



อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวยุโรปต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย

ทิวา สมพร

สารนิพนธ์เสนอต่อมหาวิทยาลัยรามคำแหง
เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)
ปีการศึกษา 2546
ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

วันที่ 9 มิ.ย 47
.....
11018057
.....

0.....
144-11726
.....

Thesis

เลขเรียกหนังสือ.....
21.8:
14419
.....
2546
.....

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ประเทศไทย
ชื่อผู้เขียน นางสาวทิวา สมพร
คณะ เศรษฐศาสตร์

คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบได้พิจารณาสารนิพนธ์ฉบับนี้
เห็นสมควรอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโท
มหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบสารนิพนธ์

.....
.....ประธานกรรมการ
(รองศาสตราจารย์สุณี นิตราคม)

.....
.....กรรมการ
(รองศาสตราจารย์กาญจนา ธรรมมาวาท)

อนุมัติให้สารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตร
มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) ของมหาวิทยาลัยรามคำแหง

.....
.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(รองศาสตราจารย์ ดร. สุรพล ราชภัณฑารักษ์)

DEMAND FOR INTERNATIONAL TOURISTS IN THAILAND

TICHA SOMPORN

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

2003

COPYRIGHTED BY RAMKHAMHAENG UNIVERSITY

กิตติกรรมประกาศ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สุณี ฉัตราคม ประธานกรรมการ สานนิพนธ์ ที่ท่านให้ความกรุณาให้ข้อเสนอแนะ และสละเวลาตรวจสอบสารนิพนธ์ อีกทั้ง รองศาสตราจารย์กาญจนา ธรรมวาท และรองศาสตราจารย์บุญกิจ ว่องไวกิจไพศาล ที่ได้ให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น ที่เป็นประโยชน์ต่อการทำสารนิพนธ์เป็นอย่างมาก จนทำให้ สารนิพนธ์นี้มีความสมบูรณ์

ขอขอบคุณการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และหน่วยงานของรัฐทุกแห่งที่ได้ เอื้อเฟื้อข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำสารนิพนธ์ สุดท้ายนี้ ผู้เขียนขอกราบ ขอบพระคุณ คุณป้าวาริ และคุณป้าราตรี ที่ให้ความช่วยเหลือ ตลอดจนเป็นกำลังใจ ทำให้สารนิพนธ์เสร็จสมบูรณ์ และขอขอบคุณเพื่อนทุกคนที่ช่วยเหลือ แนะนำ ให้ข้อ คิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้

หากสารนิพนธ์ฉบับนี้เป็นประโยชน์ต่อผู้อ่าน ผู้เขียนขอขอบคุณดีให้แก่ผู้ ที่กล่าวถึง แต่หากเกิดข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้เพียงผู้เดียว

ทิวา สมพร

บทคัดย่อ

ชื่อเรื่องสารนิพนธ์ : อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยว
ประเทศไทย

ชื่อผู้เขียน : นางสาวทิวา สมพร

ชื่อปริญญา : เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

สาขาวิชา : เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

ปีการศึกษา : 2546

คณะกรรมการที่ปรึกษาสารนิพนธ์:

1. รองศาสตราจารย์สุณี นัตราคม ประธานกรรมการ
2. รองศาสตราจารย์กาญจนา ธรรมวาท

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก การเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะช่วยเพิ่มการจ้างงาน เพิ่มรายได้ของประเทศ ลดการขาดดุลการชำระเงิน และการกระจายรายได้

การศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวและแนวโน้มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งการศึกษานี้จะเป็นประโยชน์ทั้งภาครัฐบาลและเอกชนในการวางแผนรองรับนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอนาคตต่อไป

การศึกษาในครั้งนี้พิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิเคราะห์โดย วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method: OLS) ใช้ข้อมูลทศวรรษมีรายปี ระหว่างปี พ.ศ. 2530 – 2545 โดยปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ประกอบด้วย รายได้จากการท่องเที่ยวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา งบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า รายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ แสดงว่าการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ แสดงว่าค่าใช้จ่ายสูงย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมามีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในปีปัจจุบัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเกิดจากการบอกเล่า หรือการเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนประเทศไทยและเกิดการประทับใจ ส่วนงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญ

ABSTRACT

Thematic Paper's Title : Demand for International Tourists in Thailand

Student's Name : Miss Ticha Somporn

Degree Sought : Master of Economics

Major : Business Economics

Academic Year : 2003

Advisory Committee :

1. Assoc. Prof. Sunee Chattrakom Chairperson
2. Assoc. Prof. Kanchana Thammawat

In recent years, it has been widely know that tourism industry is very important to the growth of Thai economy. Increasing number of international tourists has provided more employment, higher income, improved balance of payment, as well as more favorable income distribution.

The objective of this thesis is to study demand for international tourists. Number of these tourists will also be forecasted. The result from this study is expected to be useful for planning and policy implementation, both by public and private sector, to promote and support tourism industry in the future.

In the thesis, Ordinary least squares method analysis for the number of international tourists to Thailand. Data used in the model were secondary annual data from 1987 to 2002.

The study found that traveling expenditure, real per capita income, number of international tourists in previous year change in same direction with the number of international tourists in present year.

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	(4)
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	(6)
กิตติกรรมประกาศ.....	(8)
สารบัญตาราง.....	(11)
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	7
ขอบเขตของการศึกษา.....	7
วิธีดำเนินการศึกษา.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดทางทฤษฎี.....	9
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	11
3 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ.....	33
ลักษณะสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	33
ประเภทของการท่องเที่ยว.....	40
บทบาทของรัฐบาลและเอกชนในด้านการพัฒนาและส่งเสริม การท่องเที่ยวแผนงานและโครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ระยะสั้นและระยะยาว.....	42
ผลกระทบของการท่องเที่ยว.....	47

บทที่	หน้า
4	52
วิธีการและผลการศึกษา.....	
ข้อสมมติฐาน.....	53
ผลการวิเคราะห์.....	54
5	57
สรุปและข้อเสนอแนะ.....	
สรุป.....	57
ข้อเสนอแนะ.....	59
ภาคผนวก	
ก	60
มาตรการการท่องเที่ยวยั่งยืน.....	
ข	83
ผลการวิเคราะห์.....	
บรรณานุกรม.....	88
ประวัติผู้เขียน.....	90

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1	จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทยและรายได้ การท่องเที่ยวระหว่าง ปี พ.ศ. 2530–พ.ศ. 2545..... 3
2	เปรียบเทียบการเดินทางเข้ามาประเทศไทยระหว่างเพศชายและเพศหญิง ปี พ.ศ. 2530–2545..... 34
3	ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยตั้งแต่ ปีพ.ศ.2530-2545..... 35
4	แสดงการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศจำแนกตามประเภท การใช้จ่าย..... 36
5	จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรก(First visit) กลับมาอีก (Re visit) ระยะ เวลาพำนักเฉลี่ยและค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/วัน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2530–2545..... 38
6	จุดประสงค์ในการเดินทางเข้ามาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2530–2545..... 39
7	ฤดูกาลท่องเที่ยวในระยะปี พ.ศ. 2530–2545..... 48
8	ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยที่ใช้ในการคำนวณตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2530–2545..... 84

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530 เป็นต้นมา เกิดการตื่นตัวอย่างมากในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศต่าง ๆ ทั้งทางด้านการท่องเที่ยวภายในประเทศ และการท่องเที่ยวต่างประเทศ ทั้งนี้เพราะต่างเล็งเห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กล่าวคือ เป็นช่องทางในการนำเงินตราเข้าประเทศ ก่อให้เกิดความเจริญเติบโตในระบบเศรษฐกิจ มีผลในการสร้างงาน และการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาคที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ธุรกิจโรงแรม การขนส่ง การนำเที่ยว การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ฯลฯ

การศึกษ้อัตราการเจริญเติบโตหรือการขยายตัวของการท่องเที่ยวในภูมิภาคต่าง ๆ ของโลก ซึ่งให้เห็นว่าภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง และแปซิฟิกมีอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวค่อนข้างสูง และได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งเกิดจากที่ประเทศไทยอุดมไปด้วยทรัพยากรท่องเที่ยวทั้งในทางธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรม อุตสาหกรรม นอกจากนี้แล้ว รัฐบาลโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยยังมีบทบาทในการเผยแพร่ ประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารแหล่งท่องเที่ยวผ่านสื่อต่าง ๆ ไปยังประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ทำให้แต่ละปีมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นเงินจำนวนมหาศาลในแต่ละปี ในกรณีศึกษา พ.ศ. 2530 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพียง 3,482,958 คน สร้างรายได้เป็นเงิน 50,024 ล้านบาท จนถึงปี พ.ศ. 2545 จำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นเป็น 10,799,067 คน สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นเงิน 323,484 ล้านบาท (ตารางที่ 1) รายได้จากการท่องเที่ยวในแต่ละปีมีส่วนสำคัญในการชดเชย การขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงินของประเทศ

ในแต่ละปีได้เป็นจำนวนไม่น้อย จะเห็นได้ว่าการนำเข้ามากกว่าการส่งออกจะเกิดการขาดดุลการค้า ทำให้รายได้ลดลงรายได้จากการท่องเที่ยวก็เหมือนกับรายได้ที่เกิดจากการส่งออกสินค้า เพียงแต่ในกรณีนี้ผู้ซื้อได้เดินทางมาซื้อที่ประเทศไทย การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก (วุฒิสภา อินทปัญญา และจำลอง อติกุล 2528, 6-7) ลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้เกิดการสร้างงานโดยเฉพาะในหน่วยธุรกิจภาคบริการ ซึ่งมีหน่วยธุรกิจขนาดใหญ่ กลางและเล็กเป็นจำนวนมาก ลักษณะงานของธุรกิจท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ลักษณะ คืองานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น ธุรกิจโรงแรม บริการนำเที่ยว ร้านอาหารของที่ระลึก เป็นต้น และงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยทางอ้อม เช่น การก่อสร้าง การบริการทางการเงินและธนาคาร เป็นต้น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังเป็นการสร้างความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ การเดินทางท่องเที่ยวจากภูมิภาคหนึ่งไปสู่ภูมิภาคหนึ่ง จะส่งผลการลงทุนในด้านต่าง ๆ เช่น โรงแรมที่พัก ร้านอาหาร เป็นต้น รวมทั้งมีการลงทุนในโครงสร้างขั้นพื้นฐานของรัฐบาลไม่ว่าจะเป็น ถนน สนามบินหรือสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง การศึกษาถึงอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจึงช่วยในการวางแผนในการสร้างปัจจัยการรองรับต่างๆที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว ตลอดจนการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะนำรายได้เข้าประเทศไทยต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาประเทศไทย
และรายได้การท่องเที่ยวระหว่าง ปี พ.ศ. 2530-พ.ศ. 2545

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว	เปลี่ยนแปลง (%)	รายได้จากนักท่องเที่ยว(ล้านบาท)
2530	3,482,958	23.59	50,024
2531	4,230,737	21.47	78,859
2532	4,809,508	13.68	96,386
2533	5,298,860	10.17	110,572
2534	5,086,899	-4.00	110,114
2535	5,136,443	0.97	123,135
2536	5,761,533	12.15	127,802
2537	6,166,496	7.05	145,211
2538	6,951,566	12.73	190,765
2539	7,192,145	3.46	219,364
2540	7,221,345	0.41	220,754
2541	7,764,930	7.53	242,177
2542	8,580,332	10.50	253,018
2543	9,508,623	10.82	285,272
2544	10,061,950	5.82	299,047
2545	10,799,067	7.31	323,484

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. รายงานสถิติประจำปี 2545.

กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

นอกจากนี้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ดังต่อไปนี้

ผลทางด้านเศรษฐกิจ

1. ก่อให้เกิดรายได้จากต่างประเทศ เช่นเดียวการส่งออกสินค้าไปยังต่างประเทศ การท่องเที่ยวถือว่าเป็นรูปแบบหนึ่งทางเศรษฐกิจในด้านการนำรายได้ อันเกิดจากการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวในระหว่างที่เดินทางเข้ามายังประเทศ เงินตราต่างประเทศนี้สามารถนำมาจัดสรรเพื่อซื้อเครื่องมือ เครื่องจักร และเทคโนโลยีต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ที่จะใช้ในการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ต่อไป

2. สร้างอาชีพให้กับประชาชนอย่างกว้างขวาง เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สามารถใช้เครื่องจักรทดแทนได้ แรงงานส่วนใหญ่จะต้องเป็นคนที่มีความละเอียดรอบคอบในการต้อนรับจับคู่ ในการจ้างงานในด้านนี้แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.1 การจ้างงานโดยตรง ได้แก่ อาชีพในธุรกิจโรงแรม บริการนำเที่ยว สายการบินและการขนส่ง ร้านค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง มัคคุเทศก์ ภัตตาคารและร้านอาหาร สถานบันเทิงต่าง ๆ เป็นต้น

2.2 การจ้างทางอ้อม ได้แก่ อาชีพทางการเกษตรกรรม ซึ่งเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบทางด้านอาหาร อาชีพทางด้านหัตถกรรม เพื่อผลิตสินค้าที่ระลึกหรือสินค้าพื้นบ้านเมือง อาชีพก่อสร้างในสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ งานการธนาคารในด้านการแลกเปลี่ยนเงินตรา เป็นต้น

3. เป็นเครื่องมือประการหนึ่งในการกระจายรายได้และการพัฒนาไปสู่ประชาชนในภูมิภาคและท้องถิ่นต่างๆ ของประเทศ เมื่อมีการเดินทางท่องเที่ยวจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวในประเทศหรือจากต่างประเทศย่อมก่อให้เกิดผลในด้านการกระจายรายได้เช่นกัน นักท่องเที่ยวจะนำเงินไปจับจ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการจากท้องถิ่น ทำให้ประชาชนในท้องถิ่นนั้นๆ มีรายได้

4. ก่อให้เกิดการกระตุ้นให้มี การผลิตในอัตราสูง เพราะเงินตราที่นักท่องเที่ยวนำมาจับจ่ายใช้สอยจะหมุนเวียนภายในประเทศ กระตุ้นให้เกิดการผลิตและการนำเอาทรัพยากรของประเทศมาใช้ประโยชน์อย่างเป็นผลดีหรือที่เรียกว่า “multiplier effect” ซึ่งตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์เชื่อว่า เมื่อมีการใช้จ่ายขึ้นครั้งหนึ่งในระบบเศรษฐกิจจะก่อให้เกิดการใช้จ่ายต่อ ๆ กันไปอีกหลายรอบ เมื่อรวมการใช้จ่ายในรอบต่างๆ เข้าด้วยกัน จะพบว่ามีผลทำให้เกิดการผลิตที่มีรายได้ที่มีมูลค่าสูงกว่าการใช้จ่ายในรอบแรกหลายเท่า

ผลของตัวทวิอยู่ในระดับสูงและมีกิจกรรมทางเศรษฐกิจอื่นๆ เกี่ยวเนื่องมากมาย ทั้งทางด้านอุตสาหกรรมการผลิตสินค้า เกษตรกรรมและธุรกิจ บริการต่าง ๆ

5. ช่วยแก้ไขการขาดดุลชำระเงินของประเทศ ประเทศกำลังพัฒนาทั้งหลายมักตกอยู่ในภาวะคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะในเรื่องของดุลการค้าและดุลการชำระเงินที่อยู่ในสภาพขาดดุล เพราะประเทศเหล่านี้ต้องพึ่งพิงประเทศที่พัฒนาแล้วโดยการนำเข้าสินค้าที่ไม่สามารถผลิตเองได้ เครื่องมือ เครื่องจักรและเทคโนโลยี ซึ่งมีมูลค่าในการนำเข้าสูงมากเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าการส่งออกสินค้าทางการเกษตร นอกจากนี้ประเทศที่กำลังพัฒนาทั้งหลายมักอาศัยสถาบันการเงินระหว่างประเทศโดยการกู้ยืมเงินมาใช้เพื่อพัฒนาประเทศและแก้ไขปัญหาหนี้สินต่างๆ ทำให้เกิดหนี้สาธารณะ (Public Debt) ที่ประเทศต้องผูกพันจ่ายคืนพร้อมดอกเบี้ย เช่นที่ประเทศไทยกำลังประสบปัญหาอยู่ในปัจจุบัน

6. เป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัด (Limitless Industry) ในเรื่องการผลิตและการกำหนดโควตาการจำหน่าย การผลิตไม่ขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศหรือเครื่องมือ โดยเฉพาะเจาะจงเหมือนเช่นการผลิตในสินค้าอื่นๆ การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมของแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาคของประเทศและขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละประเทศที่จะใช้วิธีการและกลยุทธ์ในการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของตน แม้ในบางฤดูกาลอาจจะไม่ใช่ฤดูกาลของการท่องเที่ยวในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง แต่ประเทศอาจใช้ความพยายามในการชักจูงนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ได้เช่นกัน สามารถใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่หลายๆ ด้านหมุนเวียนสลับทดแทนกันในแต่ละช่วงเวลาอย่างเหมาะสม เช่น ในฤดูหนาวนักท่องเที่ยวมักไม่นิยมไปยังแหล่งท่องเที่ยวประเภททะเลและชายหาด การโฆษณาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในช่วงดังกล่าวอาจเป็นไปในแง่ชักชวนให้มีการประชุมสัมมนาหรือจัดกิจกรรมใดๆ ขึ้นมาในฤดูนี้หรืออาจจะเสนอแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณสถานและแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมเป็นการทดแทน เป็นต้น

ผลทางด้านสังคมวัฒนธรรม

1. ก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูสมบัติศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมโดยการชมหรือเผยแพร่เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี จะเป็นการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว และเจ้าของมรดกศิลปวัฒนธรรม เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและความตระหนักในคุณค่าความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมเหล่านั้น จึงเกิดความร่วมมือร่วมใจในการอนุรักษ์และฟื้นฟูให้คงสืบไป เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของชาติหรือท้องถิ่นตน
2. การท่องเที่ยวเป็นมาตรการที่จะช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและความมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปที่ยืนยันว่าจะมีความปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน ดังนั้นพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยวใดที่นักท่องเที่ยวเข้าไปได้จะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ
3. มีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางด้านสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่นทั้งทางวัตถุและเทคโนโลยี เช่น การเดินทางท่องเที่ยวจากท้องถิ่นหนึ่งไปยังท้องถิ่นหนึ่งไม่ว่าจะเป็นคนไทยหรือคนต่างประเทศย่อมก่อให้เกิดสิ่งใหม่ๆ เช่น โรงแรม และสิ่งปลูกสร้างเพื่อเป็นที่อยู่อาศัย กิจการและร้านอาหาร ถนน ไฟฟ้า น้ำประปาและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านต่าง ๆ ทั้งจากภาครัฐและจากการลงทุนของภาคเอกชน ทำให้ท้องถิ่นมีความเจริญและมีความเป็นอยู่ที่ดีมากขึ้น
4. ก่อให้เกิดความเข้าใจอันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับเจ้าของบ้าน เมื่อประชากรในประเทศเดียวกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกัน โดยการเดินทางไปมาสู่กัน ผลก็คือความสมัครสมานสามัคคีของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็ช่วยเสริมสร้างความมั่นใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่แท้จริง อันเป็นการเสริมสร้างสันติภาพให้เกิดขึ้นแก่โลก

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดและแนวโน้มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างระดับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย

ขอบเขตของการศึกษา

เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบ และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530–2545

วิธีดำเนินการศึกษา

แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. วิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Method) เป็นการศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว ประเภทของการท่องเที่ยว บทบาทของรัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลกระทบจากการท่องเที่ยว
2. วิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ รายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว ศึกษาด้วยการวิเคราะห์ วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method: OLS) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระ จะมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยอย่างไร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป EViews ในการทดสอบผลทางสถิติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เป็นประโยชน์ในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะสั้นและระยะยาว โดยใช้เป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น การเพิ่มจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยว เป็นต้น
2. เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของนักลงทุนที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทางทฤษฎี

การศึกษาเรื่องนี้ ผู้ศึกษาได้นำแนวคิดของทฤษฎีเศรษฐศาสตร์เกี่ยวกับทฤษฎีอุปสงค์ (Theory of Demand) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand) มาใช้ในการอธิบายอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

ทฤษฎีอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand) ในความหมายทางเศรษฐศาสตร์ หมายถึง จำนวนสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการ ภายในระยะเวลาที่กำหนด ณ ระดับราคาต่างๆ กันของสินค้าและบริการชนิดนั้นๆ หรือ ณ ระดับรายได้ต่างๆ กันของผู้บริโภค หรือ ณ ระดับราคาต่างๆ ของสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นจากความหมายของอุปสงค์ข้างต้นสามารถแบ่งอุปสงค์ออกได้เป็น 3 ชนิด

1. อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand)
2. อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand)
3. อุปสงค์ต่อราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง (Cross Demand)

แต่ส่วนใหญ่ นักเศรษฐศาสตร์จะกล่าวถึงอุปสงค์ต่อราคาเป็นหลัก

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์

จากพื้นฐานทฤษฎีอุปสงค์ อุปสงค์ของสินค้าและบริการจะมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับ

ปัจจัยต่างๆ คือ

1. ราคาสินค้าและบริการ
2. รายได้

3. รสนิยม

4. ราคาสินค้าอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

สามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณซื้อ กับ ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ได้ ด้วยสมการทางคณิตศาสตร์ ดังนี้

$$Q = F(P, I, T, P_y)$$

Q = ปริมาณความต้องการสินค้า

P = ราคาสินค้า และบริการ

I = ระดับรายได้

T = รสนิยมผู้บริโภค

P_y = ราคาสินค้าอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ คือ เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในตัวแปรที่เป็นปัจจัยกำหนดอุปสงค์ ที่มีต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการสินค้าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ ที่คำนวณได้ แบ่งออกได้ 5 ชนิด ดังนี้

1. อุปสงค์ไม่มีความยืดหยุ่นเลย (Perfectly Inelastic Demand) คือกรณี ปริมาณความต้องการสินค้าจะไม่เปลี่ยนแปลง เมื่อตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไป

2. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นน้อย (Relatively Inelastic Demand) คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงของความต้องการสินค้า จะน้อยกว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์

3. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นคงที่ (Unitary Elastic Demand) คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงปริมาณสินค้า จะเท่ากับ อัตราการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์

4. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมาก (Relatively Elastic Demand) คือ อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการสินค้า จะมากกว่าอัตราเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์

5. อุปสงค์ที่มีความยืดหยุ่นมากที่สุด (Perfectly Elastic Demand) คือกรณีนี้ ปริมาณความต้องการสินค้าจะเพิ่มขึ้น โดยไม่จำกัด แม้ตัวแปรที่กำหนดอุปสงค์จะไม่มี การเปลี่ยนแปลง

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

นฤมล สนธิถาวร (2534) วิเคราะห์การประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวที่เกาะ- สมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 7 โดยใช้ แบบวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยการวิเคราะห์ 3 วิธี คือการใช้ สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) การใช้เทคนิค Pooling Cross-Section and Time Series Data และการใช้ Shift and Share Model หลังจากได้ศึกษาตามแนว การวิเคราะห์ ทั้ง 3 วิธี แล้วทำให้การคัดเลือกแบบจำลองที่สามารถใช้พยากรณ์จำนวน นักท่องเที่ยวได้ถูกต้องแม่นยำที่สุดเพื่อใช้ในการประมาณการนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย ตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์แบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อนคือ ตัวแปรตาม ได้แก่ อุปสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่เกาะสมุย (S) ของนักท่องเที่ยว 21 สัญชาติ ตัวแปรอิสระ ได้แก่ รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยว(Y) จำนวนของประชากรของประเทศ นักท่องเที่ยว (P) ส่วนตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ได้แก่ ดัชนีราคาสินค้าของผู้บริโภคบนเกาะสมุย (CPIS) ดัชนีราคาของผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว (CPI) และ นโยบายการท่องเที่ยว แสดงความสัมพันธ์ได้ดังสมการถดถอยเชิงซ้อน ดังต่อไปนี้

1. นักท่องเที่ยวชาวไทย

$$\begin{aligned} \text{THAI} &= -23507.648 + 3.1494_{\text{TH}} \\ & \quad (-5.3357) \quad (11.2811) \\ R^2 &= 0.9333 \\ F\text{-test} &= 63.9728 \\ D.W.\text{Stat} &= 1.8152 \end{aligned}$$

2. นักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา

$$\text{US} = 79229.461 + 1.5189y_{\text{US}} + 0.0003p_{\text{US}}$$

$$(-5.4835) \quad (8.4074) \quad (4.0349)$$

$$R^2 = 0.9923$$

$$\text{F-test} = 581.8769$$

$$\text{D.W.Stat} = 2.0793$$

3. นักท่องเที่ยวชาวแคนาดา

$$\text{CANADA} = -1.5491.75 + 1.4737y_{\text{CA}}$$

$$(-8.8575) \quad (13.3677)$$

$$R^2 = 0.9518$$

$$\text{F-test} = 178.6964$$

$$\text{D.W.Stat} = 2.0033$$

4. นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

$$\text{AS} = 17439.48 + 0.1542y_{\text{BE}} + 586.8447\text{DUM}$$

$$(-6.7841) \quad (9.9199) \quad (1.4152)$$

$$R^2 = 0.9578$$

$$\text{F-test} = 103.2286$$

$$\text{D.W.Stat} = 1.9026$$

5. นักท่องเที่ยวชาวเบลเยียม

$$\text{BE} = -4953.2815 + 0.0171y_{\text{BE}} + 586.844\text{DUM}$$

$$(-6.7841) \quad (9.9199) \quad (1.4152)$$

$$R^2 = 0.9248$$

$$\text{F-test} = 37.8815$$

$$\text{D.W.Stat} = 1.8328$$

6. นักท่องเที่ยวชาวเดนมาร์ก

$$\text{DM} = -116629.54 + 0.0788y_{\text{DM}} + 0.0219_{\text{DM}}$$

$$(-2.5363) \quad (5.4160) \quad (2.4037)$$

$$R^2 = 0.0886$$

$$\text{F-test} = 36.1050$$

$$\text{D.W.Stat} = 2.6890$$

7. นักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส

$$\text{FR} = -12079 + 0.3032y_{\text{FR}} + 2571.6849\text{DUM}$$

$$(-5.0514) \quad (8.9395) \quad (1.4662)$$

$$R^2 = 0.9148$$

$$\text{F-test} = 33.1924$$

$$\text{D.W.Stat} = 1.978$$

8. นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน

$$\text{GE} = -997993.53 + 4.0011y_{\text{GE}} + 0.0149_{\text{GE}}$$

$$(-3.999) \quad (14.2172) \quad (3.7023)$$

$$R^2 = 0.9577$$

$$\text{F-test} = 102.8259$$

$$\text{D.W.Stat} = 2.0477$$

9. นักท่องเที่ยวชาวอิตาลี

$$\text{ITALY} = -12111.737 + 0.0018y_{\text{IT}}$$

$$(-8.3621) \quad (17.8633)$$

$$R^2 = 0.9722$$

$$\text{F-test} = 158.3387$$

$$\text{D.W.Stat} = 2.0287$$

10. นักท่องเที่ยวชาวเนเธอร์แลนด์

$$\begin{aligned} \text{NE} &= -1.5321.945 + 0.7446y_{\text{NE}} + 1201.6147\text{DUM} \\ &\quad (-5.9963) \quad (7.1835) \quad (1.5464) \\ R^2 &= 0.8708 \\ \text{F-test} &= 21.2244 \\ \text{D.W.Stat} &= 1.9725 \end{aligned}$$

11. นักท่องเที่ยวชาวสวีเดน

$$\begin{aligned} \text{SWE} &= -17188.738 + 0.3224y_{\text{SWE}} \\ &\quad (-7.803) \quad (12.8124) \\ R^2 &= 0.9477 \\ \text{F-test} &= 164.157 \\ \text{D.W.Stat} &= 2.0947 \end{aligned}$$

12. นักท่องเที่ยวชาวสวิตเซอร์แลนด์

$$\begin{aligned} \text{SWI} &= -23857.101 + 0.967y_{\text{SWI}} \\ &\quad (-5.4779) \quad (7.2983) \\ R^2 &= 0.8531 \\ \text{F-test} &= 53.2649 \\ \text{D.W.Stat} &= 1.6064 \end{aligned}$$

13. นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ

$$\begin{aligned} \text{UK} &= -22865.546 + 6.877y_{\text{UK}} \\ &\quad (-6.4045) \quad (10.6585) \\ R^2 &= 0.9260 \\ \text{F-test} &= 113.6027 \\ \text{D.W.Stat} &= 2.0681 \end{aligned}$$

14. นักท่องเที่ยวชาวซาอุดีอาระเบีย

$$\text{SAU} = -665.7254 + 0.0528y_{\text{SAU}}$$

(-1.6723) (4.6043)

$$R^2 = 0.6918$$

$$\text{F-test} = 21.200$$

$$\text{D.W.Stat} = 1.8695$$

15. นักท่องเที่ยวชาวออสเตรเลีย

$$\text{ASL} = -18022.235 + 2.6609y_{\text{ASL}} + 523.5483\text{DUM}$$

(-5.8851) (10.4841) (1.8726)

$$R^2 = 0.9471$$

$$\text{F-test} = 54.6964$$

$$\text{D.W.Stat} = 1.5631$$

16. นักท่องเที่ยวชาวฮ่องกง

$$\text{HK} = -1088.244 + 0.0587y_{\text{HK}} + 466.7660\text{DUM}$$

(-3.8469) (10.6126) (1.4564)

$$R^2 = 0.9450$$

$$\text{F-test} = 52.5671$$

$$\text{D.W.Stat} = 1.8176$$

17. นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

$$\text{JA} = -11928.207 + 0.0074y_{\text{JA}} + 1396.034\text{DUM}$$

(-6.2477) (8.5239) (1.6291)

$$R^2 = 0.9102$$

$$\text{F-test} = 31.4228$$

$$\text{D.W.Stat} = 1.8962$$

18. นักท่องเที่ยวชาวนิซีแลนด์

$$\begin{aligned} \text{NZ} &= -2312.277 + 0.4459y_{\text{NZ}} + 463.3266\text{DUM} \\ &\quad (-3.1680) \quad (7.6400) \quad (1.5480) \\ R^2 &= 0.8749 \\ \text{F-test} &= 21.9878 \\ \text{D.W.Stat} &= 1.8897 \end{aligned}$$

19. นักท่องเที่ยวชาวไต้หวัน

$$\begin{aligned} \text{TW} &= -400.9869 + 0.0084y_{\text{TW}} + 54.4203\text{DUM} \\ &\quad (-6.4470) \quad (12.1031) \quad (1.4694) \\ R^2 &= 0.9491 \\ \text{F-test} &= 84.9814 \\ \text{D.W.Stat} &= 2.0492 \end{aligned}$$

20. นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซีย

$$\begin{aligned} \text{MS} &= -9292.1638 + 2.7740y_{\text{MS}} + 1324.2885\text{DUM} \\ &\quad (-8.8993) \quad (11.5778) \quad (3.6924) \\ R^2 &= 0.9605 \\ \text{F-test} &= 73.9106 \\ \text{D.W.Stat} &= 2.1797 \end{aligned}$$

21. นักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์

$$\begin{aligned} \text{SP} &= -3542.1633 + 0.4450y_{\text{SP}} + 1105.2079\text{DUM} \\ &\quad (-8.2574) \quad (13.5792) \quad (4.0504) \\ R^2 &= 0.9617 \\ \text{F-test} &= 76.2479 \\ \text{D.W.Stat} &= 2.0076 \end{aligned}$$

จากการศึกษาพบว่า รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวทุกสัญชาติมากที่สุดรองลงมาคือ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสัญชาติ ออสเตรเลีย เบลเยียม ฝรั่งเศส เนเธอร์แลนด์ ออสเตรีย ฮองกง ญี่ปุ่น นิวซีแลนด์ ใต้หวัน มาเลเซีย และสิงคโปร์ จำนวนประชากรเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศ สหรัฐอเมริกา เดนมาร์ก และเยอรมัน โดยตัวแปรอิสระทุกตัวมีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการท่องเที่ยวในทิศทางเดียวกัน การวิเคราะห์แบบ Pooling Cross-Section and Time-Series Data โดยการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบไปด้วย กลุ่มทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย อเมริกา และ ออสเตรเลีย ใช้ตัวแปรเพียงตัวเดียวคือ รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยวทุกสัญชาติ การวิเคราะห์แบบ Shift and Share Model แสดงให้เห็นถึงจำนวนการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเกาะสมุย พ.ศ. 2526–2532 จำนวน 195,072 คน เป็นผลจากการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้ Regional Share (RS) และ Proportional Shift (PH) ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จำนวน 130,560 คน และ 71,277 คน และ Differential Shift (DS) ทำให้นักท่องเที่ยวน้อยลงจำนวน 6,768 คน สาเหตุการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบดังกล่าวมาจาก เกาะสมุยมีโครงสร้างสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่มีสัดส่วนในการมาเที่ยวเกาะสมุยสูงได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทย อเมริกา เบลเยียม เดนมาร์ก เยอรมัน สวิตเซอร์แลนด์ อังกฤษ ซาอุดีอาระเบีย มาเลเซีย และสิงคโปร์ ผลการวิเคราะห์ค่า Mean Percent Error : MPE และ Root Mean SQUARE Error : RMSE เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 วิธี ปรากฏว่าแบบจำลองที่ใช้ในการสมการถดถอยเชิงซ้อนมีค่า MPE และ RMSE น้อยที่สุด แสดงว่าแบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อน สามารถพยากรณ์นักท่องเที่ยวเกาะสมุย ระหว่างพ.ศ.2526-2532 ได้ใกล้เคียงกับปริมาณนักท่องเที่ยวที่แท้จริงมากที่สุด

ชมพร เอี่ยมศรี (2536) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2524–2534 โดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 5 กลุ่ม คือ

กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา แคนาดา เม็กซิโก บราซิล อาเจนตินา

กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย เบลเยียม เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์ สเปน สวิสเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร

กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย และนิวซีแลนด์

กลุ่มที่ 4 นักท่องเที่ยวจากอาเซียน ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ บรูไน ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย

กลุ่มที่ 5 นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น

โดยใช้ตัวแบบดังต่อไปนี้

$$N_t = a_0 + a_1 P_t + a_2 Y_t + a_3 EX_t + a_4 BUDGET + a_5 DUMMY + a_6 N_{t-1}$$

กำหนดให้

N_t = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

P_t = ราคาค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทยต่อคน

Y_t = รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

EX_t = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (เงินบาท ต่อเงินตราต่างประเทศ)

BUDGET = การจัดสรรงบประมาณของรัฐบาล เพื่อชักจูงนักท่องเที่ยวในตลาดการท่องเที่ยวที่สำคัญ

DUMMY = ฐานะทางการเมืองของประเทศไทย

N_{t-1} = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีก่อน

ผลการวิเคราะห์

1. นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา

$$N_t = -1.12 \ln P_t + 2.04 \ln EX_t - 0.11 \ln B_t - 0.06 \text{DUMMY} + 1.26 \ln N_{t-1}$$

(-2.73) (4.64) (-0.97) (-1.90) (7.37)

$$\text{adj } R^2 = 0.9846$$

$$\text{F-Statistic} = 107.53$$

$$\text{D.W.} = 2.65$$

2. นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป

$$N_t = 0.84 \ln P_t + 1.09 \ln Y_t + 0.67 \ln EX_t - 0.03 \ln B_t - 0.02 \text{Dummy} - 0.27 \ln N_{t-1}$$

(0.75) (1.69) (1.78) (-0.13) (-0.28) (-0.55)

$$\text{adj } R^2 = 0.9631$$

$$\text{F-Statistic} = 44.48$$

$$\text{D.W.} = 2.17$$

3. นักท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียน

$$N_t = 1.53 \ln P_t - 0.22 \ln Y_t - 0.32 \ln EX_t - 0.08 \text{Dummy} + 0.14 \ln N_{t-1}$$

(1.50) (-0.60) (-0.28) (-1.14) (0.51)

$$\text{adj } R^2 = 0.9119$$

$$\text{F-Statistic} = 18.26$$

$$\text{D.W.} = 1.90$$

4. นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศญี่ปุ่น

$$N_t = -0.70 \ln P_t + 1.36 \ln Y_t - 0.38 \ln EX_t + 0.11 \ln B_t - 0.12 \text{Dummy} + 0.04 \ln N_{t-1}$$

(-1.74) (3.66) (-1.39) (0.99) (-3.69) (0.17)

$$\text{adj } R^2 = 0.9939$$

$$\text{F-Statistic} = 273.45$$

$$\text{D.W.} = 3.25$$

5. นักท่องเที่ยวจากกลุ่มโอเชียเนีย

$$N_t = -3.47 \ln P_t + 3.89 \ln Y_t - 2.12 \ln EX_t + 0.61 \ln B_t - 0.12 \ln \text{Dummy} - 0.42 \ln N_{t-1}$$

(-1.57) (1.98) (-1.28) (1.95) (-1.12) (-0.62)

$$\text{adj } R^2 = 0.9182$$

$$\text{F-Statistic} = 19.71$$

$$\text{D.W.} = 2.55$$

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้แก่

1. ราคาค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มทวีปอเมริกา ประเทศญี่ปุ่น และกลุ่มประเทศโอเชียเนีย แต่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียนในทิศทางเดียวกัน

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา และทวีปยุโรป และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

3. รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มประเทศโอเชียเนีย ทวีปยุโรป และประเทศญี่ปุ่น และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

4. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในปีที่ผ่านมา มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

5. งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาล มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มประเทศโอซีเนีย และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

6. ความมั่นคงทางการเมืองของประเทศไทย มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น และมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

รุ่งทิพย์ จินดาพล (2538) ในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยทำการศึกษาจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญ 5 จังหวัด ซึ่งคนไทยนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ได้แก่ เชียงใหม่ ภูเก็ต สงขลา ชลบุรี และกรุงเทพฯ ข้อมูลที่นำมาศึกษาอยู่ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2529–2537

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

$$NUM_i = f(P_i, Y_i, Bud_i, NUM_i(-1))$$

โดยที่

NUM_i = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

P_i = ราคาในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Y_i = รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยว

Bud_i = การจัดสรรงบประมาณของรัฐบาลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

$NUM_i(-1)$ = จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา

i = 1 แทน จังหวัดสงขลา (หาดใหญ่)

i = 2 แทน จังหวัดภูเก็ต

I = 3 แทน จังหวัดเชียงใหม่

ผลการวิเคราะห์

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา(หาดใหญ่)

$$\ln \text{NUM}_1 = -1.53 \ln Y_1 + 1.08 \ln \text{BUD}_1 - 0.57 \ln \text{NUM}_1 \quad (-1)$$

(3.44) (-3.16) (-1.72)

$$\text{adj } R^2 = 0.9642$$

$$F\text{-statistic} = 14.02$$

2. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

$$\ln \text{NUM}_2 = 1.45 \ln \text{BUD}_2 - 0.49 \ln \text{NUM}_2 \quad (-1)$$

(7.63) (-4.81)

$$\text{adj } R = 0.902948$$

$$F\text{-statistic} = 33.56$$

3. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

$$\ln \text{NUM}_3 = -0.57 \ln P_3 - 4.15 \ln Y_3 + 3.97 \ln \text{BUD}_3$$

(6.77) (-3.26) (-5.43)

$$\text{adj } R = 0.906176$$

$$F\text{-statistic} = 20.3165$$

4. นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี (พัทยา) และกรุงเทพฯ
รูปแบบการที่นำมาใช้ในการประมาณค่า ไม่มีความเหมาะสมในการอธิบายจำนวน
นักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี (พัทยา) และกรุงเทพฯ

ผลการศึกษาพบว่า

1. งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับจำนวน
นักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ในทิศทางเดียวกัน
2. จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยว
ชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) ในทิศทางเดียวกัน

3. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในทิศทางตรงกันข้าม

4. รายได้เฉลี่ยต่อคนของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในทิศทางเดียวกัน

มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) วิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ พ.ศ. 2523–2537 โดยการสร้างสมการถดถอยพหุคูณเชิงซ้อน (Multiple Linear Regression) วิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square: OLS) ในรูปแบบลอการิทึม และพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวโดยวิธีการพยากรณ์จากแนวโน้ม ทั้งนี้ ได้เลือกประเทศที่ใช้เป็นตัวแทนจำนวน 8 ประเทศ ประกอบด้วย ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลีย โดยจำแนกตามสัญชาติ โดยให้จำนวนนักท่องเที่ยว (P) เป็นตัวแปรตาม จำนวนประชากร (POP) มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล (GNP Per Capita) และอัตราค่าโดยสาร (FAR) โดยคิดจากอัตราค่าโดยสารสายการบินที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในประเทศนั้นๆ จากการวิเคราะห์ได้ความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ในแต่ละประเทศดังต่อไปนี้

1. ประเทศมาเลเซีย

$$\ln PMA = 6.1012137 + 0.5227 \ln POP + 1.4282 \ln GNP - 1.3487 \ln FAR$$

(0.6334) (3.3497)*** (1.8952)***

$$R^2 = 0.92$$

$$F = 43.4878$$

$$D.W. = 2.08$$

2. ประเทศสิงคโปร์

$$\ln\text{PSI} = -14.218354 + 1.3080\ln\text{POP} + 0.6368\ln\text{GNP} + 3.1606\ln\text{FAR}$$

$$(0.4348) \quad (0.9893) \quad (2.4057)^{***}$$

$$R^2 = 0.94$$

$$F = 62.9863$$

$$\text{D.W.} = 1.60$$

3. ประเทศฟิลิปปินส์

$$\ln\text{PPH} = 9.8848228 + 0.01251\ln\text{POP} + 1.4786\ln\text{GNP} - 1.5234\ln\text{FAR}$$

$$(0.1320) \quad (5.6427)^{***} \quad (5.2578)^{***}$$

$$R^2 = 0.75$$

$$F = 11.1611$$

$$\text{D.W.} = 1.87$$

4. ประเทศจีน

$$\ln\text{PCH} = 0.7122195 + 1.0949\ln\text{POP} + 1.7045\ln\text{GNP} - 1.2096\ln\text{FAR}$$

$$(0.4918) \quad (4.7154)^{***} \quad (3.9776)^{***}$$

$$R^2 = 0.98$$

$$F = 165.1783$$

$$\text{D.W.} = 1.63$$

5. ประเทศฮ่องกง

$$\ln\text{PHK} = 7.2491240 + 37.9372\ln\text{POP} + 0.9405\ln\text{GNP} - 7.6430\ln\text{FAR}$$

$$(3.8768)^{***} \quad (1.2405) \quad (4.8580)^{***}$$

$$R^2 = 0.98$$

$$F = 171.9998$$

$$\text{D.W.} = 1.72$$

6. ประเทศญี่ปุ่น

$$\ln PJA = 64.747870 - 18.9423 \ln POP + 3.7680 \ln GNP + 0.8080 \ln FAR$$

$$(1.4085) \quad (2.5908)^{***} \quad (0.4548)$$

$$R^2 = 0.90$$

$$F = 31.42504$$

$$D.W. = 0.88$$

7. ประเทศเกาหลีใต้

$$\ln PKO = 143.04290 - 43.6723 \ln POP + 5.0302 \ln GNP - 1.0716 \ln FAR$$

$$(4.9160)^{***} \quad (7.3191)^{***} \quad (2.0167)^{***}$$

$$R^2 = 0.98$$

$$F = 181.1682$$

$$D.W. = 1.32$$

8. ประเทศออสเตรเลีย

$$\ln PAU = 23.9145 - 0.8141 \ln POP + 2.1715 \ln GNP - 4.431 \ln FAR$$

$$(0.2307) \quad (2.8250)^{***} \quad (2.3804)^{***}$$

$$R^2 = 0.94$$

$$F = 67.7550$$

$$D.W. = 1.22$$

*** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ พบว่าจำนวนประชากรของแต่ละประเทศส่วนมากจะมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และออสเตรเลีย ที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพียง 2 ประเทศเท่านั้นคือ ญี่ปุ่น และฮ่องกง สำหรับมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อ

บุคคลทุกประเทศ จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ และส่วนใหญ่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งสิ้น ยกเว้นฮ่องกง เท่านั้น ส่วนอัตราค่าโดยสารส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในทิศทางตรงกันข้าม ยกเว้น สิงคโปร์ และ ญี่ปุ่น ส่วนใหญ่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ยกเว้นประเทศเดียวคือ ญี่ปุ่น ส่วนผลของการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ในอัตราที่ลดลงกลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในอัตราที่สูง ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ กลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง ได้แก่ ประเทศจีน มาเลเซีย และออสเตรเลีย กลุ่มที่มีอัตราเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับต่ำ ได้แก่ ประเทศฮ่องกง และฟิลิปปินส์

ธงชัย ฐิติวิริยะ (2541) ในการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยทำการศึกษาวเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary least Squares) และใช้เครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression) โดยวิเคราะห์ 12 จังหวัด คือ จังหวัดกรุงเทพฯ ชลบุรี (พัทยา) เชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา(หาดใหญ่) ภูเก็ต

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

$$NTOUR = f(YT, ET, NT_{t-1}, CPI, NR, BUDGET, DUMMY)$$

กำหนดให้

NTOUR = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

YT = รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

ET = ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

NT_{t-1} = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางในปีที่ผ่านมา

CPI	=	ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศ
NR	=	จำนวนห้องพัก
BUDGET	=	งบประมาณของรัฐบาล ในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว
DUMMY	=	ตัวแปรหุ่น แสดงเหตุการณ์พิเศษในอุปสงค์นักท่องเที่ยวชาวไทย
	D = 0	เป็นปีที่รัฐบาลไม่มีการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว
	D = 1	เป็นปีที่รัฐบาลมีการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์

1. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพฯ กับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned}
 \text{NTOUR} = & -83376561 - 1944.3818\text{YT} - 12923.404\text{ET} + 148608.5 \text{CPI} \\
 & (-3.9030)^{***} \quad (-3.3518)^{***} \quad (3.4305)^{***} \\
 & + 1.1583 \text{NT} + 847.330 \text{NR} + 0.0155 \text{BUDGET} \\
 & + 393729\text{DUMMY} \\
 & (0.7136) \quad (2.90220)^{***} \quad (4.4369)^{***} \quad (03698) \\
 R^2 = & 0.9466 \quad F = 7.5988 \quad \text{D.W.} = 2.4458 \\
 & \text{ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t - statistic} \\
 & *** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
 \end{aligned}$$

2. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดชลบุรี (พัทยา) กับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned}
 \text{NTOUR} = & 427419 - 67.4682\text{YT} + 22675.019\text{CPI} + 0.3209 \text{NT} \\
 & (-3.4999)^{***} \quad (1.4645)^* \quad (1.8382)^{**} \\
 & + 0.0013\text{BUDGET} - 121949.19 \text{DUMMY}
 \end{aligned}$$

$$(4.1011)^{***} \quad (-1.0413)$$

$$R^2 = 0.9149 \quad F = 10.7449 \quad D.W. = 2.4505$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

3. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัด เชียงใหม่ กับปัจจัยต่าง ๆ

$$NTOUR = 6088516.4 + 99.0810YT - 1309.3223 ET - 72413.116CPI \\ (2.3184)^{**} \quad (-2.2674)^{**} \quad (-1.5892)^* + 5.136NT \quad (2.2004)^{**}$$

$$R^2 = 0.6892 \quad F = 3.3270 \quad D.W. = 2.1667$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

4. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัด เชียงรายกับปัจจัยต่าง ๆ

$$NTOUR = 62057.974 + 8.9331 YT - 39.9150ET + 0.0791 NT \\ (4.83)^{***} \quad (-1.62)^* (0.41) + 50177.583 DUMMY \quad (2.33)^{**}$$

$$R^2 = 0.9869 \quad F = 112.7592 \quad D.W. = 1.7616$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

* แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

5. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลกกับปัจจัยต่างๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} = & 3144919.9 + 31.8227\text{YT} - 4214.661\text{CPI} + 543.1910\text{NR} \\ & (3.216)^{***} \quad (-3.132)^{***} \quad (3.729)^{***} \quad +0.002 \text{ BUDGET} - \\ & 193226 \text{ DUMMY} \quad (1.209) \quad (-2.969)^{***} \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9832 \quad F = 58.4468 \quad \text{D.W.} = 2.282$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t - statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

6. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดนครราชสีมา กับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} = & 1488974 + 342.3466 \text{YT} - 8615.336 \text{ET} - 201883\text{CPI} \\ & (3.2975)^{***} \quad (-2.5486)^{**} \quad (-2.1654)^{**} \\ & - 0.3169 \text{NT} \quad (-1.2742) \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.7574 \quad F = 4.6841 \quad \text{D.W.} = 3.2689$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t - statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

7. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานีกับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} = & 865555.90 + 202.9826 \text{ET} - 7442.2464\text{CPI} + 0.38989\text{NT} \\ & (1.0477) \quad (-1.5937)^* \quad (1.2378) \\ & +0.0003 \text{ BUDGET} - 60608.812 \text{ DUMMY} \end{aligned}$$

$$(2.9097)*** \quad (-1.4725)*$$

$$R^2 = 0.9528 \quad F = 20.1863 \quad D.W. = 2.1478$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

* แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

8. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรีกับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} = & 11605401 + 129.2102\text{YT} - 1783.9799\text{ET} - 157025.72\text{CPI} \\ & (1.8611)**(-1.2152) (-2.3947)**+0.3410 \text{NT} + 654.5368\text{NR} \\ & (1.2440) \quad (2.6834)** \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9114 \quad F = 10.2864 \quad D.W. = 2.1788$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

9. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเพชรบุรีกับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} = & -110400.74 + 39.0118\text{YT} - 1117.6615\text{ET} + 621801.40\text{DUMMY} \\ & (3.3478)*** \quad (-1.0753) \quad (2.1161)** \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.7949 \quad F = 9.0448 \quad D.W. = 1.8551$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

10. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัด
ประจวบคีรีขันธ์กับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} &= -66224.251 - 272.8347\text{ET} + 0.66\text{NT} \\ &\quad (-1.0573) \quad (4.3424)** + 271.3359\text{NR} + 228642.06\text{DUMMY} \\ &\quad (2.8564)*** \quad (2.2231)** \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9156 \quad F = 16.2652 \quad \text{D.W.} = 1.9544$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

11. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัด
สงขลา(หาดใหญ่)กับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} &= 626630.55 - 830.07427\text{ET} + 12548.828\text{CPI} - 0.62426\text{NT} \\ &\quad (-5.1636)*** \quad (-1.1872) \quad (-2.8939)*** + 511.51904\text{NR} + 0.00074 \\ &\quad \text{BUDGET} - 0.86604 \text{AR}(1) \quad (4.3659)*** \quad (4.4527)*** \quad (-4.2846)** \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9542 \quad F = 10.4248 \quad \text{D.W.} = 3.1458$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

12. แบบจำลองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต
กับปัจจัยต่าง ๆ

$$\begin{aligned} \text{NTOUR} &= 27996.03 + 628.40\text{ET} - 4200.3572 \text{CPI} - 0.6833 \text{NT} \\ &\quad (3.1923)*** \quad (-0.8394) \quad (-3.6804)*** \end{aligned}$$

$$R^2 = 0.9055 \quad F = 22.3648 \quad \text{D.W.} = 2.5568$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือ ค่า t – statistic

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

ผลการศึกษาพบว่า

1. งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกรุงเทพฯ ชลบุรี พิชญโลก อุบลราชธานี สงขลา
2. จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัด ชลบุรี เชียงใหม่ นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา ภูเก็ต
3. ค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา ภูเก็ต
4. รายได้ต่อคนของนักท่องเที่ยวมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ เชียงราย พิชญโลก นครราชสีมา กาญจนบุรี เพชรบุรี
5. ห้องพักรมมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพฯ พิชญโลก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา
6. ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พิชญโลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี สงขลา ภูเก็ต
7. ตัวแปรหุ่นมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่ท่องเที่ยวในจังหวัด พิชญโลก อุบลราชธานี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์

บทที่ 3

การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ลักษณะสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชายยังเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจำนวนสูงกว่าสตรี ซึ่งมีจำนวน 6,426,982 คนในปี พ.ศ. 2545 และนักท่องเที่ยวสตรีมีจำนวน 4,372,085 คน (ตารางที่ 2) จะเห็นได้ว่ามีสัดส่วนที่ต่ำกว่าแต่กลับมีอัตราการเติบโตสูงกว่านักท่องเที่ยวชาย ซึ่งการขยายตัวเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวสตรีได้ส่งผลต่อภาพพจน์ที่ดีต่อประเทศไทย ทั้งในด้านความมั่นคงและปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ความมีวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวสวยงาม

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบการเดินทางเข้ามาประเทศไทยระหว่างเพศชายและหญิง
ปี พ.ศ. 2530-2545

ปี	ชาย			หญิง		
	จำนวน (คน)	+/- (%)	สัดส่วน (%)	จำนวน (คน)	+/- (%)	สัดส่วน (%)
2530	2,290,741	65.77	+13.25	1,192,217	34.23	+9.15
2531	2,782,133	65.76	+21.45	1,448,604	34.24	21.54
2532	3,170,909	65.93	+13.97	1,638,599	34.07	+13.12
2533	3,380,143	63.79	+6.60	1,918,717	36.21	+17.09
2534	3,330,393	65.47	-1.47	1,756,506	34.53	-8.45
2535	3,349,474	65.21	+0.57	1,786,969	34.79	+1.73
2536	3,693,654	64.12	+10.37	2,066,879	35.88	+15.66
2537	3,836,177	62.21	+3.86	2,330,319	37.79	+12.75
2538	4,331,521	62.31	+12.91	2,620,045	37.69	+12.43
2539	4,453,892	61.93	+2.28	2,738,253	38.07	+5.44
2540	4,481,672	62.06	+0.62	2,739,673	37.94	+0.05
2541	4,749,236	61.16	+6.05	3,015,694	38.84	+9.94
2542	5,772,371	60.28	+8.91	3,407,961	39.72	+13.01
2543	5,685,836	59.80	+9.93	3,822,781	40.20	+12.17
2544	6,021,601	+5.91	59.85	4,040,349	+5.69	40.15
2545	6,426,982	+6.73	59.51	4,372,085	+8.21	40.49

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กอง
สถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ:
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ยังเป็นนักท่องเที่ยววัยทำงานคือมีอายุระหว่าง 25-34 ปี และ 35-44 ปีมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้น(ตารางที่ 3) ส่วนช่วงอายุที่น่าสนใจคือ อายุ 55ปีหรือมากกว่านี้ เพราะคนกลุ่มนี้ส่วนใหญ่ใช้ชีวิตบั้นปลายในการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอัตราการขยายตัวที่สูงมาก จากปี2530 มีจำนวน540,555 คนจนถึงปี 2545 มีจำนวน 1,711,808 คน

ตารางที่ 3 ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยตั้งแต่ปี
พ.ศ.2530-2545

ปี	อายุต่ำกว่า25ปี	25 – 34 ปี	35 – 44 ปี	45 – 54 ปี	55ปีหรือมากกว่า
	จำนวน(คน)	จำนวน(คน)	จำนวน(คน)	จำนวน(คน)	จำนวน(คน)
2530	549,263	1,031,652	811,878	549,610	540,555
2531	727,687	1,264,568	984,069	662,533	591,880
2532	739,221	1,455,838	1,115,806	787,317	711,326
2533	940,548	1,566,873	1,248,941	810,726	731,773
2534	791,013	1,525,052	1,205,595	839,847	725,392
2535	774,576	1,490,596	1,205,523	898,363	767,385
2536	819,724	1,597,972	1,366,974	1,069,155	906,708
2537	88,659	1,724,152	1,439,877	1,145,118	973,690
2538	982,256	1,889,436	1,627,362	1,283,259	1,169,253
2539	1,089,979	1,958,082	1,671,401	1,245,883	1,126,800
2540	1,097,567	1,948,505	1,709,810	1,341,310	1,114,153
2541	1,122,159	2,122,148	1,857,540	1,492,251	1,170,832
2542	1,279,108	2,281,186	2,036,449	1,636,432	1,347,157
2543	1,455,214	2,537,639	2,270,566	1,822,708	1,422,496
2544	1,523,952	2,726,812	2,414,170	1,893,820	1,503,196
2545	1,552,337	2,830,547	2,605,227	2,099,828	1,711,808

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.2543.โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กองสถิติ
และวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

นอกจากนี้ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างประเทศซึ่งแสดงในตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวเน้นการพักผ่อนในแหล่งท่องเที่ยวมากกว่ากิจกรรมทางด้านการซื้อของที่ระลึก (Shopping) แม้ตัวเลขค่าใช้จ่ายนี้จะเป็นหมวดที่มีการใช้จ่ายสูงแต่มีแนวโน้มที่ลดลง ในขณะที่การใช้จ่ายทางด้านค่าที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม กลับมีแนวโน้มการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นอย่างน่าพอใจ หากพิจารณาค่าใช้จ่ายตามลักษณะการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยวพบว่ากลุ่มที่เดินทางมาเองจะเน้นการท่องเที่ยวแบบประหยัด ไม่นิยมจับจ่ายซื้อของที่มีราคาสูงจะ ศึกษาเส้นทางการเดินทางเองและ นิยมเดินทางแบบใช้พาหนะในท้องถิ่น และพักผ่อนในที่พักราคาถูก ส่วนกลุ่มที่มากับบริษัทนำเที่ยวในส่วนใหญ่เป็นตลาดใหม่ที่ไม่เคยเดินทางมาประเทศไทย เป็นกลุ่มที่เน้นความสะดวกสบาย มีอำนาจในการซื้อสูง มีแนวโน้มในการใช้จ่ายสูง โดยเฉพาะหมวดค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง ค่าที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม

ตารางที่ 4 การใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศจำแนกตามประเภทการใช้จ่าย

ปี	ประเภทของการใช้จ่าย (บาท / คน / วัน)						
	การซื้อ สินค้าที่ ระลึก	ความ บันเทิง	บริการ ท่องเที่ยว	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	พาหนะ เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
2530	635.64	287.25	-	635.41	427.08	316.64	68.02
2531	975.79	168.16	-	609.08	402.67	331.51	45.33
2532	968.41	125.81	--	711.53	426.03	360.63	34.15
2533	1147.67	224.92	-	690.14	445.42	391.62	55.86
2534	920.85	130.88	-	730.36	541.25	379.60	69.88
2535	1364.34	251.27	168.42	831.24	474.36	211.88	94.06
2536	1367.01	162.40	165.70	733.61	481.16	175.25	115.53
2537	1268.84	314.65	193.98	712.58	489.93	229.86	163.86

ตารางที่ 4 (ต่อ)

ปี	ประเภทของการใช้จ่าย (บาท / คน / วัน)						
	การซื้อ สินค้าที่ ระลึก	ความ บันเทิง	บริการ ท่องเที่ยว	ที่พัก	อาหาร และ เครื่องดื่ม	พาหนะ เดินทาง	เบ็ดเตล็ด
2538	1083.00	431.48	169.25	1051.78	592.37	215.28	150.25
2539	1413.48	354.43	216.25	745.06	553.70	221.06	202.13
2540	1261.37	363.89	214.53	913.16	555.08	257.26	106.59
2541	1077.51	41.81	155.40	1013.08	594.87	274.89	185.37
2542	1286.40	394.25	156.85	907.41	572.94	241.49	145.20
2543	1338.74	403.92	176.16	932.92	587.38	284.64	137.43
2544	1160.86	443.31	169.96	975.80	587.21	283.26	127.43
2545	1067.38	438.28	164.56	1006.89	633.03	315.81	107.79

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กอง
สถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ:
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาครั้งแรก ดังตารางที่ 5 พบว่าสัดส่วนใน
การครองตลาดสูงกว่ากลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วแต่ก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องเช่นกัน
ระยะพำนักรเฉลี่ยในช่วงปี Amazing Thailand (พ.ศ. 22541-2542) มีระยะพำนักรเฉลี่ยที่สูง
ในปี พ.ศ.2545 ก็มีการขยายตัวที่ดีขึ้น การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อวันซึ่งก็มีการใช้จ่าย
ที่มากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่มาจากการ Shopping และ ค่าที่พัก (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 5 จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรก(First visit) กลับมาอีก (Re visit) ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยและค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/วัน ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2530–2545

ปี	การเข้ามาครั้งแรก		การกลับมาอีกครั้ง		ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/วัน (บาท)
	First visit	Re visit	จำนวน(คน)	คิดเป็นร้อยละ		
2530	1,713,964	49.21	1,768,994	50.79	6.06	2,370.04
2531	1,896,640	44.83	2,334,098	55.17	7.36	2,532.54
2532	2,542,787	52.87	2,266,721	47.13	7.63	2,626.56
2533	3,060,092	57.75	2,238,768	42.25	7.06	2,955.63
2534	2,771,851	54.49	2,315,048	45.51	7.09	2,772.82
2535	2,733,615	53.22	2,402,828	46.78	7.06	3,395.58
2536	3,098,591	53.79	2,661,942	46.21	6.94	3,196.80
2537	3,256,527	52.81	2,909,970	47.19	6.98	3,373.70
2538	3,484,125	50.12	3,467,441	49.88	7.43	3,693.41
2539	3,589,766	49.91	3,602,379	50.09	8.24	3,706.02
2540	3,474,946	48.12	3,746,399	51.88	8.33	3,671.81
2541	3,789,077	48.80	3,975,853	51.20	8.40	3,712.93
2542	4,414,755	51.45	4,165,557	48.55	7.96	3,704.54
2543	4,971,163	52.28	4,537,460	47.72	7.77	3,861.19
2544	4,855,192	48.25	5,206,758	51.75	7.93	3,747.87
2545	5,490,510	50.84	4,855,192	48.25	7.98	37,53.74

หมายเหตุ: วันพักไม่มีการเปรียบเทียบเป็นเปอร์เซ็นต์ แต่มีทิศทางการเติบโต

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กongsidhi และวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

จุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว จากตารางที่ 6 พบว่า ตั้งแต่ปี 2530-2545 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนในวันหยุดมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดในแต่ละปีและมีอัตราที่เพิ่มขึ้นตลอด ส่วนรองลงมาคือการเดินทางมาติดต่อธุรกิจซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวเข้าเป็นจำนวนมากในแต่ละปีแสดงให้เห็นว่ามีการลงทุนของชาวต่างชาติมากขึ้นซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจที่ดีขึ้นของประเทศ ส่วนการเดินทางเข้ามาประชุมหรือสัมมนาที่มีตัวเลขลดลงเล็กน้อยยังมีจุดประสงค์อย่างอื่น ๆ เช่น การเข้ามาแข่งกีฬา เจ้าหน้าที่ของรัฐบาล การเข้ามาศึกษา เป็นต้น

ตารางที่ 6 จุดประสงค์ในการเดินทางเข้ามาประเทศไทยของนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปีพ.ศ. 2530-2545

ปี	วันหยุดพักผ่อน		ธุรกิจ		ประชุม		อื่นๆ	
	จำนวน (คน)	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน (คน)	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน (คน)	คิดเป็น ร้อยละ	จำนวน (คน)	คิดเป็น ร้อยละ
2530	3,035,746	87.16	209,674	6.02	26,471	0.76	211,067	6.06
2531	3,736,164	88.31	318,151	7.52	44,423	1.05	131,999	3.12
2532	4,679,057	91.05	312,618	6.50	30,781	0.64	87,052	1.81
2533	4,750,428	89.65	399,534	7.54	42,391	0.80	106,507	2.01
2534	4,509,536	88.65	437,982	8.61	31,030	0.61	108,357	2.13
2535	4,521,611	88.03	464,848	9.05	40,064	0.78	109,920	2.14
2536	5,043,923	87.56	534,001	9.27	43,204	0.75	139,405	2.42
2537	5,356,835	86.87	614,800	9.97	53,032	0.86	141,829	2.3
2538	6,168,125	88.73	582,541	8.38	72,296	1.04	128,604	1.85
2539	6,251,205	76.92	696,531	9.63	64,790	0.90	179,619	2.50
2540	6,268,019	86.80	721,655	9.99	61,846	0.86	169,824	2.35
2541	6,832,801	88.00	706,163	9.09	65,760	0.85	160,206	2.06
2542	7,560,588	88.12	746,003	8.66	75,344	0.88	201,397	2.35
2543	8,368,635	88.01	860,786	9.05	112,665	1.18	166,537	1.76
2544	8,876,479	88.22	878,571	8.73	135,854	1.35	171,046	1.70
2545	9,638,984	89.26	824,979	7.64	106,853	0.99	228,251	2.11

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2545. **โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กองสถิติ และวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.** กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ประเภทของการท่องเที่ยว

โดยทั่วไปแล้ว อาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ

เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ ที่มีลักษณะมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ หรือมีสิ่งดึงดูดใจของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือประเพณีงานเทศกาลประจำท้องถิ่น การท่องเที่ยวประเภทนี้ จะก่อให้เกิดการใช้จ่ายหมุนเวียนของเงินตราภายในประเทศ และยังมีผลดี คือ เงินตราไม่รั่วไหลออกนอกประเทศ เหมือนกรณีการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ

เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่แตกต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านขั้นตอนในการเข้าเมืองหลายอย่าง เช่น สูลกากร ดำเนินตรวจคนเข้าเมือง การติดต่อ-สื่อสาร ต้องใช้ภาษาต่างประเทศ บางครั้งอาจจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำเที่ยว การท่องเที่ยวประเภทนี้ได้รับความนิยมนิยมจากประชาชนมากขึ้น เนื่องจาก เป็นการเปิดโลกทัศน์ได้ไปเห็นสภาพประเทศ ชีวิตความเป็นอยู่ ประเพณี และวัฒนธรรมที่แตกต่าง แต่การท่องเที่ยวในต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางค่อนข้างสูง ดังนั้น คนที่สามารถท่องเที่ยวประเภทนี้ได้จะต้องมีฐานะทางเศรษฐกิจที่ดี

นอกจากนี้แล้ว การท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปท่องเที่ยวอีกด้วย ซึ่งสามารถแบ่งลักษณะของการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 6 ประเภทด้วยกันคือ

1. การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง

เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ เพื่อเที่ยวชมวิทิวทัศน์ อ่างนงคางมพบเห็นขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรม ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือเป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นเมืองใหญ่หรือเมืองศูนย์กลางการท่องเที่ยว เพื่อความสนุกสนาน และความบันเทิง การท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัย

หลายอย่าง เช่น ธรรมเนียม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวหรือสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่ง

2. การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน

การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนยังครองตลาดสูงที่สุดในสัดส่วนร้อยละ 89.26 (ตารางที่ 4) และมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง บางครั้งก็เป็นการพักผ่อน เพราะเจ็บป่วย หรือ ไม่สบาย นักท่องเที่ยวประเภทนี้มักจะไปพัก ณ ที่ใดที่หนึ่งให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ และมักเป็นสถานที่ที่มีความสงบ ห่างไกลจากความจอแจ อีกทั้งทิวทัศน์ที่สวยงาม เช่น ชายหาด หรือบนภูเขา ชนบท ที่ห่างไกล เป็นต้น

3. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม

เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่จะเรียนรู้ศิลปวิทยาการที่เกี่ยวกับวัฒนธรรมทางธรรมชาติต่าง ๆ ในสถาบัน หรือสถานศึกษาที่มีชื่อเสียง หรือในประเทศที่มีวัฒนธรรมเป็นที่น่าสนใจ เพื่อศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เพื่อชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เพื่อติดตามความเจริญทางวัตถุและเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อนมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ ๆ หรือเพื่อร่วมในงานมหกรรม งานฉลอง เพื่อชมการแสดงทางศิลปะที่สำคัญ เช่น คอนเสิร์ต ละคร เป็นต้น

4. การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา

การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ

ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาใหญ่ ๆ ของโลก ได้แก่

1) การแข่งขันกีฬาโอลิมปิก

2) ฟุตบอลโลก

3) เอเชียนเกมส์

4) การแข่งขันมวย กอล์ฟ เทนนิส รายการใหญ่ ๆ เป็นต้น

ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬา หรือออกกำลังกาย ซึ่งสถานที่ที่มีการเล่นกีฬานั้น ๆ เช่น ในฤดูหนาวที่มีหิมะตกมาก ก็จะมีคนไปเล่นสกี หรือในฤดูร้อน ก็จะมีการเล่นเรือใบ กระดานโต้คลื่น ตามชายหาด การปีนเขา การเดินป่า เพื่อดูนก ล่าสัตว์ ประเทศที่มีภูมิประเทศหลากหลายเหมาะสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ไปเล่นกีฬาเหล่านี้ ก็จะได้เปรียบในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

5. การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา

ส่วนใหญ่แล้ว ผู้ที่เดินทางมามักจะเป็นนักธุรกิจ พ่อค้าซึ่งวัตถุประสงค์หลักก็คือ การติดต่อธุรกิจมีสัดส่วนร้อยละ 7.64 การค้า หรือเพื่อประชุม สัมมนาซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 0.99(ตารางที่ 4) โดยจะมีการแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว หลังจากการติดต่อ เสร็จทางธุรกิจเสร็จ หรือหลังจากเสร็จสิ้นจากการประชุม สัมมนา สถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็จะอยู่ไม่ไกลจากที่พักมากจนเกินไป

6. การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา

เป็นการที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษาดูงานหรือวิจัย อาจจะเป็นโครงการแลกเปลี่ยนอาจารย์ หรือนักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอาศัยอยู่ในประเทศนั้น นานเป็นเวลานานนับเดือน การท่องเที่ยวแบบนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย

บทบาทของรัฐบาลและเอกชนในด้านการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแผนงานและโครงการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะสั้นและระยะยาว

ในปี พ.ศ. 2539 เป็นช่วงที่การท่องเที่ยวของไทยได้พัฒนามาจนถึงจุดหัวเลี้ยว หัวต่อประเทศไทยได้ผ่านยุคทองของการท่องเที่ยวเข้าสู่ยุคของการแข่งขันอย่างเข้มข้นในตลาดโลก และยุคที่จำนวนนักท่องเที่ยวไทยสูงกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ ส่วนในปี พ.ศ. 2545 สถานการณ์การท่องเที่ยวเข้าประเทศไทยมีทิศทางการเติบโตที่ดี โดยในปีนี้ประเทศไทยได้รับนักท่องเที่ยวจำนวนทั้งสิ้น 10.80 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาในอัตราร้อยละ 7.33 ดังนั้น แผนพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในอนาคต จึงจำเป็นต้องพัฒนาให้การท่องเที่ยวมีมาตรฐานสูงขึ้นเรื่อย ๆ เพื่อสวัสดิการของนักท่องเที่ยวไทย และ เพื่อรักษาขีดความสามารถของการแข่งขันระหว่างประเทศ ในขณะเดียวกัน มาตรฐานที่สูงขึ้นจะสามารถทำให้ประเทศไทยได้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวต่อวันสูง นำรายได้สุทธิเข้าประเทศเพื่อช่วยจรรโลงการท่องเที่ยวไทยให้ยั่งยืน ใน

การจัดทำแผนนี้ จึงได้วางเป้าหมายทั้งระยะยาวและระยะ 5 ปี ประกอบด้วยนโยบายและกลยุทธ์ที่สำคัญไว้ดังนี้

เป้าหมายระยะยาว ปี พ.ศ. 2555

เพื่อให้การท่องเที่ยวไทย มีเอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล (World Class) ทั้งในด้านแหล่งท่องเที่ยว การให้บริการและการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างสมบูรณ์ ซึ่งการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานสากล มีองค์ประกอบดังนี้

1. มีแหล่งท่องเที่ยวที่งดงาม ไม่อยู่ในสภาพเสื่อมโทรมหรือถูกทำลาย
2. คงประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม ดำรงเอกลักษณ์ของไทยไว้ให้ลือชื่อไปทั่วโลก
3. สิ่งแวดล้อมปลอดภัย
4. มีความปลอดภัยจากอาชญากรรม อุบัติเหตุและโรคภัยไข้เจ็บ
5. มีระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกในปริมาณที่เหมาะสม สะดวก และบริการที่มีคุณภาพ
6. มีการคมนาคมที่ติดต่อถึงกันได้ทุกระบบ
7. มีระบบโทรคมนาคมสาธารณะที่ติดต่อกับทั่วโลกได้ในเมืองท่องเที่ยวหลัก
8. คนไทยมีความพร้อมที่จะให้บริการในมาตรฐานสากล และมีส่วนร่วมอย่างสูงสุดในการได้รับสวัสดิการในมาตรฐานเดียวกัน

การตั้งเป้าหมายเช่นนี้เป็นการยกระดับมาตรฐานการท่องเที่ยวของไทยสู่มาตรฐานสากล ตามเป้าหมายระยะยาวนี้ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่จะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวมาตรฐานสากล ก็คือ นักท่องเที่ยวไทยเพราะมีจำนวนมากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ

โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549)

การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ ที่เป็นเงินตราต่างประเทศเป็นจำนวนกว่า 300,000 ล้านบาทต่อปี จากนักท่องเที่ยวนานาชาติประมาณ 9.5 ล้านคน และเป็นภาคเศรษฐกิจที่สามารถโอบอุ้มและเกื้อหนุนประเทศไทยไว้ได้ในยามเกิดวิกฤติเศรษฐกิจ ในปีสุดท้ายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 9 คาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวต่างประเทศ มาประเทศไทยไม่น้อยกว่า 14 ล้านคน อัตราเฉลี่ยการขยายตัวของ นักท่องเที่ยวนานาชาติ คาดว่าจะมีถึงร้อยละ 7 ต่อปี ส่วนการท่องเที่ยวของคนไทยนั้นในปี พ.ศ. 2549 ประเมินว่าจะสูงถึง 59 ล้านคน ครั้งต่อปี

สำหรับประเทศไทย องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ได้ประมาณอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยว คาดว่าจะมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 7.8 ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) ปัจจัยภายนอกที่สำคัญที่สุดน่าจะเป็นการชะลอตัว ทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา และการทรุดตัวลงอย่างต่อเนื่องของเศรษฐกิจญี่ปุ่น ในขณะที่การแข่งขันเพื่อแย่งชิงนักท่องเที่ยวจะรุนแรงมากขึ้น ถึงแม้ว่าประเทศคู่แข่งของไทยในภูมิภาค ได้แก่ ประเทศอินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ต่างก็มีปัญหาด้านการเมืองและสังคม ทำให้ความสามารถในการ ดึงดูดนักท่องเที่ยวลดลง แต่ก็อาจมีการแข่งขัน กันสูงขึ้นในตลาดราคาต่ำ

เมื่อแนวโน้มการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวในกระแสโลกาภิวัตน์รุนแรงขึ้น ตามลำดับ นานาประเทศต่างก็ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology: IT) มาเป็นอาวุธสำคัญในการช่วงชิงตลาดในโลกของการพาณิชย์ผ่านระบบ อิเล็กทรอนิกส์ ความรู้ สาระและสารสนเทศกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างของ สินค้าและสร้างคุณค่า ยิ่งไปกว่า นี้ลักษณะ (Characteristics) ของนักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มเปลี่ยนไปจากการแสวงหาความบันเทิงมาเป็นสาระบันเทิง ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงมิใช่การหาความสนุกสนานเพียงอย่างเดียว การท่องเที่ยวที่ก่อให้เกิดการ เรียนรู้กำลังเป็นการท่องเที่ยวแนวใหม่ที่มีคุณค่า และมูลค่าสูง ภาคเศรษฐกิจการ

ท่องเที่ยวจึงต้องการการลงทุนในแนวใหม่ นั่นคือการสร้างความรู้และสาระบันเชิงเพื่อการท่องเที่ยว

สำหรับประเทศไทยจากการสำรวจทัศนคติของประชาชนกว่า 3,000 รายทั่วประเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพบว่า ประชาชนตัวอย่าง มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์สุทธิเป็นบวก และมีความต้องการให้รัฐส่งเสริมให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยว ของภูมิภาคและแปซิฟิก ถึงแม้ประชาชนไทยจะเห็นว่า การท่องเที่ยวช่วยสร้างรายได้และการจ้างงาน แต่ก็มีความเห็นว่า การท่องเที่ยวทำให้เกิดการกระจายรายได้ที่ไม่ทั่วถึง ประชาชนให้ความสำคัญต่อประโยชน์ของการท่องเที่ยวสูงสุดเป็นผลประโยชน์ ทางนามธรรม กล่าวคือเป็นความภูมิใจในชื่อเสียงของประเทศในด้านผลกระทบด้านวัฒนธรรม สังคมและสิ่งแวดล้อม ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่เห็นว่ายังไม่มีผลทางลบมากนัก

จุดแข็ง

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามหลายประเภท และในช่วงแผนพัฒนา เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ก็ได้มีการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่หลากหลายและสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น แต่จุดเด่น ของประเทศไทยที่ทำให้เราเหนือกว่าประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคเดียวกัน ได้แก่ ประชาชนมีอัธยาศัยใจคอดี มีการลงทุนของภาคเอกชน ในระดับสูง และมีการให้บริการที่คุ้มค่า เงื่อนไขประการสุดท้ายนี้สำคัญสำหรับลูกค้าที่มีรายได้และการศึกษาสูง มีรัฐบาลในระบอบ ประชาธิปไตยที่เน้นการมีส่วนร่วมจากประชาชน ด้วยจุดแข็งเหล่านี้ประเทศไทยจึงเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทชวนทัศน์ (Sight Seeing Destination) และในขณะเดียวกัน ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Holiday Destination) ได้ด้วย

จุดอ่อน

จุดอ่อนของการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ถูกกล่าวขวัญเสมอ ได้แก่ การให้บริการที่ไม่สม่ำเสมอ การรองรับที่สนามบิน และการจราจรที่แออัดในเมืองใหญ่ เช่น กรุงเทพมหานคร และมีแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นในเมืองท่องเที่ยวอย่างเช่นเชียงใหม่ สภามลพิษ และสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรม สาธารณูปโภคไม่เพียงพอโดยเฉพาะการกำจัดขยะในเมืองต่างๆ เพราะความต้องการท่องเที่ยวหน้าไปก่อนความสามารถในการจัดการสาธารณูปโภค เพื่อรองรับปัญหาความห่อหุ้มในการบังคับใช้กฎหมาย เช่น การลงโทษผู้ที่หลอกลวง นักท่องเที่ยว (ไกด์ผี และ/หรือ อัญมณีปลอม) ปัญหาการฉ้อราษฎร์บังหลวงที่เสนอในสื่อต่างประเทศ รวมทั้งการขาดความร่วมมือ และขาดการประสานงานภายในรัฐ ที่จริงแล้ว ทั้งหมดนี้เป็นอาการของปัญหามากกว่ารากเหง้าของปัญหา และต้นตอปัญหาที่แท้จริง คือระบบการบริหารราชการไทยที่แยกส่วน การศึกษาที่ผ่านมามีปัญหา การบริหารในภาครัฐซึ่งเป็นระบบที่ต่างคนต่างทำ ไม่มีการประเมิน และวัดผลปฏิบัติงาน และไม่มีระบบการติดตามผลงานอย่างจริงจัง สิ่งเหล่านี้เป็นจุดอ่อนสำคัญในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

การบริหารจัดการอุปสงค์ (Demand) ของไทยในปัจจุบันนั้น ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่มาจากระบบเศรษฐกิจใหม่ หากความไม่สมดุลนี้ขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ ผลก็คือการสูญเสียตลาดที่มีรายได้สูง ตลอดจนการเข้ามาช่วงชิงตลาดภายในประเทศไทย โดยธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์จากต่างประเทศ ซึ่งจะมีผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย

จุดอ่อนที่สำคัญของรัฐอีกประการหนึ่ง ซึ่งจะทำให้การท่องเที่ยวไทยอ่อนแอลงในอนาคต ได้แก่ การไม่ปฏิบัติไปตามแผน และเวลาที่ได้กำหนดไว้ ทำให้ความสำคัญของแผนลดลงในสายตาของภาคเอกชน เพราะบทเรียนของภาคเอกชนที่ต้องประสบความขาดทุนเพราะหลงเชื่อแผนสาธารณูปโภคของรัฐ "แผน" ของรัฐจึงไม่สามารถเป็นเครื่องมือการประสานการลงทุนระหว่างภาครัฐและ ภาคเอกชน ในระดับจังหวัด จุดอ่อนคือการรองรับนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับกำลังรองรับทัศนคติ เช่น ภูเก็ตและหัวหิน มีปัญหาด้านอุปทาน (Supply) น้ำ ซึ่งอาจมีผลกระทบการขยายตัวของนักท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ในหลายจังหวัดทางภาคใต้ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย ปรากฏ

ว่า สถิติอาชญากรรมอยู่ในระดับสูง และโดยทั่วไปมาตรฐานความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สิน ตลอดจน สภาพสุขอนามัยไม่สูงนัก จุดอ่อนอีกประการหนึ่งก็คือ ปัญหาของความอ่อนแอของภาคเอกชน ซึ่งส่วนหนึ่งของปัญหานี้เกิดจากการที่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นอันมาก ความพยายามที่จะรวมตัวกันก็มักเป็นการ ต่อรองเพื่อลดหย่อนกฎระเบียบของรัฐ หรือขอความช่วยเหลือจากรัฐนอกจากนี้ ภาคเอกชนส่วนหนึ่งก็เป็นบ่อเกิดของปัญหาสิ่งแวดล้อม เช่น เป็นผู้สร้างมลพิษโดยไม่รับผิดชอบ หลอกหลวงนักท่องเที่ยว ฯลฯ ในส่วนของ ททท. ก็ขาดประสบการณ์และขาด โครงการที่ชัดเจนในการกระตุ้นให้ภาคเอกชนเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาอุตสาหกรรม

ผลกระทบของการท่องเที่ยว

ผลดี-ผลเสียของการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

เข้ามาเยือนเป็นจำนวนมาก

การที่กระตุ้นการส่งเสริมชักชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเป็นจำนวนมาก ย่อมก่อให้เกิดทั้งผลดีและผลเสียในแง่ต่าง ๆ ดังนี้คือ

1. ผลดี

1.1 ทางด้านเศรษฐกิจและสังคม

1.1.1 ช่วยแก้ปัญหาขาดดุลการค้าและดุลการชำระหนี้เรื้อรังโดยนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาชดเชยในส่วนที่ขาดดุลการค้า โดยที่การหารายได้จากอุตสาหกรรมนี้ได้ใช้ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ สถานที่สำคัญต่าง ๆ ทำให้เกิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมนี้ (จากตารางที่ 7)

ตารางที่ 7 ดุลการท่งเทียวในระยะปี พ.ศ. 2530-2545

ปี	รายรับจากการท่งเทียว		รายจ่ายจากการท่งเทียว		ดุลการท่งเทียว	
	(ล้านบาท)	(ล้านเหรียญ สหรัฐ)	(ล้านบาท)	(ล้านเหรียญ สหรัฐ)	(ล้านบาท)	(ล้านเหรียญ สหรัฐ)
2530	50,024	1,946	9,902	385	40,122	1,561
2531	78,859	3,121	15,209	602	63,650	2,519
2532	96,386	3,753	19,293	751	77,092	3,002
2533	110,572	4,326	21,822	854	88,750	3,472
2534	100,004	3,923	32,278	1,266	67,726	2,657
2535	123,135	4,829	40,556	1,590	82,579	3,238
2536	127,802	5,014	53,315	2,092	74,487	2,922
2537	145,211	5,762	73,234	2,906	71,977	2,856
2538	190,765	7,664	83,948	3,373	106,817	4,292
2539	219,364	8,664	105,621	4,171	113,744	4,492
2540	220,754	7,048	59,125	1,888	161,630	5,161
2541	242,177	5,934	59,073	1,448	183,104	4,487
2542	253,018	6,695	69,649	1,843	183,370	4,852
2543	285,272	7,112	82,838	2,065	202,434	5,047
2544	299,047	6,731	96,797	2,179	202,250	4,552
2545	323,484	7,530	106,825	2,487	216,659	5,043

หมายเหตุ: อัตราแลกเปลี่ยน

2530 : US\$ 1= Bht.25.71	2536 : US\$ 1= Bht.25.49	2542: US\$ 1= Bht.37.79
2531 : US\$ 1= Bht.25.27	2537 : US\$ 1= Bht.25.20	2543: US\$ 1= Bht.40.11
2532 : US\$ 1= Bht.25.68	2538 : US\$ 1= Bht.24.89	2544: US\$ 1= Bht.44.33
2533 : US\$ 1= Bht.25.56	2539 : US\$ 1= Bht.25.32	2545: US\$ 1= Bht.42.96
2534 : US\$ 1= Bht.25.49	2540 : US\$ 1= Bht.31.32	
2535 : US\$ 1= Bht.25.50	2541 : US\$ 1= Bht.40.81	

ที่มา: การท่งเทียวแห่งประเทศไทย. 2545. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักรท่งเทียว: กองสถิติ
และวิจัยการท่งเทียวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: การท่งเทียวแห่งประเทศไทย.

1.1.2 ทำให้ประเทศไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก เมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้มาสัมผัส และเกิดความประทับใจในสิ่งต่าง ๆ ที่ประเทศไทยมีแห่งเดียวเท่านั้น และจะไม่สามารถพบเห็นสิ่งเหล่านี้จากที่ใดในโลก

1.1.3 เป็นแหล่งจ้างงานที่สำคัญ ในแง่การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อรองรับการท่องเที่ยว เช่น สนามบิน ถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ ซึ่งกระตุ้นให้มีการลงทุน และก่อสร้างปัจจัยพื้นฐาน และยังกระตุ้นให้เกิดการลงทุนในธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ทำให้เกิดการสร้างงานและมีการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

2. ผลเสีย

2.1 ทางด้านสังคม

การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นจำนวนมากซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนหนึ่งที่มีค่านิยมและนิสัยไม่ดี ก็ข่มขู่สิ่งที่ไม่ดีเหล่านั้นมาเผยแพร่ต่อคนไทย ซึ่งมีผลเสียดังนี้

2.1.1 การที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวเพื่อหาความบันเทิงในด้านต่าง ๆ ก่อให้เกิดการนำโรค AIDS เข้ามาแพร่ระบาดในประเทศไทย ซึ่งโรคนี้อยู่ยังไม่มีการรักษาได้ ทำให้ประเทศต้องเสียงบประมาณในการดูแลรักษาผู้ป่วย และการควบคุมการแพร่กระจายของโรคมิให้ลุกลามต่อไป คิดเป็นเงินมูลค่ากว่าปีละหลายสิบล้านบาท

2.1.2 เกิดภาพพจน์ในทางที่เสื่อมเสียแก่ประเทศไทยในแง่ต่าง ๆ ดังนี้

1) ภาพพจน์ต่อสตรีไทยในเรื่องมีบริการทางเพศราคาถูกและหาได้ง่าย ซึ่งนิยมมีการจัด เซ็กซ์ทัวร์ จากประเทศญี่ปุ่น เยอรมัน ทำให้เกิดการชักชวนหรือหลอกลวงให้สตรีไทยไปค้าประเวณีในต่างประเทศ

2) กรณีจี้ปล้นฉกชิงวิ่งราว ทำให้เกิดความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินแก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สาเหตุนี้อาจทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไม่อยากเข้ามาท่องเที่ยวซึ่งจะเป็นผลเสียต่อระบบเศรษฐกิจไทยโดยรวมดังนั้นรัฐบาลจะต้องเข้ามาควบคุมดูแล และจัดการต่าง ๆ ให้ดี ลดปัญหาต่าง ๆ ให้เกิดน้อยลง หรือหมดสิ้นไป

2.2 ทางด้านเศรษฐกิจ

การมีรายได้เงินตราต่างประเทศจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศทำให้เกิดความผูกพันกันแผนเศรษฐกิจของโลกกล่าวคือ

2.2.1. ถ้าระบบเศรษฐกิจทั่วโลกเกิดภาวะซบเซา รัฐบาลในต่างประเทศก็จะมีนโยบายกีดกันการมาท่องเที่ยวโดยใช้มาตรการเก็บภาษีต่อหัว แก่ผู้ที่เดินทางไปต่างประเทศทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงจะมีผลต่อระบบเศรษฐกิจไทยตามมาในแง่ต่าง ๆ ในด้านลบ

2.2.2 ถ้าระบบเศรษฐกิจอยู่ในช่วงที่มีความเจริญรุ่งเรืองอยู่แล้ว นั่นคือ มีการใช้ทรัพยากรต่าง ๆ ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างเต็มที่หรือเกือบเต็มที่แล้ว การที่มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวนมากนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายจะก่อให้เกิดภาวะเงินเฟ้อและทำให้ประชาชนในประเทศได้รับความเดือดร้อนในเรื่องค่าครองชีพที่สูงขึ้นด้วย

2.2.3 การท่องเที่ยวยังทำให้เกษตรกร หรือประชาชนที่ทำอาชีพต่าง ๆ แต่ดั้งเดิมผลผลิตจากอาชีพที่เคยทำ แล้วหันมาทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยวกันมากขึ้น ทำให้ผลผลิตทางการเกษตร เช่นผลไม้ต่างๆ ขาดแคลน ไม่เพียงพอกับความต้องการ ทำให้ต้องสั่งซื้อจากที่อื่นในราคาที่แพง ทำให้ราคาสินค้าอุปโภค บริโภคสูงตามไปด้วย

2.3 ทางด้านสิ่งแวดล้อม

จำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นทุกปี ข่มก่อให้เกิดปัญหาทางด้านสภาพแวดล้อมในด้านต่างๆหลายประการด้วยกัน เช่น

2.3.1 การบุกรุกพื้นที่สาธารณะต่างๆ หรือพื้นที่เขตอนุรักษ์

การที่จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในทุกปี และนักท่องเที่ยวนิยมท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทำให้ธุรกิจโรงแรม บังกะโล และรีสอร์ท เพิ่มมากขึ้นตามกันซึ่งบางแห่งได้มีการบุกรุกพื้นที่เขตอนุรักษ์ต่าง ๆ ซึ่งจะมีผลต่อสภาพแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าว

2.3.2 น้ำทิ้ง

ธุรกิจโรงแรม รีสอร์ท บังกาโล ร้านอาหาร และสถานบริการต่างๆ ได้มีการปล่อยน้ำทิ้ง ลงสู่ทะเล หรือแหล่งน้ำต่าง ๆ โดยไม่ผ่านการบำบัด หรือบางแห่ง แม้จะมี แต่ก็ไม่มีคุณภาพ และมาตรฐานที่ดีพอ ทำให้เกิดปัญหากับแหล่งน้ำที่อยู่ใกล้เคียงและส่งผลกระทบต่อสิ่งมีชีวิตในแหล่งน้ำ

2.3.3 ขยะมูลฝอย

สถานที่ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปมาเรื่อยๆ ย่อมก่อให้เกิดปัญหาด้านปริมาณขยะมูลฝอยมีมากเกินกว่าจัดเก็บได้แล้ว จะส่งผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวไม่ว่าจะทางด้านทัศนียภาพ กลิ่นที่ไม่พึงปรารถนา ดังนั้น การจัดเก็บหรือทำลายขยะมูลฝอย จะต้องมีการบริหารจัดการที่ดี

2.3.4 ความหลากหลายทางชีวภาพ ป่าไม้ และสัตว์ป่า

กิจกรรมต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว สิ่งปลูกสร้างต่างๆ ล้วนแล้วส่งผลกระทบต่อพืช และสัตว์ที่อาศัยบริเวณเหล่านั้น เช่น พื้นที่วางไข่ พืชที่หาอาหารที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเยี่ยมชมในพื้นที่ป่าอนุรักษ์ หากมีจำนวนมากเกินไป จะส่งผลกระทบต่อนิเวศของพืช และสัตว์ป่าในบริเวณดังกล่าว ซึ่งจะต้องควบคุมจำนวนนักท่องเที่ยว ไม่มากจนเกินไป ควรมีการฟื้นฟูด้วยการปิดหรือหยุดให้บริการชั่วคราว

บทที่ 4

วิธีการและผลการศึกษา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศค่อนข้างสูงในยุคปัจจุบัน นอกจากจะเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถนำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทยอย่างมากมาย ซึ่งก่อให้เกิด การจ้างงานในภาคการผลิตสาขาต่างๆ ตามมามากมาย โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวรวมไปถึงพฤติกรรมการบริโภคนั้น จะช่วยเป็นแนวทางเบื้องต้น ในการวางแผนเพื่อการพัฒนาสินค้า และเพื่อใช้ในการกำหนดเป็นมาตรการในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว เพื่อเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว เช่น คุณภาพการท่องเที่ยว สัดส่วนการผลิตภาคท่องเที่ยวต่อผลิตภัณฑ์ของประเทศ

การศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย จึงมีความสำคัญต่อการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศ โดยพิจารณาสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ

ในการศึกษาถึงอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินี้ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

1. วิเคราะห์เชิงพรรณนา

เป็นการศึกษาข้อเท็จจริงเกี่ยวกับลักษณะความสำคัญ ประเภทการท่องเที่ยว บทบาทของรัฐบาล และเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และผลกระทบการท่องเที่ยว

2. วิเคราะห์เชิงปริมาณ โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares Method: OLS) เพื่อแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวแปรอิสระ จะมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยอย่างไร โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป Eview ในการทดสอบผลทางสถิติมีรูปแบบสมการที่ใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ได้ดังนี้

กำหนดให้

$$N = f(E, Y, N_{t-1}, \text{BUDGET})$$

N = จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย

E = ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

Y = รายได้จากการท่องเที่ยวต่อปี

N_{t-1} = จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมา

BUDGET = งบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยว

ข้อสมมติฐาน

1. รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Y)

การเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย กับ รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (E)

การเดินทางนั้นมีค่าใช้จ่ายต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้อง เช่น ค่าพาหนะ ในการเดินทาง ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น ถ้าค่าใช้จ่ายส่วนนี้สูงขึ้นย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทย กับ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ จะเป็นไปในทิศทางตรงข้าม

3. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในปีที่ผ่านมา ($N_{(t-1)}$)

การที่นักท่องเที่ยวมีเป้าหมายที่จะไปท่องเที่ยวยังสถานที่แห่งใดแห่งหนึ่ง ปัจจัยที่นักท่องเที่ยวนำมาพิจารณา ก็คือ จำนวนนักท่องเที่ยวในอดีตที่ผ่านมาซึ่งเดินทาง

ไปท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ถ้ามีจำนวนนักท่องเที่ยวมากๆ ย่อมแสดงถึงแหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวได้รับความนิยม หรือความสนใจ โดยอาจจะเกิดจากสภาพธรรมชาติ ทิวทัศน์ที่สวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย กับ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในปีที่ผ่านมา ควรมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน

4. งบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว (BUDGET)

งบประมาณนี้จะใช้ในการงานบริหารทั่วไปของการท่องเที่ยว และงานส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว เช่น งานศูนย์รวบรวมข้อมูลและเผยแพร่ข้อมูลด้านการท่องเที่ยว งานสนับสนุนงานประเพณีในจังหวัดต่างๆ และกิจกรรมการ ท่องเที่ยว งานอำนวยความสะดวกและให้ความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยวเป็นต้นดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย กับ งบประมาณในการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกัน

ผลการวิเคราะห์

แบบจำลองของอุปสงค์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย กับปัจจัยต่างๆ

$$N = 4501862 - 1050.250 E + 22.35095Y + 0.219601N_{(T-1)} + 251.8967BUDGET$$

(-1.568200) (3.940372)** (1.074765) (0.505775)

$$R^2 = 0.981158, F = 130.1855, D.W. = 1.112420$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า t- statistic

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์พบว่าค่า D.W. ต่ำ และตัวแปรอิสระ E N_(T-1) BUDGET มีค่า t-statistic ต่ำซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการเพิ่มตัวแปรอิสระ AR(3)เข้าไป

ผลการวิเคราะห์

$$N = 2581798 - 634.5705EI + 13.77520YI + 0.668543NI(-1) \\ (-1.748545)* (2.556970)** (2.839432)** \\ - 63.11563BUDGET - 0.852249AR(3)(-0.230114) (-3.854183)***$$

$$R^2 = 0.990114 \quad F = 120.1886 \quad D.W. = 2.257062$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า t- statistic

* แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 90

** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

*** แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 99

ผลวิเคราะห์พบตัวแปรอิสระ BUDGET มีค่า t-statistic ต่ำซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการตัดตัวแปรอิสระ BUDGET ออกจากสมการแล้วทำการวิเคราะห์ใหม่ได้ผลดังนี้

$$N = 2722869 - 688.5140EI + 13.45477YI + 0.664746 NI(-1) \\ (-2.715401)** (2.760166)** (3.034602)** - 0.843645AR(3) \\ (-4.055235)**$$

$$R^2 = 0.990030 \quad F = 173.7708 \quad D.W. = 2.232295$$

ตัวเลขในวงเล็บ คือค่า t- statistic

**แสดงนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95

ผลการวิเคราะห์ แสดงว่าปัจจัยต่างๆ มีความเหมาะสมที่จะใช้อธิบายการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ร้อยละ

95 โดยมีค่า F เท่ากับ 173.7708 มีค่า Durbin – Wastson เท่ากับ 2.23 ซึ่งอยู่ในช่วงที่ไม่เกิดปัญหาทางสหสัมพันธ์ในตัวค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ อธิบายได้ดังนี้

1. รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยเมื่อรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 13.45477 คน เมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่ แสดงว่าการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้ สอดคล้องกับสมมติฐาน

2. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้น แสดงว่าค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวอ้อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยเมื่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 บาท จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวประเทศไทย ลดลง 688.5140 คน เมื่อปัจจัยอื่นๆ คงที่

3. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย สอดคล้องกับสมมติฐาน ณ ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 โดยที่เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้น 1 คน จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.664746 คน เมื่อปัจจัยอื่นๆคงที่ แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

บทที่ 5

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย มีอัตราเจริญเติบโตเพิ่มขึ้นทุก ๆ ปี ซึ่งจะส่งผลดีต่อระบบเศรษฐกิจของไทย ในด้านต่างของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดรายได้จากต่างประเทศในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ ก่อให้เกิดการจ้างงานภายในประเทศ เกิดการกระจายรายได้และการพัฒนาไปสู่ประชาชนในภูมิภาคและท้องถิ่นต่าง ๆ ช่วยแก้ไขการขาดดุลการชำระเงินของประเทศ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่มีขีดจำกัดในเรื่องการผลิต การท่องเที่ยวสามารถเกิดขึ้นได้ตลอดเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมแต่ละประเทศแต่ละภูมิภาคของประเทศ ส่วนทางด้านวัฒนธรรม การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการอนุรักษ์ ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและมั่นคงให้แก่พื้นที่ที่ได้รับการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการพัฒนาท้องถิ่นทั้งทางด้านวัตถุและเทคโนโลยี ทำให้เกิดความเจริญและความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น

การศึกษาปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย เพื่อทราบปัจจัยต่างๆที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ศึกษาลักษณะสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ประเภทของการท่องเที่ยว ผลกระทบจากการท่องเที่ยว บทบาทของรัฐและเอกชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนและส่งเสริมการท่องเที่ยวในระยะสั้นและระยะยาว และเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจของนักลงทุนที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ในปี 2545 นักท่องเที่ยวเพศชาย 6,426,982 คน ส่วนนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิง 4,372,085 คน โดยอยู่ในช่วงอายุ 25-34 ปีมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักที่

นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประเทศไทย เพื่อการพักผ่อนมากที่สุด การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะนิยมใช้จ่ายเพื่อการซื้อสินค้าที่ระลึก มากที่สุด กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาครั้งแรกจะมีสัดส่วนในการครองตลาดสูงกว่ากลุ่มที่เคยเดินทางมาแล้วแต่ก็มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง

การศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลทศวรรษปี 2530–2545 โดยตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย ตัวแปรอิสระ คือ รายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา งบประมาณในการสนับสนุนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ทำการวิเคราะห์โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด ใช้โปรแกรมสำเร็จรูป EViews เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์

ผลการวิเคราะห์ ครั้งแรกพบว่าเกิดปัญหาสหสัมพันธ์ ซึ่งแก้ไขโดยใช้ AR(3) เข้าไป แล้วทำการวิเคราะห์ใหม่ รายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้น แสดงว่าการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวต่างชาติก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้น แสดงว่าค่าใช้จ่ายสูงย่อมมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย มีความสอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดขึ้น แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบันเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวเกิดจากการบอกเล่า หรือการเผยแพร่จากนักท่องเที่ยวที่เคยมาเยือนประเทศไทยและเกิดการประทับใจ ส่วนงบประมาณในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพบว่า รายได้หลักของประเทศมาจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งในแต่ละปีจำนวนนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้นทุกปี ดังนั้นภาครัฐบาลควรวางแผนในการรองรับการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยว การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอาจจะส่งผลกระทบต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ก่อให้เกิดปัญหาการเสื่อมโทรมของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ รัฐบาลจึงควรกำหนดแผนเพื่อใช้เป็นนโยบายในการรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้คงอยู่ตามธรรมชาติ หรือสภาพเดิมให้มากที่สุดเท่าที่จะสามารถทำได้ และจะต้องมีการพัฒนาในด้านต่างๆ เช่น การคมนาคมขนส่ง จะต้องมีการสร้างหรือปรับปรุง ช่องแชนนลนหนทางให้อยู่ในสภาพที่ดี มีการจัดระบบขนส่ง ยานพาหนะที่สะดวกและรวดเร็วด้านที่พัก จะต้องกำหนดมาตรฐานในการบริการ เพื่อให้ได้คุณภาพ รวมไปถึงความพร้อมด้านสาธารณูปโภค เช่น ไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ เป็นต้น และรัฐบาลควรจะเข้ามาดูแลรับผิดชอบด้านความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยวรวมถึงในการหามาตรการต่างๆ ในการป้องกันการหลอกลวง การฉกชิงวิ่งราว การเอารัดเอาเปรียบจากพ่อค้าและมัคคุเทศก์ จากการศึกษพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการซื้อสินค้าที่ระลึกจึงจะต้องมีมาตรการในการควบคุมดูแลไม่ให้เอาเปรียบนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีผลต่อภาพพจน์ของประเทศ ให้นักท่องเที่ยวเห็นว่าประเทศไทยเป็นเมืองที่น่าท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวใหม่และก่อให้เกิดการประชาสัมพันธ์เกิดขึ้นในหมู่นักท่องเที่ยว

จากการศึกษพบว่านักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาผลในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในปีปัจจุบัน เพราะฉะนั้นรัฐบาลควรสนับสนุนการสร้างปัจจัยพื้นฐานทางการท่องเที่ยว และให้ความเชื่อเหลือทางการเงิน การลงทุนในกิจการต่างๆ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ สนับสนุนทางการวิจัยเพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการวางแผนระยะยาว ควรจัดทำแผนเพื่อ ป้องกันและแก้ปัญหาที่เป็นจุดอ่อนหรือข้อบกพร่องของเมืองท่องเที่ยวใหญ่ๆ เช่น ปัญหามลพิษ ปัญหาจราจร ปัญหาแหล่งเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ภาคผนวก ก
มาตรการการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

วาระแห่งชาติเพื่อ "การท่องเที่ยวยั่งยืน"

มีเหตุผลสำคัญ 3 ประการที่ภาคการท่องเที่ยวจะต้องได้รับความสำคัญ และเป็นวาระแห่งชาติดังนี้

(1) การท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจเดียวที่สินค้าที่ขายเป็นสาธารณสมบัติของชาติ ซึ่งมีความหลากหลายตั้งแต่ทรัพยากรธรรมชาติ ทรัพยากรชีวภาพ สิ่งแวดล้อม รวมไปถึงวัฒนธรรมประเพณี สมบัติของชาติเหล่านี้ ส่วนใหญ่เป็นทรัพยากรที่สามารถหมุนเวียนผลัดกันใช้ แต่การตัดดวงเอาผลประโยชน์ของคนให้มากที่สุด และการบริหารจัดการแบบแยกส่วนของรัฐในระบบปัจจุบัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยว เสื่อมโทรม ลดความหลากหลายและเกิดผลทางสังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งอาจทำให้สาธารณสมบัติของชาติไม่ยั่งยืนไปถึงลูกหลาน จากการสอบถามทัศนคติ (PoII) ของประชาชน 3,319 แบบสอบถาม(จากสำนักงบประมาณ) พบว่า การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเป็นวาระแห่งชาติที่สำคัญที่สุด

(2) การขยายตัวของการท่องเที่ยวไปสู่ชนบท อาจก่อให้เกิดผลทางด้านกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน และผลลบทางสังคม หากชุมชนมิได้เริ่มต้นจากการเรียนรู้เกี่ยวกับตนเอง และมีได้มีโอกาสในการกำหนดคคตึกาของวิธีการบริหารและการจัดสรรรายได้ตั้งแต่ต้น

(3) วิสัยทัศน์ของการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของชาติระยะยาว ซึ่งได้กำหนดไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 8 ได้แก่ "เอกลักษณ์ไทยในมาตรฐานสากล ในพุทธศักราช 2555" เป้าหมายนี้มีไว้แค่การรักษาโรคการท่องเที่ยวให้ยั่งยืนสถาพร แต่ยังคงเป็นความยั่งยืนที่ระดับคุณภาพการท่องเที่ยวสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง การทำให้ประเทศไทยเป็น World Class Destination ดังวิสัยทัศน์นี้ จะทำให้ผลประโยชน์จะตกกับคนไทยในประเทศทุกคน ซึ่งจะได้รับบริการของรัฐในมาตรฐานสากล แต่เป้าหมาย นี้จะเป็นจริงได้ต้องมีกรอบระดับการบริหารจัดการของรัฐซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของการท่องเที่ยว ซึ่งรวมถึง ทำอากาศยาน กองตรวจคนเข้าเมือง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ กองควบคุมมลพิษ ไปจนถึงการปกครองส่วนท้องถิ่น ฯลฯ ให้มีความปลอดภัย ในชีวิตและทรัพย์สิน ให้มีคุณภาพชีวิตและสิ่งแวดล้อมที่ดี

และให้มีการจัดการที่สะดวกรวดเร็ว แต่การบริหารของรัฐในปัจจุบัน เป็นการบริหารแบบต่างคนต่างทำทั้งในส่วนกลางและส่วนท้องถิ่น ขาดความประสานงานร่วมกันระหว่างหน่วยงาน ไม่มีแผนงาน งบประมาณด้านการท่องเที่ยว และไม่มีการติดตามประเมินผลโดยผู้วางแผนนโยบายและผู้บริหารระดับสูง ดังนั้น เป้าหมายที่ตั้งไว้จึงอาจกลายเป็นความฝันที่ยังมีอาจบรรลุได้ เป้าหมายนี้ยังรอคอยแผนปฏิบัติการที่มีความบูรณาการของภาครัฐและภาคเอกชนเพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวมีความเป็นเอกภาพ มีประสิทธิภาพและมีความเป็นธรรม และเพื่อให้ผลพวงของการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นของประชาชน เพื่อประชาชนและโดยประชาชน จึงมีความจำเป็นที่รัฐจะต้องประกาศ "การท่องเที่ยวยั่งยืน" ให้เป็นวาระแห่งชาติ เพื่อให้ประชาชนภาคธุรกิจเอกชนและหน่วยราชการต่าง ๆ รวมพลังกันอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยวของชาติให้ยั่งยืนต่อไป

วาระแห่งชาติเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน

- (1) ให้การท่องเที่ยวเป็นสิทธิขั้นพื้นฐานที่คนไทยทุกคนมีโอกาสได้รับ
- (2) ให้มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างมีเอกภาพและบูรณาการ เพื่อให้มีการอนุรักษ์มรดกการท่องเที่ยวของชาติ เพื่อถ่ายทอดไปยังลูกหลานตลอดไป
- (3) ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการให้การศึกษาแก่เยาวชน เป็นโอกาสการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของประชาชน และให้เป็นวิถีทางที่ใช้รักษา มิใช่ทำลายวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของชาติ
- (4) ให้การท่องเที่ยวเป็นวิธีการกระจายโอกาสการจ้างงาน การสร้างรายได้ และกระบวนการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน
- (5) ให้มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศ ยกกระดับมาตรฐานคุณภาพและการจัดการในภาครัฐและภาคเอกชน

พันธกิจภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและ สังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549)

(1) เตรียมความพร้อมให้การปกครองส่วนท้องถิ่นในการถ่ายโอนการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว พื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้การท่องเที่ยวไทยยั่งยืน

(2) ยกระดับมาตรฐานคุณภาพและบริการทั้งในภาครัฐและเอกชน และเน้นการสร้างสมรรถนะของผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดย่อม และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งพัฒนาบุคลากรทุกระดับให้สอดคล้องกับความต้องการ ภารกิจและนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

(3) ประชาสัมพันธ์ร่วมกับหน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง และเสนอภาพลักษณ์ของประเทศไทยไปในนานาประเทศในฐานะ "Quality Destination"

(4) พัฒนาร่วมกับภาคเอกชนให้เกิด E-tourism อย่างสมบูรณ์ ซึ่งประกอบไปด้วย 5E ได้แก่ E-Tourist info , E-trust, E-Commerce Capacity, E-Tourist Small และ E-Market Place

(5) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและอำนวยความสะดวกต่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

แผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติ

เพื่อให้นโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติสัมฤทธิ์ผล จึงต้องมีแผนปฏิบัติการภายใต้วาระแห่งชาติเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนซึ่งมีกลยุทธ์ดังต่อไปนี้

1. กลยุทธ์การบริหารแผนฯและปรับโครงสร้าง
2. กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะการบริหารการท่องเที่ยวส่วนท้องถิ่น
3. กลยุทธ์การท่องเที่ยวยั่งยืน
4. กลยุทธ์พัฒนาระบบสารสนเทศและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
5. กลยุทธ์สนับสนุนการประชุมและนิทรรศการนานาชาติ

6. กลยุทธ์พัฒนาชุมชนท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ SMEs ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
7. กลยุทธ์การยกระดับคุณภาพและจัดทำมาตรฐานแห่งชาติ
8. กลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อสังคมปัญญา
9. กลยุทธ์ส่งเสริมและขยายบริการด้านการท่องเที่ยว
10. กลยุทธ์พัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก

1. กลยุทธ์การบริหารแผนฯและปรับโครงสร้าง

เพื่อให้มีการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เกิดผลประโยชน์และสวัสดิการสูงสุดแก่คนไทย และมีความเป็นธรรมสำหรับผู้ประกอบการทุกขนาดภายใต้วาระแห่งชาติ "การท่องเที่ยวยั่งยืน" มีมาตรการดังต่อไปนี้

- (1) วัดผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ(GDP)ที่มาจากการท่องเที่ยว
- (2) พัฒนาและอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดเขตท่องเที่ยว (Tourism zone) และให้องค์กรท้องถิ่นพัฒนาและกำกับแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน กำหนดและแจกแจงอำนาจและหน้าที่ของส่วนราชการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการการท่องเที่ยว และให้อำนาจองค์กรที่ประสานงานและติดตามปัญหาการท่องเที่ยว กำหนดค่าธรรมเนียมท่องเที่ยวประเภทต่าง ๆ เช่น ค่าธรรมเนียมขึ้นเกาะ ค่าธรรมเนียมเข้าเขตพัฒนาอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว สิทธิการพัฒนาที่โอนได้ (Transferable Development Right) แลกเปลี่ยนที่ดินเพื่อการใช้ประโยชน์ จัดทำแผนกายภาพการท่องเที่ยวยั่งยืนในระดับประเทศ ซึ่งเป็นการประสานแผนลงทุนด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัด เป็นแผนที่ประชาชนมีส่วนร่วม และอยู่บนพื้นฐานของความรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความเป็นมาและศักยภาพของท้องถิ่น

(3) จัดงบประมาณเฉพาะเพื่อการท่องเที่ยวยั่งยืน ซึ่งมีวงเงินงบประมาณไม่ต่ำกว่าร้อยละ 2 ของรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เพื่อดำเนินการตามแผนดังกล่าว และให้มีแผนงานด้านการท่องเที่ยวในงบประมาณ ซึ่งประมาณกึ่งหนึ่งของงบประมาณนี้จะกระจายรายได้ไปสู่องค์กรปกครองท้องถิ่น

(4) จัดตั้งสำนักงานเลขาธิการคณะกรรมการอำนวยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (สกอ.พสท.) ภายใต้คณะกรรมการอำนวยการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งชาติ (กอ.พสท.) เพื่อแก้ไขอุปสรรคในการจัดการ สะสางปัญหาการท่องเที่ยว และประสานงานกับกระทรวงต่างๆ และองค์การปกครองท้องถิ่นด้านการท่องเที่ยว ในลักษณะของทางด่วนท่องเที่ยว (Tourist Fast Track) ให้เกิดประสิทธิภาพและความยั่งยืน

(5) ร่างพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) การท่องเที่ยว ซึ่งจะกำหนดบทบาทหน่วยงานราชการต่างๆ ที่ชัดเจน รวมทั้งข้อเสนอที่ (1)-(4) (5) ร่างพระราชบัญญัติ (พ.ร.บ.) การท่องเที่ยว ซึ่งจะกำหนดบทบาทหน่วยงานราชการต่างๆ ที่ชัดเจนรวมทั้งข้อเสนอที่(1)-(4)

(6) ปรับปรุงกฎหมายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น พ.ร.บ. โรงแรม พ.ร.บ. ธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ เป็นต้น ให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงด้านภาวะเศรษฐกิจ สังคม การเมืองและการพัฒนาเทคโนโลยี และเปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการชี้นำจัดการการท่องเที่ยวและเป็นมัคคุเทศก์ท้องถิ่น

(7) จัดตั้งสมัชชาองค์กรบริหารการท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ขององค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น ที่มีภารกิจสำคัญด้านการท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการบริหารการท่องเที่ยวระดับจังหวัดและท้องถิ่น

2. กลยุทธ์การพัฒนาสมรรถนะการบริหารการท่องเที่ยวส่วนท้องถิ่น

ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2545-2549) การกระจายอำนาจการคลังและการบริหารส่วนท้องถิ่นจะเป็นมิติใหม่ของการพัฒนาศักยภาพการปกครองท้องถิ่นในระยะยาวซึ่งทำให้อำนาจหน้าที่ของการดูแลแหล่งท่องเที่ยว เป็นขององค์การบริหาร ส่วนจังหวัด (อบจ.) และองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องให้ความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริหารท้องถิ่น ในการวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวให้มีมาตรฐานเป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยว และสามารถอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวไว้ได้ในระยะยาว ในเวลา เดียวกัน ในปัจจุบันประเทศไทยมี อบจ. 75 แห่ง และมี อบต. ทั้งสิ้น 6,746 แห่ง มาตรการภายใต้กลยุทธ์มีดังต่อไปนี้

- (1) เตรียมความพร้อมและพัฒนาศักยภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวให้แก่ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติการในส่วนการปกครองท้องถิ่น
- (2) จัดตั้งคณะกรรมการอำนวยการพัฒนา และส่งเสริมการท่องเที่ยวระดับจังหวัดเพื่อให้เกิด Tourism Fast Track ระดับจังหวัด
- (3) จัดทำแผนนำร่องด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับท้องถิ่น
- (4) สนับสนุนและให้รางวัลท่องเที่ยวท้องถิ่นดีเด่น
- (5) สนับสนุนการจัดตั้งศูนย์ฝึกอบรมและศูนย์ข้อมูลทางวิชาการให้แก่องค์กรปกครองท้องถิ่น

3. กลยุทธ์การท่องเที่ยวยั่งยืน

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในแหล่งสำคัญ ๆ หลายแหล่ง เช่น เกาะสมุย เกาะช้าง ได้พัฒนาไปเกินกว่ากำลังการรองรับในพื้นที่ กิจกรรมการท่องเที่ยวหลายประเภทก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ต่อการท่องเที่ยว ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีมาตรการที่เข้มงวดและมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยจะต้องมีการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยว สำหรับจังหวัดที่ต้องการกลยุทธ์เชิงรุกด้านกายภาพเพื่อขยายสาธารณ โภค ได้แก่

อันดับ 1 ภาคกลาง อุทยานกาญจนาบุรี เพชรบุรี

ภาคเหนือ แม่ฮ่องสอน พิชญ์โลก เพชรบูรณ์

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ นครราชสีมา อุบลราชธานี

ภาคใต้ ตรัง พังงา

อันดับ 2 ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร ประจวบคีรีขันธ์

ภาคตะวันออก ชลบุรี ระยอง

ภาคเหนือ เชียงใหม่ เชียงราย สุโขทัย

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือหนองคาย

ภาคใต้ ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี

อันดับ3 ภาคเหนือ ตาก

นอกจากนี้ควรมีการขยายสาธารณูปโภคให้เหมาะสม สำหรับเกาะท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้แก่ เกาะ สมุย เกาะช้าง เกาะพีพี

มาตรการภายใต้กลยุทธ์นี้ได้แก่

(1) เร่งรัดการควบคุมคุณภาพสิ่งแวดล้อมและลดมลภาวะ โดยการใช้ภาษีและเครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์ประเภทต่างๆ รวมทั้งสิทธิที่โอนได้ (Transferable Development Right) ซึ่งสามารถให้รัฐชดเชยผู้สูญเสียประโยชน์เชิงพาณิชย์ในการอนุรักษ์ หรือในการควบคุมการใช้ประโยชน์ที่ดิน โดยใช้มาตรการนี้แลกเปลี่ยนพื้นที่เอกชนให้เป็นพื้นที่สาธารณะในพื้นที่ที่กำหนดให้เป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยว และการเพิ่มพื้นที่สีเขียว ปรับปรุงภูมิทัศน์

(2) ประกาศนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้พื้นที่บริการในเขตอุทยานชาติ ประชาสัมพันธ์ แผนบริการ กฎระเบียบ ช่วงเวลาบริการ อัตราบริการให้เป็นที่ทราบโดยทั่วกัน จัดทำแผนจัดการพื้นที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์สำหรับเขตบริการและนันทนาการในเขตอนุรักษ์ให้ชัดเจน ทั้งในด้านพื้นที่ที่ได้รับอนุญาต กิจกรรมที่อนุญาตหลักเกณฑ์ มาตรฐานการดำเนินกิจกรรมดำเนินการให้มีการปฏิบัติการตามแผนให้เข้มงวด และสร้างตัวอย่างที่ดีในโครงการนำร่อง

(3) ประกาศนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการใช้พื้นที่บริการในเขตอุทยานแห่งชาติ ประชาสัมพันธ์แผนบริการ กฎระเบียบ ช่วงเวลาการให้บริการ อัตราค่าบริการให้เป็นที่ทราบทั่วกัน

(4) ผลักดันให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นำแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศแห่งชาติ ซึ่งจัดทำโดยคณะกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์แห่งชาติ ไปเป็นแนวทางในการปฏิบัติในส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้เกิดผลการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทั่วประเทศอย่างสอดคล้องและมีประสิทธิภาพ

(5) กำหนดเขตพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด และให้มีพื้นที่สีเขียว และพื้นที่เปิดโล่งสำหรับประชาชนทั่วไปให้มากขึ้นในทุกเขต

(6) ในขณะที่เขตท่องเที่ยว (Tourism Zone) ตามร่างพ.ร.บ.การท่องเที่ยวใหม่ ยังไม่ประกาศใช้ ให้ประกาศเขตพื้นที่ควบคุมมลพิษ และสิ่งแวดล้อมในเขตชายทะเลที่กำลังขยายตัวอย่างไร้ทิศทาง และที่ยังไม่มีสาธารณูปโภคมารองรับ

(7) ประกาศใช้หลักเกณฑ์และมาตรฐานเพื่อปกป้องระบบนิเวศสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

(8) การขยายกำลังรองรับสาธารณูปโภคเพิ่มเติมจากความต้องการเดิมของท้องถิ่น โดยเฉพาะการกำจัดขยะและน้ำเสีย เพื่อให้สอดคล้องกับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยว

(9) ให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยว นักเรียน นักศึกษา ประชาชนทั่วไป เกี่ยวกับการปฏิบัติในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้ถูกวิธี รวมถึงสนับสนุนให้มีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว ทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมประเพณีของชาติ โดยสร้างเป็นเครือข่ายเฝ้าระวังกระจายอยู่ทั่วประเทศ

(10) จัดทำศูนย์ข้อมูลเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยรวบรวมข้อมูลวิชาการ งานศึกษาวิจัยด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่หน่วยงานหรือนักวิจัยได้ดำเนินการศึกษาและรวบรวมไว้ เป็นฐานข้อมูลในระบบข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์เพื่ออำนวยความสะดวก เป็นการส่งเสริมให้ผู้ที่เกี่ยวข้อง นำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาและการจัดการ เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ในประเทศไทย มีการดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ และเหมาะสม ตามหลักวิชาการ

(11) จัดทำทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ เพื่อรวบรวมกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ และแหล่งท่องเที่ยวที่ดำเนินกิจกรรมนั้น ๆ พร้อมทั้ง รายละเอียดอื่นๆ ได้แก่ โครงสร้างสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึง ลักษณะเด่น และสภาพปัญหาที่มีในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อวัตถุประสงค์ด้านจัดทำเป็นฐานข้อมูลการพัฒนาและการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ทั่วประเทศ

(12) จัดตั้งระบบติดตามสภาพทรัพยากรท่องเที่ยวที่ ททท. ได้ริเริ่มไว้แล้วให้สมบูรณ์ เพื่อให้สามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมที่วิกฤติ มายัง สกอ. พสท. และให้มีกลุ่มอนุรักษ์ในท้องถิ่นเป็นเครือข่ายเผยแพร่ข้อมูลผ่านสื่อมวลชน เพื่อสร้างแรงกดดันทางสังคมให้มีความรับผิดชอบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวของชาติ

4. กลยุทธ์พัฒนาระบบสารสนเทศและการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

โลกในยุค IT เป็นโลกที่สารสนเทศมีความสำคัญอย่างยิ่ง และเป็นจักรกลที่จะสร้างความแตกต่างของสินค้าในความคิดของผู้บริโภค โดยเฉพาะผู้บริโภคที่ใช้ระบบการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่จะเอื้ออำนวยกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวดังต่อไปนี้

เป็นผู้ให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ (Comprehensive Content Provider) ที่ครบถ้วนและมีปฏิสัมพันธ์และเป็นเว็บท่า(Portalweb)ใน 1 ปี

เป็นศูนย์กลางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-mail) อย่างสมบูรณ์ภายใน 3 ปี

เป็นตลาดกลางการค้าอิเล็กทรอนิกส์ (E-Market Place) ภายใน 5 ปี มาตรการภายใต้กลยุทธ์มีดังต่อไปนี้

(1) มาตรการด้านสารสนเทศ

ก. สร้างระบบสารสนเทศเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวในประเศให้สมบูรณ์

ข. สร้างระบบสารสนเทศเกี่ยวกับประเทศคู่แข่งคู่ค้า เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันโดยรวม และในตลาดเฉพาะเพื่อให้สามารถติดตามและประเมินสถานการณ์ท่องเที่ยว

(2) มาตรการส่งเสริมการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ก. เร่งรัดและเพิ่มการให้ข้อมูลข่าวสาร โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-information)

พัฒนาสาระที่น่าสนใจ (Creative Content) ให้แก่จังหวัดท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้กว้างขวางและลึกซึ้งยิ่งขึ้น สำหรับ จังหวัดดังต่อไปนี้ เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พังงา กาญจนบุรี สตูล เลยและสงขลา

ปรับปรุงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวประเภทหลายรส(Combination Packages)ให้แก่นักท่องเที่ยว

พัฒนาข้อมูลสำหรับกลุ่มที่มีความสนใจพิเศษ เช่น วัฒนธรรม ศิลปค่าน้ำ กอล์ฟ ฯลฯ

พัฒนาหน้า web page เฉพาะสำหรับนักธุรกิจ เช่น ให้มีข้อมูล Business, Hotel และข้อมูลที่นักธุรกิจจะสนใจ เช่น สมาคมธุรกิจต่าง ๆ นิคมอุตสาหกรรม ฯลฯ

พัฒนาหน้าเฉพาะสำหรับ SMEs ท่องเที่ยวไทย ซึ่งอาจประกอบไปด้วยการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวหรือตลาด สถิติ บทคัดย่อของงานวิจัยที่ ททท. ว่าจ้าง ข้อมูลการตลาดทั่วไปและตลาดเฉพาะทาง รวมทั้งการประชาสัมพันธ์การฝึกอบรม

เริ่มจากการจัดทำเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบหนังสือนำเที่ยวออนไลน์ (Online guidebook) แล้วพัฒนาเป็นข้อมูลที่สามารถปรับเปลี่ยนเป็นหนังสือนำเที่ยวเสมือน (Virtual guidebook) ที่เน้นความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค และสามารถมีปฏิสัมพันธ์เชิงโต้ตอบกับผู้บริโภคหรือกลุ่มผู้สนใจภายในระยะเวลา 5 ปี

สร้างทำเนียบธุรกิจท่องเที่ยวที่ได้แสดงผลงานและพฤติกรรมที่น่าเชื่อถือ

สร้างชุมชนอิเล็กทรอนิกส์ตามกลุ่มความสนใจด้านการท่องเที่ยว แนะนำเส้นทางและสิ่งอำนวยความสะดวก และเกร็ดเล็กๆ น้อยๆ ที่จะทำให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่นและสะดวกสบาย

ข. สร้างความเชื่อมั่นให้กับนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ โดยผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (E-Trust) ททท. เป็นผู้จัดทำเว็บทำโดยรวบรวม และคัดเลือกผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่น่าเชื่อถือเข้ามาเป็นสมาชิก เพื่อให้เว็บไซต์เป็นแหล่งรวมของสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว และสาระสำหรับการท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้เว็บไซต์เพื่อการหาข้อมูล การสำรองบริการและการสั่งซื้อออนไลน์การสร้างความเชื่อถืออาจจะทำได้หลายระดับเช่น

ททท. กำหนดกฎเกณฑ์บทลงโทษและคุณสมบัติต่างๆของผู้ประกอบการธุรกิจที่ต้องการเข้าเป็นสมาชิก โครงการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อการท่องเที่ยว การกำหนดกฎเกณฑ์และบทลงโทษ จะทำให้ ททท. ได้ผู้ประกอบการที่มีความน่าเชื่อถือไม่สร้างปัญหาให้กับนักท่องเที่ยวและททท.

ททท. ออกเครื่องหมายรับรองสมาชิกที่น่าเชื่อถือ โดยมีลักษณะ
 เดียวกับที่องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวออสเตรเลียรับรองให้กับธุรกิจสมาชิก

สร้างกระดานข่าวหรือห้องสนทนา เพื่อให้สมาชิกหรือนักท่องเที่ยว
 เป็นผู้แสดงความคิดเห็น ให้คะแนนความน่าเชื่อถือหรือให้คำแนะนำในหมู่กับ
 นักท่องเที่ยวผู้บริโภคและผู้ประกอบการ

มีหน่วยงานรับเรื่องร้องเรียนของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ง่ายแก่การตรวจ
 สอบและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

ค. สร้างความสามารถทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce
 Capacity) ภารกิจสำคัญของ ททท. ก็คือช่วยเหลือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้สามารถใช้
 อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการสร้างโอกาสทางการตลาด โดย ททท. เป็นผู้วางแผนใน
 การพัฒนาความสามารถด้านเทคนิคใหม่ๆ จัดหาโครงสร้างพื้นฐานของระบบพาณิชย์
 อิเล็กทรอนิกส์เช่น

พัฒนาสถานภาพทางเทคโนโลยีสารสนเทศของททท. ให้เป็น
 สำนักงานอิเล็กทรอนิกส์(E-office)อย่างแท้จริง

ประชาสัมพันธ์ให้ธุรกิจท่องเที่ยวเห็นความสำคัญของการทำตลาด
 ท่องเที่ยวออนไลน์

ให้ความรู้ด้านการจัดทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับผู้ประกอบการ
 จัดสร้างเว็บท่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้านท่องเที่ยวเพื่อให้ผู้ประกอบการ
 ธุรกิจท่องเที่ยวเข้ามาเป็นสมาชิก ทำให้ธุรกิจสามารถเข้าสู่เว็บไซต์ได้ใน
 ราคาประหยัด

สร้างสิ่งอำนวยความสะดวกในเว็บท่า เช่น การจัดส่งสินค้า การชำระ
 เงิน กระดานสนทนา สารระข้อมูลที่เป็นประโยชน์ การตอบคำถามที่มีผู้ถามเป็นประจำ
 (FAQ) การค้นหาข้อมูล

อบรมการตลาดท่องเที่ยวออนไลน์ การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อใช้โต้ตอบ
 ทางอินเทอร์เน็ตให้กับผู้ประกอบการและพนักงาน

ช่วยเหลือสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านการตลาดโดยวิธีอื่นๆ นอกเหนือจากการตลาดผ่านเว็บไซต์ เช่น การแนะนำสมาชิกกับสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ การให้ความรู้ การออกงานแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์บริษัทสมาชิกในสื่อหรือสิ่งพิมพ์ทุกชนิดของ ททท.

จัดเตรียมบุคลากรใน ททท. ผู้วางนโยบาย นักการตลาด นักกฎหมาย นักเทคโนโลยี ผู้ปฏิบัติการ จัดตั้งทีมงานดูแลเว็บไซต์ ทีมงานวิเคราะห์ข้อมูลพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทีมงานฝึกอบรม และทีมงานที่ต้องประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อบรมพนักงานผู้รับผิดชอบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มีความเข้าใจ และสามารถพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ ถึงแม้การพัฒนาจะทำโดยหน่วยงานภายนอก เจ้าหน้าที่ของ ททท. ควรจะมีความรู้ทางด้านเทคนิคและการตลาดท่องเที่ยวออนไลน์

ส่งเสริมนำเสนอสินค้าหรือบริการในเว็บไซต์ ให้สามารถตอบสนองความต้องการหรือพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วของลูกค้า

ง. ให้สื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการทำการตลาด E-marketing พัฒนาการตลาดโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์สำหรับตลาด สหรัฐฯ สหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และเยอรมนี

พัฒนาฐานข้อมูลธุรกิจประเภทต่างๆ ในประเทศไทย เพื่อเตรียมพร้อมในการเชื่อมระบบให้ทำ real-time E-commerce ได้ในที่สุด

โฆษณาเว็บไซต์ให้เป็นที่รู้จักทั้งในรูปแบบออนไลน์ และการตลาดทั่วไป (Offline) เช่น การฝากเว็บไซต์กับเว็บท่าหลัก หรือเข้าร่วมโปรแกรมธุรกิจในเครือ (Affiliate Program) เพื่อเพิ่มจำนวนผู้เยี่ยมชมเว็บไซต์

ช่วยเหลือด้านการตลาดโดยวิธีอื่นๆ นอกเหนือจากการตลาดผ่านเว็บไซต์ เช่น การแนะนำสมาชิกกับสำนักงานตัวแทนในต่างประเทศ การให้ความรู้ การออกงานแสดงสินค้า การประชาสัมพันธ์บริษัทสมาชิกในสื่อหรือสิ่งพิมพ์ทุกชนิดของ ททท.

ต่อเชื่อมเว็บไซต์ของ ททท. กับระบบ Cable TV ในโรงแรม
 ฝาก link เว็บไซต์ของ ททท. กับเว็บไซต์อื่น (Portal Web) และเว็บ
 สำหรับสืบค้นหา (search engine) ที่เป็นที่ยู๊จกดีในโลก เช่น Google MSN, Yahoo, Alta
 Vista หรือ Excite เป็นต้น

ฝากโฆษณาหรือแลกเปลี่ยนแบนเนอร์ (Banner) ไว้ในเว็บไซต์ท่องเที่ยว
 ที่ช่วยอดนิยม เช่น Lonely planet, Expedia, City Net, Travel City
 เป็นต้น

โฆษณาเว็บไซต์ของ ททท. เมื่อ ททท. ประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับ
 ประเทศไทยทุกครั้ง

จ. การส่งเสริม ให้ประเทศไทยมี E-Market Place สำหรับการท่องเที่ยว
 พัฒนา infrastructure ด้าน software ต้องมี software เฉพาะ E-market
 place สำหรับปรับฐานข้อมูลธุรกิจ ระบบความปลอดภัยของเครือข่าย software ประมูล
 ทำ road show สำหรับดึงดูดผู้ซื้อและผู้ขายรายใหญ่ (major players)

5. กลยุทธ์สนับสนุนการประชุมและนิทรรศการนานาชาติ

การประชุมและนิทรรศการนานาชาติขนาดใหญ่ จะเกิดขึ้นในเมืองท่องเที่ยว
 ขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียงในระดับนานาชาติมาเป็นเวลานาน มีสาธารณูปโภคพร้อมใน
 เอเชีย ประเทศที่ติดอันดับโลกด้านการจัดการประชุมและนิทรรศการ ได้แก่ สิงคโปร์
 และญี่ปุ่น ในประเทศญี่ปุ่น เทศบาลของเมืองใหญ่ ๆ เช่น โทโยได้สร้างศูนย์ประชุม
 ขนาดใหญ่เพื่อรับการประชุมนานาชาติ ซึ่งยากที่ประเทศไทยจะนำเมืองท่องเที่ยวที่ยังไม่
 ติดอันดับโลก (เช่น สงขลา) มาแข่งขัน ในประเทศไทย มีปัญหาการจราจรของเมือง
 ท่องเที่ยวติดอันดับโลกของไทย เช่น ในกรุงเทพฯ ปัญหาการขาดแคลนระบบคมนาคม
 มวลชนที่ต่อเชื่อมเป็นระบบในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่น เชียงใหม่และภูเก็ต ซึ่งจะเป็
 อุปสรรคสำคัญในการพัฒนาจังหวัดนั้น มาเป็นศูนย์การประชุมขนาดใหญ่ กลยุทธ์การ
 สนับสนุนการประชุมและนิทรรศการนานาชาติของไทยในช่วงต้น จึงควรเน้นที่การ
 ประชุมไม่เกิน 10,000 คน และไม่ควรถวายการสนับสนุนของรัฐไปยังหลายจังหวัด
 เกินไป จังหวัดที่มีชื่อเสียงเพียงพอที่จะเข้าข่ายเมืองประชุมนานาชาติมีเพียงกรุงเทพฯ

ชลบุรี (พัทยา) เชียงใหม่ ภูเก็ต ซึ่งแม้ในจังหวัดเหล่านี้ก็ไม่มีคามจำเป็นที่จะต้องสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติ แต่ควรปรับปรุงสนามกีฬาประชาชนให้มีมาตรฐานและคุณภาพที่ดีขึ้น ภูเก็ตเป็นจังหวัดเดียวที่เอกชนอาจพิจารณาสร้างศูนย์ประชุมนานาชาติ ที่รัฐอาจให้พิจารณาส่งเสริมคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน แต่รัฐต้องปรับปรุงระบบคมนาคม ที่เชื่อมโยงโรงแรมจากหาดต่างๆ ให้ดีกว่าในปัจจุบัน

มาตรการภายใต้กลยุทธ์นี้มีดังต่อไปนี้

- (1) เร่งรัดสาธารณูปโภคหลักให้เป็นไปตามแผน เช่น สนามบินสุวรรณภูมิ โครงการทางด่วนพิเศษต่าง ๆ โครงการขนส่งมวลชน โดยเฉพาะรถไฟฟ้าใต้ดิน ฯลฯ การขยายเส้นทางรถไฟฟ้ามให้มีสมรรถภาพสูงขึ้น
- (2) ปรับปรุงสนามกีฬา และหอประชุมสถาบันการศึกษาในจังหวัดท่องเที่ยวหลักให้เป็นศูนย์ประชุมได้
- (3) จัดตั้ง MICE Bureau เพื่อให้สามารถนำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (4) ให้นำหน่วยงานของรัฐจัดงานประชุมนิทรรศการนานาชาติให้มากขึ้น โดยเฉพาะในสาขาที่ไทยมีความได้เปรียบ เช่น การเกษตรอาหาร อัญมณี ฯลฯ
- (5) ให้นำหน่วยราชการที่เกี่ยวข้องสนับสนุนและอำนวยความสะดวกให้แก่กิจกรรม MICE ตั้งแต่การเตรียมการประมูลจนกระทั่งการประชุมสิ้นสุดลง

6. กลยุทธ์พัฒนาชุมชนท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ SMEs

ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีลักษณะพิเศษ คือ มีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมเป็นจำนวนมาก ซึ่งนับเป็นรากฐานที่สำคัญ สำหรับการกระจายรายได้และการจ้างงานไปสู่ท้องถิ่น แต่การมีผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมจำนวนมาก นั้นหมายความว่า จะมีการแข่งขันในระดับสูง ดังนั้น การลดต้นทุนจึงเป็นกลยุทธ์สำคัญของบริษัท แต่ความพยายามลดต้นทุนดังกล่าว อาจเป็นผลกระทบที่เป็นลบต่อการอนุรักษ์การท่องเที่ยวให้ยั่งยืนในระยะยาว ดังนั้น กลยุทธ์การพัฒนาผู้ประกอบการจึงมุ่งที่ช่วยลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพ โดยมี มาตรการดังต่อไปนี้

(1) พัฒนากลุ่มธุรกิจ (Cluster) ในพื้นที่เดียวกัน เพื่อสร้างความพร้อมของกลุ่มธุรกิจเดียวกันและกลุ่มธุรกิจที่เชื่อมโยงกัน เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน และเพื่อมิให้เกิดปัญหาคอขวดและให้สามารถ "บินเป็นฝูง" ได้

(2) สนับสนุนด้านวิชาการและข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการขนาดย่อมและองค์กรเอกชนอิสระ ร่วมกับการพัฒนาฝีมือแรงงาน จัดอบรมการให้บริการ และจัดการท่องเที่ยว เช่น ร้านอาหาร และการจัดการที่พัก ฯลฯ รวมทั้งการจัดทำคู่มือการประกอบการ

(3) จัดทำทำเนียบแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นผู้จัดการ

(4) จัดให้มีมัคคุเทศน์ท้องถิ่นที่ถูกต้องตามกฎหมาย โดยมีสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวท้องถิ่น และสถาบันการศึกษาในท้องถิ่นเป็นผู้พิจารณาหลักสูตร ทั้งนี้จะต้องมีการแก้ไข พ.ร.บ. ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศน์ พุทธศักราช 2535

(5) จัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกเคลื่อนที่สำหรับการจัดงานเทศกาล

7. กลยุทธ์ด้านการยกระดับคุณภาพและการจัดทำมาตรฐานแห่งชาติ

มาตรการภายใต้กลยุทธ์มีดังต่อไปนี้

(1) สร้างระบบประกันคุณภาพและมาตรฐาน การให้การศึกษา และการฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว

(2) กำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานในหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพ และมีความปลอดภัย และให้มีการตรวจสอบการดำเนินงานให้เป็นไปตามมาตรฐานได้อย่างเคร่งครัด

(3) พัฒนาและสร้างระบบรับรองมาตรฐานอุตสาหกรรม เช่น ระบบการให้ดาวของโรงแรม และมาตรฐานการบริการและความปลอดภัยสำหรับบริการสุขภาพและบริการผจญภัยในรูปแบบต่างๆ

(3) เร่งรัดพัฒนาเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ ภูเก็ตและเชียงใหม่ ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวนานาชาติที่ได้มาตรฐานสากล (World Class Tourism) ที่ยังคงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น และเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและโทรคมนาคมในภูมิภาค

8. กลยุทธ์การท่องเที่ยวเพื่อสังคมปัญญา

การท่องเที่ยวเป็นวิธีการที่สามารถใช้กระตุ้นให้เยาวชนและประชาชนหันมาสนใจองค์ความรู้ท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ และมรดกทางวัฒนธรรมได้น่าสนใจกว่าการเรียนรู้ภายในห้องเรียน และยังเป็นช่องทางการเรียนรู้ทางวิชาการและวิชาชีพอย่างต่อเนื่องให้กับประชาชนอีกด้วย อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้เกิดความเข้าใจและความรักมรดกของชาติ ดังนั้น การท่องเที่ยวจึงสามารถใช้เป็นวิธีการหนึ่งเพื่อยกระดับความรู้และจิตสำนึกของประชาชน

มาตรการภายใต้กลยุทธ์นี้มีดังต่อไปนี้

- (1) สนับสนุนลงทุนในการสืบค้นประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยว สนับสนุนการสร้างข้อมูลสำหรับการท่องเที่ยวเชิงพุทธ
- (2) สร้างสารบันเทิงและสาระสร้างสรรค์ เพื่อให้การท่องเที่ยว เป็นวิธีการหนึ่งของการให้การศึกษาแก่เยาวชน และก่อให้เกิดโอกาสการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องของประชาชน
- (3) สร้างโครงการ E- tourism สำหรับนักเรียนนักศึกษาที่เน้น "เที่ยวให้รู้ ดูให้เกิดปัญญา" แก่เยาวชนไทย
- (4) ให้กิจกรรมขนส่งมวลชนของรัฐ และที่พักที่เป็นของหน่วยราชการ คิดค่าบริการสำหรับนักเรียนนักศึกษาเพียงร้อยละ 40 ของราคาปกติ ในช่วงวันหยุด เมื่อมีการเดินทางเป็นหมู่คณะ ไปทัศนศึกษานอกสถานที่

9. กลยุทธ์การตลาดและขยายบริการด้านการท่องเที่ยว

เป้าหมายในแผน ๑9

- (1) ให้สร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยในฐานะ "Quality Destination" เน้นการท่องเที่ยวคุณภาพสูง และการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เน้นกลุ่มลูกค้าสตรี และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัว จากญี่ปุ่น เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ออสเตรเลีย สแกนดิเนเวีย
- (2) รมรณรงค์ให้ไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในเอเชียและแปซิฟิก

(3) กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกในตลาดต่างประเทศที่มีแนวโน้มความได้เปรียบลดลงได้แก่ เยอรมนี สเปน อิตาลีฯ ทั้งนี้ต้องเน้นการเปิดตลาดใหม่ในประเทศเหล่านี้

(4) กำหนดให้ตลาดที่มีผลตอบแทนสูงและตลาดที่ต้องการสินค้าคุณภาพ เช่น ตลาด MICE ตลาดน้ำผึ้งพระจันทร์ เป็นตลาด เป้าหมายในแผนฯ 9 รมรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวในฤดูฝน (Green Season) เป็นการท่องเที่ยวในฤดูส่งเสริม (Promotion Season) สำหรับประเทศจีน ให้ตั้งเป้าหมายเฉพาะกลุ่มมีรายได้สูง โดยเฉพาะลูกค้าในเขตเมืองชายทะเล

(5) กำหนดเป้าหมายผู้โดยสารผ่าน (Transit Passengers) ที่จะสามารถชักจูงเข้ามาทัศนอาจรในประเทศ ในกรุงเทพมหานคร อยุธยา ภูเก็ต และเชียงใหม่

มาตรการด้านการตลาดและมีการขยายบริการการท่องเที่ยวมีดังต่อไปนี้

(1) กำหนดกลยุทธ์เชิงรุกสำหรับส่งเสริมจังหวัดในประเทศไทยที่มีความพร้อม ดังต่อไปนี้

อันดับ 1 ภาคเหนือ แม่ฮ่องสอน เพชรบูรณ์

ภาคตะวันออก ตราด

ภาคใต้ ตรัง พังงา กระบี่

อันดับ 2 ภาคกลาง กรุงเทพมหานคร ประจวบคีรีขันธ์ ลพบุรี

ภาคตะวันออก ชลบุรี ระยอง

ภาคเหนือ เชียงใหม่ เชียงราย สุโขทัย

ภาคใต้ ภูเก็ต สงขลา สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช

อันดับ 3 ภาคเหนือ ลำพูน

ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ บุรีรัมย์

(2) ให้พัฒนาแนวความคิด (Theme) หรือเรื่องราว (Story) ให้เป็นจุดขายที่น่าสนใจและชัดเจน สำหรับแหล่งท่องเที่ยวก่อนที่จะไปทำแผนตลาดและแผนกายภาพ

(3) เร่งรัดพัฒนาระบบ E-marketing และใช้ E-Marketing อย่างเต็มรูปแบบในตลาดสหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร เยอรมนีและตลาดญี่ปุ่น เพื่อให้เข้าถึง

ลูกค้าประเภทผู้บริโภครายย่อยได้ ให้สำนักงานในตลาดที่เพิ่งอ้าง ปรับโครงสร้างเพื่อทำการตลาดเฉพาะ (Niche Market) เช่น ตลาด MICE ตลาดกอล์ฟ ตลาดวัฒนธรรมคุณภาพสูง ตลาดน้ำผึ้งพระจันทร์

(4) พัฒนาระบบข้อมูลกลไก และการประชาสัมพันธ์กิจกรรม ให้เอื้ออำนวยการท่องเที่ยวประสงค์ (Multi-Purpose) หรือ Combination Tour ในประเทศไทย ซึ่งในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำนวนมากจะใช้เวลาในแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลเป็นเวลานาน ซึ่งระบบข้อมูลที่ต้องการจะเป็นประเภททำเนียบธุรกิจ และกิจกรรมการวางแผนการเดินทาง สิ่งดึงดูดใจเฉพาะด้าน เช่น วัฒนธรรม สุขภาพและความงาม กีฬา บันเทิง และ

ลดการประชาสัมพันธ์ผ่านแผ่นพับและสื่อแบบทั่วไป

(5) ส่งเสริมการท่องเที่ยวในฤดูฝน (Green Season) ให้เป็น Promo Tion Season สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศ กิ่งทะเลทรายและทะเลทราย สำหรับผู้สูงอายุ และนักศึกษา รวมทั้งนักท่องเที่ยวไทย โดยกำหนดราคาพิเศษทั้งค่าที่พักค่าเดินทาง สำหรับกลุ่มนักศึกษาและผู้สูงอายุ

(6) ประกาศให้ช่วงแผนฯ 9 เป็นช่วงการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตสำหรับครอบครัวไทย เน้นการท่องเที่ยวของครอบครัว และพาผู้สูงอายุไปท่องเที่ยวพร้อมลูกหลาน เพื่อกระชับความสัมพันธ์ในครอบครัว โดยจัดทำโครงการครอบครัวท่องเที่ยววันต้นพรรษา และโครงการบัตรกำนัลลดต้นทุน โดย ททท. ประสานกับธนาคารต่าง ๆ และผู้ประกอบการเอกชน เพื่อขยายและกระจายกิจกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวไทยในช่วงพฤษภาคมถึงกันยายน ซึ่งเป็นบัตรสมาชิกที่จะทำให้ได้ลดราคาเครื่องบิน รถไฟ และค่าที่พัก เมื่อเดินทางพร้อมกันทั้งครอบครัว รวมทั้งบัตรกำนัลท่องเที่ยวที่ลูกหลานซื้อให้ญาติและผู้มีบุญคุณในวัยอาวุโส

(7) ใช้กลยุทธ์ในเชิงรุกพัฒนาตลาดท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมความงามในประเทศไทย ควบคู่ไปกับอุตสาหกรรมเสริมความงาม

(8) ปรับโครงสร้างสำนักงานต่างประเทศโดยให้ลดสำนักงานให้เหลือเพียงหนึ่งแห่งในแต่ละประเทศ และเพิ่มสำนักงานในตลาดใหม่ ที่ต้องการพัฒนา เช่น อินเดีย จีน เกาหลีใต้ กลุ่มประเทศสแกนดิเนเวีย

(9) ตั้งเป้าหมายการตลาดในแต่ละประเทศให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ในประเทศที่มีการพัฒนาตลาดไปมากแล้ว ที่มีแนวโน้มค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยวลดลง เช่น เยอรมนี อิตาลี เป็นต้น ให้นับการเปิดตลาดใหม่ โดยตั้งเป้าหมายให้สัดส่วนนักท่องเที่ยวซ้ำ (repeat tourists) ลดลงในตลาดเหล่านี้

(10) ให้สำนักงานในต่างประเทศ เพิ่มการประชาสัมพันธ์และสื่อสารกับผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวโดยตรงมากขึ้น เพื่อเป็นการขยาย ตลาด FIT เชื่อมโยงการโฆษณาโดยตรงและโดยอ้อมกับเว็บท่าของททท.

(11) ส่งเสริมการทัศนจรของผู้โดยสารที่ผ่านท่าอากาศยานหลัก เช่น ให้ภาคเอกชนเปิด booth โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในห้อง Transit เพื่อนำเที่ยว หรือให้สายการบินแห่งชาติโฆษณาการท่องเที่ยวที่ผู้โดยสารสามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ใน 1 วัน ระหว่างรอเปลี่ยนเครื่องบิน

(12) พัฒนาสื่อด้านการตลาดเป็นภาษาต่างประเทศที่จะเป็นตลาดหลัก เช่น จีน ญี่ปุ่น สเปน ฝรั่งเศส พัฒนาข่าวสารและสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานสำหรับตลาดประเทศมุสลิม

(13) ส่งเสริมการถ่ายทำภาพยนตร์ สารคดีท่องเที่ยวและวัฒนธรรม หรือโฆษณา โดยอำนวยความสะดวก ลดขั้นตอน ยกเว้นภาษีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ต้องนำเข้าและนำออกไป เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์ประเทศไทยให้แพร่หลายยิ่งขึ้น ทั้งนี้ให้มีการควบคุมผล กระทบด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไป

(14) ย้ายวันปิดภาคเรียนจากฤดูร้อนเป็นฤดูฝน จะทำให้แก้ไขปัญหาการขาดแคลนแรงงานภาคเกษตร การจราจรในกรุงเทพฯ และปัญหาอัตราที่พักด้านการท่องเที่ยวต่ำ ไปพร้อมๆ กัน

10. กลยุทธ์พัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภาคพื้นเอเชียและแปซิฟิก

ตราบกระทั่งปัจจุบัน ประเทศไทยมีความได้เปรียบทั้งฮองกงและสิงคโปร์ ในด้านศูนย์กลางการบินในเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะเส้นทาง จากยุโรป แต่วิวัฒนาการด้านอากาศยานจะทำให้ไทยสูญเสียความได้เปรียบในเส้นทางยุโรป แต่จะเพิ่มศักยภาพ

ในเส้นทางจากทวีปอเมริกาเหนือ ในขณะที่เดียวกัน สิงคโปร์ก็ได้ดำเนินนโยบายด้านท่าอากาศยานและสายการบินที่มีเอกภาพและประสิทธิภาพมากกว่าไทย และมีแนวโน้มจะเป็น ศูนย์กลางการบินในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น จึงถึงเวลาที่ประเทศไทยจะ ทบทวนความเป็นไปได้ที่ไทยจะเป็นศูนย์กลางการบิน กับความเป็นไปได้ที่ไทยจะเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยวในภูมิภาค โดยพิจารณาผลได้ผลเสียในแต่ละทางเลือกให้ชัดเจน รวมทั้งเป้าหมายและบทบาท โอกาสของไทยที่จะเป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวของ เอเชียแปซิฟิก ตลอดจนการสนับสนุนที่จำเป็นจากรัฐ การให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลาง การท่องเที่ยวของเอเชียแปซิฟิก จะต้องทำการตลาดร่วมกับสายการบินนานาชาติ ไม่ จำกัดแต่เพียงสายการบินแห่งชาติ รวมทั้งการเปิดให้ทำอากาศยานภูเก็ตและเชียงใหม่ เป็นท่าอากาศยานนานาชาติอย่างแท้จริง โดยให้มีการเพิ่มเที่ยวบิน จากสายการบิน นานาชาติอื่นๆเข้าสู่สนามบินหลัก หากสายการบินของไทยยังไม่มีความพร้อม แต่ วิธีการส่งเสริมในประการหลังอาจจะทำให้สายการบินแห่งชาติและท่าอากาศยาน ประเทศอื่น โดยเฉพาะของสิงคโปร์เข้มแข็งยิ่งขึ้นในด้านการเป็นศูนย์กลางการบิน

มาตรการภายใต้กลยุทธ์นี้มีดังต่อไปนี้

- (1) เจรจาแลกเปลี่ยนสิทธิการบินเพิ่มเติมในตลาดญี่ปุ่น สาธารณรัฐ ประชาชนจีน อิตาลี และ สเปน
- (2) ทบทวนความเป็นไปได้ในการใช้กลุ่มท่าอากาศยานในประเทศ เพื่อ ผลักดันประเทศไทยให้เป็นบริษัทการบินไทย รวมทั้งในการ สนับสนุนการขยายตลาด การท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งการกระจายการท่องเที่ยวไปสู่ภูมิภาค ทั้งนี้ โดยให้ คำนี้ถึงประโยชน์ของประเทศโดยรวม มากกว่าการปกป้องสายการบินแห่งชาติ
- (3) ทำแผนตลาดร่วมกับสายการบินนานาชาติ เพื่อส่งเสริมให้ผู้โดยสารผ่าน (Transit passenger) แวะที่สนามบินที่เชียงใหม่ ภูเก็ต กรุงเทพฯ และอยุธยา ทั้งนี้ ต้องเปิด ให้สนามบินเชียงใหม่และภูเก็ต เป็นสนามบินนานาชาติที่แท้จริง
- (4) พิจารณาค่าธรรมเนียมที่เหมาะสม โดยตั้งคณะกรรมการด้านการกำหนด อัตราค่าธรรมเนียมและการกำกับดูแลในด้านบริการอื่น ๆ ให้มี ประสิทธิภาพใน ระดับสูงตลอดเวลา

(5) ให้สายการบินแห่งชาติสนับสนุนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในด้านการตลาดต่างประเทศ การเปิดตลาดใหม่ โดยให้มีการ ใช้ทรัพยากรร่วมกัน (เช่น อาคาร สถานที่ การจัดกิจกรรมการตลาด)

(6) ผลักดันแนวโน้มนโยบาย Single ASEAN Destination เพื่อให้ไทยเป็น ASEAN Gateway เต็มรูปแบบ ทั้งนี้ควรเริ่มผลักดัน เป็นกลุ่มย่อยในประเทศที่พร้อมก่อน เช่น (สนับสนุนให้จัดตั้งกลุ่มความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาค ระหว่างสิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทย เพื่อให้นักท่องเที่ยวนานาชาติสามารถใช้ VISA ของประเทศสมาชิกใดประเทศหนึ่งสามารถเดินทางเข้าทุกประเทศได้)

(7) เร่งรัดการก่อสร้างท่าอากาศยานสุวรรณภูมิให้เสร็จตามกำหนด

(8) พัฒนาความร่วมมือกับองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศพันธมิตร และสายการบินอื่นๆ โดยเฉพาะสิงคโปร์และฮ่องกง ให้ทำการตลาดร่วมกัน โดยให้สิงคโปร์และฮ่องกงสามารถรองรับนักท่องเที่ยวไปยังเมืองต่าง ๆ นอกจากกรุงเทพฯ ได้ โดยตรงมากขึ้น

โครงการการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาว

การพำนักระยะยาว (Long Stay) ซึ่งเป็น โครงการที่ทั้งภาครัฐบาลและเอกชน กำลังให้ความสนใจให้การส่งเสริม จุดมุ่งหมายเพื่อให้ นักท่องเที่ยวมาเพื่อการใดการหนึ่ง โดยเฉพาะ สำหรับระยะยาวนั้น ขึ้นอยู่กับกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ วัตถุประสงค์ที่เข้ามาได้ 4 กลุ่มหลักดังนี้

1. กลุ่มที่ต้องการเข้ามาใช้ชีวิตนั้นปลายในการท่องเที่ยว ได้แก่ ผู้เกษียณอายุการทำงาน ผู้สูงอายุที่ขาดผู้ดูแล
2. กลุ่มที่เข้ามาเพื่อรักษาสุขภาพ ได้แก่ ผู้ที่มาเข้ารับการรักษาพยาบาลและพักผ่อน ผู้ที่ต้องการหลบสภาพอากาศที่รุนแรงในประเทศของตนบางช่วง เช่น ร้อนจัด หนาวจัด
3. กลุ่มที่เข้ามาเพื่อการศึกษา ได้แก่ ผู้ที่เข้ามาศึกษาในระดับต่างๆ หรือผู้ที่เข้ามาอบรมในหลักสูตรระยะสั้น นักเรียนแลกเปลี่ยนตาม โครงการต่างๆ

4.กลุ่มที่เข้ามาฝึกซ้อมกีฬา ได้แก่ นักกีฬาที่เข้ามาเก็บตัวฝึกซ้อมก่อนการแข่งขัน กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนและฝึกหัดกีฬาบางประเภท เช่น กีฬากอล์ฟ มวยไทย ฯลฯ

ให้มีการส่งเสริมและการพัฒนาธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพระยะยาว กระทรวงพาณิชย์โดยกรมส่งเสริมการส่งออก กระทรวงสาธารณสุข สถานเอกอัครราชทูตไทยประจำประเทศต่างๆการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงพยาบาล สมาคมโรงแรม สถาบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย และสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยวจึงส่งเสริมให้บริการพักผ่อนพร้อมการดูแลอย่างครบวงจร การเพิ่มขีดความสามารถและสร้างความเชื่อมั่นด้านการให้บริการ โดยจัด โครงการมอบประกาศนียบัตรรับรองมาตรฐานสถานบริการ ธุรกิจเพื่อสุขภาพระยะยาว (Silver Merit Award)แก่สถานบริการ (Long Stay Provider) ที่ได้มาตรฐาน เพื่อประกันความมั่นใจให้แก่ลูกค้า สำนักตรวจคนเข้าเมืองออก วีซ่าพิเศษ (O-A) แก่ชาวต่างประเทศที่มีอายุตั้งแต่ 55 ปีขึ้นไป ที่ประสงค์เข้ามาพำนักในประเทศไทยระยะยาวคราวละไม่เกิน 1 ปี ต่ออายุวีซ่าได้ โดยมีหลักฐานการฝากเงินกับธนาคารพาณิชย์ไทยไม่น้อยกว่า 800,000 บาท หรือหลักฐานการมีรายได้ไม่น้อยกว่าเดือนละ 65,000 บาท/เดือนหรือมีเงินฝากและเงินได้รวมทั้งปีไม่น้อยกว่า 800,000 บาท

ภาคผนวก ข
ผลการวิเคราะห์

ตารางที่ 8 ข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ใช้ในการคำนวณตั้งแต่ปี
พ.ศ. 2530 – 2545

ปี	จำนวน นักท่องเที่ยว (คน)	รายได้จากการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	ค่าใช้จ่ายในการ ท่องเที่ยว (บาท/คน/วัน)	จำนวน นักท่องเที่ยว ในปีที่ผ่านมา(คน)	งบประมาณ ในการ ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	หมายเหตุ
2530	3,482,958	50,024	2,370.04	2,818,092	435.90	ปีท่องเที่ยวไทย นักท่องเที่ยว3ล้านคน
2531	4,230,737	78,859	2,532.54	3,482,958	506.70	
2532	4,809,508	96,386	2,626.56	4,230,737	530.64	
2533	5,298,860	110,572	2,955.63	4,809,508	830.96	นักท่องเที่ยว 5ล้านคน
2534	5,086,899	110,004	2,772.82	5,298,860	1,004.25	สงครามอ่าวเปอร์เซีย นักท่องเที่ยวลด
2535	5,136,443	123,135	3,395.58	5,086,899	1,262.06	
2536	5,760,533	127,802	3,196.80	5,136,443	1,463.18	
2537	6,166,496	145,211	3,373.70	5,760,533	2,162.64	
2538	6,951,566	190,765	3,693.41	6,166,496	2,305.02	
2539	7,192,145	219,364	3,706.02	6,951,566	2,495.57	
2540	7,211,345	220,755	3,671.87	7,192,145	2,528.90	
2541	7,764,930	242,177	3,712.93	7,211,345	2,525.15	ปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542
2542	8,580,332	253,018	3,704.54	7,764,930	2,649.20	
2543	9,508,623	285,272	3,861.19	8,580,332	2,920.211	
2544	10,061,950	299,047	3,747.87	9,508,623	2,919.43	เหตุการณ์วิกฤติที่ U.S.A
2545	10,799,067	323,484	3,753.74	10,061,950	3,115.23	เหตุการณ์ระเบิดใน เกาะบาหลี

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2545. โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กองสถิติ
และวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การทดสอบสมการครั้งที่ 1

Dependent Variable: N

Method: Least Squares

Date: 09/25/03 Time: 12:27

Sample(adjusted): 1988 2002

Included observations: 15 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4501862.	1671703.	2.692979	0.0226
E	-1050.250	669.7166	-1.568200	0.1479
Y	22.35095	5.672293	3.940372	0.0028
$N_{(t-1)}$	0.219601	0.204325	1.074765	0.3077
BUDGET	251.8967	498.0410	0.505775	0.6240
R-squared	0.981158	Mean dependent var		6970629.
Adjusted R-squared	0.973622	S.D. dependent var		2035049.
S.E. of regression	330519.6	Akaike info criterion		28.51592
Sum squared resid	1.09E+12	Schwarz criterion		28.75194
Log likelihood	-208.8694	F-statistic		130.1855
Durbin-Watson stat	1.112420	Prob(F-statistic)		0.000000

การทดสอบสมการครั้งที่ 2

Dependent Variable: N

Method: Least Squares

Date: 09/25/03 Time: 12:25

Sample(adjusted): 1991 2002

Included observations: 12 after adjusting endpoints

Convergence achieved after 8 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2581798.	1086922.	2.375329	0.0551
E	-634.5705	362.9134	-1.748545	0.1310
Y	13.77520	5.387314	2.556970	0.0431
$N_{(t-1)}$	0.668543	0.235450	2.839432	0.0296
BUDGET	-63.11563	274.2801	-0.230114	0.8256
AR(3)	-0.852249	0.221123	-3.854183	0.0084
R-squared	0.990114	Mean dependent var		7518361.
Adjusted R-squared	0.981876	S.D. dependent var		1892751.
S.E. of regression	254809.6	Akaike info criterion		28.04127
Sum squared resid	3.90E+11	Schwarz criterion		28.28373
Log likelihood	-162.2476	F-statistic		120.1886
Durbin-Watson stat	2.257062	Prob(F-statistic)		0.000006
Inverted AR Roots	.47+.82i	.47 -.82i	-.95	

การทดสอบสมการครั้งที่ 3

Dependent Variable: N

Method: Least Squares

Date: 09/25/03 Time: 12:27

Sample(adjusted): 1991 2002

Included observations: 12 after adjusting endpoints

Convergence achieved after 6 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2722869.	822684.6	3.309736	0.0129
E	-688.5140	253.5589	-2.715401	0.0300
Y	13.45477	4.874621	2.760166	0.0281
$N_{(t-1)}$	0.664746	0.219056	3.034602	0.0190
AR(3)	-0.843645	0.208039	-4.055235	0.0048
R-squared	0.990030	Mean dependent var		7518361.
Adjusted R-squared	0.984332	S.D. dependent var		1892751.
S.E. of regression	236916.6	Akaike info criterion		27.88314
Sum squared resid	3.93E+11	Schwarz criterion		28.08519
Log likelihood	-162.2988	F-statistic		173.7708
Durbin-Watson stat	2.232295	Prob(F-statistic)		0.000000
Inverted AR Roots	.47 -.82i	.47+.82i	-.94	

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2530–2543. **รายงานประจำปี**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. 2536. **โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บท ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. 2540. **โครงการศึกษาแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. 2543. **โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. 2544. **โครงการศึกษาแผนแม่บท ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- _____. 2545. **โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว: กองสถิติและวิจัยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิราพร ไทยเจริญพิภพ. 2531. การท่องเที่ยวเกี่ยวกับการแก้ปัญหาการขาดดุลการค้าการชำระเงินเรื่อริง. ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันพัฒนบริหารศาสตร์.
- ชมพร เอี่ยมศรีทอง. 2536. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ. ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ฉัตรชัย ปานเฟื่อง. 2543. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ธงชัย ฐีปิตวิริยะ. 2541. อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ปี พ.ศ.2530–2540. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- พิชัย วัชวุฒิ. 2542. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับของนักท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- พิชัย เสวีกุล. 2537. ปัจจัยกำหนดการอุปสงค์การเดินทางมายังประเทศไทยของชาวต่างประเทศ. ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- มาลีรัตน์ สุขศรี. 2540. วิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ พ.ศ. 2523-2537. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์-มหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- รุ่งทิพย์ จินดาพล. 2538. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ. ภาคนิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิภาวดี สงวนรัตน์. 2540. การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย. ภาคนิพนธ์มหาบัณฑิตคณะพัฒนาการเศรษฐกิจ, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ศรีสุรางค์ สุนทรกุล. 2536. ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น: กรณีศึกษาจังหวัดเชียงราย. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อารีย์ภรณ์ รอดทัศน. 2543. ความสัมพันธ์เชิงเหตุกาณ์ระหว่างกาณ์เปิดประเทศกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Francois, Vellas, and Lionel Becherel. 1995. International tourism: An economic perspective. Great Britain: Macmillan.
- Manuel, Vanegas, Sr., and Robertico R. Croes. 2000. Evaluation of demand US tourists to Aruba. **Annuals of Tourism Research** 24, 4 (January): 946-963.
- O. Icoz, T.Var, and M. Kozak. 1998. Tourism demand in Turkey. **Annuals of Tourism Research** 25, 1 (January): 236-239.

ประวัติผู้เขียน

- ชื่อ ชื่อสกุล : นางสาวทิวา สมพร
- วัน เดือน ปี เกิด : 16 มกราคม 2518
- สถานที่เกิด : จังหวัดพังงา
- วุฒิการศึกษา : สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
จาก โรงเรียนภูเก็ตวิทยาลัย ปีการศึกษา 2537
- : สำเร็จปริญญาตรีศิลปศาสตรบัณฑิต (ภาษาอังกฤษ)
จาก ราชภัฏจันทรเกษม ปีการศึกษา 2542
- สำเร็จปริญญาตรีเศรษฐศาสตรบัณฑิต (การเงิน)
มหาวิทยาลัยรามคำแหง ปีการศึกษา 2542
- ตำแหน่งหน้าที่
- การทำงานปัจจุบัน : เจ้าหน้าที่การตลาด บริษัทสยาม ยัง ชั่ง แพรเวล จำกัด
กรุงเทพมหานคร