



ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย กรณีศึกษา
นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น

พรทิพย์ อีสริยานนท์

วิทยานิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดตามหลักสูตรปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา 2547

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

ISBN 974-09-1494-2

FACTORS AFFECTING THE NUMBER OF TOURISTS TRAVELING
TO THAILAND: A CASE STUDY OF TOURISTS
FROM MALAYSIA AND JAPAN

PORNTIP ISARIYANON

A THESIS PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY
IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS
FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS

2004

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ISBN 974-09-1494-2

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย
กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น

ชื่อผู้เขียน นางสาวพรทิพย์ อิศรียานนท์

คณะ เศรษฐศาสตร์


คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

รองศาสตราจารย์เอกสิทธิ์ เตชะโกศิยวณิช ประธานกรรมการ

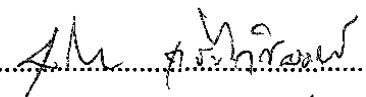
รองศาสตราจารย์ ดร. ไกร โพธิ์งาม

รองศาสตราจารย์อัมรินทร์ พงศ์ นัฏราคม

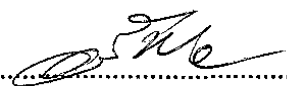
มหาวิทยาลัยรามคำแหงอนุมัติให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรปริญญาโทบริหารธุรกิจ


.....รักษาการในตำแหน่งรองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย
(รองศาสตราจารย์อูไรวรรณ แฉ่มนิยม) ปฏิบัติราชการแทนคณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์เอกสิทธิ์ เตชะโกศิยวณิช)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. ไกร โพธิ์งาม)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์อัมรินทร์ พงศ์ นัฏราคม)

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องวิทยานิพนธ์ : ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น

ชื่อผู้เขียน : นางสาวพรทิพย์ อิศริยานนท์

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ปีการศึกษา : 2547

คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์:

1. รองศาสตราจารย์เอกสิทธิ์ เตชะโกศियวณิช ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์ ดร. ไกร โพธิ์งาม
3. รองศาสตราจารย์อัมรินทร์พงษ์ นัฏราคม

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศที่สำคัญ ก่อให้เกิดการค้า การลงทุน การจ้างงาน และช่วยลดการขาดดุลการชำระเงิน ซึ่งช่วยพัฒนาระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งรายได้และจำนวนนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2546 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเดินทางมาประเทศไทยมีจำนวนมากเป็นอันดับหนึ่ง แต่ตลาดที่สามารถทำรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ประเทศญี่ปุ่น ทั้งนี้ ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวรัฐบาลควรมุ่งเน้น ไปประเทศที่เป็นตลาดหลักของประเทศไทย

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น ที่เดินทางมาประเทศไทยในอนาคต โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดหลักของประเทศ

ไทย การวิเคราะห์ใช้สมการถดถอยพหุคูณในรูปลอการิทึมและประมาณค่าโดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ใช้ข้อมูลระหว่างปีพ.ศ. 2531-2546

จากผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยของประเทศมาเลเซีย ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อบุคคล และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ และต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยว ส่วนต้นทุนการเดินทางมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทย

ผลการทดสอบอำนาจพยากรณ์ของรูปแบบสมการที่เหมาะสมพบว่า ค่าพยากรณ์สามารถนำไปใช้ได้ดี ส่วนผลของการพยากรณ์ในปีพ.ศ. 2547-2551 จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทยพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ดังนั้น ภาครัฐและเอกชนควรร่วมกันวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวให้รองรับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

ABSTRACT

Thesis Title : Factors Affecting the Number of Tourists Traveling to
Thailand: A Case Study of Tourists from Malaysia
and Japan

Student's Name : Miss Porntip Isariyanon

Degree Sought : Master of Economics

Academic Year : 2004

Advisory Committee :

1. Assoc. Prof. Ekasit Dajakaisiyavanit Chairperson
2. Assoc. Prof. Dr. Grai Phongam
3. Assoc. Prof. Asumbhinabong Shattragom

Tourism industry is an important source of revenue in foreign currencies. It helps boosting trade and investment, creating employment and improving balance of payments which, as a result, developing growth for the Thai economy as a whole. Furthermore, the tourism industry has continuously growing in terms of both revenue and the number of tourists. In 2003, statistics showed that the largest number of tourists traveling to Thailand came from Malaysia while Japanese tourists generate the highest revenue for Thailand. As Malaysian and Japanese are the dominant markets for Thai tourism industry, it is worth for Thailand to do research furthermore.

This thesis has two major objectives. First is to study the factors affecting the number of tourists traveling to Thailand from Malaysia and Japan. Second is to predict the number of Malaysian and Japanese tourists that will come to Thailand in the future. The analysis of the tourists from the two countries utilizes the multiple regression analysis in the form of logarithm and is estimated by Ordinary Least Square (OLS) method. The study is based on the secondary data from the year 1988 to 2003.

From the analysis, per capita income and the number of Malaysian tourists in previous years are related in the same direction with the number of tourists. The relative consumer prices index and the average cost of expenditure per person are negatively related with the number of tourists traveling to Thailand from Malaysia. While, the real exchange rate and the number of Japanese tourists in the previous years are related in the same direction to the number of tourists. The cost of traveling is negatively related with the number of tourists traveling to Thailand from Japan.

The equation is well testified with the result of the prediction that the number of Malaysian and Japanese tourists in the year 2004–2008 will continue to grow at a decreasing rate. The government and private sector therefore, should coordinate in planning, so as to effectively underlie the increasing number of tourists in the future.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาจากรองศาสตราจารย์เอกสิทธิ์ เตชะโกศิวณิช ประธานที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์ ดร.ไกร โพธิ์งาม และ รองศาสตราจารย์อัมภินพวงศ์ ฉัตราคม คณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ได้กรุณา รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาและได้ให้ความช่วยเหลือและคำแนะนำต่าง ๆ ที่เป็นประโยชน์ ในการศึกษารั้งนี้ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งผู้เขียนใคร่ขอขอบพระคุณ

นอกจากนี้ ผู้เขียนต้องขอขอบคุณญาติ ฝูงเมฆ ที่ให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ รวมทั้งเพื่อน ๆ ทุกคนที่คอยเป็นกำลังใจเสมอมา ตลอดจนเจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและบุคคลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องที่มีได้กล่าวมา ณ ที่นี้

ท้ายสุดนี้ ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ บิดา และ มารดา ที่ให้การสนับสนุนและการอนุเคราะห์ในทุกสิ่งทุกอย่าง รวมถึงกำลังใจที่ให้เสมอมา หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มี ข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

พรทิพย์ อีสริยานนท์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(12)
สารบัญภาพประกอบ.....	(13)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
ขอบเขตของการศึกษา.....	7
สมมติฐานในการศึกษา.....	7
วิธีการศึกษา.....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
นิยามศัพท์.....	9
2 แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา.....	11
อุปสงค์การท่องเที่ยว.....	12
อุปทานการท่องเที่ยว.....	19
การพยากรณ์อุปสงค์การท่องเที่ยว.....	20
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	21
การทดสอบอำนาจการพยากรณ์ของสมการประมาณค่า.....	26

3 สภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย จากประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่น.....	29
สถานการณ์โดยรวม.....	29
โอกาสและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว.....	35
ตลาดนักท่องเที่ยวมาเลเซีย.....	36
สถานการณ์การท่องเที่ยว.....	36
รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวมาเลเซีย.....	38
ปัจจัยสนับสนุน.....	39
ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค.....	39
ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย.....	40
พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย.....	41
รูปแบบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย.....	44
ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น.....	45
สถานการณ์การท่องเที่ยว.....	46
ประเทศคู่แข่งชั้นทางการท่องเที่ยวของไทยในตลาดญี่ปุ่น.....	48
รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น.....	48
เที่ยวบินตรงที่รองรับตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น.....	49
ปัจจัยสนับสนุน.....	50
ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค.....	50
ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น.....	51
พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น.....	52
รูปแบบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น.....	55
ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	56

บทที่	หน้า
4 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาและผลการวิเคราะห์.....	61
แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา.....	61
การทดสอบอำนาจการพยากรณ์.....	67
การพยากรณ์.....	72
5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	74
สรุปผลการศึกษา.....	74
ข้อเสนอแนะ.....	78
 ภาคผนวก	
ก ประเภทของการพัฒนาการท่องเที่ยว.....	80
ข แผนการตลาดการท่องเที่ยว.....	83
ค ผลการวิเคราะห์.....	90
บรรณานุกรม.....	93
ประวัติผู้เขียน.....	96

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 การเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวกับรายได้จากการ ส่งสินค้าออกที่สำคัญของประเทศไทย.....	2
2 คุณภาพการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531-2546.....	2
3 คุณภาพการเงินของประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531-2546.....	4
4 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย มากที่สุด 10 อันดับแรกในปีพ.ศ. 2546.....	5
5 รายได้จากการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543-2546.....	32
6 รายจ่ายจากการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543-2546.....	33
7 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในปี 2545 และ 2546.....	41
8 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในปี 2545 และ 2546.....	42
9 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในปี 2545 และ 2546.....	51
10 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในปี 2545 และ 2546.....	53
11 การคำนวณในการทดสอบอำนาจพยากรณ์ของรูปแบบสมการ ประเทศมาเลเซียระหว่างปี 2531-2546.....	70
12 การคำนวณในการทดสอบอำนาจพยากรณ์ของรูปแบบสมการ ประเทศญี่ปุ่นระหว่างปี 2531-2546.....	71
13 ผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2547-2551.....	73

สารบัญภาพประกอบ

ภาพที่	หน้า
1 ความสัมพันธ์ในการบริโภคการท่องเที่ยวและการบริโภคสินค้าชนิดอื่น.....	12
2 ความสัมพันธ์ในการบริโภคสินค้า x และสินค้า y	13
3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว.....	15
4 อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531-2546.....	31
5 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียในปี 2546 จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย.....	45
6 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นในปี 2546 จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย.....	55

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่สำคัญ สามารถนำเข้าเงินตราต่างประเทศได้เป็นจำนวนมากในแต่ละปี เนื่องจากประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรการท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น ชายทะเล ป่าเขาที่มีทิวทัศน์สวยงาม มีแหล่งท่องเที่ยวทางด้านประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของชาวไทยที่น่าสนใจ ความเป็นมิตรไมตรี ซึ่งเหมาะกับการประกอบอาชีพด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งการเดินทางที่สะดวกสบายไม่ว่าจะเป็นด้านที่พัก การคมนาคมขนส่ง ได้สร้างรายได้ให้ประเทศไทยโดยเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อาทิ โรงแรม ภัตตาคาร ร้านอาหารของที่ระลึก การบริการขนส่ง และธุรกิจนำเที่ยว เป็นต้น ซึ่งผลของการท่องเที่ยวไม่ได้เกิดเฉพาะกิจกรรมท่องเที่ยวเท่านั้น ยังทำให้มีการสร้างงานใหม่ให้บุคคลในท้องถิ่น ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ การจ้างงาน และการลงทุนของประเทศเพิ่มขึ้น

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นแหล่งสำคัญของรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2541-2544 การท่องเที่ยวจัดเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับสองรองจากการส่งออกคอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน ในปีพ.ศ. 2545 และ 2546 การท่องเที่ยวเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับหนึ่งและอันดับสอง ตามลำดับ โดยในปีพ.ศ. 2546 มีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 309,269 ล้านบาท ลดลงในอัตราร้อยละ 7.36 เมื่อเทียบกับรายได้ในปีพ.ศ. 2545 ซึ่งมีรายได้ จำนวน 323,484 ล้านบาท (ตารางที่ 1) เมื่อพิจารณาดุลการท่องเที่ยวปีพ.ศ. 2546 ประเทศไทยมีรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำนวน 309,269 ล้านบาท กับรายจ่ายที่นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปต่างประเทศ จำนวน 55,811 ล้านบาท ดังนั้น ดุลการท่องเที่ยวเกินดุล

จำนวน 253,458 ล้านบาท และพบว่าดุลการท่องเที่ยวของไทยเกินดุลสูงขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 1 การเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวกับรายได้จากการส่งสินค้าออกที่สำคัญของประเทศไทย

หน่วย: ล้านบาท

สินค้าออก	2541	2542	2543	2544	2545	2546
คอมพิวเตอร์และชิ้นส่วน	316,102	299,780	338,641	343,027	313,153	332,976
การท่องเที่ยว	242,177	253,018	285,272	299,047	323,484	309,269
อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	161,821	153,768	211,307	219,246	243,240	267,336
ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ	183,025	166,108	189,167	195,990	179,765	183,695

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2547. มูลค่าและปริมาณสินค้าออก [Online].

Available URL: <http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/>

Econdata/Econd&Finance/tab49.asp

ตารางที่ 2 ดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531-2546

หน่วย: ล้านบาท

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	รายได้จากการท่องเที่ยว(Inbound)	รายจ่ายจากการท่องเที่ยว (Outbound)	ดุลการท่องเที่ยว
2531	4,230,737	78,859	15,209	63,650
2532	4,809,508	96,386	19,293	77,093
2533	5,298,860	110,572	21,822	88,750
2534	5,086,899	100,004	32,278	67,726
2535	5,136,443	123,135	40,556	82,579
2536	5,760,533	127,802	53,315	74,487
2537	6,166,496	145,211	73,234	71,977

ตารางที่ 2 (ต่อ)

หน่วย: ล้านบาท

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ	รายได้จากการ ท่องเที่ยว(Inbound)	รายจ่ายจากการ ท่องเที่ยว (Outbound)	ดุลการท่องเที่ยง
2538	6,951,566	190,766	83,948	106,818
2539	7,192,145	219,364	105,621	113,743
2540	7,293,957	220,755	59,125	161,630
2541	7,842,760	242,177	59,073	183,104
2542	8,651,260	253,018	69,649	183,370
2543	9,508,623	285,272	82,838	202,434
2544	10,061,950	299,047	96,797	202,250
2545	10,799,067	323,484	106,825	216,659
2546	10,004,453	309,269	55,811	253,458

ที่มา: Tourism Authority of Thailand. 2003. **International Tourist Arrival 2003.**

Bangkok: Tourism Authority of Thailand, 34.

แม้ว่าประเทศไทยต้องประสบกับวิกฤติทางเศรษฐกิจ โดยในปีพ.ศ.2540 การไหลออกของเงินทุนต่างประเทศค่อนข้างสูง การขาดดุลการชำระเงินและปัญหาหนี้ต่างประเทศ รัฐบาลได้มุ่งเน้นที่จะใช้การส่งออกและการท่องเที่ยวเป็นหลักในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย เพื่อช่วยบรรเทาภาวะเศรษฐกิจดังกล่าว ซึ่งในอดีตดุลบัญชีเดินสะพัดขาดดุลการค้าโดยตลอด ตั้งแต่ปีพ.ศ.2531-2539 และดุลบัญชีเดินสะพัดยังคงขาดดุลเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งดุลการท่องเที่ยงไม่สามารถชดเชยการขาดดุลการค้าได้ ในปีพ.ศ. 2540 ขาดดุลการชำระเงินถึง 299,210 ล้านบาท แต่รายได้จากการท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นส่งผลต่อเนื่องถึงดุลบัญชีเดินสะพัด สามารถช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าให้ลดลง และช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้ดุลการชำระเงินของประเทศ (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 คุณการชำระหนี้ของประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ.2531-2546

หน่วย: ล้านบาท

พ.ศ.	การส่งออก	การนำเข้า	คุณการค้า	ดุลบัญชีเดิน สะพัด	ดุลเงินทุน เคลื่อนย้าย (สุทธิ)	คุณการชำระหนี้
2531	399,167	500,418	-101,251	-40,999	94,118	61,983
2532	509,925	650,101	-140,176	-64,956	144,509	102,281
2533	583,206	838,342	-255,136	-186,184	247,754	97,232
2534	720,545	967,808	-247,263	-193,263	288,160	105,776
2535	815,202	1,020,582	-205,380	-160,074	240,742	77,113
2536	921,433	1,143,108	-221,675	-161,129	265,895	98,791
2537	1,118,049	1,344,831	-226,782	-203,153	305,851	104,827
2538	1,381,660	1,755,451	-373,791	-338,341	545,826	179,530
2539	1,378,902	1,796,549	-417,647	-372,159	493,530	54,608
2540	1,789,833	1,874,598	-84,765	-40,222	-161,971	-299,210
2541	2,181,082	1,677,953	503,129	592,170	-413,435	57,623
2542	2,150,049	1,800,131	349,918	469,988	-297,502	172,695
2543	2,730,943	2,513,501	217,442	371,512	-405,448	-58,440
2544	2,802,530	2,691,579	110,951	274,810	-212,386	57,566
2545	2,837,663	2,719,439	118,224	302,029	-181,086	180,821
2546	3,246,316	3,071,925	174,391	329,862	-357,552	2,179

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2547. คุณการชำระหนี้ [Online]. Available URL:

<http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/Econdata/Econd&Finance/tab53.asp>

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยจำนวนมากที่สุด 10 อันดับแรก ในปีพ.ศ. 2546 ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง สิงคโปร์ จีน อังกฤษ ไต้หวัน สหรัฐอเมริกา และเยอรมนี ตามลำดับ จะเห็นว่านักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นเป็นกลุ่มที่น่าสนใจ โดยประเทศมาเลเซียมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่ง มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 13.38 เนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกับภาคใต้ของไทย สามารถเดินทางได้ทั้งทางบก น้ำ อากาศ

โดยกลุ่มที่เดินทางเข้าทางชายแดนภาคใต้มีมากกว่าร้อยละ 60 มีระยะเวลาท่องเที่ยวโดยเฉลี่ย 5.09 วัน มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3,897.74 บาท ก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวแก่ประเทศไทยทั้งสิ้น 26,557.64 ล้านบาท นับเป็นรายได้ที่สูงเป็นอันดับสองเมื่อเปรียบเทียบกับทุกตลาดนักท่องเที่ยว สำหรับประเทศญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 10.14 เป็นอันดับสองรองจากประเทศมาเลเซีย เป็นตลาดที่มีความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยและเป็นตลาดที่สร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศสูงเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวของทุกประเทศ มีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 6.83 วัน มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,186.30 บาท ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสิ้น 29,007.38 ล้านบาท เมื่อรวมนักท่องเที่ยวจากสองประเทศนี้รวมกันแล้วจะมีส่วนแบ่งตลาดสูงมากกว่าร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาประเทศไทย (ตารางที่ 4) แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก รวมทั้งการแพร่ระบาดของโรค SARS ซึ่งทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในไตรมาสที่สองแต่ก็มีการฟื้นตัวอย่างรวดเร็วในเวลาต่อมา

ตารางที่ 4 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยมากที่สุด
10 อันดับแรกในปีพ.ศ. 2546

ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ระยะเวลาพัก เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคนต่อวัน (บาท)	รายได้จาก นักท่องเที่ยว (ล้านบาท)
มาเลเซีย	1,338,624	13.38	5.09	3,897.74	26,557.64
ญี่ปุ่น	1,014,513	10.14	6.83	4,186.30	29,007.38
เกาหลี	694,340	6.94	6.34	4,559.50	20,071.44
ฮ่องกง	649,920	6.50	5.78	4,630.93	17,396.26
สิงคโปร์	629,103	6.29	6.33	4,187.52	16,675.64
จีน	624,214	6.24	5.97	3,732.81	13,910.54
อังกฤษ	545,000	5.45	12.23	3,417.91	22,781.57
ไต้หวัน	521,941	5.22	6.83	4,300.57	15,330.92

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ประเทศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ระยะเวลาพัก เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคนต่อวัน (บาท)	รายได้จาก นักท่องเที่ยว (ล้านบาท)
สหรัฐอเมริกา	459,862	4.60	11.03	3,829.54	19,424.48
เยอรมนี	378,642	3.78	14.57	3,055.82	16,858.38
อื่น ๆ	3,148,294	31.47	-	-	-

ที่มา: Tourism Authority of Thailand, 2003. **International Tourist Arrival 2003.**

Bangkok: Tourism Authority of Thailand, 26.

เนื่องจากตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดยเฉพาะตลาดประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นได้มีบทบาทสำคัญในฐานะที่เป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยวไทยที่มีส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด และสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศจากภาคการท่องเที่ยวให้กับประเทศไทยสูงเป็นอันดับต้นๆ ดังที่ได้กล่าวมาแล้ว ดังนั้น มีความจำเป็นที่ประเทศไทยจะต้องมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้นจากปีก่อนและควรรักษาสัดส่วนตลาดของประเทศที่เป็นตลาดหลักที่สำคัญนี้ไว้ จึงได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศมาเลเซียกับประเทศญี่ปุ่น ตลอดจนสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น
2. เพื่อพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยในอนาคต

ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้ เป็นการศึกษานักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีสถิติดักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประเทศไทยจำนวนมากที่สุด 2 อันดับแรก และ เป็นตลาดหลักที่สำคัญของประเทศไทย ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่น ในปีพ.ศ. 2546 โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ระหว่างปีพ.ศ. 2531-2546

สมมติฐานในการศึกษา

$\partial \ln V_{it} / \partial \ln Y_{it} > 0$ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของนักท่องเที่ยวประเทศ i ในทิศทางเดียวกัน

$\partial \ln V_{it} / \partial \ln RPI_{it} < 0$ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบของประเทศ i ในทิศทางตรงกันข้าม

$\partial \ln V_{it} / \partial \ln CS_{it} < 0$ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยวประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม

$\partial \ln V_{it} / \partial \ln EXR_{it} > 0$ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงในทิศทางเดียวกัน

$\partial \ln V_{it} / \partial \ln V_{it-1} > 0$ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทยในปีที่ $t-1$ ในทิศทางเดียวกัน

$\partial \ln V_{it} / \partial \ln T_{it} < 0$ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับต้นทุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวประเทศ i ในประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้าม

วิธีการศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) แบบอนุกรมเวลา (Time Series) โดยทำการเก็บรวบรวมมาจากการค้นคว้างานวิจัย วารสาร บทความ ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสืบค้นข้อมูลทาง Internet และรายงานสถิติซึ่งเก็บรวบรวมมาจากหน่วยงานต่างๆ ได้แก่

1. แผนกสถิติและงานวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. หนังสือ International Financial Statistics Yearbook ของกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (IMF)
3. รายงานเศรษฐกิจรายเดือนธนาคารแห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) เป็นการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมายังประเทศไทย เพื่อศึกษาถึงลักษณะของตลาดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ลักษณะโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมทั้งแผนยุทธศาสตร์และนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) เป็นการศึกษาโดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) แล้วทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square Method-OLS) และใช้วิธีการทางสถิติทดสอบความแม่นยำของการพยากรณ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึง ปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น
2. ทำให้ทราบปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จากประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต

นิยามศัพท์

1. ผู้มาเยือน (Visitors) หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตาม แต่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ ณ สถานที่นั้น ดังนั้นผู้มาเยือน จำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ

1.1 นักท่องเที่ยว (Tourist) หมายถึง ผู้ที่มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และมีการพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน ด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ อาทิ เพื่อการพักผ่อน เพื่อสุขภาพ เพื่อการศึกษา เพื่อประกอบศาสนกิจ เพื่อการกีฬา ติดต่อธุรกิจประชุมสัมมนา ฯลฯ

1.2 นักทัศนอาจร (Excursionist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศมาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่พักค้างคืน

2. นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (international tourist) หมายถึง บุคคลที่เดินทางจากถิ่นพำนักถาวรของตนไปอีกประเทศหนึ่ง โดยมีการค้างคืนในประเทศที่ตนไปเยือนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เพื่อประกอบกิจกรรมต่าง ๆ แต่ต้องไม่ก่อให้เกิดค่าใช้จ่ายตอบแทนจากประเทศนั้น

3. การท่องเที่ยวขาออก (outbound tourism) หมายถึง การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน เพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น

4. การท่องเที่ยวขาเข้า (inbound tourism) หมายถึง การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของบุคคลที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้น

5. การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางของบุคคลจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว เพื่อวัตถุประสงค์ใด ๆ ที่มีใช้เพื่อการหารายได้ ซึ่งกิจกรรมดังกล่าวก่อให้เกิดธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีและแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

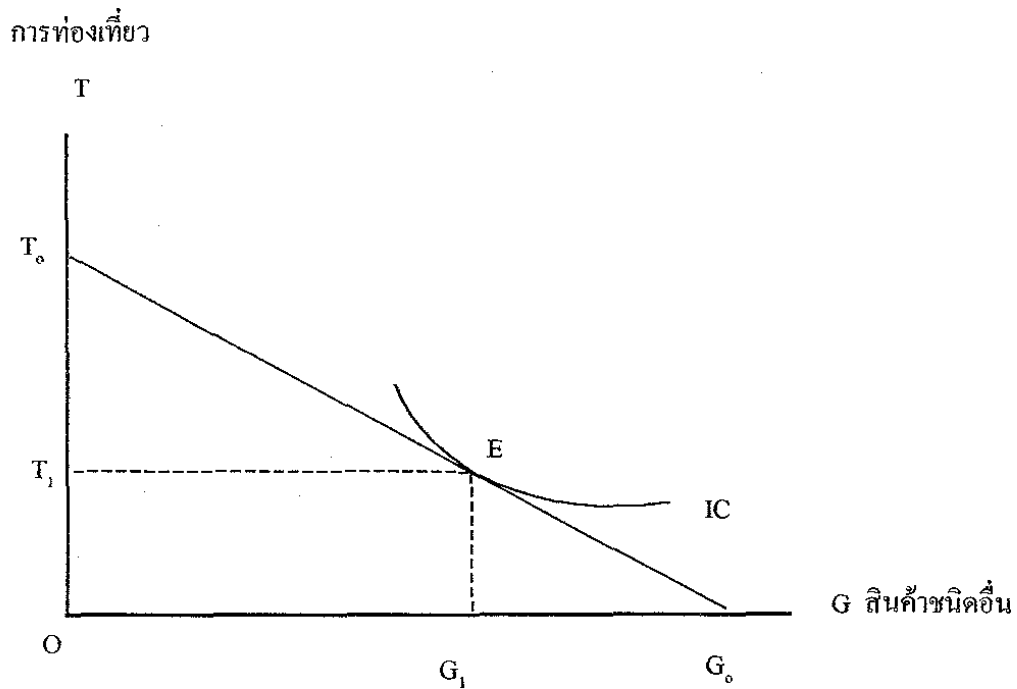
สินค้า (Product) ของการท่องเที่ยวมีลักษณะที่แตกต่างไปจากสินค้าทั่วไป การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นสินค้ากึ่งสาธารณะ (Quasi-public goods) ซึ่งหมายถึงสินค้าที่ไม่สามารถกีดกันไม่ให้ผู้หนึ่งผู้ใดบริโภคสินค้าหรือบริการนั้นได้ และการบริโภคสินค้าของผู้หนึ่งผู้ใดจะเป็นเหตุทำให้ผู้อื่นไม่ได้ใช้หรือบริโภคสินค้านั้น สินค้าบางอย่างจับต้องไม่ได้เป็นเพียงนามธรรม เช่น ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม ขณะที่สินค้าที่จับต้องได้เป็นรูปธรรม เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ ทรัพยากรธรรมชาติ แต่สิ่งที่ตามมากับการท่องเที่ยวคือ สินค้าที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พัก บริการสินค้าของที่ระลึก บริการร้านอาหาร บริการนำเที่ยว เป็นต้น ดังนั้น สินค้า (Product) ในความหมายของการท่องเที่ยวสามารถมองได้ 2 รูปแบบ ได้แก่ (Bull Adrian 1995, 26)

1. รูปแบบ Package ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเกิดความรู้สึกเป็นการซื้อสินค้าเดี่ยว (Single Purchase) ความต้องการใน Package จึงขึ้นอยู่กับราคาของแต่ละ trip การเปลี่ยนแปลงของราคาในแต่ละ trip จะมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อในแต่ละช่วงของแต่ละ trip

2. รูปแบบของสินค้าส่วนบุคคล การพิจารณาตัดสินใจของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับปริมาณเงินของนักเที่ยวแต่ละคนที่จะซื้อบริการการท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand)

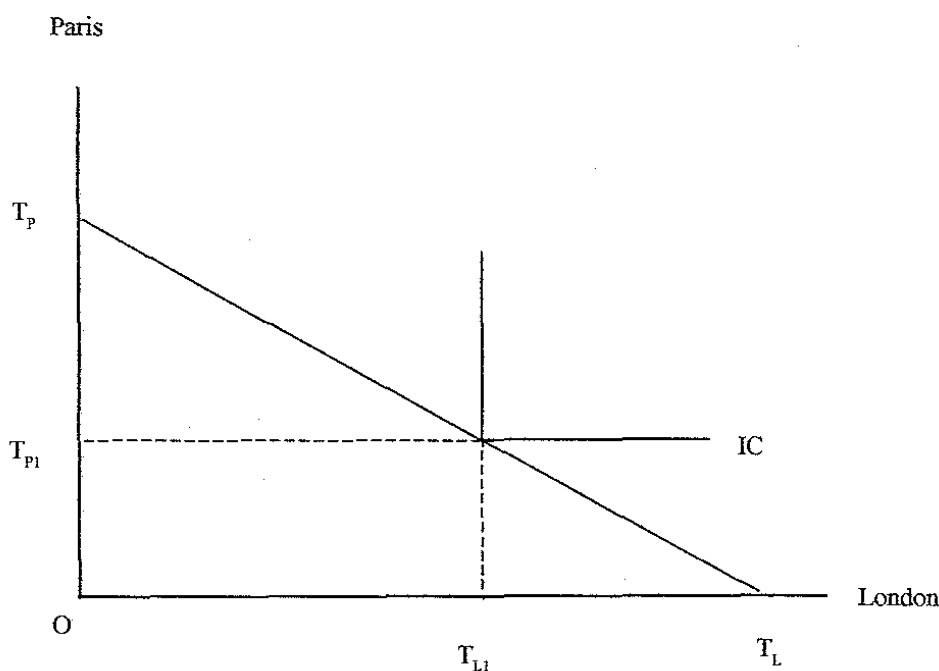
ความต้องการท่องเที่ยวด้วยงบประมาณจำนวนหนึ่ง ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง เป็นการหาผลตอบแทนจากเวลาที่มีจำกัด ซึ่งการท่องเที่ยวเกี่ยวเนื่องไปถึงสินค้าและบริการคือนักท่องเที่ยวเดินทางไปในที่ต่างๆ โดยไม่ได้จ่ายเงินให้กับการท่องเที่ยวแต่จ่ายเงินให้กับการซื้อสินค้าและบริการ และการใช้จ่ายเงินในการท่องเที่ยวเป็นการแลกกับการซื้อสินค้าและบริการปกติบนเส้นความพอใจของผู้บริโภค (Sinclair and Stabler 1997, 19) ดังแสดงใน (ภาพที่ 1)



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ในการบริโภคการท่องเที่ยวและการบริโภคสินค้าชนิดอื่น

ที่มา: Sinclair, Thea M., and Stabler Mike. 1997. *The Economics of Tourism*. Britain: Routledge, 19.

แสดงถึงความต้องการท่องเที่ยวเพื่อแลกกับการบริโภคสินค้าชนิดอื่น ภายใต้งบประมาณที่มีจำกัด โดยแกนตั้ง OT เป็นความต้องการท่องเที่ยว และแกนนอน OG เป็นการบริโภคสินค้าชนิดอื่น ณ จุด E เส้นความพอใจเท่ากัน (IC) สัมผัสกับเส้นงบประมาณ (T_0G_0) คือ ผู้บริโภคมีความพอใจสูงสุด โดยผู้บริโภคมีความต้องการท่องเที่ยว เท่ากับ OT_1 และมีการบริโภคสินค้าชนิดอื่น เท่ากับ OG_1 ความต้องการท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น ถ้ามีการบริโภคสินค้าชนิดอื่นลดลง ณ จุด E บนเส้นงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด (T_0G_0) ไปทางซ้าย ผู้บริโภคมีความต้องการท่องเที่ยวมากกว่า และไปทางขวาของจุด E ผู้บริโภคมีความต้องการท่องเที่ยวลดลงเพื่อแลกกับการบริโภคสินค้าชนิดอื่นที่เพิ่มขึ้น



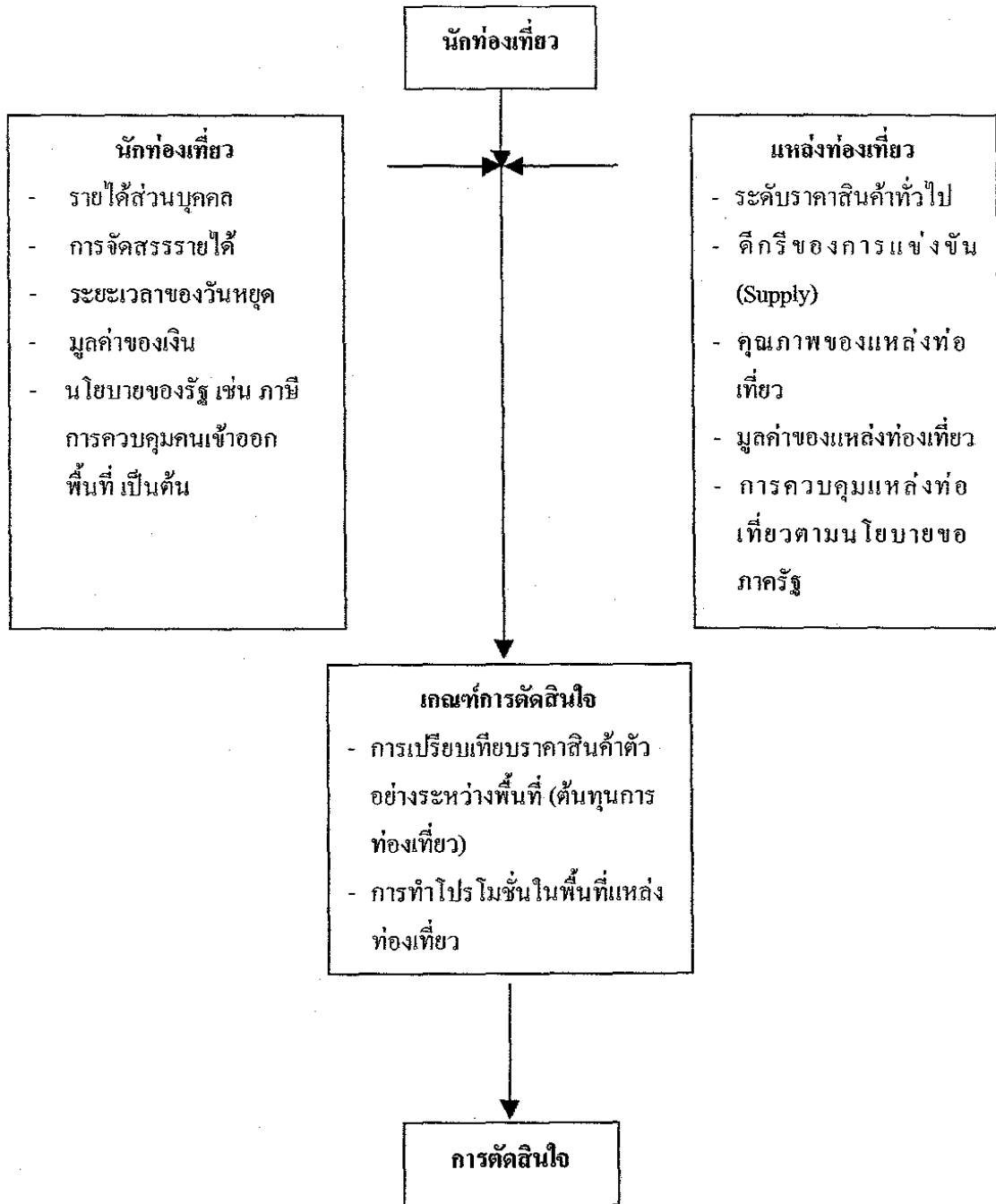
ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ในการบริโภคสินค้า x และสินค้า y

ที่มา: Sinclair Thea, M., and Stabler Mike. 1997. **The Economics of Tourism.**

Britain: Routledge, 21.

อีกกรณี ภายใต้งบประมาณที่จำกัด โดยกำหนดให้ผู้บริโภคมีความต้องการท่องเที่ยวทั้ง Paris และ London บนเส้นความพอใจ (IC) (เส้นความพอใจเท่ากันสำหรับสินค้าทั้ง 2 ชนิด ใช้ประกอบกันหรือทดแทนกันได้ยาก) เส้นความพอใจเท่ากันจะมีลักษณะเป็นมุมฉาก ทั้งนี้เนื่องจากนักท่องเที่ยวเห็นว่าจะต้องท่องเที่ยวทั้งสองเมืองในช่วงเวลาจำกัด และต้องการไปทั้งสองแห่ง บนเส้นงบประมาณ $T_p T_L$ ณ เส้นความพอใจ (IC) นักท่องเที่ยวต้องการท่องเที่ยว Paris เท่ากับ OT_{p1} และต้องการท่องเที่ยว London เท่ากับ OT_{L1}

ในการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นการพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นต้น ทำให้มีการซื้อสินค้าและบริการต่าง ๆ จึงจำเป็นต้องพิจารณาอย่างเป็นระบบ ประกอบด้วยปัจจัย 2 ด้าน คือ ด้านปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว และด้านปัจจัยของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ ดังแสดงใน (ภาพที่ 3) (Adrian 1995, 28-29)



ภาพที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว

ที่มา: Bull, Adrian. 1995. **The Economics of Travel and Tourism.**

Melbourne: Wesley Longman, 29.

จากภาพที่ 3 จะพบว่า ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวจะพิจารณามี 2 ด้าน ดังกล่าวแล้ว ดังนั้น จึงมาสรุปเป็นเกณฑ์การตัดสินใจ ซึ่งประกอบด้วยราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่เป้าหมายกับพื้นที่ที่เป็นถิ่นกำเนิด การส่งเสริมการท่องเที่ยวของพื้นที่เป้าหมาย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และ ระยะเวลากับต้นทุนการเดินทางนำมาพิจารณาคัดเลือก ซึ่งสามารถเขียนในรูปฟังก์ชันแสดงความสัมพันธ์ถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวได้ ดังนี้ (Sinclair and Stabler 1997, 37-38)

ฟังก์ชัน Demand Tourism

$$D_{ij} = f(Y_i, P_{ij}, E_{ij}, T_{ij}, DV)$$

i = ประเทศต้นกำเนิดของนักท่องเที่ยว

j = ประเทศเป้าหมายของนักท่องเที่ยว

โดยที่

D_{ij} = จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ไปยังประเทศ j

Y_i = รายได้ส่วนบุคคลของประเทศ i

P_{ij} = ระดับราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบ

E_{ij} = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศระหว่างประเทศ i
กับประเทศ j

T_{ij} = ค่าใช้จ่ายในการเดินทางจากประเทศ i ไปยังประเทศ j

DV = ตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น หรือนโยบายของ
ภาครัฐ

ปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว

นอกจากปัจจัยที่แสดงในสมการดังกล่าวแล้ว ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการท่องเที่ยว เช่น

1. สมัยนิยม (Fashion) คือ แนวโน้มที่เป็นพฤติกรรมความนิยมที่ต่อๆ เนื่องกัน จากคนหนึ่งสู่อีกคนหนึ่งหรือหลายๆ คนในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง เช่น สปา การท่องเที่ยว เริงอนุรักษ์ เป็นต้น

2. ความเห็นในเชิงลบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Negative characteristic of tourism demand) แม้ว่าในประเทศจะมีแหล่งท่องเที่ยวที่จูงใจนักท่องเที่ยว แต่ธุรกิจใ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็มีส่วนทำให้นักท่องเที่ยวมีความเห็นเชิงลบได้ เช่น การบริการ บนเครื่องบิน นิสัยและพฤติกรรมของประเทศเป้าหมาย เหตุการณ์ที่ไม่ได้คาดหมายแต่ มีผลทางลบต่อนักท่องเที่ยว เช่น การก่อการร้าย ภัยพิบัติเหล่านี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมี ความเห็นในด้านลบ

3. ฤดูกาล (Seasonality) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยว เช่นกัน ซึ่งในบางฤดูเป็นช่วงที่ทำให้การเดินทางลำบากเกิดอุปสรรคมาก เช่น ฤดูฝน ซึ่ง ย่อมจะส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยว

ลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยว (ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ 2537, 12-14)

1. อุปสงค์มีความยืดหยุ่นสูง (High Elasticity) หมายถึง ลักษณะความยืดหยุ่น ของปริมาณความต้องการที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว และมีขนาดกว้างโดย ลักษณะนี้อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระดับราคา หรือภาวะความผันผวนทาง เศรษฐกิจของการตลาดทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและ บริการ

2. มีพลังผลักดันอุปสงค์ เป็นพลังผลักดันให้เกิดการอุปโภค และบริโภคสินค้า อื่น เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างๆ หลาย ชนิด

3. อุปสงค์มีลักษณะอ่อนไหวง่าย (Sensitivity) ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว อาจเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ทั้งในการเพิ่มหรือลดอุปสงค์การท่องเที่ยว เมื่อมีปัจจัย บางประการ เช่น สถานการณ์เศรษฐกิจผันผวน ภาวะเงินเฟ้อ เงินเฟ้อ ภาวะวิกฤตการณ์ น้ำมัน สถานการณ์ความไม่มั่นคงทางการเมืองและความปลอดภัย เป็นต้น

4. ลักษณะเฉพาะฤดูกาล (Seasonality) ฤดูกาลจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มหรือลดอุปสงค์การท่องเที่ยวโดยอาจเกิดจากปัจจัยต่างๆ คือ ลักษณะภูมิศาสตร์ที่มีอิทธิพลต่อการดึงดูดใจทางกายภาพ การปิดภาคการศึกษาฤดูร้อน วันหยุดงาน การจัดงานเทศกาลพิเศษประจำปี

5. ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว คือ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ 2542, 21)

5.1 ปัจจัยผลักดัน (Push factors) ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านเมือง การมีรายได้ และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสารตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

5.2 ปัจจัยดึงดูด (Pull factors) ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยวทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัยและสื่อมวลชน

อุปสงค์การท่องเที่ยวแบ่งเป็น 3 ประเภท ดังนี้ (Mathieson and Wall 1996, 16-17)

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น ซึ่งนักท่องเที่ยวประเภทนี้พร้อมที่จะซื้อสินค้าและบริการ และเดินทางทันที

2. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential Demand) หมายถึง นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเดินทางเพราะมีความต้องการอยู่แล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบอื่น เช่น ด้านการเงิน เวลา และการจัดการเพื่อการเดินทาง ซึ่งความต้องการแบบนี้สามารถโน้มน้าวให้เป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ โดยอาศัยการพัฒนาด้านการให้บริการ และระบบการตลาดของธุรกิจนำเที่ยว

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจเกิดขึ้นได้ (Deferred Demand) หมายถึง อุปสงค์ที่อาจกลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริง หรืออุปสงค์ที่มีศักยภาพได้ ภายใต้สมมติฐานมนุษย์มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีความรู้ หรือไม่มี

ข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจ ความต้องการแบบนี้อาจชักจูงให้เกิดขึ้นได้ โดยอาศัยการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ เทคนิคการขาย การอำนวยความสะดวกในการติดต่อต่างๆ ตลอดจนพัฒนาระบบข้อมูลก็อาจกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวได้

อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply)

สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องจัดให้มี เพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่มีลักษณะเป็นรูปธรรมหรือนามธรรม หรือสิ่งที่มีอยู่ตามธรรมชาติหรือสิ่งที่มนุษย์คิดค้นขึ้นอุปทานจะเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ

ลักษณะของอุปทานการท่องเที่ยว

1. เป็นสินค้าที่ไม่มีตัวตน (Intangible Goods) หมายถึง บริการต่างๆ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็น “ความรู้สึก” การซื้อขายเป็นการตกลงใจล่วงหน้า โดยไม่สามารถจะตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนการซื้อขายสินค้าชนิดอื่น ลูกค้าจึงต้องใช้ความรู้สึกส่วนตัว อารมณ์และจินตนาการในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งนักท่องเที่ยวจะลองเสี่ยงซื้อด้วยความหวังว่าสินค้าที่ซื้อจะให้ความตื่นเต้น ความประทับใจ และในบางครั้งอาจพบกับสิ่งตรงข้าม
2. เป็นอุตสาหกรรมส่งออก ที่ไม่มีตัวตน หรือ สินค้าส่งออกจางับ (Invisible Exports) หมายถึง มูลค่าการส่งออกบริการต่าง ๆ ของประเทศ เช่น รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ในการขายสินค้าและบริการจะไม่มีตัวสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งสินค้าไปให้ถึงมือผู้บริโภค หากแต่ผู้บริโภคจะเป็นผู้จ่ายค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง
3. การท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน ทำให้การควบคุมมาตรฐานและคุณภาพของสินค้า และบริการทำได้ยากเนื่องจากมีปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายในมาเป็นตัวแปรให้เกิดการเปลี่ยนแปลงได้เสมอ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ ความปลอดภัย สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

การพยากรณ์อุปสงค์การท่องเที่ยว (Forecast Tourism Demand)

การวิเคราะห์สมการถดถอย เพื่อใช้ในการพยากรณ์อุปสงค์การท่องเที่ยวโดยใช้วิธีการทางเศรษฐมิติเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบ หรืออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติและการวิเคราะห์สมการถดถอย ซึ่งมีคุณสมบัติเบื้องต้นของตัวประมาณค่าที่ไม่มีความเอนเอียงเชิงเส้นที่ดีที่สุด (BLUE) คือ

1. มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับค่าสังเกตที่ลุ่มได้จากตัวอย่าง (Linearity)
2. มีความไม่เอนเอียง (Unbiasedness)
3. ค่าความแปรปรวนต่ำสุด (Minimum Variance)

ดังนั้น ความสำคัญของการ Forecast Tourism Demand เพื่อที่จะทราบถึงความเป็นไปได้ในขนาดของอุปสงค์การท่องเที่ยว เพื่อให้ตอบสนองต่อการปรับนโยบายของรัฐ เช่น รายได้ส่วนบุคคลที่มีผลในทางบวกกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ย่อมแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น ผู้บริโภคจะเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ความสัมพันธ์นั้นแสดงให้เห็นได้ด้วยสมการ แต่อย่างไรก็ตามการพยากรณ์ด้วยการวิเคราะห์สมการถดถอยมีข้อบกพร่องเช่นกัน ได้แก่ (Sinclair and Stabler 1997, 52-53)

1. ไม่มีการคำนึงถึงแนวโน้มของการท่องเที่ยวอันเกิดจากพฤติกรรมหรือเหตุการณ์ซ้ำ เช่น ประเด็นของแนวโน้มของการท่องเที่ยว ประเด็นของฤดูกาลท่องเที่ยว
2. การที่แนวโน้มของรายได้เพิ่มขึ้น ไม่มีคำอธิบายการบริโภคที่เพิ่มสูงขึ้นได้
3. ไม่ได้คำนึงถึงวัฏจักรธุรกิจ ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจ

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

จุฑาทพร สุรเชษฐคมสัน (2532) ศึกษาเรื่อง การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวใน จังหวัดภูเก็ต โดยศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 10 สัญชาติ คือ สอังกง เยอรมัน ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร สิงคโปร์ อิตาลี ออสเตรเลีย อเมริกา มาเลเซีย และญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 2520-2530 เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ รวมทั้งการพยากรณ์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ในอนาคต ใช้วิธีวิเคราะห์ทางสถิติ โดยอาศัยสมการถดถอยเชิงซ้อน

ผลการศึกษาพบว่า ความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต ตัวแปรที่มีนัยสำคัญ คือ จำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต จำนวนเที่ยวบินที่เสนอบริการ ณ ท่าอากาศยานสากลจังหวัดภูเก็ต และตัวแปรหุ่นที่แสดงเหตุการณ์พิเศษ ในปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ขณะที่จำนวนเที่ยวบริการของรถโดยสารระหว่างจังหวัด ณ สถานีขนส่งจังหวัดภูเก็ตส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงข้ามสำหรับการศึกษาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตพบว่าขึ้นอยู่กับจำนวนประชากรของไทย ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของจังหวัดภูเก็ต และจำนวนห้องพักของโรงแรมในตัวเมืองจังหวัดภูเก็ตมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานจากผลการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่จะเดินทางไปจังหวัดภูเก็ตในอนาคต โดยทำการพยากรณ์ในระยะสั้นช่วงปี พ.ศ.2531-2534 ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดมีค่าประมาณร้อยละ 15.23 ต่อปี

นฤมล สนธิถาวร (2534) ศึกษาเรื่อง การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) มีวัตถุประสงค์เพื่อประมาณการปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย และเพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเกาะสมุย ใช้วิธี

วิเคราะห์ 3 วิธี คือ 1) การใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) โดยแสดงอุปสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยว 21 สัญชาติ ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวทุกสัญชาติมากที่สุด คือ รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่รอลงมา คือ นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวสัญชาติ ออสเตรเลีย เบลเยียม ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ ออสเตรเลีย ฮองกง ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ ไต้หวัน มาเลเซีย และสิงคโปร์ และตัวแปรสุดท้าย คือ จำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา เดนมาร์ก และเยอรมัน โดยตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวที่เกาะสมุยในทิศทางเดียวกัน

2) การใช้แบบจำลอง Pooling Cross-Section and Time-Series Data แบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่มสัญชาติ ผลการวิเคราะห์พบว่า มีตัวแปรอิสระเพียงตัวเดียว คือ รายได้ที่แท้จริงต่อหัว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุย

3) การใช้ Shift and Share Model แสดงให้เห็นถึงจำนวนการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะสมุย สำหรับการประมาณปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย ทั้ง 3 วิธี ปรากฏว่า วิธี Pooling ประมาณการได้จำนวนน้อยที่สุด และ Shift and Share model ประมาณการได้จำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด

เครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการคัดเลือกแบบจำลอง คือ การวิเคราะห์ค่า Mean Percent: MPE และ Root Mean Square Error: RMSE ซึ่งแบบจำลองที่ใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน มีค่า MPE และ RMSE น้อยที่สุด แสดงว่าสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเกาะสมุยใกล้เคียงกับปริมาณนักท่องเที่ยวแท้จริงมากที่สุด

มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่ออธิบายถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ตลอดจนสามารถพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามายังประเทศไทยในอนาคต โดยเลือกประเทศที่ใช้เป็นตัวแทนของภูมิภาคดังกล่าว ประกอบด้วย ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย ใช้ข้อมูลในช่วงพ.ศ. 2523-2537 ทำการศึกษาโดยสร้างสมการถดถอยพหุคูณเชิงซ้อน (Multiple Linear Regression)

และวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดในรูปสมการลอการิทึม โดยมีปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระคือ จำนวนประชากร (POP) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล (GNP per capital) อัตราค่าโดยสารสายการบิน (FAR) ของแต่ละประเทศที่ทำการศึกษา ผลการศึกษาพบว่า จำนวนประชากรจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 คือ ประเทศญี่ปุ่นและฮ่องกง สำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล ของทุกประเทศ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน โดยส่วนใหญ่มีนัยสำคัญทางสถิติที่มีระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยกเว้นประเทศฮ่องกงและสิงคโปร์ ส่วนอัตราค่าโดยสารส่วนใหญ่ มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามยกเว้นประเทศสิงคโปร์ และญี่ปุ่น ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนการพยากรณ์จะใช้แบบจำลองอุปสงค์ ที่ได้จากการศึกษาในส่วนแรกมาทำการวิเคราะห์ เพื่อพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ผลของการพยากรณ์พบว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในอัตราที่ลดลง กลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวในอัตราที่สูงได้แก่ประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น และ เกาหลีใต้ ในระดับปานกลาง ได้แก่ประเทศจีนมาเลเซีย และออสเตรเลีย ในระดับต่ำ ได้แก่ ประเทศฮ่องกง และฟิลิปปินส์

นัตรชัย ปานเพื่อง (2543) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว และพยากรณ์ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยในอนาคต โดยเลือกพิจารณาประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศไทยมากที่สุดตามภูมิภาคต่าง ๆ ตามรายงานสถิติจำนวน 4 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย อาศัยข้อมูลระหว่างปีพ.ศ.2520-2541 โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปลอการิทึม และวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตัวแปรอิสระ คือ ราคาสัมพัทธ์ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และตัวแปรหุ่น คือ วิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซียในปี 2534

ผลการศึกษาพบว่า ราคาสัมพัทธ์มีความสัมพันธ์ตรงข้ามกับสมมติฐาน คือ การเปลี่ยนแปลงราคาสัมพัทธ์ที่เพิ่มขึ้น ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยว เกิดจากราคาสินค้าของประเทศไทยค่อนข้างต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พิจารณาโดยผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันซึ่งนักท่องเที่ยวจะได้ประโยชน์จากการที่อัตราแลกเปลี่ยนมีค่าสูงขึ้น หรือการลดลงค่าเงินบาท ทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าราคาสินค้ามีราคาถูก จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวเกิดจากการบอกเล่า และนักท่องเที่ยวที่เคยเดินมาเกิดความประทับใจ ส่วนผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นประเทศญี่ปุ่น และการเกิดวิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซีย เป็นปัจจัยสำคัญต่อการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวทุกประเทศเนื่องจากนักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจในความปลอดภัยจากการเดินทางท่องเที่ยว และพยากรณ์โดยวิเคราะห์สมการเส้นแนวโน้ม ผลปรากฏว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

สุดารัตน์ พันธุ์นิกุล (2545) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ การศึกษาในระดับมหภาค และระดับจุลภาค ทำการศึกษานักท่องเที่ยว 9 สัญชาติ ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย

การศึกษาในระดับมหภาคใช้ข้อมูลทุติยภูมิ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2534-2543 ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อน เพื่อวัดขนาดของผลกระทบของตัวแปรต่าง ๆ ได้แบ่งแบบจำลองออกเป็น 2 ส่วน คือ แบบจำลองของอุปสงค์การท่องเที่ยวของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กับแบบจำลองค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อัตราส่วนราคา ค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมโดยเฉลี่ยต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และตัวแปรหุ่น ซึ่งแสดงถึงการมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในแต่ละ

ช่วงเวลา โดยจะมีค่าประมาณสัมประสิทธิ์ปัจจัยผันแปรอิสระแตกต่างกันไปตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว การศึกษาในระดับจุลภาค ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่มกราคม-ธันวาคม 2543 โดยทำการสำรวจตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญในภาคเหนือ และภาคใต้รวม 16 จังหวัด ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างประเทศส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุในช่วง 35-45 ปี มีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ย 4,336 บาทต่อคนต่อวัน ปัจจัยที่มีอิทธิพลในทางบวกต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อายุของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว สถานภาพสมรสของนักท่องเที่ยว รายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยว

Tie, Shang, Wang, and Ge Li-Cheng (1985) ศึกษาการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมือง Hangzhou โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี ค.ศ. 1979-1983 การวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวในเมือง Hangzhou โดยการวิเคราะห์ใช้สมการถดถอยเชิงเส้น และส่วนที่สองทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนในอนาคตโดยวิเคราะห์สมการถดถอยแบบอนุกรมเวลา

ผลการศึกษาพบว่า รายได้ประชาชาติต่อหัวที่แท้จริงมีผลต่อพฤติกรรมและเป็นตัวกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว คือ รายได้ประชาชาติต่อหัวที่แท้จริงเพิ่มขึ้น 1 หยวน จะมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนเดินทางไปเมือง Hangzhou เพิ่มขึ้น 45,100 คน การเพิ่มขึ้นของรายได้ประชาชาติต่อหัวที่แท้จริงมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ และจะส่งผลกระทบโดยตรงต่ออุปสงค์ทางการคมนาคมขนส่งและธุรกิจบริการต่างๆ ทางการท่องเที่ยวที่จะต้องเพิ่มขึ้น และผลของการพยากรณ์พบว่าในปี ค.ศ. 1984 และ 1985 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวทางไปเมือง Hangzhou 13,916 และ 15,893 ล้านคน ตามลำดับ ส่วนในปี ค.ศ. 1990 มีจำนวนถึง 30.87 ล้านคน ผลจากการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและพัฒนาธุรกิจการท่องเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งและบริการต่างๆ สำหรับนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ

Nada Kulndran and Stephen F.Witt (2001) ทำการศึกษาการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเปรียบเทียบระหว่างการพยากรณ์ที่ใช้วิธี Cointegration และ Error Correction Models กับวิธี Least Squares Regression Models ศึกษาโดยใช้ข้อมูลระหว่างปี 1978-1995 เป็นรายไตรมาส โดยการพยากรณ์นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางไปเที่ยวประเทศ 8 ประเทศ ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมนี กรีซ อิตาลี เนเธอร์แลนด์ โปรตุเกส สเปน และสหรัฐอเมริกา โดยมีปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระ คือ จำนวนนักท่องเที่ยวรายไตรมาสหารด้วยจำนวนประชากรประเทศต้นกำเนิด รายได้ส่วนบุคคลสุทธิ ต้นทุนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวปรับโดยอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศต้นกำเนิด และดัชนีราคาผู้บริโภค ต้นทุนค่าใช้จ่ายในประเทศอังกฤษ ค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศอังกฤษสู่ประเทศเป้าหมาย ค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศอังกฤษสู่ประเทศเป้าหมายถ่วงน้ำหนักเฉลี่ยของค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศ

ผลการศึกษาพบว่า การทดสอบ Unit Root Tests ผลปรากฏว่าตัวแปรในด้านรายได้และค่าใช้จ่ายของประเทศต่างๆ เป็น Stationary ยกเว้น ฝรั่งเศสและอิตาลี การหาความสัมพันธ์ในระยะยาวและการใช้สมการถดถอยพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวพบว่าวิธี Cointegration และ Error Correction Models มีความถูกต้องในการพยากรณ์มากกว่าวิธี Least Squares Regression Models

การทดสอบอำนาจพยากรณ์ของสมการประมาณค่า

การนำสมการประมาณค่า $Y = \hat{\beta}_1 + \sum_{j=2}^k \hat{\beta}_j X_{jt}$ หรือ Lagged Model ไปใช้ประโยชน์ในการประมาณค่า Y ในอนาคต โอกาสที่ค่าพยากรณ์ของ Y จะคลาดเคลื่อนไปจากค่าจริงของ Y มีได้มากเพราะมีช่องทางให้เกิดความคลาดเคลื่อนได้หลายช่องทาง ซึ่งก่อนที่จะนำสมการประมาณค่าไปใช้ในการพยากรณ์ ควรตรวจสอบดูว่าสมการประมาณค่ามีอำนาจพยากรณ์สูงเพียงใด หากพบว่ามีอำนาจพยากรณ์ต่ำให้หาทางปรับปรุงก่อน ซึ่งสามารถกระทำได้หลายวิธี เช่น การเปลี่ยนโครงสร้างความสัมพันธ์ $Y = f(X's)$ การเพิ่มลดตัวแปรอิสระ การเพิ่มขนาดตัวอย่าง การตรวจสอบข้อตกลงและแก้ไขให้ถูกต้อง การ

เปลี่ยนวิธีประมาณค่า เป็นต้น (มนตรี พิริยะกุล 2545, 503-514) การทดสอบสมการ
ประมาณค่า $Y = X\hat{\beta}$ มีอำนาจพยากรณ์สูงต่ำมีวิธี ดังนี้

กำหนดให้

P_t = ค่าพยากรณ์ (Predicted) ของ Y ในปีที t

A_t = ค่าจริง (Actual) ของ Y ในปีที t

โดยที่

$p_t = \frac{P_t - A_{t-1}}{A_{t-1}}$ คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงค่าของ Y ที่พยากรณ์ขึ้นใช้สำหรับ
ปีที่ t เมื่อเทียบกับค่าจริงของ Y ในปีที่ผ่านมา
(Predicted Relative Change)

$a_t = \frac{A_t - A_{t-1}}{A_{t-1}}$ คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงของค่า Y ที่ปรากฏขึ้นสำหรับปีที่ t
เมื่อเทียบกับค่าจริงของ Y ในปีที่ผ่านมา
(Actual Relative Change)

$p_t - a_t$ คือ อัตราความคลาดเคลื่อน (Error)

1. ค่าคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (Mean Square Error-MSE) เป็นค่าที่สามารถ
แสดงรูปแบบที่มีค่าความผิดพลาดสูงได้ชัดเจน เพราะการยกกำลังสองทำให้ค่าผิดพลาด
จะยังมีค่าสูงมากขึ้น มีผลให้ผลรวมเฉลี่ยมีค่าสูงตามไปด้วย ซึ่ง $MSE = 0$ จะมี Perfect
Forecast

$$MSE = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n (p_t - a_t)^2$$

2. ค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Deviation-MAD) เป็นค่าวัดขนาด
ของความผิดพลาด โดยเฉลี่ยต่อช่วงเวลาและไม่คำนึงถึงทิศทางความผิดพลาด

$$\text{MSE} = \frac{1}{n} \sum_{t=1}^n |p_t - a_t|$$

3. ค่า U ของ Theil (Theil's U Statistic)

$$U = \frac{\sqrt{\text{MSE}}}{\sqrt{\sum a_t^2/n}}$$

สามารถสรุปได้ว่า $0 \leq U \leq \infty$ โดย $U = 0$ สมการ $Y = X\hat{\beta}$ จะมีอำนาจพยากรณ์สูงที่สุด ถ้า $0 < U < 1$ สมการ $Y = X\hat{\beta}$ จะมีอำนาจพยากรณ์ในเกณฑ์ดี ถ้า $U = 1$ สมการ $Y = X\hat{\beta}$ จะพยากรณ์ค่า Y_{t+1} ไม่ต่างไปจาก Y_t ถ้า $U > 1$ สมการจะมีอำนาจพยากรณ์ต่ำ โดย U ยิ่งมีค่าสูงกว่า 1 มาก สมการ $Y = X\hat{\beta}$ ก็จะมีอำนาจพยากรณ์ต่ำ

บทที่ 3

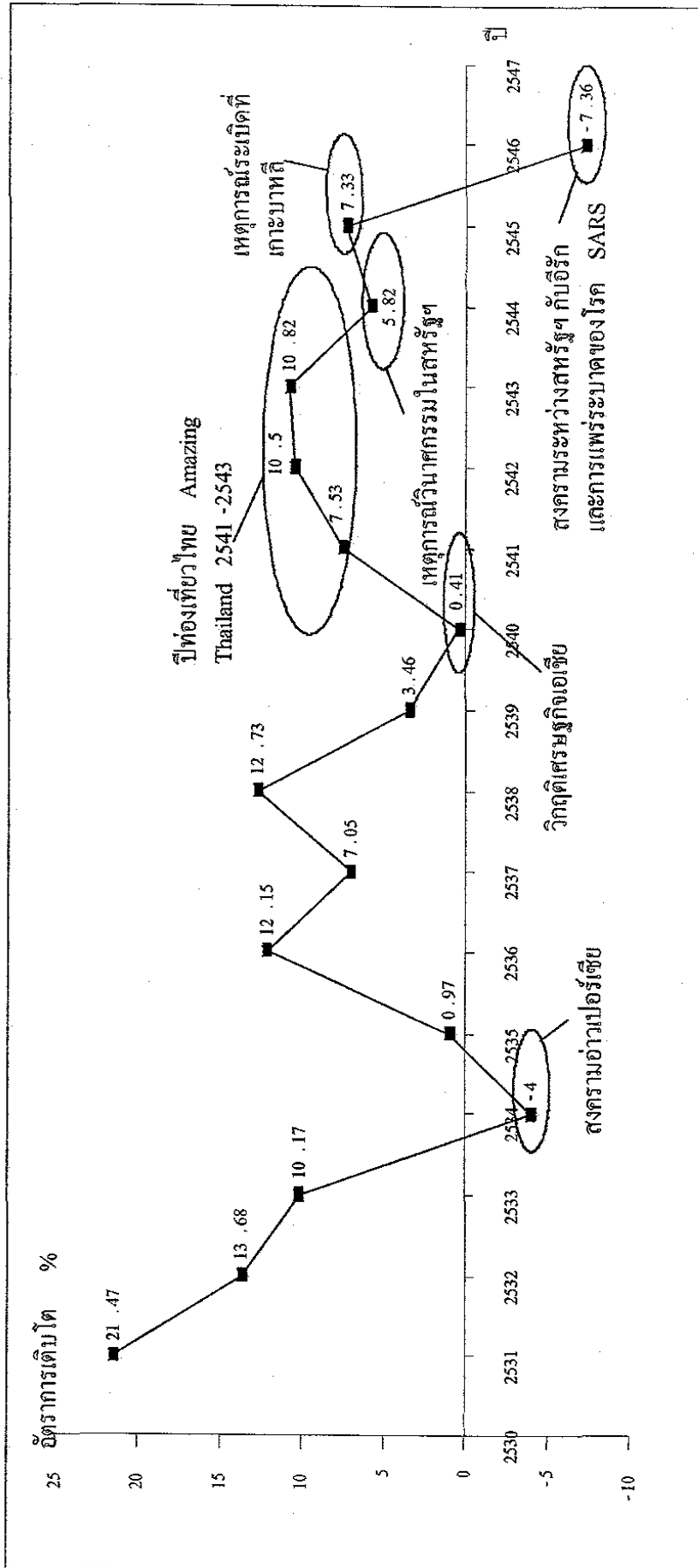
สภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมา ประเทศไทย จากประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่น

สถานการณ์โดยรวม

ในปี 2545 สถานการณ์โลกมีความผันผวนทางเศรษฐกิจไม่ว่าจะเป็นการก่อการร้ายในแหล่งท่องเที่ยว ราคาน้ำมันในตลาดโลก เป็นต้น อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวของไทยกลับเติบโตสวนกระแสดังกล่าว โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวถึง 10,799,067 ล้านคน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 7.33 ทุกภูมิภาคมีการเติบโตที่เทียบเท่ากับภูมิภาคโอเชียเนีย และแอฟริกา เมื่อพิจารณารายตลาดพบว่าเอเชียตะวันออกเป็นตลาดที่ครองส่วนแบ่งทางการตลาดสูงสุด โดยเฉพาะตลาดมาเลเซีย และญี่ปุ่น แม้ว่ามาเลเซียจะเดินทางทางอากาศมีแนวโน้มลดลง แต่การเดินทางทางด่านชายแดนภาคใต้ยังคงมีอัตราการขยายตัวดี สำหรับนักท่องเที่ยวจากยุโรปยังคงมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจะมีการข่าวความไม่ปลอดภัยจากผลสืบเนื่องจากเหตุการณ์ระเบิดที่เกาะบาหลี แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศอินโดนีเซีย เมื่อวันที่ 12 ตุลาคม 2545 ทำให้หลายประเทศออกมาประกาศเตือนนักท่องเที่ยวให้งดการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้บ้างก็ตาม ขณะที่ตลาดอเมริกาผลจากเหตุการณ์วินาศกรรมในสหรัฐฯ เมื่อวันที่ 11 กันยายน 2544 ส่งผลทางลบต่อการท่องเที่ยว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เดินทางมาประเทศไทยลดลงในครึ่งปีแรก แต่หลังจากมีการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจแล้ว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็กลับเดินทางท่องเที่ยวเหมือนเดิม และเพิ่มจำนวนการเดินทางอย่างรวดเร็วอีกครั้ง สำหรับเอเชียใต้ แม้ว่าจะมีเหตุการณ์ความไม่สงบภายในประเทศ แต่ก็ไม่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยรวม โอเชียเนียการเดินทางโดยรวมมีแนวโน้มลดลงเนื่องจากตลาดหลักของไทยอย่างตลาดออสเตรเลีย มีอัตราลดลง เนื่องจากสายการบิน

แคนดัส/บริติชแอร์เวย์ได้เปลี่ยนจุดแวะพักจากไทยไปที่สิงคโปร์แทน และนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง การขยายตัวของนักท่องเที่ยวในทุกตลาดมีอัตราการเติบโตค่อนข้างช้า

ในช่วงต้นปี 2546 สถานการณ์ท่องเที่ยวของทั่วโลกได้รับผลกระทบอย่างรุนแรงจาก 2 เหตุการณ์ ได้แก่ สงครามระหว่าง สหรัฐฯ กับอิรักที่เกิดขึ้นในเดือนกุมภาพันธ์ และการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) ในภูมิภาคเอเชียตั้งแต่เดือนมีนาคม-มิถุนายน เป็นเหตุการณ์ที่ส่งผลกระทบต่อประเทศไทยมากที่สุด ทั้งนี้ประเทศไทยได้รับผลกระทบหนักที่สุดในเดือนพฤษภาคม แต่เมื่อหลายประเทศในเอเชียได้ร่วมมือกันในการพยายามควบคุมโรค SARS ได้ภายในเดือนมิถุนายน สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยก็เริ่มคลี่คลายตัวไปในทางที่ดีขึ้น นับแต่เดือนกรกฎาคมเป็นต้นมา โดยได้รับปัจจัยเสริมจากการที่ภาครัฐและเอกชนต่างร่วมมือกันส่งเสริมการตลาด โดยใช้มาตรการด้านราคาเพื่อดึงดูดใจนักท่องเที่ยว รวมทั้งภาพลักษณ์ด้านความปลอดภัยในประเทศที่รัฐบาลได้พยายามนำเสนอในการจัดประชุมเอเปคในเดือนตุลาคม และการเปิดบริการของสายการบินต้นทุนต่ำในช่วงปลายปี ทำให้ในไตรมาสสุดท้ายสถานการณ์การท่องเที่ยวได้ฟื้นตัวขึ้นโดยในปี 2546 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาประเทศไทย จำนวน 10,004,453 คน หรือมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 7.36 (ภาพที่ 4) พิจารณารายตลาดพบว่าเอเชียตะวันออกมีการปรับตัวลดลงเนื่องจากการแพร่ระบาดของโรค SARS ในพื้นที่ต่างๆ เช่น จีน ฮองกง และได้หวัน นักท่องเที่ยวในพื้นที่เสี่ยงชะลอการเดินทาง ส่วนตลาดยุโรปก็เช่นกันอยู่ในช่วงชะลอตัวแต่ไตรมาสสุดท้ายการแพร่ระบาดของโรค SARS ได้คลี่คลายลง จำนวนนักท่องเที่ยวก็เริ่มปรับตัวดีขึ้น ตลาดอเมริกาและแอฟริกาอยู่ในภาวะซบเซาตลอดทั้งปี สำหรับเอเชียใต้เป็นเพียงตลาดเดียวที่ชะลอตัวลดลงน้อยกว่าภูมิภาคอื่นๆ ตลาดโอเชียเนียนั้นชะลอตัวตั้งแต่ปลายปี 2545 มาจนปลายปี 2546 จนสถานการณ์เริ่มปรับตัวดีขึ้น โดยกลุ่มตลาดเก่ากลับเดินทางมาอีกครั้ง และตลาดตะวันออกกลางตกอยู่ในภาวะซบเซาตั้งแต่เกิดสงครามอิรักแต่ในไตรมาสสุดท้ายสหรัฐอาหรับเอมิเรตต์เป็นตลาดขนาดเล็กแต่ปริมาณใช้จ่ายสูงมีอัตราการเติบโตค่อนข้างสูงส่งผลดีต่อการท่องเที่ยวของไทยต่อไป



ภาพที่ 4 อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2531-2546

เมื่อพิจารณาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาในประเทศไทยก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวในปี 2546 จำนวน 309,269 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 4.39 มีวันพักในประเทศไทยโดยเฉลี่ย เท่ากับ 8.19 วัน และมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 3,774.50 บาท ซึ่งเป็นระดับที่ใกล้เคียงกับปี 2545 ที่ผ่านมา (ตารางที่ 5) ทั้งนี้เนื่องจากเกิดสถานการณ์ต่างๆ ในช่วงไตรมาสแรกเกิดสงครามอิรัก กับสหรัฐฯ โรคทางเดินหายใจเฉียบพลัน (SARS) และตามมาด้วยโรคไข้หวัดนกในไตรมาสต่อมา อย่างไรก็ตาม อย่างไรก็ดี เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งชั้นที่สำคัญภายในภูมิภาค พบว่าประเทศไทยยังคงมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ชะลอตัวลดลงน้อยกว่าประเทศอื่นๆ

ตารางที่ 5 รายได้จากการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543-2546

ปี	2543	2544	2545	2546
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	9,508,623	10,069,950	10,799,067	10,004,453
เปลี่ยนแปลง (%)	+10.28	+5.82	+7.33	-7.36
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	3,869.99	3,747.87	3,753.74	3,774.50
เปลี่ยนแปลง (%)	+4.23	-2.94	+0.16	+0.55
ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน)	7.77	7.93	7.98	8.19
รายได้จากนักท่องเที่ยว (ล้านบาท)	285,272	299,047	323,484	309,269
เปลี่ยนแปลง (%)	+12.75	+4.83	+8.17	-4.39

ที่มา: Tourism Authority of Thailand. 2003. **International Tourist Arrival 2003.**

Bangkok: Tourism Authority of Thailand, 33.

สำหรับรายจ่ายจากการท่องเที่ยว เป็นการพิจารณาถึงจำนวนเงินที่นักท่องเที่ยวคนไทยนำไปใช้จ่ายนอกประเทศ ซึ่งการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยในปี 2546 มีจำนวน 2,040,578 คน ลดลงในอัตราร้อยละ 10.42 จากจำนวนนักท่องเที่ยว 2,277,987 คน ในปี 2545 ในขณะที่รายจ่ายจากการท่องเที่ยวลดลงจาก 106,825 ล้านบาท ในปี 2545 เป็น 55,811 ล้านบาท ในปี 2546 เปลี่ยนแปลงลดลงในอัตราร้อยละ

47.75 เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมา (ตารางที่ 6) เนื่องจากในช่วงครึ่งปีแรกมีปัจจัยภายนอกประเทศทั้งวิกฤติการณ์สงครามอิรักและสหรัฐฯ โรคระบาดซาร์ส ได้ส่งผลให้คนไทยเดินทางไปต่างประเทศลดลง ส่วนปัจจัยภายในนั้นในช่วงครึ่งปีหลังประเทศไทยมีการสร้างกระแสให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้งราคาแพคเกจ และการจัดงานส่งเสริมสินค้า เช่น ชื้อโปรแกรมการท่องเที่ยวโดยสะดวกและคุ่มค่า ทำให้คนไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวน 309,269 ล้านบาท และรายจ่ายจากการท่องเที่ยว จำนวน 55,811 ล้านบาท ทำให้มีดุลการท่องเที่ยวกินดุล จำนวน 253,458 ล้านบาท เปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 16.99 จากปีที่ผ่านมา

ตารางที่ 6 รายจ่ายจากการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2543-2546

ปี	2543	2544	2545	2546
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	1,946,343	2,044,254	2,277,983	2,040,578
เปลี่ยนแปลง (%)	+15.41	+5.03	+11.43	-10.42
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	3,619.13	3,962.40	3,960.69	3,830.59
เปลี่ยนแปลง (%)	+9.01	+9.48	-0.04	-3.28
ระยะเวลาพักเฉลี่ย (วัน)	11.76	11.95	11.84	7.14
รายจ่ายจากนักท่องเที่ยว (ล้านบาท)	82,838	96,797	106,825	55,811
เปลี่ยนแปลง (%)	+18,094	+16.85	+10.36	-47.75

ที่มา: Tourism Authority of Thailand. 2003. **International Tourist Arrival 2003.**

Bangkok: Tourism Authority of Thailand, 33.

ลักษณะตลาดของประเทศไทยในปี 2546

1. ตลาดเก่า (Revisit) ซึ่งเคยมาประเทศไทยแล้วเข้าใจความแตกต่างระหว่างประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ยังคงเดินทางมาไทยเพิ่มขึ้น
2. ภาวะสงคราม การก่อการร้าย และโรคระบาด ส่งผลต่อตลาดนักท่องเที่ยวสตรีซึ่งมีความอ่อนไหวต่อความปลอดภัยทำให้ชะลอการเดินทางค่อนข้างสูง
3. การสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของรัฐบาล และการส่งเสริมการประชุมขนาดใหญ่หลายครั้ง ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนักธุรกิจและข้าราชการเดินทางเพิ่มขึ้น
4. กลุ่มตลาดอื่นๆ มีแนวโน้มการเติบโตดี เช่น กลุ่มผู้สูงอายุและครอบครัว

กลุ่มเป้าหมายในการเดินทางท่องเที่ยว

1. กลุ่มผู้สูงอายุ เป็นกลุ่มที่เวลามาก มีรายได้พอสมควรและไม่มีภาระรับผิดชอบสามารถทำนกออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวได้นานๆ การท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจจากกลุ่มนี้เป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ
2. กลุ่มนักธุรกิจและประชุมสัมมนา กลุ่มนี้ส่วนมากจะเดินทางเป็นประจำเพื่อประโยชน์ทางธุรกิจและใช้เวลาว่างช่วงสั้นๆ จากการประกอบธุรกิจเดินทางท่องเที่ยวหรือใช้การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล เป็นกลุ่มที่จะนำครอบครัวกลับมาเที่ยวอีกครั้งหากเกิดความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ซึ่งจัดเป็นกลุ่มที่มีเวลาน้อยแต่มีรายได้สูง
3. กลุ่มครอบครัวเป็นกลุ่มที่มีรายได้สูงแต่มีเวลาน้อย ใช้การท่องเที่ยวเพื่อสร้างสัมพันธภาพในครอบครัว รวมทั้งการพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเลือกซื้อสินค้าและบริการที่มีมาตรฐานและความปลอดภัย
4. กลุ่มเยาวชน เป็นกลุ่มที่มีความสามารถใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่ำ เนื่องจากยังไม่มีรายได้เป็นของตนเอง แต่หากประทับใจในการเดินทางจะเดินทางกลับมาซ้ำเมื่อทำงานหรือมีครอบครัว การเดินทางท่องเที่ยวที่ได้รับความสนใจ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวแบบผจญภัย เป็นต้น

5. กลุ่มนักกีฬา เป็นกลุ่มที่เดินทางมาเพื่อเล่นกีฬาโดยเฉพาะ เช่น ดำน้ำ ไรฟ์-กอล์ฟ เป็นต้น

โอกาสและอุปสรรคต่อการท่องเที่ยว

โอกาส

1. เศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจไทยมีแนวโน้มขยายตัว
2. การเดินทางท่องเที่ยวระยะสั้นหรือการท่องเที่ยวในภูมิภาค มีแนวโน้มขยายตัว
3. ความมีเสถียรภาพทางการเมือง
4. มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม
5. ความหลากหลายของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว
6. มีประเพณีและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นที่ดึงดูดใจนักท่องเที่ยวต่างชาติ
7. ประชาชนชาวไทยมีนิสัยโอบอ้อมอารีและเป็นมิตรกับชาวต่างชาติ
8. เป็นแหล่งผลิตสินค้าราคาถูก
9. สามารถใช้จ่ายเงินได้อย่างคุ้มค่า

อุปสรรค

1. ภาวะสงคราม การแพร่ระบาดของโรค และกระแสการก่อการร้ายที่อาจเกิดขึ้น
2. การปรับตัวขึ้นของราคาน้ำมัน และค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยว
3. ปัญหาการล่อลวง และขายสินค้าเกินราคาแก่นักท่องเที่ยว
4. ปัญหาด้านภาษา และระบบการจัดการในสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่เป็นสากล

เช่น ไม่มีป้ายภาษาอังกฤษ ป้ายบอกทางไม่ชัดเจน เป็นต้น

5. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติบางแห่งเสื่อมโทรม
6. ความแออัดของสถานที่ และนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล

เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวรายตลาด พบว่า เกือบทุกตลาดหลักมีการปรับตัวลดลง โดยในการศึกษาครั้งนี้จะอธิบายถึงตลาดนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย และประเทศ

ญี่ปุ่นที่เป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยวไทย 2 อันดับแรก และนำเสนอผลการวิเคราะห์สภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งเป็นการศึกษาเกี่ยวกับสถานการณ์การท่องเที่ยว ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศไทย และรูปแบบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ดังต่อไปนี้

ตลาดนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

เมืองหลวง : กัวลาลัมเปอร์

พื้นที่ : 330,433 ตารางกิโลเมตร

ประชากร : 25.3 ล้านคน

ภาษาที่ใช้ : มาเลย์ (ใช้ในราชการ) อังกฤษ, จีน, ทมิฬ

การปกครอง : สหพันธ์รัฐประชาธิปไตย มีพระมหากษัตริย์เป็นประมุข

ศาสนา : อิสลาม, ร้อยละ 50 ฮินดู พุทธ และขงจื้อ

สกุลเงิน : 3.8 ริงกิต เท่ากับ 1 เหรียญสหรัฐฯ 1 ริงกิต เท่ากับ 10.91 บาท

สถานการณ์การท่องเที่ยว

ตลาดมาเลเซียเป็นตลาดที่มีส่วนแบ่งตลาดสูงและมีการเติบโตอยู่ในเกณฑ์ที่ดีมาโดยตลอดเนื่องจากมีพรมแดนติดต่อกับภาคใต้ของไทย สามารถเดินทางเข้าได้ทั้งทางบก น้ำ และอากาศ โดยกลุ่มที่เดินทางเข้าทางชายแดนภาคใต้มีมากกว่าร้อยละ 60 แต่นักท่องเที่ยวมาเลเซียเดินทางมาเที่ยวไทยมีจำนวนลดลงในช่วงปี พ.ศ.2539-2540 ประมาณร้อยละ 2 ต่อปี เนื่องจากมาเลเซียประสบปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศ เช่นเดียวกับประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย ประกอบกับรัฐบาลมาเลเซียมีมาตรการต่าง ๆ จำกัดการเดินทางไปต่างประเทศของมาเลเซีย เช่น การขึ้นราคาการจัดทำหนังสือเดินทางไปต่างประเทศ การขึ้นค่าธรรมเนียมสนามบิน การขึ้นค่าธรรมเนียมการใช้บัตรผ่านแดน (Border Pass) การห้ามโฆษณาการท่องเที่ยวในต่างประเทศผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ การห้ามข้าราชการและพนักงานในหน่วยงานของรัฐ ซึ่งมีประมาณ 1 ล้านคน เดินทาง

ไปต่างประเทศก่อนที่จะได้รับอนุญาตจากทางการ เป็นต้น นอกจากนั้นรัฐบาลมาเลเซียยังมีนโยบายให้คนเที่ยวในประเทศแทนการเดินทางไปต่างประเทศ ด้วยการให้สายการบินภายในประเทศของมาเลเซียลดอัตราค่าโดยสารลงร้อยละ 50 ด้วย นอกจากนี้ รัฐบาลมาเลเซียมีมาตรการควบคุมปริวรรตเงินตรา และกำหนดเงื่อนไขการนำเงินไปใช้จ่ายต่างประเทศ คือ กำหนดให้มีการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศกับเงินสกุลริงกิตของมาเลเซียได้ภายในประเทศเท่านั้น และกำหนดให้ผู้ถือเงินสกุลริงกิต ซึ่งอยู่ต่างประเทศส่งเงินริงกิตเข้ามาแลกเปลี่ยนภายในประเทศมาเลเซียภายใน 1 เดือน นับตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2541 เป็นต้นไป และนักท่องเที่ยวมาเลเซียจะถือเงินริงกิต ออกนอกประเทศได้เพียง 1,000 ริงกิต และเงินตราต่างประเทศสกุลอื่น ได้ไม่เกิน 10,000 ริงกิต จากการที่มาเลเซียประสบปัญหาเศรษฐกิจภายในประเทศและรัฐบาลมีมาตรการจำกัดการเดินทางของชาวมาเลเซีย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวมาเลเซียในไทยลดลงถึงร้อยละ 12.2 ในปี พ.ศ.2541

ต่อมาในปี 2542 ภาวะเศรษฐกิจมาเลเซียฟื้นตัวดีขึ้น จึงเริ่มผ่อนคลายกฎระเบียบต่างๆ จึงส่งผลให้ตลาดมาเลเซียมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ โดยแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมของตลาดมาเลเซีย คือ หาดใหญ่ สุโขทัย กรุงเทพฯ และเบตง

ในปี 2544 ตลาดมาเลเซียขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.97 แม้ในไตรมาสแรกจะขยายตัวลดลง เนื่องจากน้ำท่วมที่หาดใหญ่ และข่าวความไม่สงบในภาคใต้ แต่ครึ่งปีหลังมีการปรับตัวดีขึ้น ซึ่งไทยได้ขยายเวลาการเปิดด่านสะเดาเพิ่มขึ้น 2 ชั่วโมง ช่วยส่งเสริมการค้าและการท่องเที่ยวหาดใหญ่ได้ดี ทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มในอัตราที่สูง

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

ส่วนสถานการณ์ในปี 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยมีการปรับตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.28 มีนักท่องเที่ยว จำนวน 1,338,624 คน แม้ว่าจะมีการแพร่ระบาดของโรค SARS ซึ่งทำให้นักท่องเที่ยวลดลงในไตรมาสที่ 2 แต่มีการขยายตัว

เพิ่มขึ้นในไตรมาสที่ 3 เนื่องจากทั้งภาครัฐและเอกชน โดยเฉพาะบริษัทนำเที่ยวและสายการบินมีการส่งเสริมการตลาด มีการลดราคาแพ็คเกจทัวร์ ตัวเครื่องบินในราคาถูกลง และการเดินทางท่องเที่ยวในช่วงวันเสาร์รายสัปดาห์ และเทศกาลปีใหม่ในไตรมาสที่ 4 ทำให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้น รวมทั้งการเปิดตัวของสายการบินต้นทุนต่ำได้เพิ่มความสามารถ และทางเลือกในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

ในปี 2547 คาดว่าตลาดมาเลเซียจะมีการทรงตัวในช่วงครึ่งปีแรก เนื่องจากผลกระทบหลักจากสถานการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ของไทยซึ่งเริ่มรุนแรงขึ้นเรื่อยๆ เป็นเหตุให้มีผลกระทบต่อยอดการจองของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในการเข้ามายัง 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้และภาคใหญ่ อย่างไรก็ตามในช่วงครึ่งปีหลังคาดว่าสถานการณ์จะดีขึ้นหากไม่มีเหตุการณ์รุนแรงเกิดขึ้นอีก

รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

ในปี 2546 ตลาดมาเลเซียยังคงเป็นตลาดหลักที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออก โดยมีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 1 มีส่วนแบ่งร้อยละ 13.38 นักท่องเที่ยวมาเลเซียมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 5.09 วัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.40 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 3,897.74 บาท ลดลงร้อยละ 8.68 ก่อให้เกิดรายได้ทางการท่องเที่ยวแก่ประเทศไทย จำนวน 26,557.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 30.10 นับเป็นรายได้ที่สูงเป็นอันดับ 2 เมื่อเปรียบเทียบกับทุกตลาดนักท่องเที่ยว

เที่ยวบินตรงที่รองรับตลาดนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

มีเที่ยวบินตรงจากมาเลเซียเข้าสู่ประเทศไทยทั้งสิ้น 63 เที่ยวบิน/สัปดาห์ ในตารางบินฤดูหนาว 46/47 ดังนี้

บริษัท การบินไทย จำกัด

กัวลาลัมเปอร์-กรุงเทพฯ	21	เที่ยว/สัปดาห์
ปีนัง-กรุงเทพฯ	7	เที่ยว/สัปดาห์

สายการบิน MALAYSIA AIRLINES

กัวลาลัมเปอร์-กรุงเทพฯ	3	เที่ยว/สัปดาห์
ทำการบินร่วมระหว่าง Malaysia Airlines และ การบินไทย		
กัวลาลัมเปอร์-กรุงเทพฯ	30	เที่ยว/สัปดาห์
ภูเก็ต-กัวลาลัมเปอร์	14	เที่ยว/สัปดาห์

ปัจจัยสนับสนุน

ประเทศไทยมีอาณาเขตทางใต้ที่ติดกับมาเลเซีย และมีด่านผ่านแดนรวมกันถึง 7 จุด มีทางหลวงที่เชื่อมต่อจากมาเลเซียถึงประเทศไทย มีเส้นทางรถไฟจากกัวลาลัมเปอร์ถึงหาดใหญ่ และบัตเตอร์เวิร์ท-กรุงเทพฯ ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านที่ดีต่อกันทำให้มาเลเซียเข้าใจและมั่นใจในความปลอดภัยในการเดินทางเข้ามาในประเทศไทย แม้จะมีข่าวการก่อการร้ายหรือเหตุการณ์ไม่สงบตามจังหวัดชายแดนภาคใต้ กลุ่มตลาดที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวมาเลเซีย คือ กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางซ้ำ ซึ่งมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นแม้จะอยู่ในช่วงวิกฤตโรค SARS โดยขยายเส้นทางการเดินทางที่นอกเหนือจากหาดใหญ่มากขึ้น เช่น กรุงเทพฯ-เชียงใหม่-เชียงราย, กรุงเทพฯ-พัทยา, ภูเก็ต-พังงา และ เกาะสมุย หรือ ผู้ที่ต้องการเดินทางต่อไปยังกลุ่มประเทศอินโดจีน

กลุ่มฮันนิมูน ซึ่งไม่มีข้อจำกัดและเวลาในการเดินทาง และนิยมพักอยู่ในโรงแรมที่หรูหรา สะดวกสบาย กลุ่มเกษียณอายุ ซึ่งมีเวลาไม่จำกัดในการเดินทาง ทำให้สามารถเดินทางไปในหลายๆ แหล่งท่องเที่ยวได้ กลุ่มความสนใจพิเศษ เช่น กอล์ฟ สปา โยคะ ดำน้ำ ตกปลา หรือ การไต่หน้าผา เป็นต้น กลุ่มผู้หญิง/แม่บ้าน กลุ่มนักธุรกิจ และกลุ่มประชุมสัมมนา

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

คนไทยยังมีปัญหาในเรื่องการสื่อสาร โดยเฉพาะติดต่อสื่อสารเป็นภาษาอังกฤษได้น้อย แม้แต่ภาคธุรกิจก็มีจำนวนน้อย สามารถพูดภาษาอังกฤษและภาษาจีนในระดับมืออาชีพได้ทำให้เกิดการขาดแคลนภาคธุรกิจในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว นอกจากนี้ปริมาณป้ายชี้ทางตามท้องถนนที่เป็นภาษาอังกฤษยังมีไม่เพียงพอ อีกปัญหาหนึ่ง คือ

พฤติกรรมมั่วสุมเทศกัที่มักจะหยุดแวะที่แหล่งซื้อสินค้าที่นักท่องเที่ยวไม่ต้องการบ่อยจนเกินไป ก็เป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวยกเลิกการเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงนั้น การมีข่าวฉ้อฉล ข่าวลือ หรือข้อมูลที่ไม่เป็นความจริง ที่มีผลกระทบต่อความมั่นใจในการเดินทาง ก็เป็นสาเหตุสำคัญด้านความปลอดภัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนเส้นทางการเดินทาง ปัญหาการจราจรในกรุงเทพฯ แหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และขาดการดูแลรักษาความสะอาด และสุขลักษณะของร้านอาหาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวมาเลเซียจะตื่นตระหนกง่ายกับข่าวเกี่ยวกับสุขภาพอนามัยและโรคระบาด

ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ และอาชีพ เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวมาเลเซียจำแนกตามเพศ จะพบว่า เมื่อเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวระหว่างปี 2545 กับ ปี 2546 ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ซึ่งมีมากถึงร้อยละ 62.94 และ 65.8 ตามลำดับ ซึ่งนักท่องเที่ยวชายมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปี 2545 และเป็นนักท่องเที่ยวหญิงร้อยละ 34.2 มีสัดส่วนเพิ่มขึ้นจากปี 2545 หากพิจารณาถึงอายุของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในปี 2546 โดยแบ่งช่วงระดับอายุออกเป็น 5 ช่วง ซึ่งช่วงอายุที่นักท่องเที่ยวมาเลเซียเดินทางมาในประเทศไทยมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 35-44 ปี รองลงมา ระดับอายุ 45-54 ปี และ 25-34 ปี มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน และลำดับสุดท้ายจะเป็นช่วงระดับอายุต่ำกว่า 25 ปี และ 55 ปีขึ้นไป น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 11.7 และ 16.7 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมาเลเซียที่เดินทางมาในประเทศไทยตามอาชีพ พบว่า มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวในบางอาชีพค่อนข้างน้อย เช่น ข้าราชการ เกษตรกร แม่บ้าน นักเรียน เด็ก ผู้ที่เกษียณอายุ และอื่นๆ ซึ่งทำให้สัดส่วนของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาชีพอื่น ๆ นี้สูงกว่าทุกกลุ่มอาชีพ คือมากถึงร้อยละ 50.8 รองลงมา ได้แก่ พนักงานบริษัท นักบริหารและผู้จัดการ นักวิชาการ และผู้ใช้แรงงาน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.1, 10.8, 10.5 และ 9.7 ตามลำดับ ดังแสดงใน (ตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในปี 2545 และ 2546

ลักษณะทั่วไป	2545		2546	
	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%
เพศ				
ชาย	62.94	+11.10	65.80	+8.00
หญิง	37.06	+12.92	34.20	-4.80
อายุ				
ต่ำกว่า 25	14.11	+6.34	11.70	-14.10
25-34	22.98	+3.86	22.00	+2.50
35-44	25.76	+10.75	26.70	+7.00
45-54	21.60	+17.30	22.90	+9.40
55 ขึ้นไป	16.35	+24.12	16.70	+7.70
อาชีพ				
นักวิชาการ	7.97	+3.89	10.50	+36.30
นักบริหารและผู้จัดการ	7.73	-0.26	10.80	44.80
พนักงานบริษัท	12.87	+37.15	18.10	+45.50
ผู้ใช้แรงงาน	7.47	-25.74	9.70	+34.10
อื่นๆ	63.96	+1,720.32	50.80	-17.90

ที่มา: เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. 2546. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี

2546. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 27-38.

พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ประกอบด้วย ความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง สถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยว และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีรายละเอียดดังแสดงใน (ตารางที่ 8)

ตารางที่ 8 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวมาเลเซียในปี 2545 และ 2546

พฤติกรรมการเดินทาง	2545		2546	
	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%
ความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว				
มาครั้งแรก	47.88	+2.27	35.30	-23.90
มาซ้ำ	52.12	+22.20	64.70	+28.20
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง				
พักผ่อน	91.87	+14.87	90.40	+1.40
ธุรกิจ	5.22	-24.43	6.40	+1.40
ประชุม	1.17	-15.58	1.00	-0.10
อื่นๆ	1.74	+45.58	2.20	+0.50
รูปแบบการเดินทาง				
เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว	63.96	+10.00	49.40	-20.30
เดินทางด้วยตนเอง	36.04	+15.06	50.60	+45.10
สถานที่พักแรม				
โรงแรม	78.58	-11.51	76.70	+0.80
บ้านเพื่อน/ญาติ	0.17	-16.17	4.70	+27.69
บ้านพักตากอากาศ	0.03	+17.73	10.60	+426.39
อื่นๆ	21.22	+4,678.91	8.00	-0.61
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง				
ทางเครื่องบิน	17.90	+0.03	17.19	-0.02
ทางรถยนต์	79.46	+0.05	80.24	+0.03
ทางเรือ	2.64	-0.03	2.57	-0.01

ที่มา: เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. 2546. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี

2546. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 45-68.

วัตถุประสงค์การเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวมาเลเซียที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยมีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน หากพิจารณาแล้ว ในปี 2545 และปี 2546 จะพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุดร้อยละ 91.87 และ 90.4 ตามลำดับ รองลงมา คือ เพื่อติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุม อื่นๆ และเพื่อประชุม

การเคยมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยในปี 2546 พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 64.7 เคยมาประเทศไทยแล้ว ซึ่งเมื่อเทียบกับปี 2545 จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาประเทศไทยแล้วเพิ่มขึ้นร้อยละ 28.2 สามารถกล่าวได้ว่าประเทศไทยสามารถรักษากลุ่มตลาดเก่าไว้ได้ดี แม้จะมีวิกฤติการแพร่ระบาดของโรค SARS ในขณะที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกในปี 2546 และปี 2545 ร้อยละ 35.3 และ 47.88 ตามลำดับ

รูปแบบการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจำแนกออกเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว และกลุ่มที่เดินทางมาเอง พบว่า ในปี 2546 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองร้อยละ 50.6 และนักท่องเที่ยวที่มาด้วยบริษัทนำเที่ยวร้อยละ 49.4 ซึ่งลดลงจากปี 2545 ร้อยละ 20.3 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองปี 2546 เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 45.1

การใช้สถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

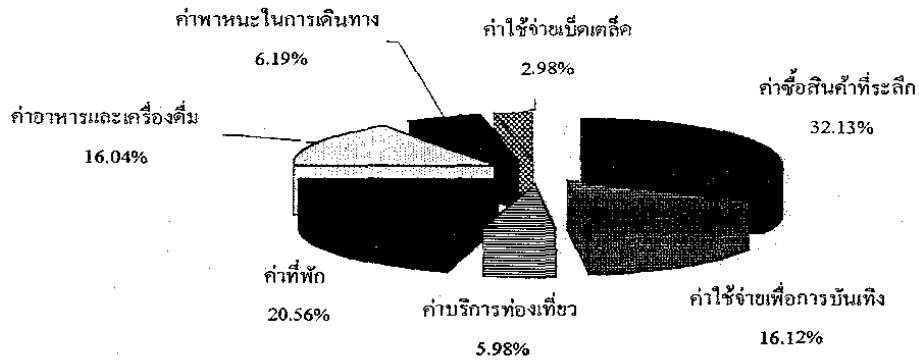
ลักษณะสถานที่พักแรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี 2546 จำแนกได้ 4 ลักษณะ คือ โรงแรม บ้านเพื่อนหรือญาติ บ้านพักตากอากาศ (Guest House) และสถานที่พักแรมอื่นๆ พบว่า นักท่องเที่ยวมาเลเซียนิยมพักโรงแรมมากที่สุด โดยมีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 75 ประเภทที่พักที่นักท่องเที่ยวนิยมรองลงมา ได้แก่ เกสต์เฮาส์ บ้านเพื่อนหรือญาติ และอื่นๆ ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนไม่มากนัก

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

พาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในปี 2546 แบ่งได้ 3 ทาง คือ ทางเครื่องบิน ทางรถยนต์ และทางเรือ จะเห็นว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยทางรถยนต์มากที่สุด ประมาณร้อยละ 80.24 ซึ่งเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 0.03 ส่วนใหญ่เป็นการเข้ามาทางชายแดนของภาคใต้ รองลงมา คือ ทางเครื่องบิน และทางเรือ ในสัดส่วนร้อยละ 17.19 และ 2.57 ตามลำดับ

รูปแบบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย

โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสามารถหาได้จากผลคูณของระยะเวลาพำนักเฉลี่ย จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่นำมาใช้จ่ายในประเทศ คิดเฉลี่ยต่อคนต่อวันจะเป็นค่าใช้จ่ายทั้งหมด หรือรายได้จากการท่องเที่ยว ลักษณะการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซียในประเทศไทย ปี 2546 นั้น พบว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 3,897.74 บาท โดยด้านโครงสร้างของค่าใช้จ่าย มีค่าใช้จ่ายในประเภทการซื้อสินค้าของที่ระลึกที่สัดส่วนสูงที่สุด คือ ร้อยละ 32.13 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด รองลงมา คือ ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าที่พักคิดเป็นร้อยละ 20.56 ส่วนค่าใช้จ่ายประเภทอื่นที่มีการใช้จ่ายมากเรียงตามลำดับลงไปได้แก่ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง ร้อยละ 16.12 ค่าอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 16.04 ค่าพาหนะในการเดินทาง ร้อยละ 6.19 ค่าบริการท่องเที่ยว ร้อยละ 5.98 และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ร้อยละ 2.98 ดังแสดงใน (ภาพที่ 5)



ภาพที่ 5 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย
ในปี 2546 จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย

ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

- เมืองหลวง : โตเกียว
- พื้นที่ : 377,719 ตารางกิโลเมตร
- ประชากร : 127 ล้านคน
- ภาษาที่ใช้ : ญี่ปุ่น
- การปกครอง : ประชาธิปไตยมีจักรพรรคเป็นประมุข
- ศาสนา : พุทธ นิกายมหายาน, ชินโต
- สกุลเงิน : 108.27 เยน เท่ากับ 1 เหรียญสหรัฐฯ
100 เยน เท่ากับ 35.79 บาท

สถานการณ์การท่องเที่ยว

ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น เป็นตลาดที่มีความสำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศให้กับไทยสูงเป็นอันดับหนึ่ง เนื่องจากญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีพื้นฐานทางเศรษฐกิจดี และรัฐบาลญี่ปุ่นให้การสนับสนุนประชาชนในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ สำหรับแหล่งท่องเที่ยวในเมืองไทยที่ได้รับความนิยมจากชาวญี่ปุ่น 5 อันดับ คือ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เชียงใหม่ พัทยา และเกาะสมุย

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีการขยายตัวที่ดี โดยเฉพาะในปี 2537-2539 เนื่องจากเศรษฐกิจของญี่ปุ่นมีความแข็งแกร่งและค่าเงินเยนแข็งค่าขึ้นซึ่งเป็นผลดีต่อนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในการเดินทางเข้ามาใช้จ่ายในประเทศไทย ส่วนในปี 2540 และปี 2541 การเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อย คือร้อยละ 3.36 และ 2.16 สาเหตุมาจากปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำในภูมิภาคเอเชีย ค่าเงินเยนเริ่มอ่อนตัวลงส่งผลให้การเดินทางออกนอกประเทศของชาวญี่ปุ่นชะลอตัวลง แต่มีการปรับตัวดีขึ้นเมื่อเข้าสู่ครึ่งปี ซึ่งเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจญี่ปุ่นมีการปรับตัวในทิศทางที่ดีขึ้น รวมทั้งประเทศไทยมีการลดค่าเงินบาท ทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวไทยถูกลงเมื่อเทียบกับประเทศในภูมิภาคอื่น ๆ นอกจากนี้ประเทศคู่แข่งชั้นนำของไทยในกลุ่มอาเซียน เช่น มาเลเซีย และอินโดนีเซีย ประสบปัญหาการเมืองในประเทศ ปัญหาหมอกควัน และโรคระบาดต่าง ๆ ทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นงดการไปเที่ยวประเทศเหล่านี้หันมาเที่ยวไทยมากขึ้นและความนิยมต่อแหล่งท่องเที่ยวของไทยยังคงอยู่ ทำให้ตลาดญี่ปุ่นขยายตัวดีขึ้น

ปี 2542 ประเทศไทยจัดทำโครงการ One million สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น และบรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยปีนี้ไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นทั้งสิ้น 1,064,539 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.9 โดยกลุ่มตลาดใหม่ที่เดินทางมาเที่ยวเมืองไทยครั้งแรก (First Visit) มีอัตราการขยายตัวสูงถึงร้อยละ 14.89 ส่วนตลาดเก่า (Revisit) อยู่ในลักษณะทรงตัว โดยประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมเป็นอันดับที่ 3 รองจากประเทศเกาหลี และจีน

ในปี 2543 ตลาดญี่ปุ่นยังคงมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากปีก่อน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มตลาดเก่า (Revisit) มีอัตราการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น

ส่วนปี 2544 ตลาดญี่ปุ่นช่วง 8 เดือนแรกมีการเติบโตที่ดี และหลังจากนั้นมีการปรับตัวลดลง ร้อยละ 2.45 เนื่องจากการเกิดวินาศกรรมในสหรัฐอเมริกา มีผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นซึ่งมีความอ่อนไหวในเรื่องสวัสดิภาพและความปลอดภัย มีการยกเลิกและระงับการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

สำหรับปี 2545 ตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว จำนวน 1.22 ล้านคน ส่วนหนึ่งน่าจะได้รับผลดีมาจากเหตุการณ์ความไม่สงบในบาหลี จึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเที่ยวเมืองไทยเพิ่มขึ้น และการได้รับความร่วมมือจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการจัดทำแผนส่งเสริมการตลาดญี่ปุ่น จึงทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในปีนี้มี การเติบโตดีขึ้น

สำหรับสถานการณ์ในปี 2546 ตลาดญี่ปุ่นมีการขยายตัวลดลงร้อยละ 17 หรือมีนักท่องเที่ยว จำนวน 1,014,513 คน ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาถึงการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยพบว่า ในช่วงไตรมาสแรก นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้นกว่าช่วงเวลาเดียวกันของปีที่แล้วเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 1.56 เนื่องจากราคาค่าเครื่องบิน และแพ็คเกจทัวร์ของไทยไม่สูงจนเกินไป ทำให้ชาวญี่ปุ่นตัดสินใจได้ง่ายขึ้นในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะในช่วงเศรษฐกิจที่ยังชะลอตัวอยู่ แต่เมื่อเข้าสู่ช่วงไตรมาสที่สองนักท่องเที่ยวเข้าจากญี่ปุ่นปรับตัวลดลงอย่างมากถึงร้อยละ 47.16 เนื่องจากผลกระทบจากสงครามระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิรัก รวมทั้ง การแพร่ระบาดของโรค SARS ซึ่งมีผลกระทบอย่างรุนแรงยิ่งกว่าสงครามอิรัก โดยในช่วงเดือนเมษายนมีอัตราการลดลงร้อยละ 37.94 เดือนพฤษภาคม ลดลงถึงร้อยละ 55.08 และเดือนมิถุนายนลดลงร้อยละ 49.24 จากช่วงเดือนเดียวกันของปีที่ผ่านมา ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความอ่อนไหวต่อข่าวที่กระทบต่อความปลอดภัย แม้ว่าประเทศไทยมีมาตรการในการควบคุมโรค SARS ที่ดีและไม่มีการแพร่ระบาดในไทย แต่ชาวญี่ปุ่นก็ยังไม่แน่ใจในการเดินทางโดยเครื่องบินเพราะกลัวจะติดโรค SARS จากผู้โดยสารที่เดินทางร่วมกัน อย่างไรก็ตามหลังจากวิกฤติการณ์โรค SARS คลี่คลายลงในไตรมาสที่สาม และไตรมาสสี่ อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเริ่มปรับตัวดีขึ้นมาก แต่ยังคงมีอัตราการเติบโตอยู่ในแนวลบอยู่ มีเพียงเดือนธันวาคมซึ่งตรงกับช่วงเทศกาลปีใหม่ที่นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นเล็กน้อยในอัตราร้อยละ 1.64 ส่วนหนึ่งเนื่องจากสภาวะเศรษฐกิจ

ของญี่ปุ่นที่ยังอยู่ในช่วงทรงตัว จึงไม่มีแรงกระตุ้นเพียงพอให้การเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศสามารถฟื้นกลับมาได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ชาวญี่ปุ่นเดินทางออกนอกประเทศน้อยลง โดยมีการเดินทางออกทั้งสิ้น 13.3 ล้านคน มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 19.5 โดยตลอดทั้งปี มีเพียงเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ที่มีการเดินทางออกนอกประเทศเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ ในเอเชียแล้ว ถือว่า นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมเดินทางเข้ามาในไทยเป็นจำนวนมาก เป็นรองประเทศจีนและเกาหลีใต้

ในปี 2547 คาดว่า ตลาดญี่ปุ่นจะยังมีการชะลอตัวแม้ว่าเศรษฐกิจของญี่ปุ่นจะดีขึ้นเล็กน้อย แต่คาดว่า ชาวญี่ปุ่นจะยังคงระมัดระวังการใช้จ่าย และการก่อการร้ายที่เกิดขึ้นในพื้นที่ต่างๆ อาจทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นชะลอการเดินทางออกนอกประเทศเนื่องจากมีความอ่อนไหวในเรื่องของความปลอดภัยสูง

ประเทศคู่แข่งด้านการท่องเที่ยวของไทยในตลาดญี่ปุ่น

ฮาวาย และเกาะกวม คนญี่ปุ่นนิยมไปเที่ยวทะเลและหาดทรายที่ฮาวาย เพราะฮาวายนับเป็นราชาแห่งรีสอร์ท (King of resort) และการให้บริการที่ได้มาตรฐานนานาชาติ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางไปฮาวายทุกวัน โดยใช้บริการของสายการบินเจแปนแอร์ไลน์ เกาหลีใต้นั้นมีจุดขายที่สำคัญเป็นแหล่งช้อปปิ้งสินค้าที่มีราคาถูกและคนญี่ปุ่นสามารถเดินทางไปเกาหลีใต้ได้สะดวกเพราะอยู่ใกล้กับญี่ปุ่น ส่วนจีนมีจุดขายที่สำคัญเป็นแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม และฮ่องกงเป็นแหล่งช้อปปิ้งและความเป็นเมืองที่ทันสมัยที่เต็มไปด้วยชีวิตชีวา (City of life)

รายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

ในปี 2546 ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น จำนวน 1,014,513 คน ลดลงจากปีก่อนร้อยละ 17 โดยตลาดญี่ปุ่นมีส่วนแบ่งการตลาดใหญ่เป็นอันดับ 2 จากจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 10.14 นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 6.83 วัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.27 และมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,186.30 บาท ลดลงร้อยละ 1.45 ก่อให้เกิดรายได้ทางการ

ท่องเที่ยวแก่ประเทศไทย จำนวน 29,007.38 ล้านบาท ลดลงร้อยละ 14.82 นับเป็นรายได้ที่สูงเป็นอันดับ 1 เมื่อเปรียบเทียบกับทุกตลาดนักท่องเที่ยว

เที่ยวบินตรงที่รองรับตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

ตามตารางการบินประจำฤดูหนาว 2546 สายการบินของญี่ปุ่น 2 สายการบิน (Japan Airlines และ All Nippon Airways) และสายการบินของประเทศไทย 1 สายการบิน ทำการบินรองรับการเดินทางในเส้นทางญี่ปุ่น-ไทย จำนวนทั้งสิ้น 94 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

บริษัทการบินไทย จำกัด

ลอสแอนเจลิส-โอซาก้า-กรุงเทพฯ	3	เที่ยวต่อสัปดาห์
ลอสแอนเจลิส-โตเกียว-กรุงเทพฯ	4	เที่ยวต่อสัปดาห์
โตเกียว-กรุงเทพฯ-เชียงใหม่	4	เที่ยวต่อสัปดาห์
โตเกียว-กรุงเทพฯ-ภูเก็ต	3	เที่ยวต่อสัปดาห์
โตเกียว-ภูเก็ต-กรุงเทพฯ	4	เที่ยวต่อสัปดาห์
โตเกียว-เชียงใหม่-กรุงเทพฯ	3	เที่ยวต่อสัปดาห์
โอซาก้า-กรุงเทพฯ	21	เที่ยวต่อสัปดาห์
นาโกยา-กรุงเทพฯ	4	เที่ยวต่อสัปดาห์
ฟูกูโอกะ-กรุงเทพฯ	5	เที่ยวต่อสัปดาห์
โอซาก้า-ภูเก็ต-กรุงเทพฯ	3	เที่ยวต่อสัปดาห์

สายการบิน JAPAN AIRLINES

โตเกียว-กรุงเทพฯ	22	เที่ยวต่อสัปดาห์
โอซาก้า-กรุงเทพฯ	7	เที่ยวต่อสัปดาห์
นาโกยา-กรุงเทพฯ	4	เที่ยวต่อสัปดาห์

สายการบิน ALL NIPPON AIRWAYS

โตเกียว-กรุงเทพฯ

7 เทียวต้อต้ปคาศ์

ปัจจัยสนับสนุน

ประเทศไทยเป็นประเทศอันดับต้นๆ ที่ได้รับความนิยมาจากชาวญี่ปุ่น เนื่องจากมีความได้เปรียบในเรื่องของระยะทางที่ใกล้ มีความสะดวกในการเดินทางมาถึง มีความปลอดภัย และมีความคุ้มค่าเงิน โดยเฉพาะในช่วงที่เศรษฐกิจของญี่ปุ่นเกิดการชะลอตัว กลุ่มตลาดที่น่าสนใจ คือ กลุ่มผู้สูงอายุ กลุ่มประชุมและสัมมนา และกลุ่มนักธุรกิจ ซึ่งมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดี แม้จะมีผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโรค SARS กลุ่มนักท่องเที่ยวสตรี โดยเน้น สปา การนวดแผนโบราณ และการเรียนทำอาหารไทย กลุ่มที่เดินทางมาแต่งงานในประเทศไทย (Wedding) กลุ่มอันานิมน และกลุ่มที่ใช้ประเทศไทยเป็นประตูสู่อินโดจีน ส่วนตลาดที่ยังมีศักยภาพอยู่ คือ กอล์ฟ ทะเล และกลุ่มที่ควรได้รับการพัฒนาต่อไป คือ กลุ่มเยาวชนซึ่งในช่วงหลังมีการขยายตัวลดลง

ปัจจัยที่เป็นอุปสรรค

ประเทศไทยยังมีปัญหาในหลายๆ เรื่องซึ่งทางการญี่ปุ่นได้ประกาศเตือนไว้ในเว็บไซต์ให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นได้รับรู้โดยไม่ได้จัดไว้ใน 1-4 ลำดับการเตือนภัย เพียงแต่ประกาศเตือนให้ระมัดระวังในเรื่องของความปลอดภัย เช่น การทำร้ายร่างกายนักท่องเที่ยว ปัญหาเรื่องการหลอกลวงนักท่องเที่ยวให้ซื้ออัญมณีราคาแพงเกินกว่าความเป็นจริง และอัญมณีปลอม รวมทั้งการเตือนให้นักท่องเที่ยวสตรีระมัดระวังในการเดินทางโดยแท็กซี่ตามลำพังหลังจากเกิดเหตุการณ์พนักงานต้อนรับบนเครื่องบินถูกแท็กซี่ทำร้ายร่างกาย ปัญหามลภาวะต่าง ๆ เช่น อากาศเสีย น้ำเสีย การจราจรติดขัดในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น กรุงเทพฯ พัทยาและภูเก็ต แหล่งท่องเที่ยวเสมือนโทรมลง รวมทั้งการพัฒนาที่ขาดการผสมผสานกับสภาพแวดล้อม ความสกปรกของห้องน้ำในสถานที่ท่องเที่ยว ร้านอาหาร และท่าอากาศยานบางแห่ง การนำเที่ยวเช็กส์ทัวร์ ราคาที่พักในภูเก็ต ซึ่งเป็นตลาดที่สำคัญของญี่ปุ่นทำการปรับราคาเพิ่มสูงขึ้นในช่วงเทศกาลท่องเที่ยว ทำให้บริษัทท่องเที่ยวญี่ปุ่นบางแห่งหันไปใช้ตลาดอื่น

ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทย ประกอบด้วย เพศ อายุ และอาชีพ มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 9 ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในปี 2545 และ 2546

ลักษณะทั่วไป	2545		2546	
	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%
เพศ				
ชาย	62.35	+3.20	67.40	-10.30
หญิง	37.65	+7.00	32.60	-28.10
อายุ				
ต่ำกว่า 25	13.79	-8.42	12.00	-27.50
25-34	24.83	+1.67	22.80	-23.70
35-44	19.66	+8.21	21.50	-9.30
45-54	20.53	+4.28	20.50	-17.10
55 ขึ้นไป	21.19	+15.99	23.20	-23.70
อาชีพ				
นักวิชาการ	9.29	+10.29	10.60	-5.20
นักบริหารและผู้จัดการ	12.63	+5.60	13.50	-11.40
พนักงานบริษัท	16.73	+9.26	16.10	-20.20
ผู้ใช้แรงงาน	25.27	-2.96	30.90	+1.70
อื่นๆ	36.08	+6.53	28.90	-33.60

ที่มา: เพ็ญแข ศิริวรรณ และคณะ. 2546. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี

2546. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 27-38.

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยจำแนกตามเพศ ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวเพศชาย พบว่าในระหว่างปี 2545 กับปี 2546 ซึ่งมีมากถึงร้อยละ 62.35 และ 67.4 ตามลำดับ และเป็นนักท่องเที่ยวหญิงร้อยละ 32.6 มีสัดส่วนลดลงจากปี 2545 นอกจากนี้อายุของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในปี 2546 เป็นผู้อยู่ในช่วงระดับอายุ 55 ปีขึ้นไป รองลงมา ได้แก่ ระดับอายุ 25-34 ปี ,35-44 ปี และ 45-54 ปี มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน และในช่วงระดับอายุต่ำกว่า 25 ปี น้อยที่สุดคิดเป็นร้อยละ 12.0 โดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาในประเทศไทยตามอาชีพนั้น พบว่าในปี 2546 กลุ่มผู้ใช้แรงงาน มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 1.7 กลุ่มพนักงานบริษัท นักบริหาร และผู้จัดการ และนักวิชาการ มีการปรับตัวลดลงร้อยละ 20.2 ,11.4 และ 5.2 ตามลำดับ จะเห็นได้ว่าสัดส่วนในกลุ่มอาชีพอื่นๆ สูงกว่าทุกกลุ่มอาชีพ คือ ร้อยละ 28.9 มีสัดส่วนลดลงจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 33.6

พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น ประกอบด้วย ความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว วัตถุประสงค์ของการเดินทาง รูปแบบการเดินทาง สถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยว และพาหนะที่ใช้ในการเดินทาง มีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 10 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในปี 2545 และ 2546

พฤติกรรมการเดินทาง	2545		2546	
	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%	ร้อยละ	เปลี่ยนแปลง%
ความถี่ในการเข้ามาท่องเที่ยว				
มาครั้งแรก	48.20	+11.15	40.90	-29.60
มาซ้ำ	51.80	-0.85	59.20	-5.20
วัตถุประสงค์ของการเดินทาง				
พักผ่อน	88.55	+1.10	85.40	-21.30
ธุรกิจ	9.58	+1.40	12.10	+0.50
ประชุม	0.41	-0.10	0.50	+0.00
อื่นๆ	1.46	+0.50	2.00	+0.03
รูปแบบการเดินทาง				
เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว	49.28	+14.45	41.00	-31.00
เดินทางด้วยตนเอง	50.72	-3.48	59.00	-3.40
สถานที่พักแรม				
โรงแรม	97.11	+3.60	75.70	-0.35
บ้านเพื่อน/ญาติ	0.59	+9.61	14.00	+18.79
บ้านพักตากอากาศ	0.08	-42.67	4.40	+45.99
อื่นๆ	2.22	+85.89	5.90	+1.20
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง				
ทางเครื่องบิน	96.33	+0.21	96.12	-0.16
ทางรถยนต์	2.98	+0.01	3.32	+0.06
ทางเรือ	0.69	-0.12	0.56	-0.31

ที่มา: เพ็ญแข สิริวรรณ และคณะ. 2546. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี

2546. กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และ

เทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, หน้า 45-68.

วัตถุประสงค์การเดินทางมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยมีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน โดยในปี 2545 และปี 2546 จะพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาเพื่อพักผ่อนมากที่สุด ร้อยละ 88.55 และ 85.4 ตามลำดับ รองลงมา คือ เพื่อติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุม อื่นๆ และเพื่อประชุม

การเคยมาประเทศไทย

นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยในปี 2546 พบว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางซ้ำ โดยปี 2546 ขยายตัวลดลงร้อยละ 5.20 ขณะที่กลุ่มที่เดินทางมาประเทศไทยเป็นครั้งแรกในปี 2546 และปี 2545 ร้อยละ 40.90 และ 48.20 ตามลำดับ ซึ่งมีการขยายตัวลดลงจากปี 2545 มากถึงร้อยละ 29.6

รูปแบบการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว

รูปแบบการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่เดินทางมาเองกับกลุ่มที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว พบว่าในปี 2546 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองร้อยละ 59.0 ขยายตัวลดลงร้อยละ 3.4 และนักท่องเที่ยวที่มาด้วยบริษัทนำเที่ยวร้อยละ 41.0 มีการขยายตัวลดลงร้อยละ 31.0

การใช้สถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

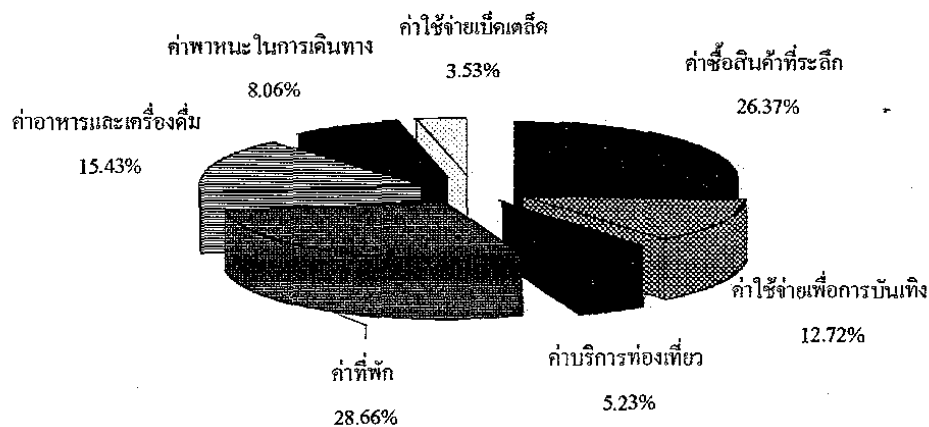
ลักษณะสถานที่พักผ่อนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี 2546 พบว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นพักโรงแรมมากที่สุด มีสัดส่วนร้อยละ 75.7 รองลงมา ได้แก่ บ้านเพื่อนหรือญาติ อื่นๆ และเกสต์เฮาส์ เป็นสัดส่วนไม่มากนัก

พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง

เมื่อพิจารณาพาหนะที่ใช้ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในปี 2546 พบว่านักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาทางเครื่องบินมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 96.12 รองลงมาเดินทางมาทางรถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 3.32 และเดินทางมาทางเรือ คิดเป็นร้อยละ 0.56

รูปแบบค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น

ลักษณะการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวของประเทศญี่ปุ่นในประเทศไทย ปี 2546 นั้น พบว่ามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 4,186.30 บาท โดยด้านโครงสร้างของค่าใช้จ่าย มีค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับค่าที่พักสัดส่วนสูงที่สุดคิดเป็นร้อยละ 28.66 รองลงมาได้แก่ ค่าใช้จ่ายในประเภทการซื้อสินค้าของที่ระลึก ร้อยละ 26.37 ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ร้อยละ 15.43 ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง ร้อยละ 12.72 ค่าพาหนะในการเดินทาง ร้อยละ 8.06 ค่าบริการท่องเที่ยว ร้อยละ 5.23 และค่าใช้จ่ายอื่นๆ ร้อยละ 3.53 ดังแสดงใน (ภาพที่ 6)



ภาพที่ 6 สัดส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น
ในปี 2546 จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

ยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยมีแนวทางหลักในการตอบสนองนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งเน้นผลสำเร็จของงานตามเป้าหมายที่กำหนด ทั้งนี้ คำนึงถึงเป้าหมายยุทธศาสตร์ระดับชาติในการ “เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของประเทศ” ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ และจากนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่าร้อยละ 3 และร้อยละ 8 ตามลำดับ ทั้งยังให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ ให้เศรษฐกิจระดับฐานรากมีความเข้มแข็ง เพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในทุกระดับ บูรณาการความร่วมมือ เพื่อยกระดับให้ประเทศไทย เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ (Quality Destination) มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม วางมาตรการในการสร้างความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์เพื่อการท่องเที่ยวกับการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อเป็นรากฐานของการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)

นโยบายของรัฐบาลในการพัฒนาภาคบริการและการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย” (Tourism Capital of Asia) ภายในปี 2549 ได้กำหนดเป้าหมาย 7 ประการ คือ

1. สาธารณูปโภค ที่พัก และสาธารณูปโภคพื้นฐาน

ปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยพื้นฐานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวรวมทั้งการให้บริการ ได้แก่ ระบบสาธารณูปโภค ที่พักแรมที่ได้มาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยว รวมทั้งระบบสาธารณสุขมูลฐาน โดยเฉพาะการจัดให้มีบริการห้องน้ำที่สะอาด มีการบริหารจัดการที่ดีในแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่ง หรือในสถานที่สาธารณะ

2. การเข้าถึงและการคมนาคม

ปรับปรุงระบบการขนส่ง การให้บริการ และการคมนาคมรวมทั้งระบบการสื่อสารและเทคโนโลยีสารสนเทศ การเชื่อมโยงเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การสนับสนุนการสร้างวงจรการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน การให้บริการด้านโทรศัพท์พื้นฐาน โทรศัพท์สาธารณะ โทรศัพท์ไร้สาย โทรสาร อินเทอร์เน็ต การแพร่

ภาพทางโทรทัศน์ผ่านดาวเทียม หรือเคเบิลใยแก้ว วิทยุ รวมทั้งระบบสื่อสารทางไกล
อื่นๆ

3. แหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย

พัฒนารูปแบบและเพิ่มความหลากหลายของการท่องเที่ยว ทั้งการท่องเที่ยวเชิง
อนุรักษ์ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Health Tourism) การท่องเที่ยวเชิง
เกษตรกรรม (Agro Tourism) โดยส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแหล่งใหม่

4. วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์

สนับสนุนให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิดชูและเผยแพร่วัฒนธรรมไทย
อย่างสมศักดิ์ศรี และสร้างสรรค์ แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย

5. ความปลอดภัยและความมั่นคงทางการเมือง

เพิ่มมาตรการการอำนวยความสะดวก สร้างความปลอดภัยและป้องกันการเอา
รัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยว เร่งรัดการแก้ปัญหาความเดือดร้อนของนักท่องเที่ยวอย่างจริง
จัง บนพื้นฐานของภาพลักษณ์ความมั่นคง และความมีเสถียรภาพทางการเมือง

6. อักษรศาสตร์ไมตรีและการสื่อสารด้วยภาษาต่างประเทศ

ผลิตและพัฒนาบุคลากรภาคบริการให้มีอักษรศาสตร์ไมตรีอันดีในการต้อนรับนัก
ท่องเที่ยว มีความรู้ทักษะด้านภาษา กำหนดมาตรฐานการบริการและการจัดการ เพื่อ
สร้างความเข้มแข็งและทันต่อการเปลี่ยนแปลง พัฒนาศูนย์บริการด้านการท่องเที่ยวให้มี
คุณภาพระดับมาตรฐานสากล

7. อาหารอร่อยและสะอาด (Clean Food, Good Food)

พัฒนาและยกระดับการให้บริการอาหารที่สะอาด ถูกสุขลักษณะอนามัย
(Clean Food) ความสำคัญของความละเอียดในการประดิษฐ์และรสชาติของอาหารไทย
(Good Taste) รวมทั้งผลักดันภาพลักษณ์ของการผลิต และการให้บริการอาหารที่หลากหลาย
(Kitchen of the World) ของประเทศไทย

รัฐบาลได้กำหนดนโยบายด้านการบริการและการท่องเที่ยวให้ การท่องเที่ยว คือ
หนทางสำคัญของการนำรายได้กระแสเงินสดเข้าสู่ประเทศ ดังนั้น รัฐบาลจึงมีนโยบาย
ในการส่งเสริมคุณภาพและมาตรฐานของการบริการ เพิ่มความหลากหลายของรูปแบบ
การให้บริการและการท่องเที่ยว และยกระดับความสามารถในการแข่งขันของภาค

บริการและการท่องเที่ยว ทั้งด้านการพัฒนาภาคบริการและด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ ภาครัฐบาลได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวไทย 3 ปีในระหว่างปีพ.ศ. 2547-2549 เพื่อให้หน่วยงาน ภาครัฐที่เกี่ยวข้องด้านการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน โครงการด้านการท่องเที่ยวในระยะ 3 ปี มีวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. เพื่อปฏิรูปอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ความเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ
3. เพื่อมุ่งเพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ
4. เพิ่มกระตุ้นให้เกิดการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศ จากนักท่องเที่ยว

คนไทย

ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2547 –2549 ให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การตลาด กลยุทธ์การแข่งขัน (Competitiveness) การวิเคราะห์และกำหนดตำแหน่งทางยุทธศาสตร์ ปรับปรุงและจัดทำตำแหน่งของประเทศไทย (Repositioning) ของประเทศไทยในตลาดการท่องเที่ยวโลก เพื่อหาตำแหน่งที่เหมาะสมในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเน้นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพได้มาตรฐาน (Quality Destination) บนพื้นฐานของการพัฒนากการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) ทั้งนี้ มีเป้าหมายสำคัญเพื่อวางรากฐานให้ประเทศไทยเป็น “ศูนย์กลางการท่องเที่ยวของเอเชีย” (Tourism Capital of Asia) ใน 3 ปี ภายใน พ.ศ. 2549

ยุทธศาสตร์การพัฒนากการท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2547-2549 ประกอบด้วย 4 ยุทธศาสตร์หลัก ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การกำหนดตำแหน่งยุทธศาสตร์ (Positioning)

กลยุทธ์ที่ 1 ทบทวนการจัดทำ Positioning ของประเทศไทย รวมทั้งกำหนดและเผยแพร่ Brand ของประเทศไทย

กลยุทธ์ที่ 2 ปรับเปลี่ยนยุทธศาสตร์การตลาดท่องเที่ยว
มุ่งสู่เป้าหมายคุณภาพควบคู่กับการรักษาการเติบโตของตลาดเชิงปริมาณทั้งใน
และต่างประเทศ

กำหนดตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และเน้นการทำตลาดแบบกลุ่ม
เป้าหมายเฉพาะ (Target Marketing)

เน้นการดำเนินงานแบบ More for More เน้นการทำตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูง
และคุ้มค่าการลงทุน

กลยุทธ์ที่ 3 กำหนดสินค้าทางการท่องเที่ยว

ประเมินศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพื่อกำหนดทิศทางที่เหมาะสม

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 1 โฆษณาประชาสัมพันธ์ ยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทย

ส่งเสริม World Event Marketing

สร้างกระแสนิยมการท่องเที่ยวในประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2 เพิ่มช่องทางการตลาดในรูปแบบใหม่ๆ

สร้างพันธมิตรทางการท่องเที่ยว

ส่งเสริม สนับสนุนกิจการภาพยนตร์

สร้างศักยภาพการให้บริการข้อมูลด้านการท่องเที่ยวโดยใช้

เทคโนโลยีสารสนเทศแบบ Hard Sale

ส่งเสริมและเชื่อมโยงกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวไทย กำหนด
แนวทางการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อให้มีคุณภาพมาตรฐาน และ
สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน โดยแบ่งกลุ่มสินค้าที่จะดำเนินการพัฒนาใน
3 ปี 5 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่ม 1: หาดทราย ชายทะเล หมู่เกาะ โดยจะแก้ไขในพื้นที่ที่มีปัญหาเร่งด่วน เช่น พัทยา เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ตราด สุราษฎร์ธานี ภูเก็ต และกระบี่ เป็นหลัก และแก้ไขในพื้นที่รอง คือ พังงา และ สตูล เป็นลำดับต่อไป

กลุ่ม 2: อุทยาน ป่าเขา โดยมุ่งพัฒนาในพื้นที่ธรรมชาติที่มีศักยภาพ

กลุ่ม 3: ประวัติศาสตร์และ โบราณสถาน เน้นพัฒนาในพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ โบราณสถานและมีแนวโน้มเป็นที่ต้องการของตลาด

กลุ่ม 4: สินค้าตามความสนใจเฉพาะ 13 กิจกรรม โดยมุ่งส่งเสริม และพัฒนา กิจกรรมที่น่าสนใจและมีศักยภาพ เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงกีฬา การท่องเที่ยวทางเรือสำราญ และการท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น

กลุ่ม 5: สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อเป็นเอกลักษณ์ของชาติ

กลยุทธ์ที่ 1 บูรณะและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว

ปรับปรุงแก้ไขกฎหมายที่เกี่ยวข้องหรือมีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวให้ทันสมัย เพื่อป้องกันการทำลาย บุกรุกแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ยกระดับมาตรฐานของสินค้าและบริการ

พัฒนาทักษะการให้บริการแก่บุคลากรด้านการท่องเที่ยว ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และผลักดันให้ไทยเป็นศูนย์กลางการศึกษา และฝึกอบรมด้านการ ท่องเที่ยว (Tourism Human Resource Development Center of Asia)

พัฒนามาตรฐานธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

พัฒนามาตรฐานที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว

เพิ่มมาตรฐานสุขอนามัย (Hygiene) ของการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

พัฒนามาตรการและมาตรฐานการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อมตามแหล่ง ท่องเที่ยว

ต่างๆ

บทที่ 4

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา และผลการวิเคราะห์

ในบทนี้เป็นผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทย ซึ่งสามารถแบ่งผลการวิเคราะห์เป็น 2 ส่วน ในส่วนแรกเป็นผลการวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เพื่อเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษระหว่างปีพ.ศ. 2531-2546 ซึ่งใช้วิธีการทางเศรษฐมิติในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) ในรูปแบบสมการถอการิทึม จะพิจารณาจากค่าต่างๆ ได้แก่ R^2 , $Adj R^2$, t-statistic, F-statistic และ Durbin-Watson (D.W.) ส่วนที่สอง เป็นวิธีการวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อหารูปแบบสมการที่เหมาะสมสำหรับประเทศไทยในการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น แล้วจึงทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทยในอนาคต ดังรายละเอียดต่อไปนี้

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

เป็นแบบจำลองการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย โดยอาศัยแนวคิดของ Lindsay W. Turner and Stephen F. Witt (2001, 31-32) และใช้แนวคิดพื้นฐานทางทฤษฎีอุปสงค์ สามารถสร้างแบบจำลองการวิเคราะห์ด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งเขียนเป็นฟังก์ชันได้ ดังนี้

$$V_{it} = f(Y, RPI, CS, EXR, V_{t-1}, T)$$

เขียนในรูป Cobb – Douglas Function ดังนี้

$$V_{it} = \alpha_0 Y_{it}^{\alpha_1} RPI_{it}^{\alpha_2} CS_{it}^{\alpha_3} EXR_{it}^{\alpha_4} V_{it-1}^{\alpha_5} T_{it}^{\alpha_6} e^{u_t}$$

Take logarithm ทั้งสองด้าน ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \ln V_{it} &= \ln \alpha_0 + \alpha_1 \ln Y_{it} + \alpha_2 \ln RPI_{it} + \alpha_3 \ln CS_{it} + \alpha_4 \ln EXR_{it} + \alpha_5 \ln V_{it-1} \\ &+ \alpha_6 \ln T_{it} + u_t \end{aligned}$$

โดยที่ $i = 1, 2$ ประเทศนักท่องเที่ยว

ได้แก่ 1 = ประเทศมาเลเซีย

2 = ประเทศญี่ปุ่น

t = ปี

กำหนดให้

V_{it} = จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย ในปีที่ t มีหน่วยเป็นคน

Y_{it} = รายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของนักท่องเที่ยวประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย ในปีที่ t มีหน่วยเป็นเงินสกุลของประเทศ i (ริงกิต/เยน)

RPI_{it} = ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบของประเทศ i ในปีที่ t โดยคำนวณจาก ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยหารด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ i ในปีที่ t หรือ $\frac{CPI_t}{CPI_{it}}$ การศึกษาครั้งนี้ใช้ปี 2538 เป็นปีฐาน เนื่องจากเป็นปีที่เศรษฐกิจอยู่ในภาวะปกติมีเสถียรภาพ

CPI_t = ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยในปีที่ t โดยใช้ปี 2538 เป็นปีฐาน

CPI_{it} = ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ i ในปีที่ t โดยใช้ปี 2538 เป็นปีฐาน

- CS_{it} = ต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยวประเทศ i ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในปีที่ t มีหน่วยเป็นบาท
 EXR_{it} = อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างค่าเงินบาทของประเทศไทยกับค่าเงินของประเทศ i ในปีที่ t โดยคำนวณจาก $EXR_{it} = NEX \frac{CPI_{it}}{CPI_t}$
 NEX = อัตราแลกเปลี่ยนในรูปตัวเงิน
 V_{it-1} = จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i ที่เดินทางมาประเทศไทย ในปีที่ $t-1$ มีหน่วยเป็นคน
 T_{it} = ต้นทุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวประเทศ i ในประเทศไทย ในปีที่ t มีหน่วยเป็นบาท
 u_t = ค่าความคลาดเคลื่อนในปีที่ t (Error Term)
 α_0 ค่าคงที่
 $\alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_6$ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ (parameters)

จากแบบจำลองข้างต้นสามารถนำสมการที่ได้มาประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีทางเศรษฐมิติเพื่อใช้วิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น ซึ่งสามารถวิเคราะห์แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย

ประเทศมาเลเซีย

การวิเคราะห์สมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย สามารถแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ คือ

$$\begin{aligned} \text{LnVMAL} = & 0.04855 + 0.86907 \text{ LnY} - 2.72463 \text{ LnRPI} - 0.44147 \text{ LnCS} \\ & (0.2271) \quad (5.22372)^{***} \quad (-2.85185)^{**} \quad (-2.47855)^{**} \\ & + 0.47631 \text{ LnEXR} + 0.63949 \text{ LnV}(-1) \\ & (1.11007) \quad (3.10768)^{**} \\ R^2 = & 0.9472 \quad \text{Adjusted}R^2 = 0.91786 \\ \text{D.W.} = & 2.16 \quad \text{F-statistic} = 32.2918 \end{aligned}$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงค่า t-statistic

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบของประเทศไทย ค่าทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยร้อยละ 91.78 โดยมีค่า F-statistic เท่ากับ 32.2918 และตัวแปรอิสระดังกล่าวสามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบค่าสหพันธ์ในตัว (Autocorrelation) ผลปรากฏว่าค่า Durbin-Watson (D.W.) เท่ากับ 2.16 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาทางสหสัมพันธ์ในตัว

รายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่มาประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ถ้ารายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.86907 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ

ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้าดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยลดลงร้อยละ 2.72463 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

ต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาในประเทศไทย ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้าต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมายังประเทศไทยลดลงร้อยละ 0.44147 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางเดียวกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ การศึกษาดังกล่าวอยู่ในช่วงปี 2531 – 2546 โดยในช่วงปี พ.ศ. 2531 – 2539 มีการนำระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบตรกร้าเงินมาใช้ อัตราแลกเปลี่ยนจึงค่อนข้างคงที่ และหลังจากปี 2540 ทั้งประเทศไทยและมาเลเซียต่างประสบวิกฤตทางเศรษฐกิจ โดยประเทศไทยเปลี่ยนมาใช้ระบบอัตราแลกเปลี่ยนแบบลอยตัวส่งผลให้ค่าเงินอ่อนค่าลง ส่วนค่าเงินริงกิตของมาเลเซียก็เช่นเดียวกัน ทำให้ประเทศมาเลเซียปิดประเทศไม่มีการซื้อขายค่าเงินริงกิต ในระหว่างนั้น ทำให้อัตราแลกเปลี่ยนไม่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.63949 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

ประเทศญี่ปุ่น

การวิเคราะห์สมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทย สามารถแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ คือ

$$\begin{aligned} \text{LnVJAP} = & -7.17190 + 0.67534 \text{ LnY} + 0.50373 \text{ LnEXR} \\ & (-0.79984) \quad (1.03271) \quad (1.7160)^* \\ & + 0.53456 \text{ LnV}(-1) + 0.22179 \text{ LnT} \\ & (3.52889)^{***} \quad (2.58541)^{**} \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.93463$$

$$\text{Adjusted}R^2 = 0.90850$$

$$\text{D.W.} = 2.09$$

$$\text{F-statistic} = 35.75117$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงค่า t-statistic

- * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90
- ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
- *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการวิเคราะห์พบว่า ตัวแปรอิสระได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยในปีที่ผ่านมา และต้นทุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น โดยตัวแปรอิสระดังกล่าวมีความสามารถที่จะใช้อธิบายถึงการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยโดยรวมได้ร้อยละ 90.85 มีค่า F-statistic เท่ากับ 35.75117 มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และจากการทดสอบค่าสหพันธ์ในตัว (Autocorrelation) ผลปรากฏว่าค่า Durbin-Watson (D.W.) เท่ากับ 2.09 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาทางสหสัมพันธ์ในตัว

รายได้เฉลี่ยต่อบุคคลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้

เนื่องมาจากรายได้เฉลี่ยต่อหัวของชาวญี่ปุ่นสูงมากเมื่อเทียบกับประเทศไทย จึงไม่ส่งผลกระทบต่อการค้าสินค้าเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากนัก

อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.5037 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ถ้าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.53456 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

ต้นทุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ถ้าต้นทุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.22179 เมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นคงที่

การทดสอบอำนาจการพยากรณ์

การนำสมการประมาณค่าไปพยากรณ์ โอกาสที่ค่าพยากรณ์จะคลาดเคลื่อนไปจากค่าจริงมีได้มาก ซึ่งก่อนที่จะนำสมการประมาณค่าไปใช้ในการพยากรณ์ ได้ทำการทดสอบอำนาจการพยากรณ์ของรูปแบบสมการว่ามีความแม่นยำเพียงใด ซึ่งสามารถทดสอบโดยวิธีต่างๆ ได้แก่ Mean Square Error, Mean Absolute Deviation และ Theil's U Statistic ซึ่งวิธีการในการทดสอบการพยากรณ์ได้กล่าวไว้ในบทที่ 2 ในการคำนวณดังกล่าวจะนำค่าพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากสมการที่ได้จากโปรแกรม Econometric Views มาทำการคำนวณต่อโดยนำค่าจริงและค่าพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ

มาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นในปี 2531 – 2546 มาทดสอบโดยวิธีดังกล่าวข้างต้น ผลการคำนวณดังแสดงใน (ตารางที่ 11 และ 12) และผลการทดสอบมีดังต่อไปนี้

1. ค่าคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (Mean Square Error - MSE)

$$\begin{aligned} \text{MSE (MAL)} &= \frac{0.028}{16} \\ &= 0.002 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{MSE (JAP)} &= \frac{0.084}{16} \\ &= 0.005 \end{aligned}$$

2. ค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย (Mean Absolute Deviation – MAD)

$$\begin{aligned} \text{MAD (MAL)} &= \frac{0.533}{16} \\ &= 0.033 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{MAD (JAP)} &= \frac{0.922}{16} \\ &= 0.057 \end{aligned}$$

3. ค่า U ของ Theil (Theil's U Statistic)

$$\begin{aligned} \text{U (MAL)} &= \frac{\sqrt{0.002}}{\sqrt{0.091/16}} \\ &= 0.59 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{U (JAP)} &= \frac{\sqrt{0.005}}{\sqrt{0.096/16}} \\ &= 0.91 \end{aligned}$$

กำหนดให้

P_t = ค่าพยากรณ์ (Predicted) ของ Y ในปีที t

A_t = ค่าจริง (Actual) ของ Y ในปีที t

โดยที่

$p_t = \frac{P_t - A_{t-1}}{A_{t-1}}$ คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงค่าของ Y ที่พยากรณ์ขึ้นใช้

สำหรับปีที t เมื่อเทียบกับค่าจริงของ Y ในปีที่ผ่านมา

$a_t = \frac{A_t - A_{t-1}}{A_{t-1}}$ คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงของค่า Y ที่ปรากฏขึ้นสำหรับ

ปีที t เมื่อเทียบกับค่าจริงของ Y ในปีที่ผ่านมา

$p_t - a_t$ คือ อัตราความคลาดเคลื่อน (Error)

ผลการวิเคราะห์การทดสอบรูปแบบสมการพยากรณ์ของประเทศมาเลเซีย ค่าคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (MSE) มีค่าเท่ากับ 0.002 แสดงว่ารูปแบบสมการในการพยากรณ์มีความเหมาะสมใช้ในการพยากรณ์ได้ในเกณฑ์ที่ดี เพราะมี MSE ต่ำ ร้อยละค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย (MAD) มีค่า 3.3 แสดงว่าค่าที่พยากรณ์ได้นำไปใช้ได้ดี และค่าสถิติ U ของ Theil มีค่า 0.59 ซึ่งน้อยกว่า 1 แสดงว่ารูปแบบสมการจะมีอำนาจพยากรณ์ในเกณฑ์ที่ดี เช่นเดียวกับประเทศญี่ปุ่นค่าคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (MSE) มีค่าเท่ากับ 0.005 แสดงว่ารูปแบบสมการใช้ในการพยากรณ์ได้ในเกณฑ์ที่ดี ร้อยละค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย (MAD) มีค่า 5.7 แสดงว่าค่าที่พยากรณ์ได้นำไปใช้ได้ดี และค่าสถิติ U ของ Theil มีค่า 0.91 ดังนั้น การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยนั้น รูปแบบสมการมีความเหมาะสมและสามารถจะนำไปใช้พยากรณ์เพื่อประโยชน์ในการวางแผนต่อไปได้

ตารางที่ 11 การคำนวณในการทดสอบอำนาจพยากรณ์ของรูปแบบสมการประเทศ
มาเลเซีย ระหว่างปี 2531-2546

ปี	ค่าจริง (A)	ค่าพยากรณ์ (P)	p_t	a_t	$(p_t - a_t)$	$ p_t - a_t $	$(p_t - a_t)^2$	a_t^2
2531	843,206	843,206.00	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
2532	736,021	761,081.75	-0.097	-0.127	0.030	0.030	0.001	0.020
2533	751,569	728,273.45	-0.011	0.021	-0.032	0.032	0.001	0.000
2534	808,443	760,469.51	0.012	0.076	-0.064	0.064	0.004	0.006
2535	729,453	721,211.68	-0.058	-0.048	-0.010	0.010	0.000	0.002
2536	829,661	876,418.41	0.201	0.137	0.064	0.064	0.004	0.019
2537	898,800	956,889.03	0.153	0.083	0.070	0.070	0.005	0.007
2538	1,077,005	1,001,593.46	0.014	0.098	-0.084	0.0084	0.007	0.010
2539	1,056,172	1,037,926.15	-0.036	-0.019	-0.017	0.017	0.000	0.000
2540	1,046,029	1,039,368.15	-0.016	-0.010	-0.006	0.006	0.000	0.000
2541	918,071	954,024.06	-0.058	-0.092	0.034	0.034	0.001	0.009
2542	991,060	1,035,136.20	0.128	0.080	0.048	0.048	0.002	0.006
2543	1,054,469	1,087,814.53	0.098	0.064	0.034	0.034	0.001	0.004
2544	1,159,630	1,147,544.07	0.088	0.100	-0.011	0.011	0.000	0.010
2545	1,296,109	1,304,222.39	0.025	0.018	0.007	0.007	0.000	0.000
2546	1,338,624	1,310,296.68	0.011	0.033	-0.022	0.022	0.000	0.001
รวม	15,534,322	15,565,475.52	0.545	0.413	0.041	0.533	0.028	0.091

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 12 การคำนวณในการทดสอบอำนาจพยากรณ์ของรูปแบบสมการประเทศญี่ปุ่น
ระหว่างปี 2531 – 2546

ปี	ค่าจริง (A _t)	ค่าพยากรณ์ (P _t)	p_t	a_t	$(p_t - a_t)$	$ p_t - a_t $	$(p_t - a_t)^2$	a_t^2
2531	452,244	452,244.00	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
2532	555,638	554,327.73	0.126	0.129	-0.015	0.015	0.000	0.020
2533	652,299	626,128.43	0.127	0.174	-0.041	0.041	0.002	0.030
2534	559,501	582,312.88	-0.057	-0.092	0.009	0.009	0.001	0.009
2535	569,744	619,199.97	0.107	0.018	0.047	0.047	0.008	0.000
2536	581,809	638,837.86	0.121	0.021	0.064	0.064	0.010	0.000
2537	691,705	728,055.26	0.051	-0.011	0.089	0.089	0.004	0.000
2538	814,706	786,964.38	0.038	0.078	0.066	0.066	0.002	0.006
2539	934,111	782,694.56	-0.139	0.047	-0.056	0.056	0.035	0.002
2540	965,454	972,780.14	0.041	0.034	0.033	0.033	0.000	0.001
2541	986,264	987,277.43	0.023	0.022	-0.041	0.041	0.000	0.000
2542	1,064,539	1,018,786.10	0.033	0.079	-0.120	0.120	0.002	0.006
2543	1,197,931	1,117,592.27	0.050	0.125	-0.137	0.137	0.006	0.002
2544	1,168,548	1,148,795.51	-0.041	-0.025	-0.048	0.048	0.000	0.001
2545	1,222,270	1,117,922.73	-0.043	0.046	-0.110	0.110	0.008	0.002
2546	1,014,513	1,112,411.037	0.010	-0.070	0.060	0.060	0.006	0.005
รวม	13,431,276	13,246,330.29	0.446	0.574	0.200	0.922	0.084	0.096

ที่มา: จากการคำนวณ

การพยากรณ์

การศึกษาในส่วนนี้ จะใช้แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยที่ได้จากการศึกษาในส่วนแรก มาทำการวิเคราะห์และสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศที่ทำการศึกษาที่คาดว่าจะเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย จากสมการที่มีตัวแปรทางเศรษฐศาสตร์ ในการพยากรณ์ดังกล่าวอาศัยข้อสมมติทางการเปลี่ยนแปลงของค่าตัวแปรอิสระ กล่าวคือ จะทำการพยากรณ์จากจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาเป็นตัวแปรกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทยในสมการ และได้กำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ มีค่าคงที่ ในส่วนของปัจจัยอื่นๆ นั้นทำโดยการหาค่าเฉลี่ยในช่วงระหว่างปีพ.ศ. 2531-2546 จากนั้นจึงนำค่าที่ได้มาเข้าสมการอุปสงค์การท่องเที่ยวของแต่ละประเทศตามที่ได้ทำการศึกษาในส่วนแรก แล้วจึงสามารถคำนวณหาจำนวนนักท่องเที่ยวของทั้งสองประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยในปีพ.ศ. 2547-2551 ได้

ผลของการพยากรณ์พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทย มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ในช่วงปี พ.ศ. 2547-2551 ซึ่งประเทศมาเลเซียมีอัตราการลดลงมากกว่าประเทศญี่ปุ่น โดยในปี 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เท่ากับ 1,358,264 คน และจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง ในปี 2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย เท่ากับ 1,387,796 คน ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเช่นกัน กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะเพิ่มขึ้นจากประมาณ 1,093,067 คนในปี 2547 และจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณ 1,181,107 คน ในปี 2551 ซึ่งพบว่าประเทศมาเลเซียมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาประเทศไทยมีปริมาณมากกว่าจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น โดยที่ประเทศทั้งสองยังคงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต ดังแสดงใน (ตารางที่ 13)

ตารางที่ 13 ผลการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทย
ระหว่างปีพ.ศ. 2547-2551

หน่วย: คน

ปี	มาเลเซีย	อัตราการขยายตัว (%)	ญี่ปุ่น	อัตราการขยายตัว (%)
2547	1,358,264	1.47	1,093,067	7.74
2548	1,370,973	0.94	1,137,138	4.03
2549	1,379,161	0.60	1,161,212	2.12
2550	1,384,421	0.38	1,174,177	1.12
2551	1,387,796	0.24	1,181,107	0.59

ที่มา: จากการคำนวณ

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยเป็นจำนวนมากในแต่ละปี โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นทุกปีอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีสิ่งจูงใจนักท่องเที่ยวหลายประการ และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ส่งผลให้เกิดธุรกิจหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกัน ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในปัจจุบันภาคการส่งออกที่ไม่แน่นอน ประกอบกับเหตุการณ์การก่อการร้าย โรคระบาด ราคาน้ำมัน เป็นต้น ซึ่งจำเป็นต่อการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐอันเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ก้าวหน้า สามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศและช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจให้เติบโตอย่างต่อเนื่องต่อไป

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมายังประเทศไทย ซึ่งเป็นตลาดหลักของประเทศไทยที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามามากที่สุด 2 อันดับแรกและสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้ามาในปริมาณที่สูง เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยใดบ้างที่มีความสัมพันธ์กันหรือมีส่วนในการกำหนดปริมาณนักท่องเที่ยว รวมทั้งสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อทั้งภาครัฐและเอกชนจะได้ร่วมมือกันวางแผน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และมีศักยภาพเพียงพอที่จะสามารถรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยได้อย่างต่อเนื่อง

ในช่วงปี 2546 นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเดินทางเข้ามาประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง ร้อยละ 13.38 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2545 พบว่านักท่องเที่ยวเกือบทุกประเทศที่เป็นตลาดสำคัญลดลงจากปีที่แล้ว ยกเว้น ประเทศมาเลเซีย ซึ่งขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี 2545 ร้อยละ 3.28 นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาช้าและเดินทางมาด้วยตนเองใกล้เคียงกับเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว นิยมเดินทางเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด ช่วงเวลาในการเดินทางทางเที่ยว คือ วันหยุดสุดสัปดาห์ วันหยุดในช่วงเทศกาล และวันปิดภาคเรียน จังหวัดที่นักท่องเที่ยวมาเลเซียเดินทางมาเที่ยวมากที่สุด คือ หาดใหญ่ ภูเก็ต เกาะสมุย และกรุงเทพฯ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ กลุ่มครอบครัวโดยเฉพาะพ่อค้า นักธุรกิจชาวมาเลเซียเชื้อสายจีน ซึ่งมีแนวโน้มมาเที่ยวไทยเพิ่มมากขึ้นและนิยมท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน ชื้อของที่ระลึก และรับประทานอาหารไทย นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียประมาณร้อยละ 80 เดินทางมาไทยทางรถยนต์ เนื่องจากมีชายแดนติดต่อกับไทยโดยใช้เส้นทางทางด้าน ด่านสะเดา ด่านปาดังเบซาร์ และด่านเบตง ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทย มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี 2545 ร้อยละ 17 แต่ก็ยังเป็นประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอันดับ 2 รองจากประเทศมาเลเซีย หรือมีนักท่องเที่ยวจำนวน 1,014,513 คน เนื่องจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (Severe Acute Respiratory Syndrome: SARS) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นชะลอตัวในช่วงครึ่งปีแรก เมื่อสถานการณ์คลี่คลายก็ปรับตัวดีขึ้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาไทยส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาช้ามากกว่าการเดินทางมาไทยเป็นครั้งแรก มีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อนมากที่สุดและชาวญี่ปุ่นส่วนใหญ่มาจากเมืองโตเกียว โอซากา และคานากาวา ตามลำดับ มีอาชีพเป็นผู้ใช้แรงงาน ชาวญี่ปุ่นนิยมเดินทางมาเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทชายทะเล ชมเมืองและทัศนียภาพในประเทศไทย รูปแบบการเดินทางจะเดินทางมาเองมากกว่าจองผ่านบริษัทนำเที่ยวและนิยมใช้โรงแรมเป็นสถานที่พักแรม

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาเป็นการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Model) ในรูปสมการลอการิทึม แล้วทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square Method-OLS) และ

ทำการทดสอบความเหมาะสมของรูปแบบสมการว่ามีความแม่นยำเพียงใด รวมทั้งพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยในอนาคตของนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น สรุปผลการศึกษาดังนี้

รายได้เฉลี่ยต่อบุคคล มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งตัวแปรดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงระดับรายได้ของบุคคล ซึ่งบอกถึงอำนาจซื้อหรือการบริโภคการท่องเที่ยว ดังนั้น ถ้าประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้มีความต้องการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี

ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้ามซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้น นั่นคือ ถ้าดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยสูงขึ้น กำหนดให้ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียคงที่ ซึ่งสะท้อนถึงราคาสินค้าและบริการต่างๆ ในประเทศไทยจะมีราคาสูงตามไปด้วย ทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงขึ้นมีผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยลดลง

ต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียในทิศทางตรงกันข้าม ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎี ถ้าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่ใช้จ่ายในประเทศไทยเพิ่มขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทยจะลดลง

อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะได้ประโยชน์จากอัตราแลกเปลี่ยนมีค่าสูงขึ้นหรือการเสื่อมค่าของเงินบาท (Depreciation) ทำให้ค่าเงินเยนในสายตาของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นมีค่าเพิ่มขึ้นหรือมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเพิ่มขึ้น

จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ได้กำหนดขึ้นทั้งประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของ

จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศทั้งสองในปัจจุบันเกิดจากการบอกล่า หรือการที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาแล้วเกิดความประทับใจและเดินทางกลับมาอีก

ต้นทุนการเดินทาง มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทยในทิศทางเดียวกันไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ที่ว่าถ้าต้นทุนการเดินทางในการท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นจะลดลง ทั้งนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีรายได้ที่สูง ทำให้มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ประเทศไทยมีต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก

โดยสรุปปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยของชาวมาเลเซียได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อบุคคล ดัชนีราคาผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบ ต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน จำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กันเป็นไปตามสมมติฐาน ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงไม่มีนัยสำคัญ สำหรับผลการศึกษาดังปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมา และต้นทุนการเดินทาง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยว ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อบุคคลไม่มีนัยสำคัญ ซึ่งจากผลการศึกษาของนักท่องเที่ยวทั้งสองประเทศมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ เนื่องจากประเทศมาเลเซียมีพรมแดนติดต่อกับภาคใต้ของประเทศไทยและประเทศญี่ปุ่นเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว จึงส่งผลให้พฤติกรรมความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งสองประเทศนี้แตกต่างกัน

สำหรับผลการทดสอบรูปแบบสมการที่เหมาะสมในการพยากรณ์โดยใช้ค่าคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (MSE) ร้อยละค่าเบี่ยงเบนสัมบูรณ์เฉลี่ย (MAD) และค่าสถิติ U ของ Theil ผลปรากฏว่ารูปแบบสมการของทั้งสองประเทศมีความเหมาะสมที่จะใช้ในการพยากรณ์ได้ดี ซึ่งแสดงให้เห็นค่าที่พยากรณ์ใกล้เคียงค่าจริงและมีความแม่นยำอยู่ในเกณฑ์ดี ส่วนผลของการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างปี 2547-2551 จากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่นที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง

ข้อเสนอแนะ

1. ในปี 2546 พบว่านักท่องเที่ยวเกือบทุกประเทศที่เป็นตลาดหลัก 10 อันดับแรกลดลงจากปีที่แล้ว ซึ่งในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้นจากปีที่ผ่านมาควรมุ่งเน้นไปที่ประเทศที่เป็นตลาดหลักที่สำคัญ เช่น ประเทศมาเลเซีย และญี่ปุ่น และประเทศอื่นๆ เป็นต้น เนื่องจากถ้านักท่องเที่ยวจากประเทศที่เป็นตลาดหลักลดลงไปในอัตราเพียงเล็กน้อยจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงไปมาก

2. รายได้จากการท่องเที่ยว จะเพิ่มขึ้นหรือลดลงจะขึ้นอยู่กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนวันพักเฉลี่ย จึงควรหาวิธีให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในแต่ละวันมากขึ้น และควรจะเน้นการจูงใจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องควรเร่งรัดจัดทำแผนเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยมากขึ้น พร้อมทั้งหาวิธีที่จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจและต้องการกลับมาซ้ำอีก โดยส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ตลอดจนส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่เดิมมีความพร้อมในด้านสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งรณรงค์เอกลักษณ์ไทยให้คนไทยมีอหยาศัยดีและมีความซื่อสัตย์

4. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นตัวแปรที่สำคัญ เช่น ราคาค่าโดยสารเครื่องบิน ตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น ไม่ว่าจะเป็นภาวะระดับราคาน้ำมัน โรคระบาดต่างๆ สถานการณ์การก่อการร้าย เป็นต้น ควรนำมาพิจารณาคด้วย

5. การศึกษารูปแบบสมการที่เหมาะสม เพื่อใช้พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญต่อการกำหนดแผนและนโยบายด้านการท่องเที่ยว ซึ่งควรที่จะแยกศึกษาเป็นรายประเทศ ทั้งนี้ ในแต่ละประเทศมีปัจจัยที่ส่งผลต่อความต้องการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ การใช้เทคนิคการพยากรณ์เพื่อทดสอบหารูปแบบสมการที่ดีที่สุด

หลายๆ วิธี ซึ่งจะมีความแตกต่างกัน โดยจะทำให้ได้รูปแบบสมการที่เหมาะสมสำหรับการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต

ภาคผนวก ก
ประเภทของการพัฒนาการท่องเที่ยว

ประเภทของการพัฒนาการท่องเที่ยว

1. การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (Multi City Trip) พัฒนาให้มีการท่องเที่ยวเชื่อมโยงประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อวางรากฐานให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในแถบภูมิภาคเอเชีย

2. การท่องเที่ยวในเมือง (City Trip) พัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการเที่ยวชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชนในจังหวัดที่มีศักยภาพ ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ นครราชสีมา สุรินทร์ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ตลอดจนการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพอย่างถูกวิธีในที่พักผ่อน เช่น การนวดแผนไทยประคบสมุนไพร การอาบน้ำแร่ การใช้วิธีสูดกลิ่นบำบัด (Aroma Therapy) เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเชิงรักษาฟื้นฟูสุขภาพ (Health Healing Tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวสวยงาม รวมทั้งแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทำกิจกรรมรักษาฟื้นฟูสุขภาพ ตรวจร่างกายและบำบัดโรค

5. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และผจญภัย (Eco Tourism & Soft Adventure) พัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวใหม่ๆ ที่เริ่มได้รับความสนใจสูงขึ้น เช่น การชมทัศนียภาพด้วยเรือค้ำน้ำ ในพื้นที่พญา และภูเก็ศ การปีนเขา ใต้หน้าผา จังหวัดกระบี่และเชียงใหม่ และการท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่ยังไม่พัฒนามากนัก

6. การพัฒนาสินค้าท่องเที่ยวที่มอบคุณค่าสร้างชิ้น เพื่อให้มีข้อมูลชัดเจนสามารถเข้าถึงความต้องการของตลาด เช่น การจัดทำข้อมูลพินิจภัณฑ์พื้น พินิจภัณฑ์ไดโนเสาร์ สวนสัตว์เปิดไนท์ซาฟารี เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวเส้นทางใหม่ (Routing) พัฒนเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ให้ดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยการสร้างเรื่องราวเชื่อมโยงในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว

8. ศูนย์กลางการประชุม สัมมนาและแสดงสินค้านานาชาติ เน้นการพัฒนาให้จังหวัดภูเก็ต เชียงใหม่ และจังหวัดอื่นๆ เป็นศูนย์กลางการประชุม สัมมนา รวมทั้งศูนย์แสดงสินค้า

9. การท่องเที่ยวพำนักระยะเวลานาน (Long Stay) โดยนักท่องเที่ยวจะได้ใกล้ชิดชิดและสัมผัสกับธรรมชาติที่สวยงาม มีโอกาสพบปะกับชุมชนท้องถิ่น และแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้จะต้องมีการพัฒนาข้อมูลและมาตรฐานของแหล่งท่องเที่ยว นั้น แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น เชียงใหม่ ภูเก็ต ชลบุรี เป็นต้น

10. การท่องเที่ยวเชิงกีฬา โดยเน้นการพัฒนาในสินค้าที่มีศักยภาพ เช่น กีฬา กอล์ฟ แข่งรถ ดำน้ำ เป็นต้น

11. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) โดยการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงเกษตรให้มีความดึงดูดมากขึ้น เช่น ฟาร์มโชคชัย จังหวัดนครราชสีมา ชมไร่่อ่งุ่น สวนผลไม้ เป็นต้น

12. การท่องเที่ยวเชิงศาสนา (Religious) โดยพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวทางถนนที่เชื่อมโยงสถานที่สำคัญทางศาสนาควบคู่กับการนำเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เช่น ทิวทัศน์ศาสนาอิสลามในภาคใต้ เป็นต้น

13. การท่องเที่ยวเชิงการศึกษา (Education Tourism) เป็นการท่องเที่ยวพร้อมกับการเรียนรู้ในสิ่งที่ต้องการและกำลังได้รับความนิยมในตลาด ได้แก่ การเรียนการนวดแผนไทย ทำอาหาร การนวดสมุนไพร เป็นต้น

ภาคผนวก ข
แผนการตลาดการท่องเที่ยว

แผนการตลาดการท่องเที่ยว ปี 2547

เป้าหมายตามกรอบยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย

วางรากฐานประเทศไทยมุ่งสู่การเป็น Tourism Capital of Asia

ทิศทางการดำเนินงาน

ปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ “มุ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ”

(Best Quality Tourists)

วัตถุประสงค์การดำเนินงานในภาพรวม

1. เพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดย
 - 1.1 เพิ่มค่าใช้จ่าย/คน/วัน
 - 1.2 เร่งอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้กลับคืนสู่แนวโน้มปกติ (เน้นกลุ่มคุณภาพและ First Visit)
 - 1.3 รักษาวันพักเฉลี่ยมิให้ลดลง
2. เพิ่มศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของภาครัฐและเอกชนไทย
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวร่วมกับประเทศพันธมิตรในภูมิภาค
4. ส่งเสริมไทยเที่ยวไทยเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้ และเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวม

เป้าหมายทางการตลาด	ตลาดต่างประเทศ	ตลาดในประเทศ
จำนวน	11.00 ล้านคน (+ 13.40%)	67.12 ล้าน Trips (+ 3.10%)
รายได้	340,000 ล้านบาท (+ 17.40%)	362,500 ล้านบาท (+ 20.07%)

กลุ่มเป้าหมายตลาดต่างประเทศ

1. ในเชิงภูมิศาสตร์ (Market)

1.1 เร่งการเติบโต (Intensive) กลุ่มตลาด คือ

เอเชียแปซิฟิก ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น จีน เกาหลี ฮองกง ไต้หวัน สิงคโปร์
อินเดีย อินโดจีน นิวซีแลนด์

ยุโรป ได้แก่ อังกฤษ อิตาลี รัสเซีย สเปน ฟินแลนด์

ตะวันออกกลาง ได้แก่ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ (U.A.E)

1.2 รักษาตลาด (Maintain) กลุ่มตลาด คือ

เอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์

ยุโรป ได้แก่ เยอรมัน ฝรั่งเศส สวิตเซอร์แลนด์ เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย
เบลเยียม สแกนดิเนเวีย

ยุโรปตะวันออก ได้แก่ กรีซ ตุรกี โปรตุเกส CIS & Baltic

อเมริกา ได้แก่ สหรัฐอเมริกา แคนาดา ละตินอเมริกา

ตะวันออกกลาง ได้แก่ อิสราเอล

แอฟริกา ได้แก่ แอฟริกาใต้

2. ในเชิงกลุ่มตลาด (Segmentation)

กลุ่มหลัก ได้แก่ MICE, High End, Golf, Wellness & Spa, Family, Diving,
Youth, Honeymooner

กลุ่มรอง ได้แก่ Senior, Ladies, Eco & Soft Adventure, Medial Tourism,
Long Stay, Film Maker Education

กลุ่มเป้าหมายตลาดในประเทศ

ครอบครัว, ผู้สูงอายุ, เยาวชน, คนทำงาน, MICE, ผู้มีรายได้สูง

สินค้าทางการท่องเที่ยว

1. สินค้าสำหรับตลาดต่างประเทศ

1.1 สินค้าหลักทางการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 4 Cluster ดังนี้

Cluster ที่ 1 ได้แก่ หาดทราย ชายทะเล เช่น พัทยา, ภูเก็ต, พังงา, กระบี่, สมุย, หัวหิน, ชะอำ

Cluster ที่ 2 ได้แก่ อุทยาน ธรรมชาติ ป่าเขา เช่น เชียงใหม่, กาญจนบุรี, เพชรบุรี

Cluster ที่ 3 ได้แก่ ประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม เช่น กรุงเทพฯ, เชียงใหม่, เชียงราย, สุโขทัย, กาญจนบุรี, อุทยาน

Cluster ที่ 4 ได้แก่ ความสนใจเฉพาะ เช่น Shopping, Food, MICE, Golf, Wellness & Spa

1.2 สินค้าใหม่พร้อมขาย 12 กลุ่ม ดังนี้

1.2.1 New Destination ได้แก่ เกาะช้าง, อุทัยธานี

1.2.2 Golf ได้แก่ เขาใหญ่, พัทยา, ระยอง-จันทบุรี, สมุย

1.2.3 Marine Activities ได้แก่ Under Water World พัทยา, เรือดำน้ำ ภูเก็ต

1.2.4 Wellness & Spa ได้แก่ ภูเก็ต แม่ฮ่องสอน, น้ำตกร้อนคลองท่อม

1.2.5 Eco & Self Adventure ได้แก่ เขาใหญ่ ดูนก แก่งกระจาน/สามร้อยยอด

1.2.6 Gateway to GMS ได้แก่ เชียงใหม่-จันทอนใต้, เชียงใหม่-พม่า, เส้นทางสู่อินโดจีน หมายเลข 8, 9

1.2.7 Historical Site ได้แก่ เส้นทางวัฒนธรรมมรดกโลก สุโขทัย กำแพงเพชร เชียงใหม่

1.2.8 Agro Tourism ได้แก่ ไร่รุ่งน ปากช่อง ฟาร์มโชคชัย, ทัวร์สวนผลไม้
ระยอง จันทบุรี

1.2.9 Cultural & Life Style ได้แก่ หมู่บ้านโลกโง่ ขอนแก่น, หมู่บ้านหนอง
ขาว กาญจนบุรี

1.2.10 MICE ได้แก่ Theme Party เชียงใหม่, อยูทยา, ลพบุรี

1.2.11 Man Made ได้แก่ ปราสาทไม้สังขรธรรม, พิพิธภัณฑ์พื้น

1.2.12 Event ได้แก่ Bangkok Film Festival, Pattaya Music Festival,
สงกรานต์, Thailand Grand Sale, ลอยกระทง, Bangkok Count Down, รายการกีฬาระดับ
นานาชาติ เช่น Golf Johny Walker Classic, Tennis Volvo, World Pool เป็นต้น

2. สินค้าสำหรับตลาดในประเทศ

นำเสนอ Unseen Product แบ่งได้เป็น 4 หมวด ดังนี้

2.1 Unseen Destination: แหล่งท่องเที่ยว Unseen ที่กระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาค
เช่น ทะเลแหวก กระบี่ พระธาตุหัวกลับ ลำปาง ฯลฯ

2.2 Unseen Paradise: ที่พักที่มี Character พิเศษ และ Location ที่สวยงาม

2.3 Unseen Adventure: การท่องเที่ยวแบบผจญภัย เช่น ล่องแก่ง ฯลฯ

2.4 Unseen Thainess: นำเสนอสินค้าประเพณี วัฒนธรรม และสิ่งศักดิ์สิทธิ์

กลยุทธ์การดำเนินงานด้านการตลาด

1. กลยุทธ์การโฆษณาและประชาสัมพันธ์

1.1 โฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ประเทศไทยให้เป็น
Quality Destination โดยการสร้างและเผยแพร่ Brand Image และแก้ไขปัญหาภาพ
ลักษณ์ด้านลบ

1.2 ประชาสัมพันธ์เพื่อขยายฐานลูกค้าโดยใช้ อาหาร ไทย และการแข่งขันกีฬา
ระดับนานาชาติ เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์ สร้างการรับรู้ประเทศไทย และ
สร้างเครือข่ายในการประชาสัมพันธ์ (ภาครัฐ-เอกชน ในต่างประเทศ) รวมถึงการเชิญนัก
เขียน สื่อมวลชน ทักษศึกษาแนะนำสินค้าพิเศษพร้อมเขียนบทความส่งเสริมสินค้า

2. กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดต่างประเทศ

2.1 มุ่งเน้นการทำตลาดที่ให้ผลตอบแทนสูง และคุ้มค่าการลงทุน (More for More) โดยการเจาะตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ สร้างกิจกรรมที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และนำเสนอสินค้าในลักษณะ Tailor Made มากขึ้น

2.2 การพัฒนาศักยภาพในการแข่งขัน โดยการจัดตั้งสำนักงาน ททท. ในต่างประเทศเพิ่มขึ้น Joint Marketing ร่วมกับบริษัทนำเที่ยว สายการบิน สร้างจุดขายสินค้า

2.3 ส่งเสริม World Event Marketing โดยการนำเสนอขายเทศกาลงานประเพณีและกิจกรรมให้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ได้แก่ งาน Bangkok International Film Festival, Pattaya Music Festival, เทศกาลสงกรานต์, ลอยกระทง, Thailand Grand Sale และ Bangkok Count Down

2.4 สร้างพันธมิตรทางการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน

2.5 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น Gateway สู่อุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)

3. กลยุทธ์ส่งเสริมตลาดในประเทศ

3.1 สร้างกระแสนิยมในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เชิงรุกให้มากขึ้น

3.2 สร้างสิ่งจูงใจและแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยว โดยการจัดกิจกรรมพิเศษ หรือ โครงการชิงโชคกระตุ้นการเดินทาง รวมถึงการใช้ราคาเป็นแรงจูงใจ

3.3 ส่งเสริมการขายแบบ Hard Sale โดยการจัด Consumer Travel Fair กระจายทั่วทุกภูมิภาค

3.4 ส่งเสริมให้มีการจัดประชุมสัมมนาและการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล ของหน่วยงานภาครัฐ-เอกชน

3.5 ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวทางรถยนต์

3.6 ส่งเสริมการท่องเที่ยวเยาวชนในรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

เงื่อนไขสู่ความสำเร็จ (Key Success Factors)

1. ความร่วมมือจากหน่วยงานเกี่ยวข้องข้างต้น

1.1 พัฒนาและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม

1.2 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการคมนาคม

ขนส่ง

1.3 พัฒนาการบริการและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

1.4 พัฒนาการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง

1.5 การดูแลรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

1.6 พัฒนากิจกรรมทางการท่องเที่ยว

1.7 สร้าง ระบบ การบริหารจัดการทางการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ

2. ได้รับการจัดสรรงบประมาณอย่างพอเพียงที่จะแข่งขันได้

ภาคผนวก ค
ผลการวิเคราะห์

Dependent Variable: LOG(VMAL)

Method: Least Squares

Date: 10/04/04 Time: 22:47

Sample(adjusted): 2532 2546

Included observations: 15 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	0.048551	2.137393	0.022715	0.9824
LOG(Y)	0.869075	0.166371	5.223727	0.0005
LOG(RPI)	-2.724634	0.955389	-2.851859	0.0190
LOG(CS)	-0.441478	0.178119	-2.478554	0.0351
LOG(EXR)	0.476316	0.429085	1.110074	0.2957
LOG(V(-1))	0.639499	0.205780	3.107683	0.0126
R-squared	0.947202	Mean dependent var		13.77670
Adjusted R-squared	0.917869	S.D. dependent var		0.196192
S.E. of regression	0.056226	Akaike info criterion		-2.629714
Sum squared resid	0.028452	Schwarz criterion		-2.346493
Log likelihood	25.72285	F-statistic		32.29189
Durbin-Watson stat	2.169198	Prob(F-statistic)		0.000017

Dependent Variable: LOG(VJAP)

Method: Least Squares

Date: 10/09/04 Time: 12:10

Sample(adjusted): 2532 2546

Included observations: 15 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	7.171901	8.966663	0.799841	0.4424
LOG(Y)	0.675343	0.653947	1.032719	0.3261
LOG(EXR)	0.503731	0.293545	1.716030	0.0969
LOG(V(-1))	0.534564	0.151482	3.528896	0.0055
LOG(T)	0.221790	0.085785	2.585417	0.0272
R-squared	0.934643	Mean dependent var		13.63041
Adjusted R-squared	0.908500	S.D. dependent var		0.298355
S.E. of regression	0.090250	Akaike info criterion		-1.711275
Sum squared resid	0.081450	Schwarz criterion		-1.475258
Log likelihood	17.83456	F-statistic		35.75117
Durbin-Watson stat	2.096911	Prob(F-statistic)		0.000007

บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2531. รายงานสถิติประจำปี 2531. กรุงเทพมหานคร:

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2535. รายงานสถิติประจำปี 2535. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2540. รายงานสถิติประจำปี 2540. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

_____. 2545. รายงานสถิติประจำปี 2545. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จุฑาทพร สุรเชษฐคมสัน. 2532. การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต.

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. 2542. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.

กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ฉัตรชัย ปานเฟื่อง. 2543. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์. 2537. การวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยว. เชียงใหม่:

คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2534. รายงานเศรษฐกิจและการเงิน. กรุงเทพมหานคร:

โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

_____. 2538. รายงานเศรษฐกิจรายเดือน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

_____. 2542. รายงานเศรษฐกิจรายเดือน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

_____. 2546ก. รายงานเศรษฐกิจรายเดือน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชวนพิมพ์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2546ข. **คู่มือการชำระเงิน** [Online]. Available URL:

<http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/Econdata/Econd&Finance/tab53.asp>

_____. 2546ค. **มูลค่าและปริมาณสินค้าออก** [Online]. Available URL:

<http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/Econdata/Econd&Finance/tab49.asp>

นฤมล สนธิถาวร. 2534. การประมาณปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุยจังหวัดสุราษฎร์ธานีในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นิคม จารุมณี. 2544. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

เพ็ญแข ศิริวรรณ. 2546. **โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี2546.**

กรุงเทพมหานคร: ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

มนตรี พิริยะกุล. 2545. **เทคนิคการวิเคราะห์สมการถดถอย.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

มาลีรัตน์ สุขศรี. 2540. การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุภารัตน์ พันธุ์นิกุล. 2545. **ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Alister, Mathieson, and Geoffrey Wall. 1996. **Tourism Economic. Physical and social impacts.** London: Longman.

Bull, Adrian. 1995. **The Economics of Travel and Tourism.** Melbourne: Wesley Longman.

- Nada, Kulendran, and Stephen F. Witt. 2001. Cointegration versus least squares regression. **Annals of Tourism Research** 28, 2 (March): 291-311.
- Sinclair Thea, M., and Stabler Mike. 1997. **The Economics of Tourism**. Britain: Routledge.
- The International Monetary Fund. 2003. **International financial statistics year Book 2003**. Washington D.C.: IMF.
- Tourism Authority of Thailand. 2003. **International Tourist Arrival 2003**. Bangkok: Tourism Authority of Thailand.
- Turner, Lindsay W., and Stephen F. Witt. 2002. **Pacific Asia Tourism Forecasts 2003–2005. Pacific Asia Travel in Summary**. n.p.
- Wang, Tie, Shang, and Ge Li-Cheng. 1985. Domestic tourism development in China: A regression analysis. **Journal of Travel Research** 24, 2 (November): 13-16.

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ ชื่อสกุล : นางสาวพรทิพย์ อิศรียานนท์
- วัน เดือน ปี เกิด : 29 ตุลาคม 2520
- สถานที่เกิด : จังหวัดชุมพร
- วุฒิการศึกษา : สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
จากโรงเรียนศรียาภัย จังหวัดชุมพร ปีการศึกษา 2538
สำเร็จปริญญาตรี บัญชีบัณฑิต
จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2542
- ตำแหน่งหน้าที่
การงานปัจจุบัน : เศรษฐกร สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง
กระทรวงการคลัง

