

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ

ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่  
เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่

ผู้เขียน

นางสาวดวงทิพย์ ศิริกาญจนารักษ์

ปริญญา

เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อ.ดร.สังคม สุวรรณรัตน์	ประธานกรรมการ
ผศ.ดร.ศศิเพ็ญ พวงสายใจ	กรรมการ
รศ.พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์	กรรมการ

### บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทราบถึงตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อทราบถึงปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ชาวไทย สหรัฐอเมริกา ฝรั่งเศส ญี่ปุ่น อังกฤษ และเนเธอร์แลนด์ ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ โดยอาศัยทฤษฎีอุปสงค์เป็นกรอบในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวกับปัจจัยด้านรายได้โดยใช้ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของแต่ละประเทศ และปัจจัยด้านราคาที่ใช้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นตัวแทนในการประมาณค่า วิธีการวิเคราะห์ที่ใช้สมการถดถอย ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลรายปี ตั้งแต่ปีพ.ศ.2536 – 2544

ผลการศึกษาดังกล่าวพบว่าการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่พบว่าจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ 8 กลุ่ม และนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 90 ท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวกลุ่มตัวเมืองเชียงใหม่ นอกจากนี้จังหวัดเชียงใหม่ยังมีสถานที่พัก บริษัทนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ร้านอาหาร และร้านค้าของที่ระลึก ที่เพียงพอและได้มาตรฐานในการรองรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ ทางด้านอุปสงค์พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เฉลี่ยปีละ 2,719 ล้านคน ร้อยละ 60.33 เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โครงสร้างของนักท่องเที่ยว

ชาวไทยและชาวต่างประเทศไม่แตกต่างกันมากนัก คือส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 25-34 ปี สำหรับอาชีพหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยคือกลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ขณะที่อาชีพหลักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศคือกลุ่มพนักงานและลูกจ้าง การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยวันละ 2,497.74 บาทต่อคน โดยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย วัตถุประสงค์การใช้จ่ายหลักของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเพื่อซื้อสินค้าของที่ระลึก รองลงมาคือค่าที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม นักท่องเที่ยวมีอัตราวันพักเฉลี่ย 2.22 วันต่อคน จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเฉลี่ยปีละ 30,209.67 ล้านบาท ส่วนใหญ่เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

การศึกษาระดับปริญญาตรีที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น และเนเธอร์แลนด์ แปรผันตามรายได้ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นั่นคือหากรายได้ของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย สหรัฐอเมริกา อังกฤษ ญี่ปุ่น และเนเธอร์แลนด์ ที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น อังกฤษ และเนเธอร์แลนด์ แปรผันตามอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทย ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือหากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไทยเพิ่มขึ้น ซึ่งหมายถึงราคาการท่องเที่ยวของประเทศไทยในสายตานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศถูกลง ก็จะทำให้เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น ขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวฝรั่งเศส รายได้และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศไม่สามารถอธิบายจำนวนนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาที่ได้ยังอธิบายได้ว่าถ้ารายได้ของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศเพิ่มขึ้นในสัดส่วนที่เท่ากัน จะทำให้มีนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นมากที่สุด รองลงไปคือชาวเนเธอร์แลนด์ อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา

Independent Study Title	Factors Affecting the Number of Tourists Travelling to Chiang Mai Province							
Author	Miss Dountip Sirikarnjanaruk							
Degree	Master of Economics							
Independent Study Advisory Committee	<table> <tr> <td>Lect.Dr. Sangkom Suwannarat</td> <td>Chairperson</td> </tr> <tr> <td>Asst.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai</td> <td>Member</td> </tr> <tr> <td>Assoc.Prof. Porntip Tianteerawit</td> <td>Member</td> </tr> </table>		Lect.Dr. Sangkom Suwannarat	Chairperson	Asst.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai	Member	Assoc.Prof. Porntip Tianteerawit	Member
Lect.Dr. Sangkom Suwannarat	Chairperson							
Asst.Prof.Dr. Sasipen Phuangsaichai	Member							
Assoc.Prof. Porntip Tianteerawit	Member							

### ABSTRACT

This study aims to examine the tourism market of Chiang Mai Province and identify the factors affecting the number of domestic and foreign tourist travelling to Chiang Mai. Tourists in this study were Thai, American, Japanese, French, British and Dutch. Consumer demand theory was used to identify the relationship between the number of tourist and income factor using Gross Domestic Product of each country as a proxy variable as well as price factor using foreign exchange rate of each country as a proxy variable. Regression analysis was utilized. Time series data were collected during 1993 to 2001.

On the supply side of tourism in Chiang Mai, there were eight major tourism areas. More than 90 percents of tourists had ever visited an attractive area in the city. In addition Chiang Mai had enough accommodation, tourism service company, registered tour guide, restaurant and souvenir shop providing for tourists. On demand side, the average number of tourists travelling to Chiang Mai was 2,719 million per year.

More than 60 percents were Thai. They were male more than female with 25 to 34 years old. Thai tourists mainly were government employees and state enterprises. Foreign tourists mainly were company employees. The average tourist expenditure was 2,497.74 baht per day principally for buying souvenir, accommodation and food. The average staying in Chiang Mai was 2.22 days per person. Chiang Mai earned 30,209.67 million baht per year from tourism revenue mainly from foreign tourists.

The study of factors affecting the number of tourist travelling to Chiang Mai showed that income was statistically significance for Thai, American, British, Japanese, and Dutch tourists. This implied that an increase in income of tourists would cause an increase the number of tourist travelling to Chiang Mai. Moreover, foreign exchange rate was statistically significant for American, Japanese, British and Dutch tourists. This implied that a decrease in the price of travelling to Chiang Mai would cause an increase in the number of foreign tourist travelling to Chiang Mai. For French tourist, income and exchange rate are statistically insignificant.

In addition, the implication from this study showed that an increase in income of foreign tourists in each country with the same proportion caused an increase the number of Japanese tourist most followed by Dutch tourist, British tourist, and American tourist, respectively.