

บทที่ 1

บทนำ

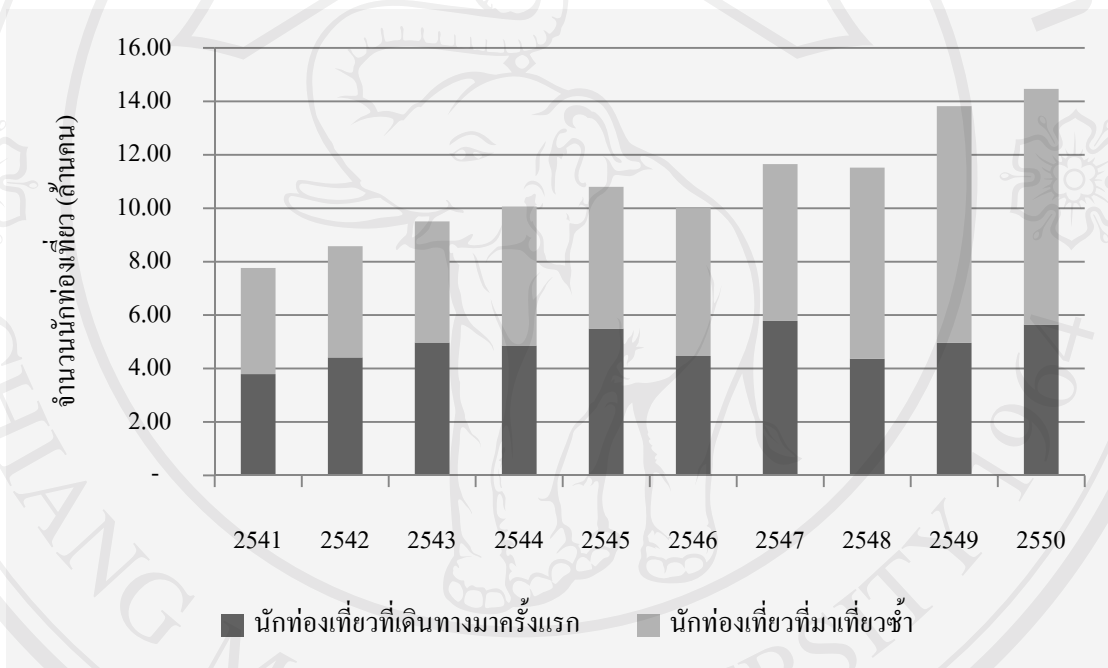
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยว นับเป็นภาคอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย จากข้อมูลของ World Travel & Tourism Council (WTTC) คาดการณ์ว่า ในปี พ.ศ. 2553 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสร้างมูลค่าเพิ่มต่อระบบเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ 6.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ หรือคิดเป็นมูลค่า 581 พันล้านบาท (17 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ) และทำให้เกิดการจ้างงานร้อยละ 4.9 ของการจ้างงานทั้งหมด และหากพิจารณา รวมถึงกิจกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวด้วยแล้ว พบว่าก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มในระบบเศรษฐกิจคิดเป็นร้อยละ 13.9 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ สูงเป็นอันดับ 2 ของประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และเป็นอันดับที่ 44 ของโลก และก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 4 ล้านตำแหน่ง คิดเป็นร้อยละ 10.4 ของการจ้างงานทั้งหมด (WTTC, 2010)

ในด้านภาพรวมของการท่องเที่ยวไทย จากข้อมูลขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization; UNWTO) ได้ประมาณการณ์ว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยในปี พ.ศ. 2553 จำนวน 15.8 ล้านคน สูงเป็นอันดับที่ 16 ของโลก ในภูมิภาคเอเชียด้วยกันเป็นรองเพียงจีน มาเลเซีย และฮ่องกงที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 3, 9 และ 13 ตามลำดับ โดยเป็นการปรับอันดับสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2552 ซึ่งประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเป็นอันดับที่ 17 ของโลก ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว 14.1 ล้านคน ในด้านรายได้จากการท่องเที่ยว UNWTO ได้ประมาณการณ์รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี พ.ศ. 2553 ว่ามีจำนวน 19.8 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เป็นประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นอันดับที่ 11 ของโลก เป็นการปรับอันดับเพิ่มขึ้นจากอันดับที่ 14 ในปี พ.ศ. 2552 ซึ่งมีรายได้จากการท่องเที่ยว 15.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ในภูมิภาคเดียวกันเป็นรองเพียงจีน และฮ่องกง ซึ่งมีรายได้สูงเป็นอันดับ 4 และ 9 ของโลกในปี พ.ศ. 2553 ตามลำดับ (UNWTO, 2011)

เมื่อพิจารณาเกี่ยวกับการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวโดยรวม และจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ จากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) พบว่า

การท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทย ถึง 5.48 แสนล้านบาท ในปี พ.ศ. 2550¹ มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 7.76 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2541 เป็น 15.84 ล้านคนในปี พ.ศ. 2553 โดยเฉลี่ยแล้วกว่าร้อยละ 50 เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาเที่ยวซ้ำ พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541-2550 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงปี พ.ศ. 2547-2550 มีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำเพิ่มขึ้นจากประมาณร้อยละ 50 เป็นร้อยละ 60 ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมด ดังแสดงในรูป 1.1



ที่มา: สถิตินักท่องเที่ยวของ ททท. ปี พ.ศ. 2542-2551

รูป 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทยครั้งแรก และกลับมาเที่ยวซ้ำ
ในระหว่างปี พ.ศ. 2541-2550

¹ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา ได้มีการเปลี่ยนแปลงหน่วยงานรับผิดชอบการจัดทำข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวจาก ททท. เป็นสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว (ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นกรมการท่องเที่ยว) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งไม่ได้มีการจัดทำข้อมูลสถิติเกี่ยวกับรายได้จากการท่องเที่ยวในลักษณะเดียวกับที่ ททท. เคยทำได้ (มีข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวรายจังหวัดในปี พ.ศ. 2551 ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการประมาณการโดยคำนวณจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภค) รวมทั้งไม่ได้มีการเก็บข้อมูลสถิติการกลับมาเที่ยวซ้ำไว้ จึงไม่มีข้อมูลในส่วนนี้

จากสัดส่วนที่ค่อนข้างมาก และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องของกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำข้างต้น ททท. ในฐานะที่เป็นหน่วยงานที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวของประเทศ ได้กำหนดให้ “กลยุทธ์ปกป้องฐานตลาดนักท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนทั่วไป (Leisure)” เป็นกลยุทธ์หนึ่งในการส่งเสริมการตลาดต่างประเทศ โดยกลยุทธ์ดังกล่าวมุ่งเน้นการรักษาฐานตลาดลูกค้าเก่า (กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ) ควบคู่กับการขยายฐานตลาดใหม่ (กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก) โดยมุ่งสร้างความภักดี และบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า รวมทั้งกระตุ้นตลาด โดยเน้นด้านความคุ้มค่าเงิน (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2552)

งานศึกษาด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการสนับสนุนการพัฒนานโยบาย และกลยุทธ์การลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้การจัดการด้านอุปทานสามารถตอบสนองต่ออุปสงค์ได้อย่างเหมาะสม เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากสินค้าอื่นๆ คือ เป็นสินค้าที่ไม่สามารถเก็บรักษาได้ (Perishable) ประกอบด้วยสินค้าต่างๆ ที่หลากหลาย (Not a homogeneous good or not a single industry) ต้องใช้เวลามากในการวางแผนผสมผสานสินค้าต่างๆ ขึ้นมาเป็นสินค้าท่องเที่ยว การผลิตและการบริโภคเกิดขึ้นพร้อมๆ กัน ความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากการบริโภคสินค้าท่องเที่ยวได้รับอิทธิพลจากผู้ผลิตที่แตกต่างกันในอุตสาหกรรม นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังมีความอ่อนไหวต่อเหตุการณ์ และความไม่แน่นอนต่างๆ ที่เข้ามากระทบ อาทิ การเมือง สงคราม หรือ โรคระบาด อีกด้วย ดังนั้น การเข้าใจถึงอุปสงค์การท่องเที่ยว และการพยากรณ์ที่แม่นยำจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากสำหรับอุตสาหกรรมนี้ (อัครพงศ์ อันทอง, 2554)

การศึกษาเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำถือเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาด้านอุปสงค์ที่มีความสำคัญต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อรักษากลุ่มลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติให้เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีก อย่างไรก็ตาม จากงานศึกษาที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาผลของความพึงพอใจจากบริโภคสินค้าและบริการท่องเที่ยว หรือปัจจัยแวดล้อมอื่นๆ อาทิ ส่วนประสมทางการตลาด เป็นต้น ต่อการตัดสินใจเดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ, 2553; เจษฎา สุทธิอุดม, 2552; Tak-Kee Hui, David Wan, and Hsuan-Yi Cheng, 2010, Bigné, Sánchez, and Andreu, 2009) ซึ่งก็คือเป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่ช่วยในการปรับปรุงคุณภาพของสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นได้ แต่งานศึกษาเกี่ยวกับลักษณะของนักท่องเที่ยว (โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มีโอกาสกลับมาเที่ยวซ้ำ) (ปณิศา มีจินดา, ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และณัฏฐ์ กุณิศร์, 2551; Oppermann, 2000 และ Gitelson and Crompton, 1984 อ้างใน ปณิศา มีจินดา, ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และณัฏฐ์ กุณิศร์)

ก็เป็นข้อมูลส่วนหนึ่งที่จะช่วยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถออกแบบสินค้าทางการท่องเที่ยว รวมทั้งกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดให้เหมาะสมกับความสนใจ และตอบสนองความต้องการของ ลูกค้าแต่ละกลุ่ม เพื่อให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้รับรรถประโยชน์สูงสุดจากการเดินทางมาเที่ยว ประเทศไทย ซึ่งจะมีผลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำในอนาคตเช่นกัน

งานศึกษาเรื่องนี้ใช้ฐานข้อมูลของโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนใน ลุ่มแม่น้ำโขง ปีที่ 4 ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) (มิ่งสรรพ ขาวสอาด และคณะ, 2553) ซึ่งเป็นข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 จำนวน 4,268 คน ตามแบบสอบถามซึ่งมี คำถามเกี่ยวกับการกลับมาเที่ยวซ้ำด้วย การศึกษานี้จึงเป็นการศึกษาต่อยอดจากโครงการดังกล่าว ใน ประเด็นเกี่ยวกับความแตกต่างของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวประเทศไทยครั้งแรก และนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางกลับมาเที่ยวซ้ำ รวมทั้งอิทธิพลของปัจจัยด้านลักษณะ ของนักท่องเที่ยว และความพึงพอใจที่ส่งผลต่อความน่าจะเป็นที่จะตัดสินใจกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำอีกในอนาคต ซึ่งเป็นประเด็นที่ยังไม่ได้มีการศึกษาไว้ในโครงการดังกล่าว

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

- (1) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวประเทศไทยระหว่างกลุ่มที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก และกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ
- (2) เพื่อเปรียบเทียบลักษณะ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ ระหว่างกลุ่มที่เดินทางมาเที่ยวประเทศไทย 1 ครั้ง และกลุ่มที่เดินทางมา มากกว่า 1 ครั้ง ในรอบ 1 ปี
- (3) เพื่อศึกษาปัจจัยเกี่ยวกับลักษณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และระดับของความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่หน่วยงานราชการที่รับผิดชอบด้านการท่องเที่ยว อาทิ ททท. โดยเป็น ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มลูกค้าเพื่อนำไปใช้ประกอบการส่งเสริมการตลาดที่มุ่งเน้นการเสนอสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่เหมาะสม และตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มที่มีลักษณะที่มีแนวโน้มจะ เดินทางกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ แทนการส่งเสริมการตลาดแบบเดิมที่เป็นการส่งเสริมการตลาด

ในภาพรวม หรือเป็นข้อมูลประกอบการวางแผนประกอบการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้แก่กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เป็นต้น

1.4 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาลักษณะ และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ รวมทั้งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวประเทศไทยซ้ำ ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 ซึ่งเดินทางเข้ามาในประเทศไทยโดยผ่านท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ และท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่

อนึ่ง การวิเคราะห์โดยใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่จะช่วยให้ผลการศึกษามีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น แต่เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา และงบประมาณในการศึกษา ผู้ศึกษาจึงใช้ฐานข้อมูลของโครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำโขง ปีที่ 4 ซึ่งสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่สามารถนำมาใช้ในการศึกษานี้ได้ ไปถึง 4,268 ตัวอย่าง แทนการสัมภาษณ์ข้อมูลใหม่ แต่การใช้ข้อมูลดังกล่าวก็มีข้อจำกัดเกี่ยวกับความทันสมัยของข้อมูล เนื่องจากแบบสอบถามดังกล่าวเป็นข้อมูลการสัมภาษณ์ในช่วงปี พ.ศ. 2551-2552 ที่ผ่านมา ซึ่ง ณ ปีที่ทำการศึกษานี้เป็นข้อมูลที่เก็บมาแล้วถึง 2 ปี พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หรือบริบทด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ จึงอาจเปลี่ยนแปลงไปบ้าง

1.5 นิยามศัพท์

(1) **การท่องเที่ยว (Tourism)** หมายถึง การเดินทางไปเยือนสถานที่ต่างถิ่น ซึ่งมีใช่เป็นที่พำนักอาศัยประจำของบุคคลนั้น และเป็นการเยือนชั่วคราว โดยมีใช่เพื่อเป็นการประกอบอาชีพหารายได้ โดยองค์การสหประชาชาติได้ให้นิยามของการท่องเที่ยวไว้ในการประชุมว่าด้วยการเดินทางและท่องเที่ยว ณ กรุงโรม เมื่อปี พ.ศ. 2506 ไว้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมที่มีเงื่อนไขที่เกี่ยวข้องอยู่ 3 ประการ ได้แก่ 1) ต้องเดินทางจากที่อยู่ปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว 2) ต้องมีสถานที่ปลายทางที่ประสงค์จะไปเยี่ยมเยือนด้วยความสมัครใจ และ 3) ต้องมีจุดมุ่งหมายของการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่ง แต่ต้องมีใช่เพื่อการประกอบอาชีพ และไปอยู่ประจำ (กรมการท่องเที่ยว, 2552)

(2) **นักท่องเที่ยว (Tourists)** หมายถึง ผู้ที่เดินทางไปอยู่ในสถานที่อันมิใช่ที่พำนักถาวรของตน ซึ่งเป็นการไปอยู่ชั่วคราวตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป มีการค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 90 วัน เป็นการเดินทางโดยสมัครใจ ด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่มิใช่เป็นการไปประกอบอาชีพ หรือหา

รายได้ ทั้งนี้ผู้โดยสารมาทางเรือสำราญทางทะเลแล้วไม่พักค้างคืนบนฝั่งไม่นับเป็นนักท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว, 2552) แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

- นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (international tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทย (กรมการท่องเที่ยว, 2552) และพำนักอยู่ครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 24 ชั่วโมง (1 คืน) และไม่มากกว่า 60 วัน (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2546)
- นักท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic tourist) หมายถึง นักท่องเที่ยวที่มีถิ่นที่อยู่หรือที่พำนักถาวรในประเทศไทยในจังหวัดใดจังหวัดหนึ่ง อาจจะเป็นคนไทยหรือคนต่างชาติที่พำนักอาศัยถาวรในประเทศไทยก็ได้ และมีการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอื่นอันมิใช่จังหวัดที่มีถิ่นที่อยู่ หรือที่พำนักอันถาวรนั้น (กรมการท่องเที่ยว, 2552) โดยมีระยะเวลาที่พำนักอยู่ในจังหวัดอื่นไม่เกิน 60 วัน (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2546)