



ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยของ  
นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ศรียวี วิเชียรญาณ

สารนิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง  
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
ปีการศึกษา 2551  
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

**FACTORS AFFECTING INTERNATIONAL TOURISTS IN THAILAND**

**SRIRAVEE WICHEANYAN**

**A THEMATIC PAPER PRESENTED TO RAMKHAMHAENG UNIVERSITY**

**IN PARTIAL FULFILLMENT OF THE REQUIREMENTS**

**FOR THE DEGREE OF MASTER OF ECONOMICS**

**2008**

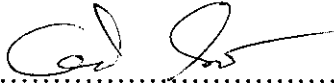
**COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY**

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์      ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยว  
ระหว่างประเทศ  
ชื่อผู้เขียน              นางสาวศรียวี วิเชียรญาณ  
คณะ                      เศรษฐศาสตร์

---

คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้  
เห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทบริหาร  
ศาสตรมหาบัณฑิต


คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

  
.....ประธานกรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อดิ ไทยานันท์)

  
.....กรรมการ  
(รองศาสตราจารย์อัมภินพงค์ นัตราคม)

---

อนุมัติให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

  
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิมล พุพิพิช)





## กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้ จะสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์มิได้ ถ้าหากขาดผู้มีพระคุณหลายท่านดังนี้ รองศาสตราจารย์อดิ ไทยนันท์ ที่กรุณาได้รับเป็นอาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ และกรุณาสละเวลาให้คำปรึกษาอันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งมาตลอดระยะเวลาในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ พร้อมทั้งรองศาสตราจารย์สัมพันธ์ ฉัตราคม ที่กรุณาสละเวลาเป็นกรรมการสารนิพนธ์ อีกทั้งให้คำแนะนำอันมีค่ายิ่ง

นอกจากนี้ขอขอบคุณ เจ้าหน้าที่ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ให้คำแนะนำในการค้นหาข้อมูลและช่วยเหลือมาโดยตลอด

สุดท้ายนี้ ข้าพเจ้าขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ ที่ให้การอบรมเลี้ยงดู และคอยให้กำลังใจมาโดยตลอด ตลอดจนพี่น้อง และเพื่อน ๆ ทุกคนที่มีส่วนในการให้ความช่วยเหลือและให้การสนับสนุนในการจัดทำสารนิพนธ์ฉบับนี้ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ศรียวี วิเชียรญาณ

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย .....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	(5)
กิตติกรรมประกาศ.....	(6)
สารบัญตาราง .....	(9)
สารบัญภาพประกอบ.....	(11)
บทที่	
1 บทนำ .....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	6
สมมติฐานของการศึกษา.....	6
ขอบเขตของการศึกษา .....	6
วิธีการศึกษา.....	6
นิยามศัพท์เฉพาะ .....	8
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	9
2 แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	10
แนวคิดทางทฤษฎี .....	10
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	20
3 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย .....	24
โครงสร้างการท่องเที่ยว.....	24
สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย .....	46
4 ผลการศึกษา .....	58
5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ.....	61
สรุปผลการศึกษา.....	61

บทที่	หน้า
ข้อเสนอแนะ.....	62
ภาคผนวก	
ก ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	64
ข ผลการวิเคราะห์.....	67
บรรณานุกรม.....	71
ประวัติผู้เขียน.....	73



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1 ปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทยและรายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2550.....	5
2 ปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2550 .....	47
3 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามภูมิภาคต่าง ๆ ในโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550.....	49
4 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำแนกตามภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540-2550 .....	51
5 ระดับอายุของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 .....	52
6 จำแนกเพศนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550.....	53
7 อาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 .....	54
8 วัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาในประเทศของนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 .....	55
9 รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550.....	56
10 ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550.....	57
11 ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ.....	65
12 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ครั้งที่ 1 .....	68
13 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ครั้งที่ 2 .....	60

ตาราง	หน้า
14 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ครั้งที่ 3 .....	60

## สารบัญภาพประกอบ

ภาพ	หน้า
1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ (change in demand) .....	13
2 การย้ายเส้นอุปสงค์ (shift in demand).....	14
3 ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว.....	15

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความสำคัญของปัญหา

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศต่าง ๆ อย่างมาก ซึ่งการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมโดยรวม ก่อให้เกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และเกิดการสร้างงาน โดยที่การขยายตัวหรือหดตัวของการท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อตัวแปรทางสังคมและเศรษฐกิจ

สำหรับประเทศไทยธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ให้กับประเทศเสมือนหนึ่งรายได้จากการส่งออก เพียงแต่ในกรณีนี้ผู้ซื้อ (นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ) ได้เดินทางมาซื้อสินค้าและบริการในประเทศไทย และหากจะเปรียบธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจการส่งออกสินค้าประเภทเกษตรกรรม ธุรกิจการท่องเที่ยวจะสามารถสร้างรายได้อย่างรวดเร็วโดยไม่ต้องขึ้นอยู่กับสินค้าอากาศเพื่อรอการผลิตตามฤดูกาลเหมือนสินค้าเกษตรกรรมต่าง ๆ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาวะปัจจุบันที่ประเทศกำลังประสบปัญหาด้านเศรษฐกิจและสังคมจากอัตราเงินเฟ้อของประเทศที่สูงขึ้นซึ่งเกิดจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างรวดเร็วทำให้สินค้าอุปโภคบริโภคมีราคาสูงขึ้น ผลจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนซึ่งส่งผลต่อการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมรวมทั้งปัจจัยทางด้านการเมืองเสถียรภาพของรัฐบาล ปัญหาภัยธรรมชาติซึ่งเกิดจากการแปรปรวนจากภาวะโลกร้อน อันจะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ อีกทั้งยังเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่อง

ความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมหลายสาขา และแต่ละชนิดที่แตกต่างกันของสินค้าและบริการ โดยสามารถสรุปความสำคัญที่มีผล-

กระทบด้านต่าง ๆ ได้ดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 35-41)

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศ สรุปได้ 6 ประการ ดังต่อไปนี้

1.1 การท่องเที่ยวเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศ กล่าวคือ การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นสินค้าส่งออกจำบัง (invisible export) โดยไม่มีการส่งสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวไปขายยังต่างประเทศจริง ๆ แต่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศต้องเป็นผู้รับผิดชอบการเดินทางและซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว เช่น การซื้อตั๋วโดยสารเครื่องบินมาชมวัดพระแก้ว ก็จะต้องจ่ายค่าที่พักแรม ค่าอาหาร ค่านำเที่ยว และค่าสินค้าที่ระลึกให้กับประเทศไทย เป็นต้น

1.2 การท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ กล่าวคือ เมื่อนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ก็จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางและซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งรายได้จากการท่องเที่ยวนี้ สามารถนำไปช่วยลดภาวะการขาดดุลการค้าและการขาดดุลการชำระเงินของประเทศได้น้อยลง หรือเกิดการเกินดุล อันเป็นการส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจ

1.3 การท่องเที่ยวช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน กล่าวคือ การท่องเที่ยวเป็นการบริการที่ต้องใช้แรงงานส่วนใหญ่ในลักษณะการต้อนรับให้บริการ จึงมีการจ้างงานทั้งทางตรงและทางอ้อม การจ้างงานทางตรง ได้แก่ อาชีพธุรกิจการขนส่ง ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหาร และธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เป็นต้น ส่วนการจ้างงานทางอ้อม ได้แก่ อาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตอาหาร อาชีพทางด้านหัตถกรรม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตสินค้าที่ระลึก อาชีพก่อสร้างหรือบริการในสิ่งอำนวยความสะดวกด้านอื่น ๆ นับเป็นการสร้างอาชีพให้เกิดขึ้นมากมาย และช่วยแก้ปัญหาการว่างงานของประเทศด้วย

1.4 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ คือเมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดการกระจายรายได้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวนำเงินไปจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการจากท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้

1.5 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น กล่าวคือ ในระยะเริ่มแรกการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่น ประชาชนในท้องถิ่นยังไม่สามารถผลิตบริการทางการท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้จึงจำเป็นต้อง

ต้องสั่งซื้อสินค้าและบริการจากต่างถิ่น ต่อมาเมื่อมีการลงทุนผลิตสินค้าและบริการในท้องถิ่นได้เอง การสั่งซื้อสินค้าและบริการจากท้องถิ่นอื่นก็จะน้อยลง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่นขึ้น

1.6 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระตุ้นการผลิต เนื่องจากเงินตราที่นักท่องเที่ยวนำมาจับจ่ายใช้สอยจะหมุนเวียนอยู่ในเศรษฐกิจของประเทศ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศใช้ให้เกิดประโยชน์มากยิ่งขึ้น

2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมและการเมือง สรุปได้ 8 ประการ ดังต่อไปนี้

2.1 การท่องเที่ยวช่วยยกมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่นให้ดีขึ้น ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผลของการกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่คนในท้องถิ่นทำให้มีอาชีพและมีรายได้ในการซื้อสินค้าและบริการที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตที่ดีขึ้น

2.2 การท่องเที่ยวช่วยสร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังอีกท้องถิ่นหนึ่ง ย่อมก่อให้เกิดสิ่งใหม่ ๆ ขึ้นในท้องถิ่น เช่นการปลูกสร้างโรงแรมที่พัก ภัตตาคารหรือร้านอาหาร ถนน ไฟฟ้า น้ำประปา และสิ่งอำนวยความสะดวกสบายและบริการต่าง ๆ จากทั้งภาครัฐและจากการลงทุนของภาคเอกชนทำให้ท้องถิ่นมีความเจริญและมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

2.3 การท่องเที่ยวช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ให้อยู่ในสภาพที่เหมาะสม รักษาความเป็นเอกลักษณ์ของประเทศไว้ ก่อให้เกิดการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวและเจ้าของมรดกศิลปวัฒนธรรมเกิดความภาคภูมิใจ ตำนานและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรมเหล่านั้น

2.4 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ทางการศึกษา โดยทำให้คนมีโลกทัศน์มากยิ่งขึ้น ได้รับรู้ประสบการณ์จากการที่ได้พบเห็นด้วยตนเองและนำไปปรับใช้กับชีวิตในสังคมได้

2.5 การท่องเที่ยวช่วยลดปัญหาการอพยพเข้าไปแออัดในเมือง หากมีโอกาสในการประกอบอาชีพที่มีความเหมาะสม มีรายได้ในการครองชีพให้กับท้องถิ่นทางด้านการบริการทางการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม จะช่วยลดปัญหาการอพยพได้

2.6 การท่องเที่ยวช่วยป้องกันปัญหาการแทรกซึมบ่อนทำลายฝ่ายตรงกันข้าม คือ เมื่อท้องถิ่นใดมีผู้คนเดินทางเข้าไปท่องเที่ยว ทำให้คนในท้องถิ่นมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เป็นผลให้ผู้ก่อการร้าย เข้าแทรกซึมบ่อนทำลายได้ยาก

2.7 การท่องเที่ยวช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์ เป็นของที่ระลึกจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว อันเป็นการส่งเสริมรายได้ให้กับท้องถิ่น อีกทั้งหาทางพัฒนาคุณภาพของการผลิตสินค้าที่ระลึกให้ทันสมัยและคุณภาพดีขึ้น

2.8 การท่องเที่ยวช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี คือ เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีการท่องเที่ยวไปยังท้องถิ่นใดภายในประเทศ ย่อมก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน เกิดความสามัคคี แต่ถ้ามีการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะช่วยสร้างเสริมความเข้าใจอันดีระหว่างเพื่อนร่วมโลกก่อให้เกิดสันติภาพเกิดขึ้นแก่โลก

อย่างไรก็ตาม แม้การท่องเที่ยวจะก่อให้เกิดประโยชน์มากมายต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศแต่การท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดข้อเสียด้วยเช่นกัน อาทิเช่น การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาใช้บริการมากเกินไป นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาไม่ปฏิบัติตามกฎระเบียบ และข้อบังคับของสถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ ทำให้เกิดความเสื่อมโทรม ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงผลเสียที่อาจจะเกิดขึ้นควบคู่ไปกับการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คงสภาพเดิมหรือปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้นเพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดและยั่งยืนต่อประเทศไทยต่อไปในอนาคตและสามารถแข่งขันกับประเทศต่าง ๆ ในโลกได้ในรูปแบบการรณรงค์ต่าง ๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นหนทางในการนำประเทศให้รอดพ้นจากวิกฤติทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

หากพิจารณาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในรอบระยะเวลา 15 ปีที่ผ่านมาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี (ดูตาราง 1) โดยจะเห็นว่าในปี พ.ศ. 2536 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาจำนวน 5,760,533 คน ก่อให้เกิดรายจ่ายของนักท่องเที่ยว 22,185.79 บาทต่อคน และในปี พ.ศ. 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นเป็น 14,464,228 คน ก่อให้เกิดรายจ่ายของนักท่องเที่ยวถึง 37,871.53 บาทต่อคน จะเห็นได้ว่ายังมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากเท่าไร ก็ยังจะทำให้รายได้จากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน

## ตาราง 1

ปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและ  
รายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2550

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว (บาท)
2536	5,760,533	22,185.79
2537	6,166,496	23,550.00
2538	6,951,566	27,442.02
2539	7,192,145	30,500.00
2540	7,221,345	30,569.65
2541	7,764,930	31,188.14
2542	8,580,332	29,488.14
2543	9,508,623	30,001.40
2544	10,061,950	29,721.64
2545	10,799,067	29,954.85
2546	10,004,453	30,913.16
2547	11,650,703	32,990.32
2548	11,516,936	31,899.07
2549	13,821,802	34,855.66
2550	14,464,228	37,871.53

ที่มา. จาก 1. ปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tex.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tex.php)

2. รายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tex.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tex.php)

เนื่องจากการท่องเที่ยวมีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ ผู้ศึกษาจึงเห็นควรที่จะศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้าท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการระดมทรัพยากรทั้งหลายที่มีอยู่มาผสมผสานให้สอดคล้องกัน อันจะทำให้การท่องเที่ยว



เที่ยวของประเทศขยายตัวอย่างกว้างขวางเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจสังคมและการเมือง  
ของชาติอย่างสูงสุด

### วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน การใช้งบประมาณ  
ดำเนินการด้านการท่องเที่ยวและรายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่มีต่อจำนวน  
นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

### สมมติฐานของการศึกษา

รายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย  
งบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยว และการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา  
ระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ  
ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

### ขอบเขตของการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลา มีช่วงระยะ  
เวลาการศึกษาระหว่างปี พ.ศ. 2536-2550 โดยจำแนกข้อมูลเป็นรายปี รวมทั้งสิ้น 15 ปี

### วิธีการศึกษา

#### แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา ได้ทำการเก็บรวบรวมจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ตลอดจน  
ข้อมูลจากหน่วยงานของภาครัฐบาลและเอกชน ได้แก่ข้อมูลสถิติเกี่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยว-

เที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ข้อมูลรายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย ข้อมูลงบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยว จากรายงานประจำปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและจากรายงานประจำปีของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศจากสถิติรายปีของธนาคารแห่งประเทศไทย

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive method) เป็นการวิเคราะห์โครงสร้างการท่องเที่ยว และสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (quantitative method) เป็นการวิเคราะห์ถึงผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยวิเคราะห์แบบจำลองทางเศรษฐมิติ ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares method--OLS) ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้โปรแกรม E-views 5.1 ในการคำนวณ

### แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา ดังนี้

$$NT = a + bEXPEND_i + cBUDGET_i + dEX$$

โดยกำหนดให้

$NT$  = จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (หน่วย: ล้านคน)

$EXPEND_i$  = รายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย (หน่วย: แส่นล้านบาท)

$BUDGET_i$  = งบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยว (หน่วย: ล้านบาท)

$EX$  = อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

## นิยามศัพท์เฉพาะ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว หมายถึง การให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักรซึ่งรวมถึง ธุรกิจเกี่ยวกับการขนส่งนักท่องเที่ยว ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดหาหรือจัดบริการแก่นักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง สถานที่พัก สถานบริการ การนำเที่ยว มัคคุเทศก์ หรือบริการอื่นในทำนองเดียวกัน ธุรกิจเกี่ยวกับการขายของที่ระลึกหรือสินค้าแก่นักท่องเที่ยว และการดำเนินนิทรรศน์กรรม งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่หรือดำเนินการอื่นใด โดยมีมุ่งหมายเพื่อชักนำหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง สิ่งดึงดูดใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งสามารถพิจารณาได้ 2 ลักษณะ คือ

1. พิจารณาจากลักษณะของการเกิดซึ่งอาจจะแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1.1 ทรัพยากรท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (natural resources) เช่น ป่า เขา ชายหาด สภาพภูมิประเทศและภูมิอากาศ เป็นต้น

1.2 ทรัพยากรท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (man made resources) เช่น สถาปัตยกรรมและสิ่งก่อสร้างต่าง ๆ โบราณสถานและโบราณวัตถุ ตลอดจนขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรมของประเทศ เป็นต้น

2. พิจารณาจากลักษณะและนามธรรม ซึ่งอาจจะมองเห็นและรู้สึกได้ แต่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิธีการดำเนินชีวิต อักษรศาสตร์ไมตรี การบริการและการต้อนรับขับสู้ เหล่านี้ เป็นต้น

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (international visitor) หมายถึง บุคคลที่มีได้มีที่พำนักอาศัยถาวรในราชอาณาจักรไทย เดินทางเข้ามาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ศึกษาหาความรู้ การกีฬา การศาสนา ติดต่อธุรกิจ หรือประกอบภารกิจใด ๆ แต่ทั้งนี้ต้องมิได้รับค่าจ้างในการประกอบภารกิจนั้นจากผู้ใดในราชอาณาจักรไทย และต้องพำนักอยู่ในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน ซึ่งเป็นนิยามของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดขึ้น

## ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต โดยเปลี่ยนอุปสรรคให้เป็น โอกาสเพื่อสร้างจุดแข็ง ได้แก่ การเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศในด้านต่าง ๆ การพัฒนาการท่องเที่ยวให้ตรงเป้าหมาย จะมีผลคืออย่างมากต่อรายได้จากต่างประเทศที่จะเข้ามาช่วยแก้ไขภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปัจจุบันนี้

## บทที่ 2

### แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษารั้วนี้ใช้แนวคิดทฤษฎีทางด้านเศรษฐศาสตร์ นำมาเป็นหลักการวิเคราะห์ดังต่อไปนี้

1. ทฤษฎีอุปสงค์ (demand theory)
2. อุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand)

### แนวคิดทางทฤษฎี

#### ทฤษฎีอุปสงค์ (demand theory)

อุปสงค์ (demand) หมายถึง ปริมาณของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อภายในระยะเวลาที่กำหนด ณ ระดับราคาต่าง ๆ ของสินค้านั้น หรือสินค้านอื่นที่สามารถใช้ทดแทนกันได้หรือใช้ประกอบกัน ปริมาณสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งจะแปรผันเป็นปฏิภาคส่วนกลับ (inverse relation) กับราคาของสินค้าและบริการ อีกทั้งนิยามความต้องการซื้อ หมายถึง ความต้องการ (want) แต่เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภคต้องมีความเต็มใจ (ability and willingness) ที่จะซื้อและมีเงินเพียงพอที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการ (Atkinson, 1982, p. 37) จากนิยามข้างต้น สามารถแบ่งอุปสงค์ได้เป็น 3 ชนิด คือ (Fischer & Dornbusch, 1983, p. 55)

1. อุปสงค์ต่อราคา (price demand) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับราคาต่าง ๆ ของสินค้าหรือบริการชนิดนั้น
2. อุปสงค์ต่อรายได้ (income demand) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับรายได้ต่าง ๆ ของผู้บริโภค โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่
3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง หรืออุปสงค์ไขว้ (cross demand) เป็นความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อของสินค้านั้นกับราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องกับสินค้านั้น

อุปสงค์ทั้ง 3 ชนิด ที่นักเศรษฐศาสตร์กล่าวถึงมากที่สุด คือ อุปสงค์ต่อราคา (price demand) ซึ่งเป็นอุปสงค์โดยตรง (direct demand) จึงมักเรียกอุปสงค์ต่อราคาเพียงสั้น ๆ ว่า อุปสงค์ และอุปสงค์ที่มีประสิทธิผล (effective demand) คือ เป็นอุปสงค์ที่มีการซื้อขายเกิดขึ้นแล้วจริง ๆ ซึ่งมีความหมายว่า เมื่อผู้บริโภคมีความปรารถนาที่จะบริโภคสินค้าและบริการชนิดใดแล้ว ผู้บริโภคจะต้องมีความสามารถ และความเต็มใจที่จะซื้อหา (ability and willingness to pay) สินค้าและบริการนั้นมาสนองตอบความต้องการของตน ซึ่งเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้ (Scott & Nigro, 1982, p. 57)

$$Q_d = f(P_o)$$

โดยกำหนดให้

$Q_d$  คือ ปริมาณการบริโภคสินค้า X

$P_o$  คือ ระดับราคาสินค้า X

การที่ปริมาณซื้อแปรผันผกผันกับราคาสินค้านั้น เกิดจากสาเหตุ 3 ประการ ดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน, 2548, หน้า 36)

1. ผลทางรายได้ (income effect) คือการเปลี่ยนแปลงรายได้แท้จริง (real income) รายได้แท้จริงก็คือจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคได้รับ ตามกฎของอุปสงค์เมื่อราคาสินค้าสูงขึ้น ด้วยรายได้ตัวเงิน (money income) ของผู้บริโภคคงที่ ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณน้อยลง นั่นคือ รายได้แท้จริงของผู้บริโภคลดลง ในทางตรงข้าม เมื่อราคาสินค้าลดลง ผู้บริโภคสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้น นั่นคือรายได้แท้จริงของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น

2. ผลทางการทดแทน (substitution effect) เมื่อราคาของสินค้าชนิดหนึ่งสูงขึ้น ในขณะที่สินค้าชนิดอื่นซึ่งทดแทนสินค้านี้ได้มีราคาคงที่ ผู้บริโภคจะรู้สึกที่สินค้านี้มีราคาสัมพัทธ์ (relative price) สูงขึ้น จึงซื้อสินค้านี้น้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอื่นเพื่อใช้แทนสินค้านั้น ในทางตรงข้ามเมื่อราคาของสินค้าลดลง ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าอื่นน้อยลง และหันมาซื้อสินค้านี้มากขึ้น

3. กฎว่าด้วยการลดน้อยถอยลงของอรรถประโยชน์ส่วนเพิ่ม (law of diminishing marginal utility) ระบุว่าในขณะที่ใดขณะหนึ่งการบริโภคสินค้าหรือบริการที่เพิ่มขึ้น แต่ละ

หน่วยจะให้ความพอใจลดลงเรื่อย ๆ

ความสัมพันธ์ระหว่างราคากับปริมาณสินค้า นอกจากจะแสดงในรูปของฟังก์ชันของอุปสงค์แล้ว ยังอาจแสดงได้ในรูปอื่น ๆ ได้แก่ สมการอุปสงค์ (demand equation) ตารางอุปสงค์ (demand schedule) และเส้นอุปสงค์ (demand curve)

**ตัวกำหนดอุปสงค์** (demand determinants) หมายถึง ตัวแปร (variables) หรือปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งมีอิทธิพลต่อจำนวนสินค้าที่ผู้บริโภคปรารถนาที่จะซื้อ (quantity demanded) ปัจจัยเหล่านี้จะมีอิทธิพลต่อปริมาณซื้อเล็กน้อยไม่เท่ากัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับพฤติกรรมของผู้บริโภคแต่ละคนและกาลเวลา ปัจจัยเหล่านี้มีหลายอย่างดังนี้ (วันรักษ์ มิ่งมณีนาทิน, 2548, หน้า 38)

1. ราคาสินค้านั้น ตามปกติเมื่อราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้น ปริมาณซื้อจะมีน้อย แต่ถ้าราคาสินค้าลดต่ำลง ปริมาณซื้อจะมีมาก

2. รสนิยมของผู้บริโภค และความนิยมของคนส่วนใหญ่ในสังคม สิ่งที่กำหนดรสนิยมของผู้บริโภค ได้แก่ อายุ เพศ ความเชื่อ ค่านิยม การศึกษา แฟชั่น และอิทธิพลของการโฆษณา

3. รายได้เฉลี่ยของครัวเรือน โดยทั่วไปเมื่อประชากรมีรายได้โดยเฉลี่ยสูงขึ้น ความต้องการสินค้าและบริการจะเปลี่ยนไป คือมักจะลดการบริโภคสินค้าถูก และขณะเดียวกันก็หันไปบริโภคสินค้าราคาแพง

4. ราคาของสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตามปรกติความต้องการของผู้บริโภคอาจสนองได้ด้วยสินค้าหลายชนิด ถ้าสินค้าชนิดหนึ่งราคาสูงขึ้น ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าชนิดนั้นน้อยลง และหันไปซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งซึ่งใช้ทดแทนกันได้

5. ฤดูกาล เช่น ประเทศที่อยู่ในเขตร้อน เมื่อย่างเข้าฤดูหนาวความต้องการสินค้าเครื่องกันหนาวต่าง ๆ ในช่วงเวลาดังกล่าวเพิ่มขึ้น

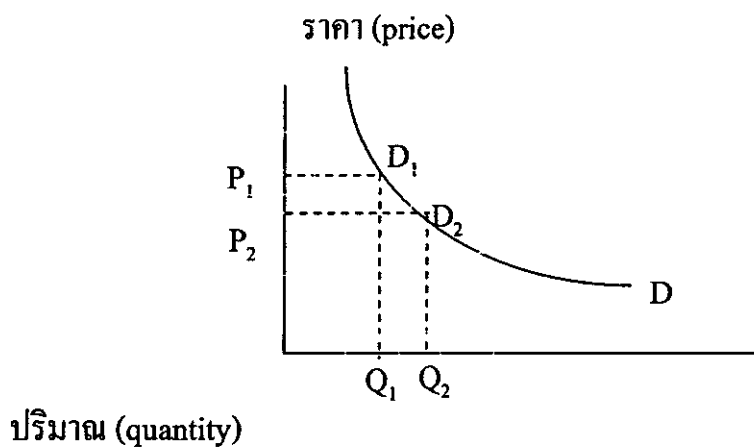
เราสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อกับตัวกำหนดอุปสงค์เหล่านี้ด้วยฟังก์ชันอุปสงค์ดังนี้

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

จากฟังก์ชันอุปสงค์ดังกล่าวแสดงว่า ปริมาณซื้อสำหรับสินค้า X (หรือ  $Q_x$ ) เป็นตัวแปรตาม (dependent variable) ส่วนตัวกำหนดต่าง ๆ ทางขวามือเป็นตัวแปรอิสระ (independent variables) และในบรรดาตัวกำหนดอิสระทั้งหลาย  $P_x$  เป็นตัวกำหนดที่มีอิทธิพลต่อ  $Q_x$  มากที่สุด ดังนั้น เราจึงให้  $P_x$  เป็นตัวกำหนดโดยตรง (direct determinant) ส่วนตัวแปรอื่น ๆ ที่เหลือให้เป็นตัวกำหนดโดยอ้อม (indirect determinants)

เนื่องจากการวิเคราะห์ทางเศรษฐศาสตร์ไม่สามารถที่จะอธิบายให้เห็นว่า ปัจจัยใดเป็นตัวกำหนดอุปสงค์ได้พร้อมกัน ดังนั้น จึงมักจะอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรเพียง 2 ตัว และสมมติให้ตัวแปรอื่น ๆ คงที่ การเปลี่ยนแปลงเส้นอุปสงค์ แบ่งเป็น 2 ด้านคือ (Atkinson, 1982, p. 40)

1. การเปลี่ยนแปลงปริมาณการซื้อ หมายถึง ตัวกำหนดโดยตรง (direct demand) คือ ราคาสินค้าได้เปลี่ยนแปลงไป มีผลทำให้ปริมาณการซื้อเปลี่ยนแปลงไปจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดิม (move along the curve) ดังแสดงในภาพ 1



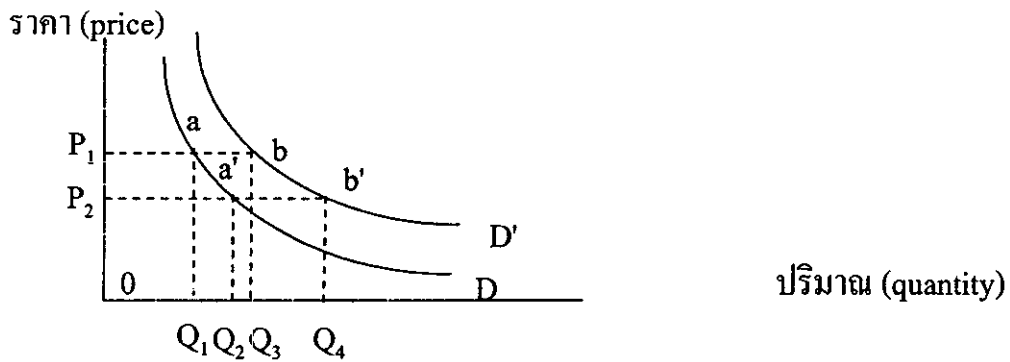
ภาพ 1 การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อ (change in demand)

ที่มา. จาก *Economics* (p. 38), by L. C. Atkinson, 1982, Homewood, IL: Richard D. Irwin.

2. การย้ายเส้นอุปสงค์ หมายถึง ตัวกำหนดอุปสงค์โดยอ้อม (indirect demand) เช่น รายได้ รสนิยม ราคาของสินค้าอื่น เป็นต้น ตัวใดตัวหนึ่งหรือทุกตัวได้เปลี่ยนแปลง



ไป มีผลทำให้ปริมาณซื้อเพิ่มขึ้นหรือลดลง ณ ระดับราคาเดิม เป็นการย้ายเส้นอุปสงค์ทั้งเส้น (shift in demand) โดยที่เส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางขวาของเส้นเดิมถ้าปริมาณซื้อเพิ่มขึ้น ตรงกันข้ามถ้าทำให้ปริมาณซื้อลดลงเส้นอุปสงค์จะย้ายไปอยู่ทางซ้ายของเส้นเดิม ดังแสดงในภาพ 2



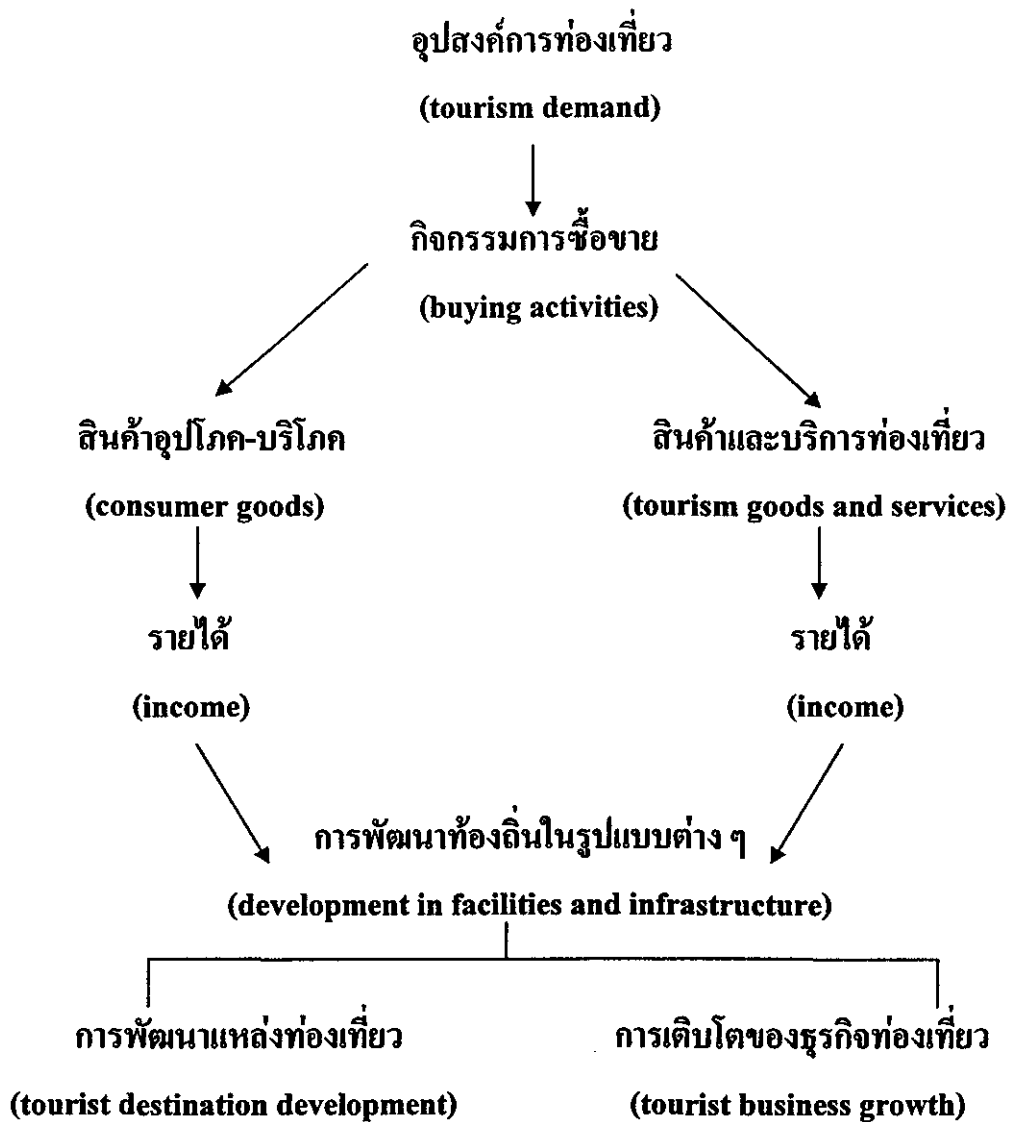
ภาพ 2 การย้ายเส้นอุปสงค์ (shift in demand)

ที่มา. จาก *Economics* (p. 41), by L. C. Atkinson, 1982, Homewood, IL: Richard D. Irwin.

### อุปสงค์ของการท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดมุ่งหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อม หมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550, หน้า 18)

อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น ดังแสดงในภาพ 3



ภาพ 3 ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ที่มา. จาก การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 7, หน้า 20), โดย ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2550, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่น โดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่าง ๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวก็สามารถกระจายรายได้ไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพใน

ธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (multiplier effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ นักการตลาดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องใช้กิจกรรมการตลาดเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมากขึ้น พยายามให้อุปสงค์การท่องเที่ยวที่ หรือเพิ่มขึ้น ดังนั้น กิจกรรมการตลาดจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

### **ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว**

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550, หน้า 21)

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน

### **ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน**

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมีหลายประการ ตลอดจนมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปริมาณการขยายตัวของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้ยาก ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจสามารถจะคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้นกับตลาดท่องเที่ยวบ้าง และสามารถเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ต่าง ๆ ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังนี้ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2550, หน้า 21-25)

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (economic factors) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศ มีผลกระทบต่อการณ์ซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับอุปสงค์

แตกต่างกัน ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้น เพื่อไปเจรจาติดต่อธุรกิจ ไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ หรือไปพักผ่อน ปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกระทำได้ในปริมาณสูงตามอำนาจการซื้อ (purchasing power) แต่ประเทศที่กำลังพัฒนาหรือการพัฒนาเศรษฐกิจยังไม่ดีนัก จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อต่ำ และไม่ใช่ว่าเป้าหมายหลักทางการตลาดของธุรกิจท่องเที่ยว การดึงดูดลูกค้าเป้าหมายหลักผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบของการบริการ และพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับสภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีเศรษฐกิจดี และมีอำนาจการซื้อสูง จะเห็นได้จากการพัฒนาสินค้าและบริการของธุรกิจ โรงแรมมีความแตกต่างกัน ทางด้านการแข่งขันสูงมาก อัตราการเข้าพัก (occupancy rate) ที่เพิ่มขึ้นแสดงว่ากิจกรรมทางการตลาดประสบความสำเร็จ สามารถทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (demographic factor) ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสิทธิภาพ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ประเทศที่พัฒนาแล้วครอบครัวจะมีขนาดเล็ก จึงมีรายได้มากพอที่จะเดินทางท่องเที่ยว ประเทศที่กำลังพัฒนาเริ่มมีลักษณะครอบครัวแบบนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจควรปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากร เช่น กลุ่มที่มีอายุเกิน 55 ปี หรือเกษียณแล้ว กลุ่มนี้จะมีความพร้อมทั้งทางการเงิน เวลา แต่ไม่ต้องการเดินทางแบบสมบุกสมบัน การนำเที่ยวแบบพักผ่อนและรักษาสุขภาพจึงเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะผู้ซื้อในวัยนี้มาก นอกจากนี้ในส่วนของประเทศไทย ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวสูงอายุ ได้แก่ ความสวยงามตามธรรมชาติ ความเป็นมิตรของประชาชน ความปลอดภัย วัฒนธรรมประเพณีคุณภาพของที่พักรและสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เอาใจใส่

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (geographic factor) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้ซื้อ มีผลกระทบทำให้อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศแตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ผู้ซื้อต้องการไป เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่แวดล้อมด้วยทะเลย่อมต้องการไปเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา

นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่มีอากาศหนาว จะนิยมไปท่องเที่ยวพักผ่อนในประเทศที่มีอากาศอบอุ่นหรือชายทะเล เป็นต้น ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจจันทนาการและโรงแรมควรพิจารณาลักษณะทางภูมิศาสตร์ของนักท่องเที่ยวด้วยว่าส่วนใหญ่มาจากประเทศใดและจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวใดจะสนใจลูกค้าได้มาก เพื่อพัฒนาสินค้าและบริการและส่งเสริมการตลาดให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย

4. ปัจจัยทางวัฒนธรรมและสังคม (social-culture factors) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรม จะเป็นตัวหล่อหลอมความคิด รสนิยม และทัศนคติในการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผยจะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงชาวตะวันตกเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยและไกลมากกว่าผู้หญิงชาวเอเชีย และภูมิภาคตะวันออกกลางซึ่งไม่นิยมเดินทางโดยลำพัง หรือท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากเกินไป การท่องเที่ยวแบบผจญภัยจึงเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยววัยหนุ่มสาวชาวตะวันตก นอกจากนี้คือค่านิยมของการมีบ้านพักหลังที่สอง เพื่อพักผ่อนในชนบทหรืออยู่ชายทะเล ถือว่าเป็นสิ่งจำเป็นและมีคุณค่าต่อชีวิต สรุปได้ว่าทัศนคติและวัฒนธรรมของท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่งสามารถกำหนดรสนิยม ปริมาณ ระดับ และรูปแบบของการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวได้

5. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (political and regulatory factors) การเปลี่ยนแปลงทางด้านการเมือง และระเบียบกฎหมายต่าง ๆ ของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงและ/หรืออาจทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน เนื่องจากมีความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว เช่นเกิดภาวะสงคราม การปฏิวัติเปลี่ยนแปลงการปกครอง ถ้านักท่องเที่ยวรู้สึกหวั่นเกรงเรื่องความปลอดภัย อุปสงค์จะลดลง มีผลกระทบต่อการค้าเงินธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากนี้ประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวช่วยสร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้ว่า จะได้รับการบริการที่มีมาตรฐาน และได้สิทธิคุ้มครอง เช่น ประเทศไทยที่มี พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถร้องเรียนขอให้ชดเชยได้ ถ้าไม่ได้รับบริการตามข้อตกลงที่ธุรกิจนำเที่ยวได้ให้ไว้ กฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจึงมีส่วนสำคัญในการเพิ่มหรือลดอุปสงค์

6. ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (mass media communication factors) ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อถือ มั่นใจ หรือไม่มั่นใจ ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งนี้ถ้ามีข่าวลบ เช่น ปัญหาการเมือง การต่อสู้ระหว่างชนชาติ โรคระบาด ความไม่ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ทางลบของไทย เช่น ปัญหาโสเภณีเด็ก โรคเอดส์ การจราจร ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนใจเบี่ยงเบนการซื้อรายการนำเที่ยวไปยังประเทศอื่นที่มีลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมใกล้เคียงกับประเทศไทยแทน

สื่อมวลชนที่ดีและมีประสิทธิภาพมากที่สุดคือ โทรทัศน์ และกิจกรรมเวลาว่างที่คนในสังคมปัจจุบันทำมากที่สุด คือ การดูโทรทัศน์ การส่งเสริมและการโฆษณาธุรกิจท่องเที่ยวทางสื่อโทรทัศน์ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดอุปสงค์ที่หลากหลายและช่วยให้ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเร็วขึ้น

7. ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (comparative prices) การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีอุปสงค์แตกต่างกัน โดยเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์กับบริษัทที่เป็นคู่แข่งหรือกับราคาปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิม ราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปมีผลกระทบต่ออุปสงค์ถ้าแตกต่างกันมากนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจการซื้อสูงจึงจะสามารถไปได้และถ้าราคาการท่องเที่ยวที่จุดหมายปลายทางไม่แพงมากนักก็จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ในระยะเริ่มแรกเมื่อมีความยินยอมชมชอบก็จะกลับมาเที่ยวอีก

8. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (technology of communication and transportation) เทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมขนส่งสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจองและการออกบัตรโดยสาร โดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (CRS) ลูกค้าได้รับความชัดเจน และรวดเร็วในการซื้อ นอกจากนี้ คือ การใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงแรม เช่น การเข้าพัก (check in) การคืนห้องพัก (check out) การเก็บเงินค่าที่พัก การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยย่อมแสดงถึงระดับมาตรฐานในการให้บริการและช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้นและจะเลือกใช้บริการของธุรกิจใดที่ได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด

## วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

กัญญาพร จิตต์จำนงค์ (2547) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ กรณีศึกษารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกาและจีน มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ทั่วไปของนักท่องเที่ยว และผลกระทบที่มีต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย โดยทำ การศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน ในช่วงปี พ.ศ. 2523-2544 ซึ่งได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อน (multiple regression analysis) ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยนั้นเป็นนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาเอง จุดประสงค์ในการเดินทาง คือ การเข้ามาพักผ่อนมากที่สุด ช่วงอายุที่เดินทางเข้ามามากที่สุด คือ 25-34 ปี และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักวิชาการ นักรธุรกิจ และแรงงาน จากการวิเคราะห์แบบจำลอง พบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อหัวมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกาและจีน โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 2.58, 0.51, 2.82, 1.59 และ 1.20 ตามลำดับ ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เท่ากับ 0.97, 1.43, 1.35 และ 0.83 ตามลำดับ ปัจจัยทางด้านงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี สหรัฐอเมริกา และจีน โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่องบประมาณการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.72, 0.42, 0.51 และ 1.05 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์การท่องเที่ยวโดยวิธี Boston Consulting Group-BCG ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2541-2545 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา อังกฤษ และจีน อยู่ในช่วง Star6 กลยุทธ์ที่ใช้ในช่วงนี้ คือ

การรักษาและเพิ่มตลาดให้มากขึ้นเนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงที่ตลาดสามารถเติบโตอีกมาก ดังนั้น ควรพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวเยอรมนี และญี่ปุ่น อยู่ในช่วง Question Mark ซึ่งช่วงนี้เป็นช่วงที่เริ่มเจริญเติบโต กลยุทธ์ที่ใช้ คือ การเพิ่มตลาดให้มากขึ้น โดยการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ให้มีความหลากหลาย การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น การพัฒนาเส้นทางคมนาคม การพัฒนาบุคลากร และการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย เป็นต้น

ทิวา สมพร (2546) ศึกษาเรื่อง *อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย* มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวและแนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ใช้ข้อมูลปี พ.ศ. 2530-2545 โดยปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศประกอบด้วย รายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน ในการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา งบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แสดงว่าการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ แสดงว่าค่าใช้จ่ายสูงย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในปีปัจจุบัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเกิดจากการบอกเล่า หรือการเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนประเทศไทยและเกิดความประทับใจ ส่วนงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญ

สุภารัตน์ พันธุ์นิกุล (2545) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย* ซึ่งแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ระดับ คือ การศึกษาในระดับมหภาคและระดับจุลภาค ในการศึกษานี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ เพื่อศึกษานักท่องเที่ยวรายสัญชาติที่มีความสำคัญต่อการ



ท่องเที่ยวจากตลาดหลักในภูมิภาคต่าง ๆ ยกเว้นภูมิภาคเอเชีย โดยใช้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาในประเทศไทยเกิน 1 แสนคนต่อปี ในปี พ.ศ. 2542 ได้แก่ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ สวีเดน สวิสเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย เป็นรายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534-2543 และใช้ข้อมูลปฐมภูมิ โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเฉพาะนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและค้างแรมในประเทศไทยอย่างน้อย 1 คืนเป็นตัวแทน ข้อมูลจากการสำรวจนี้ได้มาจากโครงการสำรวจพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายในปี พ.ศ. 2543 ดำเนินการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผลการศึกษาในระดับมหภาค ผลการศึกษาพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2539-2543 เพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.50 ต่อปี โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี และมีระยะเวลาพำนักในประเทศไทยโดยเฉลี่ย 6-8 วัน ผลการวิเคราะห์หาคออยเชิงซ้อนแสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ อัตราค่าโดยสารเครื่องบินต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมโดยเฉลี่ยต่อหัวดัชนีราคาสินค้าบริโภครวม อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ และตัวแปรหุ่นซึ่งแสดงถึงการมีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศในแต่ละช่วงเวลา ในขณะที่เดียวกัน อัตราส่วนราคาห้องพักโรงแรมต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ เป็นปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้วย

ภูมรินทร์ สร้อยสุวรรณ (2544) ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยวิธี *Cointegration* ในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2522-2542 การศึกษามีวัตถุประสงค์หลัก 2 ประการ คือ ศึกษาผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนในระยะเวลา โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศ ญี่ปุ่น มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และประเทศออสเตรเลีย ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวซึ่งอยู่ในแผนการตลาดเชิงรุกของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี พ.ศ. 2544 ที่มีอำนาจในการใช้จ่ายใช้สอยสูงและมีสัดส่วนในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในปริมาณที่สูง ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาวมีผลกระทบในทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยว

ระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ฉัตรชัย ปานเฟื่อง (2543) ศึกษาเรื่อง *ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ* มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยพิจารณาประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากที่สุดจำนวน 4 ประเทศ จำแนกถิ่นที่อยู่ ตามภูมิภาคต่าง ๆ ดังนี้ (1) เอเชีย (2) ยุโรป (3) อเมริกา และ (4) โอเชียเนีย ประกอบด้วยประเทศ ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา และออสเตรเลีย โดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนในรูปของลอการิทึม และวิเคราะห์โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด ใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิทินปีระหว่างปี พ.ศ. 2520-2541 โดยปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศประกอบด้วย ราคาสัมพัทธ์อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง และตัวแปรหุ่น คือ วิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซีย การวิเคราะห์เส้นแนวโน้ม จะใช้ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่าง ๆ ระหว่างปี พ.ศ. 2538-2542 เพื่อใช้ในการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์พบว่า ราคาสัมพัทธ์ อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบันของทุกประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวของทุกประเทศยกเว้นประเทศญี่ปุ่นที่ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศที่แท้จริงมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม วิกฤติการณ์อ่าวเปอร์เซียมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของทุกประเทศ ส่วนการวิเคราะห์แนวโน้ม ปรากฏว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น

## บทที่ 3

# สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

## โครงสร้างการท่องเที่ยว

### ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขึ้น ณ กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ. 2506 และได้ให้คำจำกัดความของการท่องเที่ยวไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทาง (travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 5)

1. การเดินทาง (travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่ง ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (purpose) หมายถึง มีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

จึงเห็นได้ว่าการท่องเที่ยว (tourism) เป็นเรื่องของการเดินทาง (travel) ถ้าไม่มีการเดินทาง ก็ไม่มีการท่องเที่ยว แต่ต้องเป็นการเดินทางที่เป็นการชั่วคราวด้วยความสมัครใจมิใช่ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง แต่เพื่อวัตถุประสงค์อื่น ๆ เช่น เพื่อการพักผ่อน

หย่อนใจ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน การศึกษา ศาสนา กีฬา เยี่ยมญาติมิตร ติดต่อธุรกิจ และการประชุมสัมมนา เป็นต้น มิฉะนั้นก็จะเป็นการเดินทางที่ไม่ใช่การท่องเที่ยว ถ้าหากการเดินทางอยู่ในเงื่อนไข 6 ประการ ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 6-7)

1. เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในประเทศที่เดินทางไป
2. เป็นการเดินทางโดยตั้งใจจะไปตั้งถิ่นฐานถาวรในประเทศที่เดินทางไป
3. เป็นการเดินทางเข้าไปประเทศใดประเทศหนึ่ง เพื่อปฏิบัติงานด้านการทูตหรือองค์การระหว่างประเทศ หรือเอกชนอื่น ๆ โดยได้รับค่าจ้างตอบแทน
4. เป็นการเดินทางเข้าพรมแดนไปทำงานนอกประเทศทุกวันเป็นประจำ
5. เป็นการเดินทางผ่านโดยไม่แวะลง แม้ว่าการเดินทางจะอยู่ในอาณาเขตของประเทศหนึ่งประเทศใดเป็นเวลานานมากกว่า 24 ชั่วโมงก็ตาม
6. เป็นการเดินทางที่ถูกบังคับให้เดินทาง เช่น การนำกองทหารเคลื่อนย้ายจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง หรือการย้ายนักโทษจากที่คุมขังหนึ่งไปยังอีกที่คุมขังหนึ่ง เป็นต้น

### วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวจะต้องมีการเดินทางโดยสมัครใจเป็นการชั่วคราว โดยมีความมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ ซึ่งวัตถุประสงค์หรือความมุ่งหมายของการท่องเที่ยวที่ Douglas (1985, pp. 97-104) ได้เขียนไว้ในหนังสือ *“Travel and Tourism Management”* ว่าความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ของการเดินทางพอแบ่งออกได้เป็น 9 อย่าง คือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (holiday-mass popular individual) เป็นการเดินทางในวันหยุดเพื่อพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป และเรียกพลังกำลังกลับคืนมา สำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยไข้ มักจะถือเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใด เช่น สถานที่ชายทะเลที่มีลมพัดฉิวเป็นอยู่ เป็นนิจ หรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็น หรืออาจรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อน เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (cultural religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมหรือศาสนาของประเทศต่าง ๆ ที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะนาฏกรรมในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่าง ๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนกิจ เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือ หรือเข้าศึกษา หรือดูงานต่างประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น การไปทำการวิจัยด้านสังคมวิทยาที่ประเทศอินเดีย ไปดูงานที่ยุโรป ไปบรรยายวิชาการท่องเที่ยวที่ประเทศสิงคโปร์ ไปฝึกอบรมระยะสั้นเกี่ยวกับวิชาการโรงแรมที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬาและความบันเทิง (sport and recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬาหรือร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิก การเข้าร่วมแข่งขันกีฬาเขต การไปเล่นสกีในฤดูหนาว เป็นต้น หรือเป็นการเดินทางเพื่อความสนุกบันเทิงใจ เช่น การเปลี่ยนบรรยากาศไปยังสถานที่ที่เงียบสงบ การชมทิวทัศน์ที่สวยงาม การไปชมการแสดง โอเปร่า การไปชมการแสดง โขน เป็นต้น

5. การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (historical and special interest) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชม โบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น ปราสาทหินพิมาย โครงกระดูกมนุษย์โบราณ เป็นต้น

6. การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (hobbies) เป็นการเดินทางไปทำงานอดิเรก เช่น ไปวาดรูปบนภูเขา ไปขี่ม้าที่ชายหาด ไปเล่นสกี เป็นต้น

7. การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (visiting friends/relatives) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติมิตรอันเป็นการสร้างสัมพันธภาพให้ดียิ่งขึ้น เช่น ไปเยี่ยมเพื่อนที่ประเทศอังกฤษ ไปเยี่ยมลูกที่ประเทศฝรั่งเศส เป็นต้น

8. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่ได้จัดเวลาให้เหลือหรือว่างจากการปฏิบัติธุรกิจในประเทศนั้นเพื่อถือโอกาสอยู่ท่องเที่ยวต่ออีกพักหนึ่ง เช่น การไปร่วมโปรแกรมการนำเที่ยวหลังเจรจาซื้อสินค้า เป็นต้น

9. การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (conference congress) เป็นการเดินทางเพื่อเข้าร่วมประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนาผู้จัดมักมีรายการนำเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับเลือกให้เป็นที่ประชุมสัมมนา เช่น เมืองพัทยา เชียงใหม่ กรุงเทพฯ ภูเก็ต เจนีวา ปารีส เป็นต้น

### ลักษณะการท่องเที่ยว

สมาคมระหว่างประเทศแห่งความเชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว (International Association of Scientific Experts in Tourism--IASET) ได้สรุปถึงลักษณะที่สำคัญของการท่องเที่ยวไว้ 5 ประการ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 9-10)

1. การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางของผู้คนจากที่ที่เคยอยู่ถาวร ไปยังสถานที่ต่าง ๆ
2. การท่องเที่ยวจะต้องมีส่วนสำคัญหลัก 2 อย่าง คือ การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางและพักค้างคืน
3. การเดินทางและการพักค้างคืนนั้นจะต้องไม่ใช่สถานที่อยู่หรือที่ทำงานประจำ และในการทำกิจกรรมระหว่างพักจะต้องแตกต่างไปจากผู้คนในท้องถิ่นนั้น
4. การเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางต้องเป็นการชั่วคราวในช่วงระยะเวลาสั้น โดยมีแผนจะเดินทางกลับภายใน 180 วัน
5. จุดหมายปลายทางที่เดินทางไปจะต้องเพื่อการท่องเที่ยวหรือเยี่ยมชมเท่านั้น ไม่ใช่เพื่อการอยู่ถาวรหรือไปทำงาน

### ประเภทการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแบ่งประเภทออกได้ 5 ประเภทใหญ่ ๆ คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 10-13)

1. การแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางสามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 2 รูปแบบ คือ
  - 1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (international tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปยังต่างประเทศ โดยไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อหารายได้ในประเทศนั้น

1.2 การท่องเที่ยวภายในประเทศ (internal tourism) เป็นการท่องเที่ยวเฉพาะภายในอาณาเขตของแต่ละประเทศนั้น ๆ

2. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 3 รูปแบบ คือ

2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (leisure tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตประจำวันที่น่าเบื่อ หรือหลีกเลี่ยงอากาศหนาวในประเทศของตนอันเป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่

2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (business tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วันแรกให้ไปท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (special interest tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อยได้ 4 รูปแบบ คือ

2.3.1 การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (natural tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติและการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

2.3.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการให้ความรู้และความภาคภูมิใจที่เน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดี และสถานที่ต่าง ๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวเนื่องกับความเป็นอยู่ของสังคม

2.3.3 การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (sport and entertainment tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นได้รับบริการที่เหมาะสม

2.3.4 การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (business and convention tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจ หรือประชุมสัมมนา ก็อาจเดินทางไปดูงานหรือทัศนศึกษาเองก็ได้

3. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งเป็นรูปแบบย่อย 2 รูปแบบ คือ

3.1 การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (group inclusive tourism หรือ all inclusive tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ธุรกิจนำเที่ยวเบ็ดเสร็จ (package tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยธุรกิจนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยว โดยอาจดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (full package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

3.2 การท่องเที่ยวแบบอิสระ (free individual tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตัวเองทุกอย่างหรือใช้บริการของธุรกิจนำเที่ยวในการอำนวยความสะดวกบางอย่าง

#### 4. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามตลาด

4.1 การท่องเที่ยวตลาดหรูหรา (elite market tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนิครุหุรา

4.2 การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (mass market tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้น ๆ ในราคาถูกโดยต้องการให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อย แต่มีปริมาณมาก

#### 5. การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งเป็น 2 รูปแบบ คือ

5.1 การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (conventional tourism) เป็นการท่องเที่ยวมุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงการจัดการผลกระทบด้านลบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

5.2 การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะที่เดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมึนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่าเสมออย่างเพียงพอ แต่มีผลกระทบทางลบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 รูปแบบ คือ

5.2.1 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวเนื่องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง



ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและท่องเที่ยวอย่างดีและมีมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ เป็นต้น

5.2.2 การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (cultural tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรม หรือชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินพร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม ประสพการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวงานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยววิถีชีวิตในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม เป็นต้น

### องค์ประกอบของการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประกอบด้วยสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ คือ (วรรณวรางษานิช, 2539, หน้า 19-23)

1. นักท่องเที่ยว ถือว่าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สุดของธุรกิจการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วย

1.1 ลักษณะของนักท่องเที่ยว จำแนกออกตามลักษณะของเพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เชื้อชาติหรือสัญชาติ

1.2 การกระจายของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศใดบ้าง มีจำนวนมากน้อยเพียงใด

1.3 กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว ได้แก่ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ การแข่งขันกีฬา การเจรจาธุรกิจ เยี่ยมญาติ และเพื่อการประชุมสัมมนา เป็นต้น

1.4 ฤดูกาลท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในฤดูใดมาก ฤดูใคน้อย

1.5 ทักษะคตินักท่องเที่ยว มีทัศนคติต่อประเทศที่ตนไปเที่ยวมาอย่างไร

2. สินค้าท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยวในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง วัตถุประสงค์ ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่ชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจมาชม จะต้องเป็นสิ่งซึ่งนักท่องเที่ยว

เที่ยวไปเที่ยวแล้วเกิดความประทับใจ (attraction) เพราะมีสิ่งที่มีคุณค่าด้านต่าง ๆ หลายอย่างที่ทำให้ความรู้ ความเพลิดเพลินแก่นักท่องเที่ยว เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าด้านต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

2.1 คุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น มีสิ่งที่น่าสนใจด้าน โบราณคดี สถาบันทางการเมือง สถาบันทางการศึกษา พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติ อนุสาวรีย์สิ่งก่อสร้างใหม่ ๆ

2.2 วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในประเทศนั้น ๆ เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ศิลปะต่าง ๆ การละเล่นพื้นเมืองและหัตถกรรมต่าง ๆ

2.3 ทิวทัศน์หรือทัศนียภาพต่าง ๆ เช่น ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก ทะเล ป่าไม้ สัตว์ป่า อุทยานแห่งชาติ

2.4 สถานที่พักผ่อนหย่อนใจต่าง ๆ เช่น การแข่งขันกีฬา การแสดงต่าง ๆ สวนสนุก สวนสัตว์ ชีวิตยามราตรี เป็นต้น

2.5 ความประทับใจจากลมฟ้าอากาศ เช่น อากาศเย็นสบาย ไม่ร้อนจัดหรือหนาวจัด

3. การคมนาคมขนส่ง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่ท่องเที่ยว นับเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจ และธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ ในเรื่องการคมนาคมขนส่งจะต้องพิจารณาถึงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

3.1 รูปแบบของการคมนาคมขนส่ง จะแตกต่างกันไปตามลักษณะการประกอบการ และความต้องการของนักท่องเที่ยว

3.2 การคมนาคมขนส่งสู่แหล่งท่องเที่ยว สภาพการเดินทางสะดวกปลอดภัย รวดเร็วและมีมาตรฐานดีไม่น้อยแค่ไหน

3.3 การคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง รูปแบบและมาตรฐานของการคมนาคมขนส่งภายในแหล่งท่องเที่ยว เช่น รถนำเที่ยวมีจำนวนเพียงพอหรือไม่ คุณภาพและมาตรฐานของยานพาหนะตลอดจนความสะดวกและปลอดภัย เป็นต้น

3.4 แบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว พิจารณาว่าแบบใด เช่น แบบเป็นหมู่คณะ กลุ่มเล็กหรือกลุ่มใหญ่ ยานพาหนะที่ใช้เป็นส่วนตัวหรือของสาธารณะ

3.5 บริเวณหรือสถานที่ให้บริการแก่ผู้โดยสาร หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการใช้ยานพาหนะประเภทนั้น ๆ เช่น สถานีขนส่งหรือบริการเดินทาง ระหว่าง-

ทาง ปลายทาง เป็นต้น

3.6 รูปแบบหรือปัญหาการจราจร ตัวอย่างเช่น กรุงเทพฯ การจราจรเป็นปัญหาสำคัญทั้งต่อชาวกรุงเทพฯ และต่อนักท่องเที่ยว เป็นต้น

4. ข้อมูลข่าวสารและการบริการ เป็นเอกสารเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับเรื่องต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยวเพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น ได้แก่

4.1 การโฆษณาประชาสัมพันธ์ เพื่อชักจูงให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว เช่น รายการเทศกาลท่องเที่ยวของจังหวัดต่าง ๆ หรือฤดูกาลของการท่องเที่ยวแต่ละภาค ตัวอย่าง เทศกาลสงกรานต์ ลอยกระทง เป็นต้น

4.2 การส่งเสริมให้ความรู้ใหม่ ๆ โดยเผยแพร่เอกสารการนำเที่ยวชุมชน

4.3 อบรมการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ เป็นการให้ความรู้แก่บุคคลที่สนใจในอาชีพการจ้ดนำเที่ยว และเพื่อให้ความรู้ที่ถูกต้องแก่นักท่องเที่ยว

4.4 รายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยว

4.5 จัดทำแผนที่เส้นทางและแผนที่ท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง จัดพิมพ์เป็นเอกสารเผยแพร่เพื่อใช้คู่มือประกอบการเดินทางท่องเที่ยว

5. การบริการของธุรกิจที่ประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง ผลิตผล แบ่งเป็น 5 ประเภท ดังต่อไปนี้

5.1 ที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว ได้แก่ โรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท ที่พักกลางแจ้ง บังกะโล เป็นต้น สถานที่พักต้องสะอาด สะดวกสบาย ปลอดภัย ราคาเหมาะสมกับที่พักแต่ละประเภท การจัดระดับของโรงแรมมีวิธีการจัดแตกต่างกันในแต่ละประเทศและยังไม่มีวิธีการที่ยอมรับกันทั่วไป บางประเทศอาจจัดระดับชั้นของโรงแรมโดยใช้ตัวอักษร เช่น ระดับ A, B, C, D เป็นต้น บางประเทศก็จัดระดับชั้นของโรงแรมโดยใช้ดาว เช่น ระดับ 5, ดาว 4, ดาว 3, ดาว และ 2 ดาว เป็นต้น บางประเทศอาจจัดระดับชั้นของโรงแรมโดยใช้ตัวเลข เช่น ระดับที่ 1, 2, 3 และ 4 เป็นต้น สำหรับประเทศไทยการแบ่งระดับชั้นของโรงแรมถือเอาอัตราาราคาห้องพักเป็นหลักเกณฑ์ในการตัดสิน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดเกณฑ์การจัดระดับของโรงแรมเฉพาะที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ ออกเป็น 5 ระดับ ดังต่อไปนี้

5.1.1 โรงแรมระดับที่ 1 ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 2,500 บาทขึ้นไป

5.1.2 โรงแรมระดับที่ 2 ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,500-2,499 บาท

5.1.3 โรงแรมระดับที่ 3 ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 1,000-1,499 บาท

5.1.4 โรงแรมระดับที่ 4 ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 500-999 บาท

5.1.5 โรงแรมระดับที่ 5 ห้องเดี่ยวราคาตั้งแต่ 500 บาทลงมา

5.2 อาหารและเครื่องดื่ม กำกับถึงในด้านคุณภาพ สะอาดถูกหลักอนามัยมีคุณค่าทางอาหาร มีประโยชน์แก่ร่างกาย และราคาไม่แพง ควรจะประกอบด้วยร้านอาหารประเภทต่าง ๆ เช่น ร้านอาหารประจำชาติต่าง ๆ ร้านอาหารพื้นเมือง ร้านอาหารทั่ว ๆ ไปศูนย์อาหาร ร้านอาหารบริการเร่งด่วน ร้านขนม กาแฟ และเครื่องดื่ม ตลอดจนร้านอาหารเคลื่อนที่ประเภทหาบเร่ และรถเข็น เป็นต้น

5.3 ของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มีคุณค่าทางวัฒนธรรมควรแก่การเก็บรักษา มีความสวยงามและราคาไม่แพง รวมทั้งบริการด้านการบรรจุหีบห่อด้วย

5.4 บริการด้านสถานที่และอุปกรณ์สำหรับออกกำลังกายควรมีทุกรูปแบบ ให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละประเภท และเหมาะสมกับสถานที่ เช่น สนามกีฬา สระว่ายน้ำ สนามกอล์ฟ สนามเทนนิส เป็นต้น

6. ความปลอดภัยและอำนวยความสะดวกด้านการเข้าเมือง มีดังนี้

6.1 ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่ธุรกิจการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงมากที่สุด อาจจะทำได้หลายอย่าง เช่น

6.1.1 การแนะนำเจ้าของท้องถิ่นให้ช่วยเหลือนักท่องเที่ยว เมื่อได้รับความเดือดร้อน

6.1.2 การแนะนำนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับเรื่องการป้องกัน และระมัดระวังตน เพื่อมิให้ได้รับอันตรายในด้านต่าง ๆ

6.1.3 กำหนดมาตรการต่าง ๆ เพื่อความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

6.1.4 ขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ในการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว

6.1.5 จัดหน่วยงานพิเศษเพื่อช่วยเหลือ และให้บริการด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

6.2 การอำนวยความสะดวกในการเข้าเมือง ควรจะมีการอำนวยความสะดวกในเรื่องการบริการการเข้าเมืองของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพราะจะทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจตั้งแต่ก้าวแรกที่ได้เดินทางเข้ามาสู่ประเทศนั้น ๆ โดยให้ความสะดวกในเรื่องต่าง ๆ ดังนี้

6.2.1 ระเบียบพิธีการเข้าเมือง เช่น การทำวีซ่า และศุลกากร

6.2.2 การขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสาร

6.2.3 บริการการขนส่งระหว่างท่าอากาศยาน หรือสถานีขนส่งกับที่พัก

6.2.3 การอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ แก่ผู้โดยสารที่สถานีขนส่งและท่าอากาศยาน

7. องค์ประกอบด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีดังนี้

7.1 การไฟฟ้า มีเพียงพอและใช้การได้ดี ไม่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ รวมทั้งมีความปลอดภัยด้วย

7.2 การประปาสะอาดถูกหลักอนามัย และมีปริมาณเพียงพอแก่การบริการ

7.3 การสื่อสาร โทรศัพท์ โทรสาร สะดวกรวดเร็วและมีปริมาณหน่วยบริการเพียงพอ

7.4 ความสามารถในการกำจัดขยะและสิ่งปฏิกูลต่าง ๆ

7.5 สถานพยาบาลและโรงพยาบาลต่าง ๆ ทันสมัย สะดวก รวดเร็ว ปลอดภัย และคำรักษาพยาบาลอยู่ในอัตราที่ยุติธรรม

8. การสนับสนุนเรื่องอื่น ๆ เช่น การเงินการธนาคาร สถานที่ศึกษาหรือแหล่งค้นคว้าทางด้านต่าง ๆ ความร่วมมือระหว่างประเทศ เป็นต้น

**การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548, หน้า 18) กล่าวว่า ความเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างรวดเร็วในช่วงเวลาหลาย ทศวรรษที่ผ่านมา และยังคงเจริญเติบโตต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง จนกลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทำรายได้มหาศาล ถึงแม้ว่าจะมีบางสถานการณ์ที่การท่องเที่ยวชะลอตัวลงบ้าง แต่แนวโน้มของการท่องเที่ยวก็ยังคงเจริญเติบโตไปเรื่อย ๆ ซึ่งที่ประชุม Global Assessment of Tourism Policy และ Economist

Intelligence Unit พยากรณ์ไว้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและการท่องเที่ยวได้ขยายจากกิจกรรมผู้มีรายได้อ่อนไปเป็นกิจกรรมของมวลชนทุกชั้น ทุกเพศ ทุกวัย และทุกระดับเศรษฐกิจ อันเป็นการสร้างรายได้ให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ อย่างมากมายมหาศาลจากความรู้สึกที่มองเรื่องการท่องเที่ยวเป็นสิ่งไร้สาระ รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ เริ่มสนใจกับการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้อย่างมหาศาลมาสู่ประเทศ สามารถนำไปใช้พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศให้เจริญก้าวหน้า

เมื่อประเทศใดหรือพื้นที่ใดมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวก็จะเกิดกิจกรรมท่องเที่ยวต่าง ๆ มากมาย เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว กิจกรรมกลุ่มนี้ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึง การประกอบกิจการด้วยการนำปัจจัยการผลิตต่าง ๆ มารวมกันเพื่อก่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวขึ้น และนำไปจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดความสะดวกสบายหรือความพึงพอใจ ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะประกอบด้วยองค์การหรือหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา การผลิตการตลาดทางการท่องเที่ยวที่รองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ที่พักแรม การขนส่ง ภัตตาคาร การนำเที่ยวร้านของที่ระลึก เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีกิจกรรมที่ให้บริการสนับสนุน อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทางอ้อม เช่น ธุรกิจบริการการซักรีด บริการทำความสะอาด การจัดพิมพ์สิ่งตีพิมพ์ทางการท่องเที่ยว บริษัทเงินทุนและธนาคาร บริการไปรษณีย์โทรเลข เป็นต้น จะเห็นได้ว่าธุรกิจที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นมีขอบข่ายกว้างขวางมาก ดังนั้นจำเป็นต้องมีการส่งเสริมและพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อก่อประโยชน์ด้านเศรษฐกิจและสังคมให้กับประเทศอย่างต่อเนื่อง

สำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้กลายเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นั้น เริ่มมาตั้งแต่อดีตที่มีการติดต่อกับต่างประเทศ และมีชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งในสมัยนั้นยังเน้นหนักในด้านการค้าเป็นส่วนใหญ่ ต่อมา มีชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ประกอบกับการท่องเที่ยวเริ่มเป็นอุตสาหกรรมที่พัฒนาขึ้นในประเทศแถบยุโรป ต่อมาในสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 5 ได้เริ่มเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงได้เริ่มมีการเผยแพร่ชักชวนให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ขึ้น นับเป็นจุดแรกของการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่วนการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ที่เกิดขึ้นอย่างได้ผล ก็ด้วยความคิดริเริ่มของพระบรมวงศ์เธอ-กรมพระกำแพงเพชรอัครโยธินเมื่อครั้งทรงดำรงตำแหน่งผู้บัญชาการรถไฟ โดยได้ส่งเรื่องราวของประเทศไทยออกไปเผยแพร่ในสหรัฐอเมริกาและได้เริ่มจัดตั้งแผนกโฆษณาของการรถไฟขึ้นในราว พ.ศ. 2467 เพื่อดำเนินการให้ความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเมืองไทยรวมทั้งการโฆษณาเผยแพร่เมืองไทยให้เป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ

ต่อมาเมื่อวันที่ 10 สิงหาคม พ.ศ. 2492 คณะรัฐมนตรีได้พิจารณาให้มีการขยายกิจการโรงแรมที่พักอาศัยให้เพียงพอกับความต้องการและปรับปรุงหน่วยงานท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จึงได้มีมติดังนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 20)

1. ถ้ามีชาวต่างประเทศจะมามีการเปิดโรงแรมขึ้นใหม่ในประเทศแล้ว ก็ให้ทางราชการให้ความร่วมมือ
2. ให้กระทรวงการต่างประเทศหาทางเจรจากับต่างประเทศชักจูงให้มาดำเนินการเปิดโรงแรมขึ้นในประเทศ
3. ให้กรมโฆษณาการร่างโครงการปรับปรุงหน่วยงานส่งเสริมการท่องเที่ยวเสนอมาให้คณะรัฐมนตรีโดยด่วน

ครั้นเมื่อวันที่ 19 ตุลาคม พ.ศ. 2492 คณะรัฐมนตรีได้มีมติให้กรมโฆษณาการสำนักนายกรัฐมนตรี เป็นผู้พิจารณาวางโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยว หากเห็นสมควรจะเชิญผู้ใดเข้าร่วมก็ให้มีอำนาจทำได้ตามความจำเป็น ดังนั้นกรมโฆษณาการจึงได้ทำความตกลงกับกระทรวงคมนาคมขอโอนกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวมาขึ้นอยู่กับการโฆษณาการ สำนักนายกรัฐมนตรี และให้เรียกส่วนงานนี้ใหม่ว่า “สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว” เมื่อกิจการส่งเสริมการท่องเที่ยวตื่นตัวมากขึ้น กรมโฆษณาการจึงยกระดับฐานะของสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นให้มีฐานะเทียบเท่ากองเรียกว่า “สำนักงานท่องเที่ยว” ตามพระราชกฤษฎีกาจัดวางระเบียบราชการกรมโฆษณาการในสำนักนายกรัฐมนตรี พ.ศ. 2493

ต่อมาเมื่อวันที่ 8 สิงหาคม พ.ศ. 2493 กรมโฆษณาการได้เสนอโครงการปรับปรุงกิจการของสำนักงานท่องเที่ยวให้มีลักษณะเป็นองค์กรอิสระ โดยใช้เงินทุนหมุนเวียน แต่การดำเนินงานกระทำให้ยังไม่เสร็จ ก็ได้มีการเปลี่ยนอธิบดีเสียก่อน จนกระทั่งปี พ.ศ. 2502

จึงได้มีประกาศพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นเป็นหน่วยงานอิสระอย่างถาวร โดยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายกรัฐมนตรีสมัยนั้น เห็นว่าอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวก่อผลประโยชน์อย่างมากต่อเศรษฐกิจ ประกอบกับการท่องเที่ยวกำลังตื่นตัว กันในยุโรปและสหรัฐอเมริกา น่าจะมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยอย่างจริงจังเพื่อบู ดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและสหรัฐอเมริกาให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพิ่มขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมากมาย อีกทั้ง ประชาชนชาวไทยมีความเป็นมิตรต่อบุคคลทั่วไปและวิถีดำเนินชีวิตของประชาชนชาว ไทยก็เป็นที่น่าศึกษาแก่ชาวต่างประเทศอย่างยิ่ง โดยเฉพาะกรุงเทพฯ ซึ่งเป็นศูนย์กลาง ของประเทศก็เต็มไปด้วยสิ่งที่น่าสนใจ เช่น วัดวาอาราม โบราณสถานอันสวยงาม ตลาด พิพิธภัณฑสถาน ร้านค้า นาฏศิลป์ไทย การเที่ยวชมแม่น้ำลำคลองตลอดจนตลาดน้ำ และวิถี- ชีวิตตามริมน้ำเจ้าพระยา เป็นต้น ล้วนเป็นสิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวให้อยากเดินทางมาใน ประเทศทั้งสิ้น

ในวันที่ 5 พฤษภาคม พ.ศ. 2522 ได้มีการยกฐานะองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย (อสท.) ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นในรูปรัฐวิสาหกิจ สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี ขึ้นเป็น “การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)” ใช้ชื่อภาษาอังกฤษว่า “Tourism Authority of Thailand” ขึ้นตรงต่อสำนักนายกรัฐมนตรี ทำหน้าที่ดำเนินนโยบายและส่งเสริมการ ท่องเที่ยวของประเทศไทย ทำให้เริ่มมีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้กลายเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว เพื่อนำรายได้เป็น เงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย ช่วยแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าของประเทศและ พัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศให้เจริญก้าวหน้าโดยเริ่มการวางแผน พัฒนาการท่องเที่ยวครั้งแรกในแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520-2525) แต่การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 4-7 นั้น เรามุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่เป้าหมายแห่งความ- เจริญรุ่งเรืองทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ โดยมุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวในประเทศไทยให้มากที่สุด เพื่อให้รายได้จากนักท่องเที่ยวมากที่สุด ภายใต้อุทิศผลที่จะนำประชาชนในชาติอยู่ดี- กินดี และประสบความสำเร็จอย่างงดงามในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพราะ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำรายได้อันดับหนึ่ง



ของประเทศ และยังคงเป็นอันดับต้น ๆ จนถึงปัจจุบัน ต่อมาการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจึงมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 8 และ 9

### **ภาครัฐกับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**

การค้นพบและสร้างสรรค์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่น่าเที่ยวชมการสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกที่สะดวกสบายมาก ล้วนแต่ดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวจำนวนมากให้เดินทางหลั่งไหลไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ทั่วโลก ทำให้แต่ละประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวต่างรับรายได้จากการท่องเที่ยวมหาศาล และสามารถนำไปช่วยพยุงฐานะทางเศรษฐกิจและการเงินของประเทศนั้น ๆ ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายที่ส่วนใหญ่ไม่ประสบความสำเร็จในด้านสินค้าเกษตรกรรม จึงต้องหันมาพึ่งพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สำหรับประเทศที่พัฒนาแล้วมักมีรายได้สูงจากผลผลิตทางด้านอุตสาหกรรมหนัก โดยข้อเท็จจริงประเทศที่พัฒนาแล้วมักจะขาดดุลด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นประเทศที่มีผู้เดินทางออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศได้มากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศของตนยกเว้นบางประเทศในยุโรปที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากกว่าประชาชนของตนออกไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ ดังนั้น รัฐบาลของประเทศต่าง ๆ จึงมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวของตนให้เป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำรายได้มหาศาลจากการท่องเที่ยวมาพัฒนาเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง ของประเทศให้เจริญก้าวหน้า โดยรัฐบาลจะต้องทำความเข้าใจและยอมรับเสียก่อนว่า การที่จะปล่อยให้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศดำเนินไปตามขบวนการโดยปราศจากนโยบายและการวางแผนที่ดีหรือขาดการจัดระเบียบและการควบคุมอย่างเหมาะสมแล้วย่อมก่อให้เกิดผลเสียต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวมากกว่าผลดี จึงควรจัดให้มีองค์การที่เหมาะสมเข้ามารับผิดชอบการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศให้เกิดประโยชน์สูงสุดอย่างมีระบบที่เรียกว่า องค์การการท่องเที่ยวของชาติ (National Tourist Organization) หมายถึง องค์การที่มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการพัฒนาส่งเสริมเผยแพร่อำนวยความสะดวกหรือเป็นตัวแทนผลประโยชน์ทางการท่องเที่ยวของประเทศ ส่วนใหญ่แล้วองค์การนี้มักจะเป็นหน่วยงานของรัฐบาล

หรือรัฐวิสาหกิจ ในบางประเทศที่องค์กรดังกล่าวมิใช่องค์กรของรัฐบาลก็จะเป็นองค์กรเอกเทศที่นานาประเทศยอมรับอย่างเป็นทางการว่ามีขอบข่ายรับผิดชอบเช่นเดียวกับองค์กรของรัฐทุกประการ หลายประเทศได้กำหนดให้องค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติ ดำเนินกิจกรรมในรูปแบบของกระทรวงหรือทบวงหรือหน่วยงานในสังกัดรัฐบาล ซึ่งองค์กรการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ได้สรุปบทบาทขององค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติในการทำหน้าที่พัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 24-26)

1. รัฐบาลของแต่ละประเทศควรมีหน้าที่ชักจูงหรือกระตุ้นกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศ
2. กิจกรรมการท่องเที่ยวควรมีการประสานงานภายใต้องค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติ
3. องค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติควรสนับสนุนพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลในระดับชาติและนานาชาติ

นอกจากนี้องค์กรการท่องเที่ยวโลกยังสรุปหน้าที่และความรับผิดชอบขององค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ 9 ประการ ดังต่อไปนี้ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 28)

1. การทำวิจัย (research) เป็นหัวใจสำคัญที่องค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติจะต้องกระทำ เพราะเป็นข้อมูลช่วยในการตัดสินใจ พัฒนาประชาสัมพันธ์ และใช้ศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. ข้อมูลข่าวสารและการส่งเสริมตลาดทางการท่องเที่ยว (tourism information and promotion) จะช่วยให้นักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศได้รู้ข่าวสารทางการท่องเที่ยว
3. การออกกฎระเบียบข้อบังคับ (regulation) เป็นการจัดระเบียบในการควบคุมมาตรฐานเรื่องที่พัก อาหาร การคมนาคม ขนส่ง และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจและสร้างความเจริญเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
4. การควบคุม (control) องค์กรการท่องเที่ยวแห่งชาติพึงมีหน้าที่ควบคุมธุรกิจนำเที่ยวเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างยุติธรรมทั้งในด้านคุณภาพและมาตรฐาน

5. การพิมพ์เพื่อเผยแพร่ (publicity) เป็นการ โฆษณาและประชาสัมพันธ์ข้อมูล ข่าวสารทางการท่องเที่ยว โดยองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติจะต้องเข้ามาควบคุมเพื่อ ประสานงานระหว่างภาครัฐและเอกชนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

6. ปัญหาทางเทคนิคและข้อกฎหมาย (technical and juridical problems) รัฐบาล ควรออกกฎหมายและปรับปรุงกฎหมายให้ทันสมัยพร้อมทำหน้าที่ประสานงานพัฒนา แหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดผลดีทั้งแก่นักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

7. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (international relations) รัฐบาลควรให้ความ- ร่วมมือประสานงานในการช่วยแก้ปัญหาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีการจัดประชุม นานาชาติเพื่อให้เกิดความร่วมมือประสานงานในการช่วยแก้ไขปัญหการท่องเที่ยวระหว่าง ชาติหรือสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวนานาชาติกับประชาชนท้องถิ่น

8. การพัฒนาพื้นที่ที่เลือกเพื่อการท่องเที่ยว (development of selected area) รัฐบาล พึงมีการสำรวจศึกษาวิจัยพื้นที่ที่มีศักยภาพเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศและให้การสนับสนุนอย่างเต็มที่

9. นโยบายการท่องเที่ยวโดยรวม (overall tourism policy) รัฐบาลพึงมุ่งเน้น ในเรื่องของการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวอย่างเหมาะสมและให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางด้าน เศรษฐกิจ สังคมศิลปวัฒนธรรม

สำหรับประเทศไทยนั้นองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติมี 2 หน่วยงานหลัก คือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา อันเป็นหน่วยงานราชการระดับกระทรวง มีบทบาท หน้าที่ในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นรัฐวิสาหกิจในสังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีบทบาทหน้าที่ในการ พัฒนาการตลาดท่องเที่ยวซึ่งองค์การการท่องเที่ยวแห่งชาติทั้งสองหน่วยงานจะต้อง ประสานงานกันในการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศอยู่ 4 ด้านด้วยกัน ก็คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 29-30)

1. บทบาททางด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นอุปทาน ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ครอบคลุมถึงทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งที่เกิดขึ้นเองตาม ธรรมชาติและที่มนุษย์สร้างขึ้น รวมทั้งการเข้าถึงและสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่ง ท่องเที่ยวจึงต้องกำหนดนโยบายโดยรวมให้ชัดเจนมีการจัดลำดับความสำคัญของ

การพัฒนาอุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอุปสงค์ของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวนั้นก็คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาใช้บริการทางการท่องเที่ยวนั้นเอง โดยสามารถสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจและประทับใจ ดังนั้น รัฐบาลจึงต้องกำหนดนโยบายทางการท่องเที่ยวโดยส่วนรวม ซึ่งในทางปฏิบัติพอสรุปได้ 8 ประการ ดังต่อไปนี้

- 1.1 จัดทำบัญชีทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งหมดของประเทศ
  - 1.2 ประเมินคุณค่าทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งในด้านการพัฒนาและด้านการตลาด
  - 1.3 กำหนดความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้เพียงพอ ทั้งในปัจจุบันและอนาคต พร้อมยกระดับมาตรฐานการบริการให้สูงขึ้นด้วย
  - 1.4 ให้ความสำคัญด้านการอนุรักษ์สภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับการพัฒนา
  - 1.5 กำหนดนโยบายส่งเสริมการลงทุนในทรัพยากรท่องเที่ยว
  - 1.6 สร้างแรงงานในทรัพยากรการท่องเที่ยวให้มีความรู้ความสามารถและเพียงพอต่อการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวของประเทศ
  - 1.7 สร้างทัศนคติและความเข้าใจในความสำคัญของทรัพยากรท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นและเป็นที่ยอมรับ โดยทั่วไป
  - 1.8 ประสานงานกับหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว
2. บทบาททางด้านการควบคุมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ปัญหาสำคัญของอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในหลายประเทศส่วนใหญ่จะเป็นเรื่องการขาดอำนาจการควบคุม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่น ปัญหาการขยายตัวด้านการลงทุนสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวในบางพื้นที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์ที่ดินไม่เหมาะสม ปัญหา การสร้างโรงแรมมากเกินไปจนนำไปสู่การแข่งขันดัดราคาเพื่อแย่งลูกค้า ปัญหา บริษัทนำเที่ยวหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหามัคคุเทศก์ที่ไม่ได้มาตรฐานและประพฤติมิชอบ ปัญหาร้านค้าจำหน่ายสินค้าที่ระลึกขายสินค้าโก่งราคาหรือขายสินค้าปลอม ปัญหา การทำลายสภาพธรรมชาติ เป็นต้น ปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นมาเพราะขาดองค์การที่มีอำนาจ เข้าไปควบคุมดูแลและจัดระเบียบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงจำเป็นต้องมีองค์การที่มี อำนาจหน้าที่ควบคุมและจัดระเบียบ โดยสามารถออกกฎหมายที่จะช่วยให้อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวดำเนินการไปตามแนวทางที่ได้กำหนดไว้

3. บทบาทการท่องเที่ยวด้านพัฒนาการท่องเที่ยว การดำเนินการด้านการท่องเที่ยวสามารถกระทำได้ 2 ลักษณะ คือ ลักษณะที่ 1 เป็นการดำเนินการด้านการท่องเที่ยวในขณะที่ทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ยังไม่ได้รับการพัฒนาโดยจะใช้การตลาดท่องเที่ยวเป็นตัวนำให้เกิดนักท่องเที่ยวซึ่ง เป็นอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้นก่อน แล้วจึงพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว การเข้าถึง และสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตอบสนองภายหลังอันเป็นการกระทำแบบ Passive จะมีการเสี่ยงน้อย ส่วนลักษณะที่ 2 เป็นการดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวเมื่อมีทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวพร้อมแล้ว จึงใช้การตลาดท่องเที่ยวเป็นตัวนำให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว อันเป็นการสร้างอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้เกิดขึ้นก่อน แล้วจึงสร้างอุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามมาภายหลัง ซึ่งเป็นการกระทำแบบ Aggressive จะมีความเสี่ยงมากกว่า อย่างไรก็ตาม การตลาดท่องเที่ยวกับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องดำเนินควบคู่กันไปไม่สามารถแยกออกจากกันได้ กล่าวคือ ถ้าทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวไม่ดี ก็ย่อมไม่สามารถดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพในขณะเดียวกันหากดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวไปอย่างเดียว โดยไม่สนใจด้านการพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว โอกาสที่จะประสบความสำเร็จก็คงเป็นไปได้ยากเช่นกัน ดังนั้นการดำเนินการด้านการตลาดท่องเที่ยวจะต้องมีนโยบายที่ชัดเจนและเป็นไปได้ แต่กลยุทธ์ทางการตลาดท่องเที่ยวอาจแตกต่างกันไปตามสภาพแวดล้อมและข้อจำกัดของแต่ละประเทศ ซึ่งการกำหนดนโยบายทางด้านตลาดท่องเที่ยวจะต้องศึกษาถึงองค์ประกอบที่จะเกื้อหนุนต่อความเป็นไปได้ที่จะสะท้อนกลับสู่ นโยบายที่กำหนดขึ้น โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความพร้อมของทรัพยากรท่องเที่ยว การศึกษาวิจัยด้านการตลาดท่องเที่ยว ระเบียบพิธีการเข้า-ออกเมือง ความพร้อมด้านการขนส่งและสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว ความสามารถของบุคลากร ความสามารถทางการเงิน เป็นต้น องค์ประกอบเหล่านี้จะถูกกำหนดมาเป็นแผนการตลาดท่องเที่ยวซึ่งมีทั้งแผนระยะเร่งด่วน ระยะสั้นและระยะยาว โดยมีกลยุทธ์ทางการตลาดและกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดท่องเที่ยวไว้อย่างชัดเจน

4. บทบาททางด้านการจัดการการเงินของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การที่รัฐบาลจะมีบทบาทได้อย่างสมบูรณ์ในการพัฒนา การตลาด การควบคุมและการจัดระเบียบในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็ต่อเมื่อได้รับการสนับสนุนด้านการเงินอย่างเหมาะสม โดยมักได้เงินจากการจัดสรรงบประมาณแผ่นดิน ซึ่งการใช้จ่ายส่วนใหญ่จะอยู่ในเรื่องสำคัญ 3 เรื่อง ดังต่อไปนี้

4.1 การใช้จ่ายเพื่อการลงทุนพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาความเหมาะสมในการลงทุนพัฒนาทรัพยากรท่องเที่ยวที่จะให้ผลประโยชน์ตอบแทนทางเศรษฐกิจอย่างคุ้มค่า อีกทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนเพื่อพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวติดตามมาด้วย ซึ่งการลงทุนพัฒนาบริการทางการท่องเที่ยวนี้มักจะเป็นการลงทุนของภาคเอกชนมากกว่า โดยรัฐบาลอาจช่วยสนับสนุนส่งเสริมภาคเอกชนในบางเรื่อง

4.2 การใช้จ่ายเงินเพื่อการลงทุนพัฒนาการท่องเที่ยวซึ่งมีขอบข่ายครอบคลุมถึงการสร้างกำลังแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพมาตรฐาน รวมทั้งการปรับปรุงด้านการให้บริการของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวด้วย

4.3 การใช้จ่ายเงินเพื่อการตลาดท่องเที่ยว โดยมีการศึกษาและวิจัยสู่ทางด้านการตลาดท่องเที่ยวมีความถูกต้องเหมาะสม และมีผลต่อการชักชวนให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มมากขึ้น

#### **ภาคเอกชนกับการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**

การพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภาครัฐไม่อาจสำเร็จ ล่วงไปได้ หากไม่ได้รับความร่วมมือจากภาคเอกชนในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว จึงถือได้ว่าภาคเอกชนในการลงทุนเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว จึงถือได้ว่าภาคเอกชนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ซึ่งบทบาทของภาคเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่สำคัญพอสรุปได้ 4 ด้าน คือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548, หน้า 30-33)

1. บทบาทด้านการพัฒนาบริการของธุรกิจท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจท่องเที่ยวของภาคเอกชนเป็นการเสริมสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เช่น การลงทุนในธุรกิจ

โรงแรมระดับมาตรฐานที่มีบริการพร้อมสรรพรวมทั้งภัตตาคาร สถานบันเทิง ห้องประชุม-สัมมนา และร้านค้าต่าง ๆ หรือการลงทุนในธุรกิจนำเที่ยวก็ได้มีการใช้รถบัสปรับอากาศที่มีห้องสุขภัณฑ์และอุปกรณ์อื่น ๆ เข้ามาบริการขนส่งนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีภาคเอกชนคอยบริการข่าวสารข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวพร้อมจัดหาอาหารเครื่องดื่มที่มีคุณภาพ สะอาดถูกอนามัยแก่นักท่องเที่ยว การลงทุนในธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกก็มีการตกแต่งร้านสวยงาม พร้อมทั้งการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานและการออกแบบสินค้าที่ระลึกให้มีความสวยงามหรือมีประโยชน์ใช้สอยเป็นที่นิยมแก่นักท่องเที่ยว และยังยอมรับการจ่ายเงินของนักท่องเที่ยวด้วยบัตรเครดิตต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาบริการของธุรกิจท่องเที่ยวล้วนเกิดจากการลงทุนภาคเอกชนทั้งสิ้น

2. บทบาทด้านการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เนื่องจากความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ความต้องการแรงงานในสาขาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว จึงต้องมีการพัฒนาแรงงานให้มีความรู้ความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยวการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภาคเอกชนจึงต้องมีการฝึกอบรมพนักงาน หรืออาจส่งพนักงานไปอบรมวิชาการท่องเที่ยวยังต่างประเทศ นับเป็นการช่วยพัฒนามาตรฐานแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้สถาบันการศึกษาได้เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาแรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยจัดหลักสูตรวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวขึ้นพร้อมทั้งขอความร่วมมือจากภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องจัดส่งวิทยากรเข้าบรรยาย หรือจัดส่งพนักงานเข้าอบรม หรือรับผู้ที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรวิชาการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากสถาบันการศึกษาต่าง ๆ เข้าทำงานในธุรกิจภาคเอกชน

3. บทบาทด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว ทรัพยากรท่องเที่ยวเป็นทรัพยากรที่มีคุณค่าสำคัญยิ่งที่จะดึงดูดหรือจูงใจนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยือน จึงต้องร่วมมือกันทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ให้คงไว้ และสร้างสรรค์ทรัพยากรท่องเที่ยวใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นด้วย สำหรับประเทศไทยนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ร่วมมือกับจังหวัดต่าง ๆ จัดงานแสดงศิลปวัฒนธรรม ประเพณี และเทศกาลต่าง ๆ เป็นประจำ เช่น งานลอยกระทง งานสัปดาห์สะพานข้ามแม่น้ำแคว

งานแข่งขันเรือ งานไม้ดอกไม้ประดับ งานบุญบั้งไฟ งานแห่เทียนพรรษา เป็นต้น โดยมีธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ด้วยการจัดรายการนำเที่ยวงานศิลปวัฒนธรรมประเพณี และเทศกาลต่าง ๆ ขึ้นสนับสนุน อันเป็นการประสานประโยชน์ระหว่างภาครัฐบาลและภาคเอกชน

4. บทบาทด้านการคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว ความปลอดภัยทางร่างกาย ชีวิต และทรัพย์สิน เป็นสิ่งพึงปรารถนาตามธรรมชาติของมนุษย์ทุกคน ในการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวที่ใด นักท่องเที่ยวต้องคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสิ่งสำคัญ ถ้าหากแหล่งท่องเที่ยวใดไม่มีความปลอดภัยก็จะเป็นอุปสรรคสำคัญและบั่นทอนความเจริญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวรู้สึกมั่นใจในความปลอดภัยระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว โดยการป้องกัน และปราบปรามอาชญากรรม ตลอดจนการดำเนินคดีที่เกิดแก่นักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วทันต่อเหตุการณ์เพื่อนำผู้กระทำผิดมาลงโทษ ธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชนมีส่วนช่วยสอดส่องดูแลความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวด้วย รวมทั้งให้ข่าวสารและข้อควรระวังแก่นักท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดอันตรายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว สำหรับประเทศไทยนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภาคเอกชนได้ร่วมมือกับทางราชการในการริเริ่มให้มีการจัดตั้ง “หน่วยตำรวจท่องเที่ยว” เพื่อให้ความคุ้มครองรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นอกจากนี้ทางสำนักงานตำรวจแห่งชาติก็ได้พิจารณาจัดตั้ง “ศูนย์อำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว” หรือที่เรียกชื่อย่อว่า สอ.นท. อยู่ในสังกัดกองบังคับการกองปราบปราม

นอกจากบทบาทดังกล่าวข้างต้นแล้ว ภาคเอกชนยังมีส่วนร่วมในการเผยแพร่ข่าวสาร โฆษณาและชักจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น อีกทั้งยังมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนและส่งเสริมการสัมมนาและการประชุมนานาชาติขึ้นภายในประเทศให้เพิ่มมากขึ้นตลอดจนให้ความร่วมมือกับภาครัฐบาลในการแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวอีกด้วย (บุญเลิศ ตั้งจิตวัฒนา, 2548, หน้า 36-40)



## ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยว พ.ศ. 2550-2553 ต้นแบบของการพัฒนากองท่องเที่ยวไทยในอนาคต

ยุทธศาสตร์การพัฒนากองท่องเที่ยวไทย พ.ศ. 2550-2553 ประกอบด้วย 5 ยุทธศาสตร์ คือ ยุทธศาสตร์การพัฒนาคูณภาพสินค้าการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์พัฒนาระดับมาตรฐานปัจจัยที่สนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการตลาด ยุทธศาสตร์การพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และยุทธศาสตร์การปรับปรุงการบริหารจัดการ ทั้งนี้ แผนปฏิบัติการภายใต้ยุทธศาสตร์พัฒนากองท่องเที่ยวนี้ จะเป็นการพัฒนากองท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เต็มศักยภาพ เพื่อให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้หลักแก่ประเทศไทย และสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นซึ่งมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 ต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2549, หน้า 81)

## สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

### สถานการณ์การท่องเที่ยว

ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในระยะ 15 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2550 เพิ่มขึ้น (ดูตาราง 2) โดยพิจารณาในช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 (5 ปีหลัง) ซึ่งเป็นช่วงที่อัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นจาก 10,004,453 คนในปี พ.ศ. 2546 เป็น 14,464,228 คน ในปี พ.ศ. 2550 คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงเฉลี่ยร้อยละ 6.52 ต่อปี แม้ว่าในช่วงปี พ.ศ. 2546 ได้เกิดวิกฤติทางการท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากสงครามระหว่างประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศอิรัก การแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) ในภูมิภาคเอเชีย ทำให้อัตราการเข้าของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีจำนวนลดลงจาก 10,799,067 คน ในปี พ.ศ. 2545 เป็น 10,004,453 คน คิดเป็นอัตราการเปลี่ยนแปลงลดลงร้อยละ 7.36 และในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยต้องประสบกับเหตุการณ์ธรณีพิบัติจากคลื่นยักษ์สึนามิและเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนภาคใต้รวมทั้งภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจาก

แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ (เวียดนาม จีน อินเดีย) และการสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ (ญี่ปุ่น เกาหลี ฮองกง) ซึ่งเป็นตัวแปรหลักที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยอยู่ในภาวะคงที่ ในปี พ.ศ. 2548 โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย 11,516,703 คน ลดลงจากปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 1.15 การชะลอตัวดังกล่าวยังอยู่ในภาวะที่ไม่รุนแรงนัก อันเป็นผลจากความพยายามในการกระตุ้นตลาดและเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัยอย่างแรงค่อนของภาครัฐบาลและเอกชนที่ทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยกระทบกระเทือนจากภาวะวิกฤติรอบด้านเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

## ตาราง 2

ปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2550

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2536	5,760,533	12.15
2537	6,166,496	7.05
2538	6,951,566	12.73
2539	7,192,145	3.46
2540	7,221,345	0.41
2541	7,764,930	7.53
2542	8,580,332	10.50
2543	9,508,623	10.82
2544	10,061,950	5.82
2545	10,799,067	7.33
2546	10,004,453	-7.36
2547	11,650,703	16.46
2548	11,516,936	-1.51
2549	13,821,802	20.01
2550	14,464,228	4.65

อัตราการเปลี่ยนแปลง  
เฉลี่ยร้อยละ 6.52 ต่อปี

ที่มา. จาก ข้อมูลปริมาณนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_text.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_text.php)

การขยายตัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย เมื่อจำแนกตามภูมิภาคต่าง ๆ ในโลก ช่วง 10 ปีหลัง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (ดูตาราง 3) พบว่าภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก จากจำนวนนักท่องเที่ยว 4,568,837 คนในปี พ.ศ. 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 7,981,205 คน ในปี พ.ศ. 2550 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.18 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย รองลงมา ได้แก่ ภูมิภาคยุโรป มีจำนวนนักท่องเที่ยว 1,585,915 คน ในปี พ.ศ. 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 3,689,770 คน ในปี พ.ศ. 2550 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 25.51 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อันดับที่สาม ได้แก่ ภูมิภาคอเมริกา มีจำนวนนักท่องเที่ยว 817,564 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 5.65 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2550 ส่วนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ ได้แก่ โอเชียเนีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง แอฟริกา โดยมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 5.06, 4.73, 3.14 และ 0.72 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2550 ตามลำดับ โดยค่าเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่าง ๆ ในโลกรอบ 10 ปีที่ผ่านมา มีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ยแล้วจำนวน 5,614,656 คน คิดเป็นร้อยละ 59.88 ภูมิภาคยุโรปมีจำนวน 2,212,199 คน คิดเป็นร้อยละ 23.40 ภูมิภาคอเมริกามีจำนวน 559,049 คน คิดเป็นร้อยละ 5.94 และนักท่องเที่ยวในภูมิภาคอื่น ๆ ได้แก่ เอเชียใต้ โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง แอฟริกา มีค่าเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยร้อยละ 3.83, 3.38, 2.38 และ 0.70 ตามลำดับ

## ตาราง 3

จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามภูมิภาคต่าง ๆ ในโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550

(หน่วย: คน)

ปี พ.ศ.	เอเชียตะวันออก	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียใต้	โอเชียเนีย	ตะวันออกกลาง	แอฟริกา
2540	4,568,837 (63.27)	1,585,915 (21.96)	388,190 (5.38)	229,571 (3.18)	271,442 (3.76)	126,427 (1.75)	50,963 (0.71)
2541	4,583,160 (59.02)	1,888,673 (24.32)	448,761 (5.78)	258,815 (3.33)	348,346 (4.49)	165,078 (2.13)	72,097 (0.93)
2542	5,195,972 (60.56)	1,990,499 (23.20)	514,595 (6.00)	280,422 (3.27)	350,555 (4.09)	175,106 (2.04)	73,233 (0.85)
2543	5,545,856 (58.32)	2,301,807 (24.21)	663,276 (6.98)	352,007 (3.70)	378,782 (3.98)	182,408 (1.92)	84,487 (0.89)
2544	6,064,117 (60.26)	2,304,640 (22.90)	604,041 (6.00)	333,248 (3.31)	427,673 (4.25)	237,268 (2.36)	90,963 (0.90)
2545	6,531,546 (60.48)	2,450,878 (22.70)	640,143 (5.93)	390,745 (3.62)	423,501 (3.92)	272,805 (2.53)	89,449 (0.83)
2546	6,166,460 (61.63)	2,256,160 (22.55)	576,589 (5.76)	390,335 (3.90)	343,914 (3.44)	203,878 (2.04)	67,117 (0.67)
2547	7,034,024 (60.37)	2,616,347 (22.46)	692,827 (5.95)	468,316 (4.02)	466,907 (4.01)	289,571 (2.49)	82,711 (0.71)
2548	6,692,982 (58.11)	2,686,567 (23.33)	739,707 (6.42)	518,878 (4.51)	501,882 (4.36)	304,047 (2.64)	72,873 (0.63)
2549	7,942,143 (57.46)	3,321,795 (24.03)	825,118 (5.97)	605,236 (4.38)	627,246 (4.54)	405,856 (2.94)	94,408 (0.68)
2550	7,981,205 (55.18)	3,689,770 (25.50)	817,564 (5.65)	685,574 (4.73)	731,283 (5.06)	453,891 (3.14)	104,941 (0.73)
เฉลี่ย	5,614,656 (59.88)	2,212,199 (23.40)	559,049 (5.94)	388,245 (3.83)	387,675 (3.38)	216,870 (2.38)	72,315 (0.78)

หมายเหตุ: ( ) ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงสัดส่วนร้อยละ

ที่มา. จาก จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากภูมิภาคต่าง ๆ ในโลก, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tex.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tex.php)

### ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้รายได้ของประเทศไทยจากค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นตามมาด้วย การท่องเที่ยวจึงเป็นแหล่งรายได้ในรูปของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญในอันที่จะช่วยบรรเทาปัญหาวิกฤติเศรษฐกิจที่ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาอยู่ โดย เมื่อนำข้อมูลทั้ง 3 มาคูณกันก็จะได้ค่าใช้จ่ายทั้งหมด หรือรายได้อันเกิดจากการท่องเที่ยว โดยค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เมื่อจำแนกตามภูมิภาคต่าง ๆ ในโลก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (ดูตาราง 4) พบว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ออกนำมาใช้จ่ายในประเทศไทยมีจำนวนมากที่สุด โดยมีค่าใช้จ่ายรวม 117,341.75 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2540 เพิ่มขึ้นเป็น 205,114.32 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2550 มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 37.44 ของจำนวนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดที่เข้ามาในประเทศไทย รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรป ที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยคิดเป็นมูลค่า 56,321.01 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2540 แต่ในปี พ.ศ. 2550 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภูมิภาคยุโรปกลับเพิ่มขึ้นเป็นอันดับหนึ่ง โดยเพิ่มขึ้นเป็น 207,775.20 ล้านบาท มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 37.93 ของจำนวนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดที่เข้ามาในประเทศไทยรองลงไป ได้แก่ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภูมิภาคอเมริกา มีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 9.44 ของจำนวนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดที่เข้ามาในประเทศไทย ส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภูมิภาคอื่น ๆ ได้แก่ โอเชียเนีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา คิดค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยเป็นร้อยละ 7.17, 3.90, 3.36 และ 0.75 ของจำนวนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดที่เข้ามาในประเทศไทย ตามลำดับ

## ตาราง 4

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำแนกตามภูมิภาคต่าง ๆ ของโลกตั้งแต่ปี  
พ.ศ. 2540-2550 (หน่วย: ล้านบาท)

ปี พ.ศ.	เอเชียตะวันออก	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียใต้	โอเชียเนีย	ตะวันออกกลาง	แอฟริกา
2540	117,341.75 (53.15)	56,321.01 (25.51)	12,673.76 (5.74)	15,629.29 (7.08)	7,791.09 (3.53)	6,498.38 (2.94)	4,499.21 (2.04)
2541	105,129.00 (43.41)	83,693.75 (34.56)	19,257.91 (7.95)	10,114.51 (4.18)	13,171.78 (5.44)	7,500.50 (3.10)	3,316.81 (1.37)
2542	117,813.88 (46.56)	77,848.34 (30.77)	19,881.61 (7.86)	12,564.91 (4.97)	12,349.07 (4.88)	7,995.69 (3.16)	4,564.79 (1.80)
2543	128,328.74 (44.98)	88,948.91 (31.18)	23,541.25 (8.25)	14,112.27 (4.95)	16,158.82 (5.66)	10,066.42 (3.53)	4,115.78 (1.44)
2544	134,450.72 (44.96)	97,238.25 (32.52)	27,679.20 (9.25)	10,483.48 (3.51)	14,874.94 (4.97)	10,950.95 (3.66)	3,369.51 (1.13)
2545	141,098.75 (43.62)	107,097.38 (33.11)	33,625.83 (10.39)	10,109.52 (3.13)	16,527.77 (5.11)	11,660.38 (3.60)	3,364.33 (1.04)
2546	156,300.86 (50.54)	92,851.68 (30.02)	25,080.00 (8.11)	11,116.29 (3.59)	13,063.90 (4.22)	8,435.36 (2.73)	2,420.93 (0.78)
2547	180,647.27 (46.99)	127,089.10 (33.07)	33,051.59 (8.60)	12,777.08 (3.32)	17,658.92 (4.59)	9,828.74 (2.56)	3,307.07 (0.86)
2548	157,265.24 (42.81)	137,133.17 (37.33)	32,607.50 (8.88)	11,050.86 (3.01)	16,607.00 (4.52)	11,051.97 (3.01)	1,664.62 (0.45)
2549	194,003.71 (40.22)	175,976.60 (36.49)	46,294.90 (9.60)	19,061.16 (3.95)	29,321.91 (6.08)	14,318.79 (2.97)	3,342.10 (0.69)
2550	205,114.32 (37.44)	207,775.20 (37.93)	51,732.18 (9.44)	21,373.17 (3.90)	39,251.64 (7.17)	18,399.77 (3.36)	4,135.53 (0.75)
เฉลี่ย	131,896.61 (46.42)	97,202.49 (23.10)	23,743.59 (7.82)	12,797.53 (4.72)	14,754.70 (4.88)	9,222.80 (3.16)	2,982.84 (1.09)

หมายเหตุ: ( ) ตัวเลขในวงเล็บหมายถึงสัดส่วนร้อยละ

ที่มา. จาก ข้อมูลค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static  
\\_tex.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tex.php)

### ลักษณะของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ลักษณะของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นการศึกษาถึงระดับอายุ เพศ อาชีพ วัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดสำคัญดังนี้

1. ระดับอายุของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (ดูตาราง 5) โดยแบ่งช่วงระดับอายุออกเป็น 7 ช่วง ได้แก่ 0-14 ปี 15-24 ปี 25-34 ปี 35-44 ปี 45-54 ปี 55-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งช่วงอายุที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด คือ ช่วงอายุ 25-34 ปี รองลงมาในระดับอายุ 35-44 ปี ลำดับรองลงไป เป็นช่วงระดับอายุ 45-54 ปี ส่วนช่วงระดับอายุ 15-24 ปี และ 55-64 ปี มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน และลำดับสุดท้ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยน้อยที่สุดจะเป็น ช่วงระดับอายุ 0-14 ปี และ 65 ปีขึ้นไป

#### ตาราง 5

ระดับอายุของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (หน่วย: ร้อยละ)

ปีพ.ศ.	0-14 ปี	15-24 ปี	25-34 ปี	35-44 ปี	45-54 ปี	55-64 ปี	65 ปีขึ้นไป	รวม
2540	5.24	9.99	26.99	23.72	18.62	10.68	4.76	100.00
2541	4.85	9.60	27.33	23.92	19.22	10.65	4.43	100.00
2542	4.93	9.97	26.59	23.73	19.07	11.02	4.69	100.00
2543	4.93	10.37	26.69	23.88	19.17	10.48	4.48	100.00
2544	4.82	10.33	27.10	23.99	18.82	10.54	4.40	100.00
2545	4.67	9.70	26.21	24.12	19.44	11.37	4.47	100.00
2546	4.45	8.55	24.89	25.63	20.39	11.78	4.32	100.00
2547	4.69	8.99	24.89	25.41	20.23	11.78	4.00	100.00
2548	4.01	10.26	25.56	24.77	19.76	11.70	3.94	100.00
2549	3.68	10.35	26.25	24.42	19.96	11.46	3.88	100.00
2550	4.13	10.76	26.63	23.73	19.13	11.50	4.12	100.00

ที่มา. จาก ข้อมูลระดับอายุของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_text.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_text.php)

2. เพศของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในการพิจารณานักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ จำแนกตามเพศ จะพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นเพศชายเดินทางเข้ามาประเทศไทย คิดเป็นร้อยละมีมากกว่าเพศหญิงเกือบ 2 เท่า ในรอบระยะเวลา 10 ปีที่ผ่านมา คือตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 กล่าวคือ มีนักท่องเที่ยวเพศชายประมาณร้อยละ 58 ถึงร้อยละ 65 ส่วนนักท่องเที่ยวเพศหญิง ประมาณร้อยละ 34-42 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมด (ดูตาราง 6)

ตาราง 6

จำแนกเพศนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (หน่วย: ร้อยละ)

ปี พ.ศ.	เพศชาย	เพศหญิง	รวม
2540	62.06	37.94	100.00
2541	61.16	38.84	100.00
2542	60.28	39.72	100.00
2543	59.80	40.20	100.00
2544	59.85	40.15	100.00
2545	59.51	40.49	100.00
2546	61.66	38.34	100.00
2547	57.53	42.47	100.00
2548	58.74	41.26	100.00
2549	59.43	40.57	100.00
2550	65.24	34.76	100.00

ที่มา. จาก ข้อมูลเพศของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_tex.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tex.php)

3. อาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสามารถแบ่งกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาได้ 7 กลุ่มอาชีพ ได้แก่ (1) กลุ่มนักวิชาการ (2) กลุ่มนักบริหาร (3) กลุ่มนักธุรกิจ (4) กลุ่มผู้ใช้แรงงาน (5) กลุ่มแม่บ้านหรือช่วยธุรกิจครอบครัว (6) กลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา และ (7) กลุ่มอื่น ๆ โดยพบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในรอบ 10 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (ดูตาราง 7) กลุ่มนักธุรกิจเข้ามาใน



ประเทศไทยมากที่สุดประมาณร้อยละ 16-29 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดที่เข้ามาในประเทศไทย รองลงมาประกอบอาชีพนักวิชาการประมาณร้อยละ 14-22 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทั้งหมดที่เข้ามาในประเทศไทย ส่วนกลุ่มผู้ใช้แรงงานเข้ามาในประเทศไทยเป็นอันดับสาม ประมาณร้อยละ 13-21 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย และกลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษามีสัดส่วนประมาณร้อยละ 7-12 ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งหมดที่เข้าประเทศไทย

ข้อสังเกตสำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย ส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพในกลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มผู้ใช้แรงงาน เมื่อรวมทั้ง 3 กลุ่มเข้าด้วยกัน จะพบว่า นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย มีสัดส่วนมากกว่าร้อยละ 50 ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มดังกล่าว ต้องมีการติดต่อธุรกิจ มีรายได้สูง และมีเวลาที่จะท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

#### ตาราง 7

อาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (หน่วย: ร้อยละ)

ปี พ.ศ.	นักวิชาการ	นักบริหาร	นักธุรกิจ	ผู้ใช้ แรงงาน	ช่วยธุรกิจ ในครอบครัว	นักเรียน/ นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
2540	19.07	12.75	16.57	14.73	6.03	8.74	22.11	100.00
2541	21.95	11.41	16.62	15.28	5.22	8.50	21.02	100.00
2542	19.14	11.07	16.63	17.81	6.13	9.81	19.41	100.00
2543	14.65	10.34	17.15	20.04	6.61	11.18	19.03	100.00
2544	14.69	10.60	16.87	19.06	6.60	11.31	16.63	100.00
2545	14.99	10.91	16.88	16.85	6.53	10.82	18.70	100.00
2546	16.27	12.34	17.94	19.17	7.49	10.53	9.88	100.00
2547	18.42	12.20	22.50	18.27	7.35	11.51	5.71	100.00
2548	22.12	12.25	28.46	13.92	6.37	11.45	1.54	100.00
2549	20.62	14.25	26.55	17.86	6.45	11.17	0.51	100.00
2550	21.24	14.39	19.51	20.46	5.06	11.70	0.61	100.00

ที่มา. จาก ข้อมูลอาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_text.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_text.php)

4. วัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาในประเทศไทย นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีวัตถุประสงค์แตกต่างกัน ซึ่งสามารถแบ่งวัตถุประสงค์ เป็นท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน เพื่อติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุมหรือสัมมนา เข้ามาตามจุดมุ่ง- หมายในการปฏิบัติราชการ และอื่น ๆ หากพิจารณานักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (ดูตาราง 8) จะพบว่า นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์ในการเดินทาง เข้ามาท่องเที่ยวพักผ่อนมากที่สุด ประมาณร้อยละ 82-89 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด ส่วน การเดินทางเข้ามาเพื่อวัตถุประสงค์อื่น เช่น เพื่อติดต่อธุรกิจ เพื่อประชุมสัมมนา เพื่อปฏิบัติ ราชการ และอื่น ๆ มีสัดส่วนเฉลี่ยร้อยละ 10 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

#### ตาราง 8

วัตถุประสงค์ของการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (หน่วย: ร้อยละ)

ปี พ.ศ.	พักผ่อน	ธุรกิจ	ประชุม	ราชการ	อื่น ๆ	รวม
2540	86.75	9.99	0.87	0.53	1.86	100.00
2541	88.00	9.09	0.85	0.42	1.64	100.00
2542	88.12	8.66	0.88	0.51	1.83	100.00
2543	88.01	9.05	0.88	0.31	1.75	100.00
2544	88.22	8.73	0.89	0.45	1.70	100.00
2545	89.26	7.64	0.99	0.37	1.74	100.00
2546	87.88	8.53	0.87	0.44	2.27	100.00
2547	83.85	8.38	0.55	0.33	2.68	100.00
2548	82.12	7.97	4.92	0.51	4.47	100.00
2549	82.39	8.67	5.22	0.40	3.31	100.00
2550	83.08	8.77	3.54	0.25	4.36	100.00

ที่มา. จาก ข้อมูลวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_text.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_text.php)

5. รูปแบบการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย มีลักษณะ 2 รูปแบบ คือ ลักษณะเดินทางแบบนำเที่ยวเป็นกลุ่ม (group tour) และลักษณะการเดินทางมาด้วยตนเอง (non group tour) ในการพิจารณา รูปแบบการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างปี พ.ศ. 2540-2550 (ดูตาราง 9) พบว่า รูปแบบการเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีรูปแบบการเดินทางมาด้วยตนเองประมาณร้อยละ 41-67 ของนักท่องเที่ยว ทั้งหมดส่วนการเดินทางเข้ามาในลักษณะกลุ่มนำเที่ยวประมาณร้อยละ 32-45 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามาด้วยตนเองมากกว่าการใช้บริการผ่านบริษัทนำเที่ยว

#### ตาราง 9

รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550  
(หน่วย: ร้อยละ)

ปี พ.ศ.	เดินทางแบบนำเที่ยวเป็นกลุ่ม (group Tour)	จัดการเดินทางด้วยตนเอง (non group tour)	รวม
2540	43.59	57.78	100.00
2541	44.50	59.83	100.00
2542	42.22	55.76	100.00
2543	40.17	56.10	100.00
2544	42.13	57.86	100.00
2545	39.67	60.33	100.00
2546	43.79	56.21	100.00
2547	32.97	67.03	100.00
2548	58.74	41.26	100.00
2549	33.17	66.83	100.00
2550	33.77	66.23	100.00

ที่มา. จาก รูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_text.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_text.php)

6. ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ที่ค้างคืนในประเทศไทยคิดเฉลี่ยจำนวน ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวพำนักในประเทศไทย โดยดูจากวันที่หนังสือเดินทางเข้าและวันที่ หนังสือเดินทางออกจากประเทศไทยในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550 (ดู ตาราง 10) นักท่องเที่ยวใช้ระยะเวลาพำนักในประเทศไทยประมาณ 7-9 วัน จะเห็นว่า ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวนั้นมีอัตราเพิ่มขึ้นทุกปี ยกเว้น ปี พ.ศ. 2542, 2544 และ 2547

#### ตาราง 10

ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540-2550

(หน่วย: คืน)

ปี พ.ศ.	ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)
2540	8.33	+1.22
2541	8.40	+1.20
2542	7.96	-5.24
2543	8.14	+2.26
2544	7.93	-2.65
2545	7.98	+0.62
2546	8.19	+2.56
2547	8.13	-0.74
2548	8.20	+0.85
2549	8.62	+4.87
2550	9.19	+6.20

ที่มา. จาก ข้อมูลระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยว- แห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web /static\\_text.php](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_text.php)

## บทที่ 4

### ผลการศึกษา

การพิจารณาเพื่อศึกษาถึง ปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (NT) เป็นตัวแปรตาม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536-2550 กับตัวแปรอิสระ ได้แก่ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย (EXPEND<sub>t</sub>) งบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยว (BUDGET<sub>t</sub>) อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐฯ (EX) โดยพิจารณาผลการวิเคราะห์จากค่า  $R^2$ ,  $t$ -stat,  $F$ -stat และค่า Durbin-Watson โดยใช้สมการในการวิเคราะห์ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{NT} &= 1.806915 + 2.007906\text{EXPEND}_t + 0.000155\text{BUDGET}_t \\ t\text{-Stat} & \qquad \qquad (12.69875)*** \qquad \qquad (0.852612) \\ & + 0.040622\text{EX} \\ & \qquad \qquad \qquad (2.505170)** \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} R^2 &= 0.989842 & \text{Adj } R^2 &= 0.987072 \\ \text{D.W.} &= 1.051161 & F\text{-Stat} &= 357.2967 \end{aligned}$$

หมายเหตุ

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\*\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากผลการคำนวณพบว่าค่า  $R^2 = 0.989842$  หมายความว่า ปัจจัยต่าง ๆ ที่กล่าวมาสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 99 แต่เมื่อทำการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อนได้ค่า Durbin-

Watson (D.W.) เท่ากับ 1.051161 ซึ่งอยู่ในช่วงที่สรุปไม่ได้ว่าเกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน (autocorrelation) หรือไม่ ดังนั้น เพื่อปรับปรุงสมการให้เหมาะสมจึงแก้ปัญหาดังกล่าวด้วยวิธีการใส่ค่า AR (1) และ AR (2) เพิ่มเข้าไปในตัวแปร และหาค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอีกครั้งโดยวิธีวิเคราะห์สมการถดถอยกำลังสองน้อยที่สุดจากโปรแกรม E-views ได้ผลดังนี้

$$\begin{aligned} \text{NT} &= 1.485587 + 1.859813\text{EXPEND}_t + 0.000308\text{BUDGET}_t \\ t\text{-Stat} & \quad (12.12647)^{***} \quad (1.938630)^* \\ & + 0.040447\text{EX} \\ & \quad (3.047405)^{***} \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} R^2 &= 0.995572 & \text{Adj } R^2 &= 0.992409 \\ \text{D.W.} &= 2.180617 & F\text{-Stat} &= 314.7482 \end{aligned}$$

หมายเหตุ

\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\*\*\*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากสมการที่ปรับปรุงใหม่สามารถอธิบายตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 และ 99 และพิจารณาสมการพบว่า ปัจจัยซึ่งเป็นตัวแปรอิสระ มีความเหมาะสมสามารถอธิบายถึงความเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้ร้อยละ 99.5 (ค่า  $R^2$ ) โดยมีค่าสถิติ  $F$  เท่ากับ 314.7482 และจากการทดสอบค่าสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน ปรากฏว่าค่า D.W. ได้เท่ากับ 2.1806 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาสหสัมพันธ์ของตัวคลาดเคลื่อน

จากการตรวจค่านัยสำคัญทางสถิติ  $t$  ของค่าประมาณสัมประสิทธิ์ปัจจัยผันแปร คือ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย งบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยว และอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา สามารถอธิบายตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่

เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสรุปผลการศึกษาให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนี้

1. ค่าสัมประสิทธิ์ของรายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย มีค่าเท่ากับ 1.8598 และมีค่าสถิติ  $t$  เท่ากับ 12.1265 โดยมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 สามารถอธิบายได้ว่ารายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย นั่นคือเมื่อรายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทยเพิ่มขึ้น 1 แสนล้านบาท ซึ่งก็หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่เพิ่มขึ้น 1.8598 ล้านคน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. ค่าสัมประสิทธิ์ของงบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ 0.000308 และมีค่าสถิติ  $t$  เท่ากับ 1.9386 โดยมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 สามารถอธิบายได้ว่างบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย นั่นคือ เมื่อรัฐบาลซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยตั้งงบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 ล้านบาทซึ่งก็จะส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น 0.000308 ล้านคน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ค่าสัมประสิทธิ์ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีค่าเท่ากับ 0.0404 และมีค่าสถิติ  $t$  เท่ากับ 3.0474 โดยมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 99 สามารถอธิบายได้ว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาค่อเงินบาทมีค่าสูงขึ้นหรือค่าเงินบาทอ่อนค่าลง ก็จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงขึ้น และเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกาค่อเงินบาทมีค่าลดลงหรือค่าเงินบาทแข็งค่าขึ้น ก็จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยลดลง

## บทที่ 5

### สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

#### สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่า ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มมากขึ้นทุกปี เว้นแต่ในปี พ.ศ. 2546 ซึ่งมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดลงจาก 10,779,067 คน เป็น 10,004,453 คน อันเกิดจากสงครามระหว่างประเทศสหรัฐฯ และประเทศอิรัก รวมทั้งการแพร่ระบาดของโรคทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS) และในปลายปี พ.ศ. 2547 ซึ่งประเทศไทยต้องประสบกับเหตุการณ์ธรณีพิบัติจากคลื่นยักษ์สึนามิ และเหตุการณ์ความไม่สงบในจังหวัดชายแดนใต้จากความกังวลเรื่องความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปี พ.ศ. 2548 ลดลงจาก 11,650,703 คน เหลือ 11,516,936 คน ทางด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งถือเป็นรายรับของประเทศนั้นก็มียอดราเพิ่มสูงขึ้นทุกปี เว้นแต่ในปี พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2548 เช่นกัน

ในการศึกษาครั้งนี้ ได้อาศัยข้อมูลสถิติภูมิทางการท่องเที่ยวจำแนกเป็นรายปี พ.ศ. 2536-2550 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 15 ปี โดยสร้างแบบจำลองด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares--OLS) ซึ่งเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายของนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทยกับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อรายจ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นก็หมายถึงจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนมากขึ้นเช่นกัน ซึ่งเป็นไปตาม



สมมติฐานที่ตั้งไว้ การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างงบประมาณดำเนินการด้านการท่องเที่ยว กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากรัฐบาลซึ่งเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณการท่องเที่ยวให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในการดำเนินการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว เพิ่มขึ้นก็จะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ และการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกากับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น พบว่า มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีค่าสูงขึ้นเมื่อเทียบกับเงินบาท หรือค่าเงินบาทอ่อนค่าลง ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และเมื่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกามีค่าลดลงเมื่อเทียบกับเงินบาทก็จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยลดลง ด้วยเช่นกัน

### ข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาที่ได้พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อเงินดอลลาร์สหรัฐอเมริกา มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งมีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ดังนั้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เห็นถึงความได้เปรียบจากการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน และนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นด้วย และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเน้นด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในบทที่ 3 พบว่า ในแต่ละช่วงอายุ เพศ อาชีพ วัตถุประสงค์ รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว มีส่วนในการท่องเที่ยวในสถานที่ต่าง ๆ ดังนั้น

การส่งเสริมการท่องเที่ยวจึงควรให้ความสำคัญกับลักษณะทั่วไปของนักท่องเที่ยวด้วย เช่น นักท่องเที่ยวที่อายุมากนิยมท่องเที่ยวในสถานที่ที่มีความปลอดภัยสะดวกสบาย ก็ควรเน้นการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีสภาพสวยงามอยู่เสมอ มีความสะดวกสบายในการเดินทาง หรือส่งเสริมให้มีการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เป็นต้น รวมทั้งการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพำนักอยู่นานวันขึ้น เพื่อเพิ่มรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศ โดยอาจจัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ และควรมีการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อีกทั้งควบคุมคุณภาพสินค้าทางการท่องเที่ยว และราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน รวมถึงสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าทางการท่องเที่ยวเอกลักษณ์ทางด้านศิลปะและวัฒนธรรมประเพณีที่งดงาม ความเป็นมิตรไมตรีของคนไทย นำเสนอให้เป็นที่ประจักษ์กับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้มาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

ภาคผนวก ก  
ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

## ตาราง 11

## ข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ (ล้านคน)	รายจ่ายนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ (ล้านบาท)	งบประมาณ การท่องเที่ยว (ล้านบาท)	อัตราแลกเปลี่ยน (BAHT : 1 US [\$])
2536	5.76	127,802	1,463.18	25.49
2537	6.16	145,221	2,162.64	25.20
2538	6.95	190,765	2,305.02	24.89
2539	7.19	219,364	2,495.57	25.32
2540	7.22	220,754	2,528.90	31.32
2541	7.76	242,177	2,525.15	40.81
2542	8.58	253,018	2,649.20	37.79
2543	9.51	285,272	2,920.21	40.11
2544	10.06	299,047	2,918.74	44.33
2545	10.80	323,512	3,161.66	42.96
2546	10.00	309,132	4,469.85	41.49
2547	11.65	384,337	4,719.02	40.27
2548	11.52	367,494	4,194.06	40.27
2549	13.82	482,258	4,468.51	37.93
2550	14.46	547,622	4,703.50	34.56

ที่มา. จาก 1. จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_download.php?pt=nmmt](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_download.php?pt=nmmt)

2. รายจ่ายนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2551, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก [http://www2.tat.or.th/stat/web/static\\_download.php?pt=nmmt](http://www2.tat.or.th/stat/web/static_download.php?pt=nmmt)

3. รายงานประจำปี 2546, โดย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550, กรุงเทพมหานคร.

4. อัตราแลกเปลี่ยน, โดย ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2550, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก <http://www.bot.or.th>

5. งบประมาณด้านการท่องเที่ยว, โดย สำนักงานงบประมาณ สำนักนายกรัฐมนตรี, 2550, ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2551, จาก <http://www.bb.go.th>

ภาคผนวก ข  
ผลการวิเคราะห์

## ตาราง 12

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ครั้งที่ 1

Dependent Variable: NT

Method: Least Squares

Date: 07/12/08 Time: 18.48

Sample: 2536 2550

Included observations: 15

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.806915	0.412496	4.380442	0.0011
EXPEND	2.007906	0.158118	12.69875	0.0000
BUDGET	0.000155	0.000181	2.252612	0.4121
EX	0.034363	0.013717	0.505170	0.0292
<i>R</i> -squared	0.989842	Mean dependent var		9.382000
Adjusted <i>R</i> -squared	0.987072	<i>SD</i> dependent var		2.654452
<i>SE</i> of regression	0.301819	Akaike info criterion		0.665201
Sum squared resid	1.002043	Schwarz criterion		0.854014
Log likelihood	-0.989006	<i>F</i> -statistic		357.2967
Durbin-Watson stat	1.051161	Prob ( <i>F</i> -statistic)		0.000000

ที่มา. จากการคำนวณ

## ตาราง 13

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ครั้งที่ 2

Dependent Variable: NT

Method: Least Squares

Date: 07/12/08 Time: 18: 50

Sample: 2537 2550

Included observations: 14 after adjustments

Covergence achieved after 15 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.266461	1.036506	1.221856	0.2528
EXPEND	1.972597	0.175708	11.22659	0.0000
BUDGET	0.000192	0.000206	0.934653	0.3744
EX	0.047145	0.025076	1.880056	0.0928
AR (1)	0.471727	0.380968	1.238232	0.2470
<i>R</i> -squared	0.991757	Mean dependent var		243.1795
Adjusted <i>R</i> -squared	0.988094	<i>SD</i> dependent var		2.550867
<i>SE</i> of regression	0.278337	Akaike info criterion		0.552487
Sum squared resid	0.278337	Schwarz criterion		0.780721
Log likelihood	1.132594	<i>F</i> -statistic		270.7199
Durbin-Watson stat	1.407789	Prob ( <i>F</i> -statistic)		0.000000

ที่มา. จากการคำนวณ



## ตาราง 14

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ครั้งที่ 3

Dependent Variable: NT

Method: Least Squares

Date: 07/12/08 Time: 18: 52

Sample: 2538 2550

Included observations: 13 after adjustments

Covergence achieved after 19 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.485587	0.101528	3.699831	0.0077
EXPEND	1.859813	0.153368	12.12647	0.0000
BUDGET	0.000308	0.000159	1.938630	0.0937
EX	0.040447	0.013273	3.047405	0.0187
AR (1)	0.842829	0.308276	2.734009	0.0292
AR (2)	-0.804092	0.312008	-2.577150	0.0366
<i>R</i> -squared	0.995572	Mean dependent var		9.907692
Adjusted <i>R</i> -squared	0.992409	<i>SD</i> dependent var		2.442970
<i>SE</i> of regression	0.212852	Akaike info criterion		0.047601
Sum squared resid	0.317143	Schwarz criterion		0.308347
Log likelihood	5.690590	<i>F</i> -statistic		314.7482
Durbin-Watson stat	2.180617	Prob ( <i>F</i> -statistic)		0.000000

ที่มา. จากการคำนวณ

## บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2549). *รายงานประจำปี 2549*. กรุงเทพมหานคร: ผู้แต่ง.
- กัญญาพร จิตต์จ่านงค์. (2547). *ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกาและจีน*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. (2550). *การวางแผนและพัฒนาตลาดท่องเที่ยว (พิมพ์ครั้งที่ 7)*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ฉัตรชัย ปานเฟื่อง. (2543). *ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทิวา สมพร. (2546). *อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย*. สารนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวธุรกิจที่ไม่มีวันตายของประเทศไทย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ซี.พี. บุ๊ค สแตนดาร์ด.
- ภูมิรินทร์ ศรีอัยสุวรรณ. (2544). *การวิเคราะห์ผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย โดยวิธี Cointegration*. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วรรณ วลัยวานิช. (2539). *ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- วันรักษ์ มิ่งมณีนาคิน. (2548). *หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค (พิมพ์ครั้งที่ 18)*. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สุดารัตน์ พันธุ์นิกุล. (2545). *ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- Atkinson, L. C. (1982). *Economics*. Homewood, IL: Richard D. Irwin.

Douglas, F. (1985). *Travel and tourism management*. Hong Kong: Macmillian.

Fischer, S., & Dornbusch, R. (1983). *Economics*. New York: McGraw-Hill.

Scott, R. H., & Nigro, N. (1982). *Principles of economics*. New York:  
Macmillian.

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ ชื่อสกุล นางสาวศรียวี วิเชียรญาณ  
วัน เดือน ปีเกิด 8 สิงหาคม 2522  
สถานที่เกิด จังหวัดกรุงเทพมหานคร  
วุฒิการศึกษา สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ  
จากพาณิชย์รัชรินทร์ ปีการศึกษา 2540  
สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต  
จากมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ปีการศึกษา 2545  
ตำแหน่งหน้าที่  
การงานปัจจุบัน เจ้าหน้าที่การตลาดและการขาย  
ฝ่ายธุรกิจบริการนักลงทุน  
ธนาคารทหารไทย จำกัด (มหาชน)

