมพงษ์ กิรติวิรกุล. 2541. การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการส่งออกบรรจุภัณฑ์พลาสติกของไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยนานาชาติปริญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุธิดา วนะชกิจ. 2530. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: วิทยาลัยนานาชาติปริญาโท, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Burke, James F. and Resnick. Barry P. 1991 Marketing & Selling the Travel Product. Ohio: South Western Publishing.

Hill, C. R., Griffiths, W. E. and Judge, G. G. 2001. Undergraduate Econometrics. (2ed). New York: John Wiley & Sons, Inc.

Wahab, S. 1975. Wahab on Tourism Management. London: Tourism International Press.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่ใช้ในการสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยว

ตารางผนวกที่ 1 ข้อมูลที่ใช้ในการสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทย

ตัวแปร	PJN	POPJN	GDPJN	FARJN	EXRJN	ITJN	PMS	POPMS	GDPMS	FARMS	EXRMS	ITMS
หน่วย	คน	คน	เยน	เยน	เยน	คน	คน	คน	ริงกิต	ริงกิต	ริงกิต	คน
2529	262,000	121,492,000	3,097,079	89,300	0.1570	-	653,000	16,143,010	4,766	469	10	-
2530	350,000	122,091,000	3,219,485	80,200	0.1785	-	742,000	16,633,580	4,875	471	10	-
2531	452,000	122,613,000	3,414,475	74,100	0.1977	-	843,000	17,144,390	5,200	505	10	-
2532	556,000	123,116,000	3,580,148	83,100	0.1866	-	736,000	17,669,600	5,502	539	9	-
2533	652,000	123,537,000	3,758,188	90,800	0.1770	-	752,000	18,201,900	5,822	555	9	-
2534	559,501	123,921,000	3,863,371	129,000	0.1896	50,000	808,443	18,656,950	6,223	433	9	-
2535	569,744	124,229,000	3,889,494	129,000	0.2033	120,000	729,453	19,127,100	6,609	481	10	200
2536	581,809	124,536,000	3,896,158	129,000	0.2280	500,000	829,661	19,609,110	7,084	481	10	5,000
2537	691,705	124,961,000	3,921,598	129,000	0.2460	1,000,000	898,800	20,103,260	7,547	481	10	20,000
2538	814,706	125,439,000	3,967,980	129,000	0.2661	2,000,000	1,077,055	20,609,860	8,085	481	10	40,000
2539	940,196	125,761,000	4,095,149	129,000	0.2326	5,500,000	1,046,169	21,129,230	8,675	552	10	200,000
2540	972,056	126,091,000	4,157,968	131,600	0.2582	11,550,000	1,029,107	21,667,000	9,079	569	11	600,000
2541	982,116	126,410,000	4,101,863	131,600	0.3164	16,940,000	931,553	22,180,000	8,216	592	10	1,500,000
2542	1,059,872	126,650,000	4,125,054	146,200	0.3336	27,060,000	1,009,821	22,710,000	8,512	641	10	2,500,000
2543	1,202,164	126,870,000	4,216,730	155,200	0.3721	47,080,000	1,111,687	23,270,000	8,997	681	11	3,700,000

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร หน่วย	PCN คน	POPCN คน	GDPCN หยวน	FARCN หยวน	EXRCN หยวน	ITCN คน	PSP คน	POPSP คน	GDPSP \$\$	FARSP \$\$	EXRSP \$\$	ITSP คน
2529	68,726	1,066,790,016	1,305	1,400	8	-	221,000	2,733,000	16,620	627	12	-
2530	85,621	1,084,034,944	1,428	1,400	7	-	277,000	2,775,000	17,960	625	12	-
2531	134,942	1,101,629,952	1,555	1,430	7	-	276,000	2,846,000	19,549	616	13	-
2532	57,454	1,118,649,984	1,594	1,430	7	-	290,000	2,931,000	20,809	617	13	-
2533	64,738	1,135,185,024	1,634	1,490	5	-	336,000	3,047,000	21,813	591	14	-
2534	75,052	1,150,780,032	1,760	3,720	5	-	320,064	3,136,000	22,706	363	15	5,000
2535	128,948	1,164,969,984	1,986	3,720	5	-	324,312	3,232,000	23,467	368	16	15,000
2536	261,739	1,178,439,936	2,230	3,720	4	2,000	364,387	3,315,000	25,787	371	16	25,000
2537	257,455	1,191,835,008	2,487	3,720	3	14,000	386,851	3,421,000	27,837	556	16	40,000
2538	375,564	1,204,855,040	2,720	3,720	3	60,000	430,824	3,526,000	29,157	556	18	100,000
2539	469,707	1,217,549,952	2,949	3,720	3	160,000	360,659	3,670,000	30,125	556	18	300,000
2540	452,510	1,230,075,008	3,177	3,840	4	400,000	405,897	3,794,000	31,666	573	21	500,000
2541	604,472	1,242,179,968	3,391	3,840	5	2,100,000	497,221	3,923,000	30,642	573	25	750,000
2542	813,596	1,253,595,008	3,598	3,960	5	8,900,000	528,889	3,952,000	32,199	573	22	950,000
2543	753,781	1,262,460,032	3,856	4,080	5	22,500,000	563,679	4,018,000	34,803	609	23	1,200,000

ตารางผนวกที่ 1 (ต่อ)

ตัวแปร	PHK	POPHK	GDPHK	FARHK	EXRHK	ITHK
หน่วย	คน	คน	\$HK	\$HK	\$HK	คน
2529	165,000	5,524,000	81,537	1,980	3	-
2530	251,000	5,580,500	91,168	2,018	3	-
2531	380,000	5,626,600	97,626	2,067	3	-
2532	396,000	5,686,200	99,076	2,108	3	-
2533	383,000	5,704,500	102,121	2,151	3	-
2534	341,442	5,754,800	106,349	1,893	3	7,000
2535	291,170	5,801,500	112,100	1,952	3	50,000
2536	265,483	5,901,000	116,967	2,080	3	80,000
2537	310,504	5,998,000	121,291	2,160	3	170,000
2538	346,254	6,156,000	122,780	2,160	3	200,000
2539	287,756	6,311,000	125,139	2,290	3	300,000
2540	345,757	6,502,000	127,502	2,360	4	675,000
2541	290,797	6,645,600	118,123	2,360	5	947,000
2542	244,474	6,720,700	120,348	2,360	5	2,430,000
2543	243,952	6,797,000	131,461	2,430	5	2,601,300

ภาคผนวก ข

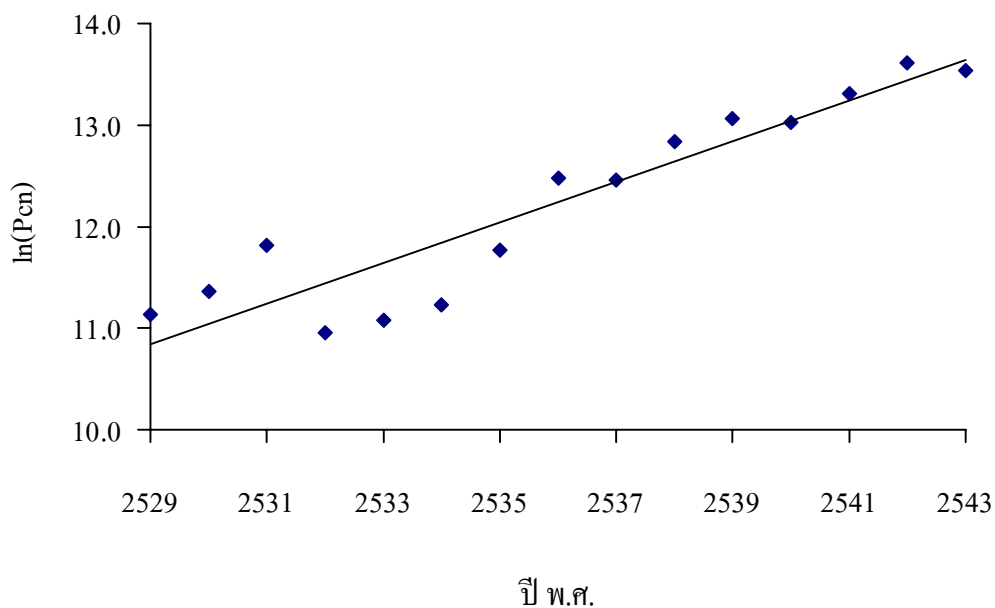
การสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทย

การสร้างแบบจำลองออกเป็น 3 ขั้นตอน ซึ่งมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ทำการทดสอบ stationary ด้วยวิธี unit root test แบบ ADF (augmented dickey-fuller) ดังที่ได้กล่าวไว้แล้วในส่วนของแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาว่า ในการประมาณการสมการถดถอยเพื่อสร้างแบบจำลองที่ถูกต้อง โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลานั้น จำเป็นต้องทำการทดสอบตัวแปรในแบบจำลองเพื่อป้องกันการเกิดตัวแปรมีความสัมพันธ์กับตัวเองในอดีต หรือที่เราเรียกว่าเป็น non-stationary เนื่องจากข้อมูลอนุกรมเวลาส่วนใหญ่ มักจะมีอิทธิพลของเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง นอกจากนี้ถ้าตัวแปรตามและตัวแปรอิสระเป็นข้อมูล non-stationary หรือมีการเปลี่ยนแปลงแบบมีแนวโน้ม อาจทำให้ทั้ง 2 ตัวแปรมีความสัมพันธ์กัน ทั้ง ๆ ที่ในความเป็นจริงอาจไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ หรือที่เรียกว่า spurious regression ดังนั้นก่อนทำการประมาณการแบบจำลองทุกครั้งจึงต้องทำการทดสอบการเป็น stationary ก่อน ซึ่งตัวอย่างการทดสอบ stationary มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1.1 เลือกตัวแปรตามที่จะทำการทดสอบ ในโปรแกรม Eviews จะเรียกชุดข้อมูลของตัวแปรว่า series เลือกตัวอย่างชุดข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวของจีน PCN เมื่อต้องการสร้างสมการในรูปแบบความยืดหยุ่น log form ให้แปลงชุดข้อมูล PCN ให้อยู่ในรูปแบบ LN (PCN) โดยการสร้างชุดข้อมูลใหม่ คำสั่ง quick/generate series กำหนดให้ LNPCN = LOG(PCN)

ขั้นตอนที่ 1.2 ก่อนใช้คำสั่ง unit root test ให้สังเกตลักษณะเส้นกราฟของชุดข้อมูล เลือกคำสั่ง view: line graph หรือ bar graph ที่ชุดข้อมูล LNPCN จะได้รูปกราฟที่แสดงแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นตามเวลา และมีจุดตัดที่ค่าคงที่ค่าหนึ่งดังภาพผนวกที่ 1



ภาพผนวกที่ 1 แผนภูมิแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวในรูปแบบ log form

ที่มา: จากการคำนวณ

ขั้นตอนที่ 1.3 ในการทดสอบโดยการใช้ unit root test แบบ ADF ให้ใช้คำสั่ง
 view: unit root test ตัวเลือก test type: เลือกแบบ ADF ส่วนในตัวเลือก include in test equation: จะ
 ต้องเลือกให้เหมาะกับลักษณะของรูปกราฟ สำหรับตัวแปร LNPCN เลือกคำสั่ง trend and intercept
 ในตัวเลือกอื่นจากคำสั่ง test for unit root in: ใช้สำหรับหาระดับความเป็น stationary ในขั้นต้น
 เลือกระดับ integrated order zero I(0) ที่คำสั่ง level และเลือกระดับ lagged differences: หมายเลข 1
 ซึ่งผลการทดสอบที่ได้มีดังนี้

ตารางผนวกที่ 2 แสดงผลการทดสอบคุณสมบัติเสถียร (stationary) ของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน
ในประเทศไทยที่ระดับปกติ

ADF Test Statistic	-2.227352	1% Critical Value*	-4.8870
		5% Critical Value	-3.8288
		10% Critical Value	-3.3588

*MacKinnon critical values for rejection of hypothesis of a unit root.

Augmented Dickey-Fuller Test Equation

Dependent Variable: D(LNPCN)

Method: Least Squares

Date: 04/14/03 Time: 18:05

Sample(adjusted): 2531 2543

Included observations: 13 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
LNPCN(-1)	-0.715236	0.321115	-2.227352	0.0529
D(LNPCN(-1))	0.189800	0.311705	0.608910	0.5576
C	7.597921	3.374553	2.251534	0.0509
@TREND(2529)	0.159971	0.071512	2.236990	0.0521
R-squared	0.374129	Mean dependent var		0.167321
Adjusted R-squared	0.165506	S.D. dependent var		0.384544
S.E. of regression	0.351283	Akaike info criterion		0.993213
Sum squared resid	1.110600	Schwarz criterion		1.167043
Log likelihood	-2.455882	F-statistic		1.793322
Durbin-Watson stat	2.148692	Prob(F-statistic)		0.218392

ที่มา: จากการคำนวณ

ขั้นตอนที่ 1.4 การแปลผลการทดสอบ เริ่มจากสมมติฐานของการทดสอบ
เมื่อกำหนดสมการการทดสอบโดยใช้วิธี ADF จะได้ว่า

$$\Delta y_t = \mu + \gamma y_{t-1} + \delta_1 \Delta y_{t-1} + \delta_2 \Delta y_{t-2} + \dots + \delta_{p-1} \Delta y_{t-p+1} + \varepsilon_t$$

โดยตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้ $H_0 : \gamma = 0, H_1 : \gamma < 0$

ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกใช้ค่าความเชื่อมั่นที่ 95% หรือที่ค่าวิกฤตที่ 5% โดยค่า ADF ที่ได้จากตารางแสดงผลมีค่าเท่ากับ -2.227 มากกว่าค่า 5% critical value ที่ -3.829 ดังนั้นจึงไม่สามารถปฏิเสธสมมติฐานได้ว่า ค่า Y เป็น non-stationary ที่ความเชื่อมั่นมากกว่า 95% ซึ่งทำให้ต้องทำการทดสอบซ้ำอีกครั้ง โดยเลือกความล่าช้า lagged differences: ตั้งแต่หมายเลข 1 ขึ้นไปที่ให้ผลว่าเป็นข้อมูล stationary และให้ผลค่า Akaike info criterion(AIC) ที่ต่ำกว่าค่า AIC ของความล่าช้า 1 แต่ถ้าหากไม่มีค่าความล่าช้าที่ให้ผลเป็น stationary ให้ทำการเปลี่ยนระดับในคำสั่ง test for unit root in: เพิ่มขึ้นทีละระดับ พร้อมทั้งหาค่าความล่าช้าที่เหมาะสม ซึ่งในการทดสอบครั้งนี้ ได้ผลการทดสอบที่ให้ข้อมูล stationary ดังต่อไปนี้

ตารางผนวกที่ 3 ผลการทดสอบคุณสมบัติเสถียร (stationary) ของจำนวนนักท่องเที่ยวเงินใน
ประเทศไทยที่ระดับ I(2) ความล่าช้า 1

ADF Test Statistic	-4.643222	1% Critical Value*	-5.1152
		5% Critical Value	-3.9271
		10% Critical Value	-3.4104

*MacKinnon critical values for rejection of hypothesis of a unit root.

ที่มา: จากการคำนวณ

จากตารางผนวกที่ 3 แสดงผลการทดสอบที่ได้มีค่าเท่ากับ -4.643 ซึ่งน้อยกว่าค่า 5% critical value ซึ่งมีค่าเท่ากับ -3.927 ดังนั้นจึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก และทำการยอมรับสมมติฐานรอง ซึ่งก็คือตัวแปร Y เป็น stationary ที่ความเชื่อมั่นมากกว่า 95%

เมื่อทำการทดสอบตัวแปรทุกตัวที่ใช้ในการศึกษา สามารถแสดงผลการทดสอบ stationary ได้ดังตารางผนวกที่ 4

ตารางผนวกที่ 4 สรุปผลการทดสอบคุณสมบัติเสถียร (stationary) ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

สัญลักษณ์	ผลทดสอบstationary	ระดับ	การกระจายของข้อมูล	ส่วนต่างเวลา	ADF Test Statistic	5% Critical Value
Lnpcn	Stationary	I(2)	Trend and intercept	1	- 4.6432	-3.9271
Lnpkh	Stationary	I(1)	Intercept	1	- 3.7639	- 3.1483
Lnpjn	Stationary	I(0)	Trend and intercept	2	- 5.3517	- 3.8730
Lnpms	Stationary	I(0)	Trend and intercept	5	- 15.2658	- 4.0815
Lnpms	Stationary	I(2)	Trend and intercept	4	- 6.6341	- 4.1961
LnpSP	Stationary	I(0)	Trend and intercept	3	- 3.9869	- 3.9271

ที่มา: จากการคำนวณ

ขั้นตอนที่ 2 ทำการสร้างสมการอุปสงค์ โดยรูปแบบของสมการจะอยู่ในรูปของสมการความยืดหยุ่นคงที่ (double-log form) ซึ่งเป็นรูปแบบทั่วไปของสมการความยืดหยุ่น โดยค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการวิเคราะห์นั้น สามารถอธิบายถึงทิศทางความสัมพันธ์ และสัดส่วนการเปลี่ยนแปลงระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระได้ โดยในการศึกษานี้ ผู้วิจัยใช้วิธี GMM: generalized method of moments ในการวิเคราะห์ เนื่องจากวิธีการดังกล่าวสามารถกำจัดปัญหา heteroskedasticity และ autocorrelation ได้ด้วยตัวเอง ทำให้สามารถปรับแบบจำลองให้มีความเหมาะสม และถูกต้องตามสมมติฐานทางเศรษฐศาสตร์ได้ง่ายยิ่งขึ้น ดังตัวอย่างการสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยปรับให้ตัวแปรทุกตัวอยู่ที่ระดับเสถียร (stationary) เดียวกันกับตัวแปรตามคือที่ระดับ I(2) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

$$DLOG(PCN,2)=C(1)+C(2)*DLOG(POPCN,2)+C(3)*DLOG(GDPCN,2) \\ +C(4)*DLOG(FARCN,2)+C(5)*DLOG(EXRCN,2)+C(6)*DLOG(ITCN,2)$$

สำหรับการกำหนดตัวแปรที่เป็น instrument ในการถ่วงน้ำหนักค่าความแปรปรวนของตัวแปรแต่ละตัว เพื่อแก้ปัญหา heteroskedasticity และ autocorrelation สำหรับแบบจำลองเดี่ยวที่ไม่มี

คุณลักษณะ จำนวนตัวแปรที่เป็น instrument จะเท่ากับตัวแปรอิสระของแบบจำลองนั้น ๆ นั่นเอง ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้ตัวแปรอิสระดังกล่าวคือ

DLOG(POPCN,2) DLOG(GDPCN,2) DLOG(FARCN,2) DLOG(EXRCN,2) DLOG(ITCN,2)

ซึ่งผลที่ได้จากการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แสดงดังตารางผนวกที่ 5

ตารางผนวกที่ 5 แสดงผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ในแบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว
ชาวจีนที่มีต่อประเทศไทย

Dependent Variable: DLOG(PCN,2)

Method: Generalized Method of Moments

Date: 04/15/03 Time: 11:48

Sample(adjusted): 2537 2543

Included observations: 7 after adjusting endpoints

No prewhitening

Bandwidth: Fixed (2)

Kernel: Bartlett

Convergence achieved after: 1 weight matrix, 2 total coef iterations

DLOG(PCN,2)=C(1)+C(2)*DLOG(POPCN,2)+C(3)*DLOG(GDPCN,2)

+C(4)*DLOG(FARCN,2)+C(5)*DLOG(EXRCN,2)+C(6)*DLOG(ITCN,2)

Instrument list: DLOG(POPCN,2) DLOG(GDPCN,2) DLOG(FARCN,2)

DLOG(EXRCN) DLOG(ITCN)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-1.289473	0.357738	-3.604519	0.1723
C(2)	-500.7203	97.77312	-5.121247	0.1228
C(3)	-49.08677	5.361700	-9.155076	0.0693
C(4)	2.650387	3.561586	0.744159	0.5927
C(5)	1.251695	0.247250	5.062467	0.1242
C(6)	0.382444	0.213738	1.789314	0.3244
R-squared	0.926078	Mean dependent var		-0.112043
Adjusted R-squared	0.556467	S.D. dependent var		0.393786
S.E. of regression	0.262255	Sum squared resid		0.068778
Durbin-Watson stat	2.549904	J-statistic		7.58E-29

ที่มา: จากการคำนวณ

ขั้นตอนที่ 3 ทำการปรับแบบจำลองภายหลังจากการประมาณการครั้งแรก เพื่อให้ได้แบบจำลองที่ดีที่สุด หรือเพื่อให้ได้ตัวแปรอิสระที่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้ดีที่สุด ภายใต้ระดับความเชื่อมั่นระดับหนึ่ง โดยปราศจากปัญหาต่าง ๆ อาทิ heteroskedasticity, autocorrelation และ multicollinearity เป็นต้น ซึ่งถ้าหากพบว่าแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์นั้น ตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีทิศทางความสัมพันธ์ที่ไม่ถูกต้องตามสมมติฐาน ให้ทำการปรับแบบจำลองโดยการตัดตัวแปรอิสระหรือค่าคงที่บางตัวออก เพื่อให้แบบจำลองในภาพรวมดีขึ้น ซึ่งมีหลักในการพิจารณา ดังนี้

- o ตัวแปรอิสระที่มีทิศทางความสัมพันธ์กับตัวแปรตามไม่ถูกต้องตามสมมติฐาน
- o ตัวแปรอิสระที่ค่าสัมประสิทธิ์มีค่าความน่าเชื่อมั่นต่ำ (ค่าความน่าจะเป็น (Prob.) สูง)
- o ตัวแปรอิสระที่ตัดออก แล้วทำให้ค่า adjusted R-squared ดีขึ้น หรือทำให้ทิศทางความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ ถูกต้องตามสมมติฐาน หรือทำให้ความน่าเชื่อมั่นเพิ่มขึ้น

จากข้อสังเกตดังกล่าว ให้ทำการตัดตัวแปรอิสระที่ไม่เหมาะสมออก จนได้แบบจำลองที่ดีที่สุด โดยมีเงื่อนไขดังต่อไปนี้

- o ค่า adjusted R-squared สูงสุด
- o ทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระที่ได้จากการวิเคราะห์ เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ (โดยไม่ขัดแย้งกับทฤษฎี)

สำหรับในการศึกษาครั้งนี้ เริ่มแรกผู้วิจัยเลือกตัดตัวแปรค่าโดยสาร (FARCN) ออก เนื่องจากค่าสัมประสิทธิ์ หรือค่า C(4) ที่ได้มีค่าสำคัญต่ำที่สุดหรือค่า Prob. สูงที่สุดเท่ากับ 0.5927 ซึ่งได้ผลดังแสดงในแบบจำลอง LNPCN ในตารางที่ 10 แต่ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ ยังคงผิดสมมติฐาน ดังนั้นจึงทำการเปลี่ยนมาตัดตัวแปรจำนวนการใช้อินเตอร์เน็ต (LNITCN) แทน โดยคงตัวแปรค่าโดยสารไว้ เนื่องจากมีค่าสำคัญต่ำรองลงมาจากค่าสำคัญของตัวแปรค่าโดยสาร ซึ่งผลที่ได้แสดงดังตารางที่ 11 โดยความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระตัวอื่น ๆ ในแบบจำลองนั้น ถูกต้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทำให้การอธิบายแบบจำลองในภาพรวมสามารถยอมรับได้

ตารางผนวกที่ 6 แสดงผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์หลังตัดตัวแปรค่าโดยสารออกจาก
แบบจำลอง

Dependent Variable: DLOG(PCN,2)

Method: Generalized Method of Moments

Date: 04/16/03 Time: 11:18

Sample(adjusted): 2537 2543

Included observations: 7 after adjusting endpoints

No prewhitening

Bandwidth: Fixed (2)

Kernel: Bartlett

Convergence achieved after: 1 weight matrix, 2 total coef iterations

$$\text{DLOG(PCN,2)} = \text{C(1)} + \text{C(2)} * \text{DLOG(POPCN,2)} + \text{C(3)} * \text{DLOG(GDPCN,2)} \\ + \text{C(4)} * \text{DLOG(EXRCN)} + \text{C(5)} * \text{DLOG(ITCN)}$$

Instrument list: DLOG(POPCN,2) DLOG(GDPCN,2) DLOG(EXRCN)
DLOG(ITCN)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-1.085822	0.096464	-11.25628	0.0078
C(2)	-456.1500	65.77204	-6.935319	0.0202
C(3)	-48.08475	4.766718	-10.08760	0.0097
C(4)	1.118404	0.115029	9.722803	0.0104
C(5)	0.265269	0.056478	4.696896	0.0425
R-squared	0.914335	Mean dependent var		-0.112043
Adjusted R-squared	0.743006	S.D. dependent var		0.393786
S.E. of regression	0.199628	Sum squared resid		0.079703
Durbin-Watson stat	2.188311	J-statistic		2.42E-27

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางผนวกที่ 7 แสดงผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์หลังตัดตัวแปรการใช้อินเทอร์เน็ตออก
จากแบบจำลอง

Dependent Variable: DLOG(PCN,2)

Method: Generalized Method of Moments

Date: 03/30/03 Time: 21:58

Sample(adjusted): 2531 2543

Included observations: 13 after adjusting endpoints

No prewhitening

Bandwidth: Fixed (2)

Kernel: Bartlett

Convergence achieved after: 1 weight matrix, 2 total coef iterations

$$\text{DLOG(PCN,2)} = \text{C(1)} + \text{C(2)} * \text{DLOG(POPCN,2)} + \text{C(3)} * \text{DLOG(GDPCN,2)} \\ + \text{C(4)} * \text{DLOG(FARCN,2)} + \text{C(5)} * \text{DLOG(EXRCN,2)}$$

Instrument list: DLOG(POPCN,2) DLOG(GDPCN,2) DLOG(FARCN,2)
DLOG(EXRCN,2)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0.243488	0.135520	1.796700	0.1101
C(2)	358.3867	122.4356	2.927145	0.0191
C(3)	12.96171	4.721440	2.745287	0.0252
C(4)	-0.278080	0.116320	-2.390652	0.0438
C(5)	0.279191	0.806228	0.346293	0.7381
R-squared	0.346270	Mean dependent var		-0.022782
Adjusted R-squared	0.019405	S.D. dependent var		0.570835
S.E. of regression	0.565269	Sum squared resid		2.556236
Durbin-Watson stat	3.095339	J-statistic		8.70E-31

ที่มา: จากการคำนวณ

ต่อมาได้ทดลองตัดตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยน (LNEXRCN) เพิ่มอีกตัวหนึ่ง เนื่องจากมีค่านัยสำคัญต่ำที่สุดซึ่งได้ผลดังตารางที่ 12 ทำให้ค่า adjusted R-squared ของแบบจำลองดังกล่าวดีขึ้น และเครื่องหมายแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระยังถูกต้องตามสมมติฐานด้วย

ตารางผนวกที่ 8 แสดงแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวในไทยของนักท่องเที่ยวจีนที่สมบูรณ์
ภายหลังจากการปรับแบบจำลอง

Dependent Variable: DLOG(PCN,2)

Method: Generalized Method of Moments

Date: 04/15/03 Time: 11:46

Sample(adjusted): 2531 2543

Included observations: 13 after adjusting endpoints

No prewhitening

Bandwidth: Fixed (2)

Kernel: Bartlett

Convergence achieved after: 1 weight matrix, 2 total coef iterations

$DLOG(PCN,2)=C(1)+C(2)*DLOG(POPCN,2)+C(3)*DLOG(GDPCN,2)$
 $+C(4)*DLOG(FARCN,2)$

Instrument list: DLOG(POPCN,2) DLOG(GDPCN,2) DLOG(FARCN,2)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	0.235179	0.155812	1.509371	0.1655
C(2)	342.1895	162.0795	2.111244	0.0639
C(3)	12.94377	4.742868	2.729102	0.0233
C(4)	-0.267896	0.123851	-2.163042	0.0588
R-squared	0.333922	Mean dependent var		-0.022782
Adjusted R-squared	0.111896	S.D. dependent var		0.570835
S.E. of regression	0.537951	Sum squared resid		2.604518
Durbin-Watson stat	3.187666	J-statistic		3.77E-31

ที่มา: จากการคำนวณ

การสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของไทยของนักท่องเที่ยวฮ่องกง

โดยมีแนวคิดในการปรับแบบจำลองจนได้แบบจำลองที่ดีที่สุดดังนี้

ทำการตัดตัวแปรที่มีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ต่ำที่สุดออกทีละตัวตามลำดับ ซึ่งได้แก่ IT, FAR และ POP ซึ่งการตัดดังกล่าวทำให้ค่า adjusted R-squared ของแบบจำลองดีขึ้น และทำให้ทิศทางการสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระถูกต้องตามสมมติฐานอีกด้วย ซึ่งแสดงดังตารางผนวกที่ 9

ตารางผนวกที่ 9 แสดงผลการประมาณการแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวฮ่องกง

Dependent Variable: DLOG(PHK)
 Method: Generalized Method of Moments
 Date: 04/16/03 Time: 11:41
 Sample(adjusted): 2530 2543
 Included observations: 14 after adjusting endpoints
 No prewhitening
 Bandwidth: Fixed (2)
 Kernel: Bartlett
 Convergence achieved after: 1 weight matrix, 2 total coef iterations
 $DLOG(PHK)=C(1)+C(2)*DLOG(GDPHK)+C(3)*DLOG(EXRHK)$
 Instrument list: DLOG(GDPHK) DLOG(EXRHK)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-0.109714	0.047638	-2.303085	0.0418
C(2)	3.422912	1.156597	2.959468	0.0130
C(3)	0.690950	0.365456	1.890653	0.0853
R-squared	0.346918	Mean dependent var		0.027930
Adjusted R-squared	0.228176	S.D. dependent var		0.205953
S.E. of regression	0.180937	Sum squared resid		0.360122
Durbin-Watson stat	1.099099	J-statistic		2.51E-31

ที่มา: จากการคำนวณ

สร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของไทยของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

โดยมีแนวคิดในการปรับแบบจำลองจนได้แบบจำลองที่ดีที่สุดดังนี้

ในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนั้น ผู้วิจัยเลือกตัดตัวแปรค่าโดยสาร (FAR) ออก เนื่องจากตัวแปรดังกล่าวไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม หรือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่เมื่อทำการตัดออกแล้ว คอมพิวเตอร์ไม่สามารถทำการคำนวณได้ เช่นเดียวกับตัวแปรที่มีค่านัยสำคัญต่ำเป็นลำดับต่อมาคือ รายได้เฉลี่ย และอัตราแลกเปลี่ยน แต่เมื่อทำการตัดตัวแปรจำนวนการใช้อินเทอร์เน็ต ผลที่ได้ทำให้ adjusted R-squared ดีขึ้น และเครื่องหมายถูกต้องตามสมมติฐาน และเมื่อทดลองตัดตัวแปรอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มอีกหนึ่งตัว ทำให้ค่า adjusted R-squared สูงขึ้น และเครื่องหมายถูกต้องตามสมมติฐาน โดยนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์มีค่าที่ยอมรับได้ ดังแสดงในตารางผนวกที่ 10

ตารางผนวกที่ 10 ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

Dependent Variable: LOG(PJN)

Method: Least Squares

Included observations: 15

LOG(PJN)=C(1)+C(2)*LOG(POPJN)+C(3)*LOG(GDPJN)+C(4)*LOG(FARJN)

Instrument list: LOG(POPJN) LOG(GDPJN) LOG(FARJN)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-534.3690	60.52827	-8.828419	0.0000
C(2)	28.15787	3.598674	7.824513	0.0000
C(3)	2.103791	0.470129	4.474919	0.0009
C(4)	-0.770421	0.093608	-8.230325	0.0000
R-squared	0.986723	Mean dependent var		13.39403
Adjusted R-squared	0.983102	S.D. dependent var		0.427337
S.E. of regression	0.055550	Sum squared resid		0.033944
Durbin-Watson stat	1.221463	J-statistic		7.82E-17

ที่มา: จากการคำนวณ

สร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

โดยมีแนวคิดในการปรับแบบจำลองจนได้แบบจำลองที่ดีที่สุดดังนี้

ในการพิจารณาครั้งแรก ผู้วิจัยทำการประมาณการแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่ระดับ $I(0)$ ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์นั้น ไม่สามารถสร้างแบบจำลองที่ถูกต้องตามทฤษฎีได้ กล่าวคือค่า adjusted R-squared ที่คำนวณได้มีค่าต่ำ อีกทั้งเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระก็ไม่ถูกต้องตามสมมติฐาน ผู้วิจัยจึงทำการประมาณการแบบจำลองที่ระดับ $I(2)$ ซึ่งเป็น stationary และทำการตัดค่าคงที่ และตัวแปร IT, EXR, POP ออก เนื่องจากมีนัยสำคัญต่ำที่สุด และเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระก็ไม่ถูกต้องตามสมมติฐานอีกด้วย ซึ่งผลที่ได้ทำให้แบบจำลองดังกล่าวมีค่า adjusted R-squared สูงขึ้น โดยมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ที่ยอมรับได้ และเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระทุกตัวถูกต้องตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ซึ่งแบบจำลองดังกล่าวสามารถแสดงได้ดังตารางผนวกที่ 11

ตารางผนวกที่ 11 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

Dependent Variable: DLOG(PMS,2)

Method: Generalized Method of Moments

Included observations: 13 after adjusting endpoints

$DLOG(PMS,2) = C(1) * DLOG(GDPMS,2) + C(2) * DLOG(FARMS,2)$

Instrument list: DLOG(GDPMS,2) DLOG(FARMS,2)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	1.048681	0.194524	5.390998	0.0002
C(2)	-0.529594	0.133148	-3.977492	0.0022
R-squared	0.407203	Mean dependent var		
Adjusted R-squared	0.353312	S.D. dependent var		
S.E. of regression	0.122258	Sum squared resid		
Durbin-Watson stat	2.804589	J-statistic		

ที่มา: จากการคำนวณ

สร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวสิงคโปร์

โดยมีแนวคิดในการปรับแบบจำลองจนได้แบบจำลองที่ดีที่สุดดังนี้

ซึ่งในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์นั้น ผู้วิจัยได้ทำการปรับแบบจำลอง โดยการตัดตัวแปร EXR, FAR, GDP และ IT ออกทีละตัวตามลำดับ โดยในการตัดตัวแปรอิสระดังกล่าวออกนั้น ทำให้ค่า adjusted R-squared ดีขึ้นเป็นลำดับ โดยที่ค่านี้สำคัญของค่าสัมประสิทธิ์มีค่าที่ยอมรับได้ และเครื่องหมายของสัมประสิทธิ์หน้าตัวแปรอิสระถูกต้องตามสมมติฐาน ซึ่งได้ผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ดังในตารางผนวกที่ 12

ตารางผนวกที่ 12 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสิงคโปร์

Dependent Variable: LOG(PSP)

Method: Generalized Method of Moments

Included observations: 15

LOG(PSP)=C(1)+C(2)*LOG(POPSP)

Instrument list: LOG(POPSP)

	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C(1)	-15.16142	2.979018	-5.089401	0.0002
C(2)	1.861582	0.198753	9.366289	0.0000
R-squared	0.894673	Mean dependent var		12.79509
Adjusted R-squared	0.886571	S.D. dependent var		0.261707
S.E. of regression	0.088141	Sum squared resid		0.100995
Durbin-Watson stat	1.553909	J-statistic		8.05E-23

ที่มา: จากการคำนวณ

ภาคผนวก ค

ตารางค่าสถิติ Durbin-Watson Test

ตารางผนวกที่ 13 ค่าวิกฤต d_L และ d_U สำหรับการทดสอบ Durbin-Watson ที่ระดับนัยสำคัญ 5%

T	K=2		K=3		K=4		K=5		K=6		K=7		K=8		K=9		K=10		K=11	
	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U	d_L	d_U
6	0.510	1.400																		
7	0.700	1.356	0.467	1.896																
8	0.763	1.332	0.559	1.777	0.368	2.287														
9	0.824	1.320	0.629	1.699	0.455	2.128	0.296	2.588												
10	0.879	1.320	0.697	1.641	0.525	2.016	0.376	2.414	0.243	2.822										
11	0.927	1.324	0.758	1.604	0.595	1.928	0.444	2.283	0.316	2.645	0.203	3.005								
12	0.971	1.331	0.812	1.579	0.658	1.864	0.512	2.177	0.379	2.506	0.268	2.832	0.171	3.149						
13	1.010	1.340	0.861	1.562	0.715	1.816	0.574	2.094	0.445	2.390	0.328	2.692	0.230	2.985	0.147	3.266				
14	1.045	1.350	0.905	1.551	0.767	1.779	0.632	2.030	0.505	2.296	0.389	2.572	0.286	2.848	0.200	3.111	0.127	3.360		
15	1.077	1.361	0.946	1.543	0.814	1.750	0.685	1.977	0.562	2.220	0.447	2.472	0.343	2.727	0.251	2.979	0.175	3.216	0.111	3.438
16	1.106	1.371	0.982	1.539	0.857	1.728	0.734	1.935	0.615	2.157	0.502	2.388	0.398	2.624	0.304	2.860	0.222	3.090	0.155	3.304
17	1.133	1.381	1.015	1.536	0.897	1.710	0.779	1.900	0.664	2.104	0.554	2.318	0.451	2.537	0.356	2.757	0.272	2.975	0.198	3.184
18	1.158	1.391	1.046	1.536	0.933	1.696	0.820	1.872	0.710	2.060	0.603	2.257	0.502	2.461	0.407	2.667	0.321	2.873	0.244	3.073
19	1.180	1.401	1.074	1.536	0.967	1.685	0.859	1.848	0.752	2.023	0.649	2.206	0.549	2.396	0.456	2.589	0.369	2.7883	0.290	2.974
20	1.201	1.411	1.100	1.537	0.998	1.676	0.894	1.828	0.792	1.991	0.692	2.162	0.595	2.339	0.502	2.521	0.416	2.704	0.336	2.885
21	1.221	1.420	1.125	1.538	1.026	1.669	0.927	1.812	0.829	1.964	0.732	2.124	0.637	2.290	0.547	2.460	0.461	2.633	0.380	2.806
22	1.239	1.429	1.147	1.541	1.053	1.664	0.958	1.797	0.863	1.940	0.769	2.090	0.677	2.246	0.588	2.407	0.504	2.571	0.424	2.734
23	1.257	1.437	1.168	1.543	1.078	1.660	0.986	1.785	0.895	1.920	0.804	2.061	0.715	2.208	0.628	2.360	0.545	2.514	0.465	2.670
24	1.273	1.446	1.188	1.546	1.101	1.656	1.013	1.775	0.925	1.902	0.837	2.035	0.751	2.174	0.666	2.318	0.584	2.464	0.506	2.613
25	1.288	1.454	1.206	1.550	1.123	1.654	1.038	1.767	0.953	1.886	0.868	2.012	0.784	2.144	0.702	2.280	0.621	2.419	0.544	2.560
26	1.302	1.461	1.224	1.553	1.143	1.652	1.062	1.759	0.979	1.873	0.897	1.992	0.816	2.117	0.735	2.246	0.657	2.379	0.581	2.513
27	1.316	1.469	1.240	1.556	1.162	1.651	1.084	1.753	1.004	1.861	0.925	1.974	0.845	2.093	0.767	2.216	0.691	2.342	0.616	2.470
28	1.328	1.476	1.255	1.560	1.181	1.650	1.104	1.747	1.028	1.850	0.951	1.958	0.874	2.071	0.798	2.188	0.723	2.309	0.50	2.431
29	1.341	1.483	1.270	1.563	1.198	1.650	1.124	1.743	1.050	1.841	0.975	1.944	0.900	2.052	0.826	2.164	0.753	2.278	0.682	2.396
30	1.352	1.489	1.284	1.567	1.214	1.650	1.143	1.739	1.071	1.833	0.998	1.931	0.926	2.034	0.854	2.141	0.782	2.251	0.712	2.363

ตารางผนวกที่ 13 (ต่อ)

T	K=2		K=3		K=4		K=5		K=6		K=7		K=8		K=9		K=10		K=11	
	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U	d _L	d _U
31	1.363	1.496	1.297	1.570	1.229	1.650	1.160	1.735	1.090	1.825	1.020	1.920	0.950	2.018	0.879	2.120	0.810	2.226	0.741	2.333
32	1.373	1.502	1.309	1.574	1.244	1.650	1.177	1.732	1.109	1.819	1.041	1.909	0.972	2.004	0.904	2.102	0.836	2.203	0.769	2.306
33	1.383	1.508	1.321	1.577	1.258	1.651	1.193	1.730	1.127	1.813	1.061	1.900	0.994	1.991	0.927	2.085	0.861	2.181	0.795	2.281
34	1.393	1.514	1.333	1.580	1.271	1.652	1.208	1.728	1.144	1.808	1.080	1.891	1.015	1.979	0.950	2.069	0.885	2.162	0.821	2.257
35	1.402	1.519	1.343	1.584	1.283	1.653	1.222	1.726	1.160	1.803	1.097	1.884	1.034	1.967	0.971	2.054	0.908	2.144	0.845	2.236
36	1.411	1.525	1.354	1.587	1.295	1.654	1.236	1.724	1.175	1.799	1.114	1.877	1.053	1.957	0.991	2.041	0.930	2.127	0.868	2.216
37	1.419	1.530	1.364	1.590	1.307	1.655	1.249	1.723	1.190	1.795	1.131	1.870	1.071	1.948	1.011	2.029	0.951	2.112	0.891	2.198
38	1.427	1.535	1.373	1.594	1.318	1.656	1.261	1.722	1.204	1.792	1.146	1.864	1.088	1.939	1.029	2.017	0.970	2.098	0.912	2.180
39	1.435	1.540	1.382	1.597	1.328	1.658	1.273	1.722	1.218	1.789	1.161	1.859	1.104	1.932	1.047	2.007	0.990	2.085	0.932	2.164
40	1.442	1.544	1.391	1.600	1.338	1.659	1.285	1.721	1.230	1.786	1.175	1.854	1.120	1.924	1.064	1.997	1.008	2.072	0.945	2.149
45	1.475	1.566	1.430	1.615	1.383	1.666	1.336	1.720	1.287	1.776	1.238	1.835	1.189	1.895	1.139	1.958	1.089	2.022	1.038	2.088
50	1.503	1.585	1.462	1.628	1.421	1.674	1.378	1.721	1.335	1.771	1.291	1.822	1.246	1.875	1.201	1.930	1.156	1.986	1.110	2.044
55	1.528	1.601	1.490	1.641	1.452	1.681	1.414	1.724	1.374	1.768	1.334	1.814	1.294	1.861	1.253	1.909	1.212	1.959	1.170	2.010
60	1.549	1.616	1.514	1.642	1.480	1.689	1.444	1.727	1.408	1.767	1.372	1.808	1.335	1.850	1.298	1.894	1.260	1.939	1.222	1.984
65	1.567	1.629	1.536	1.662	1.503	1.696	1.471	1.731	1.438	1.767	1.404	1.805	1.370	1.843	1.336	1.882	1.301	1.923	1.266	1.964
70	1.583	1.641	1.554	1.672	1.525	1.703	1.494	1.735	1.464	1.768	1.433	1.802	1.401	1.837	1.369	1.873	1.337	1.910	1.305	1.948
75	1.598	1.652	1.571	1.680	1.543	1.709	1.515	1.739	1.487	1.770	1.458	1.801	1.428	1.834	1.399	1.867	1.369	1.901	1.339	1.935
80	1.611	1.662	1.586	1.688	1.560	1.715	1.534	1.743	1.507	1.772	1.480	1.801	1.453	1.831	1.425	1.861	1.397	1.893	1.369	1.925
85	1.624	1.671	1.600	1.696	1.575	1.721	1.550	1.747	1.525	1.774	1.500	1.801	1.474	1.829	1.448	1.857	1.422	1.886	1.396	1.916
90	1.635	1.679	1.612	1.703	1.589	1.726	1.566	1.751	1.542	1.776	1.518	1.801	1.494	1.827	1.469	1.841	1.445	1.881	1.420	1.909

หมายเหตุ: K คือจำนวนตัวแปรอธิบาย รวมค่าคงที่

ที่มา: Hill และคณะ, 2001: 393-394.