

**ชื่อเรื่อง** การศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกา

**Title** A Comparative Study of Factors Influencing Thailand's Tourism Demands of Tourists from Japan, United Kingdom and the United States

**ชื่อผู้วิจัย** ผู้ช่วยศาสตราจารย์หญิง มินะพันธ์  
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
E-mail: hareuthai@gmail.com  
นางสาวมณฑิรา ปาลกะเซนทร์  
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย  
E-mail: aom\_mp@hotmail.com

### บทคัดย่อ

จากศักยภาพความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติและ ภาพลักษณ์ของประเทศที่โดดเด่นในเรื่องของอาหาร วัฒนธรรมประเพณี สุขภาพและการแพทย์ ตลอดจน อุตสาหกรรมและความเป็นมิตรของชาวไทย ถือเป็นแก่นสมรรถนะของประเทศไทยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจไทยอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว รัฐบาลก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญและจำเป็นของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงบรรจุการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกา โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปีตั้งแต่ พ.ศ. 2530 – พ.ศ.2551 รวม 22 ปี และวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด Ordinary Least Square (OLS) ในรูปสมการถดถอย พบว่า ปัจจัยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน (AE) ไม่มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา ส่วนงบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยว (BUDG) ไม่มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรและเมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 ประเทศแล้วพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีความอ่อนไหวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวประชากร (GDP per capita) อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ (ER) และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน (AE) มากที่สุด ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความอ่อนไหวต่องบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยว (BUDG) และจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา ( $Q_{t-1}$ ) มากที่สุดและนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกามีความอ่อนไหวต่อวิกฤตทางการเมืองมากที่สุด

**คำสำคัญ** : อุปสงค์ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว

**Abstract**

Thailand is known to have favorable natural and cultural resources for tourism. Among them are beautiful landscapes, unique heritages, exotic foods, and culture. The country is also known for its herbal medicine and healthcare, which have long been practiced in the country for centuries. Thai people are naturally friendly and hospitable to foreigners. All these factors make Thailand competitive in the world's tourism industry. Tourism has always been an important industry in the Thai economy, generating a huge amount of foreign exchange earnings and providing a major source of employment. It's indeed a main source for economic growth for the country.

This paper is to present a comparative study of Thailand's tourism demands of Japan, United Kingdom, and the United States. These three countries are Thailand's main tourism markets, which account from more than half of the total number of tourist arrivals each year. The study employs the OLS method to estimate the tourism demand for each market by using the available annual data from 1987 to 2008. The demand estimation is based on a log-linear multiple regression model one with explanatory variables of GDP per capita, real exchange rate, tourists' average spending per day, tourism promotion budget. The study also includes a dummy variable to indicate a time period of political crisis during the period of the study. The regression result finds that there is no statistical significance for tourists' average spending for the U.S. and Japan tourism demands. It's also found that the tourism promotion budget is not statistically significant in the U.K. tourism demand. However, the U.K. tourists are found to be most responsive to GDP per capita, average daily spending, and real exchange rate, as compared with those from Japan and the U.S. Japanese tourists are found to be most responsive to tourist promotion budget and the lagged number of tourists. The American tourists are found most responsive to political crisis.

**Keywords :** Demand , Tourism Industry

## บทนำ

จากศักยภาพความพร้อมด้านทรัพยากรธรรมชาติและภาพลักษณ์ของประเทศที่โดดเด่นในเรื่องของอาหาร วัฒนธรรมประเพณี สุขภาพและการแพทย์ ตลอดจน อุตสาหกรรมและความเป็นมิตรของชาวไทย ถือเป็นแก่นสมรรถนะ (core competency) ของประเทศไทยในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตของระบบเศรษฐกิจไทยอย่างมาก เพราะเป็นแหล่งที่มาของรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งก่อให้เกิดผลกระทบเชื่อมโยงในรูปของการสร้างงาน การจ้างงาน สร้างรายได้แก่คนในท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่เป้าหมายของการท่องเที่ยวและรัฐบาลก็ได้ตระหนักถึงความสำคัญและจำเป็นของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงบรรจุการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 – 2550 แนวโน้มของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถนำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก

**ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศของประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2540-2550**

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยว(คน)	รายได้จากนักท่องเที่ยว(ล้านบาท)
2540	7,221,345	220,754
2541	7,764,930	242,177
2542	8,580,332	253,081
2543	9,508,623	285,272
2544	10,061,950	299,047
2545	10,799,067	323,484
2546	10,004,453	309,269
2547	11,650,703	384,360
2548	11,520,981	367,380
2549	13,820,000	482,739
2550	14,464,200	547,781

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จากข้อมูลซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจไว้ดังตารางที่ 2 พบว่าตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของไทย ได้แก่ ตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศในแถบเอเชียตะวันออก และ ประเทศในแถบยุโรป แต่จากตารางที่ 3 พบว่านักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักร ญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา เข้ามาท่องเที่ยวและ นำรายได้เข้ามาในประเทศไทยในอันดับ 1, 2 และอันดับ 3 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทย จำแนกตามประเทศถิ่นที่อยู่ ปีพ.ศ. 2546 – 2550

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550	Country
รวม	10,082,109	11,737,249	11,567,341	13,828,790	14,464,228	Total
เอเชียตะวันออก	6,199,719	7,070,821	6,711,602	7,944,758	7,981,205	East Asia
กลุ่มอาเซียน	2,654,502	2,936,640	3,104,340	3,556,989	3,755,554	Asean
บรูไน	17,694	14,351	15,419	12,713	12,430	Brunai
กัมพูชา	74,194	99,014	112,594	125,343	108,776	Cambodia
อินโดนีเซีย	167,726	201,635	186,797	218,172	233,919	Indonesia
ลาว	104,576	116,492	208,132	282,247	521,062	Laos
มาเลเซีย	1,340,193	1,391,374	1,342,988	1,578,884	1,551,959	Malaysia
พม่า	37,359	46,194	56,518	67,059	75,183	Myanmar
ฟิลิปปินส์	143,412	173,618	188,518	202,314	198,873	Philippines
สิงคโปร์	633,805	737,652	797,782	818,415	799,100	Singapore
เวียดนาม	135,543	156,310	195,592	251,842	254,252	Vietnam
จีน	624,923	780,046	762,388	1,033,394	1,003,141	China
ฮ่องกง	657,458	664,945	441,458	463,674	448,057	Hong Kong
ญี่ปุ่น	1,026,287	1,194,420	1,188,871	1,294,233	1,248,700	Japan
เกาหลี	695,034	910,887	816,501	1,101,601	1,075,516	Korea
ไต้หวัน	525,916	560,169	378,047	473,451	427,033	Taiwan
อื่น ๆ	15,599	23,714	19,997	21,416	23,204	Others
ยุโรป	2,283,913	2,647,702	2,708,102	3,324,846	3,689,770	Europe
ออสเตรีย	47,602	52,066	54,335	76,780	74,150	Austria
เบลเยียม	50,978	53,566	55,881	66,852	69,042	Belgium
เดนมาร์ก	80,184	89,673	99,939	124,364	135,006	Denmark
ฟินแลนด์	63,060	72,227	80,945	112,061	138,332	Finland
ฝรั่งเศส	220,659	252,453	261,672	320,065	351,651	France
เยอรมันนี	389,293	449,756	445,155	509,163	537,200	Germany
ไอร์แลนด์	-	-	-	-	68,219	Ireland
อิตาลี	93,079	119,636	114,457	143,404	158,923	Italy
เนเธอร์แลนด์	130,867	137,583	146,692	174,422	183,347	Netherlands

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550	Country
รวม	<b>10,082,109</b>	<b>11,737,249</b>	<b>11,567,341</b>	<b>13,828,790</b>	<b>14,464,228</b>	<b>Total</b>
นอร์เวย์	71,376	77,683	84,799	101,998	110,076	Norway
รัสเซีย	90,722	118,966	107,055	190,838	279,771	Russian
สเปน	31,927	52,386	52,361	73,827	84,714	Spain
สวีเดน	210,882	223,028	223,484	307,446	374,320	Sweden
สวิตเซอร์แลนด์	116,327	129,352	127,369	145,864	152,022	Switzerland
สหราชอาณาจักร	550,087	634,786	685,077	746,115	746,422	United Kingdom
กลุ่มยุโรปตะวันออก	58,020	70,413	65,072	95,315	131,338	East Europe
อื่น ๆ	78,850	114,128	103,809	136,332	95,237	Others
<b>อเมริกา</b>	<b>586,147</b>	<b>702,668</b>	<b>745,494</b>	<b>825,862</b>	<b>817,564</b>	<b>The Americas</b>
อาร์เจนตินา	1,585	3,018	2,691	3,814	5,611	Argentina
บราซิล	4,660	6,275	6,609	8,928	11,026	Brazil
แคนาดา	97,861	107,507	125,454	149,950	149,763	Canada
สหรัฐอเมริกา	469,165	566,717	591,114	641,390	623,638	U.S.A.
อื่น ๆ	12,876	19,151	19,626	21,780	27,526	Others
<b>เอเชียใต้</b>	<b>391,064</b>	<b>469,099</b>	<b>519,174</b>	<b>605,261</b>	<b>685,574</b>	<b>South Asia</b>
บังกลาเทศ	57,788	59,548	46,222	44,084	47,999	Bangladesh
อินเดีย	230,790	300,634	352,965	429,748	506,237	India
เนปาล	22,424	23,557	24,550	23,206	20,538	Nepal
ปากีสถาน	30,928	37,686	41,020	45,124	47,761	Pakistan
ศรีลังกา	38,354	34,294	39,380	47,451	44,239	Sri Lanka
อื่น ๆ	10,780	13,380	15,037	15,648	18,800	Others
<b>โอเชียเนีย</b>	<b>347,849</b>	<b>471,481</b>	<b>504,487</b>	<b>627,626</b>	<b>731,283</b>	<b>Oceania</b>
ออสเตรเลีย	284,749	396,950	423,825	538,811	638,126	Australia
นิวซีแลนด์	60,545	71,608	77,717	86,762	89,928	New Zealand
อื่น ๆ	2,555	2,923	2,945	2,053	3,229	Others
<b>ตะวันออกกลาง</b>	<b>206,234</b>	<b>292,690</b>	<b>305,566</b>	<b>406,015</b>	<b>453,891</b>	<b>Middle East</b>
อียิปต์	5,237	8,717	7,825	11,552	12,268	Egypt
อิสราเอล	64,714	89,805	92,179	117,664	123,012	Israel

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550	Country
รวม	10,082,109	11,737,249	11,567,341	13,828,790	14,464,228	Total
คูเวต	21,411	33,359	32,020	38,890	35,083	Kuwait
ซาอุดีอาระเบีย	10,085	11,841	13,219	23,878	24,246	Saudi Arabia
สหรัฐอาหรับ เอมิเรตส์	40,541	62,639	65,885	87,099	98,122	United Arab Emirates
อื่น ๆ	64,246	86,329	94,438	126,932	161,160	Others
แอฟริกา	67,183	82,788	72,916	94,422	104,941	Africa
สาธารณรัฐ แอฟริกาใต้	34,571	40,745	33,137	43,445	46,269	Republic of South Africa
อื่น ๆ	32,612	42,043	39,779	50,977	58,672	Others

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

### ตารางที่ 3 รายได้ที่มีมากที่สุดจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามถิ่นที่อยู่ 10 อันดับ ปี พ.ศ.2549

ลำดับที่	ประเทศถิ่นที่อยู่	รายได้จากนักท่องเที่ยว (ล้านบาท)
1	สหราชอาณาจักร	42,577.76
2	ญี่ปุ่น	39,388.10
3	สหรัฐอเมริกา	36,870.40
4	เกาหลี	32,464.35
5	มาเลเซีย	30,905.00
6	จีน	26,890.26
7	เยอรมนี	26,854.48
8	ออสเตรเลีย	25,939.32
9	สิงคโปร์	18,232.30
10	ฝรั่งเศส	17,540.77
	รวม	482,319.77

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

อย่างไรก็ตาม จากสาเหตุสภาวะเศรษฐกิจของโลกตกต่ำตั้งแต่ปีพ.ศ. 2540 ได้ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจไทยอย่างรุนแรงประกอบกับภาวะการแข่งขันด้านแหล่งท่องเที่ยวของประเทศคู่แข่งได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ ฯ รวมทั้งปัญหาวิกฤตทางการเมือง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการผลิตของไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่พึ่งพานักท่องเที่ยวเป็นหลัก ได้แก่ โรงแรม สถานที่พัก ภัตตาคาร ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง ห้างสรรพสินค้า ธุรกิจบริการนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว รวมทั้งธุรกิจบริการต่างๆ

จากที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยโดยเปรียบเทียบ 3 ประเทศได้แก่ ประเทศสหราชอาณาจักร ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษามาประกอบการพิจารณาว่าหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและภาคเอกชน จะวางแผนเชิงกลยุทธ์อย่างไร เพื่อให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติ สนใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจากต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทย โดยเปรียบเทียบ 3 ประเทศ
2. เพื่อดูความอ่อนไหวของอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศที่มีต่อยุทธศาสตร์สำคัญ
3. เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนเชิงกลยุทธ์เพื่อสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

### ทฤษฎีและวรรณกรรมเกี่ยวข้อง

#### ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

##### 1. อุปสงค์ (Demand)

“อุปสงค์” หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค ในแต่ละระดับราคา ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง ความต้องการในแง่ของอุปสงค์เป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ และความเต็มใจที่จะจ่าย

ฟังก์ชันอุปสงค์ จะแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปริมาณสินค้าและบริการที่มีต่อยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ ได้แก่ ราคาสินค้าหรือบริการ รายได้ รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าที่เกี่ยวข้อง นโยบายของรัฐบาล ฤดูกาล เป็นต้น ฟังก์ชันอุปสงค์เขียนได้ดังนี้

$$Q_{da} = f(P_a, I, T, P_b, S, \dots \text{etc})$$

$$Q_{da} = \text{ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ } a$$

$$P_a = \text{ราคาสินค้าหรือบริการ } a$$

$$I = \text{รายได้ของผู้บริโภค}$$

$$T = \text{รสนิยมของผู้บริโภค}$$

$$P_b = \text{ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง}$$

$$S = \text{ฤดูกาล}$$

ทั้งนี้ สมมติว่าผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีเหตุผล (Rational) ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ เพื่อให้ได้รับความพึงพอใจสูงสุด

##### อุปสงค์การท่องเที่ยว

ฟังก์ชันอุปสงค์การท่องเที่ยวแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนของนักท่องเที่ยวที่มีต่อยุทธศาสตร์ต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการมาท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การโฆษณาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศนั้น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ฤดูกาลของการท่องเที่ยว เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในประเทศซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยว ฟังก์ชันอุปสงค์การท่องเที่ยวดังกล่าวเขียนได้ดังนี้

$$Q = f(\text{GDP per capita}, ER, BUDG, AE, S, DUMMY)$$

## 2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ หมายถึง ค่าที่ใช้วัดอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ ณ ขณะใดขณะหนึ่งต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ของสินค้านั้น หรือเขียนใหม่ได้ดังนี้

$$\text{ความยืดหยุ่นของอุปสงค์} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดปริมาณอุปสงค์}}$$

3.2.1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ เป็นค่าที่บอกให้เราทราบว่า ถ้ารายได้ของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง 1 เปอร์เซ็นต์ จะมีผลให้ปริมาณอุปสงค์ เปลี่ยนแปลงกี่เปอร์เซ็นต์

3.2.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา เป็นค่าที่บอกให้เราทราบว่า ถ้าราคาของสินค้าเปลี่ยนแปลง 1 เปอร์เซ็นต์ จะมีผลให้ปริมาณอุปสงค์ของสินค้านั้น เปลี่ยนแปลงกี่เปอร์เซ็นต์

3.2.3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น เป็นค่าที่บอกให้เราทราบว่า ถ้าราคาของสินค้าชนิดอื่นเปลี่ยนแปลง 1 เปอร์เซ็นต์ จะมีผลให้ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าที่พิจารณาเปลี่ยนแปลงกี่เปอร์เซ็นต์

### ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ค่าที่ใช้วัดอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว ณ ขณะใดขณะหนึ่งต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว

$$\text{ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว (E)} = \frac{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว}}{\text{อัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว}}$$

ถ้า ค่า E < -1/ แสดงว่าปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวน้อยต่อปัจจัยที่กำหนดปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว

ถ้า ค่า E > -1/ แสดงว่า ปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวมีความอ่อนไหวอย่างมากต่อปัจจัยที่กำหนดปริมาณอุปสงค์การท่องเที่ยว

#### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

**ชมพร เอี่ยมศรีทอง (2536)** ศึกษาเรื่อง ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ราคาค่าใช้จ่ายต่อคนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปีที่ผ่านมา งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากรัฐบาล ความมั่นคงทางการเมืองของประเทศไทยมีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกา และญี่ปุ่น โอเชียเนีย ทวีปยุโรป กลุ่มอาเซียน

**ปวิฑ วิชชุลดา (2539)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า รายได้ประชาชาติของนักท่องเที่ยวประเทศ ดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย งบประมาณรวมที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีอิทธิพลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย

**มาลีรัตน์ สุขศรี (2540)** ศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยโดยทางอากาศ พบว่า จำนวนประชากร มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ อัตราค่าโดยสารเครื่องบิน ผลการศึกษาพบว่า มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคลมีความสำคัญต่อความต้องการที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคนี้มากที่สุด



**ฉัตรชัย ปานเฟื่อง (2543)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ พบว่า ดัชนีสินค้าภายในประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย

**สุदारัตน์ พันธุ์นิกุล (2545)** ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย ผลการวิเคราะห์ พบว่า ดัชนีราคาสินค้าภายในประเทศ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยแต่ละช่วงเวลา มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

## วิธีการวิจัย

### 1. วิธีการวิเคราะห์

การศึกษาใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายปีตั้งแต่ พ.ศ. 2530 – พ.ศ.2551 รวม 22 ปี โดยเลือกศึกษา 3 ประเทศ ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่สร้างรายได้แก่ประเทศไทยมากที่สุด (ตารางที่ 3)

1. เป็นการวิเคราะห์เชิงพรรณนา(Descriptive Method) เป็นการศึกษาโดยการอธิบายถึงโครงสร้างของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2. ทำการศึกษาโดยสร้างสมการถดถอยพหุคูณเชิงเส้น (Multiple Regression) และการวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด Ordinary Least Square (OLS) ในรูปสมการถดถอยเพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่เป็นตัวแปรอิสระกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

### 2. แหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลทุติยภูมิทางสถิติจากเว็บไซต์ วารสาร เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ของธนาคารแห่งประเทศไทย และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

### 3. แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาได้กำหนดฟังก์ชันอุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ดังนี้

$$Q_{it} = \beta_0 + \beta_1 GDP_{it} + \beta_2 ER_{it} + \beta_3 BUDG_t + \beta_4 AE_{it} + \beta_5 Q_{it-1} + \beta_6 DUMMY$$

โดยกำหนดให้

$Q_{it}$  = จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ในปี  $t$

$GDP_{it}$  = ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อหัวของประเทศ  $i$  ในปี  $t$  (GDP per capita)

$ER_{it}$  = อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของประเทศ  $i$  ในปี  $t$  (เงินบาทต่อ 1 หน่วยของเงินตราต่างประเทศ)

$AE_{it}$  = ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในปี  $t$

$BUDG_t$  = งบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี  $t$

$Q_{it-1}$  = จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ  $i$  ในปีที่ผ่านมา

$DUMMY$  = ตัวแปรหุ่นที่ใช้แทนเหตุการณ์พิเศษในเรื่องอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยที่  $D = 0$  ไม่มีเหตุการณ์ทางการเมือง  $D = 1$  มีเหตุการณ์ทางการเมือง และ  $i =$  ประเทศของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยในปี  $t$  โดยที่  $i = 1, 2, 3$   $1 =$  ญี่ปุ่น  $2 =$  สหราชอาณาจักร  $3 =$  สหรัฐอเมริกา

## สมมติฐานของการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยกับปัจจัยต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งได้กำหนดสมมติฐาน ดังนี้

1. ผลกระทบที่มวลรวมภายในประเทศต่อหัวประชากร ของประเทศ  $i$  มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจาก เมื่อบุคคลมีรายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ของสินค้าและบริการอันได้แก่ การท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นด้วย

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจาก เมื่อค่าเงินบาทอ่อน จะทำให้นักท่องเที่ยวเห็นว่า ราคาของสินค้าและบริการอันได้แก่การท่องเที่ยวไทยลดลง จึงเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

3. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในประเทศต่อวันของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจาก เมื่อราคาของสินค้าและบริการอันได้แก่การท่องเที่ยวไทยลดลง มูลค่าของการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวก็จะลดลงด้วย รายได้แท้จริงเพิ่มขึ้น จึงมีผลให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

4. งบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจาก ถ้างบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

5. จำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในทิศทางเดียวกัน เนื่องจาก เมื่อถึงฤดูกาลของการท่องเที่ยว คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศ  $i$  ที่เคยมาในปีที่แล้ว ย่อมมีโอกาสกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในปัจจุบัน

6. ตัวแปรหุ่น ( DUMMY ) เป็นตัวแปรที่ใช้แทนเหตุการณ์ทางการเมืองในประเทศไทยที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศ  $i$  ในทิศทางตรงกันข้าม เนื่องจาก กรณีเกิดเหตุการณ์ไม่สงบ จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกไม่ปลอดภัยในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงไม่เลือกประเทศไทยเป็นเป้าหมายในการมาท่องเที่ยว

โดยที่  $D = 0$  ไม่มีเหตุการณ์ทางการเมือง ปีพ.ศ. 2530 – 2544 และ 2550

$D = 1$  มีเหตุการณ์ทางการเมือง ปีพ.ศ. 2545 2546 2547 2548 2549 และ 2551

## ผลการวิจัย

จากการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเปรียบเทียบจากประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกาโดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลารายปีตั้งแต่ พ.ศ. 2530 – พ.ศ. 2551 รวม 22 ปี และการวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด Ordinary Least Square (OLS) ในรูปสมการ ลอการิทึม ได้ผลดังนี้

### 1. ผลการวิเคราะห์ประเทศญี่ปุ่น

$$\begin{aligned} \ln Q_{JP} = & -3.714556 + 0.755495 \ln GDP_{JP} + 0.171659 \ln ER_{JP} + 0.174974 \ln BUDG \\ & (-1.956025) \quad (4.682468)^{***} \quad (1.856048)^* \quad (4.433038)^{***} \\ & - 0.148773 \ln AE_{JP} + 1.024375 \ln Q_{JPt-1} - 0.117499 DUMMY \\ & (-1.079945) \quad (10.66339)^{***} \quad (-1.839159)^* \\ R\text{-squared} & \quad 0.971348 \quad F\text{-statistic} \quad 58.11706 \\ Adjusted R\text{-squared} & \quad 0.954634 \quad Durbin-Watson \quad 1.709646 \end{aligned}$$

โดยที่ \* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

\*\*\* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกับปัจจัยต่างๆ อธิบายได้ดังนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ R-squared เท่ากับ 0.971348 และ Adjusted R-squared ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.954634 หมายความว่าตัวแปรอิสระในสมการทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 97.13 โดยมีค่า F-statistic เท่ากับ 58.11706 ค่าในวงเล็บคือค่า T-Statistic ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 90 และ 99 และจากการทดสอบด้วย LM test ได้ค่า  $p = 0.615093$  สามารถแก้ปัญหาการเกิด Autocorrelation ได้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ดังนี้

1. ผลผลิตภาคมวลรวมภายในประเทศต่อหัวประชากร ( $GDP_{JP}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานคือ ถ้าผลผลิตภาคมวลรวมภายในประเทศต่อหัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.755495 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ( $ER_{JP}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.171659 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

3. งบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยว ( $BUDG_{-}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้างบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.174974 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน ( $AE_{JP}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นในทิศทางตรงกันข้าม โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นลดลงร้อยละ 0.148773 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

5. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมา ( $Q_{JP,t-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปัจจุบันในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นในปัจจุบันเพิ่มขึ้นร้อยละ 1.024375 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

6. ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่น ( $DUMMY$ ) แทนด้วยการเกิดวิกฤติทางการเมือง (ปีพ.ศ. 2545 2546 2547 2548 2549 และ 2551) มีเครื่องหมายเป็นลบ ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ การเกิดวิกฤติทางการเมืองจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นลดลง

## 2. ผลการวิเคราะห์ประเทศสหราชอาณาจักร

$$\begin{aligned} \ln Q_{UK} = & -1.351765 + 3.032540 \ln GDP_{UK} + 0.535192 \ln ER_{UK} + 0.041344 \ln BUDG \\ & (-1.641279) \quad (2.117147)^{**} \quad (3.183276)^{***} \quad (0.878667) \\ & - 0.325274 \ln AE_{UK} + 0.650221 \ln Q_{UK,t-1} - 0.105843 DUMMY \\ & (-1.853578)^* \quad (5.358661)^{***} \quad (-1.365240) \\ R\text{-squared} & \quad 0.987938 \quad F\text{-statistic} \quad 102.3808 \\ Adjusted R\text{-squared} & \quad 0.978288 \quad Durbin\text{-Watson} \quad 2.598511 \end{aligned}$$

โดยที่ \* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

\*\* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\*\*\* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยของจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรกับปัจจัยต่างๆ อธิบายได้ดังนี้ ค่าสัมประสิทธิ์ R-squared เท่ากับ 0.987938 และ Adjusted R-squared ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.978288 หมายความว่าตัวแปรอิสระในสมการทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 98.79 โดยมีค่า F-statistic เท่ากับ 102.3808 ค่าในวงเล็บคือค่า T-Statistic ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่น 90 95 และ 99 และจากการทดสอบด้วย LM test ได้ค่า  $p = 0.488595$  สามารถแก้ปัญหาการเกิด Autocorrelation ได้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ดังนี้

1. ผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศต่อหัวประชากรของประเทศสหราชอาณาจักร ( $GDP_{UK}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ ถ้าผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศต่อหัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร เพิ่มขึ้นร้อยละ 3.032540 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ( $ER_{UK}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักร เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.535192 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

3. งบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยว ( $BUDG_t$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้างบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.041344 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวัน ( $AE_{UK}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรในทิศทางตรงกันข้าม โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรลดลงร้อยละ 0.325274 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

5. จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรในปีที่ผ่านมา ( $Q_{UK,t-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักรในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.650221 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

6. ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่น ( $DUMMY$ ) แทนด้วยการเกิดวิกฤติทางการเมือง (ปีพ.ศ. 2545 2546 2547 2548 2549 และ 2551) มีเครื่องหมายเป็นลบ ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ การเกิดวิกฤติทางการเมืองจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรลดลง

### 3. ผลการวิเคราะห์ประเทศสหรัฐอเมริกา

$$\begin{aligned} \ln Q_{US} = & -0.592923 + 0.746367 \ln GDP_{US} + 0.220861 \ln ER_{US} + 0.059960 \ln BUDG \\ & (-0.919732) \quad (4.134739)^{***} \quad (3.102052)^{***} \quad (3.975177)^{***} \\ & - 0.053049 \ln AE_{US} + 0.521311 \ln Q_{US,t-1} - 0.121294 DUMMY \\ & (-0.486571) \quad (4.771095)^{***} \quad (-2.223930)^{**} \\ R\text{-squared} & \quad 0.986348 \quad F\text{-statistic} \quad 123.8574 \\ Adjusted R\text{-squared} & \quad 0.978385 \quad Durbin-Watson \quad 1.826296 \end{aligned}$$

โดยที่ \*\* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

\*\*\* แสดงค่านัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยของจำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกากับปัจจัยต่างๆ อธิบายได้ว่าค่าสัมประสิทธิ์ R-squared เท่ากับ 0.986348 และ Adjusted R-squared ( $R^2$ ) เท่ากับ 0.978385 หมายความว่าตัวแปรอิสระในสมการทั้งหมดสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ร้อยละ 98.63 โดยมีค่า F-statistic เท่ากับ 123.8574 ค่าในวงเล็บคือค่า T-Statistic ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 และ 99 และจากการทดสอบด้วย LM test ได้ค่า  $p = 0.467186$  สามารถแก้ปัญหาการเกิด Autocorrelation ได้ เมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์ดังนี้

1. ผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศต่อหัวประชากรของประเทศสหรัฐอเมริกา ( $GDP_{US}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกามาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐาน นั่นคือ ถ้าผลผลิตทั้งหมดรวมภายในประเทศต่อหัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.746367 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

2. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ( $ER_{US}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.220861 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

3. งบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยว ( $BUDG_t$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้างบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 0.059960 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

4. ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันสหรัฐอเมริกา ( $AE_{US}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาในทิศทางตรงกันข้าม โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันมีการเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาลดลงร้อยละ 0.053049 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

5. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาในปีที่เดินทางมาท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา ( $Q_{US,t-1}$ ) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางเดียวกัน โดยเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ ถ้าจำนวนนักท่องเที่ยวประเทศสหรัฐอเมริกาในปีที่ผ่านมาเพิ่มขึ้นร้อยละ 1 จะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวสหรัฐอเมริกาที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.521311 โดยกำหนดให้ตัวแปรอื่นคงที่

6. ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่น ( $DUMMY$ ) แทนด้วยการเกิดวิกฤติทางการเมือง (ปีพ.ศ. 2545 2546 2547 2548 2549 และ 2551) มีเครื่องหมายเป็นลบ ซึ่งตรงกับสมมติฐานที่ตั้งไว้ นั่นคือ การเกิดวิกฤติทางการเมืองจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาลดลง

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้ทราบถึงปัจจัยสำคัญที่มีผลต่ออุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. ทำให้ทราบว่านักท่องเที่ยวแต่ละประเทศมีความอ่อนไหวต่อบริษัทใดมากที่สุด
3. เพื่อเป็นแนวทางการวางแผนเชิงกลยุทธ์ในการเพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

## สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

### 1. สรุปผลการวิจัย

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวและส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ อาทิ การได้มาซึ่งรายได้จากเงินตราต่างประเทศ การจ้างงานในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งเชื่อมโยง ได้แก่ โรงแรมและที่พัก ร้านอาหาร บริษัททัวร์นำเที่ยวและบริการ การขนส่ง ฯลฯ อีกทั้งประเทศไทยมีจุดแข็งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวหลายประการ อาทิ แหล่งท่องเที่ยวสวยงาม ประเพณีวัฒนธรรมอันดีงาม ความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน ตลอดจน การเป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่ง ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ดังนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่ภาครัฐบาลและภาคเอกชนจึงได้ให้ความสำคัญและขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่อง

จากการที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเปรียบเทียบ 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกา พบว่า ปัจจัยค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันไม่มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นและสหรัฐอเมริกา และงบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวประเทศสหราชอาณาจักร และเมื่อพิจารณาความอ่อนไหวของอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศที่มีต่อปัจจัยสำคัญ พบว่า เมื่อเปรียบเทียบทั้ง 3 ประเทศแล้ว จำนวนนักท่องเที่ยวสหราชอาณาจักรมีความอ่อนไหวต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศต่อหัวประชากร อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันมากที่สุด โดยมีค่าเท่ากับ 3.032540 0.535192 และ -0.325274 ตามลำดับ ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นมีความอ่อนไหวต่องบประมาณการส่งเสริมการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมามากที่สุด โดยมีค่าเท่ากับ 0.174974 และ 1.024375 ตามลำดับ และนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกามีความอ่อนไหวต่อวิกฤตทางการเมืองมากที่สุด

### 2. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาอุปสงค์ของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเปรียบเทียบ 3 ประเทศ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และ สหรัฐอเมริกา สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ ได้ในระดับหนึ่งเท่านั้น และ ปัจจัยบางตัวก็อาจจะมีผลกับบางประเทศ แต่ละประเทศอาจจะใช้ตัวแปรแตกต่างกันในการวิเคราะห์ ขึ้นอยู่กับวิสัยทัศน์ ความอ่อนไหวของบุคคล และเศรษฐกิจแต่ละประเทศ

อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่กระทบต่อการท่องเที่ยวนั้นเป็นเรื่องที่มีขอบเขตกว้างมาก การศึกษาในประเด็นอื่น จึงมีส่วนสำคัญ ซึ่งหากถ้าการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นวัตถุประสงค์หลักในการนำมาซึ่งเงินรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ ภาคเอกชนต้องเป็นตัวขับเคลื่อนที่สำคัญของตลาดการท่องเที่ยว ขณะที่ภาครัฐบาลก็ต้องมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนอย่างเต็มที่ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ โดยการดำเนินการตลาดภายใต้แนวคิดเชิงกลยุทธ์

รัฐบาลควรดำเนินการตลาดภายใต้แนวคิดเชิงกลยุทธ์ **“กลยุทธ์เสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน”** ดังนี้

1. ใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง อาทิ ประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยผ่านทาง Internet ในลักษณะข้อมูลภาพเคลื่อนไหวผ่านหน้าเว็บไซต์ รวมทั้งสร้างช่องทางในเว็บไซต์ของ ททท. ให้เป็นจุดเชื่อมต่อระหว่างนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกากับผู้ประกอบการในไทย(E-Marketing) เนื่องจากเป็นประเทศที่ประชากรใช้ internet มากที่สุด

2. เพิ่มขีดความสามารถให้เครือข่าย internet โดยร่วมกับนิตยสารธุรกิจนำเที่ยวในอเมริกาจัดทำคู่มือให้ข้อมูลที่จะเป็นประโยชน์สำหรับการส่งเสริมการขายประเทศไทย โดยสามารถดาวน์โหลดข้อมูลได้และเป็นช่องทางให้ผู้ประกอบการไทยได้ประชาสัมพันธ์ผ่านเว็บไซต์ ททท. ไปยังผู้ประกอบการในตลาดอเมริกาโดยตรง

3. ขยายการเปิดสำนักงานสาขา ของ ททท. เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเข้าถึงตลาดเกิดใหม่ที่มีศักยภาพสูง ได้แก่ สำนักงานเชียงใหม่และคุนหมิง ในประเทศจีน สำนักงานในประเทศแถบตะวันออกกลาง และสำนักงานมุุมไบในประเทศอินเดีย

4. ขยายตลาดกลุ่มคุณภาพเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อครั้งของนักท่องเที่ยว โดยเน้นตลาดระดับบน ซึ่งมีกำลังซื้อสูง โดยเฉพาะกลุ่มผู้มีรายได้สูงและกลุ่มตลาดความสนใจพิเศษที่ให้ความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะ นักท่องเที่ยวจากประเทศพัฒนาแล้ว อาทิ ชาวอเมริกัน และอังกฤษ ส่วนใหญ่จัดอยู่ในกลุ่ม LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) ซึ่งในปัจจุบัน รัฐบาลของประเทศต่างๆ ให้ความสำคัญต่อการส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน กลุ่ม LOHAS จะเลือกบริโภคสินค้าและบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ดังนั้น ประเทศไทยต้องเสนอขายสินค้าคุณภาพที่แบรนด์รับรองการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาสินค้าการท่องเที่ยว อาทิ โรงแรมสีเขียว(Green leaf hotel)

5. รักษาฐานตลาดลูกค้าเก่า (Revisitors) ควบคู่ไปกับการขยายฐานตลาดใหม่ (First Visitors) ทั้งในพื้นที่ตลาดเดิมและพื้นที่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ มุ่งสร้างความภักดีและบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้าเก่า โดยการกระตุ้นตลาด ชูจุดแข็งด้านความคุ้มค่า

การสร้างภาพลักษณ์ให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Holiday Breaks Destination) อย่างแท้จริงภายใต้การนำเสนอกิจกรรมท่องเที่ยว สร้างแรงจูงใจให้เกิดการเดินทางในระยะสั้น และขยายผลให้นักท่องเที่ยวขยายวันพักจากการนำเสนอกิจกรรมที่หลากหลาย นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วง Green Season อย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำ Package ร่วมกับสายการบินและพันธมิตร รวมถึงการจัด Road Show เข้าสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ เช่น จีน รัสเซีย อินเดีย ฟิลิปปินส์ เวียดนาม ฯลฯ เพื่อขยายฐานลูกค้าใหม่

นอกจากนั้น ควรตระหนักถึงวิกฤตทางการเมืองภายในประเทศซึ่งยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้น ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจะต้องร่วมมือแก้ปัญหาเพื่อฟื้นฟูภาพลักษณ์ของประเทศไทย และเรียกความเชื่อมั่นด้านความสงบสุขภายในประเทศให้กลับคืนมาในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

## บรรณานุกรม

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2008. **International Tourist Arrivals Excluded Overseas Thai.**

กรุงเทพมหานคร: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

ฉัตรชัย ปานเฟื่อง. 2543. “ปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทย.”

วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ชมพร เอี่ยมศรีทอง. 2536. “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ปวิท วิชชุลดา. 2539. “ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ

มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

มาลีรัตน์ สุขศรี. 2540. “การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยโดยทางอากาศ.” วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สุदारัตน์ พันธุ์นิกุล. 2545. “ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย.”

วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สถิติเศรษฐกิจและการเงิน[ ออนไลน์ ]. 12 กันยายน 2552. เข้าถึงจาก: <http://www.bot.or.th>