

## บทที่ 2

### กรอบแนวคิดทางทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand) คือ ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางโดยนักท่องเที่ยวต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่กำหนด ณ เวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2550: 19) ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้กับท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Crouch, 1994) ได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนต่างๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และสื่อมวลชน

##### 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

ตามหลักจิตวิทยาสังคมความพึงพอใจจัดเป็นทัศนคติที่ต้องผ่านกระบวนการรับรู้และตีความของบุคคล นับแต่ปี ค.ศ. 1935 มีหลักการเบื้องต้นเกี่ยวกับการพัฒนาทัศนคติที่ว่า “ทัศนคติเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์” หลักการดังกล่าวได้รับการยอมรับจากนักวิชาการคนอื่นๆ อย่างกว้างขวาง และปัจจุบันนักจิตวิทยาต่างก็ยืนยันว่า ประสบการณ์ทั้งห้าของมนุษย์ไม่ได้ถูกกระตุ้นจากสภาวะแวดล้อมภายนอกโดยลำพัง แต่ภูมิหลังและประสบการณ์ของมนุษย์เองก็มีบทบาทสำคัญต่อการ

กระตุ้นให้เกิดการรับรู้ และสร้างทัศนคติเกี่ยวกับโลกภายนอกด้วย กล่าวอีกนัยหนึ่ง กระบวนการรับรู้ ทัศนคติบุคคล ร่วมทั้งการพัฒนาทัศนคติของบุคคลย่อมแตกต่างกันไปตามภูมิหลัง และประสบการณ์ของแต่ละบุคคลเป็นสำคัญ ด้วยเหตุนี้บุคคลสองคนอยู่ในสภาพแวดล้อมเดียวกันและภายใต้สถานการณ์เหมือนกันจึงมักเกิดความเข้าใจและเกิดทัศนคติแตกต่างกัน ถ้าบุคคลทั้งสองมีประสบการณ์และภูมิหลัง สัมผัสแตกต่างกันตั้งแต่ต้น กล่าวได้ว่าการพัฒนาของทัศนคติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปของความพอใจหรือไม่พอใจต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ย่อมต้องอาศัยภูมิหลังและประสบการณ์เป็นพื้นฐานในการประเมินสิ่งที่รับรู้

**ความพึงพอใจ (satisfaction)** เป็นทัศนคติที่เป็นนามธรรม ไม่สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ การที่เราจะทราบว่าบุคคลหนึ่งมีความพึงพอใจหรือไม่ สามารถสังเกตด้วยการแสดงออกที่ค่อนข้างสลับซับซ้อน จึงเป็นการยากที่วัดความพึงพอใจโดยตรง แต่สามารถวัดได้โดยทางอ้อมโดยการวัดความคิดเห็นของบุคคลเหล่านั้น และการแสดงความคิดเห็นนั้นจะต้องตรงกับความรู้สึกที่แท้จริง จึงสามารถวัดความพึงพอใจนั้นได้ Womans (1973) (อ้างโดย ภนิกา ชัยปัญญา 2541:11) กล่าวถึงความพอใจว่าเป็นความรู้สึกที่ได้รับความสำเร็จตามความมุ่งหวัง และความต้องการ Vroom (อ้างถึงใน ไพลิติน เป็งอ้าย 2548:22) ได้กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวังเรียกว่า VIE Theory ซึ่งมีองค์ประกอบสำคัญได้แก่ V มาจากคำว่า Valance หมายถึงความพึงพอใจ I มาจากคำว่า Instrumentality หมายถึงเครื่องมือที่นำไปสู่ความพึงพอใจ E มาจากคำว่า Expectancy หมายถึงความคาดหวังภายในตัวของบุคคลนั้นๆ เมื่อได้รับการตอบสนองแล้ว บุคคลนั้นๆ จะได้รับความพึงพอใจ โดยที่ความพึงพอใจนั้น เป็นผลมาจากการที่บุคคลนั้นๆ เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรม หรือ เข้าไปรับรู้แล้วเกิดความพอใจ

### 2.1.3 แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

การศึกษาหรือพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการกำหนดกำลังการผลิต ของอุตสาหกรรมหรือ นโยบายการพัฒนาอุปทานที่สอดคล้องกับความต้องการของอุปสงค์ขณะที่ การศึกษา ขนาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสามารถลดความไม่แน่นอนของอุปสงค์ของการท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้สามารถประยุกต์ใช้การศึกษาอุปสงค์ประเมินผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมได้อีกด้วยที่ผ่านมานิยมศึกษาหรือวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณ ที่เป็นการศึกษารูปแบบพฤติกรรมของอุปสงค์ที่อธิบายด้วยปัจจัยต่างๆ ทางทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดรวมทั้งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์กับปัจจัยกำหนดต่างๆ โดยสามารถแสดงแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวโดยทั่วไปได้ดังนี้

$$D = f(X_1, \dots, X_n, \epsilon) \quad (2.1)$$

โดยที่  $D$  คือ อุปสงค์ของการท่องเที่ยวเช่นจำนวนนักท่องเที่ยวรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นต้น

$X_1, \dots, X_n$  คือ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เช่นราคารายได้ เป็นต้น

$\epsilon$  คือ ตัวแปรพินสุ่ม

โดยทั่วไปแบ่งการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภทคือ

1) การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่แท้จริง (actual tourism demand): เป็นการศึกษาโดยใช้ข้อมูลอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริงเช่นจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นต้น ข้อมูลที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาและนิยมพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการพยากรณ์หรือเพื่อศึกษาในประเด็นต่างๆที่สำคัญเช่นความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาหรือต่อรายได้ การประเมินผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤตเป็นต้น

2) การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (potential tourism demand): เป็นการศึกษาอุปสงค์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคตเช่น การศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวการศึกษาโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวเป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มที่ได้วางแผนการท่องเที่ยวไว้แล้วแต่ยังไม่ได้ท่องเที่ยวตามแผนที่วางไว้ การศึกษาตามแนวทางนี้สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้อย่างสมเหตุสมผลภายใต้ตัวแปรทางสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวรวมทั้งตัวแปรคุณภาพและสภาพแวดล้อมต่างของแหล่งท่องเที่ยว

สำหรับการวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

2.1) การวิเคราะห์ในระดับบุคคล (individual): เป็นการศึกษาหรือวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระดับตัวบุคคลเช่นการวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวการวิเคราะห์จำนวนเงินหรือจำนวนวัน ที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยวเป็นต้น การวิเคราะห์ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ นักท่องเที่ยวที่เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (crosssection data)

2.2) การวิเคราะห์ในภาพรวม (aggregate): เป็นการศึกษาหรือวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวในภาพรวมทั้งในระดับประเทศหรือภูมิภาคเช่นการวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวไทยเป็นต้นการวิเคราะห์ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาและนิยมพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวม (aggregate demand models) สำหรับใช้พยากรณ์และ/หรือเพื่อทราบค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อราคาและรายได้ในระดับประเทศส่วนรูปแบบของอุปสงค์ของการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบคือ 1) รูปแบบที่มีหน่วยเป็นจำนวน (Volume) คืออุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีหน่วยวัดเป็นจำนวนเช่นจำนวนนักท่องเที่ยวจำนวนวันพักจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว

ในแต่ละปีเป็นต้น 2) รูปแบบที่มีหน่วยเป็นเงิน(monetary) คืออุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีหน่วยวัดเป็นหน่วย ของเงินตราเช่นรายได้จากการท่องเที่ยวค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นต้น

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าการศึกษารูปแบบอุปสงค์ของการท่องเที่ยวจะต้องพยายามตอบคำถามเบื้องต้นว่าจะศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวประเภทใด ในลักษณะใดและรูปแบบใดเนื่องจากสิ่งต่างๆ เหล่านี้มีความสำคัญต่อการเลือกแบบจำลองและวิธีที่ใช้ศึกษาแบบจำลองที่นิยมใช้วิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 แบบจำลองคือแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (tourist expenditure models) แบบจำลองการเลือกแหล่งท่องเที่ยว (destination choice models) และแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวม (aggregate demand models)

1) แบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (tourist expenditure models) การศึกษาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (tourist expenditure) มีการศึกษาหลายรูปแบบ สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มดังนี้

1.1) การศึกษาประเภทและองค์ประกอบของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว:เป็นการศึกษาเพื่อทราบประเภทและรายละเอียดของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวว่ามีค่าใช้จ่ายในหมวดหมู่ใดมากน้อยแตกต่างกันอย่างไร โดยทั่วไปจะแบ่งหมวดหมู่ของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวออกเป็นค่าที่พักค่าอาหารและเครื่องดื่มค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงค่าบริการนำเที่ยวค่าพาหนะในการเดินทางและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

1.2) การศึกษาปัจจัยที่กำหนดหรือมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว:เป็นการศึกษาเพื่อค้นหา ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยนิยมพัฒนาแบบจำลองหรือฟังก์ชันการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว(tourist expenditure function) บนทฤษฎีอุปสงค์ทางอ้อม (indirect demand) ที่ว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับรายได้และปัจจัยกำหนดอื่น ๆ เช่น ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยวเป็นต้นตัวอย่างการศึกษาในกลุ่มนี้เช่นการศึกษาการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยโดยใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนเป็นต้น

1.3) การศึกษาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายใต้คุณลักษณะที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว: เป็นการศึกษาเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆเช่น เปรียบเทียบระหว่างเพศอาชีพระดับรายได้ภูมิภาคประเทศเป็นต้นรวมทั้งการค้นหานักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงสุดโดยประยุกต์ใช้เครื่องมือทางสถิติเช่น multiple classification analysis (MCA)เป็นต้นตัวอย่างการศึกษาลักษณะนี้เช่นการศึกษา ของ อัครพงศ์ อันทอง ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์และมิ่งสรรพ ขาวสอาด (2549)ใช้ MCA วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวไทยจำนวน 1,661 คนในปีพ.ศ. 2548 พบว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 4,294 บาท

โดยนักท่องเที่ยวยุโรปต่างชาตินักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูงสุดเป็นนักท่องเที่ยวที่มีระดับรายได้สูงกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐ/ปีเป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 35-44 ปีหรือมากกว่า60 ปี

มีอาชีพ White-collar worker และเป็นนักท่องเที่ยว จากอาเซียนหรือตะวันออกกลางหรือเอเชียใต้ เป็นต้น

1.4) การศึกษาการจัดสรรค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือน: เป็นการศึกษาเพื่ออธิบายการจัดสรรค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือนรวมทั้งการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดสรรค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือนการศึกษาตามแนวทางนี้นิยมใช้แบบจำลอง almost idea demand system (AIDS) ของ Deaton and Muellbauer (1980) เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่สามารถสะท้อนอุปสงค์ทางอ้อม (indirect demand) ของครัวเรือนที่มีต่อการท่องเที่ยวและทำให้ทราบค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายที่แสดงถึงประเภทของสินค้ารวมทั้งความยืดหยุ่นของราคาโดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือนส่วนใหญ่พิจารณาจากรายได้ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของครัวเรือน

2) แบบจำลองการเลือกแหล่งท่องเที่ยว แบบจำลองประเภทนี้เหมาะสำหรับการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในระดับบุคคลที่เป็นการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพการศึกษาตามแนวทางนี้จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากกว่าการวิเคราะห์ในภาพรวมที่เป็นการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่แท้จริงเนื่องจากการวิเคราะห์ตามแนวทางนี้จะให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ 1)การตัดสินใจท่องเที่ยว 2)การกำหนดงบประมาณ 3)การกำหนดระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยว 4)การกำหนดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวและ 5)การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว (Eugenio-Martin, 2003)

3) แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวม แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวมเป็นแบบจำลองที่นิยมใช้ศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวทั้งในระดับจังหวัดประเทศและภูมิภาคส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาแบบจำลองเพื่อใช้ในการพยากรณ์ ทั้งที่เป็นการพัฒนาเพื่อให้ได้แบบจำลองที่เหมาะสมหรือสอดคล้องกับข้อมูลที่ใช่ (model fit) การพัฒนาเพื่อทราบผลการพยากรณ์ในอนาคต (Ex ante forecast) และการพัฒนาเพื่อทดสอบความแม่นยำ (accuracy) ของการพยากรณ์ (ex-post forecast) (มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาดและคณะ, 2556)

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ฉันทิช วรรณธนม (2544) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีวัตถุประสงค์ 2 ประการดังนี้ เพื่อ ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศและศึกษาถึงแนวโน้มของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศครั้งต่อไป กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 ราย การศึกษาจะใช้การรวบรวม

ข้อมูลจากแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน เป็นเหตุผลหลักและคิดว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศในลำดับมากคือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะเวลา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตในชีวิตและทรัพย์สินและความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวภายในประเทศ ในส่วนปัจจัยสอดแทรกที่สำคัญที่มีอิทธิพลในลำดับมากต่อการเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย ให้หันมาเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการขอความร่วมมือปลูกจิตสำนึกให้ไทยเที่ยวไทยจากภาครัฐบาลและเอกชน แนวโน้มของนักท่องเที่ยวไทยที่จะเดินทางท่องเที่ยวในประเทศครั้งต่อไป พบว่าส่วนใหญ่ร้อยละ 97 ให้ความเห็นว่ายังคงเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอีกครั้ง เนื่องจากเห็นว่าประเทศไทยมีความหลากหลายของสถานที่ท่องเที่ยวเป็นประการสำคัญ

**ภุมรินทร์ สร้อยสุวรรณ (2544)** ทำการศึกษาผลของอัตราแลกเปลี่ยนที่มีต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยโดยวิธีโคอินทิเกรชัน ซึ่งศึกษาผลกระทบต่อดูอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยอันเนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนและศึกษาความสัมพันธ์ในระยะยาวระหว่างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยกับการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยน โดยทำการศึกษานักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และออสเตรเลีย ใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปีตั้งแต่ปีพ.ศ. 2522-2542 โดยศึกษาในด้านอุปสงค์และอุปทาน มีสมมติฐาน คือ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาวมีผลกระทบในทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศไทยผลจากการศึกษาโดยการทดสอบความนิ่ง (stationary) ของข้อมูลด้วยวิธี Unit Root Test พบว่าข้อมูลแต่ละประเทศมีลักษณะนิ่งที่ระดับ first difference เมื่อนำมาทดสอบหาความสัมพันธ์ (cointegration) ระหว่างตัวแปร พบว่าตัวแปรในแต่ละสมการมีความสัมพันธ์กันในระยะยาวยกเว้นสมการอุปทานของประเทศมาเลเซีย ซึ่งผลจากการศึกษาตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ คือการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาวมีผลกระทบในทางเดียวกันกับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

นั้ตรสุตา อู้เ้อง (2546) ได้ศีกษาเรื่งการวิเคราะห์ปัจจยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัด เชียงใหม่วิธีการศีกษาได้จากการออกแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเที่ยวชม โบราณสถานเวียงกุมกามจำนวน 300 ชุดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดนักขัตฤกษ์ของเดือน เมษายน 2546 การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์แบบพรรณนาผลการศีกษาสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มาเที่ยวในโบราณสถานเวียงกุมกามจำนวน 300 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมีอายุระหว่าง 21-30 ปี ระดับการศีกษาจะอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็นพนักงานของเอกชน และระดับรายได้ ส่วนใหญ่จะอยู่ที่ 10,001-30,000 บาทต่อเดือน ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว นั้น ส่วน ใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกันครอบครัวโดยเดินทางมาเป็นครั้งแรกมากที่สุด แหล่งข้อมูลข่าวสารที่ ได้รับเกี่ยวกับ โบราณสถานเวียงกุมกามนั้นจะได้จากคำบอกเล่าของเพื่อนและญาติ สาเหตุที่มาท่องเที่ยว เนื่องจากต้องการทราบถึงประวัติท้องถิ่น และกลุ่มตัวอย่างเห็นว่าฤดูกาลมีผลกระทบต่อท่องเที่ยว เช่น ใน ฤดูฝนจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวไม่สะดวก ในส่วนของค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาเที่ยวชม โบราณสถานเวียงกุมกามแต่ละครั้งจะน้อยกว่า 500 บาท ปัจจยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ ดังนี้คือ ปัจจยด้านราคาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกามได้แก่ ราคาค่าใช้จ่ายบริการรถม้า 150 บาทต่อคนต่อ1/2ชั่วโมง ราคาค่าใช้จ่ายบริการมัคคุเทศก์ 200 ต่อครั้ง และค่านั่งช้างเที่ยวชม 200 บาทต่อ คนต่อครั้งแต่มีผลน้อย ส่วนปัจจยด้านการคมนาคมนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าไม่มีผลมากต่อการ ท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม และปัจจยด้านสถานที่พักผ่อน นักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่าความ เพียงพอของสถานที่พักผ่อน ความใกล้ของสถานที่พักผ่อนกับโบราณสถาน การมีบริการน้ำดื่มฟรีใน สถานที่พักผ่อน ความสะอาดของห้องน้ำในสถานที่พักผ่อน บรรยากาศของสถานที่พักผ่อน การ ออกแบบของสถานที่พักผ่อนและการเก็บเงินค่าบริการห้องน้ำสาธารณะในสถานที่พักผ่อนมีผลมากต่อ การท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม สำหรับปัจจยด้านร้านอาหาร นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า ความ สะอาดของร้านอาหาร รสชาติของอาหารที่มีจำหน่ายใน โบราณสถานเวียงกุมกามนั้นมีผลมากต่อการ ท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม ส่วนปัจจยด้านบริการธุรกิจท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่า ความเพียงพอของบริการธุรกิจท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม ส่วนการ บริการของพนักงานขาย และการออกแบบสถานบริการให้เข้ากับ โบราณสถานเวียงกุมกามมีผลน้อยต่อ การท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม และปัจจยด้านสิ่งดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่าสถานที่ ท่องเที่ยวหรือตัวโบราณสถานเวียงกุมกาม สภาพแวดล้อมหรือชุมชนรอบข้าง นั้นมีผลมากต่อการ ท่องเที่ยวโบราณสถานแห่งนี้ ปัจจยด้านความสามารถในการพัฒนาให้เป็นแหล่งรายได้นั้น นักท่องเที่ยว ชาวไทย เห็นว่านโยบายของชุมชน จังหวัด หน่วยงานของรัฐ หน่วยงานของเอกชน รวมถึงรัฐบาลมี ส่วนส่งเสริมและสนับสนุนให้เวียงกุมกามเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญและมีผลมากต่อการท่องเที่ยว

โบราณสถานเวียงกุมกาม สำหรับปัจจัยด้านของที่ระลึกนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่า รูปแบบและราคาของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนั้นมีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม ปัจจัยด้านความปลอดภัย นักท่องเที่ยวชาวไทยเห็นว่าความปลอดภัยของสถานที่พักผ่อนและความปลอดภัยของอาหารมีผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม ปัจจัยสุดท้ายคือปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆเช่น ศูนย์ข้อมูลนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน เห็นว่าความสะดวก รวดเร็ว ความยากง่ายในการเข้าถึงการบริการหรือ การให้บริการของเจ้าหน้าที่ที่อำนวยความสะดวกต่างๆ นั้นมีผลน้อยต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม

**ลัทธิตักดิ์ ขุนหรั่งโรจน์ (2546)** ศึกษาเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลทศวรรษปฏิวัติ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2544 ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดและวิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนผลการศึกษาพบว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเยอรมันถูกกำหนดจากปัจจัย คือ ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทย ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศมาเลเซีย รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และการจัดปีเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งการท่องเที่ยวในประเทศไทยและในประเทศมาเลเซียสามารถทดแทนกันได้และการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่สามารถทำการแข่งขันด้านราคาประเทศมาเลเซียได้กรณีนักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น อุปสงค์การท่องเที่ยวถูกกำหนดจากปัจจัย คือ ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทยและรายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวในประเทศไทยและในประเทศมาเลเซียไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกันและไม่สามารถทดแทนกันได้ นอกจากนี้อุปสงค์ปัจจัยงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวในต่างประเทศไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม

**ตารางที่ 2.1** สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชื่อ	เรื่อง	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
ฉันทวรรณถนอม (2544)	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ	รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม	นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวเพื่อต้องการพักผ่อน เป็นเหตุผลหลักและคิดว่าประเทศไทยมีจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย โดยมีโทรทัศน์เป็นสื่อที่มีความสำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ นอกจากนี้ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศคือ งบประมาณ ค่าครองชีพ ระยะเวลา การเตรียมความพร้อม ระยะเวลา สิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ความปลอดภัยในชีวิตในชีวิตและทรัพย์สินและความพร้อมในการรองรับด้านโครงสร้างพื้นฐาน



ตารางที่ 2.1 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อ	เรื่อง	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
ภูมิรินทร์ สร้อย สุวรรณ (2544)	อัตราแลกเปลี่ยนและ การท่องเที่ยวของ นักท่องเที่ยวต่างชาติใน ประเทศไทยโดย	ใช้ข้อมูลอนุกรม เวลารายปีตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522-2542	ผลจากการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงของอัตรา แลกเปลี่ยนในระยะยาวมีผลกระทบในทางเดียวกันกับ การเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
นัตรสุดา ฐี เนื่อง (2546)	การวิเคราะห์ปัจจัยที่มี ผลต่อการท่องเที่ยว โบราณสถานเวียงกุม กาม	รวบรวมข้อมูล จาก แบบสอบถาม	ปัจจัยที่มีผลต่อการท่องเที่ยวสามารถสรุปได้ดังนี้คือ ปัจจัยด้านราคาที่มีผลต่อการท่องเที่ยวโบราณสถาน เวียงกุมกามได้แก่ ราคาค่าใช้บริการรถม้า ส่วนปัจจัย ด้านกรมนาคมนั้น นักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่าไม่มี ผลมากต่อการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม และ ปัจจัยด้านสถานที่พักผ่อน นักท่องเที่ยวชาวไทย เห็น ว่าความเพียงพอของสถานที่พักผ่อน ความใกล้ชิดของ สถานที่พักผ่อนกับโบราณสถาน สำหรับปัจจัยด้าน ร้านอาหาร นักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่า ความสะอาด ของร้านอาหาร รสชาติของอาหารที่มีจำหน่ายใน โบราณสถานเวียงกุมกามนั้นมีผลมากต่อการท่องเที่ยว โบราณสถานเวียงกุมกาม ส่วนปัจจัยด้านบริการธุรกิจ ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทย เห็นว่า ความเพียงพอ ของบริการธุรกิจท่องเที่ยว ไม่มีผลต่อการท่องเที่ยว โบราณสถานเวียงกุมกาม
สิทธิศักดิ์ ซุนหรั่ง โรจน์ (2546)	อุปสงค์การท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยว ต่างชาติในประเทศไทย	ข้อมูลทุติยภูมิราย ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2530-2544	ผลการศึกษาด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดและวิธีการ วิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อน พบว่าอุปสงค์การ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสัญชาติเยอรมันถูกกำหนด จากปัจจัย คือ ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทย ราคาการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศมาเลเซีย รายได้ต่อ หัวของนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมัน และการจัดปีเทศกาลส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

ตารางที่ 2.1 สรุปเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (ต่อ)

ชื่อ	เรื่อง	วิธีการศึกษา	ผลการศึกษา
			<p>ซึ่งการท่องเที่ยวในประเทศไทยและในประเทศมาเลเซียสามารถทดแทนกันได้และการท่องเที่ยวของประเทศไทยไม่สามารถทำการแข่งขันด้านราคากับประเทศมาเลเซียได้กรณีนักท่องเที่ยวสัญชาติญี่ปุ่น อุปสงค์การท่องเที่ยวถูกกำหนดจากปัจจัย คือ ราคการท่องเที่ยวต่อวันในประเทศไทยและรายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวในประเทศไทยและในประเทศมาเลเซียไม่มีส่วนเกี่ยวข้องกันและไม่สามารถทดแทนกันได้ นอกจากนี้อุปสงค์ปัจจัยงบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวในต่างประเทศไม่มีนัยสำคัญทางสถิติในการกำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่ม</p>

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่  
 Copyright© by Chiang Mai University  
 All rights reserved