

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน
ชื่อนักศึกษา	นางสาวกัญญาพร จิตต์จำนงค์
ปริญญา	เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ธนวรรณ พลวิชัย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สันติ ทองแก้ว
ปีที่สำเร็จการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นมีมูลค่าเป็นอันดับต้นๆของประเทศเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ดังนั้นในการศึกษานี้จึงได้เลือกทำการศึกษปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ในการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน โดยทำการศึกษาข้อมูลในช่วงปีพ.ศ. 2523-2544 ซึ่งได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression Analysis) มาช่วยในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยนั้นเป็นนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่าเพศหญิง นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาส่วนใหญ่เดินทางเข้ามาเอง จุดประสงค์ในการเดินทางคือ การเข้ามาพักผ่อนมากที่สุด ช่วงอายุที่เดินทางเข้ามามากที่สุดคือ 25-34 ปี และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาส่วนใหญ่ประกอบอาชีพ นักวิชาการ นักธุรกิจ และแรงงาน

จากการวิเคราะห์แบบจำลอง พบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อหัวมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา และจีน โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว เท่ากับ 2.58 0.51 2.82 1.59 และ 1.20 ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ และอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เท่ากับ 0.97 1.43 1.35 และ 0.63 ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อเมริกา และจีน โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่องบประมาณการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.27 0.42 0.51 และ 1.05 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์การท่องเที่ยวโดยวิธี Boston Consulting Group : BCG ซึ่งเป็น การวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว และอัตราการเจริญเติบโตของ รายได้จากนักท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา อังกฤษ และจีน อยู่ในช่วง Stars กลยุทธ์ที่ใช้ในช่วงนี้คือ การรักษาดลาดและเพิ่มตลาดให้มากขึ้น เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงที่ตลาดสามารถเจริญเติบโตได้อีกมาก ดังนั้นควรพัฒนาการ ท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนี และญี่ปุ่น อยู่ในช่วง Question Marks ซึ่งช่วงนี้เป็นช่วงที่เริ่มเจริญเติบโต กลยุทธ์ที่ใช้คือ การเพิ่มการตลาดให้ มากขึ้น โดยการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อดึงดูด นักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากการวิเคราะห์แนวทางที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดย การจัดทำกิจกรรม ส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ให้มีความหลากหลาย การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้เป็น ที่รู้จักมากขึ้น การพัฒนาเส้นทางคมนาคม การพัฒนาบุคลากร และการจัดทำรายการส่งเสริม การขาย เป็นต้น

Thesis Title Factors Affecting Thailand Tourism Revenue : A Case Study of Tourists from Japan, Germany, United Kingdom, United states, and China.

Name Miss Kanyaporn Chitchumnong

Degree Master of Economics

Major Business Economics

Thesis Advisor Thanavath Phonvichai , Ph.D.

Thesis Co-Advisor Asst. Porf. Santi Tongkeaw

Graduation Year 2004

ABSTRACT

Recently, the tourism business is one of the most important industry in Thailand because the revenue from Thailand tourism industry is always on the top rank of the countries income. Therefore this study aims to study the factors that related to the revenue from Thailand tourism industry.

The objective of this study is to analyze the factor that related to Thailand tourism revenue from the foreign travelers who come from Japan, German, USA, UK and China by utilizing the information during 1980 to 2001. This study uses the "Multiple Regression Analysis" as a statistic tool to estimate models in this research.

The interesting data about Thailand tourism industry are that the number of male tourists are more than female tourists travelling by themselves. The main propose of travelling is for leisure. Moreover, the average age of tourists is around 25-34 years old.

From analyzing the model, this study found that three different factors related to the Thailand tourism revenue. First, the average income of tourists is a significant factor to the Japanese, German, USA, UK and Chinese tourists and their elasticities of tourism demand are 2.58, 0.51, 2.82, 1.59 and 1.20, respectively. Second, the currency exchange rate is a significant factor to the

Japanese, German, USA and UK tourists and their elasticities of tourism demand are 0.97, 1.43, 1.35 and 0.63, respectively. Third, the tourism budget is a significant factor to the Japanese, German, USA and Chinese tourists and their elasticities of tourism demand are 0.27, 0.42, 0.51 and 1.05, respectively.

An analyzing the ratio between the growth of the number of foreign tourists and the growth of revenue from foreign tourists by using the Boston Consulting Group (BCG) method, this study found two interesting results. First, the tourists from USA, UK and Chinese are in the "Stars" area. This result shows that the market can be highly expandable, so the proper strategies at this time are to maintain the existing market and create the new market by improving the tourism efficiency.

The another result is the tourists from German and Japan are in the "Question Marks" area. The market is in the starting growth period so the proper strategies at this time are to develop the marketing and increase the tourism efficiency in order to increase the amount of tourists from those two countries.

The best method to develop the Thailand tourism industry is to increase the tourism efficiency to the international standard such as promoting the diversification of tourism, developing the transportation, improving the tourism human resource and encouraging tourism selling distribution channel.