

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย : กรณีศึกษา^{รายได้}จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน

กัญญาพร จิตต์จำรงค์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

พ.ศ. 2547

ISBN 974-677-460-3

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

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

Kanyaporn Chitchumnong

**A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
For the Degree of Master of Economics**

Department of Business Economics

School of Graduate Studies

The University of the Thai Chamber of Commerce

2004

ISBN 974-677-460-3

©Copyright by The University of the Thai Chamber Commerce

ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
ปริญญาเศรษฐศาสตร์บัณฑิต
ชื่อปริญญา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
สาขาวิชา

เรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย กรณีศึกษารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน

นางสาวกัญญาพร จิตต์จำเนศ

2547

ชื่อนักศึกษา

ปีที่สำเร็จการศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย อนุมัติให้นับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.คมกริช ภารวันชัย)

..... ประธานกรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวณีย์ ไวยรุ่งโรจน์)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

(ดร.ธนาวรรณ พลวิชัย)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สันติ ท่องแก้ว)

..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ชุมพร สมร่าง)

..... กรรมการ (ผู้แทนทบทวนมหาวิทยาลัย)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประสาร บุญเสริม)

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย การศึกษารายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน
ชื่อนักศึกษา	นางสาวกัญญาพร จิตต์จำรงค์
ปริญญา	เศรษฐศาสตร์บัณฑิต
สาขาวิชา	เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
อาจารย์ที่ปรึกษา	ดร.ธนวรรณ พลวิชัย
อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สันติ ท่องแก้ว
ปีที่สำเร็จการศึกษา	2547

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวนั้นมีมูลค่าเป็นอันดับต้นๆของประเทศไทยเมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมประเภทอื่นๆ ดังนั้นในการศึกษานี้จึงได้เลือกทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ในการศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย การศึกษานักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน โดยทำการศึกษาข้อมูลในช่วงปีพ.ศ. 2523-2544 ซึ่งได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์ถดถอยเชิงช้อน (Multiple Regression Analysis) มาช่วยในการวิเคราะห์

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

จากการวิเคราะห์แบบจำลอง พบร้า ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อหัวมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ อเมริกา และจีน โดยมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัว เท่ากับ 2.58 0.51 2.82 1.59 และ 1.20 ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ และอเมริกา โดยมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เท่ากับ 0.97 1.43 1.35 และ 0.63 ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมีนัยสำคัญทางสถิติกับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อเมริกา และจีน โดยมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่องบประมาณการท่องเที่ยว เท่ากับ 0.27 0.42 0.51 และ 1.05 ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์การท่องเที่ยวโดยวิธี Boston Consulting Group : BCG ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว และอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 พบร้า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา อังกฤษ และจีน อยู่ในช่วง Stars กลยุทธ์ที่ใช้ในช่วงนี้คือ การรักษาตลาดและเพิ่มตลาดให้มากขึ้น เนื่องจากในช่วงนี้เป็นช่วงที่ตลาดสามารถเจริญเติบโตได้อีกมาก ดังนั้นควรพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และญี่ปุ่น อยู่ในช่วง Question Marks ซึ่งช่วงนี้เป็นช่วงที่เริ่มเจริญเติบโต กลยุทธ์ที่ใช้คือ การเพิ่มการตลาดให้มากขึ้น โดยการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ซึ่งจากการวิเคราะห์แนวทางที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดย การจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ให้มีความหลากหลาย การส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น การพัฒนาเส้นทางคมนาคม การพัฒนาบุคลากร และการจัดทำรายการส่งเสริมการขาย 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. Prof. 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.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์เรื่องนี้ สำเร็จลงได้ด้วยความกรุณาจาก ดร.ธนวรรณ พลวิชัย อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สันติ ทองแก้ว อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม และ อาจารย์ทุกๆท่าน ที่ได้ให้คำแนะนำ ตรวจและแก้ไขเนื้อหา ตลอดจนให้กำลังใจในการทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลงได้ด้วยดี ขอขอบคุณคณะกรรมการทุกท่านที่ให้คำแนะนำในการแก้ไขวิทยานิพนธ์

สุดท้ายนี้ขอขอบคุณ บิดา มาตราและครอบครัวของข้าพเจ้าที่เป็นกำลังใจที่สำคัญในการทำวิทยานิพนธ์ และมอบโอกาสทางการศึกษาให้แก่ข้าพเจ้า ขอขอบคุณญาติพี่น้องที่ได้ให้กำลังใจมาโดยตลอด ขอขอบคุณเพื่อนๆทุกคนที่ให้ความช่วยเหลือและเป็นกำลังใจให้การทำวิทยานิพนธ์ให้สำเร็จลงได้ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่ให้ความช่วยเหลือในการหาข้อมูลทำวิทยานิพนธ์ ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่บัณฑิตวิทยาลัย ที่ได้ให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ และขอขอบคุณทุกท่านที่เป็นกำลังใจและช่วยเหลือจนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จลงได้ด้วยดี

สารบัญ

บทคัดย่อ	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	๑
สารบัญ	๒
สารบัญตาราง	๓
สารบัญภาพ	๔
บทที่	
1. บทนำ	๑
ความสำคัญของปัญหา	๑
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	๕
ขอบเขตของการศึกษา	๕
วิธีการศึกษา	๗
ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา	๘
2. แนวคิดทางทฤษฎี งานวิจัย และแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	๙
ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์	๙
วิธีการศึกษาโดยกลุ่มที่ปรึกษานักอสตัน	๑๒
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๑๔
แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	๑๘
3. สถานการณ์การท่องเที่ยว	๒๑
ความหมายของการท่องเที่ยว	๒๑
ความสำคัญของการท่องเที่ยว	๒๑

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
โครงสร้างทางการท่องเที่ยว	22
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	23
ผลกระทบที่เกิดจาก การท่องเที่ยว	23
สถานการณ์ทั่วไปของ การท่องเที่ยว	28
การวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว อัตราการเจริญเติบโตของรายได้ และอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว	50
การวิเคราะห์การท่องเที่ยวโดยวิธี BCG	55
 4. ผลการศึกษา	 58
ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง	58
การพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยว	64
เปรียบเทียบผลการศึกษาแบบจำลอง กับ การศึกษาในอดีต	72
 5. บทสรุปและข้อเสนอแนะ	 74
บทสรุป	74
ข้อเสนอแนะ	78
 บรรณานุกรม	 79
 ภาคผนฯ	 83
ก.	84
ก.	93
 ประวัติผู้วิจัย	 104

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว	2
1-2 การเปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวกับรายได้จากการสินค้าออกที่สำคัญของประเทศไทยตั้งแต่ปีพ.ศ. 2541-2545	4
1-3 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างปีพ.ศ. 2545	6
3-1 มูลค่าการส่งออกของแต่ละอุตสาหกรรมทั่วโลกปีพ.ศ. 2541	29
3-2 ประเทศที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเยือนในปีพ.ศ. 2543	29
3-3 รายได้จากการนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศปีพ.ศ. 2543	30
3-4 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศปีพ.ศ. 2543	31
3-5 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายภูมิภาค ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	32
3-6 สัดส่วนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายภูมิภาค ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	32
3-7 อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย จำแนกตามรายภูมิภาค ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	34
3-8 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	36
3-9 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ชาวเยอรมันที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	37
3-10 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ชาวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	39
3-11 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ชาวอเมริกาที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	40
3-12 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	42
3-13 เพศของนักท่องเที่ยว	43
3-14 การเดินทางมาเยือนของนักท่องเที่ยว	45
3-15 ลักษณะการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยว	46

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
3-16 จุดประสงค์ในการเดินทาง	47
3-17 ระดับอายุของนักท่องเที่ยว	48
3-18 อาชีพของนักท่องเที่ยว	49
4-1 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศไทยปั้น พ.ศ. 2545-2459	65
4-2 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีพ.ศ. 2545-2549	65
4-3 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศไทยเยอรมนี พ.ศ. 2545-2549	66
4-4 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีในปีพ.ศ. 2545-2549	67
4-5 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศไทยอังกฤษ พ.ศ. 2545-2549	68
4-6 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในปีพ.ศ. 2545-2549	68
4-7 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศไทยเมริกา พ.ศ. 2545-2549	70
4-8 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาในปีพ.ศ. 2545-2549	70
4-9 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศไทยจีน พ.ศ. 2545-2549	71
4-10 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปีพ.ศ. 2545-2549	72
4-11 เปรียบเทียบผลการศึกษานี้กับงานวิจัยในอดีต	73

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	35
2. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	37
3. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	38
4. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	40
5. สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545	41
6. อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว	50
7. อัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว	52
8. อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545	53
9. อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545	54
10. อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ในช่วงปีพ.ศ.2541-2545 จำแนกตามภูมิภาค	56
11. อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ในช่วงปีพ.ศ.2541-2545 ของประเทศไทยที่ทำการศึกษา	57

บทที่ 1 บทนำ

ความสำคัญของบัญชา

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งที่มีบทบาทอย่างมากต่อการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทย เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าดังแต่ปีพ.ศ. 2503 เป็นต้นมาประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมาอย่างต่อเนื่องโดยตลอด ดังที่ได้แสดงไว้ที่ตารางที่ 1-1 การท่องเที่ยวไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องมาจาก การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะเห็นได้ว่า ในช่วง 3-4 ปีที่ผ่านมานี้ ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นจากเดิม กล่าวคือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เพิ่มขึ้นจาก 8.58 ล้านคนในปีพ.ศ. 2542 เป็น 9.50 ล้านคนในปีพ.ศ. 2543 เพิ่มขึ้นเป็น 10.06 ล้านคนในปีพ.ศ. 2544 และในปีพ.ศ. 2545 จำนวนนักท่องเที่ยวได้เพิ่มขึ้นเป็น 10.79 ล้านคน และการท่องเที่ยวไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นนั้นเป็นผลทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น กล่าวคือ รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นจาก 253,018 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2542 เป็น 285,272 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2543 เพิ่มเป็น 299,047 ล้านบาท ในปีพ.ศ. 2544 และในปีพ.ศ. 2545 รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 323,484 ล้านบาท

การท่องเที่ยวไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในช่วงระยะหลังนี้ เนื่องมาจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก และอยู่ในสภาพที่ดี และทักษะการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้น เพื่อเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติให้มายางมากขึ้น อาทิเช่นในปีพ.ศ. 2541 – 2542 นั้น การท่องเที่ยวได้จัดทำโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวของไทยขึ้นหรือที่เรียกว่า “Amazing Thailand” จากโครงการนี้ทำให้ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น และยังทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาสนใจท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มมากขึ้น จากโครงการนี้ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 1-1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว	อัตราการเปลี่ยนแปลง (%)	วันพักเฉลี่ย	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2503	81,340	32.11	3.00	196
2504	107,754	32.47	3.00	250
2505	130,809	21.40	3.00	310
2506	195,076	40.13	5.70	394
2507	211,924	8.64	4.50	430
2508	225,025	6.18	4.80	506
2509	282,117	25.37	5.00	754
2510	335,845	19.04	4.60	952
2511	337,262	12.33	4.20	1,220
2512	469,784	24.52	4.80	1,770
2513	628,671	33.82	4.80	2,175
2514	638,738	1.60	4.80	2,214
2515	820,758	28.50	4.90	2,718
2516	1,037,737	26.44	4.70	3,457
2517	1,107,392	6.71	4.80	3,852
2518	1,180,075	6.56	5.00	4,538
2519	1,098,442	-6.92	5.00	3,990
2520	1,220,672	11.13	4.51	4,607
2521	1,453,839	19.10	4.84	8,894
2522	1,591,455	9.47	5.09	11,232
2523	1,858,801	16.80	4.90	17,765
2524	2,015,615	8.44	4.96	21,455
2525	2,218,429	10.06	4.79	23,879
2526	2,191,003	-1.24	4.91	25,050
2527	2,346,706	7.11	5.47	27,317
2528	2,438,270	3.90	5.58	31,768
2529	2,818,092	15.58	5.93	37,321
2530	3,482,958	23.59	6.06	50,024
2531	4,230,737	21.47	7.36	78,859
2532	4,809,508	13.68	7.63	96,386
2533	5,298,860	10.17	7.06	110,572
2534	5,086,899	-4.00	7.09	110,004
2535	5,136,443	0.97	7.06	123,135
2536	5,760,533	12.15	6.94	127,802
2537	6,166,496	7.05	6.98	145,211
2538	6,951,566	12.73	7.43	190,765
2539	7,192,145	3.46	8.23	219,364
2540	7,221,345	0.41	8.33	220,755
2541	7,784,930	7.53	8.40	242,177
2542	8,580,332	10.50	7.96	253,018
2543	9,508,623	10.82	7.77	285,272
2544	10,061,950	5.82	7.93	299,047
2545	10,799,067	7.33	7.98	323,484

หมาย : การห่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเดิมโถเขี้นนั้นเป็นผลให้ประชาชนน้ายิ่งในประเทศไทย ทำมาหากิน ช่วยลดการว่างงานลง และมีการกระจายรายได้ไปส่วนภูมิภาคมากขึ้น เนื่องมาจากแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยกระจายอยู่ตามภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย ทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนดีขึ้นด้วย และการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเดิมโถเขี้นนั้นยังมีส่วนช่วยให้ปัญหาการขาดดุลการชำระเงินของประเทศไทยลดลง จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นเป็นส่วนสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะรายได้ที่ได้จากการท่องเที่ยวถือว่ามีส่วนสำคัญอย่างมาก

จากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นจำนวนมาก เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับรายได้ที่ได้จากการส่งออกสินค้าที่สำคัญของประเทศไทย จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้ให้กับประเทศไทยอยู่ในลำดับต้นๆ มาโดยตลอด เมื่อเทียบกับรายได้ที่ได้จากการส่งออกสินค้า ดังตารางที่ 1-2 ดังนั้นในการศึกษานี้ จึงได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทำบดบังรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพื่อวิเคราะห์ให้ประเทศไทยได้รับจากการท่องเที่ยวนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก

ตารางที่ 1-2 การเบรี่ยงเหยี่ยบรายได้จากการห้องที่ยวันร้ายได้จ้างสินค้าของที่สำนักขูลองประเทศไทย แบบฟอร์ม ท.2541-2545

รายเดือนต่อเดือนสำหรับ	2541	2542	2543	2544	2545
สำนักที่ 1 บุคลากรทั่วไป	คณะกรรมการพัฒนาชุมชน	คณะกรรมการพัฒนาชุมชน	คณะกรรมการพัฒนาชุมชน	คณะกรรมการพัฒนาชุมชน	คณะกรรมการพัฒนาชุมชน
สำนักที่ 2 บุคลากรทั่วไป	การอุดหนี้เช่า	การอุดหนี้เช่า	การอุดหนี้เช่า	การอุดหนี้เช่า	การอุดหนี้เช่า
สำนักที่ 3 บุคลากรทั่วไป	เบ็ดเตล็ดห้องรับแขก	เบ็ดเตล็ดห้องรับแขก	เบ็ดเตล็ดห้องรับแขก	เบ็ดเตล็ดห้องรับแขก	เบ็ดเตล็ดห้องรับแขก
สำนักที่ 4 บุคลากรทั่วไป	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า
สำนักที่ 5 บุคลากรทั่วไป	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า	แมลงจ้ำไฟฟ้า
สำนักที่ 6 บุคลากรทั่วไป	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน
สำนักที่ 7 บุคลากรทั่วไป	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน
สำนักที่ 8 บุคลากรทั่วไป	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน
สำนักที่ 9 บุคลากรทั่วไป	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน	บ้านพักนักเรียน
สำนักที่ 10 บุคลากรทั่วไป	บ้านพัก	บ้านพัก	บ้านพัก	บ้านพัก	บ้านพัก

ที่มา : การซ่องเทียบแห่งประเทศไทย

: ฐานทัคโถในและสำนักงานทัศนะจารย์สื่อสาร โดยความร่วมมือจากการอนุสกร

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวและประযุชน์ของการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อพยากรณ์แนวโน้มรายได้จากการท่องเที่ยวใน 5 ปีข้างหน้า

ขอบเขตของการศึกษา

1. ทำการศึกษาเฉพาะรายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเท่านั้น มิได้ศึกษารายได้ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ
2. เลือกทำการศึกษาประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเอเชียตะวันออก ยุโรป และอเมริกาซึ่งเป็นภูมิภาคที่เป็นตลาดหลักของประเทศไทย โดยดูได้จากตารางที่ 3-6 (บทที่ 3) จะเห็นได้ว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ. 2541-2545 ของภูมิภาคเหล่านี้อยู่ในสัดส่วนที่สูง ดังนั้นในการศึกษาจึงได้เลือกทำการศึกษาประเทศที่อยู่ในภูมิภาคเหล่านี้ โดยภูมิภาคเอเชียตะวันออก ประเทศที่ได้เลือกทำการศึกษา ได้แก่ ประเทศไทย ญี่ปุ่น ประเทศจีน ภูมิภาคยุโรป ประเทศที่ได้เลือกทำการศึกษา ได้แก่ ประเทศเยอรมนี ประเทศอังกฤษ และภูมิภาคอเมริกา ประเทศที่ได้เลือกทำการศึกษา ได้แก่ ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งประเทศเหล่านี้มีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่สูง ดังตารางที่ 1-3
3. ทำการศึกษาข้อมูลตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523 – 2544 โดยข้อมูลที่ทำการศึกษาเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Time-Series data)
4. ทำการศึกษาข้อมูลโดยทั่วไปของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงผลกระทบในด้านต่างๆ ที่จะส่งผลต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ตารางที่ 1-3 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่าง
ประเทศปีพ.ศ.2545

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
ภูมิภาคเอเชียตะวันออก	6,531,546	141,098.75
อาเซียน	2,614,627	44,507.25
บังกลาเทศ	13,755	276.44
กัมพูชา	79,219	997.17
อินโดนีเซีย	164,994	3,722.70
ลาว	94,052	830.07
มาเลเซีย	1,296,109	20,413.31
พม่า	42,266	1,008.39
พิลิปปินส์	142,940	3,574.80
สิงคโปร์	638,296	11,398.99
เวียดนาม	97,996	2,285.38
สาธารณรัฐประชาชนจีน	736,139	18,750.62
ช่องกง	526,138	11,529.37
ญี่ปุ่น	1,222,270	34,060.38
เกาหลี	716,778	17,327.35
ไต้หวัน	673,652	14,654.56
อินเดีย	14,942	269.22
ภูมิภาคยุโรป	2,450,878	107,097.38
ออสเตรีย	48,067	2,102.72
เบลเยียม	56,179	2,484.44
เดนมาร์ก	84,617	3,857.17
ฟินแลนด์	64,115	2,536.78
ฝรั่งเศส	253,463	9,936.06
เยอรมนี	403,240	17,285.38
อิตาลี	126,222	5,243.49
เนเธอร์แลนด์	140,966	5,780.47
นอร์เวย์	74,947	3,528.15
รัสเซีย	68,978	2,818.96
สเปน	48,491	2,080.68
สวีเดน	220,866	9,261.49
สหราชอาณาจักร	126,217	5,478.17
ยุโรปตะวันออก	569,812	27,568.55
อินเดีย	65,361	2,291.74
ภูมิภาคเมริกา	99,337	4,843.13
อาร์เจนตินา	640,143	33,625.83
บราซิล	2,380	99.50
แคนนาดา	5,535	195.94
ฟรنس์เมริกา	101,369	5,339.82
อื่นๆ	509,841	27,250.32
	21,018	740.25

ตารางที่ 1-3 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปีพ.ศ.2545

ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
ภูมิภาคเอเชียใต้	390,745	10,109.52
บังคลาเทศ	41,145	1,167.17
อินเดีย	253,110	6,228.03
เนปาล	23,001	686.44
ปากีสถาน	29,902	945.81
ศรีลังกา	32,441	761.64
อินจู	11,146	320.43
ภูมิภาคโถเอเชียเนีย	423,501	16,527.77
ออสเตรเลีย	355,529	13,982.60
นิวซีแลนด์	64,771	2,462.75
อินจู	3,201	82.42
ภูมิภาคตะวันออกกลาง	272,805	11,660.38
อิหริปต์	7,489	247.36
อิสราเอล	98,629	4,293.31
คูเวต	28,448	1,407.77
ชาหุสิอาрабเนีย	14,254	667.32
สหราชอาณาจักรเอมิเรตต์	43,549	1,809.41
อินจู	80,436	3,235.21
ภูมิภาคแอฟริกา	89,449	3,364.33
แอฟริกาใต้	37,721	1,479.79
อินจู	51,728	1,884.54
รวม	10,799,067	323,483.96

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

วิธีการศึกษา

1. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกติดภูมิจากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยข้อมูลทุกติดภูมินี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523 – 2544 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 จำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยว เก็บรวบรวมจากกองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ Annual Statistics Reports on Tourism of Thailand ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นผู้จัดทำขึ้น

1.2 จำนวนประชากรของแต่ละประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และGDP Deflator ของแต่ละประเทศ เก็บรวบรวมจาก Yearbook of International Financial Statistics ของ International Monetary Fund (IMF)

1.3 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ เก็บรวบรวมจากธนาคารแห่งประเทศไทย

1.4 อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน เก็บรวบรวมจากบริษัท การบินไทยจำกัด (มหาชน)

1.5 งบประมาณของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เก็บรวบรวมจาก กองแผนการตลาด การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นงบประมาณที่การท่องเที่ยวได้จัดสรรให้กับหน่วยงานในต่างประเทศ

2. วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษานี้จะแบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือ

2.1 การวิเคราะห์เชิงพารามา เมื่อการวิเคราะห์ข้อมูลและสถานการณ์ทั่วๆไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยอาศัยการวิเคราะห์แบบวิธี Boston Consulting Group : BCG เป็นเครื่องมือช่วยในการศึกษา เพื่อจะได้หาแนวทางในการปรับปรุง วางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีศักยภาพและประสิทธิภาพมากขึ้น

2.2 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์โดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์เชิงข้อน (Multiple Regression Analysis) เพื่อทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่างๆ ที่มีผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย กรณีศึกษานักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน ตามแบบจำลองที่ตั้งตามแนวความคิดทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

ประโยชน์ที่ได้จากการศึกษา

1. ทำให้ทราบถึงสถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยว และประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจที่ประเทศไทยจะได้รับจากการท่องเที่ยว

2. ทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข และพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและคุณภาพมากขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวมากขึ้น

บทที่ 2

แนวคิดทางทฤษฎี งานวิจัย และแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์

ในการศึกษานี้ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการห้องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในการศึกษานี้ผู้ศึกษาได้นำแนวความคิดของทฤษฎีอุปสงค์ (Theory of Demand) และแนวความคิดเกี่ยวกับความยืดหยุ่น (Elasticity of Demand) มาใช้ในการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ทฤษฎีอุปสงค์

คำว่า อุปสงค์ หมายถึงความต้องการที่มีผู้ซื้อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภคร่วมกับความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าว กล่าวอย่างสั้นๆ อุปสงค์จะหมายถึงความต้องการซื้อสินค้าที่มีความเต็มใจที่จะซื้อ (willingness to pay) และมีความสามารถที่จะซื้อได้ (ability to pay) ใน การศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภค มีต่อสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง จะมีปัจจัยต่างๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เมื่อกล่าวถึงฟังก์ชันอุปสงค์ จึงหมายถึง ความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณเสนอซื้อกับปัจจัยต่างๆ ทุกตัวที่มีส่วนในการกำหนดปริมาณเสนอซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่กำหนดปริมาณเสนอซื้อมีปัจจัยหลายประการ เช่น ราคาของสินค้าชนิดนั้น ราคาของสินค้าชนิดอื่นที่ใช้ทดแทนกันหรือประกอบกันกับสินค้าชนิดนั้น รายได้และรสนิยมของผู้บริโภค ฯลฯ ซึ่งสามารถเขียนในรูปฟังก์ชันได้ดังนี้

$$Q = f(P, P_o, Y, T, \text{etc})$$

- โดยที่ Q = ปริมาณเสนอซื้อสินค้า
 P = ราคัสินค้า
 P_o = ราคัสินค้าชนิดอื่น
 Y = รายได้ของผู้บริโภค
 T = รสนิยมของผู้บริโภค
 etc = ปัจจัยอื่นๆ

ในการอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆนั้น จะอธิบายโดยอาศัยรูปแบบของสมการเส้นตรง (Linear) ช่วยในการอธิบาย รูปแบบของสมการ คือ

$$Y = C + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \dots + \beta_n X_n$$

โดยกำหนดให้

Y = ตัวแปรตาม

C = ค่าคงที่

$X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$ = ตัวแปรอิสระ

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \dots, \beta_n$ = ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ $X_1, X_2, X_3, \dots, X_n$

ในการศึกษานี้ได้กำหนดให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้อยู่ในรูปอุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลาหนึ่งๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทั่วโลกในโลหิต การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคากาражท่องเที่ยว กฏหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อ媒ชน

แนวความคิดทางด้านความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of Demand) คือ ค่าที่ใช้วัดอัตรา(หรือเบอร์เซนต์)การเปลี่ยนแปลงปริมาณสินค้าที่จะมีผู้ต้องการซื้อ ณ ขณะใดขณะหนึ่งต่ออัตรา(หรือเบอร์เซนต์)การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่นๆ ที่เป็นตัวกำหนดปริมาณซื้อ

ในการศึกษาี้จะใช้แนวความคิดว่าด้วยความยืดหยุ่นของอุปสงค์มาใช้ในการวัดขนาดการเปลี่ยนแปลงของปริมาณของอุปสงค์ ณ ขณะใดขณะหนึ่งต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอิสระต่างๆ โดยกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่

ดังนั้นถ้าให้ Q เป็นปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว และ α เป็นปัจจัยอิสระต่างๆ แล้วจะสามารถเขียนสูตรความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อปัจจัยอิสระ(Ei) ต่างๆ ได้ว่า

$$Ei = \frac{\text{เบอร์เซนต์(หรืออัตรา)การเปลี่ยนแปลงของปริมาณการท่องเที่ยว}}{\text{เบอร์เซนต์(หรืออัตรา)การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยอิสระต่างๆ}}$$

$$Ei = \frac{dQ}{d\alpha} \times \frac{\alpha}{Q}$$

ทั้งนี้ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวเมื่อพิจารณา กับปัจจัยผันแปรอิสระต่างๆ สามารถจำแนกได้ออกเป็น 5 ลักษณะ

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง (relatively elastic) ซึ่ง อธิบายได้ว่าถ้าปัจจัยผันแปรอิสระเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณการท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงไปมากกว่าร้อยละ 1

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง (relatively inelastic) อธิบายได้ว่า ถ้าหากปัจจัยผันแปรอิสระมีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณการท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงไปน้อยกว่าร้อยละ 1

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับหนึ่ง (unitary elastic) ความยืดหยุ่นดังกล่าวอธิบายได้ว่า หากปัจจัยผันแปรอิสระมีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้ว ปริมาณการท่องเที่ยวจะมีการเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 เสมอ

4. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับศูนย์ (perfect inelastic) ลักษณะเส้นอุปสงค์ในลักษณะนี้จะเป็นเส้นตั้งฉากกับปริมาณการท่องเที่ยว ความยืดหยุ่น ดังกล่าวอธิบายได้ว่าไม่ว่าปัจจัยผันแปรอิสระจะมีการเปลี่ยนแปลงไปเท่าไรก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อปริมาณการท่องเที่ยว ซึ่งกรณีนี้เกิดขึ้นได้ยาก

5. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากันอนันต์ (infinity elastic) ลักษณะเด่นอุปสงค์ในลักษณะนี้จะเป็นเส้นขนานกับแกนปริมาณการห่องเที่ยว ความยืดหยุ่นดังกล่าวอธิบายได้ว่า หากปัจจัยผันแปรอิสระเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อย ปริมาณการห่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงอย่างมาก ซึ่งกรณีนี้เกิดขึ้นได้ยาก

ทั้งนี้อัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยผันแปรอิสระกับปริมาณการห่องเที่ยวที่ได้รับข้างต้นจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันหรือทิศทางตรงข้ามนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยผันแปรอิสระนั้นๆ ว่าจะมีผลกับตัวประมาณอย่างไร

วิธีการศึกษาโดยกลุ่มที่ปรึกษาแห่งบอสตัน¹ (Boston Consulting Approach = BCG Approach) หรือที่เรียกว่า บีซีจี มีชีวิ

บีซีจี เป็นหน่วยธุรกิจที่ให้คำแนะนำและปรึกษาด้านการบริหาร กลุ่มนี้ได้พัฒนามาตริกซ์ที่มีชื่อเสียงด้านการจัดสรรทรัพยากรทางการเงินสำหรับผลิตภัณฑ์ (Product portfolio) ที่เรียกว่าเมตริกซ์การเจริญเติบโตของยอดขายและส่วนครองตลาด

เมตริกซ์ บีซีจี หรือ BCG Matrix (Boston Consulting matrix) หมายถึงกลยุทธ์ในการตัดสินใจจัดสรรทรัพยากรโดยถือเกณฑ์ส่วนครองตลาดเปรียบเทียบและอัตราการเจริญเติบโตของแต่ละหน่วยธุรกิจ (SUBs relative market share and sales growth rate) หรือแต่ละผลิตภัณฑ์ หรือหมายถึงแนวความคิดของ Boston Consulting Group (BCG) ซึ่งประเมินแต่ละหน่วยธุรกิจ (SUBs) โดยอาศัยอัตราการเจริญเติบโตของยอดขาย (Sales growth rate) ของแต่ละหน่วยธุรกิจ (Strategic business unit หรือ SUBs) และส่วนครองตลาดเปรียบเทียบ (Relative market share) ในตารางนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน แต่ละส่วนแสดงถึงลักษณะธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายและส่วนครองตลาดที่ต่างกัน โดยมีการจัดสรรทรัพยากรทางการเงิน มีรายละเอียดดังนี้

		ส่วนครองตลาดเปรียบเทียบ (Relative markets shares)	
		ต่ำ	สูง
อัตราการเจริญเติบโตของตลาด(ยอดขาย) (Market(sales) growth rate)	สูง	ผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา (Question marks)	ผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวดวงเด่น (Stars)
	ต่ำ	ผลิตภัณฑ์ที่ตกต่ำ (Dogs)	ผลิตภัณฑ์ที่ทำเงิน (Cash cows)

¹ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2541 การบริหารงานการตลาดยุคใหม่.

1. ผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา (Question markets) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง แต่ส่วนครองตลาดเปรียบเทียบต่ำ มักพบในธุรกิจหรือผลิตภัณฑ์ในช่วงเริ่มเข้าสู่ตลาด ซึ่งมักจะมีปัญหาส่วนครองตลาดต่ำ ธุรกิจจะต้องพยายามเพิ่มส่วนครองตลาด การเพิ่มส่วนครองตลาดต้องใช้ทรัพยากรด้านเงินทุนมากเพื่อให้ทันต่อการขยายตัวของตลาด และการแบ่งส่วนครองตลาดจากคู่แข่งขัน รวมทั้งค่าใช้จ่ายในการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดหรือการขยายด้านการผลิต ธุรกิจต้องตัดสินใจว่าควรทุ่มเงินสำหรับผลิตภัณฑ์หรือเลิกการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา ถ้าแก้ปัญหาต่างๆ ได้จะประสบความสำเร็จจะกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวดวงเด่นต่อไป ผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหานี้ควรใช้กลยุทธ์การสร้างส่วนครองตลาด

2. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวดวงเด่น (Stars) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูง และส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นผู้นำตลาดและสามารถทำเงินให้บริษัทเป็นอย่างมาก แต่เนื่องจากอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายสูงจึงต้องต่อสู้กับคู่แข่งขันที่จะเข้ามาแข่งขัน ผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวดวงเด่นนี้ถ้าสามารถรักษาส่วนครองตลาดไว้ได้ในอนาคต เมื่อเวลาผ่านไปผลิตภัณฑ์จะเปลี่ยนเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำเงินให้บริษัทสำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวดวงเด่นควรใช้กลยุทธ์การสร้างส่วนครองตลาด

3. ผลิตภัณฑ์ที่ทำเงิน (Cash cows) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำ ส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง การที่ผลิตภัณฑ์ดาวดวงเด่นมีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายลดลงต่ำกว่า 10% และกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำเงิน ถ้าหากยังคงมีส่วนครองตลาดเปรียบเทียบสูง สาเหตุที่อัตราการเจริญเติบโตของยอดขายลดลง เพราะผลิตภัณฑ์เข้าสู่ช่วงเจริญเติบโตเต็มที่และตลาดเข้าสู่จุดอิ่มตัว ผลิตภัณฑ์ที่ทำเงินนี้จะทำเงินให้กิจการเป็นจำนวนมาก เพราะส่วนครองตลาดสูงและบริษัทไม่ต้องใช้เงินในการขยายกำลังการผลิต เพราะอัตราการเจริญเติบโตของตลาดลดลงและจากการที่กิจการเป็นผู้นำตลาดจึงมีข้อได้เปรียบด้านการประทัยจากขนาดการผลิต (Economics of scale) ทำให้ได้รับกำไรส่วนเกินสูงขึ้น เงินที่ได้จากการผลิตภัณฑ์ที่ทำเงินจะถูกนำไปใช้สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่มีปัญหา ผลิตภัณฑ์ที่เป็นดาวดวงเด่นและผลิตภัณฑ์ที่ตกต่ำ ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ทำเงินควรใช้กลยุทธ์ส่วนครองตลาด และ(หรือ) การสร้างส่วนครองตลาด

4. ผลิตภัณฑ์ที่ตกต่ำ (Dogs) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตของยอดขายต่ำ และส่วนครองตลาดเปรียบเทียบต่ำ ผลิตภัณฑ์ที่ตกต่ำเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำกำไรต่ำ หรือขาดทุน บริษัทต้องพิจารณาว่าจะเสนอผลิตภัณฑ์นี้ต่อไป หรือตัดผลิตภัณฑ์นี้ออกจากตลาดหรือเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์นั้นใหม่สำหรับผลิตภัณฑ์ที่ตกต่ำควรใช้กลยุทธ์การถอนผลิตภัณฑ์หรือการเปลี่ยนธุรกิจหรือเก็บเกี่ยวผลประโยชน์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐกานต์ ใจนุตมะ (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร วัดถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาได้แยกวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในระยะเวลาต่างๆ โดยใช้ข้อมูลตัดขวางจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร จำนวน 372 คน ในปี 2541 (1 มกราคม 2541 – 31 ธันวาคม 2541) และใช้แบบจำลองโลจิต และแบบจำลองการตัดถอยมาใช้ในการวิเคราะห์

แบบจำลองโลจิต ผลการศึกษาพบว่า รายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนรูปแบบการเดินทางที่มีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์ คือ รูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง เมื่อพิจารณาในกรอบระยะเวลาที่ลดลง จะพบว่ารูปแบบการเดินทางมีความสำคัญลดลง

แบบจำลองการตัดถอย ผลการศึกษาพบว่า ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป และรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนอายุและอาชีพของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

กาญาท กิตติกุล (2540) ศึกษาเรื่องปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย กรณีศึกษาคนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด้านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยานเชียงใหม่ วัดถุประสงค์ของการศึกษา เพื่อให้ทราบถึงเหตุจูงใจที่ทำให้คนไทยต้องการไปท่องเที่ยวต่างประเทศ แหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในต่างประเทศที่คนไทยค้นหา ลักษณะสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวที่คนไทยนำมาใช้พิจารณา ก่อนการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศ และปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทย โดยศึกษาเฉพาะคนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศผ่านทางด้านตรวจคนเข้าเมืองท่าอากาศยานเชียงใหม่ ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง วันที่ 28 กุมภาพันธ์ 2540 มีขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 361 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ชี้แจงแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษานั้น มีระดับความเชื่อมั่นที่ 0.8813

ผลการศึกษาพบว่า คนไทยที่กำลังจะเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31 – 40 ปี และสมรสแล้ว มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท เหตุจูงใจที่ทำให้คนไทยไปเที่ยวต่างประเทศ คือ ความตั้งใจที่จะไปท่องเที่ยว

ต่างประเทศตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน สามารถค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่างประเทศได้ตามสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น นิตยสาร หนังสือพิมพ์ และยังให้ความสำคัญกับความปลอดภัยมากที่สุด แหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการจะไปหรือไม่ผ่านที่จะไปมากที่สุด คือ ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ แต่ที่เดินทางไปมากที่สุดคือ คุณหมิง ประเทศไทย และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไปท่องเที่ยวต่างประเทศของคนไทยมากที่สุดคือ ปัจจัยทางเทคโนโลยี ซึ่งมีค่าอยู่สำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) ศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาค เอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ วัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อ วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางจากประเทศในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ และพยายามปริมาณนักท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามายังประเทศไทยในอนาคต โดยประเทศที่เลือกมาทำการศึกษา เลือกมาทั้งหมด 8 ประเทศ คือ ญี่ปุ่น จีน ฮ่องกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย พลีบินส์ ออสเตรเลีย โดยทำการศึกษาข้อมูลตั้งแต่ปี พ.ศ. 2523 – พ.ศ. 2537 เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้สมการด้วย พหุคุณเชิงเส้น (Multiple Linear Regression) และวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Square Method : OLS) ปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย จำนวนประชากร มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ และอัตราค่าโดยสารสายการบิน.

ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคลมีความสำคัญต่อ ความต้องการที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวอย่างประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคจำนวนมาก ที่สุด โดยมีค่าอยู่สำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ส่วนผลของการพยากรณ์พบว่า ปริมาณนักท่องเที่ยวภายในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเดินทางเข้ามายังประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นแต่เพิ่มในอัตราที่ลดลงในอนาคต

ปวิท วิชชุลดา (2539) ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย วัตถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยเลือกทำการศึกษานักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น ออสเตรเลีย เยอรมนี อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา โดยทำการศึกษาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2537 เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์โดยใช้แบบจำลองของสมการด้วยเชิงช้อน ปัจจัยที่นำมาใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย รายได้ประชาชาติ ดัชนีราคาผู้บริโภค โดยเปรียบเทียบ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน และงบประมาณการท่องเที่ยว ทฤษฎีที่นำมาใช้ในการศึกษา คือ ทฤษฎีอุปสงค์ และความ

ยึดหยุ่นของอุปสงค์ ซึ่งในการศึกษานั้นได้ทำการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในรูปของรายได้จากการท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว

โดยปกติการศึกษาเรื่องอุปสงค์โดยทั่วไปมักจะเป็นการศึกษาในรูปของปริมาณซึ่งอธิบายในรูปของพังก์ชันได้ดังนี้

$$Q_a = f(P_a, P_1, P_2, \dots, P_n, Y, T, \text{etc.})$$

โดย Q_a ปริมาณของสินค้า a P_a คือ ราคาของสินค้าและบริการของสินค้า a P_1 ถึง P_n เป็นราคัสินค้าและบริการอื่น 1 ถึง n Y เป็นรายได้ของผู้บริโภค และ T เป็นรสัณย์ของผู้บริโภค นอกจักนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องอีกๆ เช่น การโฆษณาสินค้า ประชาสัมพันธ์ เป็นต้น

สำหรับในการศึกษาเรื่องอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในครั้งนี้ได้กำหนด อุปสงค์ของการท่องเที่ยว หมายถึงรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาซื้อ สินค้าและบริการ ณ สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทย ทั้งนี้อาจอธิบายได้ดังนี้

$$\text{เนื่องจาก } TR = P * Q$$

$$Q_a = f(P_a, P_1, P_2, \dots, P_n, Y, T, \text{etc.})$$

$$TR = P * f(P_a, P_1, P_2, \dots, P_n, Y, T, \text{etc.})$$

เนื่องจากรายได้รวม (TR) ได้มาจาก ราคา (P) คูณกับ ปริมาณ (Q) ทั้งนี้ พังก์ชันปริมาณอุปสงค์ในรูปของจำนวน (Q_a) ก็มีปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดความต้องการในสินค้าและบริการนั้นๆ ตามแบบพังก์ชันที่ได้แสดงไว้ข้างต้น ซึ่งในการศึกษาในครั้งนี้สามารถศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในรูปของรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้เช่นกันและสามารถอธิบายได้ในรูปของพังก์ชันโดยเป็นความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Independent Variables) และตัวแปรตาม (Dependent Variables) ได้เช่นกัน ซึ่งแสดงได้ดังนี้

$$D_a = f(P_a, P_1, P_2, \dots, P_n, Y, T, M_1, \dots, M_2, \text{etc.})$$

โดย D_a เป็นอุปสงค์ของปริมาณการท่องเที่ยวในรูปของรายได้จากการท่องเที่ยว P_a คือ ราคัสินค้าการท่องเที่ยว P_1 ถึง P_n เป็นราคัสินค้าและบริการอื่น Y เป็นรายได้ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ T เป็นรสัณย์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของประเทศไทยนั้นๆ

นอกจากนี้ยังมีปัจจัยอื่นๆที่เป็นข้อมูลเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องอีกมาก many อาทิเช่น ปัญหาอาชญากรรม (M_1) ปัญหาจราจร (M_2) และอื่นๆอีกมาก many ทั้งนี้ในการศึกษานี้จะศึกษาเฉพาะดัวแปรในเชิงปริมาณเท่านั้น มิได้นำดัวแปรในเชิงคุณภาพมาทำการศึกษาด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทางด้านรายได้ประชาชาติมีความสัมพันธ์กับทุกประเทศที่ทำการศึกษา และค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อปัจจัยทางด้านรายได้ประชาชาติของประเทศไทย ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย และเยอรมนี มีค่าความยึดหยุ่นมาก ซึ่งมีค่าเท่ากับ 3.83 2.16 2.06 1.48 และ 1.08 ตามลำดับ ส่วนประเทศมาเลเซีย มีค่าความยึดหยุ่นน้อย มีค่าเท่ากับ 0.55 ปัจจัยทางด้านดัชนีราคาน้ำมันบริโภคโดยเบรย์นุเที่ยนมีความสัมพันธ์กับประเทศออสเตรเลียเพียงประเทศเดียวเท่านั้น มีค่าเท่ากับ -1.90 ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์กับประเทศไทยสหราชอาณาจักร ออสเตรเลีย และเยอรมนี มีค่าความยึดหยุ่นเท่ากับ 2.16 1.98 และ 1.70 ตามลำดับ ปัจจัยทางด้านอัตราค่าโดยสารเครื่องบินมีความสัมพันธ์กับประเทศไทยญี่ปุ่น และอังกฤษ มีค่าความยึดหยุ่นเท่ากับ -3.29 และ -2.88 และปัจจัยทางด้านแรงบันดาลใจการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ และอธิบายได้ที่สุดในกรณีนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซีย เยอรมนี และญี่ปุ่น มีค่าความยึดหยุ่นเท่ากับ 0.51 0.31 และ 0.21 ตามลำดับ

สุจินต์พร จินตนา (2538) ศึกษาเรื่องการประมาณรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย การศึกษานักท่องเที่ยวจากบางประเทศที่สำคัญ วัดถุประสงค์ในการศึกษา เพื่อศึกษาดึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว หรือจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และศึกษาอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลระหว่างปีพ.ศ. 2528 - พ.ศ. 2537 มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้แบบจำลองของสมการลดถอยเชิงช้อน และการวิเคราะห์แบบแนวโน้มกาลเวลา โดยประเทศไทยเลือกนำมาทำการศึกษามี 4 ประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เยอรมนี และอังกฤษ ปัจจัยที่ใช้ในการศึกษาอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวนั้น ได้แก่ ราคากลางห้องพักในโรงแรมระดับ 4 ดาวในประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่ใช้ในการศึกษา

ผลการศึกษา ในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ทางการท่องเที่ยว พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีความสำคัญต่ออุปสงค์ทางการท่องเที่ยวหรือนักท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 ส่วนราคากลางห้องพักของโรงแรมระดับ 4 ดาว มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศไทยญี่ปุ่น เยอรมนี และอังกฤษ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน และอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้ง 4 ประเทศ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

ในส่วนของอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว พนว่า อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น เยอรมัน และอังกฤษ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 4.84 , 11.16 , 12.99 และ 11.89 ต่อปี ตามลำดับ และอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย ญี่ปุ่น เยอรมัน และอังกฤษ มีอัตราการเติบโตร้อยละ 11.23 , 19.56 , 19.19 และ 18.79 ต่อปี ตามลำดับ

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

สำหรับในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในรูปของรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศนี้ได้กำหนดตัวแปรต่างๆ ที่คาดว่าจะมีผลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ตัวแปรต่างๆ เหล่านี้ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน และงบประมาณผ่องเสริมการท่องเที่ยว ทั้งนี้สามารถสร้างแบบจำลองเพื่อทำการศึกษาได้ดังนี้

$$Y_i = f(AI_i, E_i, PF_i, B_i)$$

โดยกำหนดให้

Y_i = รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (หน่วย : ล้านบาท)

AI_i = รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (หน่วย : ㎏ตุลเงินนักท่องเที่ยว)

E_i = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (บาท : ㎏ตุลเงินนักท่องเที่ยว)

PF_i = อัตราค่าโดยสารเครื่องบินของนักท่องเที่ยว (หน่วย : ㎏ตุลเงินนักท่องเที่ยว)

B_i = งบประมาณผ่องเสริมการท่องเที่ยว* (หน่วย : ล้านบาท)

โดยที่ i คือ ประเทศของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งกำหนดให้ $i = J, G, E, U$ และ C โดยที่

J = ประเทศไทย

G = ประเทศเยอรมัน

E = ประเทศอังกฤษ

U = ประเทศสหรัฐอเมริกา

C = ประเทศจีน

* หมายเหตุ : ประเทศไทยใช้งบประมาณการท่องเที่ยวโดยรวมของประเทศไทย

จากแบบจำลองข้างต้นนี้ สามารถนำมาอธิบายให้อยู่ในรูปของสมการ Linear ได้ดังนี้

$$Y_i = C + \beta_1 A_i + \beta_2 E_i + \beta_3 P F_i + \beta_4 B_i$$

และการศึกษานี้ได้นำแนวความคิดเกี่ยวกับความยึดหยุ่นเข้ามาใช้ในการวิเคราะห์ด้วย ดังนั้นในการวิเคราะห์สมการจะต้องทำการให้ออยู่ในรูปของ Log Linear รูปแบบสมการ Log Linear คือ

$$\ln Y_i = \ln C + \beta_1 \ln A_i + \beta_2 \ln E_i + \beta_3 \ln P F_i + \beta_4 \ln B_i$$

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ในการศึกษานี้ได้กำหนดให้รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย (Y_i) เป็นตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ในการศึกษานี้ได้กำหนดตัวแปรอิสระต่างๆ โดยมีข้อสมมติฐานดังนี้
รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (A_i)

รายได้เฉลี่ยต่อหัวที่นำมาใช้ในการศึกษานี้เป็นรายได้เฉลี่ยต่อหัวที่แท้จริงของแต่ละประเทศ โดยมีข้อสมมติฐาน คือ ถ้ารายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงขึ้น จะทำให้นักท่องเที่ยวมีอ่านใจในการซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น ทั้งนี้ย่อมส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงขึ้นด้วย ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศควรจะเป็นไปในทิศทางเดียวกันนั่นหมายถึงเมื่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงขึ้น ก็ย่อมส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (E_i)

เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนจะมีผลกระทบต่ออ่านใจซื้อของนักท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีข้อสมมติฐานว่า ตัวระดับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้ว อ่านใจการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวก็จะสูงขึ้น ย่อมส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ในทางตรงข้ามถ้าหากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศ

นักท่องเที่ยวลดลงเมื่อเทียบกับประเทศไทยแล้ว อ่านจากการซื้อสินค้าและบริการของนักท่องเที่ยวก็จะลดลงด้วย และจะส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศลดลงด้วย ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน (PF_1)

เนื่องจากปัจจุบันการเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งต่อการตัดสินใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยว ปัจจัยที่สามารถจะอธิบายค่าใช้จ่ายในการเดินทางได้ดีก็คือ อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน เนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางโดยเครื่องบินเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นปัจจัยอัตราค่าโดยสารเครื่องบินก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลกระทบต่อรายได้การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ กล่าวคือ ถ้าอัตราค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศไทยจากประเทศไทยนักท่องเที่ยวมาประเทศไทยมีราคาเพิ่มขึ้น ก็ย่อมส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยลดลง ในทางตรงข้าม ถ้าอัตราค่าโดยสารเครื่องบินลดลง ก็ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวประเทศนั้นเพิ่มขึ้น ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างอัตราค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศไทยกับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน

งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว (B_1)

ในแต่ละปีการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำแผนการตลาด เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งในส่วนของงบประมาณด้านต่างประเทศนี้ ได้จัดสรรตามความสำคัญของแต่ละประเทศ เพื่อเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพ และศักยภาพมากขึ้น โดยมีข้อสมมติฐาน กล่าวคือ ถ้างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวมาก จะส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น ในทางตรงข้าม ถ้างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวน้อย รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะลดลงด้วย ดังนั้นความสัมพันธ์ระหว่างงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว กับรายได้จากการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

บทที่ 3

สถานการณ์การท่องเที่ยว

ความหมายของการท่องเที่ยว (Tourism)

ในปี พ.ศ.2506 (ค.ศ.1963) องค์การสหประชาชาติได้จัดการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี และได้ให้คำจำกัดความของคำว่า การท่องเที่ยว ไว้ว่า การท่องเที่ยวคือ การเดินทางเพื่อความบันเทิงเริงใจ การเยี่ยมชมหรือการไปร่วมประชุม แต่มิใช่เพื่อประกอบอาชีพเป็นหลักฐาน หรือไปพำนักระยะเป็นการถาวร

ประเทศไทยได้ใช้คำจำกัดความที่ได้กำหนดขึ้นนี้เป็นหลักในการจดแนบสถิติจำนวน “นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” สรุปแล้วก็หมายถึง ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยและพำนักระยะครั้งหนึ่งๆ ไม่น้อยกว่า 1 คืน หรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเข้ามาเพื่อทำกิจกรรม ดังนี้

1. มาท่องเที่ยวพักผ่อน มาเยี่ยมชมหรือเพื่อมาพักฟื้น ฯลฯ
2. มาร่วมประชุม หรือเป็นตัวแทนของสมาคม ผู้แทนของศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ
3. มาเพื่อติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้
4. มาสนับสนุนเดินสมุทรถี่แขวงจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะวน返อยกว่า 1 คืน

ความสำคัญของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่มีบทบาทสูงยิ่งในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับต้นๆ เมื่อเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ การท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม ดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย

- 1.1 เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ
- 1.2 ช่วยลดปัญหาการขาดดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ
- 1.3 ช่วยสร้างอาชีพและการจ้างงาน

- 1.4 ก่อให้เกิดการกระจายรายได้
- 1.5 ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจของท้องถิ่น
- 1.6 การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการระดับการผลิต
- 2. ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อสังคมของประเทศไทย**
 - 2.1 ช่วยยกระดับมาตรฐานการครองชีพของคนในท้องถิ่น
 - 2.2 ช่วยสร้างความเจริญทางสังคมให้แก่ท้องถิ่น
 - 2.3 ช่วยอนุรักษ์พื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม
 - 2.4 ก่อให้เกิดประโยชน์ด้านการศึกษา
 - 2.5 ช่วยลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นของชุมชนท้องถิ่น
 - 2.6 ช่วยกระตุ้นให้มีการคิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินที่ไร้ค่ามาประดิษฐ์เป็นสินค้าที่ร่าลึกจำหน่าย
 - 2.7 ช่วยสร้างสันติภาพและความสามัคคี

โครงสร้างทางการท่องเที่ยว

โครงสร้างทางการท่องเที่ยวแบ่งเป็น 2 ประเภท คือ

1. **โครงสร้างพื้นฐานทางการท่องเที่ยว (Infrastructure)** ประกอบด้วยโครงสร้างที่เป็นสิ่งก่อสร้างหลักๆ เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ หรือสถานีรถโดยสาร เครื่องอำนวยความสะดวกต่างๆ ระบบการสื่อสารมวลชน และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นจุดหมายปลายทางได้อย่างสะดวกและปลอดภัย ปกติแล้ว โครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้รับบาลของประเทศต่างๆ ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวจะเป็นผู้จัดสร้างไว้ให้ โดยอาศัยเงินงบประมาณซึ่งได้มาจากภาษีที่พลเมืองของประเทศไทยเป็นผู้เสียให้กับรัฐบาล

2. **โครงสร้างระดับสูงทางการท่องเที่ยว (Suprastructure)** จะประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ แก่นักท่องเที่ยว เช่น สถานที่พักแรม ภัตตาคาร และร้านอาหาร บริการต่างๆ แหล่งจับจ่ายซื้อสินค้าต่างๆ ศูนย์การค้า และสถานบันเทิง เป็นต้น ตามปกติแล้วแหล่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ เอกชนจะเป็นผู้จัดสร้าง หรือจัดหาไว้โดย บริการนักท่องเที่ยวในรูปของการประกอบการทางธุรกิจ แต่อาจมีหลายแห่งที่รับบาลเข้าไปดูแล หรือให้เงินสนับสนุนการดำเนินงานด้วย โครงสร้างทั้งสองประการนี้เมื่อรวมกันเข้ากันแหล่งท่องเที่ยว ก็จะส่งผลให้เกิดความสำเร็จอย่างเด่นชัดในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยว สามารถที่จะผลิตแหล่งท่องเที่ยวที่คนเข้ามาเที่ยวน้อยให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จอย่างดีเยี่ยม

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภท คือ

1. **แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ (Natural Attractions)** หรือที่เกิดจากสภาพแวดล้อมตามธรรมชาตินั้น ประกอบด้วย สภาพภูมิอากาศ (Climate) ทิวทัศน์ที่สวยงาม (Scenery) และสัตว์ป่า (Wildlife) นับได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากที่สุด แต่แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวเหล่านี้จะต้องได้รับการดูแลบำรุงรักษาเป็นอย่างดี นักท่องเที่ยวที่รู้เท่าไม่ถึงการณ์ อาจทำลายความสวยงามลงได้

2. **แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น (Manufactured Attractions)** เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงข้ามกับแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เมืองขนาดใหญ่ๆ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าไปเที่ยวชมสิ่งก่อสร้างและสถาปัตยกรรมทางประวัติศาสตร์ ศาสนสถาน สถานที่ที่รูบรวมก่อสร้างขึ้น พระราชวัง อาคารเก่าแก่ที่มีประวัติความเป็นมาที่สำคัญ

3. **แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและวิถีชีวิต** ยังมีกลุ่มนักท่องเที่ยวอีกจำนวนไม่น้อยที่สนใจในความรุ่งเรืองแห่งอารยธรรมในอดีต วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตของชนกลุ่มน้อย รวมถึงพิธีกรรม พิธีการงานฉลองรื่นเริงต่างๆ ศิลปะการแสดง ดนตรี เพลงพื้นเมือง การร่ายรำ การละเล่น ตลอดจนงานหัตถกรรม

ผลกระทบที่เกิดจากการท่องเที่ยว

ในช่วงศตวรรษที่ผ่านมาประเทศไทยต่างๆ ทั่วโลกมีจำนวนประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว รายได้ของประชากรดีขึ้น จึงมีเงินออมเหลือเพื่อการจับจ่ายใช้สอยหาความสุขทางด้านอื่นๆ ได้ การคมนาคมสะดวกทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ จึงทำให้ประชาชนที่ว่างจากธุรกิจการงานหาโอกาสเดินทางไปท่องเที่ยวอย่างสถานที่ต่างๆ ตามที่ต้องการ การท่องเที่ยวภายในประเทศนับว่ามีความสำคัญต่อประชากรส่วนใหญ่ ซึ่งก่อให้เกิดผลดีอันนำมาซึ่งความสมัครสมานสามัคคี สำหรับคนในชาติที่มีพื้นฐานทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมแตกต่างกัน แต่ในขณะเดียวกันผลเสียจากการท่องเที่ยวอยู่มีเกิดขึ้นได้เช่นกัน ดังนี้

1. ด้านเศรษฐกิจ

ข้อดี

รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวแม้ว่าจะออกมากในรูปของเม็ดเงินไม่เด่นชัดนัก แต่เป็นที่ยอมรับกันว่า เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเยือนสถานที่แห่งใดก็ตาม จะต้องมีการใช้จ่ายเพื่อเป็นค่าบริการ อาหาร ที่พักอาศัย และอื่นๆ ประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวจะช่วยให้

- ลดภาระการขาดดุลการชำระเงิน เนื่องจากการลงทุนทางด้านกิจการท่องเที่ยวจะใช้เงินไม่มากนัก แต่จะได้ผลตอบแทนอกรามอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศไทยที่กำลังพัฒนาหรือต่อยอดพัฒนา จะมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและวัฒนธรรมอยู่มาก เมื่อมีการจัดการที่ดีจะมีนักท่องเที่ยวทั้งต่างถิ่นและต่างด้านเดินทางเข้ามาใช้บริการมากขึ้น นั่นหมายถึงรายได้ที่เข้าสู่ประเทศไทยในรูปแบบหนึ่ง ในขณะเดียวกัน ประเทศไทยเหล่านี้จะเป็นต้องสั่งซื้อสินค้าอุดหนุนทางการเมืองเพื่อพัฒนาประเทศ จึงทำให้เกิดภาระการขาดดุลการชำระเงินอยู่ในระดับสูง รายได้ที่ได้รับจากการท่องเที่ยวจึงช่วยลดภาระการขาดดุลการชำระเงินได้ในระดับหนึ่ง
- สร้างงานใหม่ให้แก่บุคคลในท้องถิ่น เมื่อกิจกรรมการท่องเที่ยวขยายตัวขึ้น ธุรกิจที่เกี่ยวข้องไม่ว่าจะเป็นที่พักอาศัย ซึ่งได้แก่ โรงแรม บังกะโล ภัตตาคาร ร้านขายของที่ระลึก การบริการขนส่ง และอาชีพมัคคุเทศก์ จะต้องมีการปรับตัวเพื่อรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาใช้บริการ ซึ่งจำเป็นที่จะต้องใช้แรงงานระดับต่างๆ มากมาย กล่าวคือ จะเริ่มตั้งแต่คนงานก่อสร้าง คนงานผลิตสินค้าพื้นเมือง พนักงานบริการห้องพัสดุ ต้อนรับ อาหาร ทำความสะอาด รักษาความปลอดภัย พนักงานขับรถ และมัคคุเทศก์ นำแขกเข้าเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งจำเป็นที่จะต้องใช้แรงงานเป็นจำนวนมาก จึงเปิดโอกาสและให้ประชาชนในท้องถิ่นมีงานทำเพิ่มมากขึ้น ทั้งเป็นแบบประจำและชั่วคราว
- สินค้าพื้นเมืองและสินค้าเกษตรกรรมขายได้ราคาดี ตามปกติแล้ว ประชากรไทยเกือบ 80% จะประกอบอาชีพการเกษตร ยานว่าจากการทำนาจะผลิตสินค้าพื้นเมืองเพื่อใช้ภายในครอบครัว และจะมีบางส่วนเหลือส่งออกจำหน่ายในรูปของที่ระลึกบ้าง ถ้าหากมีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเกิดขึ้นในย่านใกล้เคียง จะทำให้สินค้าการเกษตรรู้สึกว่าจะเป็นผักสด ผลไม้ เนื้อสัตว์ และสินค้าพื้นเมืองได้ราคาดีและมีปริมาณความต้องการเพิ่มขึ้น

ข้อเสีย

จากการที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปใช้สถานที่บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวมาก จะส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายในการให้บริการสูงขึ้น ดังนั้น เมืองตากอากาศ หรือเมืองท่องเที่ยวที่สำคัญจะมีค่าครองชีพสูงกว่าในบริเวณใกล้เคียงมาก

2. การเมือง

ข้อดี

การไปมาหาสู่กัน หรือการมีโอกาสเดินทางไปเยือนเชื่อกันอยู่เสมอ จะส่งผลทำให้กลุ่มชนต่างๆ เกิดความเข้าใจดีต่อกัน ถ้าหากผู้ที่เข้าไปเยือนนั้นไม่แสดงอาการดูถูกเหยียดหยามกลุ่มชน หรือประเทศที่มีความเจริญทางด้านวัฒนาฯ มากกว่า ดังนั้น การขยายกิจการท่องเที่ยวเข้าไปสู่ภูมิภาค หรือประเทศต่างๆ มา กเพื่อไร และเมื่อมีชาวต่างดินหรือต่างดินเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากขึ้น นอกจากเป็นการลดสภาพการอยู่อย่างโดดเดี่ยวแล้ว เมื่อกลุ่มชนเหล่านี้มีโอกาสพบปะสังสรรค์กันอยู่ตลอดเวลา จะทำให้ความเป็นมิตรกันมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะส่งผลต่อความมั่นคงทางด้านการเมืองในห้องถีนในประเทศ หรือระหว่างประเทศได้เช่นกัน

ข้อเสีย

การเดินทางของกลุ่มนี้เข้าไปท่องเที่ยวบ้างต่างแดนที่เห็นความเจริญก้าวหน้าทางด้านการเมือง ประชากรของเขามีความเป็นอิสระและเสรีภาพสูง จึงทำให้นักท่องเที่ยวเหล่านี้นำกลับมาเปรียบเทียบกับประเทศของตน และในที่สุดจะกลายเป็นชานวนนำไปสู่การต่อต้านรัฐบาลที่ปกครองประเทศต่อไป นอกจากนี้การเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในกลุ่มนี้ที่มีพื้นฐานทุกด้านแตกต่างกัน แม้จะอยู่ในประเทศเดียวกันก็ไม่เกิดผลดีแต่อย่างใด กล่าวคือ อาจจะนำไปสู่ความเข้าใจผิด และเกิดความไม่ไว้วางใจซึ่งกันและกันได้

3. สังคม

ข้อดี

- ช่วยให้ประชาชนได้เห็นความสำคัญของศิลปวัฒนธรรมประเพณี ของแต่ละห้องถีนที่เดินทางไปถึง ซึ่งเปรียบเสมือนการทำให้เกิดความเข้าใจกันระหว่างประชาชน การท่องเที่ยวทำให้ได้รับทราบถึงอารยธรรมที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งเปรียบเสมือนการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ผิดแยกแตกต่างไปจากชีวิตประจำวัน และสถานที่ท่องเที่ยนเอง เคยพบเห็นอยู่เป็นประจำ นอกจากนี้ ผู้ที่อยู่ในห้องถีนก็ได้ทราบถึงสิ่งแผลกร้ายใหม่ๆ ที่คนเดินทางไปถึงมีพฤติกรรมหรืออารยธรรม เป็นเช่นไร เพื่อนำเอาส่วนที่ดีมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น

- ช่วยให้สภាភແວດລ້ອມຂອງທ້ອງຄົນດີຍິ່ງເຂັ້ນ ເພຣະເປັນທີ່ກຽບກັນດີວ່າ ອາກສຕານທີ່ໄດ້ມີປັ້ງຫາໃນເງື່ອງຄວາມເສື່ອມໂກຮມ ຄວາມສັກປຽກ ທີ່ອຄວາມໄມ່ປລອດກັຍ ກົຈະໄມ້ມີນັກທ່ອງເຖິງເຍົວເດີນທາງໄປ ເພຣະນັກທ່ອງເຖິງເຍົວຕ້ອງກັບສັນພັກບັນສຸກພະໜົມຫາດີຂອງທ້ອງຄົນທີ່ມີຄວາມສາຍານ ມີຄວາມສະດວກປລອດກັຍ ແລະປະປາຊານມີອັນຍາຕັຍໄມ້ຕີ
- ເປັນການສ້າງຄວາມມັນຄົງໃຫ້ກັບປະເທດ ເພຣະສຕານທີ່ກີ່ນັກທ່ອງເຖິງເຍົວເດີນທາງໄປດີ່ງຈະມີການສ້າງປັ້ງຈັຍຕ່າງໆ ເຊັ່ນ ດັນໄຟຟ້າ ປະປາ ໂຮງແຮມ ທີ່ພັກຕ່າງໆ ຕາມມາເພື່ອສັນອງຄວາມຕ້ອງການແລະການສ້າງວັດຖຸສິ່ງຂອງເຫຼຳນັ້ນ ຈະຊ່າຍຂັດປັ້ງຫາ ທີ່ອກຍັງທີ່ເກີດຈາກການແທຣກເຊີນ ທີ່ອບ່ອນທໍາລາຍຕ່າງໆ ໄດ້ອ່າຍ່າງດີ່ນອກຈາກນີ້ຢັງເປັນການສ້າງຄວາມເຈົ້າໃຫ້ແກ່ທ້ອງຄົນໄດ້ອ່າຍ່ານກອີກດ້ວຍ

ຂ້ອເສີຍ

- ດ້ານສຶລະຮົມ ຈາກຄວາມແຕກຕ່າງຂອງນັກທ່ອງເຖິງວັນຈາກພື້ນເມືອງຈຶ່ງທ່ານໃຫ້ນັກທ່ອງເຖິງເຍົວເຫຼຳນັ້ນ ສ້າງປັ້ງຫາສັງຄມເກີດເຂົ້ນ ໄນວ່າ ຖ້າການດ້ານອາຊູ້ກໍຣມ ໂສເກຣີ ຍາເສພດີດ ແລະການປະພຸດີຜິດທານດ້ານສຶລະຮົມອື່ນໆ ກົດາມ ອາຈະກ່າວໄດ້ວ່າ ກິຈກາຮ່ອງເຖິງເຍົວຈະເປັນຕົວເຮັງທີ່ກ່າວໃຫ້ເກີດຄວາມເຂັ້ມຂົ້ນຂອງປັ້ງຫາສັງຄມ
- ຄວາມຮູ້ສຶກທີ່ໄມ້ດີຕ່ອນນັກທ່ອງເຖິງ ຈາກຄວາມແຕກຕ່າງທານດ້ານເສເຮຍະກົງຈີ ສັງຄມ ວັດນະຮົມ ແລະ ຮະດັບການສຶກໝາ ຈະກ່າວໃຫ້ຂາວພື້ນເມືອງທີ່ອ່າຍ່ານນັ້ນມີຄວາມຮູ້ສຶກກວ່າຕົວເອງຕ່າດ້ວຍ ແລະ ດ້ວຍໄອກາສກວ່າຂາວເມືອງ ແມ່ວ່າຂາວພື້ນເມືອງເຫຼຳນັ້ນຈະພຍາຍານຍົກຮູ້າະຕົວເອງນີ້ນມາ ແຕ່ໄອກາສຕ່າງໆ ໄນເອົ້ວອ່ານາຍ ຈຶ່ງສ່າງຜລທໍາໃຫ້ຂາວພື້ນເມືອງມີຄວາມຮູ້ສຶກໄມ້ດີຕ່ອນນັກທ່ອງເຖິງ

4. ວັດນະຮົມ ຂນບນຮົມເນີມປະເພດີ

ຂ້ອດ

ເນື່ອງຈາກຂນບນຮົມເນີມປະເພດີ ແລະ ວັດນະຮົມນາງປະກາຮົງຂອງປະເທດກໍາລັງຈະຈາງຫາຍໄປຈາກສັງຄມຂອງຄົນໄທຢູ່ໃນປັຈຈຸບັນ ໄນວ່າຈະເປັນກາລະເລັ່ນກາຮັດງານ ປະເພດີ ທີ່ອເທັກກາລຕ່າງໆ ສິ່ງເຫຼຳນັ້ນເຖີ່ມໄດ້ວ່າເປັນວັດຖຸດີທີ່ສຳຄັນຂອງກາຮ່ອງເຖິງ ກັ້ນນີ້ເພຣະຈະເປັນສິ່ງດຶງດູດໃຈນັກທ່ອງເຖິງຕ່າງຄົນທີ່ອ່າຍ່ານມາກໍ່ສິ່ງຕາມຄວາມຮູ້ສຶກຂອງນັກທ່ອງເຖິງເຍົວເຫຼຳນັ້ນເຖີ່ມວ່າເປັນຂອງແປລກໃໝ່

ข้อเสีย

จากสภาพทางกฎหมายศาสตร์ที่แตกต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมปрак.ruขึ้น ดังจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอุตสาหกรรมเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศที่กำลังพัฒนา หรือด้วยพัฒนา หรือกรณีที่ประชากรในเมืองเดินทางเข้าไปในชนบท การปฏิบัติตัวของชาวเมือง หรือชาวต่างประเทศในเรื่องกิริยามารยาท การพูดจา และการแต่งกาย ชาวชนบทเหล่านี้อาจจะนำไปใช้เป็นบรรทัดฐานในการปฏิบัติดนบ้าง ซึ่งจะส่งผลทำให้ชนบทเนียมและประเพณีอันดีงามของท้องถิ่นต้องเปลี่ยนแปลงไป

นอกจากนี้ ความแตกต่างทางด้านวัฒนธรรมจะถูกนำมาใช้เพื่อประโยชน์ทางด้านการค้า เพื่อสนองตอบความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เช่น การลอกเลียนแบบวิธีการดำเนินชีวิตของชาวชนบท ชาวพื้นเมือง หรือชาวเขาเผ่าต่างๆ เป็นต้น

5. สภาพแวดล้อม

ข้อดี

ได้รับความสนใจจากหน่วยงานของรัฐและผู้เกี่ยวข้องมากยิ่งขึ้น มีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมให้เหมาะสม หรือมีการเข้าควบคุมดูแลเพื่อให้คงสภาพที่ดีเหมือนเดิมให้นำากที่สุด หรืออย่างน้อยก็ให้เกิดความเสียหายน้อยที่สุด

ข้อเสีย

จากการที่ประชากรเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ มากเกินกว่าที่สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นจะรองรับได้ จะส่งผลทำให้สถานที่ท่องเที่ยวเสื่อมโทรม หรือถูกทำลายมากเกินกว่าที่จะบูรณะให้คืนสู่สภาพเดิมได้ ยิ่งไปกว่านั้น การที่นักท่องเที่ยวนำสิ่งปฏิกูลต่างๆ ที่เกิดจากเศษอาหารและวัสดุที่ใช้ห่อทิ้งไว้ในสถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งน้ำในบริเวณใกล้เคียง จะทำให้เกิดสิ่งสกปรกและน้ำในแหล่งน้ำเกิดมลพิษ ซึ่งจะทำให้คืนสภาพที่สวยงามโดยทั่วไปถูกทำลาย

สถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยว

สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับหลายประเทศในระดับสูง ซึ่งสามารถดึงดูดเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาได้อย่างมหาศาล องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization, WTO) ได้สำรวจความคิดเห็นจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวทั่วโลกพบว่า ในอนาคตการประกอบธุรกิจท่องเที่ยวจะเน้นไปที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) มากขึ้น ซึ่งกลุ่มนี้จะมีประมาณร้อยละ 10-15 ของนักท่องเที่ยวทั่วโลก เป็นผู้มีการศึกษาและฐานะทางเศรษฐกิจดี สนใจและเห็นความสำคัญของขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นและระบบนิเวศน์ในธรรมชาติ ในขณะเดียวกันก็ยังให้ความสำคัญกับตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ (Mass Market) ด้วยเช่นกัน โดยการพัฒนาทางการท่องเที่ยวทั้งหมดนี้ จะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่จะมีต่อเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละประเทศไปพร้อมๆ กับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ซึ่งมีหลักอยู่ 3 ประการคือ ความเพลิดเพลิน ความตื่นเต้น และการศึกษา โดยในอนาคตองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าภาครัฐจะมีบทบาทในการดำเนินการน้อยลง แต่จะมีความร่วมมือกันระหว่างภาครัฐกับเอกชน และมีการดำเนินการทางด้านการตลาดระหว่างประเทศในภูมิภาคเดียวกันมากขึ้น

องค์การการท่องเที่ยวโลก ได้พยากรณ์ไว้ว่าในปีพ.ศ. 2553 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลก จะเพิ่มขึ้นมากกว่า 1 พันล้านคน ก่อให้เกิดรายได้ถึง 60.45 ล้านล้านบาท นอกจากนี้ยังคาดว่าในปีพ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นถึง 1,600 ล้านคน หากเปรียบเทียบกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับอุตสาหกรรมอื่นๆ ทั่วโลก ในปีพ.ศ. 2541 จะเห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้มากเป็นอันดับหนึ่ง หรือคิดเป็น 20.748 ล้านล้านบาท รองลงมาคือ อุตสาหกรรมรถยนต์ 20.475 ล้านล้านบาท และอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์เคมี 19.617 ล้านล้านบาท ตามลำดับ ดูได้จากการที่ 3-1 ซึ่งตัวเลขการเดินทางเหล่านี้ทำให้ประเทศต่างๆ ทั่วโลก โดยเฉพาะประเทศไทยที่มีความพร้อมทางด้านการท่องเที่ยวอยู่แล้วไม่อาจจะเพิกเฉยต่อศักยภาพของอุตสาหกรรมนี้ได้



ตารางที่ 3-1 มูลค่าการส่งออกของแต่ละอุตสาหกรรมทั่วโลกปีพ.ศ. 2541

หน่วย : ล้านдолลาร์สหรัฐ

การท่องเที่ยว	532,000
ผลิตภัณฑ์รดยนต์	525,000
ผลิตภัณฑ์เคมี	503,000
อาหาร	443,000
คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำนักงาน	399,000
เครื่องเพลิง	344,000
สิ่งทอและเครื่องนุ่มนิ่ม	331,000
อุปกรณ์โทรคมนาคม	283,000
แร่ธาตุนอกเหนือจากเชื้อเพลิง	158,000
ผลิตภัณฑ์เหล็กและเหล็กกล้า	141,000

ที่มา : World Tourism Organization , 1998

ตารางที่ 3-2 ประเภทที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปเยือนในปีพ.ศ. 2543

ลำดับที่	จำนวนนักท่องเที่ยว(ล้านคน)
ฝรั่งเศส	75.6
สหรัฐอเมริกา	50.9
สเปน	47.9
อิตาลี	41.2
จีน	31.2
อังกฤษ	25.2
รัสเซีย	21.2
เม็กซิโก	20.6
แคนนาดา	19.7
เยอรมนี	19.0
ออสเตรีย	18.0
โปแลนด์	17.4
ชั้นการี	15.6
ฮ่องกง	13.1
กรีซ	13.1

ที่มา : World Tourism Organization , 2002

จากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศต่างๆนั้น ประเทศที่นักท่องเที่ยว尼ยมเดินทางไปเยือนมากที่สุดในปีพ.ศ. 2543 คือ ฝรั่งเศส ซึ่งมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือน 75.6 ล้านคน รองลงมาคือ สหรัฐอเมริกา สเปน อิตาลี ตามลำดับ ดูได้จากตารางที่ 3-2 สำหรับประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุด คือ สหรัฐอเมริกา ซึ่งได้รายได้จากการท่องเที่ยว 82 พันล้านдолลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือ สเปน ฝรั่งเศส อิตาลี ตามลำดับ ดูได้จากตารางที่ 3-3

ตารางที่ 3-3 รายได้จากการท่องเที่ยวท่องเที่ยวในแต่ละประเทศปีพ.ศ. 2543

ลำดับที่	รายได้จากการท่องเที่ยว(พันล้านдолลาร์สหรัฐฯ)
สหรัฐอเมริกา	82.0
สเปน	31.5
ฝรั่งเศส	30.7
อิตาลี	27.5
อังกฤษ	19.5
เยอรมนี	17.9
จีน	16.2
แคนนาดา	10.7
ออสเตรีย	10.0
กรีซ	9.2
เม็กซิโก	8.3
ออสเตรเลีย	8.0
ฮ่องกง	7.9
ตุรกี	7.6
สวิสเซอร์แลนด์	7.5

ที่มา : World Tourism Organization , 2002

ส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางเยือนประเทศต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายมากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวของประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งเสียค่าใช้จ่าย 64.5 พันล้านдолลาร์สหรัฐฯ รองลงมา คือ เยอรมนี อังกฤษ ญี่ปุ่น ตามลำดับ ดูได้จากตารางที่ 3-4

ตารางที่ 3-4 การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศปีพ.ศ. 2543

ลำดับที่	ค่าใช้จ่าย(พันล้านдолลาร์สหรัฐฯ)
สหรัฐอเมริกา	64.5
เยอรมนี	47.8
อังกฤษ	36.3
ญี่ปุ่น	31.9
ฝรั่งเศส	17.7
อิตาลี	15.7
จีน	13.1
เนเธอร์แลนด์	12.2
แคนนาดา	12.1
เบลเยียม/ลักเซมเบร็ก	10.2
อสเตรีย	9.3
สวีเดน	8.0
ໄต้หัวน์	6.4
เกาหลี	6.2
สวิสเซอร์แลนด์	6.2

ที่มา : World Tourism Organization , 2002

สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น ข้อมูลทางสถิติจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ชี้ให้เห็นถึงการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ในปีพ.ศ.2545 มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทย 10,799,067 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.33 ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศประมาณ 323,484 ล้านบาท

ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาหนึ่ง มีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือภูมิภาคยุโรป ภูมิภาคอเมริกา ตามลำดับ (ดังตารางที่ 3-5) โดยในปีพ.ศ. 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก 6,531,546 คน รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปจำนวน 2,450,878 คน และนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาจำนวน 640,143 คน ตามลำดับ และสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยนั้น สัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกมากเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือภูมิภาคยุโรป และภูมิภาค

อเมริกา ตามลำดับ (ดังตารางที่ 3-6) โดยในปีพ.ศ. 2545 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวภูมิภาค เอเชียตะวันออกมีสัดส่วนร้อยละ 60.48 ภูมิภาคยุโรปมีสัดส่วนร้อยละ 22.70 ภูมิภาคเเมริกามี สัดส่วนร้อยละ 5.93 ตามลำดับ

**ตารางที่ 3-5 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย
จำแนกตามรายภูมิภาค ระหว่างปีพ.ศ. 2541 – 2545**

หน่วย : คน

ภูมิภาค	2541	2542	2543	2544	2545
เอเชียตะวันออก	4,583,160	5,195,972	5,752,871	6,064,117	6,531,546
ยุโรป	1,888,673	1,990,449	2,168,996	2,304,640	2,450,878
อเมริกา	348,346	514,595	584,967	604,041	640,143
เอเชียใต้	448,761	280,422	339,413	333,248	390,745
โอเชียเนีย	258,816	350,555	381,464	427,673	423,501
ตะวันออกกลาง	165,078	175,106	200,523	237,268	272,805
แอฟริกา	72,097	73,233	80,389	90,963	89,449
รวม	7,764,931	8,580,332	9,508,623	10,061,950	10,799,067

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

**ตารางที่ 3-6 สัดส่วนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย
จำแนกตามรายภูมิภาค ระหว่างปีพ.ศ. 2541 – 2545**

หน่วย : ร้อยละ

ภูมิภาค	2541	2542	2543	2544	2545
เอเชียตะวันออก	59.02	60.56	60.50	60.27	60.48
ยุโรป	24.32	23.20	22.81	22.90	22.70
อเมริกา	4.49	6.00	6.15	6.00	5.93
เอเชียใต้	5.78	3.27	3.57	3.31	3.62
โอเชียเนีย	3.33	4.09	4.01	4.25	3.92
ตะวันออกกลาง	2.13	2.04	2.11	2.36	2.53
แอฟริกา	0.93	0.84	0.85	0.90	0.83
รวม	100	100	100	100	100

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในส่วนของอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาดูได้จากตารางที่ 3-7 จะเห็นได้ว่าอัตราการเปลี่ยนแปลงโดยรวมในปีพ.ศ. 2541 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 7.53 ปีพ.ศ. 2542 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 10.50 ปีพ.ศ. 2543 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 10.82 ปีพ.ศ. 2544 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 5.82 และในปีพ.ศ. 2545 มีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 7.33 หากจำแนกตามรายภูมิภาคจะเห็นได้ว่าในปีพ.ศ. 2545 ภูมิภาคเอเชียได้มีอัตราการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคือร้อยละ 17.25 เนื่องมาจากจุดหมายปลายทางหลัก เช่น อเมริกา อังกฤษ และพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ในภูมิภาคตะวันออกกลางและฟริกา รวมทั้งเอเชียตะวันออกเฉียงใต้บางประเทศยังอยู่ในภาวะที่ล่อแหลมต่อความไม่สงบด้วย ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่คงความได้เปรียบสูง รองลงมาคือภูมิภาคตะวันออกกลางมีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 14.98 ส่วนหนึ่งมาจากการที่ประเทศไทยต่างๆในยุโรป อเมริกา รวมทั้งเอเชียบางประเทศที่เพิ่มความเข้มงวดในการตรวจสอบให้กับบุคคลสัญชาติอาหรับมากเป็นพิเศษ ทำให้นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยเหล่านี้ไม่ได้รับความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ ในขณะที่ประเทศไทยยังคงภาพลักษณ์ของความเป็นกลาง และด้อนรับนักท่องเที่ยวทุกเชื้อชาติ รวมทั้งยังมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวที่คุ้มค่าเงิน ทำให้ได้รับความสนใจจากชาวอาหรับค่อนข้างมาก ภูมิภาคเอเชียตะวันออกมีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 7.71 เนื่องจากตลาดมาเลเซีย จีน เกาหลี และญี่ปุ่น มีการขยายตัวที่ดี ประกอบกับการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆในเมืองไทย และการเกิดเหตุการณ์ความไม่สงบในเกาะบราห์ม และฟิลิปปินส์ ไม่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวไทย แต่ในทางกลับกัน ทำให้แหล่งท่องเที่ยวทางทะเลของไทยในฐานะที่เป็นคู่แข่งของเกาะบราห์มมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเพิ่มมากขึ้น ภูมิภาคยุโรปมีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 6.35 โดยในภาพรวมแล้วจำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้เติบโตอย่างต่อเนื่องมาตลอดทั้งปี ตลาดที่มีการเติบโตที่ดีแก่ อังกฤษ ฝรั่งเศส อิตาลี สวิสเซอร์แลนด์ รัสเซีย เดนมาร์ก พินแลนด์ และยุโรปตะวันออก ส่วนเยอรมนี และสวีเดนมีการเติบโตที่ลดลงเนื่องจากการลดจำนวนเที่ยวบินมายังประเทศไทย รวมทั้งภาวะทางเศรษฐกิจของทั้ง 2 ประเทศเข้าสู่ช่วงชะลอตัว และกระแสข่าวเรื่องความไม่สงบด้วย แต่โดยภาพรวมแล้วอัตราการเติบโตของภูมิภาคนี้อยู่ในเกณฑ์ที่ดี ภูมิภาคอเมริกามีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ 5.98 เนื่องจากในหลายด้านของนักท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นประเทศที่มีภาพลักษณ์ของความเป็นกลาง รวมทั้งการเป็นเมืองที่สงบ และมีความคุ้มค่าของเงินซึ่งเป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ให้ความสนใจที่จะเลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ภูมิภาคโօเชียเนียมีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ -0.98 เป็นผลจากจำนวนนักท่องเที่ยวจากตลาดหลักคือ ออสเตรเลียมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง ซึ่งได้รับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงจุดเด่นพักของสายการบินแคนาดา/บริติชแอร์เวย์ จากประเทศไทยไปสิงคโปร์ ในส่วนทางจากออสเตรเลียไปยังยุโรป ส่งผลให้การเดินทาง

จากอสเตรเลียmany ประเทศไทยเกิดอุปสรรคในการเดินทางมากขึ้น อิกทั้งในช่วงปลายปี ประเทศไทยได้รับผลกระทบด้านลบจากการแสวงหาลือการก่อการร้ายในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย เช่น ภูเก็ต และพัทยา อันเป็นผลลัพธ์เนื่องจากเหตุระเบิดในภาคใต้ ผนวกกับสภาพเศรษฐกิจของอสเตรเลียในช่วงครึ่งหลังของปี 2545 เริ่มส่งสัญญาณการเข้าสู่ภาวะชะลอตัวแล้ว ส่งผลให้อัตราการเดินทางของภูมิภาคลดลง และภูมิภาคออฟริตามีอัตราการเปลี่ยนแปลงร้อยละ -1.66 เนื่องจากคุณลักษณะของตลาดนักท่องเที่ยวในเขตที่มีความผันผวนขึ้นลงอย่างรวดเร็วตามกระแสนิยมทำให้ยากต่อการคาดหมายในการที่จะได้รับนักท่องเที่ยวจากตลาดนี้ในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวระยั่งคายกล่องอย่างประเทศไทยจึงมีอัตราหักเสียหายลดลงความแปรปรวนของสถานการณ์ดังกล่าวได้ ตามลำดับ

**ตารางที่ 3-7 อัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย
ตามจ้าแห่งตามภูมิภาค ระหว่างปีพ.ศ. 2541 – 2545**

หน่วย : เปอร์เซนต์

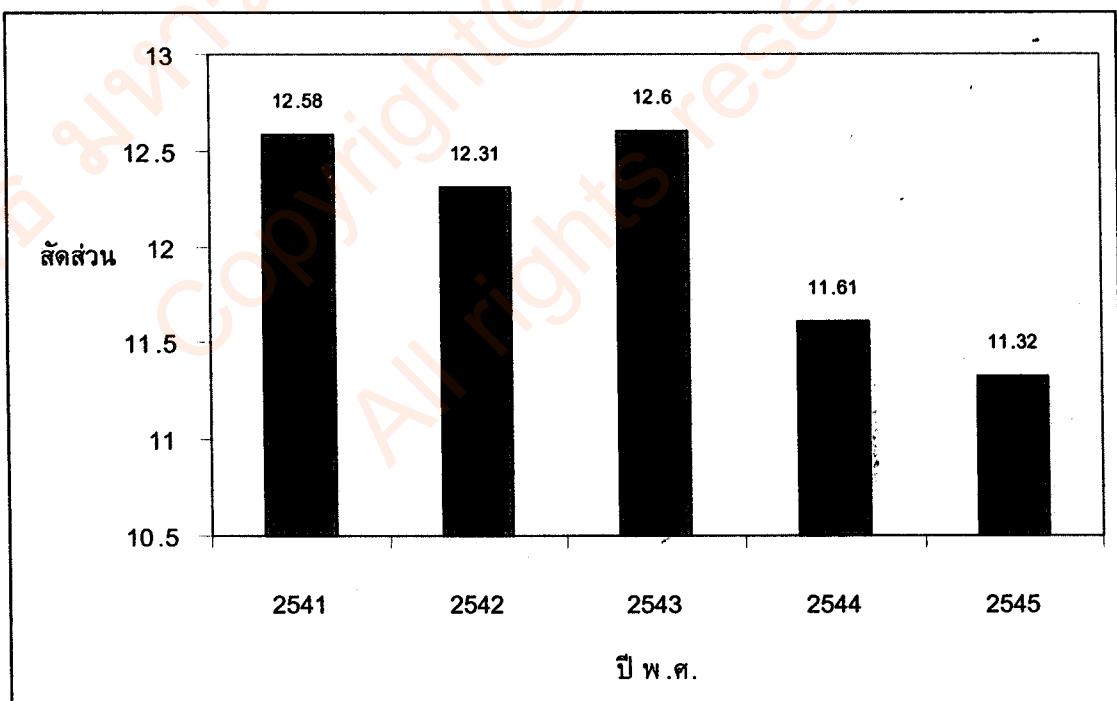
ภูมิภาค	2541	2542	2543	2544	2545
เอเชียตะวันออก	+0.31	+13.37	+10.72	+5.41	+7.71
ยุโรป	+19.09	+5.39	+8.97	+6.25	+6.35
อเมริกา	+28.33	+14.67	+13.68	+3.26	+5.98
เอเชียใต้	+15.60	+8.53	+21.04	-1.82	+17.25
โอเชียเนีย	+12.74	+0.63	+8.82	+12.11	-0.98
ตะวันออกกลาง	+30.57	+6.07	+14.52	+18.32	+14.98
แอฟริกา	+41.47	+1.58	+9.77	+13.15	-1.66
รวม	+7.53	+10.50	+10.82	+5.82	+7.33

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในส่วนของงบประมาณการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ได้จัดสรรงบประมาณให้กับหน่วยงานภายในประเทศ และหน่วยงานในสำนักงานต่างประเทศ ซึ่งทางการท่องเที่ยวได้จัดสรรงบประมาณเพื่อนำไปพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยงบประมาณที่จัดสรรหั่นกับหน่วยงานในสำนักงานต่างประเทศนั้นแบ่งออกได้เป็นด้านต่างๆ คือ การโฆษณา (Advertising) การประชาสัมพันธ์ (Public Relations) การส่งเสริมการขาย (Sales Activity) ผู้แทนตลาด (Market Representative) การผลิตเพื่อใช้ตามตลาด (Sales Aid Production)

สถานการณ์การท่องเที่ยวทั่วไปของประเทศที่ได้ทำการศึกษา ได้แก่ ประเทศไทยญี่ปุ่น ประเทศเยอรมันี ประเทศอังกฤษ ประเทศอเมริกา และประเทศจีน มีรายละเอียดดังนี้ ประเทศไทยญี่ปุ่น

ตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น เป็นตลาดหลักที่สำคัญในภูมิภาคเอเชียตะวันออก กระแทก การเดินทางของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีแนวโน้มการเดินทางที่ติดต่อปีพ.ศ. 2535 เป็นต้นมา ในปี พ.ศ. 2541 อัตราการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นอีกร้อยละ 2.16 มีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.58 โดยมีนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่ในญี่ปุ่นเดินทางมาเยือนประเทศไทยทั้งสิ้น 986,264 คน ในปีพ.ศ. 2542 มีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 1,064,539 คน มีอัตราการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.94 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.31 ในปีพ.ศ. 2543 มีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 1,167,931 คน มีอัตราการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.53 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 12.60 ในปีพ.ศ. 2544 มีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 1,168,548 คน มีอัตราการขยายตัวของตลาดลดลงร้อยละ 2.45 และส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 11.61 และในปีพ.ศ. 2545 มีนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 1,222,270 คน มีอัตราการขยายตัวของตลาดเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.60 และมีส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 11.32 (ดูได้จากภาพที่ 1 และตารางที่ 3-8)



ภาพที่ 1 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ. 2541 – 2545

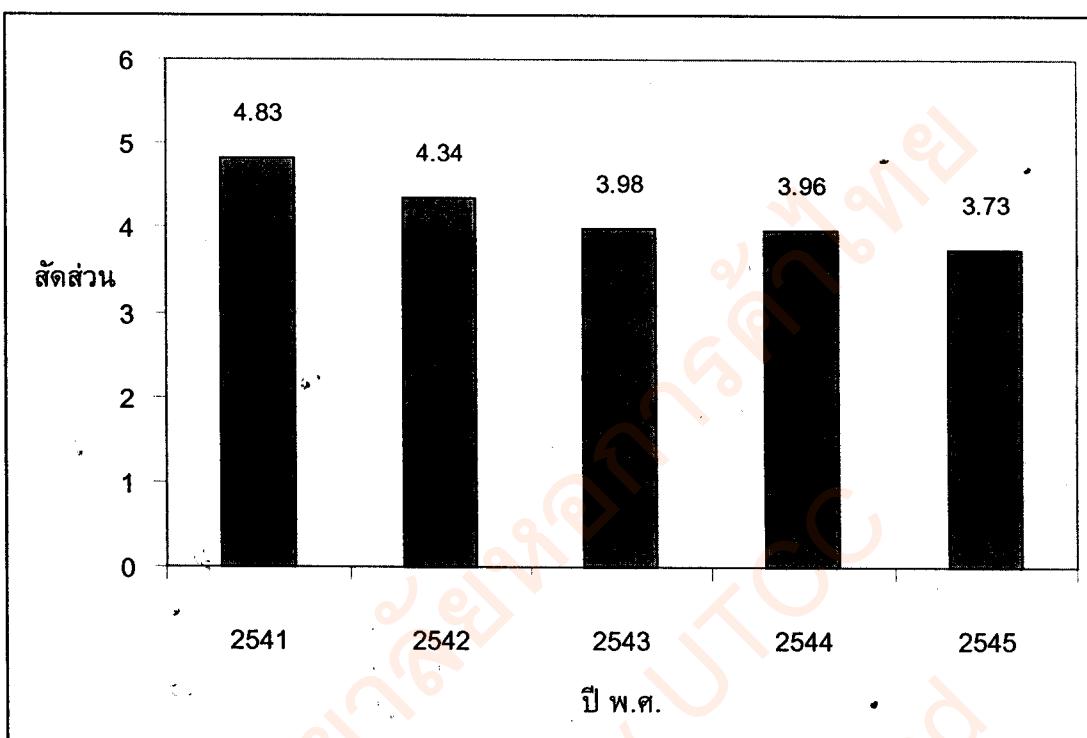
ตารางที่ 3-8 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาว
ญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2545

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	วันพักเฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่าย (คน/วัน)	รายได้ (ล้านบาท)
2541	986,264	6.14	3,354.80	20,315.61
2542	1,064,539	6.42	4,507.04	30,802.68
2543	1,197,931	6.13	4,081.78	29,973.77
2544	1,168,548	7.12	3,779.55	31,446.08
2545	1,222,270	6.56	4,247.94	34,060.38

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทยเยอรมนี

นักท่องเที่ยวเยอรมนีจัดอยู่ในกลุ่มตลาดหลักที่สำคัญของประเทศไทย ในปีพ.ศ. 2539 นั้นจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีที่เดินทางมาประเทศไทยลดลงเป็นครั้งแรก คือมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจำนวน 353,677 คน ลดลงร้อยละ 3.32 ในปีพ.ศ. 2541 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 378,566 คน ลดลงร้อยละ 10.58 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.83 ในปีพ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 375,345 คน ลดลงร้อยละ 0.85 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.34 และในปีพ.ศ. 2543 มีนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2542 เล็กน้อย คือมีจำนวนนักท่องเที่ยว 378,562 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.86 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.98 ในปีพ.ศ. 2544 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีเดินทางเข้ามาในประเทศไทยจำนวน 398,034 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.14 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 3.96 และในปีพ.ศ. 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีเดินทางมาเข้ามาประเทศไทยจำนวน 403,240 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 1.31 และส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 3.73 (ดูได้จากภาพที่ 2 และตารางที่ 3-9)



ภาพที่ 2 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2545

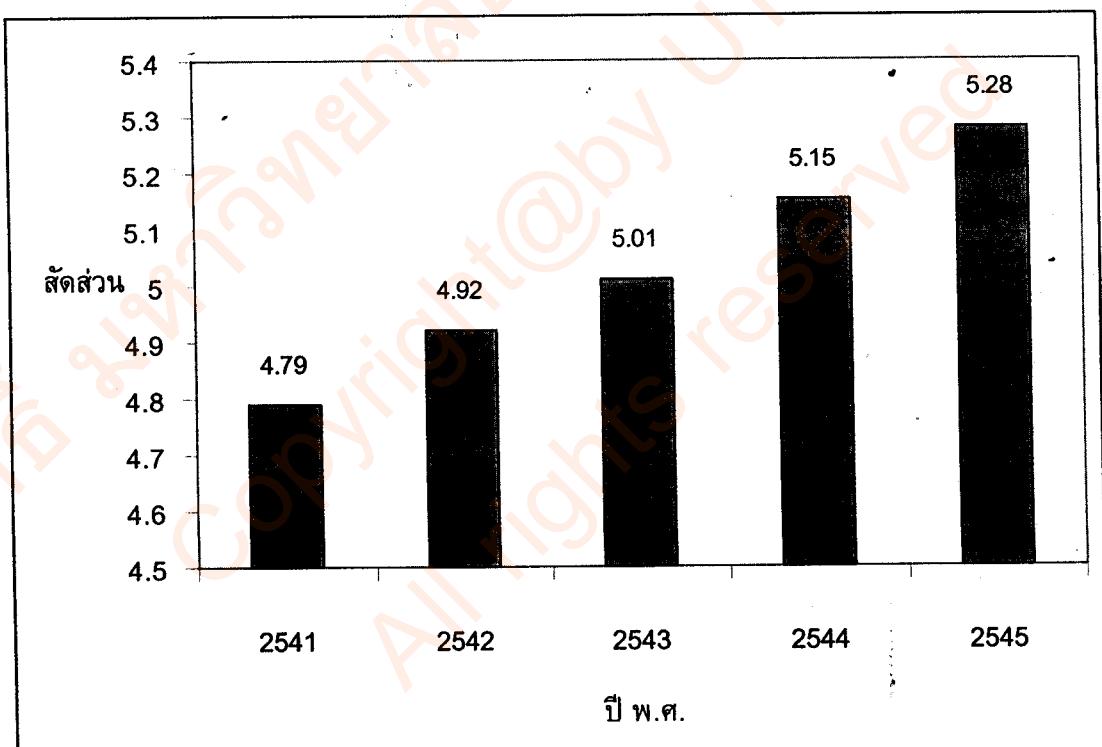
ตารางที่ 3-9 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2545

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	วันพักเฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่าย (คน/วัน)	รายได้ (ล้านบาท)
2541	378,566	16.37	2,819.86	17,475.01
2542	375,345	15.38	2,453.28	14,576.67
2543	378,562	13.25	2,791.97	14,004.38
2544	398,034	14.20	2,797.16	15,809.77
2545	403,240	15.01	2,855.85	17,285.38

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทย

นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเป็นตลาดหลักที่สำคัญของประเทศไทย นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเดินทางมาประเทศไทยเพิ่มขึ้นโดยตลอด มีเพียงปีพ.ศ. 2534 เท่านั้นที่ลดลง ในปีพ.ศ. 2541 มีนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษจำนวน 375,912 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 30.68 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.79 ในปีพ.ศ. 2542 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 425,688 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.24 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.92 ในปีพ.ศ. 2543 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 476,387 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.91 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.01 ในปีพ.ศ. 2544 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 517,974 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น 8.73 ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.15 และในปีพ.ศ. 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 569,812 คน อัตราการขยายตัวร้อยละ 10.01 และส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 5.28 (ดูได้จากภาพที่ 3 และตารางที่ 3-10)



ภาพที่ 3 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2545

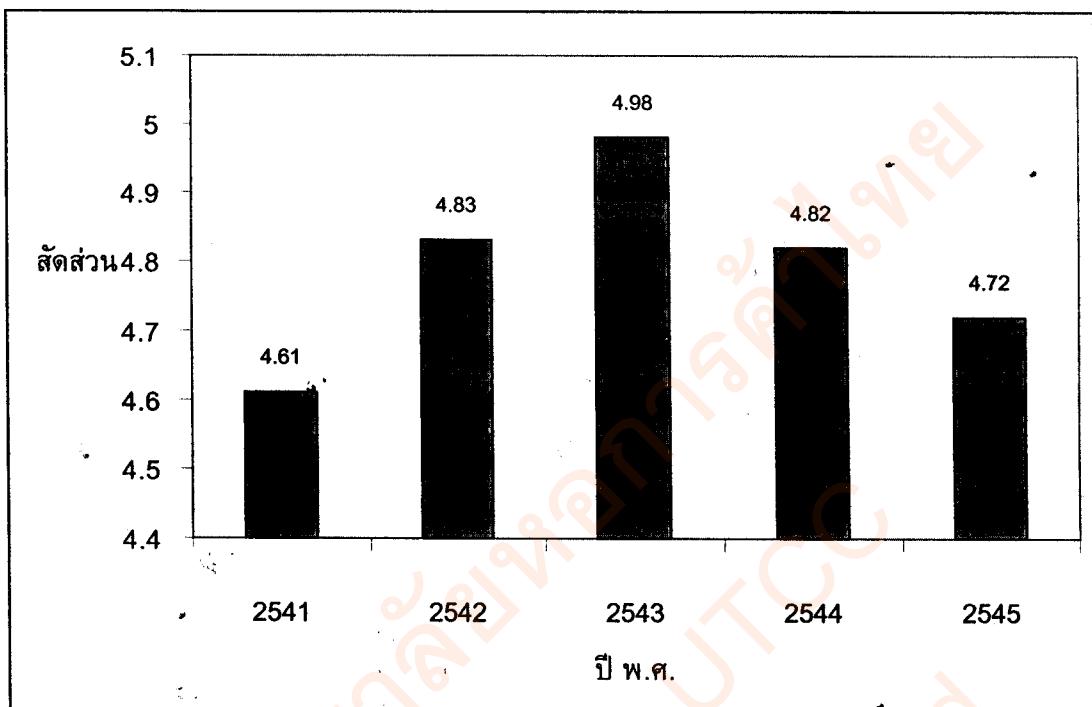
ตารางที่ 3-10 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาว
อังกฤษที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2545

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	วันพักเฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่าย (คน/วัน)	รายได้ (ล้านบาท)
2541	375,912	14.20	3,398.89	18,143.11
2542	425,688	14.13	3,274.46	19,695.79
2543	476,387	12.68	3,605.46	21,779.07
2544	517,974	13.69	3,178.94	22,542.05
2545	569,812	13.45	3,597.16	27,568.55

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทย อเมริกา

ตลาดนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรอยู่ในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง
สำหรับประเทศไทย การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรมีการเติบโตด้วยดีมาโดย
ตลอด ยกเว้นในปีพ.ศ. 2538 ที่ตลาดมีการเติบโตลดลง และได้กลับฟื้นตัวขึ้นอย่างรวดเร็วในปี
พ.ศ. 2539 ในอัตรา้อยละ 8.09 โดยผู้ที่มีภาระท่องเที่ยวในสหราชอาณาจักรมีการเดินทางมาเยือนประเทศไทย
ทั้งสิ้น 308,573 คน กระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักรได้แสดงการ
เคลื่อนไหวด้วยอัตราเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ในปีพ.ศ. 2541 ประเทศไทยได้รับ
นักท่องเที่ยวจากตลาดน้ำทั้งสิ้น 361,705 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 16.27 และมี
ส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.61 ในปีพ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 417,860 คน อัตราการ
ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.53 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 4.83 ในปีพ.ศ. 2543 มีจำนวน
นักท่องเที่ยว 473,285 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.26 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อย
ละ 4.98 ในปีพ.ศ. 2544 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 485,276 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อย
ละ 2.53 ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 4.82 และในปีพ.ศ. 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 509,841
คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.06 และส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 4.72 (ดูได้จากภาพ
ที่ 4 และตารางที่ 3-11)



ภาพที่ 4 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2541 – 2545

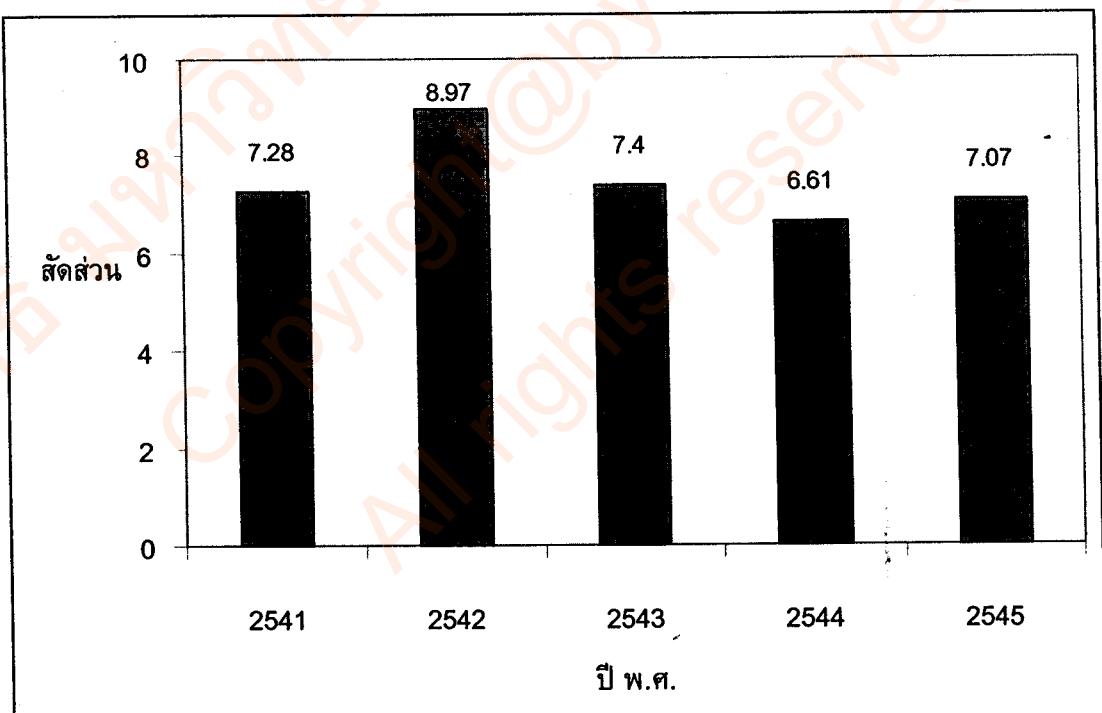
ตารางที่ 3-11 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2545

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	วันพักเฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่าย (คน/วัน)	รายได้ (ล้านบาท)
2541	361,705	10.05	4,228.86	15,372.43
2542	417,860	8.54	4,602.34	16,423.55
2543	473,285	8.86	4,419.94	18,534.16
2544	485,276	10.97	4,139.39	22,035.95
2545	509,841	12.95	4,127.31	27,250.32

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ประเทศไทย

ตลาดนักท่องเที่ยวจีน เป็นตลาดหลักในภูมิภาคเอเชียตะวันออก การเดินทางของนักท่องเที่ยวจีนมีการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ต่อเนื่องตั้งแต่ ปีพ.ศ. 2535 เป็นต้นมา แต่ในปี พ.ศ. 2540 นี้ อัตราการขยายตัวของตลาดนี้เริ่มมีทิศทางที่เปลี่ยนไป โดยมีอัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 3.75 โดยมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาเยือนประเทศไทยทั้งสิ้น 439,795 คน ในปี พ.ศ. 2541 มีนักท่องเที่ยวจีนเดินทางมาประเทศไทยจำนวน 571,061 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 29.85 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 7.28 ในปีพ.ศ. 2542 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 775,626 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 35.82 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 7.28 ในปี พ.ศ. 2543 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 704,080 คน อัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 9.22 และมีส่วนแบ่งตลาดร้อยละ 7.40 ในปีพ.ศ. 2544 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 694,886 อัตราการขยายตัวลดลงร้อยละ 1.31 ส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 6.61 และในปีพ.ศ. 2545 มีจำนวนนักท่องเที่ยว 763,139 คน อัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้น 9.82 และส่วนแบ่งการตลาดร้อยละ 7.07 (ดูได้จากภาพที่ 5 และตารางที่ 3-12)



ภาพที่ 5 สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยระหว่างปีพ.ศ. 2541 – 2545

ตารางที่ 3-12 จำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย รายได้ และวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาว
จีนที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปีพ.ศ. 2541 - 2545

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	วันพักเฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่าย (คน/วัน)	รายได้ (ล้านบาท)
2541	571,061	7.04	4,267.11	17,154.93
2542	775,626	7.69	4,262.70	25,425.13
2543	704,080	5.07	4,288.01	17,208.89
2544	694,886	5.78	4,226.82	16,976.77
2545	763,139	6.06	4,054.52	18,750.62

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ลักษณะโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย

ในปัจจุบันแต่ละประเทศได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศและนำเงินตราเข้าสู่ประเทศไทย ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง ในการพัฒนาการท่องเที่ยวจะจำเป็นจะต้องศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ เพื่อนำผลการศึกษามาประกอบการพิจารณาและตัดสินใจในการวางแผนที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยรายละเอียดของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยสามารถสรุปได้ดังนี้

เพศของนักท่องเที่ยว

จากการพิจารณานักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยโดยจำแนกตามเพศของนักท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ.2541-2545 พบว่า ประเทศไทยมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่านักท่องเที่ยวเพศหญิงมาโดยตลอด และในส่วนของประเทศไทยที่ทำการศึกษานั้นพบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ และสหรัฐอเมริกาที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนั้น มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเพศชายมากกว่าเพศหญิง แต่สำหรับประเทศไทยนั้นมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวเพศชายกับเพศหญิงใกล้เคียงกัน (ดังตารางที่ 3-13)

ตารางที่ 3-13 เพศของนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ปี	ประเทศ	เพศชาย	เพศหญิง
2541	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	62.76 63.03 61.77 64.89 53.41 61.16	37.24 36.97 38.23 35.11 46.59 38.84
2542	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	61.40 63.33 61.71 64.40 52.44 60.28	38.60 36.67 38.29 35.60 47.56 39.72
2543	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	61.20 62.58 60.83 63.41 54.41 59.80	38.80 37.42 39.17 36.59 45.59 40.20
2544	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	63.19 63.02 61.93 63.49 55.29 59.85	36.81 36.98 38.07 36.51 44.71 40.15
2545	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	62.35 62.42 62.20 64.18 55.43 59.51	37.65 37.58 37.79 35.82 44.57 40.49

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เข้ามาในประเทศไทย

การเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยนั้นมีความสำคัญ กับการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก ด้านการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกกลับ เดินทางเข้ามาเยือนอีกรอบนั้น แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวนั้นมีความพอใจในการเดินทางเข้า มาในประเทศไทย ซึ่งในปีพ.ศ. 2541 มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกร้อยละ 48.80 และมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนอีกร้อยละ 51.20 ในปีพ.ศ. 2545 มี สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกร้อยละ 50.84 และมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่ กลับมาเยือนอีกร้อยละ 49.16 ซึ่งถือเป็นสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก และในส่วนของประเทศที่ เลือกทำการศึกษา พนบฯ นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ และสหราชอาณาจักร มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนมีสัดส่วน ใกล้เคียงกัน ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนนั้นมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้ง แรกมากกว่านักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนอีก (ดังตารางที่ 3-14) กล่าวโดยสรุป จะเห็นได้ว่า ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 นั้น สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกกับสัดส่วนของ นักท่องเที่ยวที่กลับมาเยือนอีกนั้นมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันมาก ซึ่งอาจจะสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว ของไทยยังอยู่ในเกณฑ์ที่ดี เพราะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้น และ นักท่องเที่ยวบางส่วนประทับใจและกลับมาเยือนประเทศไทยอีก

ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

การเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย จะมีลักษณะการเดินทาง 2 ลักษณะ คือ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่ม กับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วยตนเอง ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 พนบฯ นักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาเป็นกลุ่มในปีพ.ศ. 2541 มีสัดส่วนร้อยละ 40.17 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาด้วย ตนเองมีสัดส่วนร้อยละ 59.83 และในปีพ.ศ. 2545 มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็น กลุ่มร้อยละ 45.66 และสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองร้อยละ 54.34 ซึ่งสามารถสรุป ได้ว่าในช่วง 5 ปีมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมา เป็นกลุ่ม ในส่วนของประเทศที่เลือกทำการศึกษา พนบฯ นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยยังนิ จังกฤษ และสหราชอาณาจักร มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองมากกว่านักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาเป็นกลุ่ม ส่วนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นนั้นมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาเป็นกลุ่มกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองใกล้เคียงกัน ยกเว้นในปีพ.ศ. 2545 ที่มีสัดส่วนของ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเองอย่างเห็นได้ชัด สำหรับประเทศจีนนั้นมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นกลุ่มมากกว่านักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาเอง (ดังตารางที่ 3-15)

ตารางที่ 3-14 การเดินทางเข้ามาเยือนของนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ปี	ประเทศ	ครั้งแรก	กลับมาเยือน
2541	ญี่ปุ่น	50.79	49.21
	เยอรมนี	43.97	56.03
	อังกฤษ	49.35	50.65
	อเมริกา	40.75	59.25
	จีน	85.50	14.50
	รวม	48.80	51.20
2542	ญี่ปุ่น	54.07	45.93
	เยอรมนี	44.75	55.25
	อังกฤษ	51.16	48.84
	อเมริกา	40.67	59.33
	จีน	89.56	10.44
	รวม	51.45	48.55
2543	ญี่ปุ่น	52.51	47.49
	เยอรมนี	40.99	59.01
	อังกฤษ	49.22	50.73
	อเมริกา	40.86	59.14
	จีน	85.43	14.57
	รวม	52.28	47.72
2544	ญี่ปุ่น	45.36	54.64
	เยอรมนี	38.68	61.32
	อังกฤษ	45.21	54.79
	อเมริกา	39.56	60.44
	จีน	76.73	23.27
	รวม	48.25	51.75
2545	ญี่ปุ่น	48.20	51.80
	เยอรมนี	39.22	60.78
	อังกฤษ	46.33	53.67
	อเมริกา	38.52	61.48
	จีน	81.24	18.76
	รวม	50.84	49.16

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3-15 ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ปี	ประเทศ	กลุ่ม	เดินทางมาเอง
2541	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	51.02 20.71 18.29 16.30 80.83 40.17	48.98 79.29 81.71 83.40 19.17 59.83
2542	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	52.01 25.73 21.09 20.76 84.88 44.24	47.99 74.27 78.91 79.24 15.12 55.76
2543	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	49.36 22.50 18.57 21.49 77.28 43.90	50.64 77.50 81.43 78.51 22.72 56.10
2544	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	45.04 20.56 17.66 22.53 72.77 42.14	54.96 79.44 82.34 77.47 27.23 57.86
2545	ญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา จีน รวม	78.93 22.46 20.34 21.97 77.16 45.66	21.07 77.54 79.66 78.03 28.84 54.34

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จุดประสงค์ในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยนั้น ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 ส่วนใหญ่มีจุดประสงค์เพื่อเข้ามาพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาคือ การเข้ามาทำธุรกิจ ประชุม ราชการ ตามลำดับ สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน ซึ่งเป็นกรณีศึกษาด้าน จุดประสงค์ในการเดินทางเข้ามาของ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่คือ การเข้ามาพักผ่อนมากที่สุด (ดังตารางที่ 3-16) ซึ่งกล่าวโดยสรุปว่า จุดประสงค์หลักในการเดินทางเข้ามาของนักท่องเที่ยวคือ การพักผ่อน

ตารางที่ 3-16 จุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ปี	ประเภท	พักผ่อน	ธุรกิจ	ประชุม	ราชการ	อื่นๆ
2541	ญี่ปุ่น	86.81	11.14	0.30	0.26	1.49
	เยอรมัน	92.16	6.79	0.15	0.16	0.74
	อังกฤษ	89.36	8.70	0.49	0.11	1.34
	อเมริกา	77.61	16.27	0.94	0.95	4.23
	จีน	94.95	3.22	0.43	0.53	0.87
	รวม	88.99	9.09	0.85	0.42	1.65
2542	ญี่ปุ่น	87.73	10.12	0.35	0.28	1.52
	เยอรมัน	91.82	6.85	0.34	0.15	0.84
	อังกฤษ	90.26	7.56	0.51	0.15	1.52
	อเมริกา	79.16	14.09	1.28	0.94	4.53
	จีน	95.76	2.55	0.41	0.44	0.84
	รวม	88.11	8.66	0.88	0.51	1.84
2543	ญี่ปุ่น	87.60	10.62	0.38	0.16	1.24
	เยอรมัน	92.27	6.46	0.17	0.14	0.96
	อังกฤษ	91.11	6.91	0.43	0.07	1.48
	อเมริกา	79.80	14.02	1.07	0.58	4.53
	จีน	94.29	3.66	0.48	0.37	1.20
	รวม	88.01	9.05	0.88	0.31	1.75
2544	ญี่ปุ่น	87.38	10.78	0.42	0.17	1.25
	เยอรมัน	92.31	6.33	0.24	0.17	0.95
	อังกฤษ	91.86	6.27	0.37	0.09	1.41
	อเมริกา	82.30	12.26	0.96	0.49	3.99
	จีน	93.48	4.25	0.62	0.40	1.25
	รวม	88.22	8.73	0.89	0.46	1.70
2545	ญี่ปุ่น	88.55	9.58	0.41	0.19	1.27
	เยอรมัน	92.24	6.28	0.35	0.13	1.00
	อังกฤษ	92.32	5.86	0.32	0.02	1.48
	อเมริกา	83.26	11.00	1.08	0.66	4.00
	จีน	94.02	3.96	0.64	0.34	1.04
	รวม	89.26	7.64	0.99	0.37	1.74

หมายเหตุ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ระดับอายุของนักท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนั้นมีระดับอายุที่แตกต่างกันออกไป ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 7 ระดับ ได้แก่ อายุต่ำกว่า 15 ปี , 15-24 ปี , 25-34 ปี , 35-44 ปี , 45-54 ปี , 55-64 ปี และ 65 ปีขึ้นไป ซึ่งในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 นักท่องเที่ยวที่มีอายุในช่วง 25-34 ปีเดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด สำหรับนักท่องเที่ยวในกรณีที่เลือกทำการศึกษานั้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในช่วงอายุ 25-34 ปีเดินทางเข้ามากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันในช่วงอายุ 25-34 ปี และ 35-44 ปี เป็นช่วงอายุที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ คือ ช่วงอายุ 25-34 ปี นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา คือ ช่วงอายุ 45-54 ปี และนักท่องเที่ยวชาวจีน คือ ช่วงอายุ 35-44 ปี (ดังตารางที่ 3-17)

ตารางที่ 3-17 ระดับอายุของนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

ปี	ประเทศ	ต่ำกว่า 15	15-24	25-34	35-44	45-54	55-64	65 ปีขึ้นไป
2541	ญี่ปุ่น	3.04	13.66	25.38	17.24	21.15	13.61	5.56
	เยอรมัน	3.39	6.07	28.16	23.79	19.62	14.96	4.01
	อังกฤษ	3.22	10.53	29.75	19.26	20.55	11.88	4.81
	อเมริกา	4.93	6.41	20.17	23.47	24.44	13.84	6.74
	จีน	2.85	6.27	27.86	27.99	18.52	11.66	4.85
	รวม	4.85	9.60	27.33	23.92	19.22	10.65	4.43
2542	ญี่ปุ่น	2.82	14.82	24.74	17.52	20.65	13.67	5.78
	เยอรมัน	3.30	6.10	25.70	24.47	19.58	16.52	4.33
	อังกฤษ	3.11	11.61	30.65	18.53	18.64	12.21	5.25
	อเมริกา	4.79	7.12	19.70	22.29	23.68	14.61	7.81
	จีน	2.96	6.55	26.61	27.49	19.58	11.70	5.11
	รวม	4.93	9.97	26.59	23.74	19.07	11.02	4.68
2543	ญี่ปุ่น	2.45	14.16	25.21	18.10	20.65	13.58	5.85
	เยอรมัน	2.82	6.36	25.65	25.86	19.24	15.92	4.15
	อังกฤษ	2.63	12.65	31.73	18.61	19.14	10.91	4.33
	อเมริกา	3.94	7.54	19.91	22.13	22.88	14.99	8.61
	จีน	2.84	7.13	27.21	28.48	19.33	10.23	4.78
	รวม	4.93	10.37	26.69	23.88	19.17	10.48	4.48
2544	ญี่ปุ่น	2.52	13.23	25.54	19.00	20.59	13.49	5.63
	เยอรมัน	2.64	6.65	25.45	26.18	19.14	15.56	4.38
	อังกฤษ	2.38	13.69	31.50	19.46	17.30	11.22	4.45
	อเมริกา	3.82	8.73	20.84	21.33	21.42	15.33	8.53
	จีน	3.23	7.53	28.52	29.24	18.34	9.23	3.91
	รวม	4.82	10.33	27.10	23.99	18.82	10.54	4.40
2545	ญี่ปุ่น	2.30	11.49	24.83	19.66	20.53	15.26	5.93
	เยอรมัน	2.42	6.23	24.13	26.28	20.28	15.38	5.28
	อังกฤษ	2.54	13.35	30.23	19.74	17.15	12.20	4.79
	อเมริกา	3.85	8.06	19.93	21.10	22.44	16.95	7.67
	จีน	2.83	7.44	27.27	28.50	20.06	9.87	4.03
	รวม	4.68	9.70	26.21	24.12	19.45	11.37	4.47

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อาชีพของนักท่องเที่ยว

อาชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย
นั้นมีมากหลายอาชีพ ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มอาชีพของนักท่องเที่ยวออกได้เป็นกลุ่มๆ คือ
นักวิชาการ นักบริหาร ธุรกิจ แรงงาน เกษตรกร ข้าราชการ แม่บ้าน นักศึกษา กลุ่ม
เกษตรราย小 อาชีพอิสระและอื่นๆ

ตารางที่ 3-18 อาชีพของนักท่องเที่ยว

หน่วย : ร้อยละ

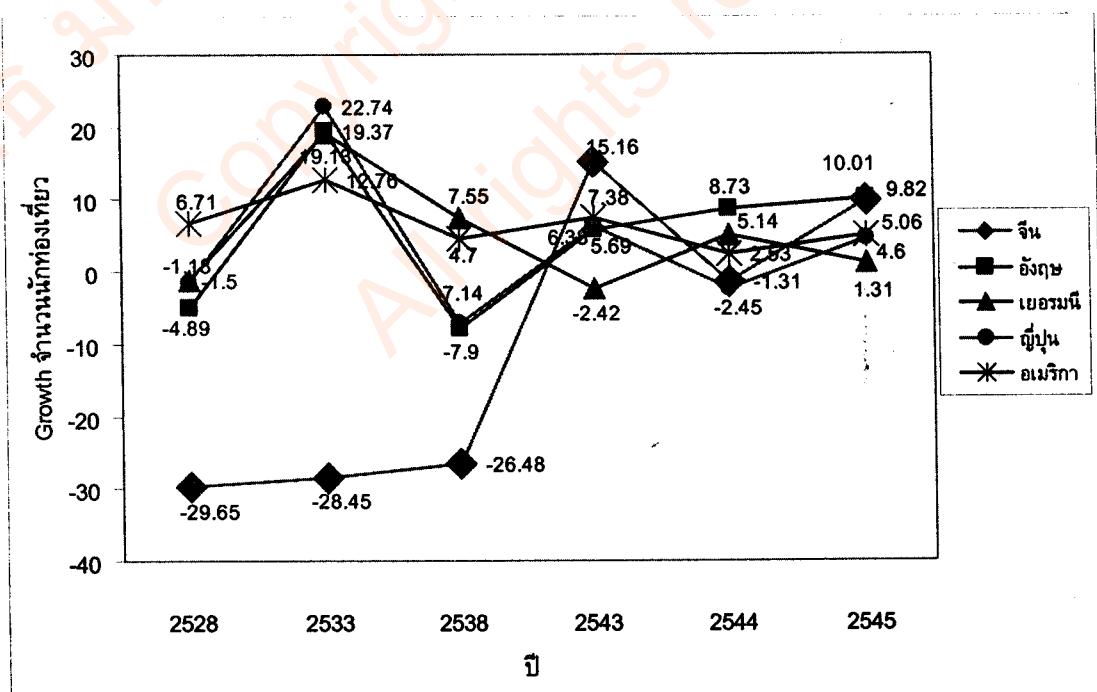
ปี	ประเภท	วิชาการ	บริหาร	ธุรกิจ	แรงงาน	เกษตรกร	ข้าราชการ	แม่บ้าน	นักศึกษา	เกษตรราย小	อิสระ	อื่นๆ
2541	ญี่ปุ่น	17.13	13.38	17.12	22.27	0.56	2.82	6.65	10.73	0.28	7.24	1.82
	เยอรมัน	26.16	9.99	10.65	16.37	0.19	0.65	1.69	7.62	2.28	13.70	10.70
	อังกฤษ	33.13	15.23	10.32	13.42	0.40	1.25	3.63	7.62	5.80	4.31	4.89
	อเมริกา	33.26	13.10	12.08	11.91	0.27	1.14	3.50	10.20	5.52	4.50	4.52
	จีน	17.97	15.26	7.76	37.36	2.94	1.65	1.11	3.27	3.77	7.67	1.24
	รวม	21.95	11.41	16.62	15.28	0.62	1.09	5.22	8.50	2.02	13.51	3.78
2542	ญี่ปุ่น	14.49	13.01	16.36	24.88	0.60	2.14	7.82	12.37	0.33	1.47	6.53
	เยอรมัน	26.04	9.26	9.98	17.74	0.32	0.72	2.35	8.67	2.03	10.19	12.70
	อังกฤษ	31.24	14.95	10.14	15.28	0.38	1.01	3.54	9.20	5.64	4.20	4.42
	อเมริกา	32.17	11.90	11.78	13.19	0.31	0.82	3.71	11.59	6.04	3.85	4.64
	จีน	15.05	13.42	5.88	44.16	3.14	1.27	1.15	3.63	4.21	0.95	7.14
	รวม	19.14	11.07	16.63	17.81	0.66	0.91	6.13	9.81	2.04	3.21	12.59
2543	ญี่ปุ่น	8.50	14.33	16.53	27.85	0.29	2.23	9.06	13.04	0.41	1.14	6.62
	เยอรมัน	21.90	9.20	10.88	22.32	0.12	0.71	2.79	9.45	1.91	8.58	12.14
	อังกฤษ	27.84	14.86	9.67	18.90	0.21	1.03	3.99	10.11	5.02	3.44	4.93
	อเมริกา	27.58	11.88	12.13	15.78	0.26	0.73	4.32	12.21	6.61	2.95	5.55
	จีน	10.96	12.63	5.58	48.89	1.91	1.10	1.63	4.32	2.87	0.74	9.37
	รวม	14.65	11.34	17.15	20.05	0.37	0.90	6.61	11.18	1.76	2.34	13.65
2544	ญี่ปุ่น	8.81	12.51	16.02	27.24	0.29	2.54	8.26	12.74	0.42	1.27	9.90
	เยอรมัน	23.56	10.50	9.80	21.17	0.17	0.58	2.60	10.50	2.01	5.42	13.69
	อังกฤษ	26.81	14.87	9.39	17.80	0.13	0.82	3.20	10.35	5.30	2.42	8.91
	อเมริกา	26.92	10.86	11.37	14.37	0.10	0.68	3.90	13.54	7.17	2.37	8.72
	จีน	7.70	10.81	5.88	44.10	0.75	0.57	1.18	5.03	1.11	1.33	21.54
	รวม	14.69	10.60	16.87	19.07	0.26	0.93	6.01	11.31	1.70	1.93	16.63
2545	ญี่ปุ่น	9.29	12.63	16.73	25.28	0.25	1.82	9.19	10.58	0.54	0.85	12.84
	เยอรมัน	24.55	11.27	9.94	18.94	0.12	0.48	2.88	9.70	2.53	4.95	14.64
	อังกฤษ	26.74	15.32	8.92	15.87	0.18	0.78	3.39	10.48	5.84	1.73	10.75
	อเมริกา	27.35	12.13	12.11	12.92	0.13	0.85	3.73	12.40	6.52	1.63	10.23
	จีน	7.07	11.55	6.66	41.61	0.54	0.23	1.02	4.80	1.00	0.44	25.08
	รวม	14.98	10.91	16.88	16.85	0.25	0.79	6.53	10.82	1.86	1.43	18.70

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 พบว่า อัชีพของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามามากที่สุดในปีพ.ศ. 2541 และ 2542 คือ นักวิชาการ ในปีพ.ศ. 2543 และ 2544 คือ นักธุรกิจ และในปีพ.ศ. 2545 คือ แรงงาน ในส่วนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เลือกทำการศึกษาด้วย นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ประกอบอาชีพแรงงานเดินทางเข้ามามากที่สุด นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่ประกอบอาชีพเป็นนักวิชาการเดินทางเข้ามามากที่สุด ยกเว้นในปีพ.ศ. 2543 นั้นเป็นอาชีพแรงงาน นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่ประกอบอาชีพเป็นนักวิชาการเดินทางเข้ามามากที่สุด เช่นเดียวกันกับนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามามากที่สุดนั้นประกอบอาชีพแรงงาน (ดังตารางที่ 3-18)

การวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว อัตราการเจริญเติบโตของรายได้ และอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

จากการที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยเป็นจำนวนมากทำให้ประเทศไทยได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นจำนวนมาก และอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมีอัตราการเจริญเติบโตในช่วง 20 กว่าปีที่ผ่านมา ดังภาพที่ 6 และภาพที่ 7

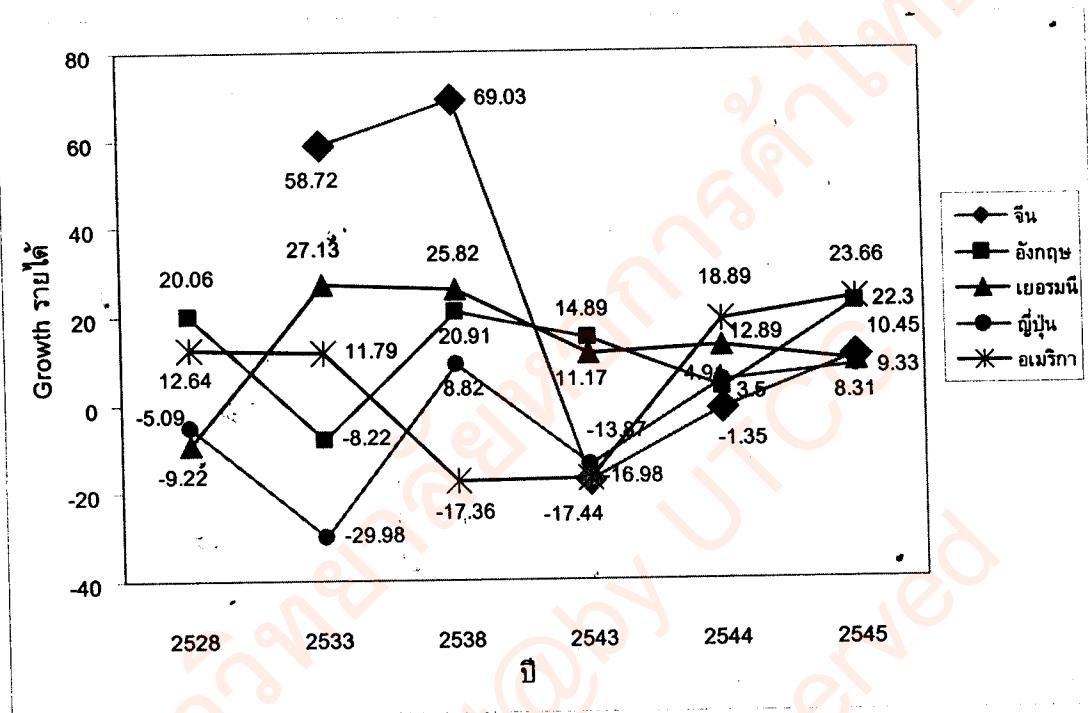


ภาพที่ 6 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว

จากภาพที่ 6 จะเห็นได้ว่าอัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงของประเทศไทยที่ทำการศึกษานั้น พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในช่วงปีพ.ศ. 2538-2543 นั้น อัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างมาก ในช่วงปีพ.ศ. 2544 นั้น อัตราการเจริญเตบโตกลับลดลงเนื่องจากปัญหานักท่องเที่ยวถูกหลอกหลวง และการขายทัวร์คุณภาพต่ำส่งผลให้บริษัททัวร์จินไม่ส่งนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทย และมาเพิ่มขึ้นอีกในช่วงปีพ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นผลมาจากการยกเว้นภาษีอากรการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย และการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยตลอดทั้งปี นอกจากนี้การเพิ่มจำนวนเที่ยวบินในช่วงปลายปี 2545. โดยเพิ่มเที่ยวบินของการบินไทยในเส้นทางกรุงเทพ-เชียงใหม่ 3 เที่ยว/สัปดาห์ เส้นทางกรุงเทพ-ปักกิ่ง 3 เที่ยว/สัปดาห์ และสายการบินแอร์ไชนา ในเส้นทางปักกิ่ง-ภูเก็ต 2 เที่ยว/สัปดาห์ ในขณะที่อัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศไทยเยอรมัน ในช่วงปีพ.ศ. 2528 – 2533 มีจำนวนเพิ่มขึ้นแต่หลังจากปีพ.ศ. 2533 เป็นต้นมาอัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันลดลงมาเรื่อยๆจนกระทั่งปีพ.ศ. 2544 อัตราการเจริญเตบโตเพิ่มขึ้นแต่ในปีด้านมาอัตราการเจริญเตบโตลดลง เนื่องจากตลาดเยอรมันเริ่มอยู่ในภาวะที่ทรงตัว ส่วนประเทศไทยอังกฤษและประเทศญี่ปุ่นนั้น อัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวนั้นขึ้นๆลงๆตลอด แต่สำหรับประเทศไทยอังกฤษนั้นดังแต่ปีพ.ศ. 2543 เป็นต้นมาอัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นโดยตลอด สำหรับประเทศไทยเมริค่าอัตราการเจริญเตบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวนั้นเพิ่มขึ้นหรือลดลงเพียงเล็กน้อยเมื่อเทียบกับประเทศไทยอื่นๆ

จากภาพที่ 7 จะเห็นได้ว่าอัตราการเจริญเตบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ทำการศึกษานั้น พบว่า ประเทศไทยมีอัตราการเจริญเตบโตของรายได้ลดลงอย่างมากในช่วงปีพ.ศ. 2538-2543 เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยนั้นมีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในบางปี และอัตราการเข้าพักลดลงอย่างมากในช่วงปีพ.ศ. 2543 ประกอบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำในปีพ.ศ. 2540 และเริ่มฟื้นตัวในปีพ.ศ. 2542 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในช่วงนั้น เป็นผลทำให้อัตราการเจริญเตบโตของรายได้ลดลง แต่หลังจากปีพ.ศ. 2543 เป็นต้นมาอัตราการเจริญเตบโตของรายได้กลับเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่วนประเทศไทยเยอรมันนั้นอัตราการเจริญเตบโตของรายได้ในช่วงปีพ.ศ. 2528-2533 เพิ่มขึ้นอย่างมาก แต่หลังจากปีพ.ศ. 2533 นั้นอัตราการเจริญเตบโตของรายได้เริ่มลดลงแต่ก็ลดลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนประเทศไทยอังกฤษและประเทศญี่ปุ่นนั้นอัตราการเจริญเตบโตของรายได้ขึ้นๆลงๆในแต่ละช่วงปี สำหรับประเทศไทยเมริค่าอัตราการเจริญเตบโตของรายได้นั้นลดลงเรื่อยๆในช่วงปีพ.ศ. 2528-2543 โดยในช่วงแรกลดลงเพียงเล็กน้อย และในช่วงปีพ.ศ. 2533-2538 นั้นเป็นช่วงที่อัตรา

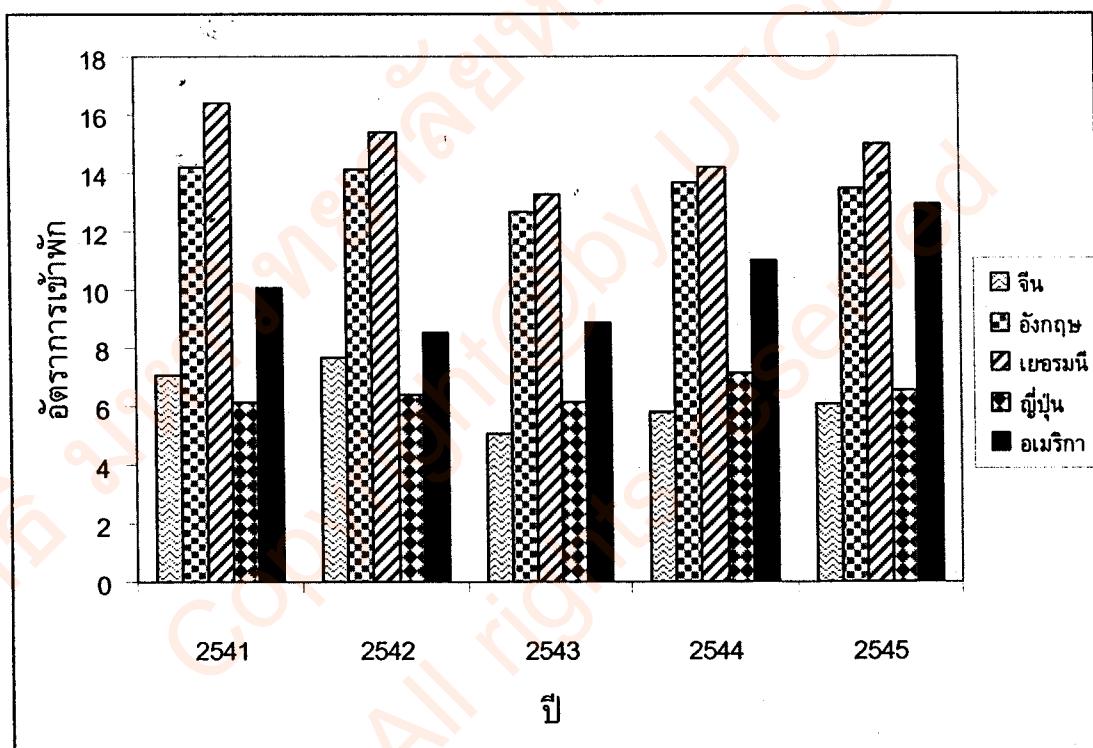
การเจริญเติบโตของรายได้ลดลงมากกว่าในช่วงอื่นๆ ของประเทศเมริกา แต่หลังจากปีพ.ศ. 2543 เป็นต้นมาอัตราการเจริญเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง



ภาพที่ 7 อัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว

จากภาพที่ 6 และภาพที่ 7 จะเห็นได้ว่าอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ของประเทศจีนตั้งแต่ปีพ.ศ. 2538-2543 นั้นเป็นไปในทิศทางกันตรงข้ามอย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากในช่วงปีพ.ศ. 2538-2543 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนนั้นเพิ่มขึ้นอย่างมากแต่อัตราการเจริญเติบโตของรายได้ก็ลดลงอย่างมาก เนื่องจากมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ยกเว้นในปีพ.ศ. 2540 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง และอัตราการเข้าพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมากในปีพ.ศ. 2543 ประกอบกับในปีพ.ศ. 2540 ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ และเริ่มมีแนวโน้มดีขึ้นในปีพ.ศ. 2542 ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินเข้ามาทางท่องเที่ยวมากขึ้น แต่การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นไปอย่างประยัดเพื่อความเหมาะสมกับภาวะเศรษฐกิจในช่วงนั้น สำหรับปีพ.ศ. 2544 นั้นอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเนื่องจากปัญหานักท่องเที่ยวถูกหลอกหลวง และการขายทัวร์คุณภาพ แต่อัตราการเจริญเติบโตของรายได้กับเพิ่มขึ้นแม้รายได้ที่จากการท่องเที่ยวนั้นลดลง เพราะอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ในช่วงนี้เมื่อเทียบกับในช่วงปีพ.ศ. 2538-2543 นั้นลดลงน้อยกว่า หลังจากปีพ.ศ. 2544 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้มีอัตราการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น

สำหรับประเทศไทยอังกฤษและประเทศญี่ปุ่นอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ก็เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2544 อัตราการเจริญเติบโตเริ่มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนประเทศเยอรมนีนั้นอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน และประเทศไทยอเมริกาอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้นั้นบางช่วงเป็นไปในทิศทางเดียวกันแต่บางช่วงก็เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน ในช่วงที่เป็นไปในทิศทางเดียวกันคือช่วงปีพ.ศ. 2533-2538 และ 2545 แต่ในช่วงปีพ.ศ. 2528-2533 และ 2538-2544 นั้น อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่อัตราการเจริญเติบโตของรายได้ลดลง

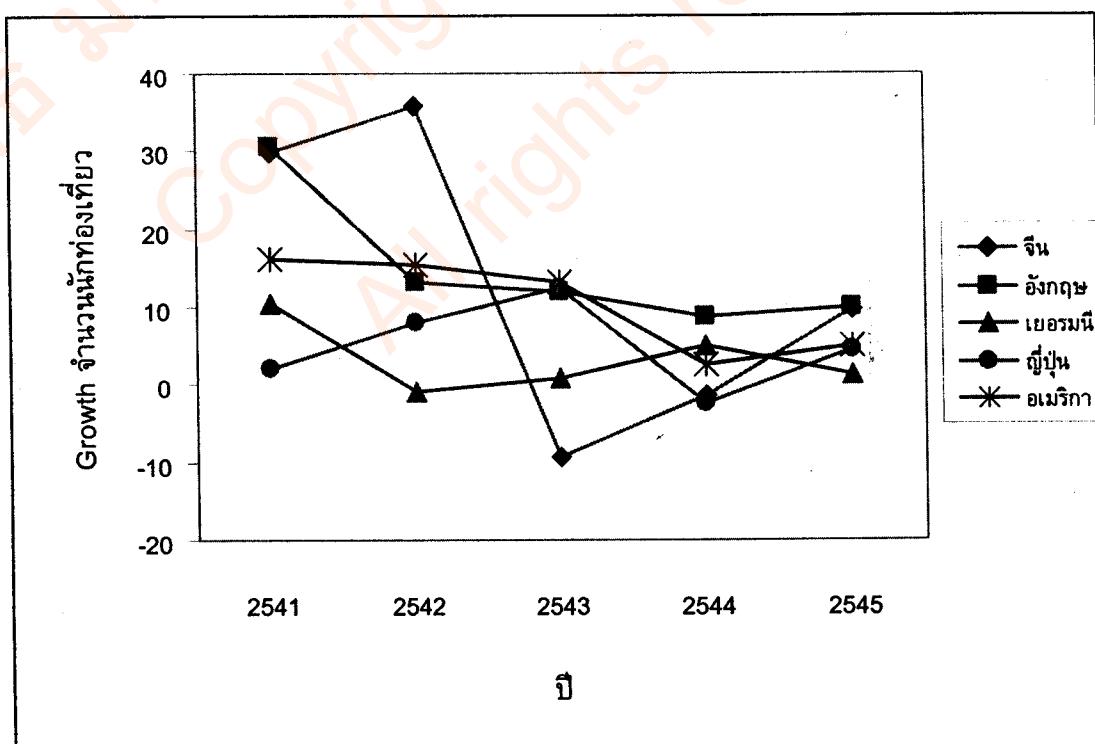


ภาพที่ 8 อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545

จากภาพที่ 8 พบร่วมกันว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอัตราการเข้าพักในประเทศไทยค่อนข้างคงที่ หรือมีการเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้นในแต่ละปี นักท่องเที่ยวชาวเยอรมนี มีอัตราการเข้าพักในช่วงปีพ.ศ. 2541-2543 นั้นลดลง หลังจากปีพ.ศ. 2543 เป็นต้นมาอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีเริ่มปรับตัวเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ มีอัตราการเข้าพักเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ยกเว้นในปีพ.ศ. 2543 ที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวลดลงมากกว่าช่วงอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา มีอัตราการเข้าพักในช่วงปีพ.ศ.

2541-2542 นั้นลดลง ตั้งแต่ปีพ.ศ.2542 เป็นต้นมาอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาว อเมริกาเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด และนักท่องเที่ยวชาวจีน ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2542 อัตราการเข้า พักของนักท่องเที่ยวมีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้น แต่ในปีพ.ศ. 2543 อัตราการเข้าพักกลับลดลง อย่างมาก แต่หลังจากปีพ.ศ. 2543 มานั้น อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวชาวจีนเพิ่มขึ้น แต่เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

จากภาพที่ 9 พบว่า อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2541-2543 นั้น มีอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในช่วงปีพ.ศ. 2543-2544 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก แต่ก็เพิ่มขึ้นในช่วง ปีพ.ศ. 2545 นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันนี อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2541-2542 นั้นมีอัตราการเจริญเติบโตลดลง แต่หลังจากปีพ.ศ. 2542-2544 อัตราการ เจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่ในปีพ.ศ. 2545 อัตราการเจริญเติบโตลดลง นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในปีพ.ศ. 2541-2544 นั้น มีอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวลดลงโดยตลอดและกลับเพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2545 นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา มีอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงในช่วงปีพ.ศ. 2541-2544 และเพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2545 และนักท่องเที่ยวชาวจีน มีอัตราการเจริญเติบโตของ จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในปีพ.ศ. 2542 และลดลงอย่างมากในปีพ.ศ. 2543 และเพิ่มขึ้นอีก ครั้งในปีพ.ศ. 2544



ภาพที่ 9 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545

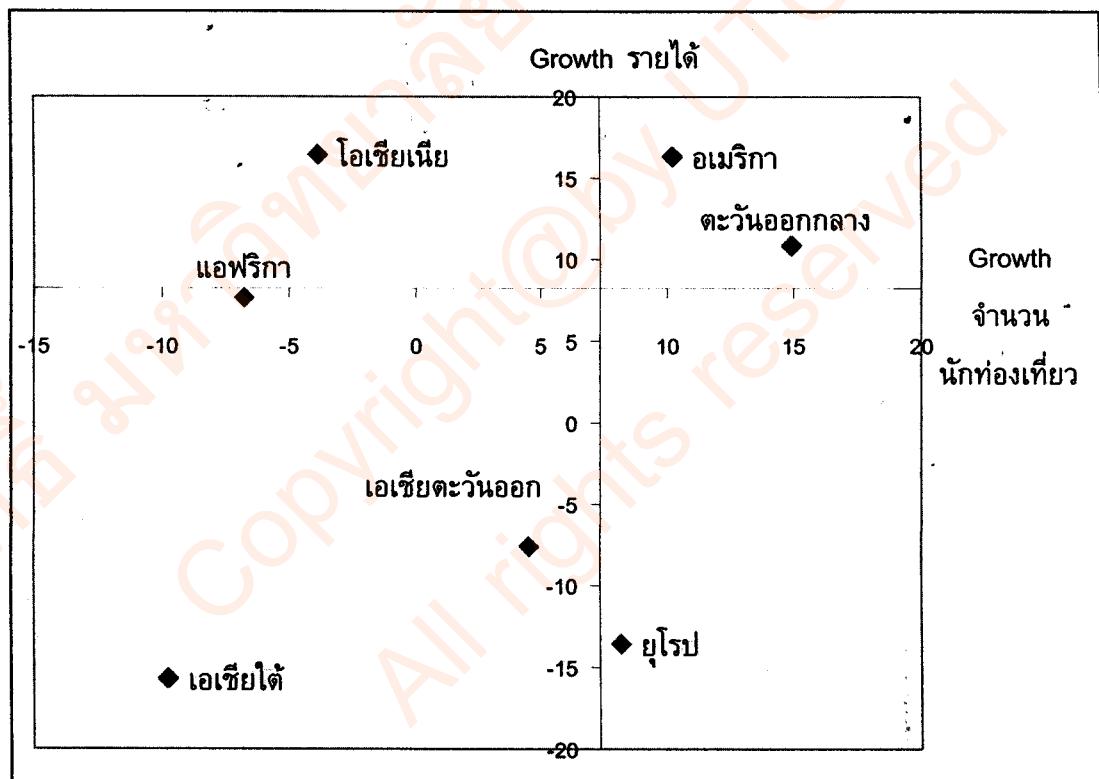
จากภาพที่ 8 และ 9 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น มีอัตราการเข้าพักกับอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงแรกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่หลังจากปี พ.ศ. 2543 เป็นต้นมาอัตราการเข้าพักกับอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน มีอัตราการเข้าพักกับอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นปีพ.ศ. 2545 ที่อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยกลับลดลง นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ มีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น แต่อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลง นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา มีอัตราการเข้าพักกับอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงแรกเป็นไปในทิศทางเดียวกัน แต่ในปีพ.ศ. 2543-2544 นั้น อัตราการเข้าพักกับอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยว เป็นไปในทิศทางตรงข้าม โดยเฉพาะในปีพ.ศ. 2544 อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากแต่อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยกลดลงมากเช่นกัน และนักท่องเที่ยวชาวจีน มีอัตราการเข้าของนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

การวิเคราะห์การท่องเที่ยวโดยวิธี Boston Consulting Group : BCG

การวิเคราะห์โดยวิธี BCG ในศึกษานี้คือการวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว เพื่อหาว่าตลาดนักท่องเที่ยวอยู่ในช่วง Stars , Question marks , Cash cows หรือ Dogs.

จากภาพที่ 10 พบว่า นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอเมริกาและตะวันออกกลางที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยอยู่ในช่วง Stars ซึ่งเป็นช่วงที่กำลังเจริญเติบโตอย่างมากทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว กลยุทธ์ที่ใช้คือการรักษาตลาดและการเพิ่มตลาดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวมากขึ้น แนวทางในการส่งเสริมและพัฒนา เช่น การประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ โดยการโฆษณาผ่านทางอินเตอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ นิตยสารที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เป็นต้น และพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวที่อยู่ในช่วงนี้เป็นช่วงที่ประเทศไทยยังสามารถที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามายังที่ยวเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากในช่วงนี้ยังเป็นช่วงที่ตลาดนักท่องเที่ยวเจริญเติบโตได้อีกมาก นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยอยู่ในช่วง Cash cows คือช่วงที่มีการเปลี่ยนแปลงไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มีการเจริญเติบโตเต็มที่แล้ว กลยุทธ์ในช่วงนี้คือการรักษาตลาดของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ให้คงไว้ โดยการหาแนวทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ มาเสนอเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว

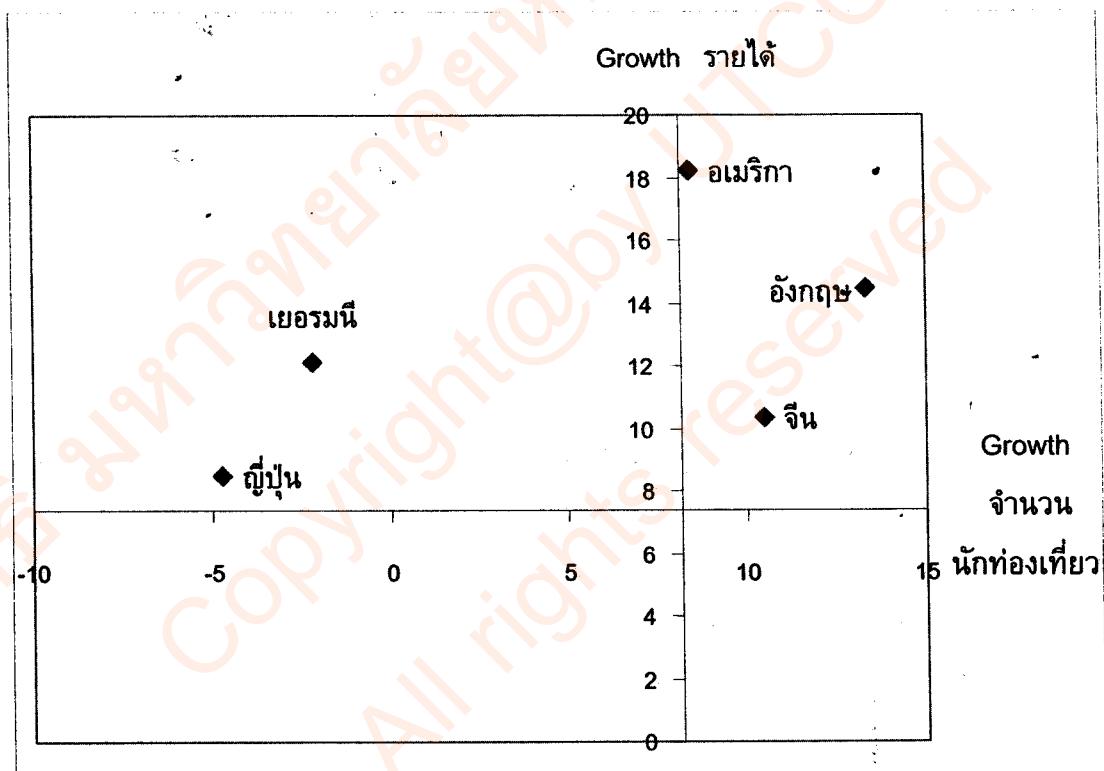
จากภูมิภาคนี้ให้กลับมาเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งแนวทางในการท่องเที่ยวที่สามารถที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปให้เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น คือ การรักษาเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคยุโรปส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยเพื่อมาชมศิลปวัฒนธรรมของไทย และพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียเนี่ยที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยนั้นนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้อยู่ในช่วง Question marks ซึ่งเป็นช่วงที่เริ่มเจริญเติบโต กลยุทธ์ที่ใช้กับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้คือ การเพิ่มตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคนี้ให้มีการเจริญเติบโตเพิ่มขึ้น ซึ่งแนวทางที่ใช้เหมือนกันช่วง Stars ส่วนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก เอเชียใต้ และแอฟริกา นั้นอยู่ในช่วง Dogs เป็นช่วงที่ตกต่ำ กลยุทธ์ที่ใช้คือ การออกจากตลาด



หมายเหตุ : จุดตัดบนแกนอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ คืออัตราการเจริญเติบโตโดยเฉลี่ยของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545

ภาพที่ 10 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 จำแนกตามภูมิภาค

จากภาพที่ 11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา อังกฤษ และจีน อยู่ในช่วง Stars ซึ่งเป็นช่วงที่การเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวสามารถที่จะเจริญเติบโตได้อีกมาก กลยุทธ์ในช่วงนี้ คือการรักษาและเพิ่มการเจริญเติบโตให้มากขึ้น โดยการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ การโปรโมตแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น การพัฒนาเส้นทางการคมนาคมให้สะดวกยิ่งขึ้น เป็นต้น นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และญี่ปุ่น อยู่ในช่วง Question marks คือช่วงที่เริ่มเจริญเติบโต กลยุทธ์ในช่วงนี้คือ การเพิ่มการเจริญเติบโตให้มากขึ้น โดยแนวทางที่จะส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวเหมือนกับช่วง stars



หมายเหตุ : จุดตัดบนแกนอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ คืออัตราการเจริญเติบโตโดยเฉลี่ยของประเทศไทยในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545

ภาพที่ 11 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ในช่วงปีพ.ศ. 2541-2545 ของประเทศที่ทำการศึกษา

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ในบทนี้เป็นการนำเสนอผลการวิเคราะห์ของแบบจำลองที่ได้กำหนดไว้โดยอาศัยวิธีทางเศรษฐมิตร และอธิบายถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยโดยการศึกษา นักท่องเที่ยวประทศญี่ปุ่น ประทศเยอรมัน ประทศอังกฤษ ประทศสหรัฐอเมริกา และประทศจีน รวมทั้งพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยว โดยการพยากรณ์นั้นได้ทำการพยากรณ์โดยใช้วิธีแนวโน้มเวลา (Time Trend) และ Autoregressive ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของตัวแปร

ผลการวิเคราะห์แบบจำลอง

ในการศึกษาแบบจำลองนั้นได้ทำการศึกษาสมการในรูปของ Double logarithmic function ซึ่งการศึกษาในรูปนี้สามารถอธิบายถึงความยืดหยุ่นของสมการได้ จากการวิเคราะห์ ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยกับตัวแปรอิสระต่างๆ คือ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้

ประเทศไทย

$$\text{LNY}_j = -6.274910 + 2.583218 \text{ LNAI}_j + 0.668619 \text{ LNE}_j + 0.272172 \text{ LNB}_j$$

$$(2.989480)***** \quad (2.450134)***** \quad (2.277458)*****$$

$$R^2 = 0.964990 \quad D.W. = 1.658552 \quad F\text{-statistic} = 165.3779$$

โดยที่ ***** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

***** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

จากสมการนี้ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น(LNAI_j) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ(LNE_j) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว (LNB_j) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

สำหรับค่า $R^2 = 0.9649$ หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 96.49 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 3.51 นั้นเกิดจากปัจจัยตัวอื่นๆ

สำหรับค่า $D.W. = 1.658552$ ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับผลการศึกษาเรื่องความยืดหยุ่น พบว่า

ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 2.58 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.67 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.27 ในทิศทางเดียวกัน

ประเทศไทย

$$LY_G = 1.936567 + 0.512980 LNAI_G + 1.428354 LNE_G + 0.418823 LNB_G$$

(1.369693)* (3.200304)***** (3.278549)*****

$$R^2 = 0.947506 \quad D.W. = 1.499959 \quad F\text{-statistic} = 108.2991$$

โดยที่

***** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

* ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 80

จากสมการนี้ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนี($LNAI_G$) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 80 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (LNE_G)มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว(LNB_G) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

สำหรับค่า $R^2 = 0.947506$ หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนี อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 94.75 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 5.25 นั้นเกิดจากปัจจัยตัวอื่นๆ

สำหรับค่า $D.W. = 1.499959$ ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับผลการศึกษาเรื่องความยึดหยุ่น พบว่า

ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.51 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.43 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.42 ในทิศทางเดียวกัน

ประเทศไทย

ประเทศไทย

$$\text{LNY}_E = 5.383324 + 2.816949 \text{ LNAI}_E + 1.354347 \text{ LNE}_E + 0.142765 \text{ LNB}_E$$

(1.397192)* (2.478274)**** (0.442415)

$$R^2 = 0.867088 \quad D.W. = 1.564735 \quad F\text{-statistic} = 39.14264$$

โดยที่ **** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95.

* ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 80

จากสมการนี้ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ(LNAI_E) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 80 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (LNE_E)มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว(LNB_E) นั้นไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สำหรับค่า $R^2 = 0.867088$ หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 86.70 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 13.30 นั้นเกิดจากปัจจัยตัวอื่นๆ

สำหรับค่า $D.W. = 1.564735$ ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับผลการศึกษาเรื่องความยืดหยุ่น พบว่า

ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 2.82 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.35 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.14 ในทิศทางเดียวกัน

ประเทศไทย

$$\text{LNY}_U = 4.893528 + 1.586715 \text{ LNAI}_U + 0.631315 \text{ LNE}_U + 0.505718 \text{ LNB}_U$$

(1.868596)*** (2.684250)**** (3.899508)*****

$$R^2 = 0.966881 \quad D.W. = 1.882412 \quad F\text{-statistic} = 116.7773$$

$$\text{AR}(1) = -0.515615 \quad \text{Prob AR}(1) = 0.0324$$

โดยที่ ***** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99
 **** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95
 *** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

จากการศึกษา พบว่า สมการที่ทำการศึกษานั้นเกิดปัญหา Autocorrelation ขึ้น จึงได้ทำการแก้ไขปัญหาโดยการใช้วิธี AR(1) ทำให้ได้สมการที่ดีที่สุดดังที่กล่าวไว้

จากสมการนี้ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา(LNAI_U) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ(LNE_U) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว(LNB_U) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

สำหรับค่า $R^2 = 0.966881$ หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวสามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 96.68 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 3.32 นั้นเกิดจากปัจจัยตัวอื่นๆ

สำหรับค่า $D.W. = 1.882412$ ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับผลการศึกษาเรื่องความยืดหยุ่น พบว่า

ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.59 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.63 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 0.51 ในทิศทางเดียวกัน

ประเภทเงิน

$$\text{LNY}_C = 5.148035 + 1.204201 \text{ LNAI}_C + 1.052315 \text{ LNB}_T$$

$$(1.6742811)^{**} \quad (2.005831)^{***}$$

$$R^2 = 0.879641 \quad D.W. = 2.146559 \quad F\text{-statistic} = 43.85094$$

โดยที่ *** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

** ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 85

จากสมการนี้ พบว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวจีน(LNAI_C) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 85 และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว(LNB_T) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

สำหรับค่า $R^2 = 0.8796$ หมายความว่า รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวจีน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยได้ถึงร้อยละ 87.96 ส่วนที่เหลืออกร้อยละ 12.04 นั้นเกิดจากปัจจัยตัวอื่นๆ

สำหรับค่า $D.W. = 2.146559$ ไม่เกิดปัญหา Autocorrelation ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับผลการศึกษาเรื่องความยืดหยุ่น พบร่วมกัน

ถ้ารายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.20 ในทิศทางเดียวกัน

ถ้างบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1.05 ในทิศทางเดียวกัน

การพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยว

การพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ในการศึกษานี้จะทำการศึกษานักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน โดยจะทำการพยากรณ์รายได้จากนักท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2549 รวมเป็นระยะเวลา 5 ปี ซึ่งในการศึกษาจะนำสมการแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์มาประมาณการโดยวิธีการนำตัวแปรอิสระแต่ละตัวมาหาค่าประมาณการแล้วนำค่าที่ได้จากการประมาณการมาแทนค่าในสมการแบบจำลองเพื่อหาค่าพยากรณ์ของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย โดยประเทศที่ได้ทำการศึกษามีดังนี้

ประเทศญี่ปุ่น

จากสมการแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ $LNY_j = -6.274910 + 2.583218 LNAI_j + 0.668619 LNE_j + 0.272172 LNB_j$ นำมาทำการพยากรณ์หารายได้จากการท่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า การที่จะนำสมการแบบจำลองมาทำการพยากรณ์ต้องประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ของสมการแบบจำลองก่อน ซึ่งในการประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ค่าที่ได้จากการประเมินมีดังนี้ ค่า Mean Abs. Percent Error : MAPE มีค่าเท่ากับ 3.559575 ค่า Bias Proportion : U^M มีค่าเท่ากับ 0.000000 ค่า Variance Proportion : U^S มีค่าเท่ากับ 0.008909 และ ค่า Covariance Proportion : U^C มีค่าเท่ากับ 0.991091 แสดงว่าสมการนี้สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ได้ เนื่องจากค่า MAPE มีค่าต่ำซึ่งแสดงว่า สมการนี้มีค่าความคลาดเคลื่อนน้อย ค่า U^M และ U^S มีค่าน้อยกว่า 0.2 แสดงว่า สมการนี้มีค่าสัดส่วนความเอียงของค่าพยากรณ์กับสัดส่วนความแปรปรวนของค่าพยากรณ์ต่ำ ซึ่งค่า U^M และ U^S ยังเข้าใกล้คูณย์หรือเท่ากับคูณย์ได้ยิ่งดี ซึ่งค่าที่ได้จากการประเมินประสิทธิภาพข้างต้น สมการนี้สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ได้ เมื่อสมการนี้สามารถใช้ในการพยากรณ์ได้ก็หมายความค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งตัวแปรอิสระในแบบจำลองนี้ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อหัว ($LNAI_j$) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (LNE_j) และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว (LNB_j) โดยการพยากรณ์ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว ใช้วิธี Autoregressive เนื่องจากมีค่า MAPE เท่ากับ 0.847810 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธีแนวโน้มกาลเวลา (Time Trend) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 1.229545 ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวใช้วิธีแนวโน้มกาลเวลา (Time Trend) เนื่องจากค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่าเท่ากับ 2.949456 และค่า MAPE ของงบประมาณส่งเสริมการ

ท่องเที่ยวมีค่าเท่ากับ 94.64410 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธี Autoregressive ซึ่งมีค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเท่ากับ 3.386388 และมีค่า MAPE ของงบประมาณการท่องเที่ยวเท่ากับ 127.4969 ซึ่งผลของการพยากรณ์ด้วยแบบอิสระแต่ละตัวปรากฏดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4-1 ผลการพยากรณ์ด้วยแบบอิสระของประเทศไทยปี พ.ศ. 2545-2549

ปี	LNAIF _t	LNEF _t	LNBF _t
2545	3.744132	3.707363	0.395518
2546	3.752877	3.776057	0.537867
2547	3.761040	3.844751	0.680216
2548	3.768661	3.913444	0.822566
2549	3.775775	3.982138	0.964915

เมื่อได้ผลการพยากรณ์ด้วยแบบอิสระแต่ละตัวแล้ว นำผลที่ได้ในแต่ละปีไปแทนค่าในสมการแบบจำลองก็จะได้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งรายได้ที่คำนวณได้ปรากฏผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4-2 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปี พ.ศ. 2545-2549

ปี	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2545	41,885.90
2546	47,097.14
2547	52,871.50
2548	59,265.04
2549	66,338.47

จากตารางที่ 4-2 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งรายได้ที่ได้จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2545 นั้นมีรายได้เท่ากับ 41,885.90 ล้านบาท และเมื่อถึงปี พ.ศ. 2549 ประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว 66,338.47 ล้านบาท

ประเทศไทยอรมนี

จากสมการแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ $LY_{G} = 1.936567 + 0.512980 LNAI_G + 1.428354 LNE_G + 0.418823 LNB_G$ นำมาทำการพยากรณ์หารายได้จากการห้องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า การที่จะนำสมการแบบจำลองมาทำการพยากรณ์ต้องประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ของสมการแบบจำลองก่อน ซึ่งในการประเมินประสิทธิภาพของ การพยากรณ์ค่าที่ได้จากการประเมินมีดังนี้ ค่า Mean Abs. Percent Error : MAPE มีค่าเท่ากับ 3.387891 ค่า Bias Proportion : P^M มีค่าเท่ากับ 0.000000 ค่า Variance Proportion : P^S มีค่าเท่ากับ 0.013480 และ ค่า Covariance Proportion : P^C มีค่าเท่ากับ 0.986520 แสดงว่าสมการนี้สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ได้ เนื่องจากค่า MAPE มีค่าต่ำซึ่งแสดงว่า สมการนี้มีค่าความคลาดเคลื่อนน้อย ค่า P^M และ P^S มีค่าน้อยกว่า 0.2 แสดงว่า สมการนี้มีค่าสัดส่วนความเรอนเอียงของค่าพยากรณ์กับสัดส่วนความแปรปรวนของค่าพยากรณ์ต่ำ ซึ่งค่า P^M และ P^S ยังเข้าใกล้ศูนย์หรือเท่ากับศูนย์ได้ยิ่งตี ซึ่งค่าที่ได้จากการประเมินประสิทธิภาพข้างต้น สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ได้ เมื่อสมการนี้สามารถใช้ในการพยากรณ์ได้ก็นำมาหาค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งตัวแปรอิสระในแบบจำลองนี้ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อหัว ($LNAI_G$) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (LNE_G) และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว (LNB_G) โดยการพยากรณ์ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ใช้วิธีแนวโน้มถูกเวลา (Time Trend) เนื่องจากมีค่า MAPE ของรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 9.369593 และค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่าเท่ากับ 3.690091 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธี Autoregressive ซึ่งมีค่า MAPE ของรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 12.47570 และมีค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเท่ากับ 5.251060 ส่วนงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวใช้วิธี Autoregressive เนื่องจากมีค่า MAPE เท่ากับ 8.743241 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธีแนวโน้มถูกเวลา (Time Trend) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 13.80211 ซึ่งผลของการพยากรณ์ตัวแปรอิสระแต่ละตัวปรากฏผลดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4-3 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศไทยอรมนี พ.ศ. 2545-2549

ปี	$LNAIF_G$	$LNEF_G$	$LNBG_G$
2545	-1.253805	3.125986	-1.062343
2546	-1.229940	3.167493	-1.036317
2547	-1.206075	3.209000	-1.013025
2548	-1.182209	3.250507	-0.992182
2549	-1.158344	3.292013	-0.973529

เมื่อได้ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระแต่ละตัวแล้ว นำผลที่ได้ในแต่ละปีไปแทนค่าในสมการแบบจำลองก็จะได้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งรายได้ที่คำนวณได้ปรากฏผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4-4 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันในปี พ.ศ.2545-2549

ปี	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2545	22,655.29
2546	25,093.07
2547	27,750.69
2548	30,467.11
2549	33,802.67

จากตารางที่ 4-4 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันเพิ่มขึ้น ซึ่งรายได้ที่ได้จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2545 นั้นมีรายได้เท่ากับ 22,655.29 ล้านบาท และเมื่อถึงปีพ.ศ.2549 ประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว 33,802.67 ล้านบาท

ประเทศอังกฤษ

จากสมการแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ $LY_E = 5.383324 + 2.816949 LNAI_E + 1.354347 LNE_E + 0.142756 LNB_E$ นำมาทำการพยากรณ์หารายได้จากการท่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า การที่จะนำสมการแบบจำลองมาทำการพยากรณ์ต้องประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ของสมการแบบจำลองก่อน ซึ่งในการประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ค่าที่ได้จากการประเมินมีดังนี้ ค่า Mean Abs. Percent Error : MAPE มีค่าเท่ากับ 6.070113 ค่า Bias Proportion : P^M มีค่าเท่ากับ 0.000000 ค่า Variance Proportion : P^S มีค่าเท่ากับ 0.035639 และ ค่า Covariance Proportion : P^C มีค่าเท่ากับ 0.964361 แสดงว่าสมการนี้สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ได้ เนื่องจากค่า MAPE มีค่าต่ำซึ่งแสดงว่า สมการนี้มีค่าความคลาดเคลื่อนน้อย ค่า P^M และ P^S มีค่าน้อยกว่า 0.2 แสดงว่า สมการนี้มีค่าสัดส่วนความเอียงของค่าพยากรณ์กับสัดส่วนความแปรปรวนของค่าพยากรณ์ต่ำ ซึ่งค่า P^M และ P^S ยิ่งเข้าใกล้ศูนย์หรือเท่ากับศูนย์ยิ่งดี ซึ่งค่าที่ได้จากการประเมินประสิทธิภาพข้างต้น สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ได้ เมื่อสมการนี้สามารถใช้ในการพยากรณ์ได้ก็นำมาหาค่าของตัวแปรอิสระแต่ละตัวในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งตัวแปรอิสระในแบบจำลองนี้ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อหัว ($LNAI_E$) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา

ต่างประเทศ (LNE_E) และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว (LNB_E) โดยการพยากรณ์รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ใช้วิธีแนวโน้มกาลเวลา (Time Trend) เนื่องจากมีค่า MAPE ของรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 1.065172 และค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่าเท่ากับ 3.357676 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธี Autoregressive ซึ่งมีค่า MAPE ของรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 2.036844 และมีค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเท่ากับ 5.464668 ส่วนงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวใช้วิธี Autoregressive เนื่องจากมีค่า MAPE เท่ากับ 10.08708 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธีแนวโน้มกาลเวลา (Time Trend) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 12.44124 ซึ่งผลของการพยากรณ์ด้วยแบบปริศระแต่ละตัวปรากฏผลดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4-5 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศอังกฤษ พ.ศ. 2545-2549

ปี	$LNAIF_E$	$LNEF_E$	$LNBF_E$
2545	-1.938587	4.018214	-1.245697
2546	-1.915963	4.038409	-1.229648
2547	-1.893339	4.058603	-1.215648
2548	-1.870714	4.078798	-1.203432
2549	-1.848090	4.098993	-1.192774

เมื่อได้ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระแต่ละตัวแล้ว นำผลที่ได้ในแต่ละปีไปแทนค่าในสมการแบบจำลองก็จะได้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งรายได้ที่คำนวณได้ปรากฏผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4-6 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในปี พ.ศ. 2545-2549

ปี	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2545	18,849.07
2546	20,420.95
2547	22,068.52
2548	23,793.60
2549	25,597.72

จากตารางที่ 4-6 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการห่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษเพิ่มมากขึ้น ซึ่งรายได้ที่ได้จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2545 นั้นมีรายได้เท่ากับ 18,849.07 ล้านบาท และเมื่อถึงปีพ.ศ.2549 ประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการห่องเที่ยว 25,597.72 ล้านบาท

ประเทศอเมริกา

จากสมการแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ $LNY_U = 4.893528 + 1.586715 LNAI_U + 0.631315 LNE_U + 0.505718 LNB_U$ ทำการพยากรณ์หารายได้จากการห่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า การที่จะนำสมการแบบจำลองมาทำการพยากรณ์ต้องประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ของสมการแบบจำลองก่อน ซึ่งในการประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ ค่าที่ได้จากการประเมินมีดังนี้ ค่า Mean Abs. Percent Error : MAPE มีค่าเท่ากับ 2.758399 ค่า Bias Proportion : U^M มีค่าเท่ากับ 0.000155 ค่า Variance Proportion : P^S มีค่าเท่ากับ 0.007283 และ ค่า Covariance Proportion : U^C มีค่าเท่ากับ 0.992562 แสดงว่าสมการนี้สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ได้ เนื่องจากค่า MAPE มีค่าต่ำ ซึ่งแสดงว่า สมการนี้มีค่าความคลาดเคลื่อนน้อย ค่า U^M และ P^S มีค่าน้อยกว่า 0.2 แสดงว่า สมการนี้มีค่าสัดส่วนความเอนเอียงของค่าพยากรณ์กับสัดส่วนความแปรปรวนของค่าพยากรณ์ ต่ำ ซึ่งค่า U^M และ P^S ยิงเข้าใกล้ศูนย์หรือเท่ากับศูนย์ได้ยิ่งดี ซึ่งค่าที่ได้จากการประเมินประสิทธิภาพข้างต้น สามารถนี้สามารถนำมาใช้ในการพยากรณ์ได เมื่อสมการนี้สามารถใช้ในการพยากรณ์ไดก็สามารถคำนวณตัวแปรอิสระแต่ละตัวในอีก 5 ปีข้างหน้า ซึ่งตัวแปรอิสระในแบบจำลองนี้ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อหัว ($LNAI_U$) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (LNE_U) และงบประมาณส่งเสริมการห่องเที่ยว (LNB_U) โดยการพยากรณ์ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักห่องเที่ยว และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ใช้วิธีแนวโน้มกาลเวลา (Time Trend) เนื่องจากมีค่า MAPE ของรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 1.410352 และค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีค่าเท่ากับ 2.860153 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธี Autoregressive ซึ่งมีค่า MAPE ของรายได้เฉลี่ยต่อหัวเท่ากับ 1.448778 และมีค่า MAPE ของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเท่ากับ 3.913590 ส่วนงบประมาณส่งเสริมการห่องเที่ยวใช้วิธี Autoregressive เนื่องจากมีค่า MAPE เท่ากับ 14.85468 ซึ่งมีค่าต่ำกว่าค่า MAPE ของการพยากรณ์โดยใช้วิธีแนวโน้มกาลเวลา (Time Trend) ซึ่งมีค่าเท่ากับ 16.95829 ซึ่งผลของการพยากรณ์ตัวแปรอิสระแต่ละตัวปรากฏผลดังตารางดังนี้

ตารางที่ 4-7 ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระของประเทศอเมริกา พ.ศ. 2545-2549

ปี	LNAIF _u	LNEF _u	LNB _u
2544	-1.099601	3.608805	-0.744331
2545	-1.078360	3.635486	-0.733308
2546	-1.057118	3.662168	-0.723833
2547	-1.035876	3.688849	-0.715690
2548	-1.014635	3.715530	-0.708691

เมื่อได้ผลการพยากรณ์ตัวแปรอิสระแต่ละตัวแล้ว นำผลที่ได้ในแต่ละปีไปแทนค่าในสมการแบบจำลองก็จะได้รายได้จากการห้องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งรายได้ที่คำนวณได้ปรากฏผลตามตารางดังนี้

ตารางที่ 4-8 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาในปี พ.ศ.2545-2549

ปี	รายได้จากการห้องเที่ยว (ล้านบาท)
2545	18,068.53
2546	19,511.50
2547	21,044.42
2548	22,673.31
2549	24,404.66

จากตารางที่ 4-8 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการห้องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งรายได้ที่ได้จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2545 นั้นมีรายได้เท่ากับ 18,068.53 ล้านบาท และเมื่อถึงปี พ.ศ. 2549 ประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการห้องเที่ยว 24,404.66 ล้านบาท

ประเทศจีน

จากสมการแบบจำลองที่ได้จากการวิเคราะห์ คือ $LNY_C = 5.148035 + 1.204201 LNAI_C + 1.052351 LNB_T$ นำมาทำการพยากรณ์หารายได้จากการห้องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า การที่จะนำสมการแบบจำลองมาทำการพยากรณ์ต้องประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ของสมการแบบจำลองก่อน ซึ่งในการประเมินประสิทธิภาพของการพยากรณ์ค่าที่ได้จากการประเมินมีดังนี้ ค่า Mean Abs. Percent Error : MAPE มีค่าเท่ากับ 7.187042 ค่า Bias Proportion : U^M มีค่าเท่ากับ 0.000000 ค่า Variance Proportion : U^S มีค่า

เท่ากับ 0.038983 และ ค่า Covariance Proportion : P^C มีค่าเท่ากับ 0.967951 แสดงว่าสมการนี้สามารถนำไปใช้ในการพยากรณ์ได้ เนื่องจากค่า MAPE มีค่าต่ำซึ่งแสดงว่าสมการนี้มีค่าความคลาดเคลื่อนน้อย ค่า P^M และ P^S มีค่าน้อยกว่า 0.2 แสดงว่า สมการนี้มีค่าสัดส่วนความເອີ້ນຂອງค່າພຍກຣົນກັບສັດສ່ວນຄວາມແປປຽນຂອງຄ່າພຍກຣົນຕໍ່າ ຜຶ່ງກ່າວ P^M และ P^S ຍິ່ງເຂົາໄກລຸ້ນຍໍ່ຫຼືເທົ່າກັບສູນຍໍ່ໄດ້ຍິ່ງດີ ຜຶ່ງຄ່າທີ່ໄດ້ຈາກການປະເມີນປະສິທິພາພັນດັ່ງນັ້ນ ສາມາການນີ້ສາມາດນຳນາມໄຊ້ໃນການພຍກຣົນໄດ້ ເນື່ອສາມາການນີ້ສາມາດໃຊ້ໃນການພຍກຣົນໄດ້ກີ່ນໍາມາຫາຄ່າຂອງຕັວແປປອີສະແຕ່ລະຕັວໃນອີກ 5 ປີຂ້າງໜ້າ ຜຶ່ງຕັວແປປອີສະແນບຈຳລອງນີ້ໄດ້ແກ່ຮາຍໄດ້ເນື້ອຍໆຕ່ອຫັວ ($LNAIF_c$) ແລະ ບ່ານປະມາດສັງເສົມການທ່ອງເຖິງໄວ (LNB_T) ໂດຍການພຍກຣົນຮາຍໄດ້ເນື້ອຍໆຕ່ອຫັວຂອງນັກທ່ອງເຖິງໄວໃຫ້ວິທີແນວໂນັ້ນກາລເວລາ (Time Trend) ເນື່ອຈາກມີຄ່າ MAPE ເທົ່າກັນ 0.863544 ຜຶ່ງມີຄ່າຕໍ່າກວ່າຄ່າ MAPE ຂອງການພຍກຣົນໂດຍໃຫ້ວິທີ Autoregressive ຜຶ່ງມີຄ່າ MAPE ເທົ່າກັນ 0.897506 ສ່າງນີ້ບ່ານປະມາດສັງເສົມການທ່ອງເຖິງໄວໃຫ້ວິທີ Autoregressive ເນື່ອຈາກມີຄ່າ MAPE ເທົ່າກັນ 6.528663 ຜຶ່ງມີຄ່າຕໍ່າກວ່າຄ່າ MAPE ຂອງການພຍກຣົນໂດຍໃຫ້ວິທີແນວໂນັ້ນກາລເວລາ (Time Trend) ຜຶ່ງມີຄ່າເທົ່າກັນ 11.82364 ຜຶ່ງຜລຂອງການພຍກຣົນຕັວແປປອີສະແຕ່ລະຕັວປ່າກງູພລດັ່ງຕາງໆດັ່ງນີ້

ตารางที่ 4-9 ผลการพยากรณ์ຕັວແປປອີສະແນບປະເທດຈີນ พ.ศ. 2545-2549

ปี	$LNAIF_c$	LNB_T
2545	-2.491901	3.308067
2546	-2.409106	3.358097
2547	-2.326310	3.404635
2548	-2.243515	3.447927
2549	-2.160719	3.488197

ເນື່ອໄດ້ຜລການພຍກຣົນຕັວແປປອີສະແຕ່ລະຕັວແລ້ວ ນໍາຜລທີ່ໄດ້ໃນແຕ່ລະປີໄປແກນຄ່າໃນສາມາການແບນຈຳລອງກີ່ຈະໄດ້ຮາຍໄດ້ຈາກການທ່ອງເຖິງຂອງນັກທ່ອງເຖິງຈາວຈິນທີ່ເຕີນກາງເຂົ້າມາເຖິງໃນປະເທດໄທຢ່າງໄດ້ທີ່ຄໍາວັນໄດ້ປ່າກພລດັ່ງຕາງໆດັ່ງນີ້

ตารางที่ 4-10 รายได้จากการพยากรณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปี พ.ศ.2545-2549

ปี	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
2545	32,282.25
2546	38,990.86
2547	46,860.92
2548	56,056.94
2549	66,777.61

จากตารางที่ 4-10 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มมากขึ้น ซึ่งรายได้ที่ได้จากการพยากรณ์ในปี พ.ศ. 2545 นั้นมีรายได้เท่ากับ 32,282.25 ล้านบาท และเมื่อถึงปีพ.ศ.2549 ประเทศไทยจะได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว 66,777.61 ล้านบาท

เปรียบเทียบผลการศึกษาแบบจำลองกับการศึกษาในอดีต

ในการศึกษาแบบจำลองผลที่ได้จากการศึกษาที่เมื่อนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษาในอดีต ซึ่งค่าที่นำมาใช้ในการเปรียบเทียบคือ ค่าความยึดหยุ่นนั้น พบว่า จากตารางที่ 4-11 รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกับรายได้ประชาธิชองนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นนั้น มีค่าต่างกันเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวกับรายได้ประชาธินั้น มีความสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่นที่จะเดินทางเข้ามาในประเทศไทย เป็นอย่างมาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเห็นว่าการท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่นค้าฟุ่มเพื่อย สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีเห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวมีค่าเท่ากับ 0.51 แสดงว่าชาวเยอรมนีเห็นว่าการท่องเที่ยวนั้นเป็นสิ่นค้าปกติ ในส่วนของรายได้ประชาธินั้นมีค่าเท่ากับ 1.08 แสดงว่าชาวเยอรมนีเห็นการท่องเที่ยวเป็นสิ่นค้าฟุ่มเพื่อย ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษนั้นเห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวและรายได้ประชาธิมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากชาวอังกฤษเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่นค้าฟุ่มเพื่อย โดยเฉพาะการศึกษาในอดีตที่ผ่านมาจะเห็นว่ารายได้ประชาธิมีค่าเท่ากับ 3.83 แสดงว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่นค้าฟุ่มเพื่อยอย่างมาก และชาวอเมริกานั้นเห็นว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวกับรายได้ประชาธิ มีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยว เนื่องจากเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่นค้าฟุ่มเพื่อย เมื่อเปรียบเทียบกับการศึกษาในอดีตจะพบว่ารายได้ประชาธิมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการที่ประชาชนจะเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัว

ตารางที่ 4-11 เปรียบเทียบผลการศึกษาภัณฑ์วิจัยในอดีต

ประเทศ		รายได้เฉลี่ยต่อหัว (รายได้ประชาชาติ)	อัตรา แลกเปลี่ยน	งบประมาณ ส่งเสริมการ ท่องเที่ยว	ราค่า โดยสาร เครื่องบิน
ญี่ปุ่น	กัญญาหาร	2.58	0.67	0.27	-
	ปีที่ (2539)	2.16	-	0.21	-3.29
เยอรมนี	กัญญาหาร	0.51	1.43	0.42	-
	ปีที่ (2539)	1.08	1.70	0.31	-
อังกฤษ	กัญญาหาร	2.82	1.35	0.14	-
	ปีที่ (2539)	3.83	-	-	-2.16
อเมริกา	กัญญาหาร	1.59	0.63	0.51	-
	ปีที่ (2539)	2.06	1.98	-	-

สำหรับอัตราแลกเปลี่ยน จากตารางที่ 4-11 พบว่า อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศเยอรมนีเมื่อเทียบกับการศึกษาในอดีตจะเห็นว่าต่างกันเพียงเล็กน้อย คืออัตราแลกเปลี่ยนในอดีตนั้นมีค่ามากกว่า แสดงว่าในอดีตนั้นอัตราแลกเปลี่ยนมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจในการท่องเที่ยวมากกว่าในปัจจุบัน ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศอเมริกามีเมื่อเทียบกับการศึกษาในอดีตจะพบว่าอัตราแลกเปลี่ยนในอดีtmค่ามากกว่าคือมีค่าเท่ากับ 1.98 และว่าชาวอเมริกามองเห็นว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่นค้าฟุ่มเฟือย แต่ในปัจจุบันนั้นอัตราแลกเปลี่ยนมีค่าเท่ากับ 0.63 แสดงว่าการท่องเที่ยวเป็นสิ่นค้าจำเป็นสำหรับชาวอเมริกา

ในส่วนของงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวนั้นพบว่า งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ให้กับสำนักงานในต่างประเทศเพื่อหารือจูงใจให้นักท่องเที่ยวจากประเทศไทยเหล่านั้นเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยให้มากขึ้น จากตารางที่ 4-11 พบว่า งบประมาณที่จัดสรรให้กับสำนักงานในประเทศไทยญี่ปุ่น และเยอรมนี เมื่อเทียบกับการศึกษาในอดีตจะเห็นว่า ค่าที่ได้มีความใกล้เคียงกัน และว่างบประมาณมีส่วนสำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวในเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 5 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

การท่องเที่ยวในปัจจุบันนั้นมีความสำคัญต่อการพัฒนาของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก การที่ประเทศไทยได้รับรายได้จากการท่องเที่ยวทำให้ประเทศไทยสามารถนำรายได้ส่วนนี้ไปใช้ในการพัฒนาในด้านต่างๆ ลดภาระการขาดดุลของประเทศให้น้อยลง จะเห็นได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวนั้นมีส่วนสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ ดังนั้นจึงได้ทำการศึกษารายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

ในการศึกษานี้ ผู้วัดถูกประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานการณ์ทั่วไปของการท่องเที่ยวปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย การพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยว กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน เพื่อหาแนวทางปรับปรุงและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยทำการศึกษาข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2523-2544 ซึ่งการศึกษานี้ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงพารณ์ และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผลการศึกษาพบว่า ลักษณะโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยนั้น เป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง การเดินทางเข้ามาก่อนนักท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเข้ามาครั้งแรกกับเป็นการเดินทางกลับมาเยือนอยู่ในจำนวนที่ใกล้เคียงกัน ลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าส่วนใหญ่จะเดินทางเข้ามาเองมากกว่าการเดินทางเป็นกลุ่ม สำหรับจุดประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวส่วนมากจะเดินทางเข้ามาพักผ่อนมากที่สุด ส่วนช่วงอายุที่เดินทางเข้ามากที่สุด คือ ช่วงอายุ 25-34 ปี รองลงมา คือ ช่วงอายุ 35-44 ปี และ 45-54 ปี อาชีพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาก็มาก คือ นักวิชาการ นักธุรกิจ และแรงงาน ส่วนอาชีพที่เดินทางเข้ามาน้อยที่สุด คือ เกษตรกร

สำหรับลักษณะโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2545 ของประเทศไทยที่ทำการศึกษา ได้แก่ ประเทศไทยญี่ปุ่น ประเทศไทยเยอรมนี ประเทศไทยอังกฤษ ประเทศไทยสหรัฐอเมริกา และประเทศไทยจีน พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็นเพศชายมากกว่าเพศหญิง ยกเว้นประเทศไทยที่มีสัดส่วนใกล้เคียงกัน คือ มีสัดส่วนของเพศชายเท่ากับ 55.43 และเพศหญิงเท่ากับ 44.57 การเดินทางเข้ามาก่อนนักท่องเที่ยวใกล้เคียงกันระหว่างการเดินทางเข้ามา

ครั้งแรกกับการเดินทางมาเยือนอีก ลักษณะการเดินทางเข้ามายังนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเดินทางเข้ามาเป็นกลุ่มกับเดินทางเข้ามาเองมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน อังกฤษ และอเมริกา นิยมเดินทางเข้ามาเองมากกว่าการเดินทางเป็นกลุ่ม ส่วน นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางเข้ามาเป็นกลุ่มมากกว่าเดินทางเข้ามาเอง จุดประสงค์ในการเดินทางเข้ามายังนักท่องเที่ยวนั้นต้องการเข้ามาพักผ่อนมากที่สุด ซึ่งเหมือนกันทุกประเทศ สำหรับอายุของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และอังกฤษนั้น ช่วงอายุ ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามามากที่สุดคือ ช่วงอายุ 25-34 ปี ส่วนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันคือ ช่วงอายุ 35-44 ปี และนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา และจีน คือ ช่วงอายุ 25-44 ปี ซึ่งมีสัดส่วนใกล้เคียงกัน โดยสรุปได้ว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุ 25-44 ปีนิยมเดินทางเข้ามายัง กว่าช่วงอายุอื่นๆ สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น และจีน อาชีพที่เดินทางเข้ามามากที่สุดคือ แรงงาน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน อังกฤษ และอเมริกา คือ นักวิชาการ

ในส่วนของอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ทำการศึกษานั้น พบว่า อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน กล่าวคือ ในปีพ.ศ. 2538 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากแต่อัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงอย่างมาก ในปีพ.ศ. 2544 อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงแต่อัตราการเจริญเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้น และหลังจากปีพ.ศ. 2544 ทั้งอัตราการเจริญเติบโตของนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้เพิ่มขึ้น สำหรับนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกัน ส่วนอัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยญี่ปุ่น และอังกฤษเป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน แต่ในปีพ.ศ. 2544 เริ่มเป็นไปในทิศทางเดียวกัน สำหรับนักท่องเที่ยวชาวอเมริกานั้น อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวกับอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ในบางช่วงเป็นไปในทิศทางเดียวกันแต่ในบางช่วงก็เป็นไปในทิศทางตรงข้ามกัน

ในการเดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนั้น นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมีอัตราการเข้าพักเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยในแต่ละปี นักท่องเที่ยวชาวเยอรมันในช่วงแรกคือปีพ.ศ. 2541-2543 มีอัตราการเข้าพักลดลง แต่หลังจากปีพ.ศ. 2543 อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวปรับตัวเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวชาวอังกฤษ มีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ยกเว้นปีพ.ศ. 2543 ที่มีการเปลี่ยนแปลงมากกว่าปีอื่นๆ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกา ในปีพ.ศ. 2541-2542 มีอัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวลดลง แต่หลังจากนั้นก็ปรับตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอด และนักท่องเที่ยวชาวจีน ในปี

พ.ศ. 2541-2542 มีอัตราการเข้าพักเพิ่มขึ้น แต่ในปีพ.ศ. 2543 อัตราการเข้าพักกลับลดลงอย่างมาก และหลังจากนั้นพ.ศ. 2543 อัตราการเข้าพักของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่เพิ่มขึ้นเพียงเล็กน้อยเท่านั้น

จากการวิเคราะห์การท่องเที่ยวโดยวิรชี Boston Consulting Group : BCG ซึ่งเป็นการวิเคราะห์อัตราการเจริญเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยว พบว่า ภูมิภาคอเมริกา และตะวันออกกลาง อยู่ในช่วง Stars กลุ่มที่ใช้คือการรักษาตลาดและการเพิ่มตลาดให้มากขึ้น ภูมิภาคยุโรป อยู่ในช่วง Cash cow กลุ่มที่ใช้คือการรักษาตลาดให้คงไว้ ภูมิภาคโอเชียเนีย และแอฟริกา อยู่ในช่วง Question marks กลุ่มที่ใช้คือการเพิ่มตลาดให้มากขึ้น ภูมิภาคเอเชียตะวันออก และเอเชียใต้ อยู่ในช่วง Dogs กลุ่มที่ใช้คือการออกจากตลาด สำหรับประเทศไทยที่ได้เลือกทำการศึกษาดูแลนักท่องเที่ยวชาวอเมริกา อังกฤษ และจีน อยู่ในช่วง Stars กลุ่มที่ใช้คือการรักษาตลาดและการเพิ่มตลาดให้มากขึ้น นักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และญี่ปุ่น อยู่ในช่วง Question marks กลุ่มที่ใช้คือ การเพิ่มตลาดให้มากขึ้น จากวิเคราะห์แนวทางที่จะพัฒนาการท่องเที่ยว คือ การส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นโดย การจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแบบผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงเกษตร เป็นต้น การโปรโมตแหล่งท่องเที่ยวและสินค้าทางการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อต่างๆ เช่น ทางโทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ อินเตอร์เน็ต นิตยสารทางการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ผ่านทางบริษัทนำเที่ยว เป็นต้น การพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้สะดวกและง่ายต่อการเดินทางมากขึ้น การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในด้านต่างๆมากขึ้น โดยเฉพาะด้านภาษาต่างประเทศ เนื่องจากบุคลากรที่มีอยู่ยังน้อยเกินไปไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว การจัดทำรายการส่งเสริมการขาย (promotion) ให้มากขึ้น เช่น การลดราคาห้องพัก การขายแพ็คเกจทัวร์ในราคาน้ำเงินให้กับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

สำหรับการวิเคราะห์แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวในรูปของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของประเทศไทยที่ทำการศึกษาดูแล ตามแบบจำลองได้กำหนดให้รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นตัวแปรตาม และกำหนดตัวแปรอิสระต่างๆ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราค่าโดยสารเรือบิน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่จัดสรรให้เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศ ผลการศึกษาพบว่า

ปัจจัยทางด้านรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ อเมริกา และจีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99 80 80 90 และ 85 ตามลำดับ โดยมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อรายได้เฉลี่ยต่อหัวของ

นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา และจีน มีค่าเท่ากับ 2.58 0.51 2.82 1.59 และ 1.20 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปัจจัยทางด้านอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ และอเมริกา มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 99 95 และ 95 ตามลำดับ โดยมีค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ และอเมริกา มีค่าเท่ากับ 0.67 1.43 1.35 และ 0.63 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ปัจจัยทางด้านงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อเมริกา และจีน มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 99 99 และ 90 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญทางสถิติกับรายได้จากการท่องเที่ยว สำหรับค่าความยึดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่องบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมนี อังกฤษ อเมริกา และจีน มีค่าเท่ากับ 0.27 0.42 0.14 0.51 และ 1.05 ตามลำดับ ซึ่งมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

สำหรับการพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของประเทศที่ทำการศึกษา พบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีพ.ศ. 2545 มีรายได้เท่ากับ 41,885.90 ล้านบาท จนถึงในปีพ.ศ. 2549 ประเทศไทยได้รับรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นเป็น 66,338.47 ล้านบาท รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวเยอรมนีในปีพ.ศ. 2545 มีรายได้เท่ากับ 22,655.29 ล้านบาท จนถึงปีพ.ศ. 2549 มีรายได้เท่ากับ 33,802.67 ล้านบาท รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอังกฤษในปีพ.ศ. 2545 มีรายได้เท่ากับ 18,849.07 ล้านบาท จนถึงปีพ.ศ. 2549 มีรายได้เท่ากับ 25,597.72 ล้านบาท รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกาในปีพ.ศ. 2545 มีรายได้เท่ากับ 18,068.53 ล้านบาท จนถึงปีพ.ศ. 2549 มีรายได้เท่ากับ 24,404.66 ล้านบาท รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในปีพ.ศ. 2545 มีรายได้เท่ากับ 32,282.25 ล้านบาท จนถึงปีพ.ศ. 2549 มีรายได้เท่ากับ 66,777.61 ล้านบาท

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในเรื่องนี้ ผู้เขียนได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา และจีน ในการศึกษาได้กำหนดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคือ รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน และงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว และได้ทำการพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยวในอีก 5 ปีข้างหน้า รวมถึงการวิเคราะห์การท่องเที่ยวโดยวิชี Boston Consulting Group : BCG ซึ่งจากที่ได้ทำการศึกษานั้น ผู้เขียนเห็นว่า

1. ในส่วนของการวิเคราะห์แบบจำลองนั้นควรส่งเสริมงบประมาณการท่องเที่ยวให้มากขึ้น เนื่องจากงบประมาณการท่องเที่ยวมีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ดังนั้นควรเพิ่มงบประมาณการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ให้มากขึ้น เช่น งบประชาสัมพันธ์ งบโฆษณา งบด้านการตลาด เป็นต้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น และเพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. จากการพยากรณ์รายได้จากการท่องเที่ยว พบว่า รายได้ที่ประเทศไทยได้รับจากการท่องเที่ยวนั้นเพิ่มขึ้นทุกๆ ปี ดังนั้นควรจะพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักและแพร่หลายมากยิ่งขึ้น เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

3. จากวิเคราะห์โดยวิชี Boston Consulting Group : BCG จะเห็นว่า ประเทศไทยสามารถที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเที่ยวได้อีกมาก ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมมือกันหาแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อาทิเช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ เช่น การโฆษณาแหล่งท่องเที่ยวตามโทรศัพท์ นิตยสารท่องเที่ยวต่างๆ การใช้สื่อทางด้านอินเตอร์เน็ต และสิ่งพิมพ์ต่างๆ ในการเผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น เป็นต้น การจัดทำรายการส่งเสริมการขายให้มากขึ้น เช่น การลดราคาห้องพัก การขายแพ็คเกจทัวร์ในราคาน้ำหนึ่ง ภาระน้ำหนึ่ง การลดราคาต่าโดยสารเครื่องบิน เป็นต้น การพัฒนานุคุณการให้มีความรู้ความสามารถมากขึ้น โดยเฉพาะภาษาต่างประเทศเพื่อสะดวกในการสื่อสารและทำความเข้าใจกับนักท่องเที่ยว การพัฒนาเส้นทางคมนาคมให้สะดวกและง่ายต่อการเดินทาง เป็นต้น

4. จากการศึกษานั้นได้ทำการศึกษาด้วยแปรเชิงปริมาณเท่านั้น ซึ่งในการศึกษาครั้งต่อไปควรนำตัวแปรเชิงคุณภาพเข้ามาศึกษาด้วย เช่น ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว รสนิยมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อทำให้การวิเคราะห์น่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น

ภาษาไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2540. กรุงเทพมหานคร.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2541. กรุงเทพมหานคร.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2542. กรุงเทพมหานคร.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2543. กรุงเทพมหานคร.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานประจำปี 2544. กรุงเทพมหานคร.
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2540. อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเครื่องมือในการพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร.

คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงาน ยุทธศาสตร์การเพิ่ม
สมรรถนะและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยตามแผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9. (ออนไลน์). เข้าถึงจาก
www.nesdb.go.th

คณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงาน สำนักวิเคราะห์และประสาน
แผนภาคการผลิตและบริการ. แนวคิดยุทธศาสตร์พัฒนาการท่องเที่ยว.
(ออนไลน์). เข้าถึงจาก www.nesdb.go.th

จริยา เปรมศิลป์. 2544. การท่องเที่ยวและธุรกิจโรงแรมปี 2543 และแนวโน้ม.
(ออนไลน์). เข้าถึงจาก www.nesdb.go.th

จรัญญา เจริญสุขไส. 2545. สรุปสถานการณ์และวิเคราะห์โอกาสทางการท่องเที่ยวของไทย.
จุลสารการท่องเที่ยว 21,2 (เมษายน-มิถุนายน) : 4-13.

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์. 2542. การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว. พิมพ์ครั้งที่ 1.
กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัฐกานต์ ใจนุตมะ. 2542. ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ชาวกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ทายาท กิตติกุล. 2540. ปัจจัยบางประการที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจไป
ท่องเที่ยวต่างประเทศ ของคนไทย : กรณีศึกษาคนไทยที่กำลังจะเดินทางไป
ท่องเที่ยวต่างประเทศโดยผ่านทางด้านตรวจคนเข้าเมือง ท่าอากาศยาน
เชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชานิรหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- นราภิพย์ ชูติวงศ์. 2537. ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร :
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- น้ำฝน บุญยะวัฒน์. 2543. สรุปสถานการณ์และวิเคราะห์โอกาสทางการท่องเที่ยวไทย.
จุดสารการท่องเที่ยว 19 , 3 (กรกฎาคม-กันยายน) : 13-21.
- ปฏิท วิชชุลดา. 2539. การศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่าง
ประเทศเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชา
เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- มาลีรัตน์ สุขศรี. 2540. การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่
เดินทางเข้าสู่ประเทศไทย โดยทางอากาศ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
ภาควิชาเกษตรศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- เลขาธุกุารภูมิสกุล สำนักงาน คณะกรรมการการท่องเที่ยวและการกีฬาภูมิสกุล กอง
กรรมการบริหาร รายงานการพิจารณาศึกษา เรื่อง การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบ
ยั่งยืนและให้เกิดศักยภาพในการแข่งขันในยุคของการด้วย.
- วันรักษ์ มีงามเนินadin. 2535. หลักเศรษฐศาสตร์จุลภาค. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพมหานคร
: ไทยวัฒนาพาณิช.
- สุจินต์พร จินดนา. 2538. การประเมินการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย :
กรณีศึกษานักท่องเที่ยวจากนานาประเทศที่สำคัญ. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกริก.
- ศิริวรรณ เศรีตัน และคณะ. 2541 การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร :
บริษัท บีร์ฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและสิ่งแวดล้อม กระทรวง. พัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่ง^{ชาติ}
สำนักงาน ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ. ศูนย์
พัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพมหานคร.

ภาษาต่างประเทศ

- International Monetary Fund. **International Financial Statistics Yearbook 2001.**
- International Monetary Fund. **International Financial Statistics Yearbook 2002.**
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1980.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1981.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1982.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1983.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1984.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1985.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1986.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1987.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1988.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1989.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1990.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1991.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1992.** Bangkok.

- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1993.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1994.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1995.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1996.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1997.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1998.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 1999.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 2000.** Bangkok.
- Tourism Authority of Thailand. **Annual Statistics Report on Tourism of Thailand 2001.** Bangkok.

ภาคผนวกที่

ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์

ตารางผนวกที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523-2544

หน่วย : คน

ปี	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เยอรมัน	จีน
2523	104634	245102	60526	92827	3411
2524	116768	245800	71487	92838	8740
2525	120562	250664	70403	85859	8586
2526	125148	234585	73915	86847	12229
2527	137555	228384	74834	92975	15155
2528	150765	226517	81635	96473	27593
2529	172575	261549	99489	114478	30899
2530	212575	349588	126309	148755	21464
2531	237309	452244	135112	186040	33344
2532	266735	555638	200347	222148	52358
2533	285352	652299	227875	243123	60810
2534	248441	559501	197608	257031	75052
2535	274397	569744	236468	275506	128948
2536	278315	581809	249980	320186	261739
2537	292344	691705	258209	353237	257455
2538	285486	814706	274366	365812	375564
2539	308573	934111	286889	353677	456912
2540	311081	965454	287664	342329	439795
2541	361705	986264	375912	378566	571061
2542	417860	1064539	425688	375345	775626
2543	473285	1197931	476387	378562	704080
2544	485276	1168548	517974	398034	694886

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางผนวกที่ 2 รายได้จากการห่อเที่ยวของนักห่อเที่ยวระหว่างประเทศ ตั้งแต่
ปีพ.ศ. 2523-2544

หน่วย : ล้านบาท

ปี	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เยอรมนี	จีน
2523	1077.04	1814.73	1511.22	1174.12	
2524	1243.09	1671.83	2225.86	1307.67	
2525	1557.56	2268.72	980.03	1020.97	
2526	1567.28	2400.62	1122.25	1143.00	
2527	2568.00	2452.00	1005.00	1143.00	
2528	3105.21	2475.93	1086.40	1399.61	
2529	3357.61	2776.88	1431.66	2769.02	
2530	3739.79	4787.05	2610.64	2823.99	433.35
2531	5483.46	10583.07	2607.45	4553.73	838.60
2532	6669.52	9436.49	5141.67	6066.37	1454.17
2533	6831.95	11415.66	5204.96	8315.21	1883.01
2534	6324.86	11782.17	4479.77	6891.85	1000.84
2535	7588.60	12053.43	6407.77	10377.37	4215.56
2536	5236.10	15272.49	6106.47	8582.08	8821.26
2537	8084.67	17502.93	7111.10	9539.36	7526.25
2538	7608.99	20740.07	13242.27	16090.34	12413.98
2539	10981.00	26552.00	9042.00	15152.00	13647.00
2540	10193.61	22017.62	8784.18	13087.49	16274.97
2541	15372.43	20315.61	18413.11	17475.01	17154.93
2542	16423.55	30802.58	19695.79	14576.67	25425.13
2543	18534.16	29973.77	21779.07	14004.38	17208.89
2544	22035.95	31446.08	22542.05	15809.77	16976.77

งบประมาณที่ 3 อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523-2544

ปี	สหราชอาณาจักร (บาท : ลิตรแลร์)	ญี่ปุ่น (บาท : 100 เยน)	อังกฤษ (บาท : ปอนด์)	เยอรมัน (บาท : มาร์ก)	จีน (บาท : หยวน)
2523	20.38	9.00	47.34	11.22	13.67
2524	21.72	10.00	43.84	9.62	12.80
2525	22.90	9.22	40.03	9.44	12.06
2526	22.90	9.64	34.69	8.98	11.51
2527	23.54	9.91	31.33	8.28	10.12
2528	27.06	11.41	34.91	9.24	9.15
2529	26.20	15.63	38.38	12.10	7.56
2530	25.64	17.76	41.94	14.27	6.82
2531	25.19	19.67	44.82	14.36	6.70
2532	25.60	18.57	41.92	13.63	6.70
2533	25.49	17.64	45.36	15.77	5.25
2534	25.42	18.86	44.90	15.35	4.71
2535	25.32	20.25	42.76	16.18	4.55
2536	25.22	22.70	37.82	15.24	4.32
2537	25.05	24.47	38.30	15.36	2.83
2538	24.82	26.46	39.12	17.31	2.81
2539	25.24	23.17	39.36	16.76	2.80
2540	31.15	25.62	51.00	17.90	3.58
2541	41.02	31.33	67.75	23.24	4.77
2542	37.62	33.07	60.72	20.44	4.45
2543	39.95	36.90	60.29	18.75	4.62
2544	44.28	36.31	63.59	20.19	5.18

: ขนาดการแห่งประเทศไทย

ตารางผนวกที่ 4 รายได้เฉลี่ยต่อหัวประชากรของนักท่องเที่ยว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523-2544

หน่วย : พันล้าน

ปี	สหราชูปเมริกา (ดอลลาร์)	ญี่ปุ่น (เยน)	อังกฤษ (ปอนด์)	เบอร์มัน (ดอลลาร์)	จีน (หยวน)
2523	0.211262	26.52628	0.089748	0.211417	0.013720
2524	0.214118	27.25423	0.088644	0.170043	0.014170
2525	0.207970	27.93537	0.090241	0.156813	0.015150
2526	0.214915	28.49510	0.093560	0.152179	0.016417
2527	0.228543	29.52092	0.095603	0.140637	0.018555
2528	0.235224	30.77695	0.098887	0.139746	0.021228
2529	0.240903	31.42651	0.085751	0.193769	0.022798
2530	0.246894	32.56477	0.103950	0.237049	0.024993
2531	0.256082	34.43633	0.112254	0.249882	0.027362
2532	0.261396	35.90295	0.114283	0.188843	0.028066
2533	0.263236	37.51403	0.114630	0.230387	0.028799
2534	0.259241	38.78414	0.112349	0.252115	0.031768
2535	0.264360	39.05768	0.112127	0.271972	0.034963
2536	0.268377	39.05263	0.114334	0.252124	0.039288
2537	0.276501	39.17270	0.119021	0.262144	0.043794
2538	0.281345	36.66996	0.121819	0.301042	0.047940
2539	0.288839	41.11053	0.124474	0.288089	0.052008
2540	0.299094	41.39462	0.128396	0.253068	0.056048
2541	0.308830	40.08497	0.131290	0.254800	0.059880
2542	0.319305	39.48119	0.133703	0.247143	0.063565
2543	0.324798	39.59111	0.137697	0.220566	0.068206
2544	0.321535	41.73645	0.142072	0.215113	0.074655

ตารางพนวกที่ 5 GDP Deflator ของประเทศไทยท่องเที่ยว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523-2544

ปี	สหรัฐอเมริกา	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เยอรมนี	จีน	ไทย
2523	58.1	78.5	45.6	62.2	33.3	50.7
2524	63.6	81.4	50.7	64.8	34.3	55.0
2525	67.5	82.8	54.5	67.7	35.5	57.7
2526	70.2	84.0	57.4	69.9	35.6	59.9
2527	72.8	86.0	60.0	71.3	36.6	60.7
2528	75.1	87.6	63.4	72.8	38.7	62.0
2529	76.8	89.3	65.4	75.1	40.9	63.1
2530	79.1	89.5	68.8	76.5	42.7	66.1
2531	81.8	90.4	72.9	77.7	47.9	70.0
2532	84.9	92.7	78.3	79.6	51.5	74.2
2533	88.2	95.4	84.3	82.3	55.2	78.5
2534	91.4	97.6	90.0	87.8	58.7	83.0
2535	93.6	99.1	93.5	92.2	62.5	86.8
2536	95.9	99.8	96.1	95.6	73.4	89.4
2537	97.9	100.3	97.5	98.0	88.2	94.3
2538	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
2539	101.9	98.8	103.3	101.0	106.6	104.5
2540	103.9	100.0	106.3	101.8	107.4	107.6
2541	105.2	101.8	109.5	102.9	106.2	117.0
2542	106.8	102.5	112.0	104.1	101.9	112.9
2543	109.0	101.9	114.0	103.5	102.8	114.9
2544	110.1	94.7	116.8	104.2	102.8	117.2

ตารางผนวกที่ 6 ราคาค่าโดยสารเรือร่องบินจากประเทศไทยก่อตั้งเหตุความประทัยไทย ตั้งแต่
ปีพ.ศ. 2523-2544

ปี	สหราชอาณาจักร (ดอลลาร์)	ญี่ปุ่น (100เยน)	อังกฤษ (ปอนด์)	เยอรมนี (มาร์ก)
2523	743.0	1376.0	542.50	989.4
2524	973.0	1460.3	591.33	989.4
2525	1080.0	1512.0	619.75	1070.2
2526	1073.0	1569.0	699.00	1145.2
2527	1070.0	1588.0	807.00	1179.6
2528	1038.5	1628.0	778.25	1203.4
2529	1010.0	1550.8	896.00	1203.4
2530	1035.5	1511.5	896.00	1203.4
2531	1061.0	1406.0	914.00	3017.0
2532	1010.0	1364.0	873.00	3017.0
2533	1135.0	1433.0	1027.00	3294.0
2534	1135.0	1433.0	1109.00	3232.0
2535	1135.0	1433.0	1133.00	3329.0
2536	1135.0	1433.0	1133.00	3396.0
2537	1135.0	1433.0	1165.00	3396.0
2538	1135.0	1443.0	1165.00	3464.0
2539	1135.0	1443.0	1260.00	3534.0
2540	1135.0	1462.0	1363.00	3714.0
2541	1135.0	1462.0	1431.00	3714.0
2542	1135.0	1462.0	1460.00	3714.0
2543	1135.0	1462.0	1460.00	3714.0
2544	1135.0	1462.0	1460.00	3714.0

ที่มา : บริษัท การบินไทย จำกัด มหาชน

ตารางผนวกที่ 7 งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยว ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523-2544

หน่วย : ล้านบาท

ปี	สรุปเงินวิภา	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เยอรมัน	ไทย
2523	2.90	2.80	1.32	1.30	83.98
2524	3.80	3.67	1.72	1.71	109.99
2525	4.30	4.15	1.95	1.93	124.45
2526	5.65	5.46	2.57	2.54	163.80
2527	8.43	8.15	3.82	3.79	244.26
2528	9.30	5.78	5.06	3.91	259.77
2529	7.30	3.600	3.60	6.61	333.28
2530	21.30	25.80	11.00	12.40	435.90
2531	18.99	23.00	9.86	10.67	506.70
2532	22.00	24.00	11.50	12.00	530.64
2533	22.50	22.00	11.00	12.00	830.96
2534	29.40	27.70	14.70	16.70	1004.25
2535	28.60	28.95	15.04	15.24	1262.06
2536	28.80	35.00	16.25	16.30	1463.18
2537	30.00	101.20	18.00	20.00	2162.64
2538	42.78	57.22	28.16	34.06	2305.02
2539	46.57	85.05	29.97	32.01	2495.57
2540	47.20	88.64	26.00	33.50	2528.90
2541	48.06	88.49	26.86	34.36	2525.15
2542	66.30	89.40	36.70	37.70	2649.20
2543	70.00	95.00	40.00	43.30	2920.21
2544	65.90	90.40	40.50	41.40	2918.74

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตารางผนวกที่ 8 จำนวนประชากร ตั้งแต่ปีพ.ศ. 2523-2544

หน่วย : ล้านคน

ปี	สหัสข้อมูล	ญี่ปุ่น	อังกฤษ	เยอรมัน	จีน
2523	227.76	116.81	56.33	61.54	996.1
2524	229.94	117.66	56.35	61.66	1008.4
2525	232.17	118.48	56.31	61.60	1020.6
2526	234.30	119.31	56.35	61.38	1039.6
2527	236.37	120.08	56.51	61.31	1054.9
2528	238.49	120.84	56.68	60.97	1070.2
2529	240.68	121.49	56.85	61.01	1086.7
2530	242.84	122.09	57.01	61.09	1104.2
2531	245.06	122.58	57.16	61.42	1121.9
2532	247.34	123.07	57.36	78.68	1139.2
2533	249.95	123.48	57.56	79.36	1155.3
2534	252.64	123.96	57.81	79.98	1170.1
2535	255.37	124.42	58.01	80.57	1183.6
2536	258.08	124.83	58.19	81.19	1196.4
2537	260.60	125.18	58.39	81.42	1208.8
2538	263.04	125.47	58.61	81.66	1220.5
2539	265.46	125.76	58.80	81.90	1232.5
2540	268.01	126.07	59.01	82.06	1244.2
2541	270.56	126.41	59.24	82.02	1255.7
2542	272.69	126.65	59.50	82.09	1266.8
2543	281.42	126.87	59.50	82.02	1275.1
2544	284.80	127.34	59.54	82.36	1285.0

ภาคผนวก ช

ผลการวิเคราะห์จากโปรแกรม E-views

Dependent Variable: LNYJ

Method: Least Squares

Date: 07/30/04 Time: 14:43

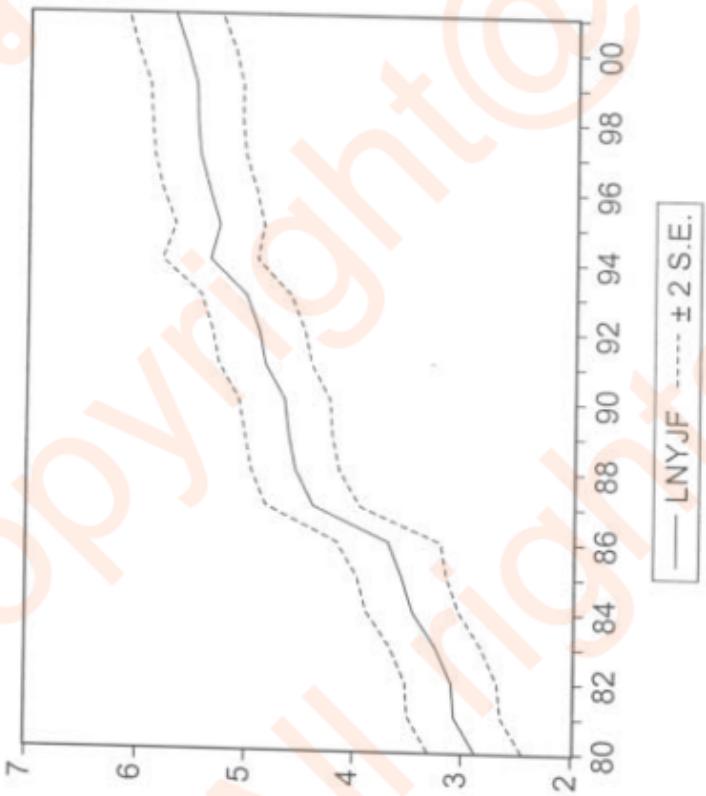
Sample(adjusted): 1980 2001

Included observations: 22 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-6.274910	2.821350	-2.224081	0.0392
LNAIJ	2.583218	0.864103	2.989480	0.0079
LNEJ	0.668619	0.272891	2.450134	0.0247
LNBJ	0.272172	0.119507	2.277458	0.0352
R-squared	0.964990	Mean dependent var	4.532083	
Adjusted R-squared	0.959155	S.D. dependent var	0.969835	
S.E. of regression	0.196006	Akaike info criterion	-0.258376	
Sum squared resid	0.691531	Schwarz criterion	-0.060004	
Log likelihood	6.842133	F-statistic	165.3779	
Durbin-Watson stat	1.658552	Prob(F-statistic)	0.000000	

Forecast: LNYJF
Actual: LNYJ
Forecast sample: 1980 2006
Adjusted sample: 1980 2001
Included observations: 22

Root Mean Squared Error	0.177294
Mean Absolute Error	0.148356
Mean Abs. Percent Error	3.559575
Theil Inequality Coefficient	0.019153
Bias Proportion	0.000000
Variance Proportion	0.008909
Covariance Proportion	0.991091



Dependent Variable: LNYG

Method: Least Squares

Date: 07/30/04 Time: 14:44

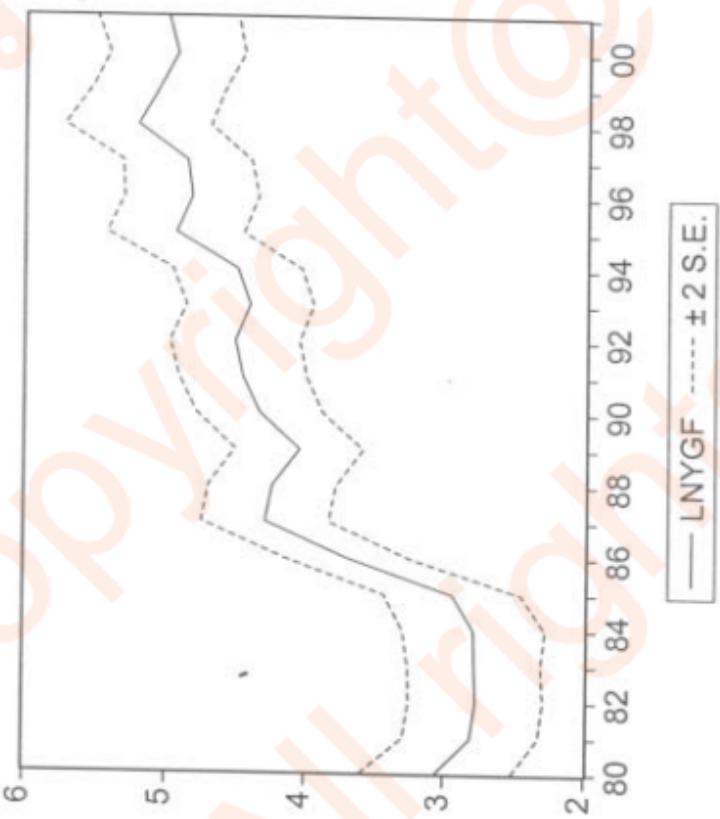
Sample(adjusted): 1980 2001

Included observations: 22 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.936567	1.723638	1.123535	0.2760
LNAIG	0.512980	0.374522	1.369693	0.1876
LNEG	1.428354	0.446318	3.200304	0.0050
LNBG	0.418823	0.127746	3.278549	0.0042
R-squared	0.947506	Mean dependent var	4.115142	
Adjusted R-squared	0.938757	S.D. dependent var	0.887276	
S.E. of regression :	0.219577	Akaike info criterion	-0.031264	
Sum squared resid	0.867851	Schwarz criterion	0.167107	
Log likelihood	4.343904	F-statistic	108.2991	
Durbin-Watson stat	1.499959	Prob(F-statistic)	0.000000	

Forecast: LNYGF
 Actual: LNYG
 Forecast sample: 1980 2006
 Adjusted sample: 1980 2001
 Included observations: 22

Root Mean Squared Error	0.198615
Mean Absolute Error	0.135684
Mean Abs. Percent Error	3.387891
Theil Inequality Coefficient	0.023627
Bias Proportion	0.000000
Variance Proportion	0.013480
Covariance Proportion	0.986520



Dependent Variable: LNYE

Method: Least Squares

Date: 07/30/04 Time: 14:44

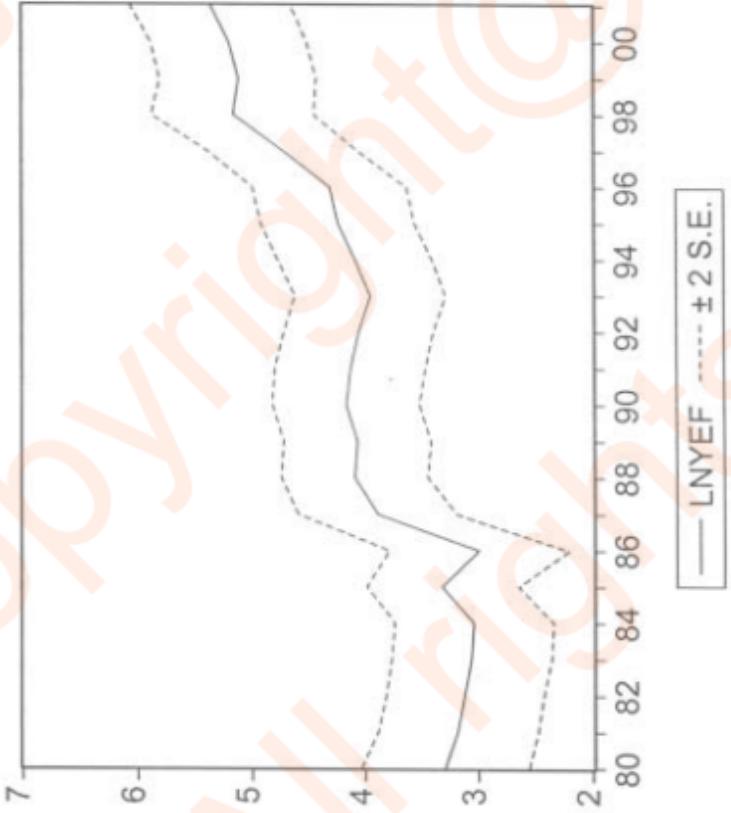
Sample(adjusted): 1980 2001

Included observations: 22 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.383324	5.491738	0.980259	0.3400
LNAIE	2.816949	2.016150	1.397192	0.1793
LNEE	1.354347	0.546488	2.478274	0.0233
LNBE	0.142765	0.322696	0.442415	0.6635
R-squared	0.867088	Mean dependent var	4.025901	
Adjusted R-squared	0.844936	S.D. dependent var	0.806173	
S.E. of regression	0.317456	Akaike info criterion	0.706011	
Sum squared resid	1.814010	Schwarz criterion	0.904382	
Log likelihood	-3.766118	F-statistic	39.14264	
Durbin-Watson stat	1.564735	Prob(F-statistic)	0.000000	

Forecast: LNYEF
 Actual: LNYE
 Forecast sample: 1980 2006
 Adjusted sample: 1980 2001
 Included observations: 22

Root Mean Squared Error	0.287150
Mean Absolute Error	0.227608
Mean Abs. Percent Error	6.070113
Theil Inequality Coefficient	0.035042
Bias Proportion	0.000000
Variance Proportion	0.035639
Covariance Proportion	0.964361



Dependent Variable: LNYU

Method: Least Squares

Date: 07/30/04 Time: 14:45

Sample(adjusted): 1981 2001

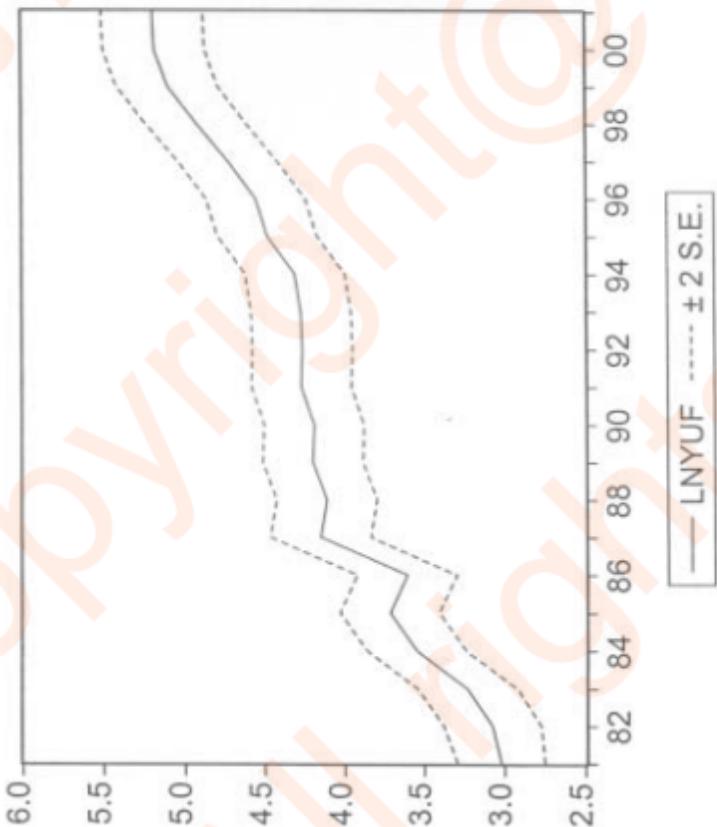
Included observations: 21 after adjusting endpoints

Convergence achieved after 10 iterations

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	4.893528	1.668203	2.933413	0.0097
LNAIU	1.586715	0.849148	1.868596	0.0801
LNEU	0.631315	0.235192	2.684250	0.0163
LNBU	0.505718	0.129688	3.899508	0.0013
AR(1)	-0.515615	0.220028	-2.343406	0.0324
R-squared	0.966881	Mean dependent var	4.198054	
Adjusted R-squared	0.958601	S.D. dependent var	0.660651	
S.E. of regression	0.134420	Akaike info criterion	-0.971434	
Sum squared resid	0.289101	Schwarz criterion	-0.722738	
Log likelihood	15.20006	F-statistic	116.7773	
Durbin-Watson stat	1.882412	Prob(F-statistic)	0.000000	
Inverted AR Roots	.52			

Forecast: LNYUF
 Actual: LNYU
 Forecast sample: 1980 2006
 Adjusted sample: 1981 2001
 Included observations: 21

Root Mean Squared Error	0.135398
Mean Absolute Error	0.113809
Mean Abs. Percent Error	2.758399
Theil Inequality Coefficient	0.015946
Bias Proportion	0.000155
Variance Proportion	0.007283
Covariance Proportion	0.992562



Dependent Variable: LNYC

Method: Least Squares

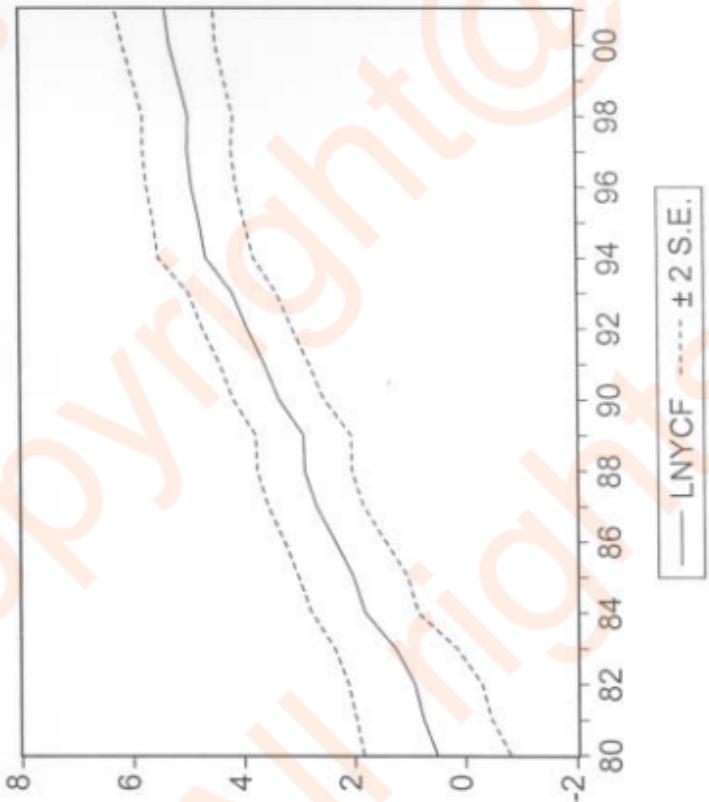
Date: 07/30/04 Time: 14:46

Sample(adjusted): 1987 2001

Included observations: 15 after adjusting endpoints

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.148035	3.649789	1.410502	0.1838
LNAIC	1.204201	0.719235	1.674281	0.1199
LNBT	1.052315	0.524628	2.005831	0.0680
R-squared	0.879641	Mean dependent var	4.257398	
Adjusted R-squared	0.859581	S.D. dependent var	1.014729	
S.E. of regression	0.380244	Akaike info criterion	1.080849	
Sum squared resid	1.735025	Schwarz criterion	1.222459	
Log likelihood	-5.106365	F-statistic	43.85094	
Durbin-Watson stat	2.146559	Prob(F-statistic)	0.000003	

Forecast: LNYCF	..
Actual: LNYC	..
Forecast sample:	1980 2006
Adjusted sample:	1980 2001
Included observations:	15
Root Mean Squared Error	0.340100
Mean Absolute Error	0.265877
Mean Abs. Percent Error	7.187042
Theil Inequality Coefficient	0.038983
Bias Proportion	0.000000
Variance Proportion	0.032049
Covariance Proportion	0.967951



ประวัติผู้เขียน

นางสาวกัญญาพร จิตต์ชานังค์ เกิดเมื่อวันที่ 16 กันยายน พ.ศ.2519 ส่าเร็จ
การศึกษาปริญญาตรี เศรษฐศาสตรบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเงินการธนาคาร จาก
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย เมื่อปีการศึกษา 2540 และศึกษาต่อในระดับปริญญาโทใน
สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย ในปีการศึกษา 2542