



การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวดังชาติในประเทศไทย

กิตติพงษ์ นันทเกษตร

สารนิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา 2548
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

THE EXPENDITURE OF FOREIGN TOURISTS IN THAILAND

KITTIPONG NUNTAKASAS

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

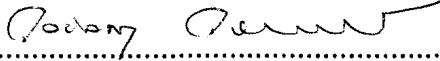
2005

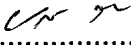
COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน นายกิตติพงษ์ นันทเกษม
คณะ เศรษฐศาสตร์

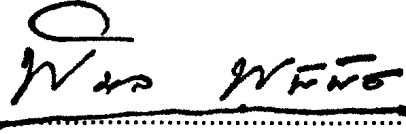
คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้
เห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์


.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์ ดร. วลัยลดา วิวัฒน์พนชาติ)


.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล)

อนุมัติให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรามคำแหง


.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุทธิพิช)

นักท่องเที่ยวต่างชาติในปีที่ผ่านมา มีจำนวนสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่าย
ของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้น 9.161,
14.582 และ 29.751 หน่วย ตามลำดับ (2) รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย
ออสเตรเลีย และ สหราชอาณาจักร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้จ่าย
ของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากผลของการศึกษา พบว่า เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่อง-
เที่ยวต่างชาติสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก ประเทศ
มาเลเซีย ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร เพิ่มขึ้น 75.371, 10.488 และ 22.607 หน่วย
ตามลำดับ (3) ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้า
ผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ มีความสัมพันธ์กันกับการใช้จ่ายของ
นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกัน
ข้ามกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากผลของการศึกษา พบว่า เมื่อดัชนีราคาสินค้า
ผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดย
เปรียบเทียบลดลง 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น
และสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้น 25,586,141.876 และ 9,968,138.916 หน่วย ตามลำดับ และ
(4) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศนัก
ท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศ
สหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ จากผลของการศึกษา พบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงิน
บาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้
ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 311,008.794 หน่วย

their total expenditure are in the same direction. With regard to the expenditure of foreign tourists from Malaysia, Australia and the United States, if the number of tourists from the previous year increased by one unit, their expenditure would increase by 9.161, 14.582 and 29.751 respectively. (2) Per capita income and the expenditure of tourists from Malaysia, Australia and the United Kingdom were in the same direction as the expenditure of the tourists. The results of the study found that if the per capita income of tourists increased by one unit, the expenditure of tourists from these countries would increase by 75.371, 10.488 and 22.607 respectively. (3) A comparison between the consumer price index in foreign countries and that of Thailand with the expenditure of foreign tourists, including those from Japan and the United States, showed that if the consumer price index of these foreign countries increased in the opposite direction to the expenditure of foreign tourists, the latter would increase by 25,586,141.876 and 9,968,138.916 respectively. (4) The currency exchange rate between the Thai baht and other currencies were in the same direction with the expenditure of tourists from the United States. The research results found that if the currency exchange rate between the Thai baht and the US dollar increased by one unit, the expenditure of tourists from the States would increase by 311,008.794.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จสมบูรณ์ได้ด้วยความกรุณาจาก รองศาสตราจารย์ ดร.วัลย์ลดา วิวัฒน์พนชาติ ประธานที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์ บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล กรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์ ที่ได้กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษา แนะนำ พร้อมทั้งแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา ผู้เขียนจึงขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณ มารดา พี่สาว ที่ให้การสนับสนุน และการอนุเคราะห์ในทุกสิ่งทุกอย่าง รวมทั้งกำลังใจที่มีให้เสมอมาในการทำสารนิพนธ์

ท้ายสุดนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ห้องสมุด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจ้าหน้าที่ห้องสมุดธนาคารกรุงศรีอยุธยา (สำนักงานใหญ่) และบรรณารักษ์สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยรามคำแหง ตลอดจนเจ้าของบทความ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่กรุณาให้การอนุเคราะห์ข้อมูลในการนำมาศึกษา คุณประโยชน์ทั้งหลายที่เกิดจากการศึกษาในครั้งนี้ ผู้เขียนขอขอบให้แต่ผู้มีอุปการคุณทุกท่านที่กล่าวมาข้างต้น หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้เขียนกราบขออภัย และขอน้อมรับความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ ตลอดจนการวิพากษ์จากผู้อ่าน และผู้ใช้ประโยชน์ทุกท่านด้วยความยินดี

กิตติพงษ์ นันทเกษม

สารบัญ

| | หน้า |
|--|------|
| บทคัดย่อภาษาไทย..... | (4) |
| บทคัดย่อภาษาอังกฤษ..... | (6) |
| กิตติกรรมประกาศ..... | (8) |
| สารบัญตาราง..... | (11) |
| สารบัญภาพประกอบ..... | (12) |
| บทที่ | |
| 1 บทนำ..... | 1 |
| ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา..... | 1 |
| วัตถุประสงค์ของการศึกษา..... | 4 |
| ขอบเขตของการศึกษา..... | 4 |
| สมมติฐานการศึกษา..... | 5 |
| วิธีดำเนินการศึกษา..... | 6 |
| นิยามศัพท์เฉพาะ..... | 8 |
| ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ..... | 10 |
| 2 แนวคิดทางทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง..... | 11 |
| แนวคิดทางทฤษฎี..... | 11 |
| วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง..... | 25 |
| 3 โครงสร้างการท่องเที่ยวของประเทศไทย..... | 41 |
| ความหมายของการท่องเที่ยว..... | 41 |
| ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว..... | 43 |

| บทที่ | หน้า |
|---|------|
| ประวัติความเป็นมา และวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวของไทย..... | 44 |
| องค์ประกอบของการท่องเที่ยว..... | 53 |
| บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว | |
| ต่อเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง..... | 57 |
| สถานการณ์โดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2547 | 60 |
| ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 | 67 |
| องค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว..... | 69 |
| 4 ผลการศึกษา..... | 72 |
| ประเทศมาเลเซีย..... | 72 |
| ประเทศญี่ปุ่น..... | 74 |
| ประเทศออสเตรเลีย..... | 75 |
| ประเทศสหรัฐอเมริกา..... | 77 |
| ประเทศสหราชอาณาจักร..... | 79 |
| 5 สรุป และข้อเสนอแนะ..... | 81 |
| สรุปผลการศึกษา..... | 81 |
| ข้อเสนอแนะ..... | 83 |
| ภาคผนวก | |
| ก ข้อมูลที่นำมาใช้ในการวิเคราะห์..... | 85 |
| ข ข้อมูลทั่วไป และลักษณะทางภูมิประเทศของไทย..... | 94 |
| ค ค่าทางสถิติ ที่ได้จากการคำนวณ..... | 100 |
| บรรณานุกรม..... | 105 |
| ประวัติผู้เขียน..... | 109 |

สารบัญตาราง

| ตาราง | หน้า |
|---|------|
| 1 จำนวนนักท่องเที่ยว และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ใน พ.ศ. 2547 | 61 |
| 2 ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547 | 86 |
| 3 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547..... | 87 |
| 4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547..... | 88 |
| 5 มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547 | 89 |
| 6 รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547 | 90 |
| 7 ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยว และประเทศไทย พ.ศ. 2523-2547..... | 91 |
| 8 อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว พ.ศ. 2523-2547..... | 92 |
| 9 ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบ พ.ศ. 2523-2547 | 93 |
| 10 ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศมาเลเซีย | 101 |
| 11 ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศญี่ปุ่น | 101 |
| 12 ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศออสเตรเลีย (ครั้งที่ 1)..... | 102 |
| 13 ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศออสเตรเลีย (ครั้งที่ 2)..... | 102 |
| 14 ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศสหรัฐอเมริกา (ครั้งที่ 1) | 103 |
| 15 ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศสหรัฐอเมริกา (ครั้งที่ 2) | 103 |
| 16 ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศสหราชอาณาจักร | 104 |

สารบัญภาพประกอบ

| ภาพ | หน้า |
|---|------|
| 1 กรณีอัตราค่าจ้างสูงขึ้นทำให้บุคคลทำงานเพิ่มขึ้น ท่องเที่ยวน้อยลง | 15 |
| 2 กรณีอัตราค่าจ้างสูงขึ้นทำให้บุคคลทำงานน้อยลง ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น | 16 |
| 3 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการลดค่าเงิน ในสินค้าส่งออก | 24 |
| 4 กรอบแนวความคิดการศึกษา การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในประเทศไทย..... | 40 |
| 5 การใช้เกวียนเป็นพาหนะสำหรับการเดินทางในอดีต | 45 |
| 6 พระพุทธบาท จังหวัดสระบุรี | 46 |
| 7 สมเด็จพระนารายณ์มหาราช..... | 47 |
| 8 การเดินทัพสมัยธนบุรี | 48 |
| 9 Sir John Bowring | 49 |
| 10 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5)..... | 51 |
| 11 การใช้รถรางรอบเขตพระนคร ในสมัยรัชกาลที่ 5 | 51 |
| 12 การคมนาคมทางน้ำ ในสมัยรัชกาลที่ 6 | 52 |

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมา และความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบัน สภาพการณ์ทั่วโลกกำลังประสบกับปัญหานานัปการ เช่น ปัญหาประชากรของโลกที่เพิ่มจำนวนมากยิ่งขึ้น ปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร วัตถุดิบ และพลังงานต่าง ๆ ฯลฯ ซึ่งปัญหาเหล่านี้ จะส่งผลกระทบต่อเชื่อมโยงไปทุกภาคเศรษฐกิจ สำหรับประเทศไทยก็กำลังประสบปัญหาเหล่านี้ด้วยเช่นกัน ทั้งปัญหาการขาดดุลการค้า และดุลการชำระเงิน ด้านผลิตผลทางการเกษตรก็เริ่มมีปัญหามากขึ้น จากขีดจำกัดด้านฤดูกาล พื้นที่เพาะปลูกที่ลดจำนวนลง และปัญหาการตลาดในการส่งออก เป็นต้น ท่ามกลางปัญหาดังกล่าว การท่องเที่ยว ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกี่ยวข้องกับการนันทนาการกลับทวีบทบาทสูงมากยิ่งขึ้น นอกจากจะสามารถนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศมาให้แก่ประเทศชาติเป็นจำนวนมากแล้ว ยังช่วยสร้างงานในสาขาที่เกี่ยวข้อง และช่วยกระจายความเจริญออกไปสู่ส่วนภูมิภาคได้เป็นอย่างดีอีกด้วย ทั้งนี้ เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (tourism industry) ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท ทั้งธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านการขนส่ง ธุรกิจด้านที่พัก อาหาร การจำหน่ายของที่ระลึก และธุรกิจการนำเที่ยว ซึ่งผลิตผลหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง คือ บริการกับธุรกิจที่เกี่ยวข้องทางอ้อม ซึ่งได้แก่ ผลิตผลสินค้าเกษตรกรรม และหัตถกรรม เป็นต้น

จากการศึกษาอัตราการเจริญเติบโตหรือการขยายตัวของการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก พบว่า ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากการที่ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรของการท่องเที่ยว ทั้งในทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม อธิปไตยไมตรี ซึ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนกับรายได้ที่เกิดจากการส่งออกสินค้า เพียงแต่ในกรณีนี้ผู้ซื้อได้เดินทางมาซื้อที่ประเทศไทย การท่องเที่ยวจึงมี

ความสำคัญต่อเศรษฐกิจของไทย เช่นเดียวกับการส่งออก (วุฒิเทพ อินทปัญญา และ จำลอง อติกุล, 2528, หน้า 6-7) ดังนั้น การขายสินค้า และการบริการให้กับนักท่องเที่ยว ชาวต่างประเทศ จึงนับได้ว่า เป็นการส่งสินค้าออกประเภทหนึ่ง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญยิ่ง ดังจะเห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ พ.ศ. 2536 จนถึง พ.ศ. 2545 มีจำนวนสูงถึง 10.8 ล้านคน แต่ใน พ.ศ. 2546 จำนวนนักท่องเที่ยว กลับลดลงเหลือ 10 ล้านคน หรือลดลงประมาณ 800,000 คน ทั้งนี้ อาจจะเป็นผลกระทบมาจากการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (โรคนซาร์ส) และการกักตัวจากการก่อการร้าย โดยประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2546 คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 309,269.02 ล้านบาท ซึ่งลดลงจาก พ.ศ. 2545 ร้อยละ 4.4 ส่วนใหญ่จะเป็นค่าซื้อสินค้า และของที่ระลึก รองลงมาได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร และเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง ค่าพาหนะภายในประเทศ ค่าบริการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ตามลำดับ นอกจากนี้ ยังพบว่า รายได้ส่วนใหญ่มาจากกลุ่มประเทศเอเชีย ตะวันออก รองลงมาเป็นกลุ่มประเทศจาก ยุโรป อเมริกา โอเชียเนีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ตามลำดับ สำหรับตลาดหลักที่สามารถทำรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ ญี่ปุ่น รองลงมา คือ มาเลเซีย สหราชอาณาจักร เกาหลี และอเมริกาตามลำดับ (เพ็ญแข ศิริวรรณ, ชินนะพงษ์ บำรุงทรัพย์, สายทอง อมรวิเชษฐ์ และ โสพร เสนิตันติกุล, 2546, หน้า 193-195) การลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นอกจากผลประโยชน์จะตกอยู่ภายในประเทศแล้ว ยังช่วยสร้างงาน และอาชีพอีกหลายแขนงส่งผลต่อการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในทิศทางที่ดีขึ้น นอกจากนี้ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับทางด้านสังคม การท่องเที่ยวก็เป็นการพักผ่อนที่ช่วยลดความตึงเครียดพร้อม ๆ กับสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างผู้มาเยือน และเจ้าของท้องถิ่น จากที่กล่าวมา จะเห็นว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ดังนี้

ทางด้านเศรษฐกิจ

รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศ จะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางด้านดุลการชำระเงิน เช่น ใน พ.ศ. 2546 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย สามารถทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศคิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 309,269.09 ล้านบาท โดยมีรายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย 55,810.71 ล้านบาท ทำให้ใน พ.ศ. 2546 ประเทศไทยได้ดุลการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 253,458.38 ล้านบาท ตามลำดับ (เพ็ญแข ศิริวรรณ และคนอื่น ๆ, 2546, หน้า 193-195) ส่วนที่เกินดุลนี้ จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต (multiplier effect) และการจ้างงาน โดยมีการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด จากผลการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า multiplier effect ในประเทศไทย มีค่าทวีประมาณ 2.06 เท่า กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเงิน 100 เหรียญ เงินนั้นจะกระจายไปกระตุ้นให้เกิดการผลิตในสาขาต่าง ๆ 2.06 เท่าตัว

ทางด้านสังคม และวัฒนธรรม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับแรงงานในแหล่งท่องเที่ยว ลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวง นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยังช่วยสนับสนุนการฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว

ทางการเมือง

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นการกระตุ้นให้มีมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และความมั่นคงให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งการสร้างสัมพันธไมตรีที่ดีต่อกัน นักท่องเที่ยว ดังจะเห็นว่า ได้มีคำสั่งโดยกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในการจัดตั้งหน่วยตำรวจเฉพาะกิจ เพื่อดูแล และให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศ เนื่องจากเป็นเครื่องมือในการดึงเงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ อันเป็นผลมาจากการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วย ค่าที่พัก ค่าอาหาร และเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าซื้อสินค้า และของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม จากผลของการเปลี่ยนแปลงปัจจัยทางเศรษฐกิจ ที่เกิดขึ้นในหลายประเทศภายในภูมิภาค ทำให้มีการแข่งขันทางด้านการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางในทุกระดับภูมิภาคของโลก ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงมีความสำคัญในการวางแผน และกำหนดแนวทางในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้มีความสอดคล้อง และเหมาะสมกับสถานการณ์ที่มีการเคลื่อนไหวอยู่ตลอดเวลา

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติระหว่างที่พำนักในประเทศไทย

ขอบเขตของการศึกษา

1. เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวยังประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2523-2547
2. เป็นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ที่มาท่องเที่ยวยังประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2523-2547

สมมติฐานการศึกษา

1. จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศเดียวกันที่เดินทางมายังประเทศไทยในปีถัดไป กล่าวคือ หากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีเป็นจำนวนมากในปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนหนึ่งเกิดจากความนิยมหรือประทับใจต่อสภาพของธรรมชาติ หรือทิวทัศน์ที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการต้อนรับ และการให้บริการของผู้ประกอบการที่แสดงออกต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยอัธยาศัยที่ดีงาม ก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในหมู่นักท่องเที่ยวด้วยกัน ด้วยเหตุนี้ จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นในปีถัดไป และส่งผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สูงขึ้น

2. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศนักท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการวัดอำนาจซื้อของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย กล่าวคือ หากระดับของรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้น ย่อมส่งผลต่ออำนาจซื้อ และปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สูงขึ้น

3. ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทย กล่าวคือ หากดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบมีค่าสูงขึ้น อันเนื่องมาจากระดับราคาสินค้าภายในประเทศลดลง ย่อมส่งผลต่อแนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สูงขึ้น

4. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทย กล่าวคือ หากอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยต่อสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยวมีค่าสูงขึ้น จะเป็นสาเหตุทำให้ค่าเงินภายในประเทศอ่อนค่าลง ทำให้ราคาสินค้า และบริการถูกลงใน

สายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยเหตุนี้ ย่อมส่งผลต่อแนวโน้มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สูงขึ้น

วิธีดำเนินการศึกษา

แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่นำมาใช้ในการศึกษาเป็นข้อมูล ทุติยภูมิ (secondary data) แบบอนุกรมเวลา (time series) โดยทำการเก็บรวบรวมจากงานค้นคว้าวิจัย รายงานสถิติ วารสาร บทความ และการสืบค้นจากอินเทอร์เน็ต มีรายละเอียด ดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำแนกตามถิ่นที่อยู่ มูลค่าการใช้จ่าย และระยะเวลาที่พำนักในประเทศไทย เก็บรวบรวมมาจากรายงานประจำปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยว เก็บรวบรวมมาจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ (International Monetary Fund--IMF)
3. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย เก็บรวบรวมมาจากฐานข้อมูลของธนาคารแห่งประเทศไทย

วิธีการวิเคราะห์

1. การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive analysis) โดยการอธิบายถึงโครงสร้างของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้แก่ ประวัติความเป็นมา องค์ประกอบของการท่องเที่ยว สถานการณ์การท่องเที่ยว ตลอดจนแผนงานที่จะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อให้เกิดความเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative analysis) เป็นการวิเคราะห์โดยใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ (multiple regression model) ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

(Ordinary Least Square--OLS) เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศที่ทำการศึกษา แล้วทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยเชิงซ้อน เพื่อวิเคราะห์ผลจากการเปลี่ยนแปลงของปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระ ซึ่งประกอบไปด้วย จำนวนนักท่องเที่ยว ในปีที่ผ่านมา รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย โดยเปรียบเทียบ และอัตราแลกเปลี่ยนในรูปตัวเงินระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว สำหรับการศึกษานี้ใช้ข้อมูลทศวรรษ ระหว่าง พ.ศ. 2523-2547 โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS version 11.5 ในการคำนวณ

แบบจำลองในการศึกษา

แบบจำลองของการศึกษา การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ซึ่งเขียนเป็นฟังก์ชันได้ ดังนี้

$$EXP_i = f(ARR_i^{t-1}, NI_i, RPI, EX_i, \epsilon)$$

กำหนดให้

EXP_i = มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (i) ระหว่างที่พำนักในประเทศไทยโดยคำนวณจาก ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน x จำนวนวันพักเฉลี่ย x จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละปี มีหน่วยเป็น พันล้านบาทต่อปี

ARR_i^{t-1} = จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทย (foreign tourist) ในปีที่ผ่านมา (t-1) มีหน่วยเป็น ล้านคนต่อปี

NI_i = รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (gross domestic product per capital) ซึ่งเป็นระดับอำนาจซื้อหรือรายได้ของนักท่องเที่ยวในประเทศ (i) มีหน่วยเป็น บาทต่อปี

RPI = ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวในประเทศที่
 ทำการศึกษาเปรียบเทียบกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของ
 ประเทศไทย โดยคำนวณจาก $RPI = \frac{CPI_i}{CPI_t}$

CPI_i = ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค (consumer price index) ของ
 ประเทศนักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษา โดยใช้ พ.ศ. 2545
 เป็นปีฐาน

CPI_t = ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค (consumer price index) ของ
 ประเทศไทย โดยใช้ พ.ศ. 2545 เป็นปีฐาน

EX_i = อัตราแลกเปลี่ยนที่แสดงในรูปสกุลเงินบาทของประเทศไทย
 กับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว มีหน่วยเป็นบาท

i = ประเทศที่ทำการศึกษา

ϵ = ค่าคลาดเคลื่อน

นิยามศัพท์เฉพาะ

อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ปริมาณของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่
 ถูกซื้อไปบริโภค ณ ราคาหนึ่งภายในระยะเวลาหนึ่ง โดยขึ้นอยู่กับสถานภาพทาง
 เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม ประสิทธิภาพทางการตลาด ฤดูกาล เป็นต้น

อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือที่
 เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มี เพื่อสนองต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย
 (1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (2) โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก (3) การ-
 ขนส่ง และอุปกรณ์ขนส่ง (4) อธิปไตยไมตรี และทรัพยากรทางวัฒนธรรม

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายใน
 และภายนอกราชอาณาจักร ประกอบไปด้วย (1) ธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งนักท่องเที่ยว
 (2) ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหาหรือจัดบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง สถานที่พัก
 สถานบริการ การนำเที่ยว มัคคุเทศก์ (3) ธุรกิจเกี่ยวกับการขายของที่ระลึกหรือสินค้าแก่

นักท่องเที่ยว (4) การดำเนินนิทรรศน์กรรม งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือดำเนินการอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้มีการท่องเที่ยว โดยพิจารณาได้ 2 ลักษณะ (1) พิจารณาจากลักษณะของการเกิดหรือรูปธรรม ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (natural resources) เช่น ป่า ภูเขา สภาพทางภูมิประเทศ ภูมิอากาศ เป็นต้น และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (man made resources) เช่น สถาปัตยกรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ สิ่งก่อสร้างต่าง ๆ ขนบธรรมเนียม ประเพณี และศิลปวัฒนธรรมของประเทศ เป็นต้น (2) พิจารณาจากลักษณะของนามธรรม ซึ่งอาจจะมีมองเห็นหรือรู้สึกได้แต่จับต้องไม่ได้ อันได้แก่ ศิลปะ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณี วิถีการดำเนินชีวิต อุตสาหกรรม การบริการ และการต้อนรับ เป็นต้น

นักท่องเที่ยว (tourist) หมายถึง ผู้มาเยือนชั่วคราว ซึ่งพำนักอยู่ในประเทศที่มาเยือนเป็นเวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เพื่อวัตถุประสงค์ในการพักผ่อน การหาความบันเทิง การบำรุงรักษาสุขภาพ การศึกษา การศาสนา และการกีฬาหรือเพื่อกิจกรรมทางเศรษฐกิจ การเยี่ยมญาติ การประชุมสัมมนา

นักท่องเที่ยวต่างชาติ (international visitor) หมายถึง บุคคลที่มีที่พักอาศัยถาวรในราชอาณาจักรไทยเดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน ทั้งนี้ ต้องมิได้รับค่าจ้างจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย แบ่งเป็น 2 ประเภท คือ (1) นักท่องเที่ยวต่างชาติ (international tourist) ที่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยอย่างน้อย 1 คืนแต่ไม่เกิน 60 วัน (2) นักทัศนาจรระหว่างประเทศ (international excursionist) ที่ไม่ค้างคืน หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาอยู่ในราชอาณาจักรไทยแต่ละครั้งโดยมิได้ค้างคืน

ระยะเวลาพำนัก (length stay) หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่ง ๆ ใช้ท่องเที่ยว ณ สถานที่หนึ่งในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยนับเป็นวันค้างคืน

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อนำไปใช้ในการวางแผนหรือกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และมีประสิทธิภาพ
2. เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการหรือนักลงทุนในการบริหารจัดการ และการกำหนดกลยุทธ์หรือแนวทาง ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดทางทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ นั่นคือ ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค และทฤษฎีอุปสงค์ อุปทาน เนื่องจากมีความสัมพันธ์โดยตรงต่อการบริโภคสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งการให้บริการที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มี เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ในช่วงระหว่างที่พำนักในประเทศไทย ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องเข้าใจถึงพฤติกรรมของการบริโภคสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว รวมทั้งปริมาณความต้องการที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วอันเป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของระดับราคา หรือภาวะความผันผวนของเศรษฐกิจ ที่ส่งผลกระทบต่อไหวตัวของปริมาณความต้องการสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยว

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคมีพื้นฐานของการวิเคราะห์ร่วมกัน คือ อาศัยพื้นฐานทางด้านจิตวิทยาในการเลือกซื้อสินค้าและบริการให้ตนเองได้รับอรรถประโยชน์มากที่สุด โดยมีเงื่อนไขภายใต้งบประมาณของผู้บริโภคที่มีอยู่อย่างจำกัด (วรณี จิเจริญ, 2535, หน้า 7-66) ที่สำคัญมี 3 ทฤษฎี คือ

1. ทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยการกำหนดหน่วยของอรรถประโยชน์ (cardinal utility approach)
2. ทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยการเรียงลำดับอรรถประโยชน์ (ordinal utility approach)
3. ทฤษฎีที่ผู้บริโภคเปิดเผยความพอใจ (revealed preference theory)

ทฤษฎีวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคโดยอาศัยการกำหนดหน่วยของอรรถประโยชน์
(*cardinal utility approach*)

การวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภค โดยการกำหนดหน่วยของอรรถประโยชน์ เกิดขึ้นในศตวรรษที่ 12-19 โดยกลุ่มนักเศรษฐศาสตร์ที่สำคัญ ได้แก่ W. Stanley Jevons, Leon Walras และ Alfred Marshall ซึ่งมีข้อสมมติในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ผู้บริโภคสามารถบอกความพอใจจากการบริโภคสินค้าแต่ละชนิดออกมาเป็นหน่วยนับได้มีหน่วย เรียกว่า util
2. อรรถประโยชน์เพิ่มจากการบริโภคสินค้าหน่วยเพิ่มจะลดลง (*diminishing marginal utility*)
3. อรรถประโยชน์รวม (*total utility*) คือ ผลรวมของอรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าแต่ละชนิด
4. อรรถประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับจากการบริโภคสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะเป็นอิสระจากอรรถประโยชน์ที่ได้รับจากการบริโภคสินค้าชนิดอื่น ๆ
5. ผู้บริโภคแต่ละคนมีความรู้อย่างสมบูรณ์เกี่ยวกับข้อมูลที่ใช้ตัดสินใจใช้จ่าย

เงื่อนไขสำหรับการหาดุลยภาพของผู้บริโภค ดุลยภาพของผู้บริโภค คือ ภาวะที่ผู้บริโภคได้รับอรรถประโยชน์หรือความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้าหรือบริการ ด้วยรายได้ที่มีอยู่อย่างจำกัด นั่นคือ ทุกครั้งที่จ่ายเงิน ผู้บริโภคจะต้องเปรียบเทียบอรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้าและบริการกับอรรถประโยชน์เพิ่มของเงิน ถ้าอรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้าและบริการมากกว่าอรรถประโยชน์เพิ่มของเงิน ผู้บริโภคก็จะซื้อสินค้านั้น แต่ถ้าหากว่า อรรถประโยชน์เพิ่มของสินค้าและบริการน้อยกว่าอรรถประโยชน์เพิ่มของเงิน ผู้บริโภคก็จะไม่ซื้อสินค้านั้น ดังนั้น ดุลยภาพของผู้บริโภคจะอยู่ ณ จุดที่ $MU \text{ ของสินค้า} = MU \text{ ของเงิน} = P \text{ สินค้า}$

เงื่อนไขสำหรับผู้บริโภคที่หาอรรถประโยชน์สูงสุดเมื่อซื้อสินค้าหลายชนิดมี 2 สมการ คือ

$$\frac{MU_x}{P_x} = \frac{MU_y}{P_y} = \dots = \frac{MU_n}{P_n} \quad (1)$$

$$I = P_x \cdot X + P_y \cdot Y + \dots + P_n \cdot N \dots \quad (2)$$

สมการที่ 1 แสดงให้เห็นว่า ผู้บริโภคจะได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด จะต้องซื้อสินค้าไปในทางที่จะทำให้อรรถประโยชน์เพิ่มของเงินที่ใช้ซื้อสินค้าหน่วยสุดท้ายของสินค้าแต่ละชนิด $\frac{MU}{P}$ มีค่าเท่ากัน ถ้าอรรถประโยชน์เพิ่มของเงินที่ใช้จ่ายซื้อสินค้าหน่วยสุดท้ายของสินค้าแต่ละชนิดไม่เท่ากัน อรรถประโยชน์รวมจะเพิ่มขึ้น โดยการลดค่าใช้จ่ายจากการซื้อสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์เพิ่มน้อย และเพิ่มการใช้จ่ายในสินค้าที่ให้อรรถประโยชน์เพิ่มมากกว่า

สมการที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ผลรวมของรายจ่ายในการซื้อสินค้าแต่ละชนิดจะเท่ากับรายได้ (I) ซึ่งผู้บริโภคมีอยู่จำกัดในระยะเวลาหนึ่ง ๆ ดังนั้น รายจ่ายทั้งหมดไม่เกินอำนาจในการซื้อ (หรือ I) ของผู้บริโภค

ทฤษฎีการวิเคราะห์พฤติกรรมของผู้บริโภคโดยอาศัยการเรียงลำดับอรรถประโยชน์ (ordinal utility approach)

ในการวิเคราะห์ จะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า เส้นแห่งความพอใจเท่ากัน (Indifference Curve--IC) โดยมีสมมติฐานในการวิเคราะห์ ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีเหตุผลมุ่งที่จะหาอรรถประโยชน์สูงสุดด้วยงบประมาณที่มีอยู่อย่างจำกัด
2. ผู้บริโภคสามารถเรียงลำดับความพอใจของส่วนประกอบต่าง ๆ ของสินค้าที่บริโภคได้ โดยผู้บริโภคสามารถตัดสินได้ว่า ชอบส่วนประกอบของสินค้าใดมากกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ หรือมีความชอบไม่แตกต่างกับส่วนประกอบอื่น ๆ
3. ความพอใจของผู้บริโภคมีลักษณะคงเส้นคงวา (consistent) และถ่ายทอดได้ (transition) เช่น ถ้าส่วนประกอบของสินค้ากลุ่ม A ให้ความพอใจมากกว่าส่วนประกอบของสินค้ากลุ่ม B และส่วนประกอบของสินค้ากลุ่ม B ให้ความพอใจมากกว่าส่วนประกอบของสินค้ากลุ่ม C ดังนั้น ส่วนประกอบของสินค้ากลุ่ม A ย่อมให้ความพอใจมากกว่าส่วนประกอบของสินค้ากลุ่ม C

4. สินค้าทุกชนิดสามารถแบ่งออกเป็นหน่วยย่อย ๆ ได้ ดังนั้น ผู้บริโภคจะไม่มีข้อจำกัดของขนาดที่ซื้อ

5. ผู้บริโภคจะเห็นว่า สินค้าเป็นสิ่งที่ปรารถนา จึงพอใจได้สินค้าจำนวนมาก มากกว่าได้สินค้าที่มีจำนวนน้อย

ทฤษฎีที่ผู้บริโภคเปิดเผยความพอใจ (theory of revealed preference)

การวิเคราะห์ทฤษฎี โดยที่ผู้บริโภคเปิดเผยความพอใจ (theory of revealed preference) อาศัยข้อสมมติแต่เพียงว่าให้รสนิยม (taste) ของผู้บริโภคไม่เปลี่ยนแปลงเท่านั้น โดยมีหลักพื้นฐานว่า ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการก็เพราะผู้บริโภคชอบสินค้าและบริการชนิดนี้มากกว่าสินค้าชนิดอื่นหรือเพราะว่าสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคเลือกมีราคาถูกกว่าสินค้าชนิดอื่น เช่น มีสินค้า 2 ชนิด คือ A และ B แต่สินค้า A มีราคาสูงกว่า B แต่หากว่า ผู้บริโภคเลือกสินค้า A แสดงว่า ผู้บริโภคได้เปิดเผยความพอใจสินค้า A มากกว่าสินค้า B

สมมติฐานสำหรับการวิเคราะห์ทฤษฎีที่ผู้บริโภคเปิดเผยความพอใจมีดังต่อไปนี้

1. สมมติให้รสนิยมของผู้บริโภคไม่เปลี่ยนแปลง
2. ความพอใจที่ผู้บริโภคเปิดเผยออกมาจะกลับกันไม่ได้ เช่น ถ้าผู้บริโภคเคยพอใจกลุ่มสินค้า A มากกว่ากลุ่มสินค้า B แล้วผู้บริโภคจะต้องไม่กลับมาชอบกลุ่มสินค้า B มากกว่ากลุ่มสินค้า A เว้นแต่จะมีการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้า A อย่างไรก็ตาม ภายใต้สถานการณ์เดิมที่ไม่เปลี่ยนแปลง ผู้บริโภคต้องไม่แสดงการเปลี่ยนแปลงในความพอใจเดิม

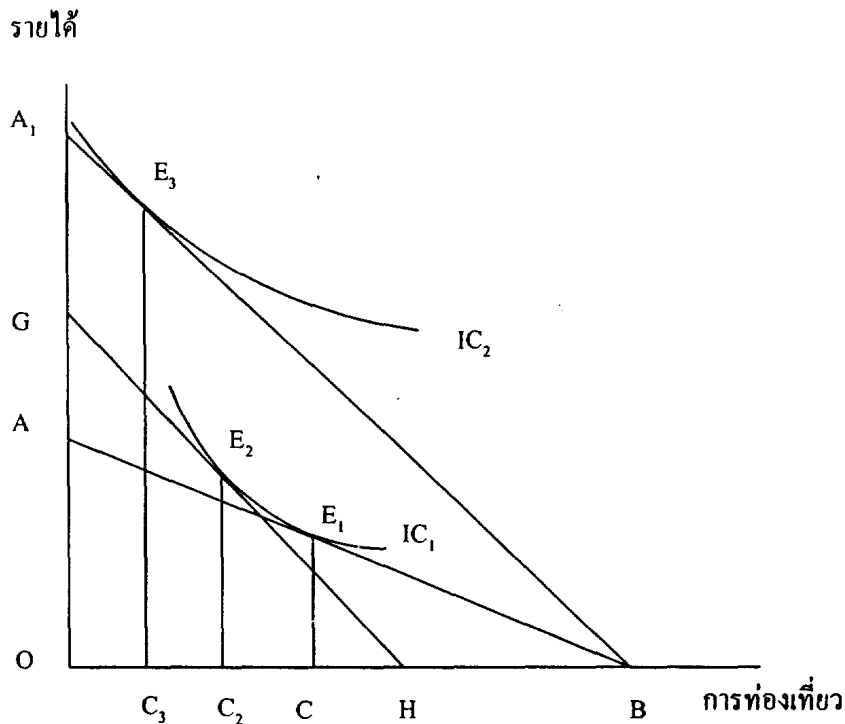
3. ความชอบที่เปิดเผยออกมาสามารถส่งผลต่อกันเป็นทอด ๆ ได้ (transitivity) เช่น ถ้าผู้บริโภคชอบสินค้ากลุ่ม A มากกว่าสินค้ากลุ่ม B และชอบสินค้ากลุ่ม B มากกว่าสินค้ากลุ่ม C ดังนั้น ผู้บริโภคชอบสินค้ากลุ่ม A มากกว่าสินค้ากลุ่ม C ด้วย

4. ผู้บริโภคพอใจกลุ่มของสินค้าจำนวนมาก มากกว่ากลุ่มของสินค้าจำนวนน้อย

5. ไม่ว่าจะเป็สินค้าชุดใดก็ตามที่ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้ากลุ่มนั้นได้ โดยการเปลี่ยนแปลงราคาให้เหมาะสม เพราะการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้า ทำให้เส้นงบประมาณเปลี่ยนแปลงจนกระทั่งสามารถลากผ่านกลุ่มของสินค้าที่กำหนดให้ นั่นคือ สามารถที่จะ

ลากเส้นงบประมาณผ่านจุด ซึ่งแสดงถึงสินค้ากลุ่มต่าง ๆ ได้ทั้งสิ้น เพื่อที่จะชักจูงให้
ผู้บริโภคซื้อสินค้ากลุ่มนั้น

การวัดผลทางด้าน การทดแทน และผลทางด้านรายได้ในการเลือกที่จะท่องเที่ยวหรือ
ทำงาน กรณีที่อัตราค่าจ้างเปลี่ยนแปลง



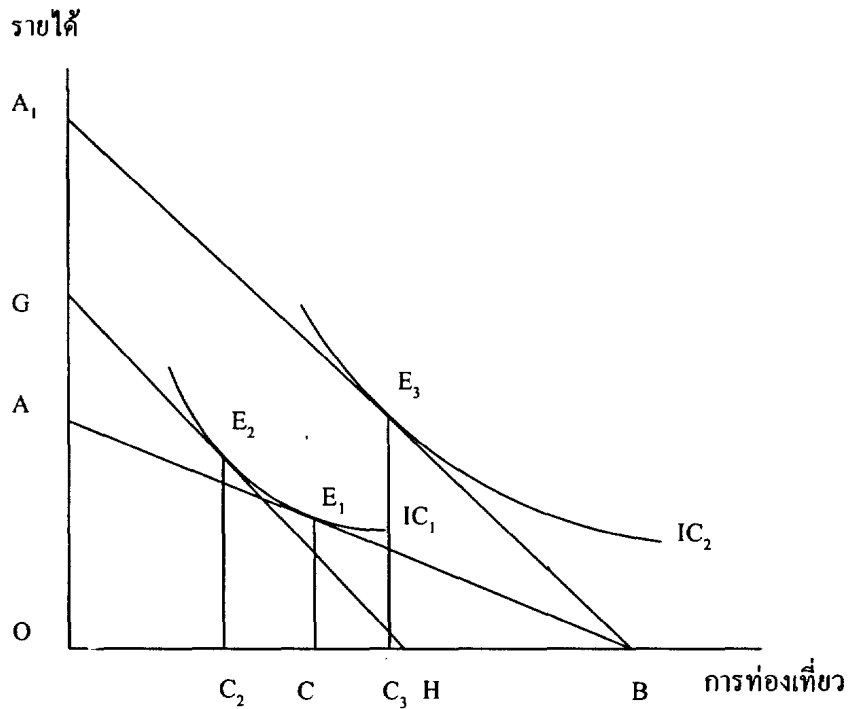
ภาพ 1 กรณีอัตราค่าจ้างสูงขึ้นทำให้บุคคลทำงานเพิ่มขึ้น ท่องเที่ยวน้อยลง

ที่มา. จาก เศรษฐศาสตร์จุลภาค 3 (หน้า 60), โดย วรณี จิเจริญ, 2540, กรุงเทพมหานคร:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จากภาพ 1 จุดดุลยภาพเดิมอยู่ที่จุด E_1 โดยบุคคลจะท่องเที่ยวเท่ากับ OC และทำงานเท่ากับ CB เมื่ออัตราค่าจ้างเพิ่มขึ้นเส้นงบประมาณเปลี่ยนเป็นเส้น A_1B จุดดุลยภาพใหม่อยู่ที่จุด E_3 บุคคลจะท่องเที่ยวลดลงจาก OC เป็น OC_3 และทำงานเพิ่มขึ้นจาก CB เป็น C_3B

จุด E_1 เป็นจุด E_2 เป็นผลทางด้าน การทดแทน และมีค่าเป็นลบ กล่าวคือ เมื่อค่าจ้างเพิ่มขึ้นบุคคลจะทำงานมากขึ้นเท่ากับ CC_2 และท่องเที่ยวน้อยลงเป็น OC_2

จุด E_2 เป็นจุด E_3 เป็นผลทางด้านรายได้ และมีค่าเป็นลบ กล่าวคือ เมื่อค่าจ้างเพิ่มขึ้นบุคคลจะทำงานมากขึ้นเท่ากับ C_3B และท่องเที่ยวน้อยลงเป็น OC_3



ภาพ 2 กรณีอัตราค่าจ้างสูงขึ้นทำให้บุคคลทำงานน้อยลง ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

ที่มา. จาก เศรษฐศาสตร์จุลภาค 3 (หน้า 61), โดย วรณี จิเจริญ, 2540, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

จากภาพ 2 จุดดุลยภาพเดิมอยู่ที่จุด E_1 โดยบุคคลจะท่องเที่ยวเท่ากับ OC และทำงานเท่ากับ CB เมื่ออัตราค่าจ้างเพิ่มขึ้นเส้นงบประมาณเปลี่ยนเป็นเส้น A_1B จุดดุลยภาพใหม่อยู่ที่จุด E_3 บุคคลจะท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก OC เป็น OC_3 และทำงานลดลงจาก CB เป็น C_3B

จุด E_1 เป็นจุด E_2 เป็นผลทางด้านการทดแทน และมีค่าเป็นลบ กล่าวคือ เมื่อค่าจ้างเพิ่มขึ้นบุคคลจะทำงานมากขึ้นเท่ากับ CC_2 และท่องเที่ยวน้อยลงเป็น OC_2

จุด E_2 เป็นจุด E_3 เป็นผลทางด้านรายได้ และมีค่าเป็นบวก กล่าวคือ เมื่อค่าจ้างเพิ่มขึ้นบุคคลจะทำงานลดลงเท่ากับ C_3B และท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น OC_3

ทฤษฎีอุปสงค์ (theory of demand) ของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ปริมาณของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่จะซื้อไปบริโภค ณ ระดับราคาหนึ่งในระยะเวลาหนึ่ง (ดู ชุมสาย, ม.ล. และณิพนัน พรหมโยธี, 2527, หน้า 77-91)

การวัดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ

อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง ระดับของความต้องการในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีต่อประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งมีสิ่งที่บ่งชี้ได้หลายอย่าง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้น (GNP) จำนวนประชากร จำนวนเงินในการพักของนักท่องเที่ยวภายในประเทศจากรูปแบบที่พักประเภทต่าง ๆ

อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในภูมิภาค การท่องเที่ยวภายในภูมิภาคสามารถวัดด้วยอุปสงค์การท่องเที่ยวจากประเทศอื่นในภูมิภาคเดียวกันหรือทวีปเดียวกัน มี 2 ชนิด คือ

1. นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักในประเทศอื่นของทวีป โดยมีสัญชาติของประเทศอื่น และชาวต่างประเทศที่กำลังพำนักในประเทศ
2. นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาถึง โดยเดินทางมาจากประเทศอื่น ๆ ในรูปแบบการท่องเที่ยวภายในภูมิภาค

อุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เป็นการรวมอุปสงค์ ทั้งข้อ 1 และข้อ 2 เข้าด้วยกัน

สิ่งที่กระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ของการท่องเที่ยว มีดังต่อไปนี้

ปัจจัยทางเศรษฐกิจ และสังคม

1. เวลาว่างหรือวันหยุด เป็นเงื่อนไขสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว การลดลงของเวลาทำงานในช่วงของสัปดาห์ และการเพิ่มขึ้นของวันหยุด เป็นปัจจัยหนึ่งของการพัฒนาการท่องเที่ยว เหตุผลก็คือ การมีวันหยุดที่ยาวนานขึ้นมีผลอย่างมากต่อการท่องเที่ยวภายในประเทศพอ ๆ กับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาค

2. รายได้เป็นปัจจัยที่สำคัญ ในการกระตุ้นให้เกิดอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า ประเทศที่มีผลิตภัณฑ์ประชาชาติเบื้องต้นต่อคนสูงจะมีอุปสงค์การท่องเที่ยวสูงเช่นเดียวกัน อิทธิพลของรายได้ต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับการกระจายรายได้

โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีผลโดยตรงจากความผันผวนในอัตราแลกเปลี่ยน

ปัจจัยส่วนบุคคล รสนิยม และความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว โดยผู้ผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวจะต้องศึกษาถึงรสนิยมตลอดจนความพอใจของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาสินค้า และบริการให้เป็นที่พอใจแก่นักท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว มี 3 ประเภท คือ

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (actual demand) หมายถึง จำนวนประชากรหรือผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้จริง เป็นอุปสงค์ที่มีความครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือ มีความต้องการ ความพร้อม และเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้า และบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

2. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (potential demand) หมายถึง จำนวนประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทาง โดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ทางด้านความต้องการแล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบทางการเงิน เวลาหรือการจัดการเพื่อการเดินทาง อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ อาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบตลาดให้ความสำคัญ และเข้ามาแก้ปัญหาของการให้เครดิต การจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจล้อยตามได้ (deferred demand) หมายถึง อุปสงค์ที่อาจกลายเป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และชนิดที่ 2 ได้ ภายใต้สมมติฐานที่ว่า มนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว และสำหรับอุปสงค์ประเภทนี้จะเป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้ และความต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวที่นั่น รวมทั้งบางครั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวอย่างมีศักยภาพด้วย (เงิน เวลา การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้หากใช้ระบบช่องทางการขาย การโฆษณาให้ถูกต้องแล้ว จะทำให้เป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้ไม่ยาก

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ เป็นการวัดขนาดของการตอบรับหรือการไหวตัวของปริมาณความต้องการสินค้าต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดอุปสงค์ (วรณี จิเจริญ, 2535, หน้า 82-102) ดังนั้น ความ

ยืดหยุ่นของอุปสงค์ คือ เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในตัวแปรกำหนดอุปสงค์ตัวหนึ่งที่ทำให้มีเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการสินค้า หรือความยืดหยุ่นของอุปสงค์ หมายถึง อัตราส่วนระหว่างเปอร์เซ็นต์จากการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อ กับเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตัวหนึ่งที่ทำให้อุปสงค์นั้นเปลี่ยนแปลง ถ้าให้ E คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ จะได้ว่า

$$E_d = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการซื้อ}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในตัวกำหนดอุปสงค์ใด ๆ}}$$

$$E_d = \frac{\text{marginal function}}{\text{average function}}$$

ความยืดหยุ่นแบ่งตามการเปลี่ยนแปลงของตัวกำหนดอุปสงค์ เช่น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่นหรือความยืดหยุ่นไขว้

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (price elasticity of demand) เป็นการวัดความไหวตัวของปริมาณความต้องการสินค้าชนิดหนึ่ง ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น โดยวัดการเปลี่ยนแปลงเป็นเปอร์เซ็นต์ ดังนั้น

$$E_d = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการซื้อสินค้า}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าชนิดเดียวกัน}}$$

ค่าความยืดหยุ่นปกติจะมีเครื่องหมายเป็นลบ ทั้งนี้เพราะว่า ราคามีความสัมพันธ์กับปริมาณซื้อในทิศทางตรงกันข้าม และเป็นสินค้าปกติ แต่ถ้าหากว่า มีเครื่องหมายเป็นบวก แสดงว่า ราคามีความสัมพันธ์กับปริมาณซื้อในทิศทางเดียวกัน และเป็นสินค้าด้อยคุณภาพหรือสินค้ากิฟเฟ่น

ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้มี 5 ชนิด คือ

1. ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์มากกว่าหนึ่ง เรียกว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นมาก (relatively elastic) หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลง

ไปคิดเป็นเปอร์เซ็นต์มากกว่าเปอร์เซ็นต์ของการเปลี่ยนแปลงของราคา นั่นคือ ปริมาณอุปสงค์ค่อนข้างมีความไหวตัวมากต่อการเปลี่ยนแปลง

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์น้อยกว่าหนึ่ง เรียกว่า อุปสงค์มีความยืดหยุ่นน้อย (relatively inelastic) หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปคิดเป็นเปอร์เซ็นต์ที่น้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนของราคา นั่นคือ ปริมาณอุปสงค์ค่อนข้างจะไม่ไหวตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของราคา

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์เท่ากับหนึ่ง (unitary) หมายความว่า เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงคิดเป็นเปอร์เซ็นต์เท่ากับการเปลี่ยนแปลงของราคา เส้นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นเท่ากับ 1 จะมีลักษณะเป็นเส้นโค้งที่เรียกว่า rectangular hyperbola ซึ่งมีคุณสมบัติ คือ พื้นที่ใต้โค้งชนิดนี้จะเท่ากันทุกจุดไม่ว่าจะคิด ณ จุดใด ๆ

4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นเท่ากับศูนย์ (perfectly inelastic) หมายความว่า ไม่ว่าราคาสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไรก็ตาม ปริมาณซื้อจะไม่เปลี่ยนแปลงตามไปด้วย เส้นอุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นเท่ากับศูนย์จะมีลักษณะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนราคา

5. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นเท่ากับอนันต์ (perfectly elastic) หมายความว่า แม้ราคาสินค้าจะคงที่ แต่ปริมาณซื้อจะเปลี่ยนแปลงได้ นั่นคือ การเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อไม่ขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของราคา ในกรณีนี้เส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนปริมาณ

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์อันเนื่องมาจากรายได้ (income elasticity of demand) เป็นการวัดความไหวตัวของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงในรายได้ของผู้บริโภค โดยวัดการเปลี่ยนแปลงเป็นเปอร์เซ็นต์ เรียกว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์อันเนื่องมาจากรายได้ ซึ่งหาได้จากอัตราส่วนของเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณอุปสงค์ต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในรายได้ ดังนั้น จึงเขียนได้ว่า

$$E_I = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณอุปสงค์}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในรายได้}}$$

$$E_I = \frac{\Delta Q}{\Delta I} \times \frac{I}{Q}$$

ถ้าเครื่องหมายค่าสัมประสิทธิ์ของความยืดหยุ่น ของอุปสงค์ต่อรายได้ (E_I) เป็นบวก แสดงว่า สินค้าชิ้นนั้นเป็นสินค้าปกติ (normal goods) ซึ่งอาจจะเป็นสินค้าปกติชนิดฟุ่มเฟือย (luxury goods) หากค่าสัมประสิทธิ์มีค่าเป็นบวก และมากกว่าหนึ่ง แต่ถ้าเป็นสินค้าปกติชนิดสินค้าจำเป็น ค่าสัมประสิทธิ์ของความยืดหยุ่นจะเป็นบวก และน้อยกว่าหนึ่ง

ถ้าเครื่องหมายค่าสัมประสิทธิ์ของความยืดหยุ่น ของอุปสงค์ต่อรายได้ (E_I) เป็นลบ แสดงว่า สินค้าชิ้นนั้นเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (inferior goods)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์อันเนื่องมาจากราคาสินค้าชนิดอื่นหรือความยืดหยุ่นไขว้ (cross elastic of demand) เป็นการวัดความไหวตัวของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าชนิดหนึ่งที่ได้รับต่อการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่ง โดยที่ตัวแปรกำหนดอุปสงค์อื่น ๆ คงที่ และวัดการเปลี่ยนแปลงออกมาเป็นเปอร์เซ็นต์ นั่นคือ

$$E_I = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการสินค้า X}}{\text{เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้า Y}}$$

$$E_I = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_y} \times \frac{P_y}{Q_x}$$

ทั้งนี้ ราคาสินค้าต่าง ๆ มีความเกี่ยวข้องกันทางใดทางหนึ่ง ใน 3 ทาง คือ

1. สินค้าเหล่านั้นอาจจะเป็นสินค้าที่แข่งขันกันหรือทดแทนกัน (competitive or substitute goods) หมายถึง ถ้าราคาสินค้าที่ทดแทนกันได้ ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งถูกลง ทำให้มีการซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้น และมีผลทำให้ต้องลดการซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ๆ ที่ราคาสินค้าชนิดนั้นคงที่ หรือในกรณีที่ราคาสินค้าที่ทดแทนกันได้มีราคาสูงขึ้นก็สามารถพิจารณาได้ในทำนองเดียวกัน

2. สินค้าเหล่านั้นอาจจะเป็นสินค้าที่ใช้ร่วมกัน (complementary goods) หมายถึง ถ้ามีการซื้อสินค้าชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำให้มีการซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นด้วย

3. สินค้าเหล่านั้นอาจจะเป็นสินค้าที่เป็นอิสระต่อกัน (independent goods) หมายถึง การซื้อสินค้าชนิดหนึ่งจะไม่มีผลต่ออุปสงค์ของสินค้าอีกชนิดหนึ่ง

ค่าสัมประสิทธิ์ของความยืดหยุ่นไขว้ (E_{XY}) เป็นบวกแสดงว่า สินค้า X และสินค้า Y เป็นสินค้าที่ใช้ทดแทนกัน (competitive or substitute goods)

ค่าสัมประสิทธิ์ของความยืดหยุ่นไขว้ (E_{XY}) เป็นลบแสดงว่า สินค้า X และสินค้า Y เป็นสินค้าที่ใช้ประกอบกัน (complementary goods)

ค่าสัมประสิทธิ์ของความยืดหยุ่นไขว้ (E_{XY}) เป็นศูนย์แสดงว่า สินค้า X และสินค้า Y ไม่มีความสัมพันธ์กันหรือสินค้าเป็นอิสระกัน (independent goods)

โดยทั่ว ๆ ไปแล้วอุปสงค์ของการท่องเที่ยวจะมีความยืดหยุ่นสูง (high elasticity) ทั้งนี้ เนื่องจากเหตุผล 3 ประการ คือ

1. ความสามารถทดแทนได้ของสินค้าอื่น เนื่องจากสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการไร้รูป (intangible goods) ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจะได้รับอรรถประโยชน์จากความรู้สึก ความพึงพอใจ ความสนุกสนานตื่นเต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถหาได้จากสินค้าชนิดอื่น

2. ขนาดของความจำเป็นที่จะแข่งขันกับสินค้าชนิดอื่น เนื่องจากการบริโภคสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวยังมีอาจจัดเป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นเหมือนสินค้าอุปโภค และบริโภคอย่างอื่น ดังนั้น นักท่องเที่ยวอาจจะเปลี่ยนใจไม่เดินทาง หากพบว่ามีความจำเป็นด้านอื่นที่มีความสำคัญกว่า

3. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ส่งผลต่อรายรับ และรายจ่ายทำให้ความต้องการซื้อเปลี่ยนตามไปด้วย โดยเฉพาะเวลาที่ราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น รายการค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวจะเป็นรายการแรกที่ถูกตัดออก หรือในทางตรงกันข้ามเมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ของการท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น

4. ความต้องการเดินทางขึ้นอยู่กับสมันิยม จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละสถานที่ อาจมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับสถานที่นั้น ๆ อยู่ในสมันิยมของผู้คนในยุคหน้านั้นมากน้อยเพียงใด

ทฤษฎีอุปทาน (theory of supply) ในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

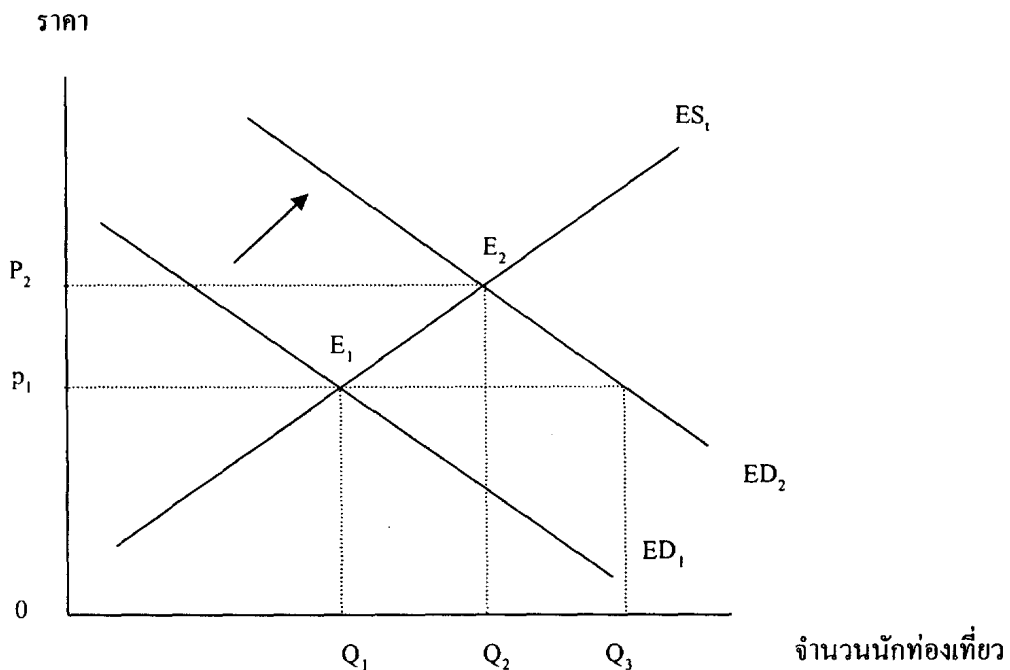
อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งที่สนองความต้องการของนักท่องเที่ยว (ดูย ชุมสาย, ม.ล. และณิพนัน พรหมโยธี, 2527, หน้า 77-91) หรืออีกนัยหนึ่ง คือ สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มี เพื่อสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 กลุ่ม คือ

1. ทรัพยากรธรรมชาติ
2. โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก
3. การขนส่ง และอุปกรณ์การขนส่ง
4. อุตสาหกรรมและบริการทางวัฒนธรรม

ลักษณะของอุปทานทางการท่องเที่ยว

1. เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็นความรู้สึก การซื้อขายเป็นการตกลงล่วงหน้าไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น
2. เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้ร่องรอยหรือสินค้าส่งออกจำบัง ในการขายสินค้าและบริการจะไม่มีตัวตนสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตเอง
3. ความไม่แน่นอนของคุณภาพสินค้าและบริการ เนื่องจากการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน จึงเป็นผลทำให้การควบคุมคุณภาพหรือมาตรฐานของสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การจราจร สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น
4. ปริมาณ คุณภาพ และกรรมสิทธิ์ ในส่วนของปริมาณ และคุณภาพของสินค้าและบริการจะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายแต่จะคงสภาพเดิม หากมีการจัดการ การพัฒนา และการอนุรักษ์ที่เหมาะสม ส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนสินค้าชนิดอื่น ๆ
5. ผลผลิตไม่สามารถเก็บกักไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่นปริมาณจำนวนห้องพักหรือแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น และไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักหรือแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้น การคาดคะเนแนวโน้ม จึงเป็นวิธีที่

จะช่วยในการจัดเตรียมสินค้าและบริการให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งจะนำไปสู่คุณภาพที่อุปสงค์ และอุปทานของการท่องเที่ยว



ภาพ 3 ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจากการลดค่าเงินในสินค้าส่งออก
ที่มา. จาก เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (หน้า 102-103), โดย วันรักษ์ มิ่งมณีนาคนิ, 2524,
กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

จากภาพ 3 เป็นผลกระทบของความผันผวนในอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เมื่อข้อจำกัดต่าง ๆ เป็นไปตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ ณ จุดดุลยภาพ E_1 ระดับราคาดุลยภาพ คือ P_1 ระดับปริมาณดุลยภาพ คือ Q_1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเท่ากับ OQ_1 ด้วยระดับราคาที่ใช้จ่ายเท่ากับ OP_1 รายรับที่ประเทศไทยได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเท่ากับ $OP_1E_1Q_1$ ต่อมา ค่าเงินบาทของประเทศไทยเกิดการเสื่อมค่า (depreciation) เมื่อเทียบกับเงินตราต่างประเทศ ทำให้สินค้าส่งออก ซึ่งในที่นี้ หมายถึง สินค้าและบริการจากการท่องเที่ยวถูกลงในสายตาของชาวต่างประเทศ เพราะการเสื่อมค่าของเงินบาทมีผลให้เงินตราต่างประเทศมีค่าเพิ่มขึ้น ทำให้อำนาจซื้อของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยมากขึ้น ดังนั้น เส้น ED_1 จะกลายเป็น ED_2 โดยในระยะสั้นเส้น ES_1 จะไม่เปลี่ยนแปลง เกิดดุลยภาพใหม่ที่จุด E_2 ระดับราคาดุลยภาพ คือ P_2 ระดับปริมาณดุลยภาพ คือ Q_2 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น OQ_2 รายรับที่ประเทศไทยได้รับทั้งหมดจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ $OP_2E_2Q_2$

อย่างไรก็ตาม อุปสงค์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยจะเพิ่มขึ้นในช่วงสั้นเท่านั้น กลไกของตลาดจะปรับให้ระดับราคามีการเปลี่ยนแปลงขึ้นลงอยู่ตลอดเวลาเพื่อรักษาคุณภาพของตลาด และเส้น Excess Supply--ES ก็จะไม่มีความยืดหยุ่นอย่างสมบูรณ์ดังที่มีการพิจารณา ดังนั้น รายรับที่ได้รับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศ นอกจากจะขึ้นอยู่กับความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนแล้วยังขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ และอุปทานด้วย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

วรรณกรรมภายในประเทศ

ณัฐวุฒิ ปงเมฆ (2547) ทำการศึกษา ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นของไทย กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดเชียงรายกับจังหวัดชลบุรี โดยใช้ข้อมูลทศนิยม พ.ศ. 2541 ทำการวิเคราะห์จากตารางปัจจัยการผลิต และผลผลิต (input-output analysis) เป็นเครื่องมือหลักในการศึกษา เพื่อทำการวิเคราะห์ถึงผลกระทบจากการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจ โดยแยกพิจารณาจากนักท่องเที่ยว คือ ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากนักท่องเที่ยวคนไทย และผลกระทบจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศรวมทั้งทฤษฎีโครงสร้างพื้นฐานทางเศรษฐกิจ สำหรับเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์ความสามารถในการผลิตของจังหวัดเชียงราย และจังหวัดชลบุรี

ผลการศึกษาพบว่า การท่องเที่ยวส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของทั้งสองจังหวัดทั้งในด้านการผลิต การจ้างงาน และรายได้ ส่วนผลกระทบต่อสาขากิจกรรมในระบบเศรษฐกิจของแต่ละจังหวัดจะแตกต่างกัน โดยเฉพาะค่าตัวทวีรายได้ (income multiplier) ของจังหวัดเชียงราย มีค่า 2.26 เท่าของรายได้จากนักท่องเที่ยวโดยตรง ส่วนค่าตัวทวีรายได้ของ

จังหวัดชลบุรี มีค่า 2.30 เท่า ด้านจังหวัดเชียงรายมีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว 6.50 พันล้านบาท ส่งผลให้มีการผลิตในจังหวัดทั้งหมด 14.67 หมื่นล้านบาท โดยเป็นการผลิตของธุรกิจการค้าส่งค้าปลีกเป็นอันดับหนึ่ง อันดับสองได้แก่ การผลิตของภาคการเกษตร ส่งผลให้เกิดการจ้างงาน 171,384 คน ซึ่งร้อยละ 40.99 เป็นการจ้างงานของภาคการเกษตรกรรม และสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในจังหวัด 8.17 พันล้านบาท จังหวัดชลบุรีมีการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยว 34.11 หมื่นล้านบาท ทำให้มีการผลิตในจังหวัดทั้งหมด 78.63 หมื่นล้านบาท ซึ่งอุตสาหกรรมการผลิตมีการผลิตมากที่สุด (30.43 หมื่นล้านบาท) มีการจ้างงาน 105,928 คน โดยเป็นการจ้างงานในภาคการค้าส่งค้าปลีกมากที่สุด และสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในจังหวัด 40.96 หมื่นล้านบาท

พรทิพย์ อีสริยานนท์ (2547) ทำการศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทย กรณีศึกษา นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และประเทศญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลitudinal แบบอนุกรมเวลา ระหว่าง พ.ศ. 2531-2546 ทำการศึกษาเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาเชิงปริมาณจากการใช้แบบจำลองสมการถดถอยพหุคูณ เพื่อทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด และใช้วิธีการทางสถิติทดสอบความแม่นยำของการพยากรณ์

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เดินทางมาประเทศไทย ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อบุคคล และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย แต่ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ และต้นทุนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคน มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาประเทศไทย พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ส่วนต้นทุนการเดินทางมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น

ผลการทดสอบอำนาจของการพยากรณ์รูปแบบสมการที่เหมาะสม พบว่า ค่าพยากรณ์สามารถนำไปใช้ได้ดี ส่วนผลของการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย

และประเทศญี่ปุ่นที่คาดว่าจะเดินทางมาประเทศไทยใน พ.ศ. 2547-2551 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง

ระพีพรรณ ทองหล่อ และคนอื่น ๆ (2546) ทำการศึกษา ลักษณะการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ และความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากการออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงเดือน พฤศจิกายน ถึง ธันวาคม 2545 และ มกราคม 2546 จำนวน 10 ประเทศ ประกอบไปด้วย ญี่ปุ่น มาเลเซีย ใต้หวัน จีน สิงคโปร์ ฮองกง สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา เกาหลี และเยอรมนี ที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยใน 6 จังหวัด ซึ่งเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต ชลบุรี (พัทยา) เชียงใหม่ สงขลา (หาดใหญ่) และสุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย) ทำการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยสถิติที่ใช้ คือ ความถี่ และร้อยละ (percentage)

ผลการศึกษา พบว่า ด้านความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเลือกซื้อสินค้า และของที่ระลึกประเภทเสื้อผ้ามากที่สุด รองลงมา คือ สินค้าประเภทหัตถกรรมไทย และเครื่องหนัง ตามลำดับ ส่วนในด้านความต้องการใช้บริการทางการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวเอเชียนิยมการท่องเที่ยวเชิงสันตนาการ ประเภทไนท์คลับ ดิสโก้เธค ร้องเพลง และเดินร่ำ ชาวยุโรป และอเมริกันนิยมการท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม การเยี่ยมชมวิถีชีวิต และวัฒนธรรมประเพณีไทย รองลงมา คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สำหรับแนวทางในการส่งเสริม และพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้ความสำคัญกับเรื่องของความเป็นไทย และความสมบูรณ์ของทรัพยากรการท่องเที่ยวมากที่สุด ขณะเดียวกันควรมีความตระหนักเรื่องการพัฒนา และฟื้นฟูทรัพยากรทางธรรมชาติ

ภูมรินทร์ สร้อยสุวรรณ (2544) ทำการศึกษา ผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาระหว่าง พ.ศ. 2522-2542 ทำการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาเชิงปริมาณ โดยวิธี cointegration ซึ่งแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนแรก ทำการทดสอบลักษณะ stationary ของข้อมูลด้วยวิธี unit root test พบว่า

ข้อมูลแต่ละประเทศมีลักษณะ stationary ณ ระดับ first difference ขั้นตอนที่สอง ทำการทดสอบ cointegration relationship เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบที่มีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย อันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยกับการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาว โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในแผนการตลาดเชิงรุกของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2544 ที่มีอำนาจในการจับจ่ายใช้สอยสูง และมีสัดส่วนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในปริมาณที่สูง ได้ทำการศึกษาในด้านอุปสงค์ (demand) และอุปทาน (supply) โดยมีสมมติฐานดังนี้ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาว มีผลกระทบในทิศทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย

ผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรในแต่ละสมการมีความสัมพันธ์กันในระยะยาว ยกเว้นสมการอุปทานของประเทศมาเลเซียเท่านั้น ผลสรุปที่ได้จากการศึกษาตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้

ฉัตรชัย ปานเฟื่อง (2543) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยอาศัยข้อมูลทศวรรษ พ.ศ. 2520-2541 ทำการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จากประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมายังประเทศไทยมากที่สุด 4 ประเทศ ได้แก่ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression) ในรูปของลอการิทึม วิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least squares method) และทำการพยากรณ์โดยการวิเคราะห์เส้นแนวโน้ม (trend) ตัวแปรอิสระ

คือ ตัวแปรเวลา ตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศที่ทำการศึกษา โดยใช้ ข้อมูลอนุกรมเวลา พ.ศ. 2538-2542 เพื่อทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว พ.ศ. 2543-2547

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

$$T_{jt} = f(Y_{jt}, PRI_{jt}, RER_{jt}, T_{t-1}, D, \varepsilon_t)$$

กำหนดให้

T_{jt} = จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามถิ่นที่อยู่ในประเทศ j ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ t

Y_{jt} = ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (real GDP) ของประเทศ j ในปีที่ t หมายถึง $\frac{NOMINAL - GDP}{GDP deflator} \times 100$ โดยใช้ พ.ศ. 2538 เป็นปีฐาน โดยที่ GDP deflator เป็นอัตราส่วนระหว่างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาปีปัจจุบันเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศโดยใช้ราคาคงที่ปีฐาน (ผลิตภัณฑ์มวลรวมที่แท้จริง)

PRI_{jt} = ราคาสัมพัทธ์ ซึ่งเป็นดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ j ในปีที่ t หมายถึง สัดส่วนดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ j ในปีที่ t หรือ $\frac{CPIT_t}{CPIJ_t}$

$$RER = NEX \times \frac{CPIT_t}{CPIJ_t}$$

NEX = อัตราแลกเปลี่ยนในรูปตัวเงิน

$CPIT_t$ = ดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทยในปีที่ t โดยใช้ พ.ศ. 2538 เป็นปีฐาน

$CPIJ_t$ = ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ j ในปีที่ t โดยใช้ พ.ศ. 2538 เป็นปีฐาน

RER_{jt} = อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศ j ในปีที่ t หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนในรูปตัวเงิน และสัดส่วนของ $\frac{CPITt}{CPIJt}$

$T_{j,t-1}$ = จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศ j ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ $t-1$

$D = 1$ เกิดสงครามอ่าวเปอร์เซียใน พ.ศ. 2534

0 เหตุการณ์ปกติ

ε_t = ตัวคลาดเคลื่อนในปีที่ t (error term)

ผลการวิเคราะห์

1. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

$$\begin{aligned} \ln T_{JAP} = & 1.24478 + 0.73887 \ln PRI_{JAP} + 0.392311 \ln RER_{JAP} \\ & (2.164786)** \quad (3.975935)*** \\ & + 0.871748 \ln T_{JAP} (-1) - 0.000864 \ln Y_{JAP} - 0.213135D \\ & (7.545583)*** \quad (-0.024507) \quad (-0.418728) \\ R^2 = & 0.986449 \quad D.W. = 1.544542 \quad F = 203.8224 \end{aligned}$$

2. นักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร

$$\begin{aligned} \ln T_{TUK} = & -1.373901 + 1.641977 \ln PRI_{TUK} + 0.417457 \ln RER_{TUK} \\ & (6.048149)*** \quad (4.369939)*** \\ & + 0.755746 \ln T_{TUK} (-1) + 0.504259 \ln Y_{TUK} - 0.330318D \\ & (14.27679)*** \quad (1.868339) \quad (-4.321604)*** \\ R^2 = & 0.992928 \quad D.W. = 2.361684 \quad F = 280.7896 \end{aligned}$$

3. นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

$$\begin{aligned} \ln T_{TUS} = & -2.494076 + 1.114119 \ln PRI_{TUS} + 0.308828 \ln RER_{TUS} \\ & (2.206489)** \quad (1.203305) \\ & + 0.756394 \ln T_{TUS} (-1) + 0.618529 \ln Y_{TUS} - 0.165018D \\ & (3.635386)*** \quad (0.936499) \quad (-0.926708) \\ R^2 = & 0.981830 \quad D.W. = 2.208165 \quad F = 51.3019 \end{aligned}$$

4. นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

$$\begin{aligned} \ln\text{TAUS} = & -1.037402 + 1.974155\ln\text{PRIAUS} + 0.705007\ln\text{RERAUS} \\ & (3.132485)^{***} \quad (2.433577)^{**} \\ & + 0.612576\ln\text{TAUS}(-1) + 0.496373\ln\text{YAUS} - 0.229667\text{D} \\ & (3.996805)^{***} \quad (1.718546) \quad (-1.871829) \\ R^2 = & 0.975278 \quad \text{D.W.} = 2.187423 \quad \text{F} = 110.4608 \end{aligned}$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษา พบว่า ราคาสัมพัทธ์ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบันของทุกประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวของทุกประเทศ ยกเว้น ประเทศญี่ปุ่น ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์กันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในทิศทางตรงกันข้าม วิฤตการณ์อ่าวเปอร์เซียมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของทุกประเทศ

ธงชัย ฐิปีติวิริยะ (2541) ทำการศึกษา อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2530-2540 โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรก ใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยการออกแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 99 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 10-15 ธันวาคม พ.ศ. 2541 ทำการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อวิเคราะห์ลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ส่วนที่สอง ใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา ระหว่าง พ.ศ. 2530-2540 ทำการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญ 12 จังหวัด ได้แก่ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา และภูเก็ต โดยใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (multiple regression analysis)

ผลการศึกษาในส่วนแรก พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีส่วนใหญ่มีอายุ 26-45 ปี ซึ่งประกอบอาชีพรับราชการ และพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้ 5,000-9,999 บาท เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคกลาง และกรุงเทพมหานคร มีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว 1,000-9,999 บาท ส่วนใหญ่พักโรงแรม และบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน มีวัตถุประสงค์การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติหรือเพื่อน และเพื่อการพักผ่อน ใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยว 1-4 วัน สาเหตุที่มาท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากจังหวัดกาญจนบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนา และปรับปรุงด้านแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัย และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาในส่วนที่สอง พบว่า รายได้ที่แท้จริงเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิชณุโลก และนครราชสีมา ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา และสงขลา ดัชนีราคาผู้บริโภค เป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ พิชณุโลก นครราชสีมา อุบลราชธานี และกาญจนบุรี จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมา เป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ จำนวนห้องพักเป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานคร พิชณุโลก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา งบประมาณของรัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานคร ชลบุรี อุบลราชธานี เพชรบุรี และสงขลา และตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงปีที่มีการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และประจวบคีรีขันธ์

สุจินต์พร จินตนา (2538) ทำการศึกษา การประมาณรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลา ระหว่าง พ.ศ. 2528-2537 ทำการศึกษาเชิงพรรณนาเพื่อวิเคราะห์เนื้อหา และการศึกษาเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์หรือจำนวนนักท่องเที่ยว จากประเทศที่เป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยวในประเทศไทย และศึกษาถึงอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว ตลอดจนรายได้

จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยใช้เครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า multiple regression analysis เพื่อวัดผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ และใช้การวิเคราะห์ time trend มาทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากนักท่องเที่ยว ที่สำคัญ 4 ประเทศ คือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เยอรมนี และอังกฤษ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยค่าห้องพักของโรงแรมระดับ 4 ดาว มีทิศทางของความสัมพันธ์แตกต่างกันไป ขึ้นอยู่กับสัญชาติของนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราเปรียบเทียบ และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั้ง 4 ประเทศ สำหรับการวิเคราะห์อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยว และอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ พบว่า อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดเรียงตามสัญชาตินักท่องเที่ยวตามลำดับ คือ นักท่องเที่ยวประเทศเยอรมนี อังกฤษ ญี่ปุ่น มาเลเซีย และอัตราการเติบโตของรายได้มากที่สุดจากการท่องเที่ยวที่มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเรียงตามลำดับ คือ รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ และมาเลเซีย

วิโชค อ้ามณี (2532) ทำการศึกษา อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิแบบอนุกรมเวลาในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2521-2530 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำแนกตามถิ่นที่อยู่ ได้แบ่งนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวม 6 ประเทศ คือ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมนี-ตะวันตก ฝรั่งเศส ทำการศึกษาเชิงปริมาณ เพื่อทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression)

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

$$N_i = f \left[\frac{P_i}{Y_i}, \frac{H_i}{Y_i}, \frac{D_k}{Y_i} \right]$$

แบบจำลองอุปสงค์การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

$$E_i = f \left[\frac{P_i}{Y_i}, \frac{H_i}{Y_i}, \frac{D_j}{Y_i} \right]$$

กำหนดให้

N_i = จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำแนกตามถิ่นที่อยู่
(i) ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย

P_i = ราคาค่าโดยสารเครื่องบินของประเทศนักท่องเที่ยว (i)
มายังประเทศไทย

Y_i = รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว (i) ที่เดินทาง
เข้ามาประเทศไทย

$\frac{P_i}{Y_i}$ = สัดส่วนเปรียบเทียบของราคาค่าโดยสารเครื่องบินกับ
รายได้เฉลี่ยต่อหัวในประเทศนักท่องเที่ยว

H_i = ราคาของโรงแรมเฉลี่ยต่อห้องทั่วประเทศปรับด้วยอัตรา
แลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ

$\frac{H_i}{Y_i}$ = สัดส่วนเปรียบเทียบระหว่างราคาโรงแรมเฉลี่ยต่อห้องกับ
รายได้เฉลี่ยต่อหัวในประเทศของนักท่องเที่ยว

E_i = มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำแนก
ตามถิ่นที่อยู่ (i) ที่มาใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

D_k = ตัวแปรหุ่น (dummy variable) ซึ่งแสดงเหตุการณ์พิเศษ
ในอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

D_j = ตัวแปรหุ่น (dummy variable) ซึ่งแสดงเหตุการณ์พิเศษ
ในอุปสงค์การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ผลการวิเคราะห์

แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย

1. นักท่องเที่ยว สหรัฐอเมริกา

$$\ln N_1 = 7.0869 - 0.4301 \ln (P_1/Y_1) - 0.4791 \ln (H_1/Y_1)$$

(-0.9871) (-3.1684)***

$$R^2 = 0.8027 \quad D.W. = 1.3108 \quad F = 24.09$$

2. นักท่องเที่ยว สหราชอาณาจักร

$$\ln N_2 = 3.1759 - 0.6765 \ln (P_2/Y_2) - 0.9686 \ln (H_2/Y_2)$$

(-2.8237)** (-9.6362)***

$$R^2 = 0.9634 \quad D.W. = 2.7693 \quad F = 92.0774$$

3. นักท่องเที่ยว ญี่ปุ่น

$$\ln N_3 = -172035.34 - 234362.74 \ln (P_3/Y_3) - 32703.524 \ln (H_3/Y_3)$$

(-5.4440)*** (7.9449)***

$$+ 88108.362D_3$$

$$(8.7079)***$$

$$R^2 = 0.9424 \quad D.W. = 2.1316 \quad F = 40.0027$$

4. นักท่องเที่ยว ออสเตรเลีย

$$\ln N_4 = 8.0164 - 0.4430 \ln (P_4/Y_4) - 0.7413 \ln (H_4/Y_4)$$

(-1.0914) (-3.6411)***

$$R^2 = 0.7749 \quad D.W. = 1.6632 \quad F = 12.0481$$

5. นักท่องเที่ยว เยอรมนีตะวันตก

$$\ln N_5 = 6.1134 - 0.6507 \ln (P_5/Y_5) - 0.4537 \ln (H_5/Y_5)$$

(-1.4889) (-4.0518)***

$$R^2 = 0.8693 \quad D.W. = 1.4075 \quad F = 23.2713$$

6. นักท่องเที่ยว ฝรั่งเศส

$$\ln N_6 = 4.4832 - 0.7603 \ln (P_6/Y_6) - 0.7053 \ln (H_6/Y_6) - 0.3569D_6$$

(-1.5032) (-3.8457)*** (-2.6427)**

$$R^2 = 0.8556 \quad D.W. = 0.8867 \quad F = 11.8528$$

แบบจำลองอุปสงค์การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย

1. ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว สหรัฐอเมริกา

$$\ln E_1 = 6981.078 - 35652.019 \ln (P_1/Y_1) - 3982707.1 \ln (H_1/Y_1)$$

(-1.8627) (-5.3713)***

$$R^2 = 0.9099 \quad D.W. = 2.1106 \quad F = 35.3653$$

2. ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว สหราชอาณาจักร

$$\ln E_2 = - 8.3224 - 2.5451 \ln (P_2/Y_2) - 1.4590 \ln (H_2/Y_2)$$

(-4.1644)*** (-5.6902)***

$$R^2 = 0.9383 \quad D.W. = 2.1969 \quad F = 53.2683$$

3. ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ญี่ปุ่น

$$\ln E_3 = - 8433.3137 - 399.6402 \ln (P_3/Y_3) - 1370.9431 \ln (H_3/Y_3)$$

(-0.1769) (-1.4087)

$$R^2 = 0.5389 \quad D.W. = 1.2691 \quad F = 4.0907$$

4. ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ออสเตรเลีย

$$\ln E_4 = - 18792.988 - 2702.327 \ln (P_4/Y_4) - 1878.9501 \ln (H_4/Y_4)$$

(-3.1090)*** (-4.3096)***

$$R^2 = 0.8859 \quad D.W. = 1.9799 \quad F = 27.1663$$

5. ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว เยอรมนีตะวันตก

$$\ln E_5 = - 12.1684 - 4.5871 \ln (P_5/Y_5) - 0.6422 \ln (H_5/Y_5)$$

(-5.93506)*** (-3.2426)***

$$R^2 = 0.9467 \quad D.W. = 2.6728 \quad F = 62.2214$$

6. ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ฝรั่งเศส

$$\ln E_6 = -2.8956 - 1.1291 \ln (P_6/Y_6) - 0.7319 \ln (H_6/Y_6) + 1.2793 D_6$$

(-2.0422)* (-3.5241)*** (11.0008)***

$$R^2 = 0.9701 \quad D.W. = 2.9404 \quad F = 64.8811$$

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ หมายถึง ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษา พบว่า อุปสงค์ในด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับราคาค่าโดยสารเครื่องบินกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 6 ประเทศ ส่วนราคาโรงแรมเฉลี่ยต่อห้องกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 5 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย เยอรมันตะวันตก และฝรั่งเศส ส่วนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ผลการศึกษา พบว่า อุปสงค์ในด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับราคาค่าโดยสารเครื่องบินกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว และมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก 5 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย เยอรมันตะวันตก และฝรั่งเศส ส่วนราคาโรงแรมเฉลี่ยต่อห้องกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก 3 ประเทศ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย

วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล (2528) ทำการศึกษา ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทฤษฎีภูมิจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พ.ศ. 2525 และข้อมูลการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ พ.ศ. 2526 ร่วมกับตารางปัจจัย-ผลผลิต (Input-Output analysis-I/O) ขนาด 58 x 58 สาขาการผลิต ทำการศึกษาเชิงพรรณนา เพื่อพิจารณาผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีต่อระบบเศรษฐกิจ

ผลจากการศึกษา พบว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศได้ร้อยละ 3.7 และ 2.75 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศทั้งหมดในปีนั้น

ในด้านการจ้างงาน นักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานร้อยละ 1.19 และ 0.99 ของการจ้างงานทั้งประเทศ ส่วนทางด้านผลของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสาขาการผลิตต่าง ๆ นั้น ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายร้อยละ 66.07 และ 59.75 ในภาคบริการ และร้อยละ 23.93 และ 40.25 ในภาคอุตสาหกรรมตามลำดับ สำหรับผลทางด้านดุลการชำระเงินนั้น ประเทศไทยได้รับเงินตราต่างประเทศสุทธิจากการท่องเที่ยวร้อยละ 26.48 ของรายได้จากดุลบริการทั้งหมด

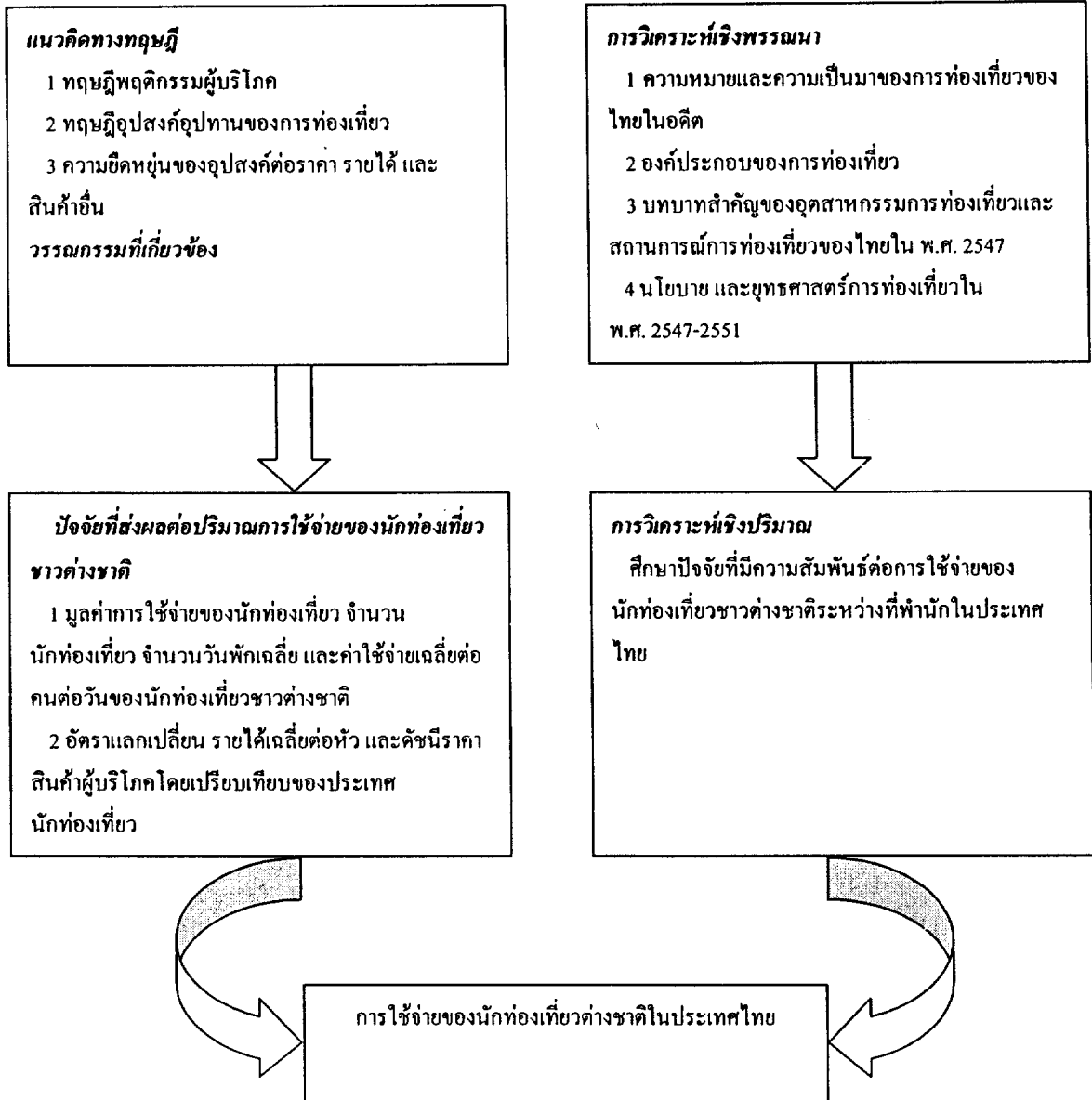
วรรณกรรมต่างประเทศ

Chadee and Mieczkowski (1987) ทำการศึกษา ผลกระทบอันเกิดจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา โดยใช้ข้อมูล ทศนิยมิรายไตรมาสในช่วง ค.ศ. 1976-1985 ทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา ศึกษาทั้งในด้านการส่งออก และนำเข้าในรูปแบบทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ กำหนดให้มีประเทศที่พิจารณาอยู่ 2 ประเทศ คือ ประเทศแคนาดา และสหรัฐอเมริกา ผลลัพธ์ก็คือ การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สมการที่ใช้พิจารณาทั้งทางด้านอุปสงค์ และอุปทาน ดังนี้คือ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวอเมริกันที่มีต่อการบริการทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศแคนาดา โดยขึ้นอยู่กับดัชนีค่าใช้จ่ายภายในประเทศแคนาดา ดัชนีค่าใช้จ่ายภายในประเทศสหรัฐอเมริกา รายได้บุคคลสุทธิของนักท่องเที่ยวอเมริกัน อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงคำนวณอยู่ในรูปค่าเงินดอลลาร์แคนาดา จำนวนประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา และตัวแปรหุ่นที่แสดงถึงระยะเวลาในแต่ละไตรมาส อุปทานจะวัดในรูปค่าใช้จ่ายที่แท้จริงต่อคนของนักท่องเที่ยวอเมริกันที่มาท่องเที่ยวในประเทศแคนาดา ซึ่งแสดงออกมาในรูปดอลลาร์แคนาดา และขึ้นอยู่กับดัชนีค่าใช้จ่ายภายในประเทศแคนาดา อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวอเมริกัน และตัวแปรหุ่น โดยใช้สมการถดถอย (ordinary least squares) ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษา พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนมีความยืดหยุ่นต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศแคนาดาประมาณ 1.26 หมายความว่า ทุก ๆ ร้อยละของการเปลี่ยนแปลงอัตรา

แลกเปลี่ยนจะมีผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่มาท่องเที่ยวประเทศแคนาดาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.26 สำหรับทางด้านอุปทาน อัตราแลกเปลี่ยนมีความยืดหยุ่นต่อค่าใช้จ่ายในประเทศแคนาดาประมาณ 0.52 แสดงว่า ค่าใช้จ่ายของชาวอเมริกันไม่ตอบสนองต่อความผันผวนของอัตราแลกเปลี่ยนมากนัก

กรอบแนวความคิดการศึกษา



ภาพ 4 กรอบแนวความคิดการศึกษา การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย
ที่มา. จากการวิเคราะห์

บทที่ 3

โครงสร้างการท่องเที่ยวของประเทศไทย

สำหรับในบทนี้ เป็นการพิจารณาถึงลักษณะทั่วไปของโครงสร้างการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยมีการกล่าวถึงประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. ความหมาย และประวัติความเป็นมา การท่องเที่ยวของไทยในอดีต
2. องค์ประกอบของการท่องเที่ยว
3. บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และสถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยใน พ.ศ. 2547
4. นโยบาย และยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2547-2551

ความหมายของการท่องเที่ยว

คำว่า “การท่องเที่ยว” (tourism) เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวางมิได้เฉพาะเพียงการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานบันเทิงเรีงรมย์ ดังที่ส่วนมากเข้าใจกัน การเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาความรู้ เพื่อการศึกษา เพื่อการติดต่อธุรกิจ ตลอดจนการเยี่ยมเยียนญาติพี่น้องก็นับว่าเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ฉะนั้นปรากฏการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบัน จึงเป็นภาพใหญ่ที่มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับ จนกระทั่งมีผู้กล่าวว่า ธุรกิจทางการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่มีความสำคัญ หากเทียบกับธุรกิจอื่น ๆ ที่เป็นรายการเดี่ยว ๆ (single item) ด้วยกัน

องค์การ การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ WTO) ได้ให้ความหมายของ “การท่องเที่ยว” ว่าหมายถึง การเดินทางใด ๆ ก็ตามที่เป็นการเดินทางที่สอดคล้องตามเงื่อนไขสากล 3 ประการ คือ

ประการที่ 1 การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว แต่ไม่ใช่ไปตั้งหลักแหล่งเป็นการถาวร

ประการที่ 2 การเดินทางนั้นเป็นไปด้วยความสมัครใจหรือความพึงพอใจของผู้เดินทางเอง ไม่ใช่เป็นการถูกบังคับ ไม่ใช่เพื่อทำสงคราม

ประการที่ 3 เป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตามที่ไม่ใช่ประกอบอาชีพหรือหารายได้ แต่เดินทางมาเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อเยี่ยมเยือนญาติมิตร เพื่อความเบิกบาน บันเทิงเรีงรมย์ เพื่อเล่นกีฬาต่าง ๆ เพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ และเพื่อติดต่อธุรกิจ

ใน พ.ศ. 2506 องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ที่ประชุมได้พิจารณา คำว่า “การท่องเที่ยว” เป็นคำที่มีความหมายกว้างขวาง ดังที่กล่าวมา จึงสมควรกำหนดคำจำกัดความของคำว่า “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืน” (international tourist) ให้เป็นคำที่กินความกว้างขวางขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่จะสามารถใช้เปรียบเทียบซึ่งกันและกันได้ต่อไป โดยเสนอแนะให้ประเทศสมาชิกใช้คำว่า “ผู้มาเยือน” (visitors) แทนคำว่า “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน” (tourists) ซึ่งคำว่า “ผู้มาเยือน” ให้หมายถึง บุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใด ๆ ก็ตามที่มิใช่ไปประกอบอาชีพหารายได้ คำว่า “ผู้มาเยือน” จะหมายรวมถึงผู้เดินทาง 2 ประเภท ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (tourists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป โดยใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ (local accommodation) และเดินทางมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักผ่อน ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ทักษะศึกษา ติดต่อธุรกิจ ร่วมการประชุม สัมมนา เป็นต้น โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยว ดังนี้

- 1.1 International tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ค้างคืนเดินทางเข้ามาในประเทศ และพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่เกิน 60 วัน

1.2 Domestic tourist หมายถึง นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืนอาจเป็นคนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทยเดินทางมาจากจังหวัดที่อยู่อาศัยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่น ๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่มีค่าใช้จ่ายหารายได้ และมีระยะเวลาที่พำนักไม่เกิน 60 วัน

2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (excursionists) ได้แก่ ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว และอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้ใช้บริการสถานที่พักแรม ณ แหล่งท่องเที่ยวที่นั่น ๆ เช่น ผู้เดินทางมาเที่ยวสำราญ (cruise) โดยแยกตามลักษณะของนักท่องเที่ยวได้ในทำนองเดียวกัน คือ

2.1 International excursionist หมายถึง นักทัศนาจรระหว่างประเทศ

2.2 Domestic excursionist หมายถึง นักทัศนาจรภายในประเทศ

ทั้งนักท่องเที่ยวประเภท tourist และ excursionist เป็นกลุ่มนักเดินทาง (traveler) ที่สามารถติดตามการเดินทาง และจัดเก็บเป็นข้อมูลสถิติได้

สำหรับประเทศไทยก็ได้ยึดถือคำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นที่กรุงโรมนี้เป็นหลักในการจดนับสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” โดยหมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักอยู่ครั้งหนึ่ง ๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน (24 ชั่วโมง) และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อ (1) ท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมญาติหรือเพื่อมาพักผ่อน ฯลฯ (2) ร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนของสมาคมผู้แทนทางศาสนา นักกีฬา ฯลฯ (3) เพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่เพื่อทำงานหารายได้ (4) มาเที่ยวชมธรรมชาติที่แะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่า จะแะน้อยกว่า 1 คืน

ความหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (tourism industry)

พระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความหมายของ “อุตสาหกรรมท่องเที่ยว” ว่า หมายถึง อุตสาหกรรมใด ๆ ที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายใน และภายนอกราชอาณาจักรไทย มีค่าตอบแทน และหมายรวมถึง ธุรกิจนำเที่ยว สถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ธุรกิจสำหรับนักท่องเที่ยว และการดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง ออก

ร้าน การเผยแพร่หรือดำเนินการอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่เด่นชัด 4 ประการ โดยเทียบกับอุตสาหกรรมการผลิตได้ ดังนี้

1. โรงงาน หมายถึง แหล่งที่ผลิตสินค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ พื้นที่ในการประกอบกิจการท่องเที่ยว
2. ลูกค้า หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มาชมบ้านเมือง ธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม โดยสิ่งที่ได้รับ คือ ความพอใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การได้สิ่งแปลกใหม่ ความสะดวกสบาย การพักผ่อน และความทรงจำที่ประทับใจ สิ่งเหล่านี้ คือ สินค้าที่โรงงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องผลิตสนองความต้องการให้แก่ลูกค้า
3. สินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีข้อได้เปรียบ คือ สินค้าสามารถนำมาขายได้ตลอดไป เช่น ความสวยงามตามธรรมชาติ สิ่งสวยงามที่เกิดจากการสร้างขึ้น วิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น
4. การขนส่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นทั้งโรงงานและสินค้าไม่สามารถเคลื่อนที่ได้ นักท่องเที่ยว จึงต้องเดินทางมาซื้อสินค้าหรือบริการนั้น ณ แหล่งผลิตหรือโรงงานด้วยตนเอง

ประวัติความเป็นมา และวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวของไทย

การศึกษาถึงประวัติความเป็นมาของการเดินทาง และการท่องเที่ยวในสมัยอดีต นับว่า เป็นประโยชน์ที่จะช่วยให้เรามองเห็นภาพรวม และภูมิหลังพร้อมทั้งประวัติความเป็นมาที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบัน จากเหตุการณ์สำคัญในการเดินทาง การท่องเที่ยว และที่พักแรมจากตำนาน พงศาวดาร ประวัติศาสตร์ และสารานุกรม โดยนำเหตุการณ์สำคัญตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบันมาเรียงลำดับได้ ดังต่อไปนี้

การท่องเที่ยวในอดีตของประเทศไทย

พาหนะในการเดินทาง และท่องเที่ยวทางบก ได้แก่ แคร่ คานหาม เสลียง ซึ่งใช้คนแบกหรือหาม เกวียนเทียม วัวหรือควาย ชี่ม้าขี่ช้าง พาหนะเดินทาง และการท่องเที่ยวทางแม่น้ำ ลำคลอง ทางทะเล สถานที่ในการพักผ่อน เช่น บ้าน วัด วัง ศาลา



ภาพ 5 การใช้เกวียนเป็นพาหนะสำหรับการเดินทางในอดีต

ที่มา. จาก อุตสาหกรรมกรรมการท่องเที่ยว, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรค์, (2548), ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

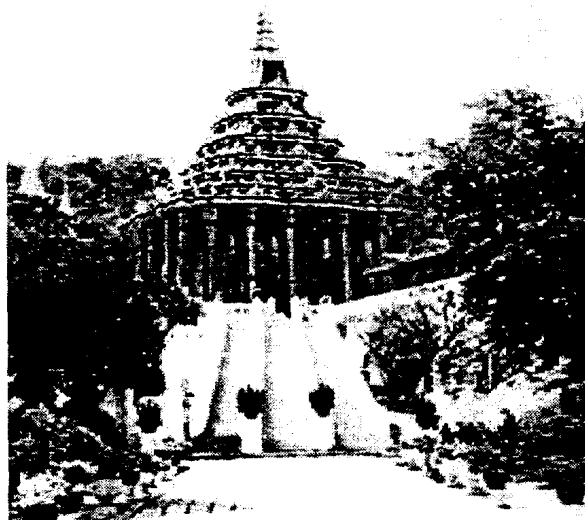
กรุงสุโขทัย

สมัยพ่อขุนรามคำแหง (พ.ศ. 1822-1842) มีการบันทึกในหลักศิลาจารึกหลักที่หนึ่ง มีข้อความว่า “เพื่อนจูงวัวไปค้า ชี่ม้าไปขาย ใครใคร่ค้าช้างค้า ใครใคร่ค้าม้าค้า...” ซึ่งแสดงว่า ในสมัยนั้นมีการเดินทางเพื่อทำการค้า และแลกเปลี่ยนสินค้าได้อย่างเสรี นอกจากนี้ยังมีการติดต่อค้าขายกับจีน ญี่ปุ่น และประเทศเพื่อนบ้าน โดยผ่านทางเรือสำเภา

กรุงศรีอยุธยา

สมัยพระรามาธิบดีที่ 2 (ประมาณ พ.ศ. 2054) ทำการค้าขายกับประเทศต่าง ๆ เช่น โปรตุเกส (จากมะละกาในแหลมมลายู) ฮอลันดา อังกฤษ ฝรั่งเศส พ่อค้าอาหรับ จีน ญี่ปุ่น และมลายู

สมัยสมเด็จพระเจ้าทรงธรรม (พ.ศ. 2153-2171) มีการพรอຍพระพุทธรูปโดยพรานบุญ (พรานป่าชาวเมืองสระบุรี) จึงทรงโปรดฯ ให้สร้างมณฑปครอบพรอຍพระพุทธรูปด้วยเหตุนี้ทำให้พระมหากษัตริย์ เจ้านายขุนนางตลอดจนประชาชนส่วนใหญ่ เกิดความเลื่อมใส ศรัทธา และมีการเดินทางไปจาริกแสวงบุญในเทศกาลบูชาพระพุทธรูป และเป็นที่นิยมของชนทุกชั้น มาจนกระทั่งปัจจุบัน



ภาพ 6 พระพุทธรูป จังหวัดสระบุรี

ที่มา. จาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรคิ์, (2548), ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

สมัยสมเด็จพระนารายณ์ (พ.ศ. 2199-2231) ส่งราชทูตเดินทางไปฝรั่งเศสสมัยพระเจ้าหลุยส์ที่ 14 ถึง 4 ครั้งคือ พ.ศ. 2223 และ พ.ศ. 2227 (ออกขุนพิชัยวานิต) ใน พ.ศ. 2228 และ พ.ศ. 2230 (โกษาปาน) ใช้เรือสำเภาหรือเรือกำปั่นใบในการเดินทาง

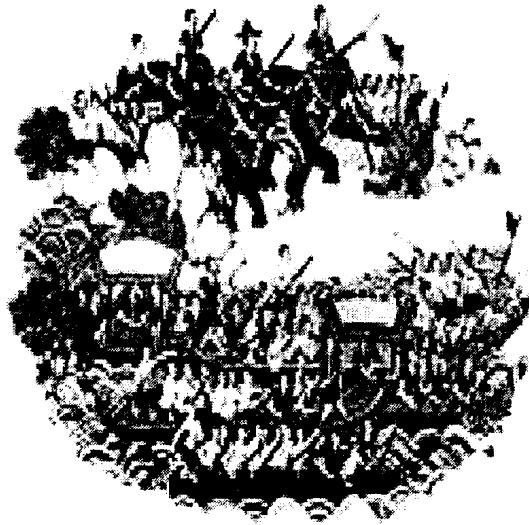


ภาพ 7 สมเด็จพระนารายณ์มหาราช

ที่มา. จาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรคี, (2548), ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

กรุงธนบุรี

สมัยสมเด็จพระเจ้าตากสิน (พ.ศ. 2310-2325) ใช้การเดินทางทั้งทางบก และทางน้ำ ทำสงครามขับไล่พม่า และปราบปรามหัวเมืองต่าง ๆ มีการเดินทางติดต่อค้าขายกับ ประเทศจีน ทรงโปรดให้ขุดคลองประจำเมืองธนบุรี คือ คลองหลอด เริ่มจาก ปากคลองตลาดออกมาที่แม่น้ำเจ้าพระยา คือ สะพานพระปิ่นเกล้าในปัจจุบัน



ภาพ 8 การเดินทัพสมัยธนบุรี

ที่มา. จาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรค์, (2548), ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

กรุงรัตนโกสินทร์

สมัยรัชกาลที่ 1 (พ.ศ. 2325-2352) ย้ายเมืองหลวงจากธนบุรีมาอยู่ที่ กรุงเทพมหานคร ดังนั้น คลองหลอดจึงใช้เป็นเส้นทางสำหรับการคมนาคมขนส่งในยามปลอดสงคราม มีการเดินทางเยี่ยมชมเยือนกันระหว่างหัวเมืองต่าง ๆ

สมัยรัชกาลที่ 2 (พ.ศ. 2353-2366) บ้านเมืองมีความสงบ และทำการค้ากับต่างประเทศมากขึ้น โดยสถานกงสุลแห่งแรกในสมัยนั้น คือ สถานกงสุลของประเทศโปรตุเกส ซึ่งรัชกาลที่ 2 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ พระราชทานบ้าน อองเชียงสือ ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นสถานกงสุล ซึ่งปัจจุบันก็ยังคงอยู่ ณ ที่นั้นตราบเท่าทุกวันนี้ คือ ตรอกกัปตันบุช บริเวณถนนเจริญกรุง

สมัยรัชกาลที่ 3 (พ.ศ. 2367-2393) มีการติดต่อกับชาวตะวันตกมากขึ้น เช่น พ่อค้านานาชาติ บาทหลวงฝรั่งเศส มิชชันนารีอเมริกัน เป็นต้น โดยเฉพาะหมอเดเนียด บีช บรัคเลย์ (D.B. Bradley) เป็นทั้งแพทย์ และมิชชันนารีที่ทำประโยชน์ให้แก่ประเทศไทยอย่างมาก เนื่องจากได้นำวิชาการแพทย์แผนใหม่มาเผยแพร่ มีการปลูกฝีป้องกันโรคเป็นครั้งแรก ที่สำคัญยิ่ง คือ การเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับเมืองไทยให้ชาวตะวันตกได้รู้จัก

สมัยรัชกาลที่ 4 (พ.ศ. 2394-2411) ในช่วงแผ่นดินของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ประเทศไทยได้เปิดประตูการค้าขายกว้างขวางขึ้นกับชาวตะวันตก และมีการทำสัญญาเบาริ่ง ซึ่งเป็นสนธิสัญญาทางการค้ากับประเทศอังกฤษโดย Sir John Bowring เป็นทูตอังกฤษ



ภาพ 9 Sir John Bowring

ที่มา. จาก *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรคี, (2548), ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

สำหรับใน พ.ศ. 2398 มีเรือสินค้าเข้ามากรุงเทพมหานครถึง 103 ลำ จากเดิมปีหนึ่งจะมีเรืออังกฤษไม่ถึง 4 ลำ หลังจากนั้น 19 เดือนต่อมา พ่อค้าในกรุงเทพมหานครได้ทำการแต่งเรือออกไปค้าขายยังต่างประเทศถึง 37 ลำ พ.ศ. 2399 Townsend Harris เข้ามาทำสนธิสัญญาในนามของรัฐบาลสหรัฐอเมริกา และมีการปรับปรุงทางการคมนาคมทางน้ำ เช่น ขุดคลองผดุงกรุงเกษม หรือทางบก มีการสร้างถนนในพระนคร เช่น ถนนเจริญกรุง ถนนบำรุงเมือง และถนนเฟื่องนคร พ.ศ. 2400 รัชกาลที่ 4 ทรงโปรดให้ส่งคณะทูตไปประเทศอังกฤษ โดยมีล่ามหลวง คือ หม่อมราโชทัย (นิราศ-ลอนดอน) หลังจากนั้นใน พ.ศ. 2404 ทรงโปรดให้พระยาศรีพิพัฒน์เป็นราชทูตไปประเทศฝรั่งเศสในรัชสมัยของพระเจ้านโปเลียนที่ 3

สมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2411-2453) การท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น ทรงเสด็จประพาสหัวเมืองเป็นการส่วนพระองค์ โดยไม่มีการจัดการรับเสด็จ หรือที่เรียกว่า “ประพาสต้น” สำหรับการเสด็จประพาสต่างประเทศ เช่น การเสด็จประพาสยุโรปครั้งแรก 13 ประเทศ ได้แก่ อิตาลี สวิตเซอร์แลนด์ ออสเตรีย-ฮังการี รัสเซีย-โปแลนด์ สวีเดน เดนมาร์ก อังกฤษ เบลเยียม เยอรมนี ฮอลแลนด์ (เนเธอร์แลนด์) ฝรั่งเศส สเปน และโปรตุเกส ใน พ.ศ. 2440 โดยเรือพระที่นั่งมหาจักรี รวมเป็นเวลา 8 เดือน 9 วัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาที่มหาอำนาจอังกฤษ และฝรั่งเศสเข้าแทรกแซงกิจการภายในของไทย รวมทั้งการนำความรู้ และวิทยาการมาปรับใช้ ก่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในบ้านเมืองทุกด้าน นับตั้งแต่ประเพณีราชสำนัก การเลิกระบบทาส ระบบไพร่ ตลอดจนการส่งพระราชโอรส พระบรมวงศานุวงศ์ และขุนนางไปศึกษาวิทยาการแขนงต่าง ๆ ในทวีปยุโรป เพื่อกลับมาเป็นกำลังสำคัญในการปรับปรุง และพัฒนาประเทศ ตลอดจนการก่อตั้งกิจการสำคัญต่าง ๆ เช่น การแพทย์ โทรเลข ไปรษณีย์ ไฟฟ้า น้ำประปา ตัดถนน คูคลอง สร้างสะพาน โรงเรียน โรงพยาบาล การฝึกหัดทหารแบบใหม่ ฯลฯ ส่งผลให้ประเทศเจริญก้าวหน้าทัดเทียมอารยประเทศ เกิดการนำเข้าสินค้าประเภทเครื่องจักรกล ตลอดจนเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น รถไฟ รถราง รถจักรยานยนต์ รถจักรยาน รถลาก เรือกลไฟ เรือแม่เหล็ก ยี่สิบห้า เครื่องเล่นแผ่นเสียง กล้องถ่ายรูป ภาพยนตร์ ตลอดจนเสื้อผ้า เครื่องประดับ ข้าวของเครื่องใช้แบบยุโรป



ภาพ 10 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว (รัชกาลที่ 5)

ที่มา. จาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรค์, (2548), ค้นเมื่อ 19
กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>



ภาพ 11 การใช้รถรางรอบเขตพระนคร ในสมัยรัชกาลที่ 5

ที่มา. จาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรค์, (2548), ค้นเมื่อ 19
กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

สมัยรัชกาลที่ 6 (พ.ศ. 2453-2468) ทรงเป็นพระมหากษัตริย์ไทยพระองค์แรกที่ได้รับการศึกษาอย่างชาวตะวันตก ณ ประเทศอังกฤษ เมื่อยังเป็นสมเด็จพระยุพราชเจ้าฟ้ามหาวชิราวุธ หลังจากเสด็จกลับจากอังกฤษได้เสด็จประพาสสหรัฐอเมริกา (ฟิลาเดเฟีย) ใน พ.ศ. 2445 แล้วข้ามมหาสมุทรแปซิฟิกมาแวะที่ประเทศญี่ปุ่น ก่อนเดินทางกลับประเทศไทย นอกจากนี้ ยังได้ทรงพัฒนาทางการคมนาคมขนส่ง การโรงแรม ทำให้มีโรงแรมชั้นนำหลายแห่งในสมัยนั้น เช่น Royal Hotel โรงแรมหัวหิน (กรมรถไฟหลวง) นอกจากนี้ ในด้านการท่องเที่ยว ทรงมีพระราชดำริให้จัดงานแสดงนิทรรศการระดับนานาชาติ “สยามรัฐพิพิธภัณฑ์” เพื่อนำเสนอทรัพยากร และผลผลิตของประเทศ แต่เป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่ง เมื่อรัฐบาลต้องประกาศยกเลิกงานแสดงสยามรัฐพิพิธภัณฑ์ก่อนถึงกำหนดการ เนื่องจาก พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวสวรรคตในวันที่ 25 พฤศจิกายน พ.ศ. 2468



ภาพ 12 การคมนาคมทางน้ำ ในสมัยรัชกาลที่ 6

ที่มา. จาก อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว, โดย จิราภรณ์ อัมพรพรรคี, (2548), ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก <http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

สมัยรัชกาลที่ 7 (พ.ศ. 2468-2477) ได้ทรงสนองพระราชประสงค์ของรัชกาลที่ 6 ที่จะให้เปลี่ยนแปลงแก้ไขวังพญาไทเป็นโรงแรม ซึ่งเปิดดำเนินการใน พ.ศ. 2469 และในปีเดียวกัน ได้ทรงออกพระราชบัญญัติการจัดบำรุงสถานที่ชายทะเลทิศตะวันตก เพื่อจัดเป็นสถานที่ตากอากาศและขยายความเจริญให้ราษฎรในท้องถิ่น สำหรับใน พ.ศ. 2470 มีโรงแรมชั้นนำเกิดขึ้นอีก 2 แห่ง คือ โรงแรมราชธานีของกรมรถไฟหลวงที่สถานีรถไฟหัวลำโพง และ Tracadero Hotel ของพระยาประภากรวงศ์ ที่มุมถนนสุรวงศ์ต่อกับถนนเจริญกรุง ส่งผลให้รัชสมัยนี้ การคมนาคมขนส่ง การส่งเสริมการท่องเที่ยว และ โรงแรมชั้นนำ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องมาจากรัชกาลก่อน ๆ

สมัยรัชกาลที่ 8 (พ.ศ. 2477-2489) สำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ได้สร้างโรงแรมรัตนโกสินทร์ และ โรงแรมสุริยานนท์ใน พ.ศ. 2485 (ตั้งอยู่ใกล้สะพานผ่านพิภพลีลา และสะพานผ่านฟ้าลีลาศ) เป็นเวลากว่าสิบปี ที่โรงแรมทั้ง 2 แห่ง มีชื่อเสียงในการให้บริการ และเป็นที่ชุมนุมของ high society สมัยนั้น ซึ่งรัฐบาลใช้เป็นที่พักผ่อนรับแขกเมือง และจัดงานเลี้ยงรับรองอยู่เสมอ เนื่องจากเป็นโรงแรมที่ดีที่สุดในขณะนั้น ต่อมาเอกชนได้เข้าโรงแรมรัตนโกสินทร์ และ โรงแรมสุริยานนท์ไปดำเนินการ และเปลี่ยนชื่อใหม่เป็น โรงแรม Royal และ โรงแรม Majestic ตามลำดับ

สมัยรัชกาลที่ 9 (พ.ศ. 2489-ปัจจุบัน) มีการก่อตั้ง องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (อ.ส.ท.) ใน พ.ศ. 2503 ต่อมาได้เปลี่ยนแปลงเป็น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ใน พ.ศ. 2522 สำหรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจในสาขาการท่องเที่ยว มีอัตราสูงกว่าการขยายตัวทางเศรษฐกิจส่วนรวม มีการลงทุนของภาคเอกชนในกิจการโรงแรมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะโรงแรมสำคัญที่เป็นต้นแบบของโรงแรมชั้นหนึ่ง คือ โรงแรมเอราวัณ และ โรงแรมราม่า

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย

1. นักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการท่องเที่ยว เพราะเป็นผู้ก่อให้เกิดการท่องเที่ยวขึ้น ดังนั้น นักท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่องค์กร และหน่วยงานต่าง ๆ ที่

เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทั้งระดับประเทศ และระดับโลก จะต้องทำการศึกษาวิจัย และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว เช่น ลักษณะของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษาตลอดจนวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวในการเดินทาง ฤดูกาลในการท่องเที่ยว ทักษะคตินักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำมาวางแผนในการพัฒนาการท่องเที่ยว

2. การเดินทางในการท่องเที่ยวก็คือ การเดินทางไปให้ถึงจุดหมายปลายทางตามที่นักท่องเที่ยวตั้งใจไว้ เช่นการเดินทาง ทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ โดยจะต้องสามารถอำนวยความสะดวกในการเดินทาง ทั้งความพร้อมของสภาพยานพาหนะ และระบบเส้นทางที่ใช้ในการเดินทาง ให้มีความปลอดภัยไปถึงจุดหมายปลายทางด้วยความเรียบร้อย

3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวออกเดินทางท่องเที่ยว เพื่อสนองความต้องการของตนเอง การท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้นั้น นักท่องเที่ยวจะต้องมีสิ่งจูงใจที่สำคัญ 4 ประการ คือ

3.1 แรงจูงใจทางกายภาพ (physical motivation) ได้แก่ เพื่อการพักผ่อน เปลี่ยนบรรยากาศ สนุกสนานรื่นเริง เล่นกีฬา สันทนาการ รักษาสุขภาพหรือเพื่อการพักผ่อน ฯลฯ

3.2 แรงจูงใจทางวัฒนธรรม (cultural motivation) ได้แก่ เพื่อการศึกษาหาความรู้ และประสบการณ์ในสิ่งที่ตนสนใจ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรมดนตรี ศิลปะ นาฏศิลป์ ศาสนา เป็นต้น

3.3 แรงจูงใจระหว่างบุคคล (inter personal motivation) ได้แก่ เพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล เพื่อกิจกรรมบางอย่าง ซึ่งเกิดจากการ ชักชวนหรือโน้มน้าวจิตใจ หรือความปรารถนาที่จะได้รู้จักคนใหม่ ๆ

3.4. แรงจูงใจทางด้านสถานภาพหรือชื่อเสียง (status and prestige motivation) ได้แก่ เพื่อการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มความรู้ ประสบการณ์ และสถานภาพของตนเองตลอดจนทำให้ตนเองได้รับชื่อเสียง เช่น การประชุม การอบรม การศึกษาดูงาน อาสาสมัคร ฯลฯ

4. ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ก่อให้เกิดการเดินทางหรือท่องเที่ยว เพื่อความเพลิดเพลินสนุกสนาน และเพิ่มพูนความรู้ตลอดจนทัศนคติที่กว้างขวาง

ในแง่ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวเปรียบเสมือน “สินค้า” และเป็นสินค้าที่สามารถดึงดูด “ลูกค้า” หรือนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาซื้อถึงที่ตั้งของสินค้า

ทรัพยากรการท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้ตามลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็น 3 ประการ ดังนี้

4.1 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ หมายถึง สภาพทางกายภาพของธรรมชาติที่มีความสวยงามหรือน่าสนใจต่อการเดินทางไปชม

4.2 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุสถาน และศาสนา หมายถึง สิ่งที่มีคุณค่า ที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นตามวัตถุประสงค์ และเพื่อประโยชน์ของมนุษย์เอง ทั้งที่เป็นมรดกทางอดีต และที่ได้สร้างขึ้นในปัจจุบัน ซึ่งมักมีลักษณะเป็นวัตถุพื้นทีหรือสิ่งก่อสร้าง แต่มีผลดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว อาทิ อนุสรณ์สถาน เมืองโบราณ ปราสาทหิน พระราชวัง ถ้ำมืองแดง อุทยาน ประวัติศาสตร์ พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ แหล่งโบราณคดีบ้านเชียง ฯลฯ

4.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรม หมายถึง รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม และการประเพณีปฏิบัติที่ยึดถือสืบทอดกันต่อมาตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีผลต่อการดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว

5. การคมนาคมขนส่ง ในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการต่อไปได้ โดยจะต้องมีการพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ต่อไปนี้

5.1 รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง จะแตกต่างกันตามลักษณะของการประกอบการ และความต้องการของนักท่องเที่ยว

5.2 การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว และในแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนสภาพการเดินทางสะดวก ปลอดภัย รวดเร็ว และมีมาตรฐานดีอย่างน้อยแค่ไหน

5.3 แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว พิจารณาว่าเป็นแบบใด เช่น เป็นหมู่คณะ กลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ยานพาหนะที่ใช้เป็นของส่วนตัวหรือสาธารณะ

5.4 บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการใช้ยานพาหนะประเภทนั้น ๆ เช่น สถานีขนส่งหรือบริการต้นทาง ระหว่างทาง หรือปลายทาง

5.5 รูปแบบหรือปัญหาทางด้านการจราจรที่จะส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวในการเดินทาง

6. ข้อมูลข่าวสาร และการบริการ เป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นได้แก่

6.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์หรือการจัดพิมพ์รายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวตลอดจนรายการเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ หรือฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละภาค เป็นต้น

6.2 การส่งเสริม และให้ความรู้ใหม่ ๆ โดยเผยแพร่เอกสารนำเที่ยวชุมชน

6.3 การอบรมมัคคุเทศก์ เพื่อเป็นการให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวที่สนใจในอาชีพการจ้ดนำเที่ยว รวมทั้งความรู้ความเข้าใจที่ชัดเจนต่อนักท่องเที่ยว

6.4 จัดทำแผนที่เส้นทาง และแผนที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง โดยจัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่ เพื่อใช้เป็นคู่มือประกอบการเดินทางท่องเที่ยว

7. การบริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แบ่งได้ 4 ประเภท ดังนี้

7.1 อาหาร และเครื่องดื่ม ต้องคำนึงในด้านสุขภาพ สะอาดถูกหลักอนามัยมีคุณค่าทางอาหาร และราคาไม่แพง เช่น ร้านอาหารประจำชาติต่าง ๆ ร้านอาหารพื้นเมือง ศูนย์อาหาร เป็นต้น

7.2 ของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง มีคุณค่าทางวัฒนธรรมควรแก่การเก็บรักษา มีความสวยงาม ราคาไม่แพง รวมทั้งการให้บริการจัดส่ง และบรรจุภัณฑ์

7.3 บริการด้านสถานที่จอดรถ จะต้องกว้างขวาง เข้าออกสะดวก และปลอดภัย

7.4 บริการสถานที่ และอุปกรณ์ สำหรับการออกกำลังกายให้กับนักท่องเที่ยว ควรจะมีทุกรูปแบบ ให้เหมาะสมกับสถานที่ และนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท

8. ความปลอดภัย และการอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง เช่น การแนะนำเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยวเมื่อได้รับความเดือดร้อน หรือการกำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวตลอดจนการอำนวยความสะดวกในการเข้าเมืองของนักท่องเที่ยว เช่น ระเบียบพิธีการเข้าเมือง การทำวีซ่า และศุลกากร

การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร การอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่ง และท่าอากาศยาน เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลต่อความรู้สึกประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศนั้น

9. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐานจากระบบสาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า ประปา มีเพียงพอ และใช้การได้ดี ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการหรือผู้ใช้บริการ การสื่อสาร การเดินทาง โทรเลข โทรศัพท์ โทรสาร อินเทอร์เน็ต จะต้องรวดเร็ว สะดวก มีปริมาณในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เพียงพอตลอดจนความสามารถในการกำจัดขยะ สิ่งปฏิกูลต่าง ๆ สถานพยาบาลมีความทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และคำรักษาพยาบาลอยู่ในระดับที่เหมาะสม

10. การสนับสนุนเรื่องอื่น ๆ เช่น การเงิน การธนาคาร สถานที่ศึกษาหรือแหล่งค้นคว้าในด้านต่าง ๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ เป็นต้น

บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อ เศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

ทางด้านเศรษฐกิจ

1. รายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ได้มาในรูปของเงินตราต่างประเทศมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลการชำระเงิน เช่นใน พ.ศ. 2546 การท่องเที่ยวสามารถทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศ คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 309,269.09 ล้านบาท โดยมีรายจ่ายจากการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทย 55,810.71 ล้านบาท ทำให้ใน พ.ศ. 2546 ประเทศไทยได้ดุลการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยว คิดเป็นมูลค่าทั้งสิ้น 253,458.38 ล้านบาท ตามลำดับ (เพ็ญแข ศิริวรรณ และคนอื่น ๆ, 2546, หน้า 193-195) ส่วนที่เกินดุลนี้จึงมีส่วนช่วยแก้ไขการขาดดุลในด้านอื่นได้เป็นอย่างมาก

2. รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นรายได้ที่กระจายไปสู่ประชากรอย่างกว้างขวาง ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพเชื่อมโยง และเป็นการเสริมอาชีพ โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ในช่วงนอกฤดูเก็บเกี่ยวจะส่งเสริมให้เกษตรกรมีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว เช่น การเป็นผู้นำเที่ยว การผลิตสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้าน

หรือการผลิตอาหารส่งไปยังเมืองท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งจะเป็นอาชีพเสริมที่สร้างรายได้เป็นอย่างดี

3. การท่องเที่ยวมีบทบาทในการกระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางไปที่ใดจะต้องมีการใช้จ่ายเป็นค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าสินค้า และของที่ระลึก เป็นการกระตุ้นให้เกิดการผลิตจากงานฝีมือของคนในท้องถิ่น ซึ่งส่งผลต่อตัวทวีคูณ (multiplier effect) ทางการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูงมากเมื่อเทียบกับการผลิตสินค้าหรืออุตสาหกรรมอื่น ๆ ทั้งนี้ multiplier effect ของการท่องเที่ยวที่เคยสำรวจในประเทศไทยมีค่าทวีคูณประมาณ 2.06 เท่า กล่าวคือ ถ้านักท่องเที่ยวเอาเงินมาใช้ 100 เหรียญ เงินนั้นจะกระจายไปกระตุ้นให้เกิดการผลิตในสาขาต่าง ๆ 2.06 เท่าตัว

4. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในการจำหน่าย อาจเรียกว่า limitless industry เมื่อเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ จากสถิติที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติของโลกได้มีปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว กล่าวคือ เมื่อ พ.ศ. 2493 นักท่องเที่ยวนานาชาติทั่วโลกมีจำนวนเพียง 25 ล้านคน และได้เพิ่มขึ้นเป็น 290 ล้านคนใน พ.ศ. 2527 อย่างไรก็ดี นักวิชาการทางการท่องเที่ยวก็ยังเชื่อว่า ปริมาณการท่องเที่ยวที่เป็นอยู่ในปัจจุบันเป็นแต่เพียงการเริ่มต้นเท่านั้น เพราะว่าการประชากรของโลกจะเพิ่มจำนวนขึ้นตลอดเวลา ในขณะที่วิวัฒนาการทางการขนส่งที่สามารถบรรจุผู้โดยสารได้จำนวนมากขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางถูกลง จะเห็นว่า การเดินทางท่องเที่ยวจึงมิได้จำกัดอยู่เฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้สูงดังในอดีต

ทางด้านสังคม และวัฒนธรรม

1. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพอย่างมากมาย และกว้างขวาง เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้คนทำหน้าที่ในการให้บริการ โดยเฉพาะในธุรกิจทางตรง เช่น โรงแรม ภัตตาคาร บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ ส่วนในธุรกิจทางอ้อมอาจเป็นอาชีพเสริม เช่น หัตถกรรมพื้นบ้าน การใช้เวลาว่างเพื่อรับจ้างก่อสร้าง เป็นต้น จากการวิจัย การสร้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1 คน จะมีส่วนในการสร้างงานแก่แรงงานไทยทั้งทางตรง และทางอ้อม โดยเฉลี่ย ประมาณ 1 คน

2. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยสนับสนุนการฟื้นฟู อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว เนื่องจากสังคมไทยเป็นชาติเก่าแก่ สืบเนื่องมาเป็นพันปี จึงมีวัฒนธรรม ระเบียบประเพณี นาฏศิลป์ การละเล่น ฯลฯ ที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น เป็นมรดกตกทอดที่ควรค่าแก่การนำออกเผยแพร่ระหว่าง คนไทยด้วยกันเอง และชาว โลก เป็นการกระตุ้นให้เจ้าของท้องถิ่นตระหนักถึงความ สำคัญของมรดกทางศิลปวัฒนธรรม

3. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยในการลดปัญหาการอพยพเข้าสู่เมืองหลวง เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวตามท้องถิ่นต่าง ๆ เมื่อนักท่องเที่ยวไปเยือน และมีการใช้จ่าย เกิดขึ้น ทำให้ประชาชนที่อยู่ในท้องถิ่นนั้น ๆ มีรายได้จากการขายของที่ระลึก อาหาร ที่ พัก การบริการรถรับส่ง เป็นต้น การมีอาชีพที่มั่นคง และมีรายได้ดีตามแหล่งท่องเที่ยวใน ท้องถิ่น จึงช่วยลดการอพยพไปหางานทำต่างถิ่น

4. เป็นประโยชน์ทางการศึกษา และทางด้านการพัฒนาเทคโนโลยี เช่น การผลิต สารคดีท่องเที่ยวเส้นทางสายไหม แม่น้ำหวงเหอ เทียวแลปปีแลนด์

ทางด้านการเมือง

1. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่ช่วยส่งเสริมความปลอดภัย และ ความมั่นคงให้แก่พื้นที่ ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งทางภาครัฐ ได้ให้ ความสำคัญในเรื่องดังกล่าว ดังจะเห็นว่า ได้มีคำสั่งให้มีการจัดตั้งหน่วยตำรวจเฉพาะกิจ หรือกองบังคับการตำรวจท่องเที่ยว สำนักงานตำรวจแห่งชาติ เพื่อให้ความปลอดภัย และ ดูแลนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ๆ

2. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีส่วนช่วยเสริมสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรี และเป็น หนทางที่มนุษย์ต่างสังคมได้พบปะทำความรู้จัก เข้าใจกัน เมื่อประชากรในประเทศ เดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาหาสู่กัน ผลก็คือ ความสามัคคี สมานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกัน การท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วย เสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยกันรักษาสัมพันธ

ไมตรีให้มั่นคง และยังนำไปสู่การช่วยเหลืออุดหนุนทางการเงินจากหน่วยงานเอกชน หรือหน่วยงานระหว่างรัฐ เพื่ออนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ เช่น ท่วมใหญ่นเรศวร ห้วยขาแข้ง อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และแหล่งโบราณคดีบ้านเชียง

สถานการณ์โดยรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2547

ใน พ.ศ. 2547 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางมาประเทศไทยทั้งสิ้น 11,650,703 คน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาร้อยละ 17 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548ข) ซึ่งแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนถึงการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวภายหลังจากวิกฤติการณ์ การแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) ใน พ.ศ. 2546 นอกจากนี้สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทยในภาพรวมยังได้ส่งสัญญาณการฟื้นตัวกลับมาสู่แนวโน้มการเติบโต โดยเมื่อเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวกับ พ.ศ. 2545 พบว่ามีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 8

ตาราง 1

จำนวนนักท่องเที่ยว และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใน พ.ศ. 2547

| Country of | Country | Nationality | Length of Stay |
|--------------|------------|-------------|----------------|
| East Asia | 7,070,994 | 6,633,960 | 5.43 |
| Europe | 2,647,682 | 2,851,233 | 13.63 |
| The Americas | 702,675 | 823,957 | 9.87 |
| South Asia | 469,101 | 492,693 | 6.91 |
| Oceania | 471,493 | 484,916 | 9.32 |
| Middle East | 292,680 | 272,439 | 10.78 |
| Africa | 82,788 | 91,505 | 8.96 |
| Grand Total | 11,737,413 | 11,650,703 | 8.13 |

ที่มา. จาก รายงานสถิติประจำปี 2547, (หน้า 25), โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548ก, กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.

แม้ว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2547 จะได้รับผลกระทบทางลบจากเหตุการณ์สำคัญๆ หลายเรื่อง เช่น การระบาดของโรคซาร์ส รอบ 2 ในบางประเทศ การแพร่ระบาดของไข้หวัดนก ความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ และราคาน้ำมันโลกที่เพิ่มขึ้น แต่ประเทศไทยก็ยังสามารถรักษาเสถียรภาพการเติบโตของการท่องเที่ยวไว้ได้ในระดับที่น่าพอใจ โดยใกล้เคียงกับเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว 12 ล้านคนที่ได้กำหนดไว้

สำหรับการเกิดเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยทางภาคใต้ฝั่งอันดามันของไทยเมื่อปลายเดือน ธันวาคม พ.ศ. 2547 มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของไทยใน พ.ศ. 2547 น้อยมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ได้เดินทางเข้ามาประเทศไทยเพื่อฉลองคริสต์มาสก่อนหน้าแล้ว และมีแผนที่จะพักแรมอยู่นานจนถึงช่วงปีใหม่ แต่ทั้งนี้ เหตุการณ์ดังกล่าวกลับมีผลกระทบทางลบอย่างมากในไตรมาสแรกของ พ.ศ. 2548 โดยจากสถิติล่าสุด พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังท่าอากาศยานกรุงเทพในช่วง

มกราคมถึงมีนาคม พ.ศ. 2548 อยู่ในอัตราคงที่จากช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา ในขณะที่การเดินทางเข้าท่าอากาศยานภูเก็ตมีการชะลอตัวค่อนข้างสูงในช่วง 2 เดือนแรก แต่เริ่มชะลอตัวน้อยลงในเดือนมีนาคม โดยเริ่มมีการฟื้นตัวของหลายตลาดหลักกลับเข้าสู่ภูเก็ตแล้ว อาทิ เกาหลี ฟิลิปปินส์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา แคนาดา และนิวซีแลนด์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548ข) ซึ่งเป็นผลมาจากความร่วมมือของทั้งภาครัฐ และเอกชนในการเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวแถบอันดามันให้กลับมาสู่สภาพปกติได้อย่างรวดเร็ว อนึ่ง นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความเข้าใจเป็นอย่างดีว่า เหตุการณ์ธรณีพิบัติที่เกิดขึ้นเป็นภัยธรรมชาติ และพร้อมที่จะเดินทางกลับมาประเทศไทยอีกครั้งในอนาคตอันใกล้ ทั้งนี้ คาดว่าสถานการณ์การท่องเที่ยวในภาพรวมของไทยจะฟื้นตัวกลับมาได้ในช่วงไตรมาสที่สองเป็นต้นไป เนื่องจากมีการส่งเสริมการขายแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ มาทดแทนมากขึ้น สำหรับสถานการณ์ การท่องเที่ยวของพื้นที่ ที่ได้รับผลกระทบจากคลื่นยักษ์สึนามินั้น คาดว่า จะฟื้นตัวกลับมาสู่แนวโน้มปกติในไตรมาสสุดท้ายของ พ.ศ. 2548

ภูมิภาคเอเชียตะวันออก

ใน พ.ศ. 2547 ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากตลาดเอเชียตะวันออกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 7,034,024 คน โดยมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 14 เมื่อเปรียบเทียบกับ พ.ศ. 2546 การเพิ่มขึ้นในระดับสูงดังกล่าวเป็นผลมาจากการฟื้นตัวจากภาวะวิกฤตโรคซาร์ส ใน พ.ศ. 2546 โดยในไตรมาสที่ 2 ของ พ.ศ. 2547 ตลาดนี้มีการปรับตัวเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 96 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548ข) ทั้งนี้ แม้ว่าในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ และมีนาคมในบางตลาดหลักจะได้รับผลกระทบจากการเกิดระบาดของไข้หวัดนกก็ตาม แต่ก็ยังเป็นเพียงผลกระทบในระยะสั้นที่ไม่รุนแรงเท่าใดนัก นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกใน พ.ศ. 2547 กับ พ.ศ. 2545 ซึ่งไม่มีวิกฤตการณ์ทางการท่องเที่ยวเข้ามากระทบกับการท่องเที่ยวไทย จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในตลาดนี้ได้ฟื้นตัวกลับมาสู่แนวโน้มปกติแล้ว โดยมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ร้อยละ 8 ปัจจัยด้านบวกที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวในตลาดนี้เดินทางมาไทยเพิ่มขึ้น ได้แก่ สภาพทางเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง และอัตราการว่างงานที่ลดลงในหลาย

ประเทศ อย่างไรก็ตาม การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมัน ซึ่งทำให้สายการบินในแต่ละประเทศปรับราคาโดยสารสูงขึ้น โดยเฉพาะในเส้นทางระยะไกล จึงทำให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในภูมิภาคมากขึ้น และปัจจัยที่สำคัญ คือ การเข้าถึงที่สะดวกขึ้น โดยสายการบินประจำมีการเพิ่มเที่ยวบิน และเส้นทางบินใหม่ ๆ รวมทั้งมีการเพิ่มให้บริการของสายการบินต้นทุนต่ำหลายสาย

สำหรับตลาดมาเลเซีย และสิงคโปร์นั้น มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นทั้งสองตลาด แต่อยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากส่วนหนึ่งได้รับผลกระทบจากการเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในภาคใต้ในเดือน เมษายน และเดือนตุลาคม พ.ศ. 2547 ซึ่งมีผู้เสียชีวิต และบาดเจ็บจำนวนมาก โดยมีชาวมาเลเซียรวมอยู่ด้วย เหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลให้ตลาดมาเลเซียมีอัตราการเติบโตลดลงจากแนวโน้มปกติของ พ.ศ. 2545 ในช่วงไตรมาสที่ 2 และไตรมาสที่ 4 โดยเฉพาะด้านชายแดนภาคใต้ที่อำเภอสะเตาะ มีนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียชะลอการเดินทางเข้ามามากที่สุด อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาในภาพรวมทั้งปี เหตุการณ์ดังกล่าวกลับไม่สามารถดึงตลาดมาเลเซียให้ลดต่ำลงได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนเส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นแทน และสายการบินต้นทุนต่ำ คือ แอร์เอเชียมีการเพิ่มเที่ยวบินในเส้นทางกัวลาลัมเปอร์-กรุงเทพฯ และเปิดเส้นทาง โคตาคินาบารู-กรุงเทพฯ และปีนัง-กรุงเทพฯ สำหรับตลาดญี่ปุ่นนั้น ยังไม่สามารถฟื้นตัวกลับกลับมาสู่แนวโน้มปกติก่อนเกิดวิกฤติโรคซาร์สได้ เนื่องจากเพิ่งเริ่มฟื้นตัวทางเศรษฐกิจแต่ก็ยังคงมีความผันผวนในบางช่วง ทำให้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นนิยมเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ และประเทศใกล้เคียง คือ เกาหลี และจีนมากขึ้น นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังค่อนข้างอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัย เช่น การเกิดภัยพิบัติทางธรรมชาติในญี่ปุ่นเอง ที่ทำให้กระทบต่อการคมนาคมทางอากาศ รวมถึงการแพร่ระบาดของไข้หวัดนก และความไม่สงบในภาคใต้ของไทยที่เกิดขึ้นเป็นระยะ ๆ

สำหรับใน พ.ศ. 2548 คาดว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวในตลาดหลักส่วนใหญ่จะมีการชะลอตัวในช่วงไตรมาสแรก เนื่องจาก ผลกระทบจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน ซึ่งค่อนข้างจะหวาดวิตกในเรื่องการเกิดโรคระบาดในพื้นที่ ประสพภัย การเกิดสึนามิอีกครั้ง ความเชื่อในเรื่องวิญญาณผู้เสียชีวิต และการขาดความรู้

ความเข้าใจในภูมิศาสตร์ของประเทศไทย ทำให้เกิดความเข้าใจผิดว่าประเทศไทยได้รับความเสียหายอย่างหนักจากเหตุการณ์ดังกล่าว

ภูมิภาคยุโรป

ใน พ.ศ. 2547 ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปเป็นจำนวนทั้งสิ้น 2,616,347 คน เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2546 ในอัตราร้อยละ 16 อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวได้ฟื้นตัวกลับมาแล้ว หลังจากที่ชะลอตัวลงไปอย่างมากในช่วงวิกฤตโรคซาร์สของปีที่ผ่านมา เมื่อเปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ใน พ.ศ. 2545 พบว่า ตลาดนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรป ใน พ.ศ. 2547 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548ข) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ตลาดยุโรปในภาพรวมได้กลับเข้าสู่แนวโน้มการเดินทางในภาวะปกติแล้ว ซึ่งจะเห็นว่า ตลาดขนาดใหญ่ เช่น สหราชอาณาจักร และเยอรมนี ยังคงมีการเติบโตในอัตราที่สูง โดยมีการขยายตัวมากกว่าร้อยละ 15 อันเป็นผลจากเศรษฐกิจของยุโรปที่เข้มแข็งรวมทั้งค่าเงินปอนด์ และเงินยูโรที่แข็งค่าขึ้นอย่างมาก ผนวกกับการทำการบินในเส้นทางลอนดอน-กรุงเทพฯ ของสายการบินภูเก็ทแอร์ โดยเริ่มจาก 3 เที่ยวบิน/สัปดาห์ในช่วงกลาง พ.ศ. 2547 และเพิ่มเป็น 5 เที่ยวบินในช่วงปลายปี นอกจากนี้ในช่วงตั้งแต่เดือนพฤษภาคมเป็นต้นมา ในปีเดียวกัน บริษัทการบินไทยยังได้เพิ่มเที่ยวบินในเส้นทางจากลอนดอน-กรุงเทพฯ อีก 1 เที่ยวบิน/สัปดาห์ และเส้นทางมิวนิค-กรุงเทพฯ อีก 1 เที่ยวบิน/สัปดาห์

การเกิดเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยในแถบชายฝั่งอันดามันทางภาคใต้ของไทยในช่วงปลาย พ.ศ. 2547 ส่งผลกระทบต่อตลาดยุโรปใน พ.ศ. 2547 น้อยมาก เนื่องจากในช่วงดังกล่าวนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยตั้งแต่วันที่ก่อนวันคริสต์มาสแล้ว อย่างไรก็ตาม เหตุธรณีพิบัติภัยดังกล่าว จะส่งผลกระทบต่อการเดินทางของตลาดยุโรป ในช่วง พ.ศ. 2548 โดยเฉพาะตลาดสแกนดิเนเวีย ซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก ที่เดินทางเข้าพื้นที่ดังกล่าว เนื่องจากความไม่มั่นใจในแหล่งท่องเที่ยว และความพร้อมของระบบสาธารณสุขโลก รวมทั้งสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ รวมไปถึงความวิตกกังวลในเรื่องโรคระบาด ทั้งนี้ คาดว่าจะส่งผลให้เกิดการชะลอตัวของนักท่องเที่ยวยุโรปที่เดินทางเข้าพื้นที่ภูเก็ต กระทบี พังงา จนถึงกลาง พ.ศ. 2548 อย่างไรก็ดี สำหรับภาพรวมของทั้ง

ประเทศนั้นคาดว่า ตลาดยุโรปจะยังคงเดินทางมาประเทศไทยในอัตราการเดินทางที่เพิ่มขึ้นในระยะปานกลาง โดยจะเปลี่ยนเส้นทางจากจุดที่เกิดเหตุไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทน เช่น ทะเลด้านชายฝั่งตะวันออก และแหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนือของไทย ซึ่งเห็นได้จากสถิติการเดินทางเข้าประเทศไทยในช่วงไตรมาสแรกของ พ.ศ. 2548 เฉพาะท่าอากาศยานกรุงเทพ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 7

ภูมิภาคอเมริกา

นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยใน พ.ศ. 2547 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 20 เมื่อเปรียบเทียบกับ พ.ศ. 2546 หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 692,827 คน โดยเป็นผลจากการที่ทุกตลาดในภูมิภาคมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นตั้งแต่ช่วงต้นปีเป็นต้นมา นอกจากนี้ เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางของตลาดกับ พ.ศ. 2545 พบว่า มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 8 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2548ข) แสดงให้เห็นว่าตลาดนี้ได้ฟื้นตัวกลับมาอยู่ในแนวโน้มปกติแล้ว

สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 21 เนื่องจากได้รับปัจจัยสนับสนุนจากภาวะทางเศรษฐกิจ และการจ้างงานของสหรัฐอเมริกาที่มีการปรับตัวดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งอัตราการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น แม้ว่า จะมีปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อตลาดต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา ซึ่งได้แก่ การที่รัฐบาลสหรัฐอเมริกาออกประกาศเตือนนักท่องเที่ยวให้หลีกเลี่ยงการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ในช่วงเทศกาลสงกรานต์ และการที่สื่อมวลชนในพื้นที่ยังคงมีการนำเสนอข่าวการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนกในประเทศไทยในช่วงไตรมาสที่ 3 ของ พ.ศ. 2547 แต่กระแสข่าวเกี่ยวกับการประชุมใหญ่ของพรรคการเมืองตลอดจนการเลือกตั้งประธานาธิบดีในช่วงกลางไตรมาสสุดท้าย ได้รับความสนใจจากประชาชนส่วนใหญ่มากกว่า จึงทำให้ปัจจัยลบข้างต้น ไม่มีผลกระทบต่อการเดินทางมาประเทศไทย โดยคาดว่า สถานการณ์ใน พ.ศ. 2548 ตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาจะมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น โดยได้รับปัจจัยสนับสนุนที่สำคัญจากสภาพเศรษฐกิจของประเทศที่มีแนวโน้มดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การเปิดให้บริการเที่ยวบินตรงในเส้นทาง

นิวยอร์ก-กรุงเทพฯ จำนวน 6 เที่ยวบิน/สัปดาห์ ของสายการบินไทยจะสามารถช่วย
อำนวยความสะดวกในการเดินทางมายังประเทศไทยมากขึ้น

ภูมิภาคโอเชียเนีย

ใน พ.ศ. 2547 ที่ผ่านมามาสถานการณ์การท่องเที่ยวของภูมิภาคโอเชียเนียมีการเติบโต
อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี โดยประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนีย เป็น
จำนวนทั้งสิ้น 466,907 คน เพิ่มขึ้นจาก พ.ศ. 2546 ซึ่งเป็นช่วงวิกฤตโรคซาร์ส ร้อยละ 36
และหากเปรียบเทียบกับสถานการณ์การท่องเที่ยวใน พ.ศ. 2545 แล้วจะพบว่า จำนวน
นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคโอเชียเนียยังคงมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 10 เช่นกัน (การท่องเที่ยว-
แห่งประเทศไทย, 2548ข) แสดงให้เห็นว่า ตลาดได้ฟื้นตัวกลับเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว โดย
ปัจจัยสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตของตลาดนั้น เกิดจากความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว
ที่มีต่อสถานการณ์ภายในประเทศมากขึ้น แม้ว่า จะเกิดวิกฤติต่าง ๆ ทั้งการเกิดโรค
ระบาดของไข้หวัดนก การก่อความไม่สงบในพื้นที่ชายแดนภาคใต้ การเกิดเหตุการณ์
ธรณีพิบัติภัย เป็นต้น แต่ผลจากความสามารถของภาครัฐในการควบคุมสถานการณ์
ดังกล่าวให้อยู่ในพื้นที่วงจำกัด ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเชื่อมั่นที่จะเดินทางเข้ามา
ท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ ภาวะเศรษฐกิจของออสเตรเลียยังอยู่ในช่วงการ
เจริญเติบโต หลังจากที่ประสบกับภาวะซบเซาในช่วง 2-3 ปีก่อนหน้านี้ ความเข้มแข็ง
ทางเศรษฐกิจดังกล่าวส่งผลให้ค่าเงินออสเตรเลียแข็งค่าขึ้นอย่างมากใน พ.ศ. 2547 จึง
ช่วยเพิ่มความคุ้มค่าเงินในการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศให้มีมากขึ้น โดยจะเห็น
ได้ว่าสายการบินต่าง ๆ ได้เพิ่มเที่ยวบินจากออสเตรเลียไปยังประเทศต่าง ๆ มากขึ้น
ตามความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น เช่น สายการบินแควนตัส ได้เปิด
และเพิ่มเที่ยวบินเข้าสู่อินเดีย สิงคโปร์ และฮ่องกง สายการบิน Sky West และสายการ
บิน Air Paradise ได้เปิด และเพิ่มเที่ยวบินเข้าสู่บาหลี สายการบิน Value Air ทำการบิน
ประจำทุกวันในเส้นทาง เพิร์ท-สิงคโปร์ เป็นต้น รวมทั้งสายการบินต้นทุนต่ำมีการ
ขยายตัวอย่างมากในเส้นทางระหว่างออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์ ในขณะที่ประเทศไทยเอง
ก็ได้จัดเที่ยวบินเช่าเหมาลำในเส้นทาง ซิดนีย์-ภูเก็ต เป็นครั้งแรกด้วยเช่นกัน โดยได้รับ
การตอบรับจากนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี ผลของการเติบโตของธุรกิจการบินในภูมิภาค

โอเชียเนียดังกล่าว ไม่เพียงแต่จะเป็นการกระตุ้นการเติบโตของตลาดนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกเท่านั้น แต่ยังส่งผลให้ประเทศไทยต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันในตลาดนี้เพิ่มมากขึ้นด้วยเช่นกัน แม้ว่า เหตุการณ์ธรณีพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิที่เกิดขึ้นในช่วงสุดสัปดาห์สุดท้ายของ พ.ศ. 2547 จะไม่ส่งผลกระทบต่อสถานการณ์การท่องเที่ยวของตลาด ใน พ.ศ. 2547 แต่จะส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยัง พ.ศ. 2548 เนื่องจากภูเก็ตเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักของนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย ทั้งนี้คาดว่า ใน พ.ศ. 2548 จำนวนนักท่องเที่ยวออสเตรเลียที่เดินทางเข้าสู่พื้นที่ภูเก็ตอาจจะชะลอลงจนถึงช่วงกลางปี เนื่องจากอยู่ในช่วงของการรอดูสถานการณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ ความพร้อมด้านสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งการฟื้นกลับมาของบรรยากาศการท่องเที่ยวในพื้นที่ประสพภัย ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งได้มีการเปลี่ยนแปลงแหล่งท่องเที่ยวไปยังบาหลี ซึ่งเป็นคู่แข่งที่สำคัญของภูเก็ตบ้างแล้ว อย่างไรก็ตามคาดว่า สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียใน พ.ศ. 2548 ในภาพรวมของประเทศนั้น จะยังคงมีการเติบโตเพิ่มขึ้น เนื่องจากประเทศไทยยังคงมีแหล่งท่องเที่ยวแห่งอื่น ๆ ที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวโอเชียเนียทดแทนภูเก็ต และกระบี่ได้อีก โดยเมื่อพิจารณาสถิตินักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในช่วงไตรมาสแรกของ พ.ศ. 2548 เฉพาะท่าอากาศยานกรุงเทพ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 13

ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551

คณะรัฐมนตรีเห็นชอบในหลักการ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 เพื่อกำหนดให้เป็นวาระสำคัญของรัฐบาล (Agenda-Based) ตามที่กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬาเสนอ กล่าวคือ ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547-2551 เพื่อต้องการให้ การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสาขาหลักที่เติบโตอย่างยั่งยืน เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียที่สามารถกระจายรายได้ โอกาสในการพัฒนาแก่ชุมชนอย่างทั่วถึง และประเทศไทยจะต้องเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชีย ภายใน พ.ศ. 2551 โดยมีเป้าหมายใน

พ.ศ. 2551 จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพิ่มขึ้นเป็น 20 ล้านคนหรือมีรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 700,000 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2548ข)

ยุทธศาสตร์ที่ 1

การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น/เพื่อเป็นเครื่องมือในการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศให้เป็นไปตามเป้าหมาย/เพื่อดำเนินการตลาดเชิงรุกที่เกิดผลได้ในระยะเวลารวดเร็ว และเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด (market share) ในภูมิภาคเอเชียมากกว่าร้อยละ 10 ภายใน พ.ศ. 2551 ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันตลาดเชิงรุกทั้งใน และต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็น gateway ในภูมิภาคเอเชีย

กลยุทธ์ที่ 3 พัฒนาระบบสารสนเทศ

กลยุทธ์ที่ 4 ส่งเสริม world event marketing

ยุทธศาสตร์ที่ 2

การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกหลักในการกระจายรายได้ และสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน/เพื่อพัฒนา และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด และดึงดูดนักท่องเที่ยว/เพื่อให้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวมีมาตรฐาน สร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว/เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจในมาตรการด้านการรักษาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมาย คือ มีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นเป้าหมายทางการตลาด และดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 ต่อปี/รายได้ของประชาชนในพื้นที่เป้าหมายที่มาจากสาขาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15 ต่อปี และมีแหล่งท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และองค์กรชุมชน

ดูแล อนุรักษ์ และบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 สร้าง พัฒนาฟื้นฟู และเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ยกกระดับมาตรฐานสินค้าและบริการ

กลยุทธ์ที่ 3 เพิ่มมาตรฐานการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 4 พัฒนามาตรฐานการรักษาความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3

การพัฒนาระบบบริหารจัดการแบบบูรณาการ มีวัตถุประสงค์ เพื่อให้มีระบบการบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ/เพื่อเพิ่มขีดความสามารถขององค์กรภาครัฐ และภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว/เพื่อให้การบริหารจัดการด้านการท่องเที่ยวสอดคล้องเชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ระดับชาติ นโยบายรัฐบาล และยุทธศาสตร์การพัฒนา 19 กลุ่มจังหวัด โดยมีเป้าหมาย คือ องค์กรที่เกี่ยวข้อง ทางด้านการท่องเที่ยวมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพิ่มจำนวนบุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้มีความสามารถในการบริหารจัดการที่ดี และมีการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการแบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มขีดความสามารถของกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา เพื่อให้เป็นแกนหลักในการขับเคลื่อนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว

กลยุทธ์ที่ 2 ส่งเสริมประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การท่องเที่ยวแบบบูรณาการ ในทุกระดับทั้งภาครัฐ เอกชน และชุมชน ในประเทศ และต่างประเทศ

กลยุทธ์ที่ 3 การปรับปรุงกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว

องค์กรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

องค์การระหว่างประเทศที่ดำเนินงาน โดยภาครัฐบาลแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ องค์การระดับโลก องค์การระดับภูมิภาค และองค์การระดับอนุภูมิภาค

องค์การระหว่างประเทศที่ดำเนินงานโดยภาครัฐบาลในระดับโลก

องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization–WTO) เป็นองค์การที่มีวัตถุประสงค์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวนานาชาติ เริ่มก่อตั้งเมื่อ ค.ศ. 1925 ในชื่อ International Union of Tourist Publicity Organization และปรับปรุงองค์การเรื่อยมาจนกลายเป็น WTO ซึ่งเป็นองค์การในระดับรัฐบาล มีสมาชิกทั่วโลกมากกว่า 480 ราย เป็นองค์การระหว่างประเทศที่ดำเนินการด้านเทคนิค ด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามแนวทาง 6 ประการ คือ

1. การให้ความร่วมมือเพื่อการพัฒนา
2. การให้ความรู้ และฝึกอบรม
3. ด้านสิ่งแวดล้อม และการวางแผน
4. ด้านสถิติ และการวิจัยตลาด
5. ด้านคุณภาพในการให้บริการทางการท่องเที่ยว
6. การเป็นผู้ประสานงาน และการให้ข้อมูล

องค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ (International Civil Aviation Organization–ICAO) เป็นองค์การชำนาญพิเศษของสหประชาชาติ ก่อตั้งขึ้นตามอนุสัญญาว่าด้วยการบินพลเรือนระหว่างประเทศ ซึ่งทำขึ้นที่เมืองชิคาโก เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม พ.ศ. 2487 โดยมีความมุ่งหมายที่จะพัฒนาหลักการ และเทคนิคของการเดินอากาศระหว่างประเทศ และทำนุบำรุงการวางแผนพัฒนาการขนส่งทางอากาศระหว่างประเทศทั่วโลก ปัจจุบันประกอบด้วยสมาชิก 134 ประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ในการดำเนินการ ดังนี้

1. ปรับปรุงมาตรฐาน และกำหนดกฎเกณฑ์ในการปฏิบัติเกี่ยวกับน่านฟ้าให้เป็นสากล
2. ให้คำแนะนำ เรื่องอุปกรณ์ เครื่องมือที่เกี่ยวกับการอำนวยความสะดวกในเรื่องการบินของประเทศสมาชิก
3. กำหนดแผนงาน เพื่อลดกฎระเบียบ พิธีการศุลกากร และตรวจคนเข้าเมือง
4. วางแผนเรื่องความปลอดภัย และการขยายขอบเขตของการบินพลเรือนระหว่างประเทศให้กระจายไปทั่วโลก

5. พัฒนาเส้นทางการบิน สนามบิน และสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการบินเพื่อนำไปสู่มาตรฐานการบินระหว่างประเทศ
6. ดำเนินการต่อต้านการแข่งขันทันที่ไม่เป็นธรรม และดูแลเรื่องสิทธิประโยชน์เพื่อความทัดเทียมกันในการดำเนินงานด้านสายการบินระหว่างประเทศสมาชิก
7. กระตุ้นให้มีการออกแบบเครื่องบิน ดูแลเรื่องความปลอดภัย กฎระเบียบประสิทธิภาพ และความประหยัดในด้านการขนส่งทางอากาศ
8. ส่งเสริมให้ประเทศสมาชิกมีการดำเนินงานโดยเน้นวัตถุประสงค์ด้านสันติภาพร่วมกัน
9. ส่งเสริมการพัฒนาในทุกด้านของการขนส่งทางอากาศ

องค์การระหว่างประเทศที่ดำเนินงานโดยภาครัฐบาลในระดับภูมิภาค

องค์การระหว่างประเทศที่ดำเนินงานโดยภาครัฐบาลในระดับภูมิภาค คือ องค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจ และวิชาการเพื่อการพัฒนา (Organization of Economic and Cooperation for Development--OECD) ก่อตั้งขึ้นภายใต้การประชุมในกรุงปารีส เมื่อ ธันวาคม ค.ศ. 1960 โดยมีวัตถุประสงค์ในการกำหนดนโยบายเศรษฐกิจการค้า และการท่องเที่ยว

องค์การระหว่างประเทศที่ดำเนินงานโดยรัฐบาลในระดับอนุภูมิภาค

เป็นองค์การที่ให้ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจ โดยมีการท่องเที่ยวเป็นสาระสำคัญประกอบด้วย

1. โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง (Economic Cooperation in the Greater Mekong Subregion--GMS)
2. โครงการพัฒนาความร่วมมือทางเศรษฐกิจของอนุทวีป บังกลาเทศ อินเดีย พม่า ศรีลังกา ไทย (Bangladesh-India-Myanmar-Sri Lanka-Thailand Economic Cooperation--BIMST-EC)
3. โครงการความร่วมมือลุ่มน้ำโขง-คงคา (Mekong-Ganga Cooperation)
4. โครงการพัฒนาเขตเศรษฐกิจสามฝ่ายอินโดนีเซีย-มาเลเซีย-ไทย (IMT-GT)

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้จะเป็นผลของการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติระหว่างที่พำนักในประเทศไทย จำแนกตามถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยวรายประเทศ โดยใช้ข้อมูลทศวรรษระหว่าง พ.ศ. 2523-2547 ซึ่งใช้วิธีการทางเศรษฐมิติในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS) และทำการพิจารณาจากค่าต่าง ๆ ที่ได้จากการคำนวณ ได้แก่ R^2 , Adj R^2 , t-statistic, F-statistic และ Durbin-Watson (D.W.)

ประเทศมาเลเซีย

แบบจำลองแสดงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวมาเลเซีย

$$EXP_{myr} = C + a_1 ARR_{myr}^{t-1} + a_2 NI_{myr} + a_3 RPI_{myr} + a_4 EX_{myr} + \epsilon$$

สมการแสดงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวมาเลเซียที่ได้จากการคำนวณ คือ

$$EXP_{myr} = 6,630,290.255 + 9.161ARR_{myr}^{t-1} + 75.371NI_{myr}$$

(4.2360)*** (3.9080)***

$$- 3,485,975.138RPI_{myr} - 715,040.013EX_{myr}$$

(-0.4060) (-1.0720)

$$R^2 = 0.9740 \quad \text{Adjusted } R_2 = 0.9690 \quad D.W. = 1.9190 \quad F = 186.2210$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการถดถอยเชิงเส้น ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย ผลจากการคำนวณ พบว่า คำนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศมาเลเซียกับคำนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดย

เปรียบเทียบ (RPI_{myr}) และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศมาเลเซีย (EX_{myr}) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (R -squared) ที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.9740 และค่า Adjusted R -squared เท่ากับ 0.9690 หมายถึง ตัวแปรอิสระที่ปรากฏในสมการทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 97.40 อีกเพียงร้อยละ 2.60 เป็นผลมาจากปัจจัยตัวอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาพิจารณาในสมการถดถอย โดยมีค่า F -statistic เท่ากับ 186.221 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 99 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ ($D.W.$) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.9190 ผลปรากฏว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่มีปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (autocorrelation)

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวมาเลเซีย

1. จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียในปีที่ผ่านมา (ARR^{t-1}_{myr}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีจำนวนสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเพิ่มขึ้น 9.161 หน่วยในปีถัดไป โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่
2. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย (NI_{myr}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย และสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ หากรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเพิ่มขึ้น 75.371 หน่วย โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

ประเทศญี่ปุ่น

แบบจำลองแสดงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่น

$$EXP_{jpy} = C + a_1ARR_{jpy}^{t-1} + a_2NI_{jpy} + a_3RPI_{jpy} + a_4EX_{jpy} + \varepsilon$$

สมการแสดงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นที่ได้จากการคำนวณ คือ

$$EXP_{jpy} = 43,992,725.949 + 5.790ARR_{jpy}^{t-1} + 1.656NI_{jpy} \\ (0.8830) \quad (0.1180) \\ - 25,586,141.876RPI_{jpy} + 74,359.182EX_{jpy} \\ (-2.1020)** \quad (0.1460)$$

$$R^2 = 0.9610 \quad \text{Adjusted } R_2 = 0.9530 \quad D.W. = 2.1970 \quad F = 122.4330$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากสมการถดถอยเชิงเส้น ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผลจากการคำนวณ พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมา (ARR_{jpy}^{t-1}) รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น (NI_{jpy}) และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศญี่ปุ่น (EX_{jpy}) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (R-squared) ที่ได้จากการคำนวณเท่ากับ 0.9610 และค่า Adjusted R-squared เท่ากับ 0.9530 หมายถึง ตัวแปรอิสระที่ปรากฏในสมการทั้งหมด สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 96.10 อีกเพียงร้อยละ 3.90 เป็นผลมาจากปัจจัยตัวอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาพิจารณาในสมการถดถอย โดยมีค่า F-statistic เท่ากับ 122.4330 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 99 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ (D.W.) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.1970 ผลปรากฏว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่มีปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (autocorrelation)

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่น

ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศญี่ปุ่นกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ (RPI_{jpy}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบมีจำนวนสูงขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ลดลง 25,586,141.876 หน่วย โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

ประเทศออสเตรเลีย

แบบจำลองแสดงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวออสเตรเลีย

$$EXP_{aus} = C + a_1ARR_{aus}^{t-1} + a_2NI_{aus} + a_3RPI_{aus} + a_4EX_{aus} + \varepsilon$$

สมการแสดงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวออสเตรเลียที่ได้จากการคำนวณ คือ

$$EXP_{aus} = 5,007,731.779 + 2.353ARR_{aus}^{t-1} + 15.795NI_{aus} \\ (0.2960) \quad (3.8830)*** \\ - 3,314,338.615RPI_{aus} - 232,659.912EX_{aus} \\ (-0.5700) \quad (-0.8440)$$

$$R^2 = 0.8530 \quad \text{Adjusted } R_2 = 0.8240 \quad D.W. = 2.5870 \quad F = 29.0710$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการถดถอยเชิงเส้น ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ผลจากการคำนวณ พบว่า ค่า D.W. อยู่ในระดับที่จะทำให้เกิดปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (autocorrelation) จึงใช้วิธีการคำนวณโดยวิธีการ AR (1) เพื่อปรับค่า Durbin-Watson ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม และได้สมการใหม่ดังนี้

$$\begin{aligned}
 EXP_{aus} = & 713,345.008 + 14.582ARR_{aus}^{t-1} + 10.488NI_{aus} \\
 & (2.0718)^* \quad (3.1592)^{***} \\
 & - 1,800,411.953RPI_{aus} - 77,426.908EX_{aus} \\
 & (-0.4697) \quad (-0.4057)
 \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.8725 \quad \text{Adjusted } R_2 = 0.8371 \quad D.W. = 2.0881 \quad F = 24.6520$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการถดถอยเชิงเส้น ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ผลจากการคำนวณ พบว่า ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศ ออสเตรเลียกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ (RPI_{aus}) และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศออสเตรเลีย (EX_{aus}) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ และจากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (R-squared) ที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.8725 และค่า Adjusted R-squared เท่ากับ 0.8371 หมายถึง ตัวแปรอิสระที่ปรากฏในสมการทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 87.25 อีกเพียงร้อยละ 12.75 เป็นผลมาจากปัจจัยตัวอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาพิจารณาในสมการถดถอย โดยมีค่า F-statistic เท่ากับ 24.6520 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 99 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ (D.W.) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.0881 ผลปรากฏว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่มีปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (autocorrelation)

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวออสเตรเลีย

1. จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลียในปีที่ผ่านมา (ARR_{aus}^{t-1}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย และสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีจำนวนสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่าย

ของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียเพิ่มขึ้น 14.582 หน่วย ในปีถัดไป โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

2. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย (NI_{aus}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ หากรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลียเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลียเพิ่มสูงขึ้น 10.488 หน่วย โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

ประเทศสหรัฐอเมริกา

แบบจำลองแสดงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวสหรัฐอเมริกา

$$EXP_{us} = C + a_1ARR_{us}^{t-1} + a_2NI_{us} + a_3RPI_{us} + a_4EX_{us} + \varepsilon$$

สมการแสดงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวสหรัฐอเมริกาที่ได้จากการคำนวณคือ

$$EXP_{us} = 252,512.972 - 5.883ARR_{us}^{t-1} + 23.955NI_{us} \\ (-0.5630) \quad (3.7180)*** \\ + 3,911,112.755RPI_{us} - 451,002.071EX_{us} \\ (0.5610) \quad (-2.0900)**$$

$$R^2 = 0.976 \quad \bullet \quad \text{Adjusted } R_2 = 0.9710 \quad D.W. = 2.3730 \quad F = 199.5710$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการถดถอยเชิงเส้น ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ผลจากการคำนวณ พบว่า ค่า D.W. อยู่ในระดับที่จะทำให้เกิดปัญหาอัตโนมัติสหสัมพันธ์ (autocorrelation) โดยผลการทดสอบ

พบว่า จะต้องทำการตัดตัวแปรอิสระคือรายได้เฉลี่ยต่อหัว (NI_{us}) และใช้วิธีการคำนวณโดยวิธีการ AR (1) เพื่อปรับค่า Durbin-Watson ให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ได้สมการใหม่ ดังนี้

$$\begin{aligned} EXP_{us} = & 2,290,742.663 + 29.751ARR_{us}^{t-1} - 9,968,138.916RPI_{us} \\ & (10.7915)*** \quad (-2.5988)*** \\ & + 311,008.794EX_{us} \\ & (5.5458)*** \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9701 \quad \text{Adjusted } R_2 = 0.9638 \quad D.W. = 2.0283 \quad F = 153.9419$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการถดถอยเชิงเส้น ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (R -squared) ที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.9701 และค่า Adjusted R -squared เท่ากับ 0.9638 หมายถึง ตัวแปรอิสระที่ปรากฏในสมการทั้งหมด สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 97.01 อีกเพียงร้อยละ 2.99 เป็นผลมาจากปัจจัยตัวอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาพิจารณาในสมการถดถอย โดยมีค่า F -statistic เท่ากับ 153.9419 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 99 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ ($D.W.$) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.0283 ผลปรากฏว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสมไม่มีปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (Autocorrelation)

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวสหรัฐอเมริกา

1. จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาในปีที่ผ่านมา (ARR_{us}^{t-1}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา และสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาคาดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา มีจำนวนสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 29.751 หน่วย ในปีถัดไป โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

2. ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศสหรัฐอเมริกากับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ (RPI_{us}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ เมื่อดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบมีจำนวนสูงขึ้น 1 หน่วย จะส่งผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาที่ลดลง 9,968,138.916 หน่วย โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

3. อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศสหรัฐอเมริกา (EX_{us}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ หากอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 311,008.794 หน่วย โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

ประเทศสหราชอาณาจักร

แบบจำลองแสดงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักร

$$EXP_{uk} = C + a_1ARR_{uk}^{t-1} + a_2NI_{uk} + a_3RPI_{uk} + a_4EX_{uk} + \varepsilon$$

สมการแสดงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักรที่ได้จากการคำนวณ คือ

$$EXP_{uk} = 17,202,247.990 + 12.465ARR_{uk}^{t-1} + 22.607NI_{uk} \\ (0.9740) \quad (2.4990)*** \\ - 12,745,637.968RPI_{uk} - 216,374.327EX_{uk} \\ (-1.7950) \quad (-1.3880)$$

$$R^2 = 0.9590 \quad Adjusted R_2 = 0.9510 \quad D.W. = 2.1040 \quad F = 117.4710$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t-statistic

โดยกำหนดให้

*** แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการถดถอยเชิงเส้น ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักร ผลจากการคำนวณ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรในปีที่ผ่านมา (ARR_{uk}^{t-1}) คำนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศสหราชอาณาจักรกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ (RPI_{uk}) และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศสหราชอาณาจักร (EX_{uk}) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จากการพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์แห่งการกำหนด (R -squared) ที่ได้จากการคำนวณ เท่ากับ 0.9590 และค่า Adjusted R -squared เท่ากับ 0.9510 หมายถึง ตัวแปรอิสระที่ปรากฏในสมการทั้งหมดสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตามได้ร้อยละ 95.90 อีกเพียงร้อยละ 4.10 เป็นผลมาจากปัจจัยตัวอื่นที่ไม่ได้นำเข้ามาพิจารณาในสมการถดถอย โดยมีค่า F -statistic เท่ากับ 117.4710 ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีอิทธิพลต่อตัวแปรตาม และการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ ($D.W.$) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 2.104 ผลปรากฏว่า อยู่ในระดับที่เหมาะสม ไม่มีปัญหาอัตสหสัมพันธ์ (autocorrelation)

ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวสหราชอาณาจักร

รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร (NI_{uk}) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักร ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน กล่าวคือ หากรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวสหราชอาณาจักรเพิ่มสูงขึ้น 22.607 หน่วย โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่

บทที่ 5

สรุป และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการศึกษา

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักของประเทศที่สามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมากจากการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปี ส่งผลต่อรายรับจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น อันเนื่องมาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ส่งผลต่อความมีเสถียรภาพของดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ

สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ ได้พิจารณาจากประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากเป็นอันดับต้น และเป็นตลาดหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในการนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการประกอบการพิจารณาหรือวางแผนทางด้านธุรกิจท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยพิจารณาจากปัจจัยต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา รายได้เฉลี่ยต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว คำนวณราคาสินค้าผู้บริโภคสินค้า โดยเปรียบเทียบ และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งได้ผลสรุป ดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปีที่ผ่านมา (ARR¹) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว จากประเทศมาเลเซีย ประเทศออสเตรเลีย และประเทศสหรัฐอเมริกา ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากนักท่องเที่ยวของประเทศดังกล่าวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีเป็นจำนวนมากในปีที่ผ่านมา ซึ่งส่วนหนึ่ง เกิดจากความนิยมหรือประทับใจต่อสภาพของธรรมชาติ และทิวทัศน์ที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการต้อนรับ และการให้บริการของผู้ประกอบการที่แสดงออกต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยอัธยาศัยที่ดีงาม ก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์ในหมู่นักท่องเที่ยวด้วยกัน

ด้วยเหตุนี้ จะทำให้ปริมาณนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นในปีถัดไป ซึ่งจะส่งผลต่อการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากผลของการศึกษา พบว่า เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในปีที่ผ่านมา มีจำนวนสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้น 9.161 14.582 และ 29.751 หน่วย ตามลำดับ และจากผลของการศึกษา พบว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และสหราชอาณาจักร

2. รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (NI_t) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หากรายได้เฉลี่ยต่อหัวสูงขึ้นย่อมส่งผลต่อระดับรายได้ และอำนาจซื้อ (Purchasing-Power-Parity--PPP) ทำให้มีมูลค่าการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ จากผลของการศึกษา พบว่า เมื่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร เพิ่มขึ้น 75.371 10.488 และ 22.607 หน่วย ตามลำดับ และจากผลของการศึกษา พบว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา

3. ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ (RPI) มีความสัมพันธ์กันกับปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หากดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบของประเทศนักท่องเที่ยวลดลง จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จากสาเหตุนี้ ส่วนหนึ่งอาจจะเป็นผลของการกำหนดให้ค่าเงินบาทลอยตัวในช่วงที่เกิดวิกฤติทางเศรษฐกิจใน พ.ศ. 2540 ทำให้ค่าเงินบาทอ่อนตัวส่งผลต่อระดับสินค้าและบริการที่สูงขึ้น แต่เนื่องจากการกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวจากประเทศดังกล่าวมีค่อนข้างสูง ดังนั้น การที่ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบลดลง (CPI/CPI_t) จากผลของการที่ระดับสินค้าภายในประเทศเพิ่มสูงขึ้น จะส่งผลต่อมูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัจจัยเสริมอีกหลายประการในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เช่น ความงดงาม และความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ การเติบโตของสายการบินต้นทุนต่ำในเอเชีย และสภาพทางเศรษฐกิจที่แข็งแกร่งของประเทศนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว และมูลค่าการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ จากผลของการศึกษา พบว่า เมื่อดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยโดยเปรียบเทียบลดลง 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้น 25,586,141.876 และ 9,968,138.916 หน่วย ตามลำดับ และจากผลของการศึกษา พบว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก ประเทศมาเลเซีย ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร

4 อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว (EX) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา กล่าวคือ หากระดับอัตราแลกเปลี่ยนสูงขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อการอ่อนค่าในสกุลเงินบาทของประเทศไทย ทำให้สินค้าและบริการถูกลงในสายตาของนักท่องเที่ยวส่งผลกระทบต่อปริมาณการใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ จากผลของการศึกษา พบว่า เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทของประเทศไทยกับสกุลเงินของประเทศสหรัฐอเมริกาสูงขึ้น 1 หน่วย จะทำให้ปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น 311,008.794 หน่วย และจากผลของการศึกษา พบว่า ปัจจัยดังกล่าวไม่มีนัยสำคัญต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย และสหราชอาณาจักร

ข้อเสนอแนะ

1. การเพิ่มขึ้นของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว นำมาซึ่งรายได้ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนั้น การที่จะทำให้มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นจะต้องมีการพิจารณาในส่วนของการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน จำนวนวันพักเฉลี่ย จึงควรมีมาตรการให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายประจำวันที่มากขึ้น โดยการสร้างแรงจูงใจหรือความประทับใจให้เกิดขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยว

2. ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มรายได้ให้สูงขึ้น จากปีที่ผ่านมา ควรมุ่งเน้นจากตลาดหลักที่สำคัญของการท่องเที่ยว เช่น ในภูมิภาคเอเชีย ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น เป็นต้น เนื่องจากกลุ่มประเทศดังกล่าวมีอำนาจซื้อค่อนข้างสูงการลดลงเพียงเล็กน้อยย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยว

3. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องรวมทั้งผู้ประกอบการทางด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ควรรณรงค์จัดทำแผนเพื่อประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศไทยมากขึ้น พร้อมทั้งมีวิธีการที่จะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และกลับมาเยือนอีกครั้งหนึ่ง

4. ภาครัฐ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตลอดจนหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง จะต้องมีการในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวจากภาวะวิกฤติการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อาทิ เช่น การระบาดของโรคซาร์ส การแพร่ระบาดของไข้หวัดนก ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตลอดจนการฟื้นฟูและปรับปรุงภายหลังการเกิดธรณีพิบัติคลื่นยักษ์สึนามิ

5. จากผลของการศึกษา จะเห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว และดัชนีราคาผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบ มีบทบาทสำคัญต่อปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเกือบทุกประเทศที่นำมาศึกษา ยกเว้นอัตราแลกเปลี่ยน ที่มีบทบาทสำคัญต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา ดังนั้น ในส่วนของภาครัฐ และเอกชนที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะต้องมีการบริหารจัดการในการควบคุมหรือกำหนดปริมาณการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยดังกล่าว

ภาคผนวก ก

ข้อมูลที่น่าสนใจในการวิเคราะห์

ตาราง 2

ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547 (หน่วย: วัน/ปี)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย | ญี่ปุ่น | ออสเตรเลีย | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร |
|-----------|----------|---------|------------|--------------|---------------|
| 2523/1980 | 2.93 | 3.47 | 6.21 | 5.29 | 6.45 |
| 2524/1981 | 2.85 | 3.60 | 5.98 | 5.34 | 7.49 |
| 2525/1982 | 2.75 | 3.52 | 5.70 | 5.30 | 7.01 |
| 2526/1983 | 2.73 | 3.70 | 6.20 | 5.28 | 7.28 |
| 2527/1984 | 3.45 | 4.09 | 6.64 | 6.07 | 7.65 |
| 2528/1985 | 3.35 | 3.98 | 6.61 | 6.06 | 7.55 |
| 2529/1986 | 3.34 | 4.09 | 7.42 | 6.33 | 7.61 |
| 2530/1987 | 3.04 | 4.20 | 8.18 | 6.50 | 7.56 |
| 2531/1988 | 3.88 | 5.46 | 8.61 | 7.96 | 8.74 |
| 2532/1989 | 4.82 | 5.74 | 7.49 | 7.94 | 9.77 |
| 2533/1990 | 4.40 | 4.67 | 12.18 | 7.47 | 9.31 |
| 2534/1991 | 3.70 | 5.11 | 7.05 | 7.63 | 9.47 |
| 2535/1992 | 3.88 | 5.09 | 6.71 | 7.41 | 9.25 |
| 2536/1993 | 3.19 | 5.19 | 7.05 | 7.50 | 9.68 |
| 2537/1994 | 3.46 | 5.17 | 7.22 | 7.48 | 9.93 |
| 2538/1995 | 3.18 | 5.52 | 8.73 | 8.36 | 11.72 |
| 2539/1996 | 3.22 | 6.52 | 9.77 | 9.71 | 12.79 |
| 2540/1997 | 3.55 | 6.70 | 9.54 | 9.72 | 12.49 |
| 2541/1998 | 3.72 | 6.55 | 9.61 | 9.13 | 11.08 |
| 2542/1999 | 3.46 | 6.16 | 9.34 | 8.64 | 11.79 |
| 2543/2000 | 3.45 | 5.91 | 9.09 | 8.81 | 11.48 |
| 2544/2001 | 3.43 | 6.24 | 9.26 | 9.48 | 11.80 |
| 2545/2002 | 3.55 | 6.25 | 9.67 | 9.75 | 12.36 |
| 2546/2003 | 3.61 | 6.96 | 9.26 | 10.12 | 12.29 |
| 2547/2004 | 4.06 | 6.74 | 9.45 | 9.85 | 12.75 |

ตาราง 3

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547

(หน่วย: คน)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย | ญี่ปุ่น | ออสเตรเลีย | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร |
|-----------|-----------|-----------|------------|--------------|---------------|
| 2523/1980 | 339,441 | 245,102 | 67,622 | 104,634 | 60,526 |
| 2524/1981 | 339,474 | 245,800 | 76,931 | 116,768 | 71,487 |
| 2525/1982 | 514,188 | 250,664 | 77,279 | 120,562 | 70,403 |
| 2526/1983 | 545,375 | 234,585 | 74,461 | 125,148 | 73,915 |
| 2527/1984 | 572,486 | 228,384 | 81,465 | 137,555 | 74,834 |
| 2528/1985 | 553,830 | 226,517 | 98,742 | 150,756 | 81,635 |
| 2529/1986 | 652,887 | 261,549 | 103,317 | 172,575 | 99,489 |
| 2530/1987 | 742,394 | 349,558 | 123,316 | 212,575 | 126,309 |
| 2531/1988 | 843,206 | 452,244 | 144,651 | 237,309 | 135,112 |
| 2532/1989 | 736,021 | 555,638 | 218,856 | 266,735 | 200,347 |
| 2533/1990 | 751,569 | 652,299 | 252,173 | 285,352 | 227,875 |
| 2534/1991 | 808,443 | 559,501 | 36,639 | 248,441 | 197,608 |
| 2535/1992 | 729,453 | 569,744 | 207,523 | 274,397 | 236,468 |
| 2536/1993 | 829,661 | 581,809 | 205,187 | 278,315 | 249,980 |
| 2537/1994 | 898,800 | 691,705 | 197,983 | 292,344 | 268,040 |
| 2538/1995 | 1,077,055 | 814,706 | 192,573 | 285,486 | 274,366 |
| 2539/1996 | 1,056,172 | 934,111 | 215,074 | 308,573 | 286,889 |
| 2540/1997 | 1,046,029 | 965,454 | 233,781 | 311,081 | 287,664 |
| 2541/1998 | 918,071 | 986,264 | 302,820 | 361,705 | 375,912 |
| 2542/1999 | 991,060 | 1,064,539 | 303,844 | 417,860 | 425,688 |
| 2543/2000 | 1,054,469 | 1,197,931 | 323,275 | 473,285 | 476,387 |
| 2544/2001 | 1,159,630 | 1,168,548 | 363,696 | 485,276 | 517,974 |
| 2545/2002 | 1,296,109 | 1,222,270 | 355,529 | 509,841 | 569,812 |
| 2546/2003 | 1,338,624 | 1,014,513 | 281,361 | 459,862 | 545,000 |
| 2547/2004 | 1,391,379 | 1,194,480 | 396,959 | 566,726 | 634,750 |

ตาราง 4

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ. 2523-2547 (หน่วย: บาท/คน/วัน)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย | ญี่ปุ่น | ออสเตรเลีย | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร |
|------------------------|----------|----------|------------|--------------|---------------|
| 2523/1980 | 1,357.00 | 2,319.97 | 1,715.00 | 1,764.97 | 1,687.96 |
| 2524/1981 | 1,492.73 | 2,552.11 | 1,886.59 | 1,941.57 | 1,856.91 |
| 2525/1982 | 1,673.71 | 2,660.64 | 2,015.26 | 2,281.83 | 2,006.98 |
| 2526/1983 | 1,732.01 | 2,765.81 | 2,090.88 | 2,371.86 | 2,085.58 |
| 2527/1984 | 1,727.00 | 2,508.00 | 2,218.00 | 3,071.00 | 1,648.00 |
| 2528/1985 | 1,940.48 | 2,746.34 | 2,400.10 | 3,427.02 | 1,762.65 |
| 2529/1986 | 1,715.00 | 2,589.53 | 2,636.08 | 3,083.35 | 1,792.04 |
| 2530/1987 | 2,010.22 | 3,268.40 | 2,208.34 | 2,744.59 | 2,185.66 |
| 2531/1988 | 2,103.71 | 4,224.05 | 2,480.42 | 2,910.18 | 2,048.67 |
| 2532/1989 | 2,171.88 | 3,005.87 | 2,496.15 | 3,102.27 | 2,432.59 |
| 2533/1990 | 2,360.15 | 3,726.47 | 3,045.18 | 3,133.01 | 2,449.32 |
| 2534/1991 | 2,366.58 | 4,073.19 | 3,187.04 | 3,314.87 | 2,237.91 |
| 2535/1992 | 3,656.64 | 4,156.36 | 3,171.53 | 3,732.20 | 2,929.49 |
| 2536/1993 | 3,376.81 | 4,897.39 | 2,515.80 | 2,234.39 | 2,367.04 |
| 2537/1994 | 3,705.14 | 4,884.95 | 2,933.90 | 3,525.16 | 2,205.32 |
| 2538/1995 | 4,527.47 | 4,302.04 | 2,971.83 | 3,026.41 | 3,228.99 |
| 2539/1996 | 4,446.28 | 4,442.82 | 3,445.27 | 3,471.46 | 2,869.74 |
| 2540/1997 | 4,266.70 | 3,415.13 | 3,076.98 | 3,276.43 | 2,055.47 |
| 2541/1998 | 4,210.98 | 3,354.80 | 3,723.80 | 4,228.86 | 3,398.89 |
| 2542/1999 | 3,985.90 | 4,507.04 | 3,240.26 | 4,602.34 | 3,274.46 |
| 2543/2000 | 4,226.31 | 4,081.78 | 3,894.56 | 4,419.94 | 3,605.46 |
| 2544/2001 | 4,412.69 | 3,779.55 | 3,452.64 | 4,139.39 | 3,178.94 |
| 2545/2002 | 4,268.21 | 4,247.94 | 3,486.61 | 4,127.31 | 3,597.16 |
| 2546/2003 | 3,897.74 | 4,186.30 | 3,554.30 | 3,829.54 | 3,417.91 |
| 2547/2004 ¹ | 4,000.00 | 4,000.00 | 4,000.00 | 4,000.00 | 4,000.00 |

¹ประมาณการ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตาราง 5

มูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวดังชาติ พ.ศ. 2523-2547 (หน่วย: พันล้านบาท)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย | ญี่ปุ่น | ออสเตรเลีย | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร |
|-----------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| 2523/1980 | 1,349,625.58 | 1,973,147.37 | 720,182.43 | 976,933.36 | 658,967.89 |
| 2524/1981 | 1,444,216.10 | 2,258,306.86 | 867,918.62 | 1,210,650.30 | 994,259.31 |
| 2525/1982 | 2,366,654.39 | 2,347,581.86 | 887,702.48 | 1,458,040.54 | 990,494.86 |
| 2526/1983 | 2,578,744.22 | 2,400,624.89 | 965,271.90 | 1,567,281.07 | 1,122,253.10 |
| 2527/1984 | 3,410,957.46 | 2,342,699.12 | 1,199,777.42 | 2,564,158.63 | 943,447.20 |
| 2528/1985 | 3,600,231.73 | 2,475,928.94 | 1,566,508.36 | 3,130,861.59 | 1,086,399.19 |
| 2529/1986 | 3,739,802.02 | 2,770,111.94 | 2,020,850.93 | 3,368,250.77 | 1,356,773.72 |
| 2530/1987 | 4,536,820.81 | 4,798,480.54 | 2,227,607.50 | 3,792,302.93 | 2,087,078.08 |
| 2531/1988 | 6,882,580.27 | 10,430,244.92 | 3,089,226.96 | 5,497,270.77 | 2,419,231.14 |
| 2532/1989 | 7,705,007.58 | 9,586,807.92 | 4,091,767.56 | 6,570,222.87 | 4,761,527.80 |
| 2533/1990 | 7,804,788.53 | 11,351,708.30 | 9,353,170.31 | 6,678,259.70 | 5,196,272.18 |
| 2534/1991 | 7,079,006.63 | 11,645,454.32 | 823,228.21 | 6,283,683.58 | 4,187,907.87 |
| 2535/1992 | 10,349,306.43 | 12,053,431.36 | 4,416,289.97 | 7,588,614.22 | 6,407,758.43 |
| 2536/1993 | 8,937,128.12 | 14,788,103.55 | 3,639,276.65 | 4,663,981.90 | 5,727,778.54 |
| 2537/1994 | 11,522,422.22 | 17,469,142.24 | 4,193,825.98 | 7,708,584.13 | 5,869,761.75 |
| 2538/1995 | 15,506,742.76 | 19,347,035.86 | 4,996,128.53 | 7,223,020.65 | 10,383,041.82 |
| 2539/1996 | 15,121,237.34 | 27,058,567.46 | 7,239,452.76 | 10,401,340.61 | 10,529,966.57 |
| 2540/1997 | 15,843,976.37 | 22,090,911.16 | 6,862,498.46 | 9,906,965.37 | 7,385,146.18 |
| 2541/1998 | 14,381,440.46 | 21,672,105.96 | 10,836,631.12 | 13,965,246.23 | 14,156,733.60 |
| 2542/1999 | 13,667,920.55 | 29,555,186.30 | 9,195,543.45 | 16,615,875.97 | 16,434,061.29 |
| 2543/2000 | 15,374,969.43 | 28,898,072.61 | 11,444,436.21 | 18,429,562.38 | 19,717,982.25 |
| 2544/2001 | 17,551,610.83 | 27,559,494.10 | 11,627,887.17 | 19,042,917.97 | 19,429,977.56 |
| 2545/2002 | 19,638,832.15 | 32,450,810.15 | 11,986,844.65 | 20,516,650.61 | 25,334,352.98 |
| 2546/2003 | 18,835,566.00 | 29,559,508.17 | 9,260,383.39 | 17,821,926.43 | 22,893,332.08 |
| 2547/2004 | 22,616,143.78 | 32,226,444.95 | 15,002,461.61 | 22,328,993.20 | 32,376,759.57 |

ที่มา. จากการคำนวณ ตาราง 2 ตาราง 3 และตาราง 4

ตาราง 6

รายได้เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พ.ศ.2523-2547 (หน่วย: บาท/คน/ปี)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย | ญี่ปุ่น | ออสเตรเลีย | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร |
|-----------|------------|--------------|--------------|--------------|---------------|
| 2523/1980 | 36,448.19 | 186,782.15 | 217,679.38 | 250,984.06 | 195,115.01 |
| 2524/1981 | 38,695.82 | 218,180.67 | 263,417.06 | 296,905.61 | 198,646.76 |
| 2525/1982 | 42,622.20 | 212,518.02 | 270,440.10 | 322,518.74 | 198,187.64 |
| 2526/1983 | 46,511.04 | 229,655.71 | 255,711.06 | 347,256.09 | 187,585.08 |
| 2527/1984 | 52,824.13 | 249,540.82 | 286,401.33 | 393,459.38 | 181,673.64 |
| 2528/1985 | 54,041.97 | 306,996.60 | 287,588.40 | 480,755.35 | 220,974.85 |
| 2529/1986 | 45,275.96 | 437,752.42 | 284,515.19 | 487,831.08 | 259,537.27 |
| 2530/1987 | 49,201.09 | 514,955.53 | 322,916.08 | 502,457.65 | 311,581.44 |
| 2531/1988 | 51,805.84 | 611,028.07 | 397,941.63 | 526,984.52 | 370,798.85 |
| 2532/1989 | 56,102.64 | 619,533.92 | 449,105.18 | 570,023.98 | 379,650.65 |
| 2533/1990 | 62,222.88 | 632,679.04 | 460,029.33 | 593,782.19 | 444,602.61 |
| 2534/1991 | 68,406.59 | 716,620.82 | 460,588.62 | 603,790.46 | 460,607.98 |
| 2535/1992 | 80,077.86 | 776,131.69 | 443,025.06 | 626,917.94 | 475,654.96 |
| 2536/1993 | 86,576.19 | 887,330.27 | 424,740.06 | 647,953.20 | 423,149.05 |
| 2537/1994 | 93,139.17 | 966,520.72 | 474,096.34 | 675,459.32 | 453,488.72 |
| 2538/1995 | 106,977.02 | 1,056,353.65 | 495,735.25 | 691,715.31 | 487,714.38 |
| 2539/1996 | 120,741.53 | 946,766.80 | 559,252.23 | 734,877.73 | 520,037.97 |
| 2540/1997 | 145,047.54 | 1,073,572.72 | 685,759.17 | 954,929.20 | 715,585.82 |
| 2541/1998 | 134,626.04 | 1,291,711.05 | 800,062.43 | 1,311,017.56 | 1,009,151.35 |
| 2542/1999 | 131,869.75 | 1,336,780.84 | 772,740.15 | 1,256,188.47 | 945,688.98 |
| 2543/2000 | 154,392.84 | 1,504,297.91 | 792,181.47 | 1,396,608.29 | 986,983.44 |
| 2544/2001 | 162,996.05 | 1,457,482.04 | 818,806.28 | 1,579,210.41 | 1,078,402.51 |
| 2545/2002 | 166,858.02 | 1,343,526.42 | 875,182.67 | 1,565,371.07 | 1,135,881.78 |
| 2546/2003 | 172,380.88 | 1,399,794.93 | 1,063,802.07 | 1,570,709.25 | 1,253,143.29 |
| 2547/2004 | 186,231.85 | 1,472,855.32 | 1,226,005.87 | 1,608,147.95 | 1,427,964.75 |

Note. From *World Economic Outlook Database*. Retrieved August 9, 2005, from

<http://www.imf.org>

ตาราง 7

ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยว และประเทศไทย

พ.ศ. 2523-2547

(หน่วย: ร้อยละ)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย | ญี่ปุ่น | ออสเตรเลีย | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร | ไทย |
|-----------|----------|---------|------------|--------------|---------------|--------|
| 2523/1980 | 49.70 | 76.67 | 34.99 | 45.81 | 41.95 | 40.90 |
| 2524/1981 | 54.52 | 80.42 | 38.30 | 50.56 | 47.07 | 46.10 |
| 2525/1982 | 57.70 | 82.64 | 42.30 | 52.60 | 51.07 | 48.50 |
| 2526/1983 | 59.84 | 84.19 | 45.94 | 55.37 | 53.73 | 50.30 |
| 2527/1984 | 62.18 | 86.09 | 48.64 | 57.79 | 56.12 | 50.80 |
| 2528/1985 | 63.78 | 87.85 | 52.03 | 59.83 | 59.01 | 52.00 |
| 2529/1986 | 64.01 | 88.38 | 57.08 | 60.92 | 61.15 | 52.90 |
| 2530/1987 | 64.48 | 88.49 | 61.93 | 63.18 | 63.64 | 54.20 |
| 2531/1988 | 64.67 | 89.09 | 64.78 | 65.77 | 66.57 | 56.30 |
| 2532/1989 | 66.32 | 91.10 | 69.67 | 68.92 | 69.99 | 59.40 |
| 2533/1990 | 68.34 | 93.92 | 74.74 | 72.65 | 74.88 | 62.80 |
| 2534/1991 | 71.32 | 96.98 | 77.15 | 75.71 | 80.52 | 66.40 |
| 2535/1992 | 74.72 | 98.66 | 77.91 | 78.02 | 83.93 | 69.20 |
| 2536/1993 | 77.38 | 99.85 | 79.32 | 80.33 | 86.06 | 71.50 |
| 2537/1994 | 80.24 | 100.58 | 80.82 | 82.42 | 87.81 | 75.10 |
| 2538/1995 | 83.01 | 100.52 | 84.57 | 84.73 | 90.12 | 79.40 |
| 2539/1996 | 85.91 | 100.53 | 86.78 | 87.22 | 92.34 | 84.10 |
| 2540/1997 | 88.19 | 102.26 | 87.00 | 89.26 | 94.00 | 88.80 |
| 2541/1998 | 92.84 | 102.91 | 87.74 | 90.64 | 95.48 | 96.00 |
| 2542/1999 | 95.39 | 102.61 | 89.03 | 92.63 | 96.77 | 96.20 |
| 2543/2000 | 96.85 | 101.70 | 93.01 | 95.75 | 97.51 | 97.80 |
| 2544/2001 | 98.22 | 100.97 | 97.08 | 98.46 | 98.71 | 99.40 |
| 2545/2002 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 | 100.00 |
| 2546/2003 | 101.09 | 99.77 | 102.77 | 102.29 | 101.36 | 101.80 |
| 2547/2004 | 102.52 | 99.78 | 105.18 | 105.03 | 102.68 | 104.60 |

ตาราง 8

อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว

พ.ศ. 2523-2547

(หน่วย: บาท)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย (ริงกิต) | ญี่ปุ่น (เยน) | ออสเตรเลีย (ดอลลาร์ออสเตรเลีย) | สหรัฐอเมริกา (ดอลลาร์สหรัฐ) | สหราชอาณาจักร (ปอนด์สเตอร์ลิง) |
|-----------|----------------------|------------------|-----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------------|
| 2523/1980 | 9.33 | 9.00 | 23.09 | 20.38 | 43.08 |
| 2524/1981 | 9.39 | 9.85 | 24.82 | 21.72 | 43.79 |
| 2525/1982 | 9.77 | 9.22 | 23.17 | 22.90 | 40.03 |
| 2526/1983 | 9.83 | 9.64 | 20.53 | 22.90 | 34.69 |
| 2527/1984 | 10.00 | 9.91 | 20.56 | 23.54 | 31.33 |
| 2528/1985 | 10.86 | 11.41 | 18.85 | 27.06 | 34.91 |
| 2529/1986 | 10.12 | 15.63 | 17.47 | 26.20 | 38.38 |
| 2530/1987 | 10.14 | 17.76 | 17.87 | 25.64 | 41.94 |
| 2531/1988 | 9.59 | 19.67 | 19.66 | 25.19 | 44.82 |
| 2532/1989 | 9.42 | 18.57 | 20.20 | 25.60 | 41.92 |
| 2533/1990 | 9.40 | 17.64 | 19.82 | 25.50 | 45.36 |
| 2534/1991 | 9.21 | 18.86 | 19.71 | 25.42 | 44.90 |
| 2535/1992 | 9.91 | 20.25 | 18.11 | 25.32 | 42.76 |
| 2536/1993 | 9.76 | 22.70 | 17.05 | 25.22 | 37.82 |
| 2537/1994 | 9.52 | 24.47 | 18.24 | 25.05 | 38.30 |
| 2538/1995 | 9.86 | 26.46 | 18.32 | 24.82 | 39.12 |
| 2539/1996 | 9.99 | 23.17 | 19.69 | 25.24 | 39.36 |
| 2540/1997 | 10.95 | 25.62 | 22.83 | 31.15 | 51.00 |
| 2541/1998 | 10.30 | 31.33 | 25.68 | 41.03 | 67.75 |
| 2542/1999 | 9.66 | 33.07 | 24.13 | 37.62 | 60.72 |
| 2543/2000 | 10.40 | 36.90 | 23.02 | 39.95 | 60.29 |
| 2544/2001 | 11.41 | 36.31 | 22.73 | 44.28 | 63.59 |
| 2545/2002 | 11.00 | 34.07 | 23.10 | 42.81 | 64.10 |
| 2546/2003 | 10.63 | 35.52 | 26.73 | 41.34 | 67.35 |
| 2547/2004 | 10.30 | 36.90 | 29.32 | 40.08 | 73.25 |

ที่มา. จาก อัตราแลกเปลี่ยน, กันยายน 9 สิงหาคม 2548, จาก <http://www.bot.or.th>

ตาราง 9

ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบ พ.ศ. 2523-2547

(หน่วย: ร้อยละ)

| พ.ศ./ค.ศ. | มาเลเซีย | ญี่ปุ่น | ออสเตรเลีย | สหรัฐอเมริกา | สหราชอาณาจักร |
|-----------|----------|---------|------------|--------------|---------------|
| 2523/1980 | 1.25 | 1.84 | 0.92 | 1.17 | 1.05 |
| 2524/1981 | 1.22 | 1.72 | 0.89 | 1.15 | 1.05 |
| 2525/1982 | 1.23 | 1.68 | 0.94 | 1.13 | 1.08 |
| 2526/1983 | 1.23 | 1.65 | 0.98 | 1.15 | 1.10 |
| 2527/1984 | 1.26 | 1.67 | 1.03 | 1.19 | 1.13 |
| 2528/1985 | 1.27 | 1.66 | 1.08 | 1.20 | 1.16 |
| 2529/1986 | 1.25 | 1.64 | 1.16 | 1.20 | 1.19 |
| 2530/1987 | 1.23 | 1.61 | 1.23 | 1.22 | 1.20 |
| 2531/1988 | 1.19 | 1.56 | 1.24 | 1.22 | 1.21 |
| 2532/1989 | 1.15 | 1.51 | 1.26 | 1.21 | 1.21 |
| 2533/1990 | 1.12 | 1.47 | 1.28 | 1.21 | 1.22 |
| 2534/1991 | 1.11 | 1.44 | 1.25 | 1.19 | 1.24 |
| 2535/1992 | 1.11 | 1.40 | 1.21 | 1.18 | 1.24 |
| 2536/1993 | 1.12 | 1.37 | 1.19 | 1.17 | 1.23 |
| 2537/1994 | 1.10 | 1.32 | 1.16 | 1.15 | 1.20 |
| 2538/1995 | 1.08 | 1.24 | 1.15 | 1.11 | 1.16 |
| 2539/1996 | 1.05 | 1.18 | 1.11 | 1.08 | 1.13 |
| 2540/1997 | 1.03 | 1.13 | 1.05 | 1.05 | 1.09 |
| 2541/1998 | 1.00 | 1.05 | 0.98 | 0.99 | 1.02 |
| 2542/1999 | 1.02 | 1.05 | 0.99 | 1.01 | 1.03 |
| 2543/2000 | 1.02 | 1.02 | 1.02 | 1.02 | 1.02 |
| 2544/2001 | 1.02 | 1.00 | 1.05 | 1.03 | 1.02 |
| 2545/2002 | 1.03 | 0.98 | 1.08 | 1.04 | 1.03 |
| 2546/2003 | 1.03 | 0.96 | 1.09 | 1.05 | 1.02 |
| 2547/2004 | 1.01 | 0.94 | 1.08 | 1.05 | 1.01 |

ที่มา. จากการคำนวณ ตาราง 7

ภาคผนวก ข

ข้อมูลทั่วไป และลักษณะทางภูมิประเทศของไทย

ข้อมูลทั่วไป และลักษณะทางภูมิประเทศของไทย

ถ้าพิจารณาจากแผนที่จะสามารถแบ่งภูมิประเทศของไทย ได้ดังนี้

ภาคเหนือ ประกอบด้วย 17 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกำแพงเพชร เชียงราย เชียงใหม่ นครสวรรค์ ตาก น่าน พะเยา พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ แพร่ แม่ฮ่องสอน ลำปาง ลำพูน สุโขทัย อุตรดิตถ์ และอุทัยธานี มีพื้นที่รวม 169,644.3 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 106 ล้านไร่ ลักษณะภูมิประเทศของภาคเหนือเป็นทิวเขาทอดยาวจากเหนือลงมาได้ ทิวเขาที่สำคัญได้แก่ ทิวเขาถนนธงชัย เป็นทิวเขาที่ใหญ่ และยาวที่สุดของภาคเหนือ มียอดเขาสูงเป็นอันดับหนึ่งของประเทศคือ ยอดเขาคอยอินทนนท์ อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ สูงจากระดับน้ำทะเล 2,565 เมตร ทิวเขาแดนลาวกั้นเขตแดนไทยกับพม่า มียอดเขาสูงเป็นอันดับสองของประเทศคือ ยอดคอยผ้าห่มปก อยู่ในอำเภอแม่เมาะ มีความสูง 2,297.84 เมตร และยอดคอยหลวงเชียงดาว สูง 2,222 เมตร เป็นอันดับ 3 อยู่ในจังหวัดเชียงใหม่เช่นกัน และยังมีทิวเขาขุนตาล ทิวเขาผีปันน้ำตะวันตก ทิวเขานี้อยู่ระหว่างแม่น้ำวังกับแม่น้ำยม ทิวเขาผีปันน้ำตะวันออก อยู่ระหว่างแม่น้ำยมกับแม่น้ำน่าน ทิวเขาหลวงพระบาง กั้นเขตแดนระหว่างไทยกับลาว ทิวเขาเหล่านี้ประกอบไปด้วยภูเขาใหญ่น้อยมากมาย เช่น คอยอินทนนท์ คอยขุนตาล ภูชี้ฟ้า ภูผาตั้ง และยังเป็นที่อยู่อาศัยของชาวเขาเผ่าต่าง ๆ ได้แก่ กะเหรี่ยง ม้ง มูเซอ เข่า อีเก้อ และลีซอ ส่วนพื้นที่ราบบริเวณหุบเขา และแถบลุ่มแม่น้ำปิง วัง ยม น่าน ลุ่มน้ำกก และน้ำอิง มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การ เพาะปลูกข้าว และพืชไร่ รวมทั้งไม้ผลหลากหลายชนิด

แม่น้ำ

แม่น้ำสายสำคัญในภาคเหนือ แบ่งออกเป็น 3 สาย ได้แก่

1. สายที่ไหลจากเหนือลงใต้ ได้แก่ แม่น้ำปิง แม่น้ำแจ่ม แม่น้ำตืน แม่น้ำจืด แม่น้ำกวง แม่น้ำทา แม่น้ำวัง แม่น้ำจาง แม่น้ำยม แม่น้ำน่าน และแม่น้ำปาด
2. สายที่ไหลจากใต้ขึ้นเหนือ ได้แก่ แม่น้ำอิง แม่น้ำลาว แม่น้ำกก แม่น้ำจัน และแม่น้ำลี้
3. สายที่ไหลไปลงทางด้านพม่า ได้แก่ แม่น้ำเมย แม่น้ำยวม และแม่น้ำปาย ซึ่งไหลบรรจบกับแม่น้ำสาละวิน ลักษณะนิสัยของชาวเหนือสังเกตได้จากภาษาพูด ซึ่งเป็นภาษาไทยท้องถิ่นที่มีความไพเราะอ่อนหวาน แสดงถึงความสุภาพอ่อนโยนในจิตใจ

ความโอบอ้อมอารี และความเป็นมิตร งานหัตถกรรมมากมายที่สร้างสรรค์เป็นข้าวของเครื่องใช้ และของที่ระลึกที่ได้รับความนิยมจนกลายเป็นสินค้าส่งออกที่นำรายได้เข้าประเทศนั้นก็ เป็นสิ่งหนึ่งที่สามารถบ่งบอกความเป็นชาวไทยภาคเหนือได้เป็นอย่างดี

ภาคกลาง พื้นที่ภาคกลางประกอบด้วย 21 จังหวัด และ 1 เขตการปกครองพิเศษ ได้แก่ จังหวัดกาญจนบุรี ฉะเชิงเทรา ชัยนาท นครนายก นครปฐม นนทบุรี ปทุมธานี ประจวบคีรีขันธ์ ปราจีนบุรี พระนครศรีอยุธยา เพชรบุรี ราชบุรี ลพบุรี สมุทรปราการ สมุทรสงคราม สมุทรสาคร สระแก้ว สระบุรี สิงห์บุรี สุพรรณบุรี และอ่างทอง ส่วนกรุงเทพมหานครไม่นับว่าเป็นจังหวัด เนื่องจากเป็นเขตการปกครองพิเศษ ลักษณะทางภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่มกว้างใหญ่ เป็นศูนย์รวมของแม่น้ำสายสำคัญหลายสาย ได้แก่ แม่น้ำเจ้าพระยา ป่าสัก แม่กลอง ท่าจีน แควน้อย แควใหญ่ ฯลฯ พื้นที่แถบนี้จึงอุดมสมบูรณ์เป็นอู่ข้าวอู่น้ำของประเทศ ประชากรส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพ เกษตรกรรม ทำนา ปลูกข้าว มีสวนผลไม้ และทำไร่ นอกจากนี้ยังมีกิจการปศุสัตว์ เลี้ยงโคพันธุ์เนื้อ พันธุ์นม มีฟาร์มไก่ และเลี้ยงปลา ส่วนจังหวัดที่อยู่ติดชายทะเลก็ทำการประมง และนาเกลือ รวมไปถึงอาชีพรับจ้างในโรงงาน อุตสาหกรรม กิจการพาณิชย์ รับราชการ และงานหัตถศิลป์อีกมากมาย ด้วยความที่เป็นแหล่งอารยธรรมเก่าแก่ มีประชากรหลายเชื้อชาติเผ่าพันธุ์ จึงก่อให้เกิดงานศิลปะผสมผสานที่งดงาม ตามวัดวาอารามต่าง ๆ เป็นมรดกของประเทศสืบทอดมาถึงลูกหลานในปัจจุบัน และบางแห่งทรงคุณค่าจนได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกของโลกที่ต้องรักษาไว้ซึ่งชมร่วมกันตราบนานเท่านาน อีกทั้งวัฒนธรรมประเพณี และการละเล่นต่าง ๆ ซึ่งยังคงมีให้ชมได้ในหลายพื้นที่ของจังหวัดในภาคกลาง เช่น ระบำชาวไร่ เพลงพวงมาลัย เพลงฉ่อย เพลงอริษฐาน เพลงเหย่ย เพลงแม่ศรี เพลงเดินกำรำเคียว เพลงลำตัด เพลงปรบไก่ เพลงอีแซว กลองยาว และลิเก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการแสดงในราชสำนักที่ภายหลังได้นำออกเผยแพร่ทั่วไป เช่น โขน ละคร หนังใหญ่ หุ่นกระบอก และดนตรีไทย นอกจากนี้สภาพภูมิประเทศของภาคกลางยังเอื้ออำนวยต่อกิจกรรมทางการท่องเที่ยวมากมาย ได้แก่ ภูเขาใหญ่น้อยหลายแห่ง ซึ่งเป็นที่ตั้งของถ้ำอันสวยงาม มีพื้นที่ป่าชุ่มชื้นเป็นต้นน้ำลำธารที่ไหลรวมเป็นน้ำตก มีเกาะแก่งกลางลำน้ำ และด้วยเหตุผลที่ภาคกลางเป็นที่ตั้งของเมืองหลวง คือ กรุงเทพมหานคร จึงเป็นศูนย์กลางการคมนาคมที่สำคัญของประเทศ

ภาคใต้ ประกอบด้วย 14 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดกระบี่ ชุมพร ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ปัตตานี พังงา พัทลุง ภูเก็ต ยะลา ระนอง สงขลา สตูล และสุราษฎร์ธานี ลักษณะภูมิประเทศประกอบด้วยพื้นที่ราบ ป่าไม้ ภูเขา หาดทราย น้ำตก ถ้ำ ทะเลสาบ และกลุ่มเกาะในท้องทะเลทั้งสองฝั่ง มีเทือกเขาที่สำคัญได้แก่ เทือกเขาตะนาวศรี เทือกเขาภูเก็ต เทือกเขานครศรีธรรมราช โดยมีเทือกเขาสันกาลาคีรีเป็นพรมแดนกั้นระหว่างไทยกับมาเลเซีย รวมความยาวของเทือกเขาภาคใต้ทั้งหมดกว่า 1,000 กิโลเมตร มีแม่น้ำสายสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำปุมดวง แม่น้ำตาปี แม่น้ำปัตตานี แม่น้ำท่าทอง แม่น้ำตะกั่วป่า แม่น้ำปากพนัง และแม่น้ำตรัง ชายหาดทางฝั่งอ่าวไทยเกิดจากการยกตัวสูงขึ้น จึงมีที่ราบชายฝั่งทะเลยาวเรียบกว้าง น้ำตื้น ส่วนทางด้านทะเลอันดามันเป็นลักษณะของชายฝั่งยุบต่ำลง มีที่ราบน้อย ชายหาดเว้าแหว่ง มีหน้าผาสูงชัน ชายฝั่งเป็นโขดหิน และป่าโกงกาง สภาพอากาศค่อนข้างร้อน แต่เนื่องจากได้รับอิทธิพลของลมมรสุมจึงทำให้มีฝนตกชุกตลอดทั้งปี โดยเริ่มจากเดือนพฤษภาคมถึงเดือนกันยายนเป็นลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ ซึ่งจะทำให้เกิดฝนตก และคลื่นลมแรงทางฝั่งทะเลอันดามัน และอิทธิพลของลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือระหว่างเดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ทางฝั่งทะเลอ่าวไทย ตั้งแต่จังหวัดชุมพรลงไป ภาคใต้จึงมีเพียง 2 ฤดูคือ ฤดูร้อน และฤดูฝน จากสภาพทางภูมิศาสตร์ ทำให้ภาคใต้มีความสัมพันธ์กับประเทศในเอเชียอาคเนย์มาโดยตลอด เช่น ค้าขายกับจีนมาตั้งแต่ พุทธศตวรรษที่ 5 จนถึง 16 สินค้าที่ค้าขาย ได้แก่ ไข่มุก เครื่องแก้ว น้ำหอม อัญมณี และนอแรด กลางพุทธศตวรรษที่ 10-12 มีการติดต่อกับอินเดีย การเผยแผ่ศาสนาพุทธ และพราหมณ์ ซึ่งมีอิทธิพลทางด้านศิลปะเป็นอย่างมาก รวมทั้ง วรรณคดี ความเชื่อ ประเพณี และกฎหมาย จากนั้นในพุทธศตวรรษที่ 12-15 มีการค้าเครื่องเทศกับชาวเปอร์เซีย และชาวอาหรับ ซึ่งได้นำศาสนาอิสลามมาสู่เกาะสุมาตรา จากนั้นได้ขยายสู่แหลมมลายูถึงประเทศอินโดนีเซีย และเลยมายังทางใต้ของไทยในราวศตวรรษที่ 20 ทำให้ชาวพื้นเมืองภาคใต้บางส่วนนับถือศาสนาอิสลาม ประชากรทางภาคใต้ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ทำนา ทำไร่กาแฟ มีสวนยางพารา สวนมะพร้าว สวนผลไม้ และมะม่วงหิมพานต์ ทำการประมงน้ำลึก และประมงชายฝั่ง การทำนาเกลือ เลี้ยงหอยมุก ส่วนผลงานด้านหัตถกรรม ได้แก่ ผ้าเกาะยอ ผ้าไหมพุมเรียง ผ้าทอเมืองนคร ผ้าบาติก เครื่องประดับ เครื่องใช้ประเภทเครื่องเงิน เครื่องทอง ทองเหลือง และเครื่องถม งานฝีมือจักสานย่านลิ

เพา และเครื่องประดับที่ทำจากเปลือกหอย สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ภาคใต้ ยังคงอยู่ใน ความสนใจของนักท่องเที่ยวนอกเหนือจากธรรมชาติที่สวยงาม

ภาคตะวันออก ประกอบด้วย 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดจันทบุรี ชลบุรี ตราด และ ระยอง ลักษณะภูมิประเทศเป็นที่ราบสลับภูเขาสูงเตี้ย ๆ บริเวณชายฝั่งทะเลตะวันออกมี เทือกเขาจันทบุรีทอดตัวไปทางตะวันตกจนจรดกับเทือกเขาพนมดงรัก ซึ่งทอดยาวจาก เหนือถึงใต้เป็นเส้นแบ่งอาณาเขต ระหว่างประเทศไทยกับประเทศกัมพูชาประชาธิปไตย มีแม่น้ำสายสำคัญ ได้แก่ แม่น้ำจันทบุรี แม่น้ำตราด แม่น้ำระยอง และแม่น้ำประแสร์ ซึ่ง ไหลลงสู่ทะเลอ่าวไทย ชายฝั่งทะเลที่เรียบยาว โค้งเว้า ท้องทะเลตะวันออกเต็มไปด้วย กลุ่มเกาะน้อยใหญ่หลายแห่งที่สำคัญได้แก่ เกาะช้าง เกาะหมาก เกาะกูด ในจังหวัดตราด เกาะเสม็ด เกาะมัน จังหวัดระยอง เกาะล้าน เกาะสีชัง ในจังหวัดชลบุรี ส่วนบริเวณปาก แม่น้ำเป็นพื้นที่ป่าชายเลนที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งเกิดจากการทับถมของตะกอน โคลนตมที่ แม่น้ำสายต่าง ๆ พัดพามา เป็นบริเวณที่มีความสำคัญต่อระบบนิเวศของสิ่งมีชีวิตเล็ก ๆ ในภูมิภาคตะวันออก จากสภาพภูมิศาสตร์ ภูมิอากาศความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ และท้อง ทะเลที่กว้างใหญ่ ประชากรจึงประกอบอาชีพที่หลากหลาย ได้แก่ สวนผลไม้ เช่น เงาะ ทุเรียน มังคุด สับปะรด สวนยางพาราที่นำพันธุ์มาจากภาคใต้ มีการทำประมง จำหน่าย อาหารทะเลสด รวมทั้งอาหารแปรรูปต่าง ๆ มีโรงงานอุตสาหกรรมในนิคมอุตสาหกรรม มาบตาพุด ซึ่งกำหนดให้เป็นแหล่งอุตสาหกรรมหนักที่ต้องใช้พลังงานจากก๊าซธรรมชาติ เป็นวัตถุดิบ เป็นแหล่งรวมแร่ธาตุที่มีค่าของประเทศรวมไปถึงการเป็นผู้ส่งออกราย ใหญ่ของโลกด้วย นอกจากนี้ภาคตะวันออกยังเป็นสุดขั้วของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศมากที่สุด ด้วยทุกองค์ประกอบของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถูกรวมไว้ ณ ภูมิภาคแห่งนี้

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหรือภาคอีสาน ประกอบด้วย 19 จังหวัด ได้แก่ จังหวัด กาฬสินธุ์ ขอนแก่น ชัยภูมิ นครพนม นครราชสีมา บุรีรัมย์ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด เลย ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุรธานี และ อุบลราชธานี มีพื้นที่ประมาณ 170,226 ตารางกิโลเมตรหรือ 1 ใน 3 ของพื้นที่ทั้งประเทศ ตั้งอยู่บนที่ราบสูงโคราช ภูมิภาคนี้ทั้งภาคยกตัวสูงเป็นขอบแยกตัวออกจากภาคกลาง อย่างชัดเจน ประกอบด้วยเทือกเขาสูงทางทิศตะวันตกและทิศใต้ เทือกเขาทิศตะวันตกมี

ความสูงเฉลี่ย 500-1,000 เมตร เหนือระดับน้ำทะเลมียอดเขาที่สูงที่สุดในภาคอีสานคือ ยอดภูหลวง มีความสูง 1,571 เมตร และภูกระดึงสูง 1,325 เมตร เป็นแหล่งต้นน้ำของ แม่น้ำหลายสาย ได้แก่ แม่น้ำพอง แม่น้ำเลย แม่น้ำพรม แม่น้ำชี และลำตะคอง ทางด้าน ทิศใต้มีเทือกเขาสันกำแพง และเทือกเขาพนมดงรักกั้นระหว่างภาคอีสานของไทยกับ กัมพูชา และลาว มีความสูงเฉลี่ย 400-700 เมตร ยอดเขาเขียวเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดอยู่ทาง ตอนใต้ สูงประมาณ 1,292 เมตร ส่วนตอนกลางของภาคมีเทือกเขาภูพานทอดตัวจาก เหนือลงสู่ทิศใต้ แบ่งภาคอีสานออกเป็น 2 ส่วน คือ

 แ่งโคราช คือ บริเวณแถบลุ่มแม่น้ำชี และแม่น้ำมูล มีพื้นที่ 3 ใน 4 ของภาคอีสาน
ทั้งหมด

 แ่งสกลนคร คือ บริเวณตอนเหนือของเทือกเขาภูพาน และบริเวณที่ราบลุ่มน้ำ
โขง

ՄԵՐԱՆՍԻՆԵՐԻ ԱՅՍԻՆԵՐԻ

Յ ԱՇԽԱՏԱՆ

ตาราง 10

ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศมาเลเซีย

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|---------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 6,630,290.255 | 8,700,312.928 | | .7620 | .455 |
| | ARR | 9.161 | 2.162 | .415 | 4.2360 | .000 |
| | NI | 75.371 | 19.287 | .583 | 3.9080 | .001 |
| | RPI | -3,485,975.138 | 8,576,066.070 | -.050 | -.4060 | .689 |
| | EX | -715,040.013 | 667,091.430 | -.065 | -1.0720 | .297 |

a Dependent Variable: EXP

 $R^2 = 0.9740$ Adjusted $R_2 = 0.9690$ Std. Error = 1,135,357.1705 Sig.F = 0.000 D.W. = 1.9190

ที่มา. จาก การคำนวณ

ตาราง 11

ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศญี่ปุ่น

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|------------|-----------------------------|----------------|---------------------------|---------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 43,992,725.949 | 22,628,856.269 | | 1.9440 | .066 |
| | ARR | 5.790 | 6.560 | .186 | .8830 | .388 |
| | NI | 1.656 | 14.045 | .068 | .1180 | .907 |
| | RPI | -25,586,141.876 | 12,170,374.477 | -.668 | -2.1020 | .048 |
| | EX | 74,359.182 | 508,510.702 | .065 | .1460 | .885 |

a Dependent Variable: EXP

 $R^2 = 0.9610$ Adjusted $R_2 = 0.9530$ Std. Error = 2,403,895.2120 Sig.F = 0.000 D.W. = 2.1970

ที่มา. จาก การคำนวณ

ตาราง 12

ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศออสเตรเลีย (ครั้งที่ 1)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|----------------|--------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Coefficients | | |
| 1 | (Constant) | 5,007,731.779 | 10,162,947.106 | | .4930 | .628 |
| | ARR | 2.353 | 7.953 | .054 | .2960 | .770 |
| | NI | 15.795 | 4.067 | .984 | 3.8830 | .001 |
| | RPI | -3,314,338.615 | 5,814,953.627 | -.079 | -.5700 | .575 |
| | EX | -232,659.912 | 275,661.232 | -.169 | -.8440 | .409 |

a Dependent Variable: EXP

 $R^2 = 0.8530$ Adjusted $R_2 = 0.8240$ Std. Error = 1,838,022.4716 Sig.F = 0.000 D.W. = 2.5870

ที่มา. จาก การคำนวณ ครั้งที่ 1

ตาราง 13

ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศออสเตรเลีย (ครั้งที่ 2)

| | B | SEB | T-RATIO | APPROX. PROB. |
|----------|----------------|---------------|---------|---------------|
| ARI | -.503 | .271 | -1.8530 | .0795 |
| ARR | 14.582 | 7.038 | 2.0718 | .0521 |
| NI | 10.488 | 3.320 | 3.1592 | .0052 |
| RPI | -1,800,411.953 | 3,833,514.221 | -.4697 | .6439 |
| EX | -77,426.908 | 190,855.106 | .4057 | .6895 |
| CONSTANT | 713,345.008 | 6,885,116.848 | .1036 | .6568 |

 $R^2 = 0.8725$ Adjusted $R_2 = 0.8371$ Std. Error = 1,757,257.4021 Sig.F = 0.0000 D.W. = 2.0881

ที่มา. จาก การคำนวณ ครั้งที่ 2 โดยวิธีการ AR(1)

ตาราง 14

ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศสหรัฐอเมริกา (ครั้งที่ 1)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|------------|-----------------------------|---------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 252,512.972 | 7,553,087.070 | | .0330 | .974 |
| | ARR | -5.883 | 10.441 | -.111 | -.5630 | .579 |
| | NI | 23.955 | 6.442 | 1.626 | 3.7180 | .001 |
| | RPI | 3,911,112.755 | 6,969,355.993 | .043 | .5610 | .581 |
| | EX | -451,002.071 | 215,834.665 | -.514 | -2.090 | .050 |

a Dependent Variable: EXP

 $R^2 = 0.9760$ Adjusted $R_2 = 0.9710$ Std. Error = 1,154,402.2198 Sig.F = 0.0000 D.W. = 2.3730

ที่มา. จาก การคำนวณ ครั้งที่ 1

ตาราง 15

ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศสหรัฐอเมริกา (ครั้งที่ 2)

| | B | SEB | T-RATIO | APPROX. PROB. |
|----------|----------------|---------------|---------|---------------|
| ARI | .646 | .225 | -2.8680 | .0095 |
| ARR | 29.751 | 2.757 | 10.7915 | .0000 |
| RPI | -9,968,138.916 | 3,835,723.887 | -2.5988 | .0172 |
| EX | 311,008.794 | 56,079.833 | 5.5458 | .0000 |
| CONSTANT | 2,290,742.663 | 5,134,291.061 | .4462 | .6603 |

 $R^2 = 0.9701$ Adjusted $R_2 = 0.9638$ Std. Error = 1,272,082.4880 Sig.F = 0.0000 D.W. = 2.0283

ที่มา. จาก การคำนวณ ครั้งที่ 2 โดยวิธีการ AR(1)

ตาราง 16

ค่าทางสถิติที่ได้จากการคำนวณ ประเทศสหราชอาณาจักร

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | | |
|-------|------------|-----------------------------|----------------|---------------------------|---------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | t | Sig. |
| 1 | (Constant) | 17,202,247.990 | 10,954,207.190 | | 1.5700 | .132 |
| | ARR | 12.465 | 12.803 | .227 | .9740 | .342 |
| | NI | 22.607 | 9.045 | .956 | 2.4990 | .021 |
| | RPI | -12,745,637.968 | 7,102,465.028 | -.117 | -1.7950 | .088 |
| | EX | -216,374.327 | 155,902.699 | -.292 | -1.3880 | .180 |

a Dependent Variable: EXP

 $R^2 = 0.9590$ Adjusted $R_2 = 0.9510$ Std. Error = 1,989,061.4122 Sig.F = 0.0000 D.W. = 2.1040

ที่มา. จาก การคำนวณ

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548ก). *บทบาทสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*.
ค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2548, จาก [http://www.mots.go.th/kpr/asd/
Manual_Hand_Policy&Strategy/Manual_Handle_Working_Tourism_Sport_For_Government_Employee_In_MOTS/Tourism_And_Sport.doc](http://www.mots.go.th/kpr/asd/Manual_Hand_Policy&Strategy/Manual_Handle_Working_Tourism_Sport_For_Government_Employee_In_MOTS/Tourism_And_Sport.doc)
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548ข). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยว พ.ศ. 2547 - 2551*. ค้น
เมื่อ 29 กรกฎาคม 2548, จาก [http://www.mots.go.th/Strategy/stTourism47-
51/chartTourism.files/frame.htm](http://www.mots.go.th/Strategy/stTourism47-51/chartTourism.files/frame.htm)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2528). *รายงานสถิติประจำปี 2527*. กรุงเทพมหานคร:
ผู้แต่ง
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2533). *รายงานสถิติประจำปี 2532*. กรุงเทพมหานคร:
ผู้แต่ง
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2538). *รายงานสถิติประจำปี 2537*. กรุงเทพมหานคร:
ผู้แต่ง
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2543). *รายงานสถิติประจำปี 2542*. กรุงเทพมหานคร:
ผู้แต่ง
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548ก). *รายงานสถิติประจำปี 2547*. กรุงเทพมหานคร:
ผู้แต่ง
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2548ข). *สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาว
ต่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย พ.ศ. 2547*. ค้นเมื่อ 27 กรกฎาคม 2548,
จาก <http://www2.tat.or.th/tat/e-journal/upload/85/Inter%20Sit%2047.pdf>
- จิราภรณ์ อัมพรพรรคี. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. โครงการผลิตชุดการเรียน
รายวิชาหลัก มหาวิทยาลัยศรีปทุม. สาระสังเขป. ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก
<http://elearning.spu.ac.th/allcontent/svi314/class1.htm>

- ฉัตรชัย ปานเฟื่อง. (2543). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณัฐวดี ปงเมฆ. (2547). ผลกระทบของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นของไทย กรณีศึกษาเปรียบเทียบจังหวัดเชียงรายกับจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดุษฎี ชุมสาย, ม.ล. และณัฐพันธ์ พรหมโยธี. (2527). *ปฐมบทแห่งวิชาการท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- ธงชัย ฐีปติวิริยะ. (2541). *อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทย พ. ศ. 2530 - 2540*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2548ก). *ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป*. ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2548, จาก http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/EconData/Thai_Key/Thai_Key.xls
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2548ข). *อัตราแลกเปลี่ยน*. ค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2548, จาก <http://www.bot.or.th/bothomepage/databank/EconData/EconFinance/Download/Tab89.xls>
- พรทิพย์ อีสริยานนท์. (2547). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประเทศไทยกรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและประเทศญี่ปุ่น*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เพ็ญแข ศิริวรรณ, ชินนะพงษ์ บำรุงทรัพย์, สายทอง อมรวิเชษฐ์ และโสพร เสนิตันติกุล. (2546). *โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว ปี 2546*. กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- ภูมรินทร์ สร้อยสุวรรณ. (2544). *การวิเคราะห์ผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยโดยวิธี cointegration*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- มหาวิทยาลัยบูรพา, สถาบันศิลปะและวัฒนธรรม. (2548). ความหมายของการท่องเที่ยว. สารสังเขป. ค้นเมื่อ 19 กรกฎาคม 2548, จาก <http://www.nectec.or.th/courseware/siamculture/travel/knowledge/travel05.html>
- ระพีพรรณ ทองห่อ, รสิกา อังกูร, ปาลีรัตน์ การดี, ศิริศักดิ์ สุนทรไชย, อินทิรา นาคันต์, อรุณลักษณ์ สี่มาพันธุ์ และคนอื่น ๆ. (2546). ลักษณะการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์และความต้องการใช้บริการของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณิ จิเจริญ. (2535). เศรษฐศาสตร์จุลภาค 2 (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณิ จิเจริญ. (2540). เศรษฐศาสตร์จุลภาค 3 (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2524). เศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วิโชค อ่างมณี. (2532). อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล. (2528). รายงานการวิจัยเรื่องผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์บริการทางวิชาการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- สุจินต์พร จินตนา. (2538). การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.
- Chadee, D., & Mieczkowski, Z. (1987). An empirical analysis of the effects of the exchange rate on Canadian tourism. *Journal of Travel research*, 26, 13-17
- International Monetary Fund. (2005). *World economic outlook database*. Retrieved August 9, 2005, from http://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2005/01/data/dbcountr.cfm?SD=1980&ED=2005&R1=1&R2=1&CS=3&SS=2&OS=C&DD=0&OUT=4&C=193-548-112-158-111&S=NGDP_RPCH-NGDP_R-NGDP-

NGDPD-NGDP_D-NGDPRPC-NGDPPC-NGDPDPC-NGAP_NPGDP-
NI_NGDP-NGS_NGDP-PPPWGT-PPPSH-PPPEX-PPPPC-PCPIPCH-PCPI-
LUR-GGB_NGDP-GGB-GGSB_NPGDP-GGSB-GGD_NGDP-GGD-
GGND_NGDP-GGND-BCA_NGDPD-BCA-FLIBOR6&x=47&y=11&CMP
=0

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-ชื่อสกุล นายกิตติพงศ์ นันทเกษตร
วัน เดือน ปีเกิด 7 มีนาคม 2512
สถานที่เกิด จังหวัดสุราษฎร์ธานี
วุฒิการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
โรงเรียนสุราษฎร์ธานี ปีการศึกษา 2531
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2536
ตำแหน่งหน้าที่
การทำงานปัจจุบัน เจ้าหน้าที่ 3 ฝ่ายปฏิบัติการธนาคาร ธนาคารกรุงศรีอยุธยา
จำกัด (มหาชน)

