

ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่เข้ามาประเทศไทย

นายบุญธรรม ประเสริฐกุลชัย

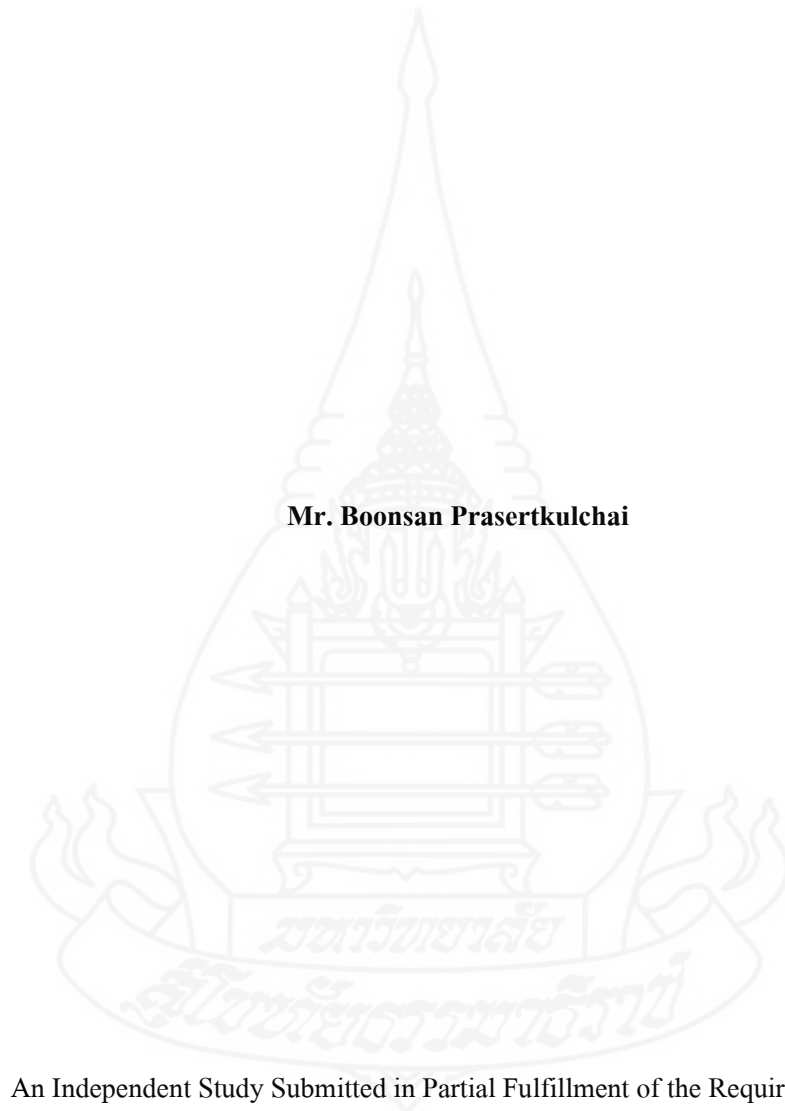


การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
วิชาเอกเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

พ.ศ. 2563

Economic Factors Affecting International Tourist Arrivals in Thailand

Mr. Boonsan Prasertkulchai



An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of Master of Economics in Business Economics

School of Economics

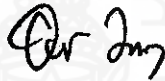
Sukhothai Thammathirat Open University

2020

หัวข้อการศึกษาค้นคว้าอิสระ บัณฑิตทางเศรษฐกิจที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ
ที่เข้ามาประเทศไทย
ชื่อและนามสกุล นายบุญธรรมค์ ประเสริฐกุลชัย
วิชาเอก เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา วนเศรษฐ

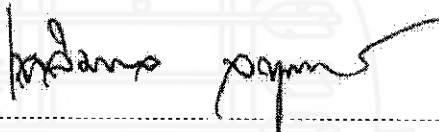
การศึกษาค้นคว้าอิสระนี้ ได้รับความเห็นชอบให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
ตามหลักสูตรระดับปริญญาโท เมื่อวันที่ 18 กุมภาพันธ์ 2564

คณะกรรมการสอบการศึกษาค้นคว้าอิสระ



..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา วนเศรษฐ)



..... กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เฉลิมพล จตุพร)



..... (รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญญา วนเศรษฐ)

ประธานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

ชื่อการศึกษาค้นคว้าอิสระ ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามา
ประเทศไทย

ผู้ศึกษา นายบุญธรรมค์ ประเสริฐกุลชัย **รหัสนักศึกษา** 2586000206 **ปริญญา** เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษา รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ **ปีการศึกษา** 2563

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ในช่วง พ.ศ. 2556 - 2562 และ (2) วิเคราะห์ปัจจัยระดับมหภาคที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2556 - 2562

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย และการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวจากจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่มาท่องเที่ยวในไทย โดยวิเคราะห์ ข้อมูลรายไตรมาส ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว ดัชนีราคาผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยน และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 ปี 2556 ถึง ไตรมาสที่ 4 ปี 2562 ใช้เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละปัจจัยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา

ผลการศึกษา พบว่า (1) นักท่องเที่ยว 6 ประเทศ เพิ่มขึ้นต่อเนื่อง เฉลี่ยร้อยละ 6 ต่อปี ปี 2562 นักท่องเที่ยวจากจีนมีจำนวน 11.14 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 28 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด อินเดีย (ร้อยละ 5.3) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 4.7) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 4.5) รัสเซีย (ร้อยละ 3.7) และสหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 2.9) ตามลำดับ และ (2) ปัจจัยระดับมหภาคที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และอัตราแลกเปลี่ยน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 สำหรับอินเดียและเกาหลีใต้คล้ายคลึงกัน โดยเป็นผลจากดัชนีราคาผู้บริโภค นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ .10 ตามลำดับ ขณะที่รัสเซียเป็นผลจากผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสหรัฐอเมริกาเป็นผลจากอัตราแลกเปลี่ยน นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 แต่ปัจจัยที่ศึกษาไม่ส่งผลต่อนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ จำนวนนักท่องเที่ยวอาจจะมิผลจากตัวแปรในเชิงเปรียบเทียบ และตัวแปรเชิงจิตวิทยา ด้วย

คำสำคัญ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ดัชนีราคาผู้บริโภค อัตราแลกเปลี่ยน และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ

Independent Study title: Economic Factors Affecting International Tourist Arrivals in Thailand

Author: Mr. Boonsan Prasertkulchai; **ID:** 2586000206;

Degree: Master of Economics;

Independent Study advisor: Dr. Apinya Wanaset, Associate Professor;

Academic year: 2020

Abstract

The purposes of this study were (1) to study the general attributes of the tourists travelling from China, India, South Korea, Japan, Russia and the USA to Thailand, during 2013-2019 and (2) to analyze the macro-level factors that determine the number of the tourist travelling from China, India, South Korea, Japan, Russia and USA to Thailand, during 2013-2019.

This study employed both descriptive research to study out the general attributes of the foreign tourist who visit Thailand and quantitative research to analyze the economic factors that determined the number of tourists travelling from China, India, South Korea, Japan, Russia and the USA to Thailand. To conduct the analyses, the quarterly data of tourist number, consumer price index, exchange rate, and gross domestic product from the first quarter of 2013 to the fourth quarter of 2019 were analyzed by the Pearson correlation coefficients and the estimated coefficients produced by Ordinary Least Squares Regression.

The results from the analyses showed that (1) the average growth rate of tourists from these 6 countries was 6% per year. In 2019, there were 11.14 million Chinese tourists which accounted for 28% of total foreign tourist and it was followed by the tourists from India (5.3%), South Korea (4.7%), Japan (4.5%), Russia (3.7%) and the USA (2.9%), and (2) the macro-level factors, that affected the number of Chinese tourists, were CPI and GDP with the statistically significant level of .05 and exchange rate with the statistically significant level of .10. In the case of India and South Korea, the results were similar such that they were affected by CPI with a statistically significant level of .05 and .10, respectively. Whereas, Russia was affected by GDP with a statistically significant level of .05 and the USA was affected by the exchange rate with a statistically significant level of .10. However, the factors under this study did not affect the tourists from Japan which implied that the number of tourists may be affected by the relative and psychological variables.

Keywords: Foreign Tourist, Consumer Price Index, Exchange rate, Gross Domestic Products

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระครั้งนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างยิ่งจาก รองศาสตราจารย์ ดร.อภิญา วนเศรษฐ ประชานกรรมการประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ที่กรุณาให้คำแนะนำ ข้อคิดเห็น และติดตามการทำ รายงานผลการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ อย่างใกล้ชิดตลอดมา นับตั้งแต่เริ่มต้น จนกระทั่งสำเร็จเรียบร้อยสมบูรณ์ ผู้วิจัยมีความรู้สึกยินดีและระลึกถึงความกรุณาของท่านเป็นอย่างยิ่ง

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยขอระลึกถึงศาสตราจารย์ ดร.พอพันธ์ อุทยานนท์ สาขาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช และขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช เพื่อนักศึกษา และเจ้าหน้าที่ทุกท่านที่มี ส่วนช่วยเหลือให้การจัดทำรายงานผลการศึกษาค้นคว้าอิสระฉบับนี้ให้สำเร็จลุล่วงด้วยความเรียบร้อย

บุญสรรค์ ประเสริฐกุลชัย

มีนาคม 2564

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ญ
บทที่ 1 บทนำ	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา	4
กรอบแนวคิดในการศึกษา	5
สมมติฐานในการศึกษา	5
ขอบเขตของการศึกษา	6
นิยามศัพท์เฉพาะ	6
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	7
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	8
สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย	8
แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	12
ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์	13
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว	17
แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว	19
แนวคิดเกี่ยวกับเงินเฟ้อ	22
ทฤษฎีเกี่ยวกับความเสมอภาคของอำนาจซื้อ	26
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการศึกษา	31
การรวบรวมข้อมูลทฤษฎี	31
การวิเคราะห์ข้อมูล	32
สมมติฐานในการศึกษา	35

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)	37
การทดสอบความนิ่งของข้อมูลอนุกรมเวลา	41
การหาค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (OLS)	42
บทที่ 5 สรุปการศึกษา และข้อเสนอแนะ	50
สรุปการศึกษา	50
ข้อเสนอแนะ	54
บรรณานุกรม	56
ภาคผนวก	60
ประวัติผู้ศึกษา	65



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มากที่สุด 10 อันดับแรก	9
ตารางที่ 2.2 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มากที่สุด 10 อันดับแรก	10
ตารางที่ 4.1 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศจีน	38
ตารางที่ 4.2 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศอินเดีย	38
ตารางที่ 4.3 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศเกาหลีใต้	39
ตารางที่ 4.4 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศญี่ปุ่น	39
ตารางที่ 4.5 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศรัสเซีย	40
ตารางที่ 4.6 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศสหรัฐอเมริกา	40
ตารางที่ 4.7 การทดสอบ Unit Root ด้วยวิธี ADF ของตัวแปรที่ศึกษา	41
ตารางที่ 4.8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน	43
ตารางที่ 4.9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย	44
ตารางที่ 4.10 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้	45
ตารางที่ 4.11 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น	46
ตารางที่ 4.12 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย	47
ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา	48
ตารางที่ 4.14 สรุปปัจจัยด้านเศรษฐกิจมหภาคที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	49

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย	1
ภาพที่ 1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2562 ที่เดินทางเข้าประเทศไทย สูงสุด 10 สัญชาติแรก	2
ภาพที่ 1.3 รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 สัญชาติแรก ในปี 2562	3
ภาพที่ 1.4 ความเชื่อมโยงภายใต้กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	7
ภาพที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2553 ถึง 2562	10
ภาพที่ 2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในแต่ละภูมิภาค ค.ศ. 2010 2020 และ 2030 ..	13
ภาพที่ 2.3 เส้นอุปสงค์ (Demand Curve).....	15
ภาพที่ 2.4 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ภายในเส้นอุปสงค์	17
ภาพที่ 2.5 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ หรือการเลื่อนของเส้นอุปสงค์	17
ภาพที่ 2.6 ภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากอุปสงค์ขูด (Demand-pull Inflation).....	26
ภาพที่ 2.7 ภาวะเงินเฟ้อจากโครงสร้างอุปสงค์เปลี่ยนแปลง (Structural Inflation).....	26

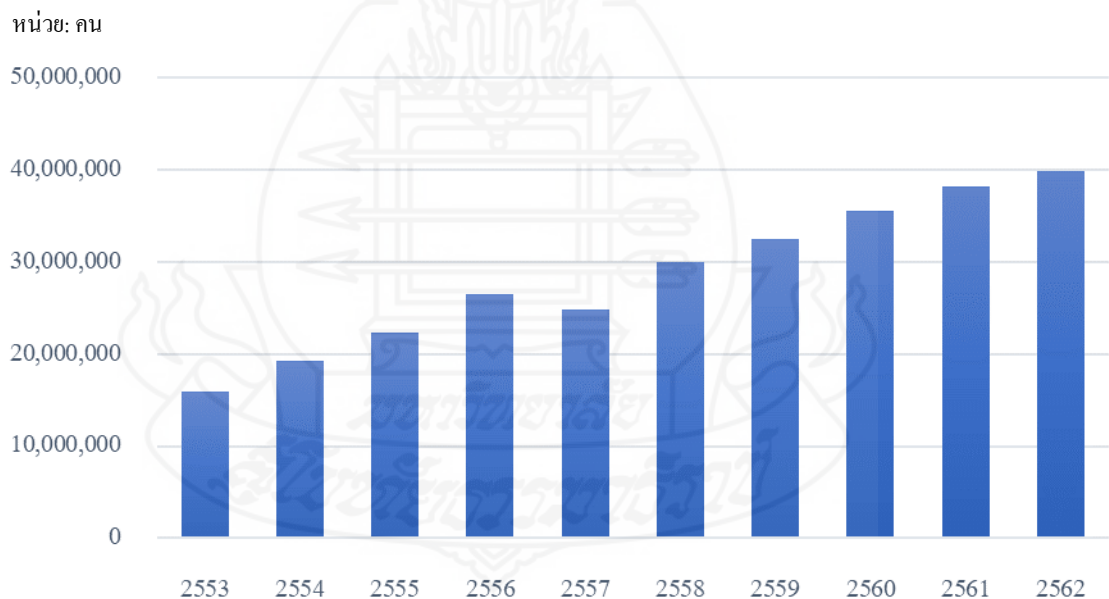


บทที่ 1

บทนำ

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

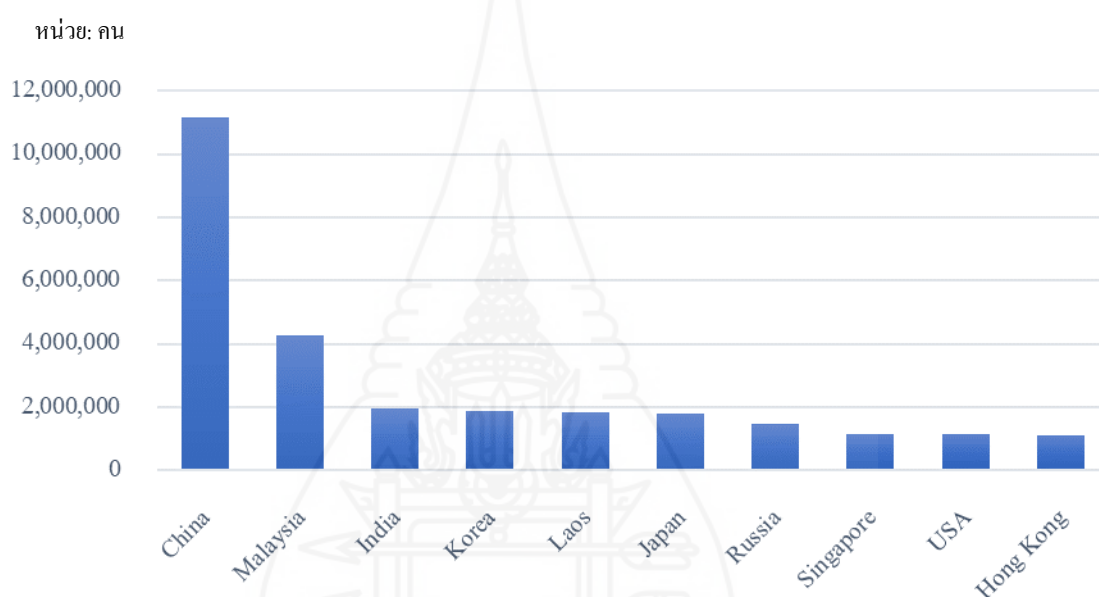
ปัจจุบัน การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ และช่วยยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านเศรษฐกิจของหลายประเทศ ด้วยการนำรายได้เข้าสู่ประเทศผ่านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมทางการท่องเที่ยวรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเช่าที่พักแรม การใช้จ่ายเพื่อการเดินทาง การซื้อสินค้าที่ระลึก ตลอดจนการใช้จ่ายเพื่อซื้อบริการประเภทต่าง ๆ ที่เกี่ยวเนื่อง ส่งผลให้เกิดการจ้างงานแรงงาน การผลิตสินค้า และการลงทุน อันนำไปสู่การขยายตัวของระบบเศรษฐกิจของประเทศปลายทาง (Destination Country)



ภาพที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2553-2562

สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีอัตราการเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นอุตสาหกรรมหลักในการนำรายได้เข้าสู่ประเทศ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ประกาศว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ ในปี พ.ศ. 2562 จำนวนถึง 3.01 ล้านล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนเกือบร้อยละ 20 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยถึง 39.79 ล้านคน เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าจากเมื่อ 10 ปีก่อน (พ.ศ. 2552) ที่มีจำนวนเพียง 14.15 ล้านคน

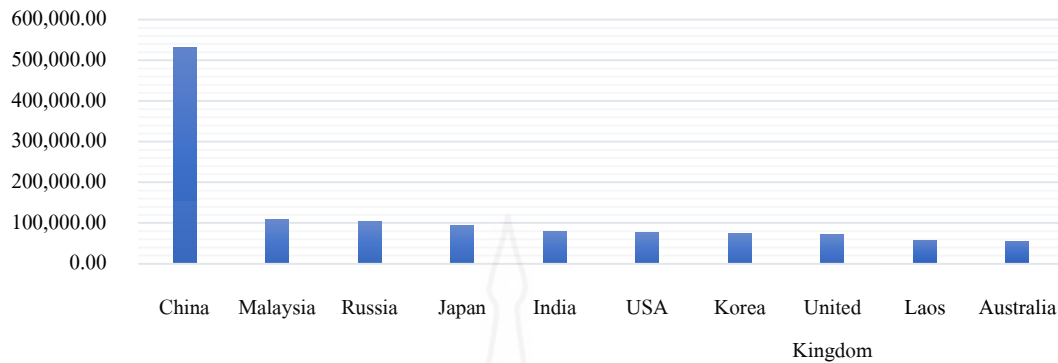


ภาพที่ 1.2 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2562 ที่เดินทางเข้าประเทศไทย
สูงสุด 10 สัญชาติแรก

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2562

ทั้งนี้ ในปี 2562 นักท่องเที่ยวชาวจีนเป็นสัญชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยสูงสุด มีจำนวนถึง 11,138,658 คน รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย จำนวน 4,274,458 คน อินเดีย จำนวน 1,961,069 คน เกาหลีใต้ จำนวน 1,880,465 คน ลาว จำนวน 1,856,762 คน ญี่ปุ่น จำนวน 1,787,185 คน รัสเซีย จำนวน 1,481,837 คน สิงคโปร์ จำนวน 1,150,024 คน สหรัฐอเมริกา จำนวน 1,136,210 คน และฮ่องกง จำนวน 1,090,121 คน

หน่วย: ล้านบาท



ภาพที่ 1.3 รายได้จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10 สัญชาติแรก ในปี 2562

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2562

เมื่อพิจารณาจากรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามสัญชาติ ในปี 2562 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยสูงสุด โดยก่อให้เกิดรายได้จากการใช้จ่ายถึง 531,576.65 ล้านบาท รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย จำนวน 107,457.97 ล้านบาท รัสเซีย จำนวน 102,895.03 ล้านบาท ญี่ปุ่น จำนวน 93,758.84 ล้านบาท อินเดีย จำนวน 80,039.88 ล้านบาท สหรัฐอเมริกา จำนวน 76,819.24 ล้านบาท เกาหลีใต้ จำนวน 75,435.78 ล้านบาท สหราชอาณาจักร จำนวน 72,318.73 ล้านบาท ลาว จำนวน 58,035.54 ล้านบาท และ ออสเตรเลีย จำนวน 55,402.66 ล้านบาท

จากจำนวนและรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน มาเลเซีย อินเดีย เกาหลีใต้ ลาว ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา เป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศไทยสูง และก่อให้เกิดรายได้จำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยเป็นตัวเลือกในการเดินทางอันดับต้นๆ ของนักท่องเที่ยวจากประเทศในอาเซียน เนื่องจากความเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในระดับภูมิภาค และระยะทางที่ไม่ไกล อีกทั้งมีขอบเขตติดกัน รวมทั้งมีวัฒนธรรมที่ใกล้เคียงกัน ดังนั้น จึงมีความสนใจต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศนอกกลุ่มอาเซียนที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูง และสร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทยเป็นอันดับต้น ๆ เพื่อต้องการทราบความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่อตัวแปรด้านเศรษฐกิจมหภาคของแต่ละประเทศ ดังนี้ จีน อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา

อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความแปรปรวนสูง เนื่องจากมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องเนืองหลากหลาย อาทิ ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factor) เช่น อายุ รายได้ และสถานภาพสมรส ปัจจัยทางการตลาด (Marketing Factor) เช่น ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ราคา และโปรโมชั่น ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรม (Social and Cultural Factor) เช่น ความเชื่อของสังคม และสถานะทางสังคม และปัจจัยทางด้านจิตใจ (Psychological Factor) เช่น ความชอบ แรงจูงใจ และการรับรู้ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวของไทยยังปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญ อาทิ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และภูเก็ต ตลอดจนปัญหาในการบริหารจัดการขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานและมาตรฐานการจัดการแหล่งท่องเที่ยว ด้วย

ดังนั้น การพึ่งพาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศในสัดส่วนที่มากขึ้น จึงมีความเสี่ยงค่อนข้างมาก อีกทั้งเป็นการพัฒนาเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพของนักท่องเที่ยว เพราะฉะนั้น หากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถวางนโยบายในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยอาศัยการพิจารณาจากตัวชี้วัดเศรษฐกิจมหภาค เช่น มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) และดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ของประเทศต้นทาง (Origin Country) ของนักท่องเที่ยว ตลอดจนอัตราแลกเปลี่ยน ก็จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยสามารถปรับตัวให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในระดับมหภาคและสถานการณ์ของโลกอย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ในการศึกษา

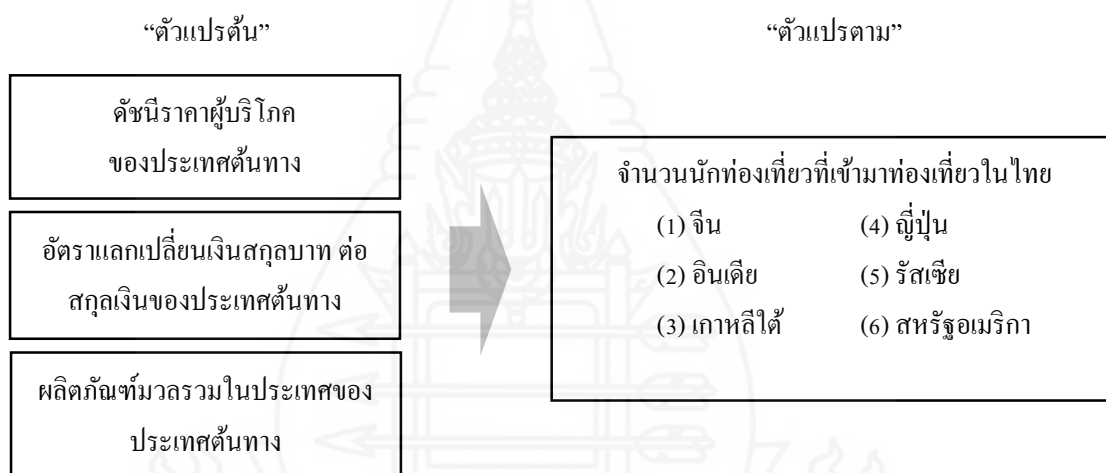
ในการศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้

2.1 เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2.2 เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

3. กรอบแนวคิดในการศึกษา

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาผู้บริโภคและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของประเทศต้นทาง (Origin Country) ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2562 ประกอบด้วย ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (Origin Country) และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง (Origin Country) เพื่อหาความสัมพันธ์ที่ปัจจัยทั้งสองมีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2562 ซึ่งมีกรอบของการวิจัยเรื่อง ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย ดังภาพที่ 1.4



ภาพที่ 1.4 ความเชื่อมโยงภายใต้กรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษา

4. สมมติฐานในการศึกษา

การเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index; CPI) ของประเทศต้นทาง (Origin Country) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2556 - 2562

5. ขอบเขตของการศึกษา

การศึกษานี้เป็นการศึกษาหาความสัมพันธ์ของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (Origin Country) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทางต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ระหว่างปี 2556 - 2562

โดยมีการกำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังนี้

5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษานี้มุ่งเน้นการทดสอบหาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ต่อดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (Origin Country) อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างสกุลเงินไทยบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง ระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2562

5.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้สำหรับการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ (1) จีน (2) อินเดีย (3) เกาหลีใต้ (4) ญี่ปุ่น (5) รัสเซีย และ (6) สหรัฐอเมริกา

5.3 ขอบเขตด้านเวลา การศึกษานี้ ใช้ข้อมูลประเภททุติยภูมิ แบบอนุกรมเวลา (time series) รายไตรมาส ระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2562 จากฐานข้อมูลของหน่วยงาน ดังนี้

- 1) ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย จำแนกตามสัญชาติ ระหว่างปี 2556 – 2562 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- 2) ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค หรือ Consumer Price Index (CPI) (Index 2015=100, Not Seasonally Adjusted) ของประเทศต้นทาง (Origin Country) ระหว่างปี 2556 – 2562 จากธนาคารกลางสหรัฐ (FRED)
- 3) ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลบาท (THB) ต่อสกุลเงินของประเทศต้นทาง (Origin Country) ระหว่างปี 2556 – 2562 จากธนาคารแห่งประเทศไทย
- 4) ข้อมูลมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง (Origin Country) ระหว่างปี 2556 – 2562 จากธนาคารกลางสหรัฐ (FRED)

6. นิยามศัพท์เฉพาะ

6.1 การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวตามนิยามขององค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (The World Tourism Organization; UNWTO) คือ การเดินทางของบุคคลจากสถานที่อยู่อาศัยตามปกติไปยังสถานที่อื่นเป็นการชั่วคราว (ไม่มากกว่า 1 ปี

ติดต่อกัน) และเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ติดต่อธุระและวัตถุประสงค์ใด ๆ ก็ตาม แต่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพ หรือแสวงหารายได้

6.2 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หมายถึง นักท่องเที่ยวชาว (1) จีน (2) อินเดีย (3) เกาหลีใต้ (4) ญี่ปุ่น (5) รัสเซีย และ (6) สหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2556 – 2562

6.3 ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product; GDP) หมายถึง มูลค่าของสินค้าขั้นสุดท้ายที่ผลิตภายในประเทศ ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง โดยไม่คำนึงว่าจะเป็นผลผลิตจากทรัพยากรภายในหรือภายนอกประเทศ ประกอบด้วย การบริโภคของภาคเอกชน (Consumption) การลงทุนจากภาคเอกชน (Investment) การใช้จ่ายของรัฐบาลหรือการลงทุนภาครัฐ (Government Spending) การส่งออกสินค้า (Export) และการนำเข้าสินค้า (Import)

6.4 ดัชนีราคาผู้บริโภค (Customer Price Index; CPI) หมายถึง ดัชนีที่ชี้วัดการเปลี่ยนแปลงด้านราคาของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคใช้จ่ายโดยเปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงจากปีฐานที่กำหนด ซึ่งดัชนีของการเปลี่ยนแปลงราคาดังกล่าวสามารถชี้ให้เห็นถึงภาวะของเงินเฟ้อที่เปลี่ยนแปลงจากปีฐานได้

6.5 อัตราแลกเปลี่ยน หมายถึง ราคาของเงินสกุลหนึ่ง หรือ เงินสกุลท้องถิ่น เมื่อเปรียบเทียบกับเงินอีกสกุลหนึ่ง หรือเงินสกุลต่างประเทศ ซึ่งเมื่อได้รับผลกระทบจากอัตราเงินเฟ้อ จะทำให้อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินทั้งสองสกุลเปลี่ยนแปลงไป โดยสกุลเงินที่มีอัตราเงินเฟ้อสูง และต่อเนื่องจากยิ่งทำให้เงินสกุลนั้นด้อยค่าลงเมื่อเปรียบเทียบกับเงินอีกสกุลหนึ่ง โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ให้ความสนใจกับอัตราแลกเปลี่ยนสกุลหยวน รูปีอินเดีย วอน เชน รูเบิล และดอลลาร์สหรัฐอเมริกา ต่อสกุลเงินบาทไทย

7. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ เป็นไปเพื่อเข้าใจถึงความสัมพันธ์ของดัชนีราคาผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง (Origin Country) ของนักท่องเที่ยว ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ระหว่างปี 2556 – 2562 เพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถประกอบการตัดสินใจในการออกนโยบายหรือมาตรการที่สนับสนุนการเติบโตการท่องเที่ยวของประเทศได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และทันเหตุการณ์มากยิ่งขึ้น

บทที่ 2

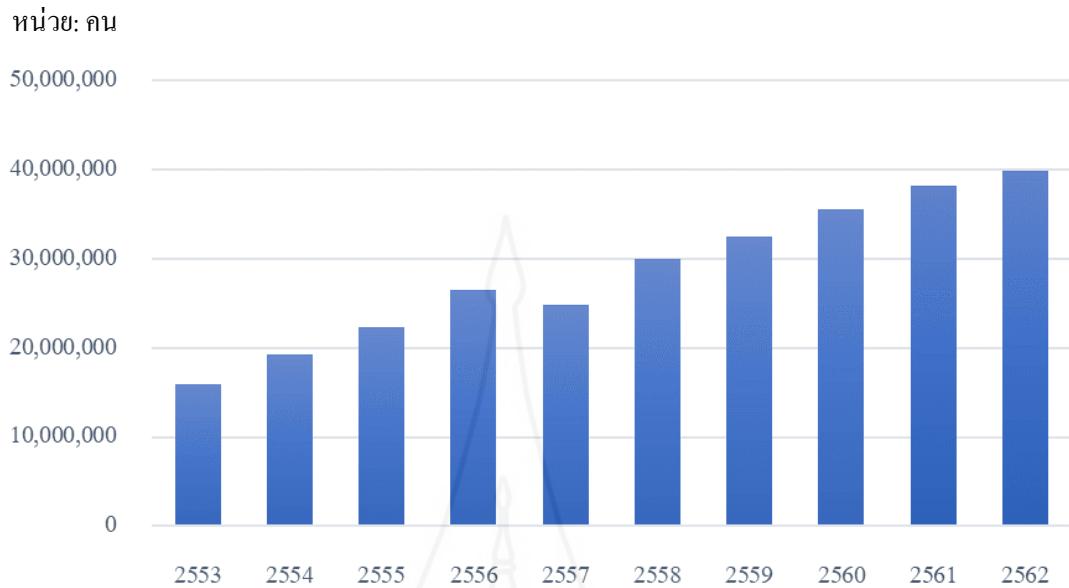
วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเรื่อง “ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาประเทศไทย” ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว
3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์
4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว
5. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
6. แนวคิดเกี่ยวกับเงินเฟ้อ
7. ทฤษฎีเกี่ยวกับความเสมอภาคของอำนาจซื้อ
8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย

การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก ในขณะที่ภาคการผลิต และการส่งออกของประเทศชะลอตัวลง ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า พ.ศ. 2562 ที่ผ่านมา ประเทศไทยได้รายได้จากการท่องเที่ยวถึง 3.01 ล้านล้านบาท ซึ่งมีสัดส่วนประมาณ 1 ใน 5 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) ประมาณร้อยละ 30 เกิดจากการใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourism) ที่มีการเดินทางของนักท่องเที่ยวมากกว่า 166 ล้านครั้ง และมากกว่า 2 ใน 3 ของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศ เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ซึ่งมีจำนวนเกือบ 40 ล้านคน เพิ่มขึ้นมากกว่า 2 เท่าจากเมื่อ 10 ปีก่อน (พ.ศ. 2552) ที่มีจำนวนเพียง 14.15 ล้านคน



ภาพที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย ตั้งแต่ พ.ศ. 2553 ถึง 2562

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2553-2562

เมื่อจำแนกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงสุด 10 อันดับแรกโดยเรียงตามจำนวน รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มากที่สุด 10 อันดับแรก

นักท่องเที่ยวสัญชาติ	จำนวน (คน)
จีน	10,994,721
มาเลเซีย	4,166,868
อินเดีย	1,995,516
เกาหลีใต้	1,887,853
ลาว	1,845,375
ญี่ปุ่น	1,806,340

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

นักท่องเที่ยวสัญชาติ	จำนวน (คน)
รัสเซีย	1,483,453
สหรัฐอเมริกา	1,167,845
สิงคโปร์	1,056,836
เวียดนาม	1,047,629

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2562

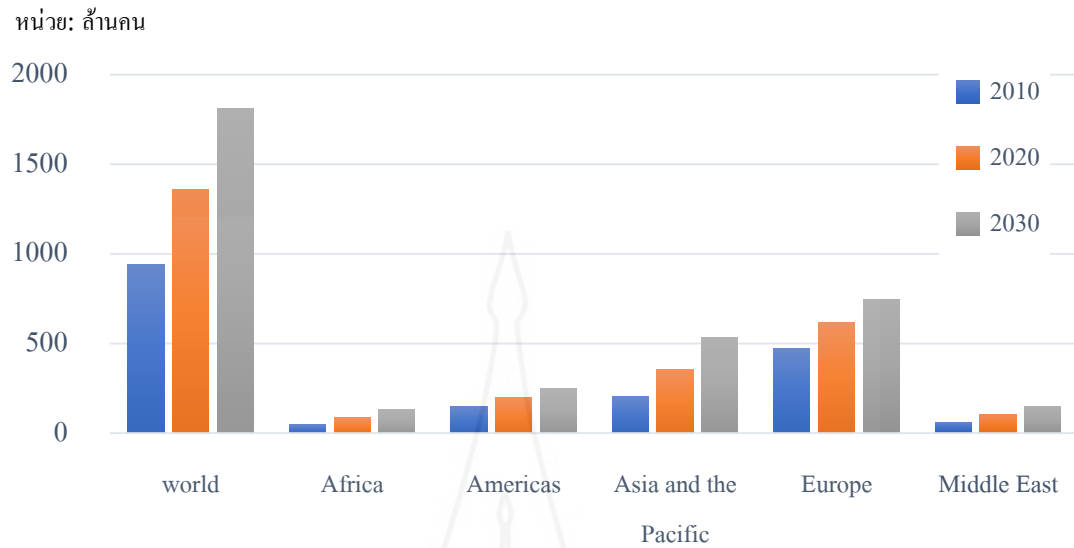
ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวต่างชาติได้มีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวนประมาณ 2 ล้านล้านบาท ใน พ.ศ. 2562 ซึ่งมีนักท่องเที่ยว 10 สัญชาติที่เดินทางเข้ามาไทยสูงที่สุด มีค่าใช้จ่ายรวมกันคิดได้ประมาณร้อยละ 65 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด รายละเอียดปรากฏดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย พ.ศ. 2562 มากที่สุด 10 อันดับแรก

นักท่องเที่ยวสัญชาติ	รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)
จีน	543,707.33
มาเลเซีย	106,728.72
อินเดีย	86,372.01
เกาหลีใต้	74,367.38
ลาว	54,881.26
ญี่ปุ่น	89,807.95
รัสเซีย	103,784.23
สหรัฐอเมริกา	83,276.12
สิงคโปร์	74,164.38
เวียดนาม	34,742.01

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2562

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลกที่มีแนวโน้มเติบโตอย่างรวดเร็ว จากปัจจัยสนับสนุนในหลายมิติ เช่น ภาวะเศรษฐกิจของประเทศเศรษฐกิจใหม่ที่ขยายตัวอย่างก้าวกระโดด การยกเลิกเงื่อนไขและการส่งเสริมให้ประชาชนเดินทางท่องเที่ยวนอกประเทศของสาธารณรัฐประชาชนจีน การเติบโตและการขยายตัวของสายการบินราคาประหยัด (Budget Airline) หรือสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ หรือ UNWTO ได้คาดการณ์ว่าหากสถานการณ์ปกติการท่องเที่ยวของโลกจะเติบโตอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง โดยประมาณการว่าเมื่อถึง ค.ศ. 2030 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist Arrivals) จะมีจำนวนถึง 1.8 พันล้านคน ทั้งนี้ UNWTO ได้รายงานว่ ค.ศ. 2019 นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีจำนวนสูงถึง 1.5 พันล้านคน ซึ่งสูงจากค่าคาดการณ์ที่ 1.4 พันล้านคน โดยภูมิภาคยุโรปเป็นภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดถึง 742.3 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 50.8 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งโลก โดยภูมิภาคที่มีนักท่องเที่ยวมากที่สุดในอันดับรองลงมา ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก (363.6 ล้านคน, สัดส่วนร้อยละ 24.9) ภูมิภาคอเมริกา (220.1 ล้านคน, สัดส่วนร้อยละ 15.1) ภูมิภาคแอฟริกา (71.2 ล้านคน, สัดส่วนร้อยละ 4.9) และกลุ่มภูมิภาคตะวันออกกลาง (63.9 ล้านคน, สัดส่วนร้อยละ 4.4) ตามลำดับ ในขณะที่ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกเป็นภูมิภาคที่มีความน่าสนใจเมื่อพิจารณาจากการขยายตัวของการท่องเที่ยว ตั้งแต่ ค.ศ. 2009 ถึง 2019 เฉลี่ยร้อยละ 7.1 ต่อปี สูงกว่าอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวของโลกมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 5.1 ในขณะที่ภูมิภาคที่เหลือนี้อัตราการขยายตัวต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของโลกทั้งสิ้น ซึ่งมีอัตราการเติบโต ดังนี้ ภูมิภาคยุโรป และภูมิภาคอเมริกา ขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.6 ต่อปี ภูมิภาคแอฟริกา มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 4.4 ต่อปี และภูมิภาคตะวันออกกลางมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 2.7 ต่อปี นอกจากนี้ UNWTO ยังได้คาดการณ์ว่าระหว่าง ค.ศ. 2010 - 2030 การท่องเที่ยวของโลกจะมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นรวมกันในทุกภูมิภาคเฉลี่ยร้อยละ 3.3 ต่อปี หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเพิ่มขึ้นประมาณ 43 ล้านคนต่อปี โดยภูมิภาคที่จะมีการเติบโตของการท่องเที่ยวมากที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก ที่คาดว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวถึง 535 ล้านคน ใน ค.ศ. 2030 เพิ่มขึ้นจาก ค.ศ. 2010 ถึง 331 ล้านคน และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 4.9 ต่อปี และใน ค.ศ. 2030 ภูมิภาคตะวันออกกลาง และภูมิภาคแอฟริกา จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นมากกว่าสองเท่า โดยภูมิภาคตะวันออกกลางจะมีนักท่องเที่ยวเป็น 149 ล้านคน เพิ่มจาก 61 ล้านคน ใน ค.ศ. 2010 และภูมิภาคแอฟริกา จะมีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 134 ล้านคน จาก 50 ล้านคน ใน ค.ศ. 2010 และภูมิภาคที่มีอัตราการเติบโตน้อยที่สุด ได้แก่ ภูมิภาคยุโรปจะมีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 744 ล้านคน จาก 475 ล้านคน ใน ค.ศ. 2010 และภูมิภาคอเมริกาจะเพิ่มเป็น 248 ล้านคน จากเดิมที่มีจำนวน 150 ล้านคน ใน ค.ศ. 2010 รายละเอียดปรากฏดังภาพที่ 2.2



ภาพที่ 2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในแต่ละภูมิภาค ค.ศ. 2010 2020 และ 2030

ที่มา: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา สถิติด้านการท่องเที่ยว, 2010 2020 2030

2. แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลกแห่งสหประชาชาติ (The World Tourism Organization: UNWTO) กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และนักวิจัยหลายท่าน ได้กำหนดคำนิยามของการท่องเที่ยว (Tourism) ว่าไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งสามารถสรุปได้ว่าการท่องเที่ยว หมายถึง การที่บุคคลเดินทางไปยังสถานที่อื่น ที่มีไว้ที่อยู่อาศัยหรือที่พักอาศัยปกติ เพื่อความบันเทิงรื่นเริงใจ เยี่ยมญาติ หรือการไปร่วมประชุมเป็นการชั่วคราว ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพเป็นหลักฐานหรือไม่ใช่การพำนักอยู่เป็นการถาวร ซึ่งมีระยะเวลาติดต่อกันไม่เกิน 1 ปี และยังเป็นไปด้วยความสมัครใจของบุคคล ไม่ได้ถูกบังคับ” ทั้งนี้ บุคคลที่เดินทางจะเรียกว่า “นักท่องเที่ยว (Tourist)”

นิคม จารุมณี (2544) ได้ระบุว่า องค์การสหประชาชาติ ได้กำหนดเงื่อนไขของ “การท่องเที่ยว” ว่าต้องมี 3 องค์ประกอบดังต่อไปนี้ ได้แก่ 1) การเดินทาง (Travel) คือ ต้องมีการเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่งโดยใช้ยานพาหนะจะมีระยะทางใกล้หรือไกลก็ได้ 2) จุดหมายปลายทาง (Destination) คือ ต้องมีสถานที่ที่บุคคลเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงระยะเวลาหนึ่ง

ณ ที่นั่น 3) จุดมุ่งหมาย (Purpose) คือ ต้องมีจุดมุ่งหมายในการเดินทาง เพื่อการพักผ่อน หรือเพื่อการบันเทิงใจ หรืออย่างอื่น แต่มีค่าใช้จ่ายหรือไปพักผ่อนเป็นการถาวร

ไพฑูรย์ พงศบุตร และวิลาศวงศ์ พงศบุตร (2536) และ นิคม จารุมณี (2544) กล่าวว่า การท่องเที่ยวมีความสำคัญกับระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของประเทศไทย โดยอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างให้เกิดรายได้ และนำเม็ดเงินจากต่างประเทศ เข้าสู่ประเทศไทยสนับสนุนการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพการชำระเงินของประเทศ อีกทั้งยังเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้สู่ประชาชน และสร้างให้เกิดอาชีพ นอกจากนั้น การท่องเที่ยว ยังสนับสนุนการอนุรักษ์และฟื้นฟูประเพณี วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ ตลอดจนการสร้าง ความสามัคคีและความเข้าใจอันดีให้แก่คนต่างเชื้อชาติและวัฒนธรรม

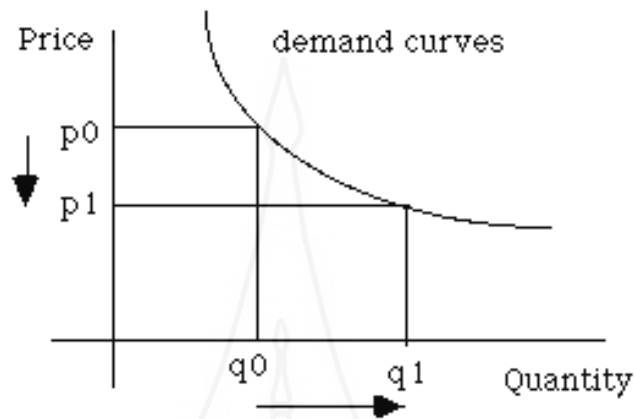
นอกจากนั้น วีระพล วงษ์ประเสริฐ (2536) ได้เสนอว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เป็นอุตสาหกรรมหลักในการนำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ และมีผลกระทบต่อการลงทุน ในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องอย่างกว้างขวาง เช่น ธุรกิจ โรงแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่ง และ ธุรกิจอาหาร เป็นต้น ดังนั้น เพื่อให้การเติบโตของการท่องเที่ยวไทยเป็นไปได้อย่างต่อเนื่อง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมอื่นๆ จึงจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาไปควบคู่กัน ทั้งนี้ เนื่องจากการท่องเที่ยวทำให้เกิดการกระจายรายได้แก่ธุรกิจและระบบเศรษฐกิจโดยรวม ของประเทศ (Multiplier Effect) ตั้งแต่ระดับฐานรากจนถึงระดับประเทศ ดังนั้น การที่รัฐบาล ให้ความสำคัญต่อการจัดสรรงบประมาณ เพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงมีผลต่อ การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก

จากแนวคิดต่างๆ ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว (Tourism) หมายถึง การ เดินทางของบุคคลหรือคณะบุคคล จากสถานที่อยู่อาศัยปกติ ไปสู่สถานที่อื่นๆ เป็นการชั่วคราว ไม่ใช่เป็นการไปเพื่อทำงานหรือย้ายถิ่นฐานเป็นการถาวร แต่เป็นไปเพื่อการอื่นๆ เช่น การ นันทนาการ การพักผ่อนหย่อนใจ หรือการเรียนรู้ประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยทั่วไปไม่นานกว่า 1 ปี แต่ก็ไม่น้อยกว่า 1 คืน ทั้งนี้ จะไม่สนใจเรื่องวิธีการเดินทาง

3. ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับอุปสงค์

อุปสงค์ (Demand) สำหรับสินค้าและบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง มีความหมายถึง ปริมาณ สินค้าและบริการชนิดนั้น ที่ผู้บริโภคมีความต้องการจะซื้อ ณ ระดับราคาฯ หนึ่ง ในห้วงเวลาใด เวลาหนึ่ง โดยความต้องการดังกล่าวต้องเป็นความต้องการที่มีอำนาจซื้อ หรือความสามารถที่จะซื้อ (Purchasing Power) ซึ่งอุปสงค์จะมีลักษณะเป็นไปตาม “กฎของอุปสงค์” (Law of Demand)

ที่เป็นการแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่มีลักษณะแปรผกผันกันระหว่างราคา (price) ของสินค้าและบริการ กับปริมาณ (quantity) ความต้องการซื้อสินค้าและบริการนั้น



ภาพที่ 2.3 เส้นอุปสงค์ (Demand Curve)

ที่มา: <https://www.thebalance.com/demand-curve-definition-types-and-how-it-works-3305705>

ภาพที่ 2.3 แสดงให้เห็นถึงเส้นอุปสงค์ (Demand Curve) ที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างราคา (price) ของสินค้าและบริการ กับปริมาณ (quantity) ของความต้องการซื้อสินค้าและบริการนั้น ซึ่งมีลักษณะความสัมพันธ์เป็นแบบผกผันซึ่งกันและกัน โดยกำหนดให้ P_0 และ P_1 แทนราคา และ Q_0 และ Q_1 แทนปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการ เส้นอุปสงค์จะมีความชันเป็นลบ ทำให้เส้นอุปสงค์เป็นเส้นลาดลงจากซ้ายไปขวา

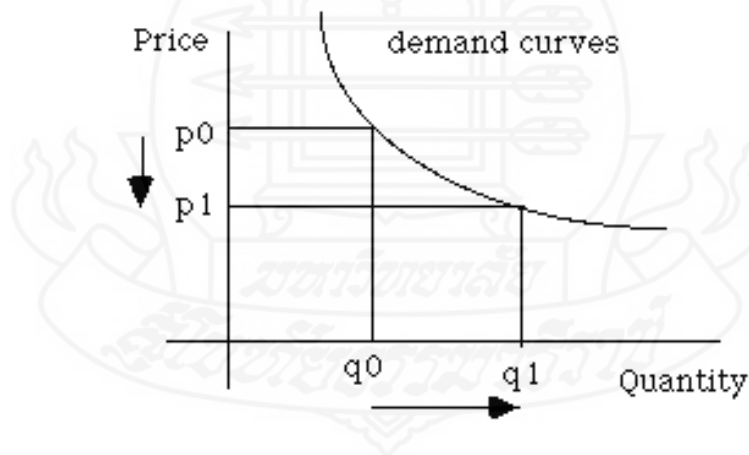
การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์จะขึ้นอยู่กับปัจจัยกำหนดอุปสงค์ เช่น ราคาของสินค้า รายได้ของผู้บริโภค การกระจายของรายได้ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ราคาของสินค้าทดแทน รสนิยมของผู้บริโภค ฤดูกาล เทศกาล จำนวนผู้บริโภคในตลาดหรือจำนวนประชากร การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต และค่าใช้จ่ายในการโฆษณา สามารถเขียนเป็นฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

$$Q_d = f(P_x, I, P_y, C, S, F, N, E_f, D, G, A)$$

โดยที่ Q_d คือ ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการ
 P_x คือ ราคาของสินค้าหรือบริการ

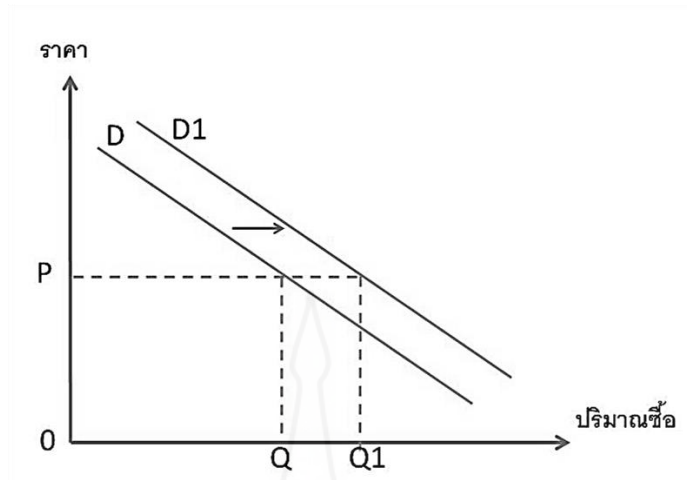
I	คือ รายได้ของผู้บริโภค
P_Y	คือ ราคาของสินค้าหรือบริการอื่น
C	คือ รสนิยมของผู้บริโภค
S	คือ ฤดูกาล
F	คือ เทศกาล
N	คือ จำนวนประชากร
E_F	คือ การคาดคะเนเหตุการณ์ในอนาคต
D	คือ การกระจายรายได้
G	คือ ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ
A	คือ ค่าใช้จ่ายในการโฆษณา

โดยเฉพาะปัจจัยด้านรายได้ มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมาก ซึ่งจะมีการตอบสนองต่อสินค้าทั่วไป (normal goods) และสินค้าด้อย (inferior goods) แตกต่างกัน โดยสินค้าทั่วไปปริมาณของอุปสงค์จะแปรผันตรงกับจำนวนรายได้ที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่อุปสงค์ต่อสินค้าด้อยจะมีการเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามกับการเพิ่มขึ้นของรายได้



ภาพที่ 2.4 การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ภายในเส้นอุปสงค์

ที่มา: <https://www.thebalance.com/demand-curve-definition-types-and-how-it-works-3305705>



ภาพที่ 2.5 การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ หรือการเลื่อนของเส้นอุปสงค์

ที่มา : http://econosuriya.blogspot.com/2012/11/blog-post_9448.html

การเปลี่ยนแปลงของเส้นอุปสงค์ (Demand Curve) จะมี 2 ลักษณะ ได้แก่

- 1) การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ภายในเส้นอุปสงค์ (Change in Quantity Demanded) คือ การที่ราคาสินค้ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ไม่ได้เปลี่ยนแปลง ซึ่งจะทำให้ปริมาณอุปสงค์เคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดิม ดังภาพที่ 2.4 และ
- 2) การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ หรือการเลื่อนของเส้นอุปสงค์ (Shift in Demand Curve) คือ การที่ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์เปลี่ยนแปลงในขณะที่ ราคาของสินค้าคงที่ เช่น การเพิ่มขึ้น/ลดลงของรายได้ของผู้บริโภค การขยายตัว/หดตัวของเศรษฐกิจ และการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล ทำให้เส้นอุปสงค์ทั้งเส้นเคลื่อนที่ไปจากเส้นเดิม โดยหาระดับอุปสงค์เปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่เพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์ก็จะเลื่อนไปทางขวาของเส้นอุปสงค์เดิม ในขณะที่ หาระดับอุปสงค์ลดลง เส้นอุปสงค์ก็จะเลื่อนไปทางซ้ายมือของเส้นอุปสงค์เดิมทั้งเส้น ดังภาพที่ 2.5

อุปสงค์มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ ณ ค่าหนึ่งๆ หรือเรียกว่า ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) โดยทั่วไป ความยืดหยุ่นของอุปสงค์จะวัดได้จากการเปรียบเทียบอัตราการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ของสินค้าหรือบริการที่ศึกษา ต่ออัตราการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ เช่น ราคาของสินค้าหรือบริการ รายได้ของผู้บริโภค และราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถเขียนความสัมพันธ์ได้ ดังนี้

$$\text{ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (E)} = \frac{\text{ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปริมาณอุปสงค์ (Q)}}{\text{ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ (X)}}$$

โดยที่	E	คือ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์
	Q	คือ ปริมาณอุปสงค์
	X	คือ ปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดปริมาณอุปสงค์

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท ได้แก่ (1) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา หมายถึง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงไปตามราคาที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง (2) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ หมายถึง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงไปตามรายได้ของผู้บริโภคที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง และ (3) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้องหรือความยืดหยุ่นไขว้ หมายถึง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการเปลี่ยนแปลงในปริมาณซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง เมื่อราคาของสินค้าอีกชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งสินค้าที่กล่าวถึงนี้จะจำแนกได้ 2 ชนิด ได้แก่ สินค้าประกอบ (complementary goods) และสินค้าทดแทนกัน (substitution goods)

4. แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมและการเลือกเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับปัจจัยที่นักท่องเที่ยวใช้ตัดสินใจหลายประการ เช่น รายได้ ราคา ความรู้สึก หรือความนิยม ซึ่งเมื่อพิจารณาจากงานวิจัยต่างๆ พบว่ามีแนวคิดและการให้ความหมายเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ดังนี้

โสภา ชูพิกุลชัย (2521) และชัยพร วิชชาวุธ (2523) ได้ให้ความหมายของพฤติกรรม หมายถึง กิจกรรมต่างๆ ที่สิ่งมีชีวิตกระทำและบุคคลอื่นสามารถสังเกตได้ หรือใช้เครื่องมือวัดได้ อีกทั้งพฤติกรรมมิได้แสดงออกทางร่างกายอย่างเดียว ยังรวมถึงการแสดงออกภายในด้วย เช่น การได้ยิน ความรู้สึก โกรธ และการคิด

ประสิทธิ์ ทองอุ่น (2542) กล่าวถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวว่า มีความหมายโดยรวมถึงการกระทำต่างๆ ของนักท่องเที่ยวทั้งที่กระทำไปโดยรู้ตัวและไม่รู้ตัว ทั้งนี้ เพื่อมุ่งตอบสนองต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) พฤติกรรมภายนอก (Overt Behavior) คือพฤติกรรมหรือการกระทำที่สามารถสังเกตได้ ด้วยประสาทสัมผัสของผู้สังเกต หรือการใช้เครื่องมือตรวจสอบ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ (1) แบบ โมลาร์ (molar) เป็นพฤติกรรมภายนอกที่สามารถสังเกตเห็นได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องมือทดสอบ เช่น การขึ้น การเดิน การนั่ง การนอน ฯลฯ และ (2) แบบ โมเลคิวลาร์ (molecular) เป็นพฤติกรรมภายนอกที่จะสามารถรับรู้ได้ โดยอาศัยเครื่องมือทางวิทยาศาสตร์ตรวจสอบเพียง

อย่างเดียว เช่น คลื่นไฟฟ้าสมอง คลื่นไฟฟ้าหัวใจ และการเปลี่ยนแปลงของระดับสารเคมีต่างๆ ในร่างกาย และ 2) พฤติกรรมภายใน (Covert Behavior) หมายถึง กระบวนการทางจิต (mental process) ที่รับรู้ได้เฉพาะบุคคลนั้น เป็นพฤติกรรมที่ไม่สามารถสังเกตเห็นได้โดยผู้สังเกต หรือโดยการใช้เครื่องมือตรวจสอบ เช่น อารมณ์ ความทรงจำ ความนึกคิด และประสบการณ์ โดยทั่วไปการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมภายในจะเป็นตัวกำหนดการแสดงออกของพฤติกรรมภายนอก ในขณะที่ เนาวรัตน์ พลายน้อย (2538) ระบุว่า การวิจัยวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมักจะมุ่งเน้นถึงการวิเคราะห์ปัจจัยที่ใช้ในการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว เช่น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว เวลาในการท่องเที่ยว และความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งขนาดและทิศทางของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของแต่ละบุคคลจะแปรผันไปตามข้อจำกัดของแต่ละบุคคล เช่น ผู้มีเวลาน้อย งบประมาณจำกัด หรือมีความตั้งใจในการเดินทางต่ำ ก็จะเลือกเดินทางท่องเที่ยวในสถานที่ใกล้ๆ กับแหล่งพำนัก ในขณะที่ผู้ที่มีเวลามากขึ้น รายได้สูงขึ้น หรือมีความตั้งใจในการเดินทางมากขึ้นก็จะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ที่ไกลกว่า หรือมีคุณภาพเหนือกว่า เป็นต้น

นอกจากนั้น สรชัย พิศาลบุตร และนฤมล สมิตินันท์ (2526) ได้ระบุว่าพฤติกรรมของมนุษย์มีความแตกต่างกันระหว่างบุคคลที่มีสถานภาพทางสังคมที่แตกต่างกัน นอกเหนือจากการที่บุคคลมีความพึงพอใจที่แตกต่างกันแล้ว พฤติกรรมของบุคคลยังมีไปเพื่อการแสดงออกถึงสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เพื่อเป็นการสร้างความยอมรับและต้องการการยกย่องจากบุคคลอื่นในสังคม นอกจากนี้ บุคคลบางกลุ่มยังเลือกการท่องเที่ยวเป็นช่องทางในการหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจของชีวิตปกติ หรือเพื่อการค้นหาประสบการณ์ใหม่ตามความสนใจ และความอยากรู้

ทั้งนี้ Cohen (1979) ได้เสนอรูปแบบของการท่องเที่ยวจำแนกตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ไว้ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวเชิงนันทนาการ (Recreational Tourists) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการพักผ่อนจากการทำงานหรือชีวิตปกติ และให้ความสำคัญกับกิจกรรมนันทนาการในการท่องเที่ยว
- 2) นักท่องเที่ยวแบบมุ่งหาความเพลิดเพลิน (The Diversionsary Tourists) ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่พยายามหลีกเลี่ยงความซ้ำซากจำเจของชีวิต
- 3) นักท่องเที่ยวที่มุ่งหาประสบการณ์ (The Experiential tourists) หรือนักท่องเที่ยวที่มุ่งแสวงหาประสบการณ์ที่แท้จริง
- 4) นักท่องเที่ยวแบบชอบทดลอง (The Experimental Tourists) หรือนักท่องเที่ยวที่สนใจในการเป็นอยู่วิถีชีวิต ชอบการพูดคุยกับชาวบ้าน เพื่อเรียนรู้และเข้าใจวิถีชีวิตของชุมชน

5) นักท่องเที่ยวแบบกลมกลืนกับสิ่งที่เป็นอย่างอยู่ (The Existential Tourists) เป็นนักท่องเที่ยวที่ต้องการใช้ชีวิตภายใต้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมอย่างเดียวกับคนท้องถิ่น ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะชอบท่องเที่ยวในที่ได้ที่หนึ่งเป็นเวลานานๆ

5. แนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

การตัดสินใจในการเดินทางและการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว ถูกกำหนดด้วยองค์ประกอบที่สำคัญทั้งสิ้น 7 อย่าง ได้แก่

1) เป้าหมาย (Goal) เป็นวัตถุประสงค์ที่ทำให้เกิดการเดินทางหรือกิจกรรม เช่น นักท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ต้องการการยกย่อง หรือเติมเต็มความพึงพอใจในการได้มีส่วนช่วยเหลือสิ่งแวดล้อมในสถานที่ที่ตนเองไปท่องเที่ยว

2) ความพร้อม (Readiness) นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความพร้อมของสภาวะจิตใจและสภาพร่างกายที่เหมาะสมกับการเดินทางท่องเที่ยว และการทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น ภูมิภาวะ ความแข็งแรงของร่างกาย หรือความสามารถในการประกอบกิจกรรม

3) สถานการณ์ เช่น โอกาสหรือเหตุการณ์แวดล้อมที่เหมาะสมให้เกิดการเดินทาง เช่น สภาพภูมิอากาศ การแพร่ระบาดของเชื้อโรค หรือสถานการณ์ความไม่สงบทางการเมือง

4) การแปลความหมาย หมายถึง แนวคิดและวิธีการคิด เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการในสถานการณ์หนึ่งๆ ให้ได้ประโยชน์ต่อตนเองสูงสุด

5) การตอบสนอง ได้แก่ การตัดสินใจกำหนดการวางแผนในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่ได้กระทำการไว้ล่วงหน้าแล้ว

6) ผลลัพธ์ ได้แก่ ผลจากการกระทำเพื่อตอบสนองต่อเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่งแล้ว ซึ่งสามารถมีผลลัพธ์ได้ทั้งเชิงบวก และเชิงลบ

7) ปฏิกริยาต่อความผิดหวัง คือ การตอบสนองต่อผลลัพธ์ในทางลบที่เกิดขึ้น หรือเมื่อเหตุการณ์ไม่ได้เป็นไปตามที่คาดการณ์ไว้

ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีทั้งสิ้น 6 ปัจจัย ได้แก่

1) ปัจจัยทางด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Factors) ได้แก่ จำนวนประชากร โครงสร้างทางประชากรศาสตร์ การศึกษา และสถานภาพทางสังคม เป็นต้น

2) ปัจจัยทางเทคโนโลยี (Technology Factors) ได้แก่ ปัจจัยในการผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางการท่องเที่ยว ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและวางแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัยของข้อมูลต่างๆ บนระบบอินเทอร์เน็ต เป็นต้น

3) ปัจจัยทางการเมือง (Political Factors) ได้แก่ ความมั่นคงทางการเมือง ความขัดแย้ง แนวความคิดทางการเมือง ศาสนา และการปกครอง ครอบคลุมถึงภัยจากการก่อการร้าย เพื่อแบ่งแยกการปกครอง เป็นต้น

4) ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (Economic Factors) ได้แก่ ระดับรายได้ อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลกและภายในประเทศ ความเสมอภาคของอำนาจซื้อ และระดับค่าครองชีพในประเทศต้นทางและปลายทาง อัตราแลกเปลี่ยน เป็นต้น

5) ปัจจัยด้านสังคมและวัฒนธรรม (Socio-Cultural Factors) ได้แก่ วัฒนธรรม แนวความคิด ขนบธรรมเนียม ประเพณี ตลอดจนทัศนคติและรสนิยมของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

6) ปัจจัยด้านสื่อมวลชน (Media Factors) ได้แก่ การเข้ามามีบทบาทในการชี้แนะ หรือให้ข้อมูลที่สามารถโน้มน้าวใจของประชาชนที่รับสารได้ ซึ่งการท่องเที่ยวอาจจะได้รับผลกระทบทั้งทางบวกและทางลบจากข้อสารที่สื่อออกไป

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว มีความคล้ายคลึงกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์อื่นๆ ซึ่งเริ่มจากกระบวนการกระตุ้นให้เกิดความอยากซื้อ โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ (Input) ไม่ว่าจะเป็นโฆษณาทางโทรทัศน์ วิทยุ หรือสื่อออนไลน์ รวมถึงการบอกต่อจากบุคคลที่มีชื่อเสียง ครอบครัว หรือเพื่อนฝูง ซึ่งสร้างให้เกิดความรับรู้ (Perception) ต่อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว จนนำไปสู่การเกิดความต้องการและการพยายามตอบสนอง (Output) ต่อความต้องการของตนเองให้ได้มีความพึงพอใจสูงสุด นักท่องเที่ยวจึงตัดสินใจเดินทาง

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว มี 9 ขั้นตอนที่สำคัญ ดังนี้

1) การส่งเสริมตลาด (Tourism Promotion) คือ การสื่อสารข้อมูล และข่าวสารทางการตลาด ให้แก่กลุ่มนักท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการเดินทางท่องเที่ยว

2) การเกิดความต้องการท่องเที่ยว (Need) เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการเดินทางหลังจากการรับทราบข้อมูล

3) การสร้างแรงจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว (Motivation) คือ การสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทาง ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ (1) ปัจจัยที่เป็นแรงสนับสนุน (Push Factor) และ (2) ปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูด (Pull Factor)

4) การตัดสินใจของนักท่องเที่ยว (Decision Making) คือ การตัดสินใจที่จะเดินทาง เนื่องด้วยแรงกระตุ้นจากสิ่งจูงใจ ประกอบกับการตัดสินใจจากประสบการณ์ ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม หรือด้านวัฒนธรรม เป็นต้น

5) การวางแผนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Planning for Expenditure) เป็นขั้นตอนในการวางแผนเรื่องค่าใช้จ่ายที่จะเกิดขึ้นระหว่างการท่องเที่ยวที่ตัดสินใจแล้ว

6) การเตรียมการเดินทาง (Travel Preparation) คือ การเตรียมตัวเรื่องต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการยืนยันการเดินทาง เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบิน และการขอวีซ่า

7) การเดินทาง (Travel) เป็นขั้นตอนที่นักท่องเที่ยวออกเดินทางตามแผนที่กำหนดไว้ไปยังแหล่งท่องเที่ยว/สถานที่ ที่มีความสนใจแล้ว

8) ประสบการณ์นักท่องเที่ยว (Experience) คือ สิ่งที่นักท่องเที่ยวได้พบเจอในระหว่างการเดินทางและมีปฏิกริยาด้วย ไม่ว่าจะเป็นเชิงบวก หรือเชิงลบ อันจะส่งผลต่อทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวครั้งนั้นๆ และอาจจะขยายจนเป็นความรู้สึกรู้สึกต่อสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นเลย

9) ทัศนคติของนักท่องเที่ยว (Attitude) เป็นเครื่องมือในการสร้างแรงกระตุ้นทั้งเชิงบวกและเชิงลบต่อการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้ ทัศนคติของนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจสูง อาจจะเป็นแรงจูงใจให้บุคคลอื่นที่ได้รับฟังเรื่องราวตัดสินใจท่องเที่ยวได้

จากผลการศึกษาของนักวิจัยหลายท่าน มีความเห็นสอดคล้องไปในทางเดียวกันว่า อัตราแลกเปลี่ยน รายได้ต่อหัวของประชากร และอัตราเงินเฟ้อของประเทศต้นทาง เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ โดย เมธา ชำนิ (2544) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ระหว่างปี พ.ศ. 2521 ถึง 2542 ด้วยวิธีการกำลังสองน้อยที่สุด พบว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคในประเทศไทย รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เป็นตัวแปรสำคัญทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ และเหตุความไม่สงบทางการเมือง และสงครามมีผลต่อการลดลงอย่างมีนัยสำคัญของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ในขณะที่ สุภาพร สุขมาก (2554) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อปัจจัยทางเศรษฐศาสตร์ต่างๆ ระหว่าง พ.ศ. 2534 ถึง 2553 ของนักท่องเที่ยวจาก 25 ประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ด้วยการประมาณค่าแบบจำลองด้วยวิธี General Method of Moment (GMM) พบว่า รายได้ต่อหัว ราคาสินค้า และอัตราแลกเปลี่ยน เป็นปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ บัณฑิต

ชัยวิญญาชาติ (2015) ได้ศึกษาการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยด้วยข้อมูลรายปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2540 ถึง 2555 ด้วยการประมาณการแบบกำลังสองน้อยที่สุดและการทดสอบโคอินทิเกรชันแบบ 2 ขั้นตอน (2-step approach cointegration) พบว่า รายได้ต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน เป็นตัวแปรทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อการตัดสินใจในการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม Preedatham, Vivatvanit, and Suksonghong (2018) ได้ประมาณการอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และอินเดีย โดยใช้ข้อมูลระหว่างปี พ.ศ. 2546 ถึง 2558 ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด พบว่าดัชนีราคาผู้บริโภคของไทยและของประเทศต้นทาง รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม จากผลการศึกษาของอัครพงศ์ อันทอง และมิ่งสรรพ ขาวสอาด (2554) พบว่าการท่องเที่ยวของไทยมีลักษณะเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยของตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สำคัญ หมายความว่า การท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อรายได้ กล่าวคือ ผู้บริโภคจะมีการบริโภคมากขึ้นเมื่อรายได้สูงขึ้น ซึ่งการศึกษาดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ของการท่องเที่ยวไทยต่อรายได้เท่ากับ 1.493 ความยืดหยุ่นต่อราคาที่ -1.570 และค่าความยืดหยุ่นไขว้ที่ 1.813 ซึ่งมีค่ามากกว่าความยืดหยุ่นต่อราคา อันสะท้อนให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงราคาของแหล่งท่องเที่ยวทดแทนมีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของไทย มากกว่าการเปลี่ยนแปลงราคาของการท่องเที่ยวไทย และจากการศึกษาดังกล่าว ยังแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากแต่ละประเทศมีความยืดหยุ่นที่แตกต่างกัน และการเปลี่ยนแปลงนโยบายด้านอัตราแลกเปลี่ยน มีผลกระทบต่อเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย ยกเว้น เกาหลีใต้และสหรัฐอเมริกา ในขณะที่ความยืดหยุ่นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในช่วงฤดูท่องเที่ยวและนอกฤดูการท่องเที่ยวไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ

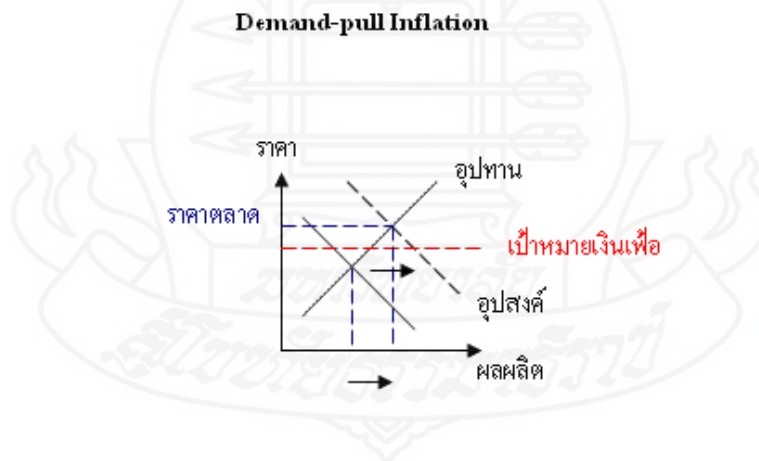
6. แนวคิดเกี่ยวกับเงินเฟ้อ

การศึกษารั้ครั้งนี้ให้ความสนใจกับภาวะเงินเฟ้อที่มีผลจากการเติบโตของระบบเศรษฐกิจ ซึ่งมีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากผลงานวิจัยหลายฉบับ พบว่านักวิจัยแต่ละท่านได้ให้คำจำกัดความของเงินเฟ้อที่คล้ายคลึงกันแต่มีความแตกต่างกันในรายละเอียด เช่น Robert Barro and Vittorio Grilli (1994) ได้เสนอแนวคิดว่าการเกิดภาวะเงินเฟ้อในอัตราที่สูงอาจจะเกิดจากการขยายตัวของปริมาณเงินใน

ระบบเศรษฐกิจที่มีมากเกินไป ซึ่งเป็นกรณีที่ตรงข้ามกับภาวะเงินฝืด เนื่องจากความกังวลของผู้บริโภคที่เลือกเก็บเงินสดแทนการใช้จ่าย Raph Turvey กล่าวว่า เงินเฟ้อเกิดจากขบวนการที่พยายามรักษารายได้ที่แท้จริงทั้งหมด รายจ่ายที่แท้จริงทั้งหมด หรือผลผลิตทั้งหมดของระบบเศรษฐกิจในภาวะที่รายได้ประชาชาติที่เกิดขึ้นจริง (actual GNP) เพิ่มขึ้นสูงกว่ารายได้ประชาชาติที่แท้จริง (real GNP) A.P. Lerner ได้ให้คำนิยามว่า ภาวะเงินเฟ้อเป็นสภาวะการณ์ที่มีอุปสงค์ส่วนเกินมากกว่าอุปทานส่วนเกิน เนื่องจากการคาดคะเนหรือความตั้งใจซื้อมากกว่าขาย และ Bent Hansen กล่าวว่า ภาวะเงินเฟ้อเกิดจากการมีอุปสงค์ส่วนเกินในตลาดของสินค้าและแรงงาน หรือการที่ระบบเศรษฐกิจนั้นมีปริมาณเงินหมุนเวียนในระบบมากกว่าจำนวนสินค้าและแรงงาน

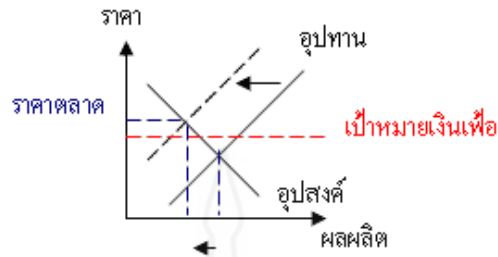
จากแนวคิดของนักวิจัยที่กล่าวมานั้น สามารถสรุปได้ว่า เงินเฟ้อ หมายถึง ภาวะทางเศรษฐกิจที่สินค้าและบริการมีระดับราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในห้วงเวลาหนึ่งๆ จนส่งผลให้มูลค่าของเงิน 1 หน่วยลดลง ซึ่งส่งผลให้ผู้บริโภคสูญเสียอำนาจในการซื้อ หรือการสูญเสียมูลค่าที่แท้จริงของตัวกลางที่ใช้แลกเปลี่ยนสินค้าในเศรษฐกิจ ในปัจจุบันนักเศรษฐศาสตร์มีความเห็นไปในทางเดียวกันว่าภาวะเงินเฟ้อในระดับต่ำ จะช่วยลดความรุนแรงของภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจ ทำให้เกิดเสถียรภาพกับระบบเศรษฐกิจ ลดความเสี่ยงของการเกิดกับดักสภาพคล่อง สนับสนุนให้เกิดการปรับตัวของตลาดแรงงานต่อการลดลงของมูลค่าที่แท้จริงของการจ้างงาน



ภาพที่ 2.6 ภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากอุปสงค์จุด (Demand-pull Inflation)

ที่มา: <https://www.bloggang.com/mainblog.php?id=theshadow&month=17-07-2008&group=10&gblog=54>

Cost-push Inflation



ภาพที่ 2.7 ภาวะเงินเฟ้อจากโครงสร้างอุปสงค์เปลี่ยนแปลง (Structural Inflation)

ที่มา: <https://www.bloggang.com/mainblog.php?id=theshadow&month=17-07-2008&group=10&gblog=54>

ตามทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเกิดภาวะเงินเฟ้อสามารถจำแนกตามสาเหตุ ได้แก่ 1) ภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากอุปสงค์จุด (Demand-pull Inflation) เนื่องจากความต้องการปริมาณของสินค้าและบริการในตลาดมีมากกว่าปริมาณของสินค้าและบริการที่หมุนเวียนอยู่ในขณะนั้น เช่น ภาวะสงคราม หรือการกักตุนสินค้า 2) ภาวะเงินเฟ้อจากโครงสร้างอุปสงค์เปลี่ยนแปลง (Structural Inflation) เกิดจากการที่อุปสงค์ส่วนเกินที่เพิ่มขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของประชากรบางส่วนที่มีรายได้เพิ่มขึ้น จากเศรษฐกิจที่กำลังขยายตัว ทำให้โครงสร้างภาคการผลิตไม่สามารถปรับตัวไม่ทัน และ 3) ภาวะเงินเฟ้อที่เกิดจากต้นทุนผลึก (Cost-push Inflation) เกิดจากการเพิ่มราคาสินค้าจากการที่ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้ผู้บริโภครอดลดปริมาณการซื้อลง ในขณะที่ผู้ผลิตก็จะลดปริมาณการผลิตแต่แรงงานจะเรียกร้องค่าจ้างให้สูงขึ้น ซึ่งเหตุการณ์ดังกล่าวจะเกิดเป็นวัฏจักรของภาวะเงินเฟ้อ และภาวะเศรษฐกิจซบเซาอันนำไปสู่การหดตัวของระบบเศรษฐกิจในภาพรวม ซึ่งหลายงานวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่าปัจจุบันสภาวะเงินเฟ้อ ณ ระดับหนึ่ง จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการเติบโตของระบบเศรษฐกิจ หมายความว่า หากระบบเศรษฐกิจมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ประเทศนั้นมีอัตราเงินเฟ้อเพิ่มขึ้นด้วย ซึ่งสามารถสะท้อนให้เห็นได้ในทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของหลายสำนัก เช่น สำนักเคนส์ (Keynesian) สำนักนีโอเคนส์เซียน สำนักการเงินนิยม (Monetarist) และสำนักนีโอคลาสสิก เป็นต้น

อัตราเงินเฟ้อ สามารถคำนวณได้จากอัตราการเปลี่ยนแปลงในรูปแบบร้อยละของดัชนีราคาผู้บริโภค ซึ่งสามารถคำนวณได้ตามสูตร ดังต่อไปนี้

$$\text{ตราเงินเฟ้อ} = \frac{(\text{CPI}_t - \text{CPI}_{t-1})}{\text{CPI}_{t-1}} \times 100$$

โดยที่ CPI_t คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค ณ เวลาที่ t

CPI_{t-1} คือ ดัชนีราคาผู้บริโภค ณ เวลาที่ $t-1$

ดัชนีราคาผู้บริโภค (Customer Price Index; CPI) เป็นดัชนีราคาที่ใช้วัดการเปลี่ยนแปลงค่าครองชีพของผู้บริโภคกลุ่มที่สนใจ โดยจะวัดการเปลี่ยนแปลงของราคาขายปลีกของสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคจ่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง เปรียบเทียบกับฐาน (Base Year) ทั้งนี้ อัตราการเปลี่ยนแปลงของดัชนีราคาผู้บริโภคสามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตราเงินเฟ้อของตลาด ณ ขณะเวลาเดียวกันได้ ผ่านการวัดระดับราคาสินค้าและบริการที่เปลี่ยนแปลงไป ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) ได้รับการพัฒนามาจากแนวคิดของดัชนีค่าครองชีพ (cost of living index) โดยลดทอนผลกระทบจากปัจจัยต่างๆ เช่น จำนวนรายได้ จำนวนสมาชิกในครอบครัว จำนวนภาษี คุณภาพสินค้า การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี และราคาสินค้า โดยการกำหนดให้ปริมาณและลักษณะของสินค้าคงที่ เปลี่ยนแปลงเฉพาะราคาสินค้าเท่านั้น กลุ่มสินค้าและบริการที่นำมาศึกษาจะเรียกว่าตะกร้าสินค้า (Market Basket) โดยจะเลือกเฉพาะสินค้าที่ครัวเรือนใช้ในการบริโภคเป็นประจำ ซึ่งจะนำข้อมูลค่าใช้จ่ายครัวเรือนมาประมวลด้วยสูตรของลาสเปแยร์ (Laspeyeres Formula)

$$\text{Laspeyeres Formula} = \frac{\sum (\text{ราคาสินค้า ณ เวลาที่สังเกต} \times \text{ปริมาณ ณ เวลาฐาน})}{\sum (\text{ราคาสินค้า ณ เวลาฐาน} \times \text{ปริมาณ ณ เวลาฐาน})} \times 100$$

สำหรับประเทศไทย ดัชนีราคาผู้บริโภคถูกจัดทำโดยกระทรวงพาณิชย์ ซึ่งมีการแบ่งหมวดสินค้าและบริการ ออกเป็น 7 ประเภท ได้แก่ (1) อาหารและเครื่องดื่ม (2) เครื่องนุ่งห่ม (3) เฟอร์นิเจอร์ (4) การตรวจรักษาและบริการส่วนบุคคล (5) พานะการขนส่งและการสื่อสาร (6) การบันเทิง การอ่าน และการศึกษา (7) ยาสูบ และเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าดัชนีราคาผู้บริโภคไม่สามารถทดแทนการวัดด้วยดัชนีค่าครองชีพได้อย่างสมบูรณ์ แต่ก็สามารถใช้เพื่อการประมาณค่าดัชนีค่าครองชีพได้ดีในเรื่องค่าใช้จ่ายในการบริโภค ปัจจุบันดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยสามารถแบ่งออกเป็น (1) ดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (Headline CPI) (2) ดัชนีราคาผู้บริโภครายได้น้อย (3) ดัชนีราคาผู้บริโภคเขตชนบท (4) ดัชนีราคาผู้บริโภคพื้นฐาน (Core CPI) และ (5) ดัชนีราคาผู้บริโภคระดับจังหวัด

7. ทฤษฎีเกี่ยวกับความเสมอภาคของอำนาจซื้อ

ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อ หรือ Purchasing Power Parity (PPP) เป็นทฤษฎีที่ว่าด้วยการเปรียบเทียบความเท่าเทียมกันของอำนาจซื้อระหว่างสองประเทศ ซึ่งเกี่ยวข้องกับอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งทฤษฎีดังกล่าวถูกเสนอโดย Gustav Cassel (1916) โดยมีแนวคิดบนกฎแห่งราคาเดียว หรือ The Law of One Price (LOP) ซึ่งได้อธิบายการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนโดยเปรียบเทียบกับค่าทองคำสัมพัทธ์ (Relative Gold Parities) เพื่อสะท้อนอำนาจซื้อของเงินสกุลหนึ่งที่มีต่ออีกสกุลหนึ่ง เหมาะกับการอธิบายพฤติกรรมของอัตราแลกเปลี่ยนในระยะยาว โดยทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อ (PPP) จะอธิบายว่า หากประเทศสองประเทศทำการค้ากันภายใต้ตลาดที่มีการแข่งขันสมบูรณ์ เป็นไปอย่างเสรี ไม่มีการกีดกันทางการค้า และไม่มีต้นทุนทางการขนส่ง ราคาของสินค้าประเภทเดียวกันที่ขายในสองประเทศนี้ จะต้องมียุทธศาสตร์ราคาเท่ากัน หากคำนวณด้วยเงินสกุลเดียวกัน ดังนั้น อัตราแลกเปลี่ยนที่ดุลยภาพจะต้องถูกกำหนดด้วยสัดส่วนของราคาสินค้าชนิดนั้นในตลาดภายในประเทศกับราคาสินค้าในตลาดต่างประเทศ ทั้งนี้ ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อ (PPP) สามารถแบ่งตามแนวความคิดออกได้เป็น (1) ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อสมบูรณ์ (Absolute Purchasing Power of Parity) และ (2) ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อสัมพัทธ์ (Relative Purchasing Power Parity)

1) ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อสมบูรณ์ (Absolute Purchasing Power of Parity) ได้อธิบายด้วยกฎสินค้าราคาเดียวอย่างเข้มงวดว่า สินค้าชนิดเดียวกัน หรือกลุ่มเดียวกันที่ขายในแต่ละประเทศ จะต้องมียุทธศาสตร์ราคาเท่ากันเมื่อพิจารณาในสกุลเงินเดียวกัน อาจหมายความว่า เงินสกุลท้องถิ่นหนึ่งหน่วย ไม่ว่าจะนำไปซื้อสินค้าที่ใดบนโลกจะต้องอำนาจซื้อที่เท่ากันซึ่งสามารถเขียนออกมาเป็นรูปสมการได้ ดังนี้

$$S = \frac{P}{P^*}$$

โดยที่	S	คือ	อัตราแลกเปลี่ยนในรูปเงินตราสกุลท้องถิ่นต่อ 1 หน่วยเงินตราต่างประเทศ
	P	คือ	ราคาสินค้าในรูปเงินสกุลท้องถิ่น
	P*	คือ	ราคาสินค้าในรูปเงินสกุลต่างประเทศ

2) ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อแบบเปรียบเทียบ (Relative Purchasing Power Parity) ได้อธิบายอำนาจการซื้อของผู้บริโภคต่อสินค้าบางชนิด ที่เป็นสินค้าที่มีขายเฉพาะ

ในบางประเทศ (Non-Traded Goods) สินค้าประเภทดังกล่าว จะมีราคาไม่เท่าในแต่ละประเทศ ซึ่งเกิดจากข้อจำกัดและข้อกีดขวางทางการค้า ทำให้แบบจำลองตามทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อแบบสมบูรณ์จึงไม่สามารถอธิบายความสัมพันธ์ของอัตราแลกเปลี่ยนได้ ดังนั้น ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อแบบเปรียบเทียบ จึงอธิบายความเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินตราสองสกุลด้วยการเปรียบเทียบอัตราเงินเฟ้อระหว่างสองประเทศแทน ซึ่งมีใจความสรุปได้ ดังนี้ หากประเทศหนึ่งมีร้อยละของความแตกต่างของอัตราเงินเฟ้อสูงกว่าอีกประเทศหนึ่งแล้ว ค่าเงินของประเทศที่มีอัตราเงินเฟ้อสูงจะลดลง ในขณะที่ประเทศที่มีอัตราเงินเฟ้อต่ำกว่าจะมีค่าเงินที่สูงขึ้น ซึ่งสามารถเขียนเป็นแบบจำลองได้ ดังนี้

$$\% \Delta S = \% \Delta P - \% \Delta P^*$$

โดยที่ $\% \Delta S$ คือ การเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเป็นร้อยละ
 $\% \Delta P$ คือ อัตราเงินเฟ้อภายในประเทศ
 $\% \Delta P^*$ คือ อัตราเงินเฟ้อต่างประเทศ

และสามารถเขียนในรูปแบบอัตราเงินเฟ้อ ได้ดังนี้

$$S_t = \frac{(1 + I^d)}{(1 + I^f)} \times S_0$$

โดยที่ S_t, S_0 คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลท้องถิ่นในปีที่ t และปีฐานตามลำดับ
 I^d, I^f คือ อัตราเงินเฟ้อในประเทศและต่างประเทศตามลำดับ

แม้ว่าทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อแบบเปรียบเทียบจะไม่สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนในอนาคตได้อย่างแม่นยำ เนื่องจากปัจจัยต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และปัจจัยต่อการเคลื่อนย้ายทุนและบริการระหว่างประเทศ เช่น ข้อกีดกันทางการค้า ทำให้เกิดการแทรกแซงของรัฐบาลในการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยนคงที่ เพื่อใช้ในการควบคุมนโยบายทางการเงิน แต่ในระยะยาว ทฤษฎีความเสมอภาคของอำนาจซื้อจะสามารถอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอัตราเงินเฟ้อและอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของสองประเทศได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากแนวโน้มในระยะยาวแล้ว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของสองประเทศจะเข้าสู่ระดับที่เป็นกลาง

8. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Serdar Ongan Cem IŞik และ Dilek Özdemir (2017) ศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Exchange Rate) และรายได้ของนักท่องเที่ยว ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากเยอรมนี ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร เนเธอร์แลนด์ อิตาลี สเปน และสวีเดน ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกา ช่วงระหว่างไตรมาสที่ 3 ของปี 1996 ถึงไตรมาสที่ 1 ของปี 2015 ด้วยวิธีการ Cross-Sectional Dependence (CD) และ Common Correlated Effect (CCE) พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกามีความสัมพันธ์ต่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง และมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม (GDP) โดยประเทศที่มีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของ GDP ไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ฝรั่งเศส สวีเดน เยอรมนี ในขณะที่สหราชอาณาจักร มีการตอบสนองไปในทิศทางตรงข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของ GDP และ อิตาลี สเปน และ เนเธอร์แลนด์ ไม่มีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของ GDP สำหรับการตอบสนองต่ออัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงพบว่านักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร สวีเดน สเปน ฝรั่งเศส และ อิตาลี มีการตอบสนองเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลท้องถิ่นกับดอลลาร์ สหรัฐ. ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากเยอรมนี และเนเธอร์แลนด์ ไม่มีการตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง

Li et al. (2005) และ Lim (1999) ศึกษาความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศต่อรายได้ และอัตราแลกเปลี่ยน ด้วยวิธีการวิเคราะห์ห่อภิมาณ (Meta-analysis) ผลการศึกษาเกี่ยวกับแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ (Econometric Model) และแบบจำลองเพื่อการพยากรณ์ (Forecasting Model) ที่ได้จากการคำนวณข้อมูลอนุกรมเวลา จำนวน 81 ไตรมาส ผลการศึกษา ในช่วง ค.ศ. 1990 ถึง 2004 โดยศึกษากับกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรปตะวันตก อเมริกาเหนือ เอเชียตะวันออก และแปซิฟิก พบว่ามีหลักฐานเชิงประจักษ์หลายชิ้นที่แสดงถึงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงรายได้ และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

Karimi et al (2015) ศึกษารูปแบบความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างตัวแปรของเศรษฐกิจมหภาคต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอาเซียน ทั้ง 10 ประเทศ โดยเป็นชุดข้อมูลแบบผสม ระหว่างปี ค.ศ. 1995 ถึง 2013 โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยปัวซอง (Poisson Regression Analysis) พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอาเซียนมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรเศรษฐกิจมหภาคของประเทศอาเซียน ได้แก่ อัตราเงินเฟ้อ และการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ในขณะที่ปัจจัยด้านการลงทุน

โดยตรงจากต่างชาติ และความเสรีทางการค้ามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอาเซียน

Yazdi and Khanalizadeh (2017) ศึกษาการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าสหรัฐอเมริกา ระหว่าง ค.ศ. 1995 ถึง 2014 โดยใช้แบบจำลองแรงโน้มถ่วง (Gravity Model) และสมการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression) พบว่าการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศที่แท้จริง (real GDP) ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และอัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในสหรัฐอเมริกาในช่วงเวลาดังกล่าวอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาจากค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาแล้ว พบว่าราคาและอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวไปในทิศทางตรงกันข้าม จากผลการศึกษานี้สามารถสรุปได้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวหรืออุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กับดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) อัตราแลกเปลี่ยน และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจของประเทศต้นทาง อย่างไรก็ตาม นักวิจัยหลายท่านยังให้ข้อสังเกตว่า นอกจากปัจจัยด้านเศรษฐกิจ เช่น ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) อัตราแลกเปลี่ยน หรืออัตราการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศต้นทาง ยังคงมีปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวด้วย เช่น ปัจจัยทางด้านสังคม หรือปัจจัยทางด้านประชากร เป็นต้น

สุภาพร สุขมาก (2553) ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคมที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เช่น รายได้ต่อหัวของประชากร ดัชนีราคา และอัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ภัยจากสึนามิ และการระบาดของไข้หวัดนก โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 ประเทศ จาก 6 ภูมิภาค ได้แก่ ภูมิภาคอเมริกา ยุโรป เอเชียตะวันออก เอเชียใต้ และโอเชียเนีย ตั้งแต่ปี 2546 ถึง 2550 ทดสอบด้วยแบบจำลอง Generalized Method of Moment (GMM) แบบจำลอง Seasonal Autoregressive Integrated Moving Average (SARIMA) และวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) พบว่าปัจจัยรายได้ต่อหัวประชากร ดัชนีราคา และอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มตัวอย่างทั้ง 25 ประเทศ

วันวสา วิโรจนารมย์ (2551) ศึกษาปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย ได้แก่ ระดับรายได้ของประชากรในประเทศต้นทาง ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ระดับราคาโดยเปรียบเทียบ และอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ จำนวน 10 ประเทศ ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมนี และไต้หวัน ตั้งแต่ ค.ศ. 1981 ถึง 2006 ด้วยการ

ทดสอบ Panel Cointegration และการประมาณค่าความสัมพันธ์ของแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยง พบว่า การเปลี่ยนแปลงของรายได้ของประชากรในประเทศต้นทาง มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยงของนักท่องเที่ยวต่างชาติทุกประเทศอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยงของนักท่องเที่ยวชาวสิงคโปร์ในทิศทางตรงกันข้ามเพียงประเทศเดียว ส่วนระดับราคาโดยเปรียบเทียบ มีอิทธิพลในทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์การท่องเที่ยงของนักท่องเที่ยวเกาหลี ไต้หวัน จีน ออสเตรเลีย และสหรัฐอเมริกา และมีอิทธิพลในทิศทางเดียวกับอุปสงค์การท่องเที่ยงของนักท่องเที่ยวงานาชาติและญี่ปุ่น ในขณะที่ระดับราคาโดยเปรียบเทียบไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยงของนักท่องเที่ยวมาเลเซีย สหราชอาณาจักร และเยอรมนี สำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยงของนักท่องเที่ยวจากไต้หวันในทิศทางเดียวกันเพียงประเทศเดียว

บัณฑิต ชัยวิษณุชาติ (2563) ศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาไทยสูงสุด ระหว่างปี 2553 ถึง 2561 โดยใช้ข้อมูลแบบผสม จาก 15 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รัสเซีย ลาว อินเดีย สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมนี เวียดนาม ฮองกง และฝรั่งเศส ด้วยวิธี Panel Regression Analysis และ การทดสอบ Panel Cointegration พบว่า สถานการณ์ชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อัตราค่าครองชีพที่สูงขึ้น และภาวะความผันผวนของค่าเงินบาทไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย



บทที่ 3

วิธีดำเนินการศึกษา

การศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำคัญที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยครั้งนี้ เป็นการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (Consumer Price Index: CPI) อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาท (THB) กับสกุลเงินของประเทศต้นทาง (Source country) และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง (Gross Domestic Product: GDP) กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุด 6 อันดับแรก (ไม่รวมประเทศในอาเซียน) ใน พ.ศ. 2562 ได้แก่ จีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และอเมริกัน พร้อมทั้งทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์ความสัมพันธ์ของปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วย โดยมีรายละเอียดวิธีการวิจัยดำเนินการเป็นลำดับขั้นตอน ดังนี้

1. การรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประเภทอนุกรมเวลา (Time Series) โดยรวบรวมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา รายไตรมาส จำแนกตามสัญชาติ ตั้งแต่ พ.ศ. 2556 ถึง 2562 จากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

2) ข้อมูลดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index; CPI) รายไตรมาส ปีฐานที่ พ.ศ. 2558 (Not Seasonally Adjusted) ของประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา รายไตรมาส ตั้งแต่ พ.ศ. 2556 ถึง 2562 จาก Federal Reserve Economic Data

3) ข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาท (THB) ต่อสกุลเงินของประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา รายไตรมาส ตั้งแต่ พ.ศ. 2556 ถึง 2562 จากธนาคารแห่งประเทศไทย

4) ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product; GDP) รายไตรมาสของประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ตั้งแต่ พ.ศ. 2556 ถึง 2562 จาก Federal Reserve Economic Data

2. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งนำเทคนิคทางด้านสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎี ประเภตอนุกรมเวลา (Time Series) ซึ่งนำมาทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อสกุลเงินประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางที่เข้ามาประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2556 ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) และการหาค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปร ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square : OLS) โดยข้อมูลที่จะนำมาใช้จะถูกตรวจสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationary) ด้วยการทดสอบ Unit Root วิธี Augmented Dickey–Fuller Test (ADF) ซึ่งการวิจัยนี้จะให้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติช่วยคำนวณเพื่อระบุความสัมพันธ์ตามสมมติฐานตามรูปแบบการจำลอง ดังนี้

$$y_i = f(CPI_i, Ex_i, GDP_i)$$

y	คือ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย
CPI	คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง
Ex	คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทต่อสกุลเงินของประเทศต้นทาง
GDP	คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง

เครื่องมือในการศึกษามีลำดับการวิเคราะห์ ดังนี้

2.1 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) เป็นเทคนิคในการวิเคราะห์หาขนาดและทิศทางของความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่างตัวแปร 2 ชุดที่มีมาตรวัดแบบช่วง (Interval Scale) หรืออัตราส่วน (Ratio Scale) โดยเรียกตัวแปรประเภทนี้ว่า “ตัวแปรเชิงปริมาณ (Metrics Variables)” โดยทั่วไปนิยมใช้สัญลักษณ์ (r) แทนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันสำหรับตัวอย่าง และ ρ สำหรับประชากร ซึ่งค่ากำลังสองของ r (r^2) แทนค่าสัมประสิทธิ์ของการทำนาย (Coefficient of Determination) ซึ่งเป็นค่าที่อธิบายว่าตัวแปรหนึ่งมีค่าความแปรปรวนต่ออีกตัวแปรหนึ่งเท่าไร ในรูปแบบร้อยละ โดยสูตรในการคำนวณค่า r ที่นิยม (Forthofer and others, 2007) เขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$\rho = \frac{\sigma_{xy}}{\sigma_x \sigma_y} \quad \text{หรือ}$$

$$r = \frac{\sum_{i=1}^n X_i Y_i - n\bar{X}\bar{Y}}{\sqrt{[\sum_{i=1}^n X_i^2 - n\bar{X}^2][\sum_{i=1}^n Y_i^2 - n\bar{Y}^2]}}$$

การทดสอบนัยสำคัญจะใช้การทดสอบค่าสถิติ t (t-test) ซึ่งตั้งสมมติฐานที่ใช้ทดสอบคือ $H_0 : \rho = 0$ (ตัวแปรต้นและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กัน) และ $H_1 : \rho \neq 0$ (ตัวแปรต้นและตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กัน) การทดสอบค่าสถิติ t (t-test) มีสูตร ดังนี้

$$t = \frac{r}{\sqrt{\frac{(1-r^2)}{n-2}}} \quad ; \quad df = n - 2$$

การระบุความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตามจะตีความจากจำนวนค่าสัมประสิทธิ์ หากค่าดังกล่าวเข้าใกล้ -1 หรือ +1 จะแสดงว่าตัวแปรต้นสัมพันธ์กับตัวแปรตามในระดับสูง แต่หากมีค่าเข้าใกล้ 0 แสดงถึง ตัวแปรต้นและตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กันหรือมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ซึ่งระดับความสัมพันธ์ในการศึกษาจะใช้เกณฑ์ ดังนี้ (Hinkle D. E. 1998, p.118)

ค่า (r) ระดับของความสัมพันธ์	0.90 - 1.00	ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน “สูงมาก”
	0.70 - 0.90	ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน “สูง”
	0.50 - 0.70	ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน “ปานกลาง”
	0.30 - 0.50	ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน “ต่ำ”
	0.00 - 0.30	ข้อมูลมีความสัมพันธ์กัน “ต่ำมาก”

โดยเครื่องหมาย (+,-) หน้าตัวเลขสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์บ่งบอกถึงทิศทางของความสัมพันธ์ระหว่างชุดข้อมูล โดยเครื่องหมาย + (บวก) หมายถึง ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ทิศทางเดียวกัน (หากค่าตัวแปรหนึ่งสูง อีกตัวแปรหนึ่งจะสูง) และเครื่องหมาย - (ลบ) หมายถึง ความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นลักษณะผกผัน (โดยเมื่อตัวแปรหนึ่งมีค่ามาก อีกตัวแปรจะมีค่าน้อย)

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันเหมาะสำหรับการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงเท่านั้น ดังนั้น หากพบว่า $r=0$ สามารถแปลความได้ว่าข้อมูลไม่มีความสัมพันธ์ หรืออาจจะมีความสัมพันธ์รูปแบบอื่น เช่น ความสัมพันธ์ในลักษณะโค้ง หรือรูประฆังคว่ำ-หงาย ดังนั้น ข้อมูลที่นำมาทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์จะต้องคำนึงเงื่อนไข ดังต่อไปนี้

1. ตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ต้องเป็นข้อมูลอันตรภาค หรือข้อมูลระดับอัตราส่วน (Interval or Ratio scale)
2. ตัวแปรต้องเป็นข้อมูลที่มีการแจกแจงอย่างปกติ และมีความสัมพันธ์แบบเส้นตรง
3. ตัวแปรต้นและตัวแปรตามในแต่ละชุด ต้องเป็นอิสระต่อกัน

2.2 การทดสอบหาความนิ่งของข้อมูล (Unit Root Test)

เนื่องจากชุดข้อมูลที่สนใจถูกจัดเก็บในลักษณะประเภทอนุกรมเวลา (Time Series Data) ซึ่งตัวแปรแต่ละตัวมีหน่วยที่ไม่เหมือนกัน และเป็นการใช้ข้อมูลรายไตรมาส จึงอาจจะมีความผันแปรของข้อมูลจากการเปลี่ยนแปลงของฤดูกาล แนวโน้ม หรือวัฏจักร ซึ่งทำให้ชุดข้อมูลดังกล่าวเกิดการแกว่งของค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความแปรปรวน (Variances) ทำให้ไม่สามารถนำไปวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือทางสถิติได้ ดังนั้น ก่อนนำชุดข้อมูลประเภทอนุกรมเวลาไปวิเคราะห์ จะต้องดำเนินการปรับตัวแปรทุกตัวให้มีหน่วยเดียวกันด้วยการใส่ Log ฐานธรรมชาติ และทำการ Seasonal Adjustment ข้อมูลที่มีปัจจัยทางฤดูกาลเพื่อกำจัดปัจจัยทางฤดูกาล แล้วจึงนำมาทดสอบความนิ่งของข้อมูล (Stationary) หรือ Unit Root Test เป็นการทดสอบเพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลอนุกรมเวลาที่สนใจมีความนิ่งหรือไม่ สามารถดำเนินการทดสอบได้ด้วยวิธี Augmented Dickey-Fuller test : ADF ซึ่งมีสมการในการทดสอบ ดังนี้

$$\Delta X_t = \theta_1 X_{t-1} + \sum_{i=1}^p c_i \Delta X_{t-1} + \varepsilon_{1t}$$

$$\Delta X_t = \alpha_1 + \theta_1 X_{t-1} + \sum_{i=1}^p c_i \Delta X_{t-1} + \varepsilon_{1t}$$

$$\Delta X_t = \alpha_1 + \beta_1 t + \theta_1 X_{t-1} + \sum_{i=1}^p c_i \Delta X_{t-1} + \varepsilon_{1t}$$

โดยที่ X_t, X_{t-1} คือ ค่าข้อมูล ที่เวลา t และ $t-1$
 $\alpha_1, \beta_1, \theta_1, c$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรต่าง ๆ
 ε_{1t} คือ ค่าความคลาดเคลื่อนแบบสุ่ม
 t คือ ค่าแนวโน้ม

สมมติฐานที่ใช้ในการทดสอบ ได้แก่

$$H_0: \theta_1 = 0 \quad (\text{Non-Stationary})$$

$$H_1: \theta_1 \neq 0 \quad (\text{Stationary})$$

2.3 การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

การวิจัยครั้งนี้ จะใช้การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ หรือ Multiple Regression Analysis เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระมากกว่า 1 ตัว กับตัวแปรตาม 1 ตัว ซึ่งเขียนความสัมพันธ์ในรูปแบบของสมการได้ดังนี้

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 CPI_i + \beta_2 Ex_i + \beta_3 GDP_i$$

โดยที่ Y_i คือ จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศ i
 CPI_i คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ i
 Ex_i คือ อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อ 1 หน่วยของสกุลเงินของประเทศ i
 GDP_i คือ ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศ i
 $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_4$ คือ ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย (Regression Coefficient) ของตัวแปรต้น

โดยการวิจัยครั้งนี้ จะวิเคราะห์หาอิทธิพลของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อ 1 หน่วยของสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง ต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวจากชาตินั้น ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยตามสมการข้างต้น โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square : OLS)

3. สมมติฐานในการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานในการศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาคที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เข้ามาประเทศไทย มีรายละเอียด ดังนี้

3.1 ดัชนีราคาผู้บริโภค

H_0 : ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (Origin Country) ไม่มีอิทธิพล ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางที่เข้ามาประเทศไทย

H_1 : ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (Origin Country) มีอิทธิพล ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางที่เข้ามาประเทศไทย

3.2 อัตราแลกเปลี่ยน

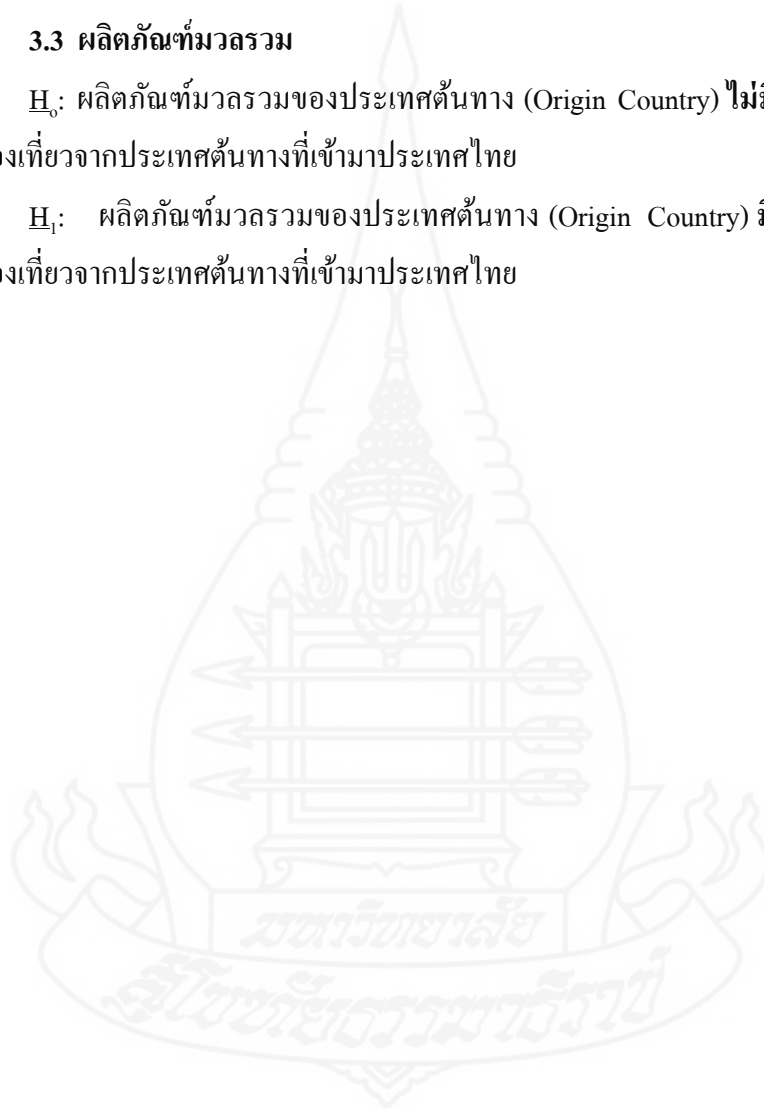
H_0 : อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อสกุลเงินประเทศต้นทาง (Origin Country) **ไม่มีอิทธิพล** ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางที่เข้ามาประเทศไทย

H_1 : อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทต่อสกุลเงินประเทศต้นทาง (Origin Country) **มีอิทธิพล** ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางที่เข้ามาประเทศไทย

3.3 ผลกระทบมวลรวม

H_0 : ผลกระทบมวลรวมของประเทศต้นทาง (Origin Country) **ไม่มีอิทธิพล** ต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางที่เข้ามาประเทศไทย

H_1 : ผลกระทบมวลรวมของประเทศต้นทาง (Origin Country) **มีอิทธิพล** ต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางที่เข้ามาประเทศไทย



บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษารุ่นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่สำคัญที่เข้ามาประเทศไทย โดยให้ความสนใจกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในปี 2562 มากที่สุด 6 อันดับแรก ไม่รวมประเทศในอาเซียน โดยแบ่งตามกระบวนการวิเคราะห์เป็นสามส่วน ได้แก่ (1) การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient) (2) การทดสอบความนิ่ง (Stationary) ของข้อมูลอนุกรมเวลาด้วยวิธีการ Augmented Dickey - fuller test (ADF) และ (3) การหาค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (Ordinary Least Square : OLS) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามคือ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย กับตัวแปรอิสระ ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง

1. ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีการของเพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

จากการทดสอบหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศนั้น ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจากทั้ง 6 ประเทศ มีผลสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 4.1 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศจีน

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)	P-value	แปลผลระดับ ความสัมพันธ์
	จำนวนนักท่องเที่ยว		
CPI	0.844239***	0.000	สูง
อัตราแลกเปลี่ยน	-0.479997**	0.0073	ต่ำ
GDP	0.600797***	0.0004	ปานกลาง

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศจีนในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เท่ากับ 0.844239 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศจีนในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.600797 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยว ชาวจีนที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับหยวน ในระดับต่ำ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ - 0.479997 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.2 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศอินเดีย

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r)	P-value	แปลผลระดับ ความสัมพันธ์
	จำนวนนักท่องเที่ยว		
CPI	0.907988***	0.000	สูงมาก
อัตราแลกเปลี่ยน	-0.517860***	0.0034	ปานกลาง
GDP	0.506505***	0.0043	ปานกลาง

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดียมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาผู้บริโภคในระดับสูงมาก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.907988 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ

ประเทศอินเดีย ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.506505 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับรูปี ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.517860 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4.3 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศเกาหลีใต้

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) จำนวนนักท่องเที่ยว	P-value	แปลผลระดับ ความสัมพันธ์
CPI	0.747190***	0.000	สูง
อัตราแลกเปลี่ยน	-0.450670**	0.0124	ปานกลาง
GDP	0.474655***	0.0080	ปานกลาง

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาผู้บริโภคในระดับสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.747190 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศเกาหลีใต้ ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.474655 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลบาทต่อวอน ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ -0.450670 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 4.4 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศญี่ปุ่น

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) จำนวนนักท่องเที่ยว	P-value	แปลผลระดับ ความสัมพันธ์
CPI	0.422106**	0.0202	ปานกลาง
อัตราแลกเปลี่ยน	-0.278742	0.1358	ไม่มีนัยสำคัญ
GDP	0.270095	0.1489	ไม่มีนัยสำคัญ

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาผู้บริโภค ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.422106 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างไรก็ตาม ไม่ปรากฏการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราสกุลบาทต่อเยน และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศญี่ปุ่น

ตารางที่ 4.5 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศไทย

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) จำนวนนักท่องเที่ยว	P-value	แปลผลระดับ ความสัมพันธ์
CPI	-0.088526	0.6418	ไม่มีนัยสำคัญ
อัตราแลกเปลี่ยน	0.167093	0.3775	ไม่มีนัยสำคัญ
GDP	0.204157	0.2792	ไม่มีนัยสำคัญ

ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศไทย กับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อรูเบิล และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศไทย ไม่พบความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.6 ค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างตัวแปรที่ศึกษา ในกรณีประเทศสหรัฐอเมริกา

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (r) จำนวนนักท่องเที่ยว	P-value	แปลผลระดับ ความสัมพันธ์
CPI	0.666350***	0.0001	ปานกลาง
อัตราแลกเปลี่ยน	-0.056363	0.7674	ไม่มีนัยสำคัญ
GDP	0.583994***	0.0007	ปานกลาง

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกามีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับดัชนีราคาผู้บริโภคในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.666350 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกับผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของ

สหรัฐอเมริกา ในระดับปานกลาง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.583994 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 อย่างไรก็ตาม ไม่ปรากฏการมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวอเมริกันกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

2. การทดสอบความนิ่งของข้อมูลอนุกรมเวลา

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา พร้อมด้วยดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทต่อสกุลเงินประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง จะถูกนำมาปรับข้อมูลให้มีหน่วยเดียวกัน ด้วยการใส่ Log ฐานธรรมชาติ และข้อมูลที่มีผลกระทบจากฤดูกาล ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ จะถูกกำจัดปัจจัยด้านฤดูกาลด้วยการ Seasonal Adjustment โดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ หลังจากนั้น จึงมาทดสอบหา Unit Root ด้วยวิธีการ Augmented Dickey- Fuller (ADF) เพื่อทดสอบความนิ่ง (stationary) ของตัวแปรทีละตัว ภายใต้เงื่อนไข มีค่าคงที่ แต่ไม่มีแนวโน้มเวลา (with constant) และ Order of Integration เท่ากับ 0 หรือ I(0) ถูกกำหนดเป็นค่าที่ Level และค่า Lag Length ถูกกำหนดให้เท่ากับ 1 และหากพบว่าข้อมูลไม่มีความนิ่งที่ I(0) จะนำข้อมูลดังกล่าวไปทดสอบหาความนิ่งของข้อมูลที่ผลต่างลำดับที่หนึ่ง (Order of Integration เท่ากับ 1) หรือ I(1) ต่อไป เพื่อหาข้อมูลที่มีค่าเฉลี่ย (mean) และความแปรปรวน (variances) คงที่เพื่อใช้ในการหาค่าความสัมพันธ์ระยะยาวต่อไป โดยผลการทดสอบ ข้อมูลสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 4.7 การทดสอบ Unit Root ด้วยวิธี ADF ของตัวแปรที่ศึกษา

	ค่าสถิติ ADF with constant ในระดับ Level				ค่าสถิติ with constant ADF ในระดับ 1 st difference			
	Log (Tourist) (SA)	Log (CPI)	Log (Exchange Rate)	Log (GDP) (SA)	Log (Tourist) (SA)	Log (CPI)	Log (Exchange Rate)	Log (GDP) (SA)
จีน	-1.799869 (0.08) *	3.138595 (1.00)	-0.201032 (0.93)	-3.678750 (0.01) **	-6.423280 (0.00) ***	-8.594333 (0.00) ***	-4.153167 (0.00) ***	-5.650864 (0.00) ***
อินเดีย	1.554458 (1.00)	-0.949488 (0.76)	-4.160490 (0.00) ***	-2.815802 (0.07) *	-4.088470 (0.00) ***	-5.266442 (0.00) ***	-5.667676 (0.00) ***	-7.798905 (0.00) ***

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

	ค่าสถิติ ADF with constant ในระดับ Level				ค่าสถิติ with constant ADF ในระดับ 1 st difference			
	Log (Tourist) (SA)	Log (CPI)	Log (Exchange Rate)	Log (GDP) (SA)	Log (Tourist) (SA)	Log (CPI)	Log (Exchange Rate)	Log (GDP) (SA)
เกาหลีใต้	-0.251032 (0.92)	0.022748 (0.95)	-0.078537 (0.94)	-3.443874 (0.02) **	-5.563073 (0.00) ***	-7.451180 (0.00) ***	-3.902953 (0.01) ***	-7.834351 (0.00) ***
ญี่ปุ่น	-0.789768 (0.81)	-2.206692 (0.21)	-2.348640 (0.16)	-2.469867 (0.13)	-6.423280 (0.00) ***	-5.748579 (0.00) ***	-3.959542 (0.01) ***	-6.798178 (0.00) ***
รัสเซีย	-2.233669 (0.20)	-2.627473 (0.10) *	-1.662235 (0.44)	-3.687710 (0.01) **	-6.607875 (0.00) ***	-1.282993 (0.00) ***	-5.420284 (0.00) ***	-5.013942 (0.00) ***
สหรัฐอเมริก	-0.280994 (0.92)	0.760251 (0.99)	-1.651763 (0.44)	-2.657928 (0.09) *	-6.100584 (0.00) ***	-4.183175 (0.00) ***	-4.166168 (0.00) ***	-4.461777 (0.00) ***

***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 4.7 ภายใต้งี้ออน ไบมีค่าคงที่ (with constant) ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 พบว่าที่ Level มีเพียงอัตราแลกเปลี่ยนของประเทศอินเดียที่มีความนิ่ง ในขณะที่ ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยน และดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศ มีความนิ่งที่ผลต่างลำดับที่ 1 (1st Difference)

3. การหาค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีการกำลังสองน้อยที่สุดแบบธรรมดา (OLS)

จากการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (CPI) อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง (Ex_t) และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง (GDP_t) ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศ (TOUR_t) โดยใช้สมการการถดถอยเชิงเส้น (Linear Regression analysis) และทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด Ordinary Least Squares (OLS)

สมมติฐานการวิจัย : ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนของเงินสกุลบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศดังกล่าวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย

แบบจำลอง : $TOUR_i = f(CPI_i, Ex_i, GDP_i)$

$$TOUR_i = \alpha_0 + \alpha_1(CPI_i) + \alpha_2(Ex_i) + \alpha_3(GDP_i)$$

สมมติฐานการวิจัย : $H_0: \beta \neq 0$

(ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง ไม่มีอิทธิพล กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศนั้นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย)

$$H_1: \beta = 0$$

(ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศต้นทาง มีอิทธิพล กับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศนั้นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย)

จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้น และการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด มีผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแต่ละประเทศ ดังนี้

ตารางที่ 4.8 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน

ตัวแปร	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Prob.
c	0.081985	0.035326	2.320812	0.0287 **
D(LOG_CPI_C_)	4.837227	1.353352	1.410948	0.0170 **
D(LOG_EX_C_)	2.058334	1.203176	1.710751	0.0995 *
D(LOG_GDP_C_SA_)	0.909323	0.328693	2.766482	0.0105 **

$R^2 = 0.526182$ $\bar{R}^2 = 0.496923$ $SE_{est} = 0.150375$ $F = 3.740117$ $Prob = 0.056517$ $D.W. = 2.107666$

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 *มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 4.8 สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} d(\log(\text{TOUR}_{\text{CN}})) &= 0.081985 + 4.837227(d(\log(\text{CPI}_{\text{CN}}))) + \\ &2.058334(d(\log(\text{EX}_{\text{CN}}))) + 0.909323(d(\log(\text{GDP}_{\text{CN}}))) \end{aligned}$$

โดยที่	R^2	= 0.526182
	TOUR_{CN}	= จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีน
	CPI_{CN}	= ดัชนีราคาผู้บริโภคชาวจีน
	EX_{CN}	= อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 หยวน
	GDP_{CN}	= มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศจีน

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศจีน ทั้ง 3 ปัจจัยสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เดินทางเข้ามาภายในประเทศ ได้ร้อยละ 52.6182 ($R^2 = 0.526182$) นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Prob = 0.056517) และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.150375 และปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มีเพียง 2 ตัว คือ ผลต่างระดับที่ 1 ของดัชนีราคาผู้บริโภค โดยมีค่าสถิติ t เท่ากับ 1.410948 และมีค่า Prob. ที่ 0.0170 และผลต่างระดับที่ 1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ โดยมีค่าสถิติ t เท่ากับ 2.766482 และมีค่า Prob. ที่ 0.0105 ในขณะที่ ตัวแปรที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1 ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน โดยมีค่าสถิติ t เท่ากับ 1.710751 และมีค่า Prob. ที่ 0.0995

ตารางที่ 4.9 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย

ตัวแปร	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Prob.
c	-0.039025	0.105438	-0.370123	0.7144
D(LOG_CPI_I_)	1.170746	1.249523	0.936954	0.0357 **
LOG_EX_I	-0.076209	0.140912	-0.540830	0.5934
D(LOG_GDP_I_SA_)	-0.257827	0.157001	-1.642200	0.1131

$R^2 = 0.453840$ $\bar{R}^2 = 0.453840$ $SE_{\text{est}} = 0.089309$ $F = 7.070541$ $\text{Prob} = 0.379411$ $D.W. = 2.444559$

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.9 สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$d(\log(\text{TOUR}_{\text{IN}})) = -0.039025 + 1.170746(d(\log(\text{CPI}_{\text{IN}}))) - 0.076209 \\ (\log(\text{EX}_{\text{IN}})) - 0.257827(d(\log(\text{GDP}_{\text{IN}})))$$

โดยที่	R^2	= 0.45384
	TOUR_{IN}	= จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย
	CPI_{IN}	= ดัชนีราคาผู้บริโภคชาวอินเดีย
	EX_{IN}	= อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 รูปี
	GDP_{IN}	= มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศอินเดีย

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศอินเดีย ทั้ง 3 ปัจจัยสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดียที่เดินทางเข้ามาภายในประเทศ ได้ร้อยละ 45.384 ($R^2 = 0.45384$) และ Prob = 0.379411 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.089309 และปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีเพียง 1 ตัว คือ ผลต่างระดับที่ 1 ของดัชนีราคาผู้บริโภค โดยมีค่าสถิติ t เท่ากับ 0.936954 และมีค่า Prob. ที่ 0.0357

ตารางที่ 4.10 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้

ตัวแปร	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Prob.
c	0.026424	0.030233	0.874011	0.3904
D(LOG_CPI_K_)	4.420981	4.550678	0.971499	0.0606 *
D(LOG_EX_K_)	0.638844	0.904904	0.705980	0.4867
D(LOG_GDP_K_SA_)	0.075111	0.146955	0.511112	0.6138
$R^2 = 0.791348$ $\bar{R}^2 = 0.741761$ $SE_{\text{est}} = 0.136244$ $F = 10.837757$ $\text{Prob} = 0.485947$ $D.W. = 2.065120$				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 4.10 สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$d(\log(\text{TOUR}_{\text{KR}})) = 0.026424 + 4.420981(d(\log(\text{CPI}_{\text{KR}}))) + \\ 0.638844(d(\log(\text{EX}_{\text{KR}}))) + 0.075111(d(\log(\text{GDP}_{\text{KR}})))$$

โดยที่	R^2	= 0.791348
	$TOUR_{KR}$	= จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีใต้
	CPI_{KR}	= ดัชนีราคาผู้บริโภคชาวเกาหลีใต้
	EX_{KR}	= อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 วอน
	GDP_{KR}	= มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศเกาหลีใต้

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้ ทั้ง 3 ปัจจัยสามารถอธิบายพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้ที่เดินทางเข้ามาภายในประเทศได้ร้อยละ 79.1348 ($R^2 = 0.791348$) และ Prob = 0.379411 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.136244 และปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอินเดียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีเพียง 1 ตัว คือ ผลต่างระดับที่ 1 ของดัชนีราคาผู้บริโภค โดยมิต่ำสถิติ t เท่ากับ 0.971499 และมีค่า Prob. ที่ 0.0606

ตารางที่ 4.11 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น

ตัวแปร	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Prob.
c	0.015479	0.021860	0.708101	0.4854
D(LOG_CPI_J_)	-2.533201	2.184480	-1.159636	0.2572
D(LOG_EX_J_)	-0.505984	0.471428	-1.073300	0.2934
D(LOG_GDP_J_SA_)	0.059693	0.058201	1.025627	0.3149

$R^2 = 0.159447$ $\bar{R}^2 = 0.058581$ $SE_{est} = 0.095215$ $F = 1.580774$ $Prob = 0.218936$ $D.W. = 2.233844$

จากตารางที่ 4.11 สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$d(\log(TOUR_{JP})) = 0.015479 - 2.533201 (d(\log(CPI_{JP}))) - 0.505984 (d(\log(EX_{JP}))) + 0.059693 (d(\log(GDP_{JP})))$$

โดยที่	R^2	= 0.159447
	$TOUR_{JP}$	= จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น
	CPI_{JP}	= ดัชนีราคาผู้บริโภคชาวญี่ปุ่น

$$EX_{JP} = \text{อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 100 เยน}$$

$$GDP_{JP} = \text{มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศญี่ปุ่น}$$

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น ไม่พบว่ามีปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้ว่าสมการข้างต้นจะมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.095215 อย่างไรก็ตามสมการดังกล่าวสามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยได้เพียงร้อยละ 15.9447 ($R^2 = 0.159447$) มีค่าสถิติ F เท่ากับ 1.580774 และมีค่า Prob เท่ากับ 0.218936

ตารางที่ 4.12 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย

ตัวแปร	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Prob.
c	0.076099	0.196190	0.387884	0.7014
D(LOG_CPI_R_)	-9.386822	11.70928	-0.801657	0.4303
D(LOG_EX_R_)	2.054445	2.510568	0.818319	0.4209
D(LOG_GDP_R_SA_)	-5.362645	2.445643	-2.192735	0.0378 **
$R^2 = 0.420026$ $\bar{R}^2 = 0.404029$ $SE_{est} = 0.661693$ $F = 2.083670$ $Prob = 0.127867$ $D.W. = 1.926845$				

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4.12 สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$d(\log(TOUR_{RU})) = 0.076099 - 9.386822(d(\log(CPI_{RU}))) + 2.054445(d(\log(EX_{RU}))) - 5.362645(d(\log(GDP_{RU})))$$

โดยที่ $R^2 = 0.420026$

$TOUR_{RU}$ = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย

CPI_{RU} = ดัชนีราคาผู้บริโภคชาวรัสเซีย

EX_{RU} = อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 รูเบิล

GDP_{RU} = มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศรัสเซีย

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจของประเทศรัสเซีย ทั้ง 3 ปัจจัย สามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาภายในประเทศ ได้ร้อยละ 42.0026 ($R^2 = 0.420026$) และ Prob = 0.127867 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.661693 และปัจจัยที่มีผลกระทบเชิงผกผันต่อจำนวนนักท่องเที่ยวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีเพียง 1 ตัว คือ ผลต่างระดับที่ 1 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ โดยมีค่าสถิติ t เท่ากับ -2.192735 และมีค่า Prob. ที่ 0.0378

ตารางที่ 4.13 ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา

ตัวแปร	Coefficient	Std. Error	t-statistic	Prob.
c	0.050233	0.046711	1.075398	0.2925
D(LOG_CPI_R_)	-6.142791	6.464246	-0.950272	0.3511
D(LOG_EX_R_)	3.272649	1.756537	1.863126	0.0742 *
D(LOG_GDP_R_SA_)	-2.339710	1.922372	-1.217095	0.2349

$R^2 = 0.463801$ $\bar{R}^2 = 0.430945$ $SE_{est} = 0.187170$ $F = 21.42908$ $Prob = 0.000257$ $D.W. = 1.968356$

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.1

จากตารางที่ 4.13 สามารถเขียนเป็นสมการ ได้ดังนี้

$$d(\log(TOUR_{US})) = 0.050233 - 6.142791 (d(\log(CPI_{US}))) + 3.272649 (d(\log(EX_{US}))) - 2.339710 (d(\log(GDP_{US})))$$

โดยที่ $R^2 = 0.463801$

$TOUR_{US}$ = จำนวนนักท่องเที่ยวชาวอเมริกัน

CPI_{US} = ดัชนีราคาผู้บริโภคชาวอเมริกัน

EX_{US} = อัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา

GDP_{US} = มูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในสหรัฐอเมริกา

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นพบว่าปัจจัยทางเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกา ทั้ง 3 ปัจจัย สามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาที่เดินทางเข้ามาภายในประเทศ ได้ร้อยละ 46.3801 ($R^2 = 0.463801$) และ Prob = 0.000257 และมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SE) เท่ากับ 0.187170 และปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาที่เดินทาง

ทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .10 มีเพียง 1 ตัว คือ ผลต่างระดับที่ 1 ของอัตราแลกเปลี่ยน โดยมีค่าสถิติ t เท่ากับ 1.863126 และมีค่า Prob. ที่ 0.0378

ตารางที่ 4.14 สรุปปัจจัยด้านเศรษฐกิจมหภาคที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ประเทศ	ปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว		
	CPI	EX	GDP
จีน	(+)	(+)	(+)
อินเดีย	(+)	ไม่มีผล	ไม่มีผล
เกาหลีใต้	(+)	ไม่มีผล	ไม่มีผล
ญี่ปุ่น	ไม่มีผล	ไม่มีผล	ไม่มีผล
รัสเซีย	ไม่มีผล	ไม่มีผล	(-)
สหรัฐอเมริกา	ไม่มีผล	(+)	ไม่มีผล

โดยที่
 CPI = ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง
 EX = อัตราแลกเปลี่ยนสกุลเงินของประเทศต้นทาง กับเงินสกุลบาท
 GDP = ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ของประเทศต้นทาง
 (+) หมายถึง มีผลกระทบเชิงบวก
 (-) หมายถึง มีผลกระทบเชิงลบ

จากตารางที่ 4.14 สรุปความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยของประเทศต้นทางที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทย พบว่าการเปลี่ยนแปลงของ CPI จะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย และเกาหลีใต้ ไปในทิศทางเดียวกัน และการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ไปในทิศทางเดียวกัน ในขณะที่ การเปลี่ยนแปลงของ GDP จะมีผลไปในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย อย่างไรก็ตาม ปัจจัยทางมหภาคไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น

บทที่ 5

สรุปการศึกษา และข้อเสนอแนะ

1. สรุปการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวจีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และ (2) วิเคราะห์ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมากที่สุด 6 อันดับแรก ในปี พ.ศ. 2562 (ไม่รวมประเทศในอาเซียน) ได้แก่ จีน อินเดีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา โดยปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สนใจ ได้แก่ ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง (Consumer Price Index: CPI) อัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง (Source country) และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง (Gross Domestic Product: GDP) โดยทดสอบค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ด้วยวิธีของเพียร์สัน (Pearson Correlation) และวิธีกำลังสองน้อยที่สุดอย่างง่าย (Ordinary Least Square: OLS)

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้รายงานมูลค่าจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2562 ว่ามีมูลค่ามากกว่า 3 ล้านล้านบาท หรือคิดเป็นสัดส่วน ประมาณร้อยละ 18 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1 ล้านล้านบาท และรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 2 ล้านล้านบาท ซึ่ง พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติมากกว่า 39 ล้านคน เพิ่มขึ้นอย่างมาจก พ.ศ. 2552 ที่มีเพียง 14.15 ล้านคน เท่านั้น จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดที่เดินทางเข้ามา เมื่อ พ.ศ. 2562 พบว่านักท่องเที่ยวประเทศจีนมีจำนวนมากที่สุด ถึง 11,138,658 คน รองลงมา ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย อินเดีย เกาหลีใต้ ลาว ญี่ปุ่น รัสเซีย สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา และฮ่องกง ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยสูงสุด 6 อันดับแรก ไม่นับรวมประเทศในอาเซียน

จากการทดสอบพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมีความสัมพันธ์กับ CPI ในระดับสูง และมีความสัมพันธ์กับ GDP ในระดับปานกลาง ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และมีความสัมพันธ์กับอัตราแลกเปลี่ยน ในระดับต่ำ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ผลการวิเคราะห์ ด้วย OLS พบว่า CPI และ GDP มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจาก

ประเทศจีน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจีนเป็นผลมาจากการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศจีน ที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีรายได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวจากประเทศจีนมีช่วงรายได้เฉลี่ยตั้งแต่ 20,000 – 59,999 ดอลลาร์สหรัฐ ต่อปี และมีอายุเฉลี่ยระหว่าง 35 – 54 ปี และมีระดับการศึกษามากกว่าปริญญาตรี

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดียมีความสัมพันธ์กับ CPI ในระดับที่สูงมาก ในขณะที่ มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน และ GDP ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และผลการวิเคราะห์ ด้วย OLS แสดงให้เห็นว่า เฉพาะ CPI ที่มีอิทธิพลกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดียที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สนใจอื่น ๆ ไม่ปรากฏการมีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดียที่เข้าสู่ไทย เป็นผลมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอินเดีย และสอดคล้องกับผลการศึกษาของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ที่ได้ทำการศึกษาว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียมุ่งมองต่อประเทศไทยว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหรูหราในราคาที่ไมแพง ทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวชาวอินเดียชื่นชอบรองจากสหรัฐอเมริกา สำหรับอเมริกา โดยให้ความสำคัญในการเลือกมาท่องเที่ยวควบคู่กับการจัดงานแต่งงาน

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้ มีความสัมพันธ์กับ CPI ในระดับสูง และมีความสัมพันธ์กับ GDP ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ อัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้ ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และผลการวิเคราะห์ OLS แสดงให้เห็นว่า CPI มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้ที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.10 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศเกาหลีใต้เป็นเหตุให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลีใต้เพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับรายงานของกรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ (2563) ที่ระบุว่าเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศเกาหลีใต้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ เมื่อ พ.ศ. 2563 ถึง 1,781.769 พันล้านดอลลาร์ สหรัฐ และมีอัตราเงินเฟ้อร้อยละ 2

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น ปรากฏความสัมพันธ์กับ CPI ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ อัตราแลกเปลี่ยน และ GDP ไม่มีปรากฏความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ด้วย OLS ไม่ปรากฏปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็น

เห็นว่าปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นเลือกเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อาจจะมีจากปัจจัยอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นในประเทศไทย ของ วาริชต์ (2556) ที่บ่งชี้ว่านักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่นเป็นกลุ่มที่เดินทางท่องเที่ยวตามคำแนะนำจากคนรู้จัก หรือบริษัทนำเที่ยว และมีการเดินทางเป็นฤดูกาล ประกอบกับการที่ประเทศญี่ปุ่นมีเศรษฐกิจที่ดีกว่าประเทศไทยทำให้ประเด็นเรื่องราคาไม่ได้เป็นปัจจัยในการตัดสินใจเดินทาง

จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย ไม่ปรากฏความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สนใจกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซีย อย่างไรก็ตาม จากผลการวิเคราะห์ปรากฏว่า GDP มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียที่เข้ามาประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจของรัสเซีย อาจจะเป็นสาเหตุหนึ่งของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศรัสเซียที่เข้ามาประเทศไทย ประกอบกับผลวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2556) ระบุว่านักท่องเที่ยวชาวรัสเซีย ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมในการวางแผนการเดินทางร่วมกับบริษัทนำเที่ยวของรัสเซีย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเมื่อนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียมีการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากรายได้ที่มากขึ้นตามเศรษฐกิจที่ขยายตัว และที่เลือกประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางในการท่องเที่ยว นั้น เนื่องจากการที่มีตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในประเทศไทยจำนวนมาก ทำให้มีราคาถูก และนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียรู้สึกปลอดภัยระหว่างเดินทาง

จำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา มีความสัมพันธ์กับ CPI และ GDP ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แต่ไม่ปรากฏความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกากับอัตราแลกเปลี่ยน อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ด้วย OLS ปรากฏว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาที่เข้ามาประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.10 ในขณะที่ CPI และ GDP ไม่ปรากฏการมีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา ให้ความสำคัญราคาเชิงเปรียบเทียบ สอดคล้องกับผลวิจัยของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559) ที่ระบุว่านักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกามีพฤติกรรมในการเปรียบเทียบและเลือกซื้อแพ็คเกจนำเที่ยวผ่านเว็บไซต์ตัวแทนจำหน่ายที่มีการนำเสนอความคุ้มค่าของแพ็คเกจเป็นหลัก

จากผลการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ทั้ง 6 สัญชาติ ที่เดินทางเข้าประเทศไทย พบว่า ดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศต้นทาง อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทกับสกุลเงินของประเทศต้นทาง และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศของประเทศต้นทาง มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Serdar Ongan Cem IŞik และ Dilek Özdemir (2017) ที่พบว่า

นักท่องเที่ยวจากสหราชอาณาจักร สวีเดน สเปน ฝรั่งเศส และอิตาลี ที่เดินทางเข้าสหรัฐอเมริกา มีการตอบสนองเชิงบวกต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนเงินสกุลท้องถิ่นกับดอลลาร์ สหรัฐ. Yazdi and Khanalizadeh (2017) ที่อธิบายว่าราคาและอัตราแลกเปลี่ยนส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าสหรัฐอเมริกา และ Karimi et al (2015) ว่าการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอาเซียนมีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของอัตราเงินเฟ้อ และการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง นอกจากนี้ Li et al. (2005) และ Lim (1999) พบว่ามีหลักฐานเชิงประจักษ์หลายชิ้นที่แสดงถึงความเชื่อมโยงและความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงรายได้ และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ที่แสดงว่าการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยเศรษฐกิจมหภาคของประเทศต้นทางของนักท่องเที่ยว เช่น อัตราเงินเฟ้อ และอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเดินทางสู่จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากทั้ง 6 ประเทศ อาจเกิดจากปัจจัยอื่น ๆ เช่น ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา และปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจเชิงเปรียบเทียบ ระหว่างประเทศต้นทางและประเทศปลายทาง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Preedatham, Vivatvanit, and Suksonghong (2018) ที่ได้ประมาณการอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 6 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น รัสเซีย และอินเดีย โดยใช้ข้อมูลระหว่าง พ.ศ. 2546 ถึง 2558 ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด พบว่าดัชนีราคาผู้บริโภคของไทยและของประเทศต้นทาง รายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และอัตราแลกเปลี่ยน ไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยอย่างมีนัยสำคัญ และผลการศึกษาของ บัณฑิต (2563) ศึกษาการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาไทยสูงสุด ระหว่าง พ.ศ. 2553 ถึง 2561 จำนวน 15 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ รัสเซีย ลาว อินเดีย สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมนี เวียดนาม ฮองกง และฝรั่งเศส ด้วยวิธี Panel Regression Analysis และการทดสอบ Panel Cointegration ซึ่งพบว่า สถานการณ์ชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก อัตราค่าครองชีพที่สูงขึ้น และภาวะความผันผวนของค่าเงินบาทไม่มีผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษารุ่นนี้ขัดแย้งกับการศึกษาของ สุภาพร (2544) ได้ศึกษาปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม ที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เช่น รายได้ต่อหัวของประชากร ดัชนีราคา และอัตราแลกเปลี่ยน ตลอดจนความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนใต้ ภัยจากสึนามิ และการระบาดของไข้หวัดนก โดยทำการศึกษาต่อกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 25 ประเทศ จาก 6 ภูมิภาค ได้แก่ ภูมิภาคอเมริกา ยุโรป เอเชียตะวันออก เอเชียใต้

และโอเชียเนีย ตั้งแต่ พ.ศ. 2546 ถึง 2550 ทดสอบด้วยแบบจำลอง Generalized Method of Moment (GMM) แบบจำลอง Seasonal Autoregressive Integrated Moving Average (SARIMA) และวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares: OLS) และพบว่าปัจจัยรายได้ต่อหัวประชากร ดัชนีราคา และอัตราแลกเปลี่ยน มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศกลุ่มตัวอย่างทั้ง 25 ประเทศ และยังไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วันวสา (2551) ที่ศึกษาการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยด้านเศรษฐกิจที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ จีน สิงคโปร์ สหราชอาณาจักร สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เยอรมนี และไต้หวัน ตั้งแต่ ค.ศ. 1981 ถึง 2006 ด้วยการทดสอบ Panel Cointegration และการประมาณค่าความสัมพันธ์ของแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า การเปลี่ยนแปลงของรายได้ของประชากร มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยน ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และระดับราคาโดยเปรียบเทียบมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวเพียงบางประเทศเท่านั้น

2. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาครั้งนี้ พบว่ามีทั้งส่วนที่สอดคล้องกับการศึกษาเรื่องอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติของ Preedatham, Vivatvanit, and Suksonghong (2018) และ บัณฑิต ชัยวิญญูชาติ (2020) ซึ่งผลการศึกษาที่ค้นพบสามารถสรุปได้ว่าการตัดสินใจเลือกประเทศปลายทางในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน อินเดีย เกาหลีใต้ รัสเซีย และสหรัฐอเมริกา ไม่ขึ้นอยู่กับ การเปลี่ยนแปลงของปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมหภาคเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) อัตราแลกเปลี่ยน และผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GPD) ของประเทศต้นทาง อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ขัดแย้งกับการศึกษาของ สุภาพร สุขมาก (2544) และ วันวสา วิโสณารมย์ (2551) ที่มีข้อสรุปว่า ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจมหภาคไม่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุปทาน แต่อาจเกิดจากปัจจัยทางด้านจิตวิทยา เช่น ความชื่นชอบ ความสะดวกสบาย หรือความร่วมมืออันดีของบริษัทนำเที่ยวของทั้งสองประเทศ ตลอดจนการเติบโตของธุรกิจสายการบินราคาต่ำ (low cost airline)

ดังนั้น หากมีการศึกษาในคราวต่อไป ผู้วิจัยควรพิจารณาการศึกษาถึงปัจจัยอื่น ๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ในเชิงเปรียบเทียบระหว่างประเทศต้นทางและประเทศไทย เช่น อัตราเงินเฟ้อเชิงเปรียบเทียบ อัตราแลกเปลี่ยนเชิงเปรียบเทียบ หรืออัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจเชิงเปรียบเทียบ ตลอดจน

ปัจจัยทางสังคม และประเด็นเกี่ยวกับกับการใส่ใจด้านสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้น ควรพิจารณา ทำการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นรายประเทศอย่างละเอียด เพื่อระบุพฤติกรรม ความชื่นชอบ และปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากปัจจัยที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมีความเฉพาะตัว ขึ้นอยู่กับ นักท่องเที่ยวมาจากภูมิภาคใด หรือชนชาติใด ทั้งนี้ เพื่อเป็นการพัฒนาการศึกษาให้สามารถนำไป เสนอต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบการตัดสินใจในเชิงนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยว ได้อย่างแท้จริง





บรรณานุกรม

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์ (2563). *Country Profile/Fact Sheet*. สืบค้นจาก https://www.ditp.go.th/ditp_web61/article_sub.php?cate=947&catetab=0&d=1
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2563). *สถิติด้านการท่องเที่ยว*. สืบค้นจาก https://www.mots.go.th/more_news_new.php?cid=411
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2558). *รายงานขั้นสุดท้าย (Final Report) โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง จีน อินเดีย รัสเซีย*. สืบค้นจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/t24928.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2559). *รายงานขั้นสุดท้าย (Final Report) โครงการศึกษาตลาดนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มคุณภาพสูง: ภูมิภาคอเมริกา (ตลาดสหรัฐอเมริกา)*. สืบค้นจาก <http://tourismlibrary.tat.or.th/medias/t25293.pdf>
- จักรี สกุลบงกช. (2544). *ผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนต่อราคาส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ชัยพร วิชาวุธ. (2523). *การวิจัยเชิงจิตวิทยา*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.
- ฐาปนา ฉิ้นไพศาล. (2542). *การเงินระหว่างประเทศ = International finance*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เม็ดทรายพรินติ้ง.
- ณรงค์ศักดิ์ ชนวิบูลย์ชัย. (2555). *การวิเคราะห์การถดถอย ในประมวลสาระชุดวิชาการวิเคราะห์เชิงปริมาณและการวิจัยสำหรับนักเศรษฐศาสตร์* (หน่วยที่ 10, น.91-170). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย (2563). *อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศย้อนหลัง*. สืบค้นจาก https://www.bot.or.th/thai/_layouts/application/exchangerate/ExchangeRateAgo.aspx
- นิคม จารุมณี. (2544). *การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์โอเดียนสโตร์.
- เนาวรัตน์ พลายน้อย, และคณะ. (2538). *การวิจัยพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย. จุลสารการท่องเที่ยว*. 5(5): 10-16.

- บัณฑิต ชัยวิชญชาติ. (2563). *อุปสงค์การท่องเที่ยวไทยกับภาวะเศรษฐกิจ*. กรุงเทพฯ: BU ACADEMIC REVIEW.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). *การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: บริษัทเพรส แอนด์ ดีไซน์ จำกัด.
- ประสิทธิ์ ทองอ่อน. (2542). *พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาคน*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: เวิร์ดเวฟ เอ็ดดูเคชั่น.
- ปิยะศิริ เรืองศรีมัน. (2553). *พฤติกรรมผู้บริโภค อุปสงค์ และการวิเคราะห์อุปสงค์*. ใน *ประมวลสาระชุดวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการและการประยุกต์* (หน่วยที่ 2, น. 1-93). นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- พิสิฐ ลืออักษร. (2551). *เศรษฐกิจไทยกับความเสี่ยงในทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจมหภาค การเงิน การคลัง เล่ม 3* (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: คณะทำงานเศรษฐกิจมหภาค การเงิน การคลัง สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- เมธา ชานี. (2544). *แบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยว: ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต เศรษฐศาสตร์และการเงิน). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- วันสา วิโสณารมย์. (2551). *การประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลพาแนลแบบไม่นิ่ง* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต (สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์)). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, เชียงใหม่.
- วรัชต์ มัชฌมบุรุษ. (2556). *การตลาดการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่พำนักระยะยาวในจังหวัดเชียงใหม่*. มหาวิทยาลัยพะเยา, พะเยา.
- วีระพล วงษ์ประเสริฐ. (2536). *การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- สรชัย พิศาลบุตร, และนฤมล สมิตินันท์. (2526). อ้างถึงใน *นางสาวกอบกาญจน์ เหริญทอง* (2556). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวตลาดน้ำอัมพวา จังหวัดสมุทรปราการ* (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- สุภาพร สุขมาก. (2553). *การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย* (วิทยานิพนธ์ปริญญาคุุณบัณฑิต). สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, กรุงเทพฯ.
- โสภา ชูพิกุลชัย. (2521). *จิตวิทยาทั่วไป*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิช.

- อัครพงษ์ อ้นทอง, และมิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2554). การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาว. *วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์*, 29(2), 1-34.
- อัครพงษ์ อ้นทอง. (2556). *เศรษฐมิติว่าด้วยการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 1). เชียงใหม่: ลี้อคินดิไซน์เวิร์ค.
- อัครพงษ์ อ้นทอง. (2558). ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาวของนักท่องเที่ยวอาเซียน. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 22(2), 77-101.
- อัครพงษ์ อ้นทอง. (2559). พลวัตและเสถียรภาพของความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาวในตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน. *วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ*, 3(2), 1-16.
- Erik Cohen. (1979). A Phenomenology of Tourist Experiences. *SAGE journals*, vol. 13 (issue 2), pp. 179-201.
- Federal Reserve Economic Data. (2020). *Consumer Price Index: All Items, Index 2015=100, Monthly, Not Seasonally Adjusted*. Retrieved from <https://fred.stlouisfed.org/tags/series?t=china%3Bcpi>
- Karimi, Asrin, Pouya Froughi, and K. Abdul Rahim. (2015). Modeling and forecasting of international tourism demand in ASEAN countries. *American Journal of Applied Sciences*, vol. 12, pp. 479-86.
- Kittipat Preedatham, Vorrabob Vivatvanit, and Karoon Suksonghong. (2018). Modeling The Demand for Inbound Tourism to Thailand: Panel Data Approach. *The 2nd International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (ICTGTD 2018)*.
- Li Gang, Haiyan Song, and Stephen F. Witt. (2005). Recent Developments in Econometric Modeling and Forecasting. *Journal of Travel Research*, vol. 44, issue 1, pp. 82-99.
- Lim Christine. (1999). A Meta-Analysis Review of International Tourism Demand. *Journal of Travel Research*, vol. 37, issue 3, pp. 273-84.
- Mohd Hafiz Mohd Hanafiah, Mohd Salehuddin Mohd Zahari, Salleh Mohd Radzi, Mohd Raziff Jamaluddin, and Zulhan Othman. (2008). Estimating Tourism Demand in Malaysia. the 7th *Asia Pacific Forum for Graduate Students Research in Tourism*.

- Serdar Ongan, Cem IŞik, and Dilek Özdemir. (2017). *The Effects of Real Exchange Rates and Income on International Tourism Demand for the USA from Some European Union Countries*. *Economies* 2017, (vol. 5, issue 4, pp. 1-11).
- The World Tourism Organization (UNWTO). (2020). *Tourism Barometer*. Retrieved from <https://www.unwto.org/barometer>
- Vladimiras Grazulis. (2015). A Systematic Approach to Personal Travel Motives (Theoretical Construct). *Human Resources Management & Ergonomics*, vol. IX, pp.60-72.
- Yazdi, S. K., and B. Khanalizadeh. (2017). Tourism demand: A panel data approach. *Current Issue in Tourism*, vol. 20, issue 8, pp. 787-800.



ภาคผนวก



จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปี 2556 - 62 ที่เดินทางเข้าประเทศไทยสูงสุด 10 สัญชาติแรก

Quarter	จำนวนนักท่องเที่ยว (ล้านคน)					
	จีน	อินเดีย	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	รัสเซีย	สหรัฐฯ
Q1/2556	1.176917	0.247176	0.351516	0.412122	0.591176	0.228944
Q2/2556	1.181136	0.291431	0.268618	0.322472	0.302121	0.185315
Q3/2556	1.39065	0.255004	0.336573	0.418072	0.218714	0.168293
Q4/2556	0.888632	0.257278	0.338635	0.383759	0.634554	0.240934
Q1/2557	1.036938	0.203125	0.315729	0.314599	0.69982	0.214464
Q2/2557	0.856139	0.246506	0.217465	0.26399	0.239689	0.166016
Q3/2557	1.234362	0.222508	0.284678	0.336262	0.180256	0.154696
Q4/2557	1.508859	0.260464	0.304694	0.353035	0.486665	0.228344
Q1/2558	2.006041	0.23081	0.37065	0.369376	0.32639	0.227807
Q2/2558	2.002137	0.295388	0.267652	0.306391	0.140089	0.198934
Q3/2558	2.109188	0.263806	0.353144	0.36818	0.113004	0.179411
Q4/2558	1.819429	0.279418	0.381599	0.337755	0.304653	0.261353
Q1/2559	2.629577	0.258142	0.425941	0.380267	0.35817	0.262726
Q2/2559	2.270041	0.334372	0.299554	0.309133	0.193081	0.224928
Q3/2559	2.415632	0.303965	0.382941	0.399935	0.153463	0.201197
Q4/2559	1.442396	0.298029	0.355764	0.350175	0.385369	0.286792
Q1/2560	2.439085	0.304487	0.46328	0.408266	0.488992	0.283221
Q2/2560	2.272801	0.386112	0.3624	0.331215	0.230138	0.250515
Q3/2560	2.682215	0.354901	0.451035	0.415906	0.161029	0.217355
Q4/2560	2.412159	0.369697	0.43255	0.389055	0.466179	0.305332
Q1/2561	3.172992	0.359653	0.501247	0.433175	0.618842	0.306527
Q2/2561	2.756561	0.427946	0.380094	0.346645	0.231973	0.260312
Q3/2561	2.444883	0.382364	0.453128	0.451346	0.149407	0.224521
Q4/2561	2.159904	0.425791	0.461932	0.42483	0.472543	0.330728
Q1/2562	3.119825	0.450224	0.537088	0.474677	0.615548	0.322576
Q2/2562	2.530649	0.528561	0.370299	0.389702	0.210008	0.27265
Q3/2562	2.867557	0.492433	0.492053	0.487308	0.14514	0.233638
Q4/2562	2.47669	0.524298	0.488413	0.454653	0.512757	0.338981

ดัชนีราคาผู้บริโภค ปี 2556 - 62 ของประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยสูงสุด 10 สัญชาติแรก

Quarter	ดัชนีราคาผู้บริโภค					
	จีน	อินเดีย	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	รัสเซีย	สหรัฐฯ
Q1/2556	96.6	85.2	97.9	95.8	78.5	98.2
Q2/2556	96.2	87.3	97.8	96.3	79.7	98.4
Q3/2556	96.7	90.5	98.2	96.8	80.9	99.0
Q4/2556	97.5	92.2	98.2	97.3	82.0	98.7
Q1/2557	98.8	91.0	99.0	97.3	83.5	99.6
Q2/2557	98.2	93.3	99.4	99.7	85.8	100.1
Q3/2557	98.5	96.7	99.6	100.1	87.1	100.3
Q4/2557	98.8	96.8	99.2	99.8	89.8	99.5
Q1/2558	99.9	97.0	99.7	99.6	97.1	99.4
Q2/2558	99.6	98.8	99.9	100.3	99.3	100.1
Q3/2558	100.3	101.1	100.2	100.2	100.8	100.4
Q4/2558	100.3	103.0	100.1	100.0	102.8	100.1
Q1/2559	102.0	102.5	100.6	99.6	105.2	100.1
Q2/2559	101.7	104.9	100.8	99.9	106.6	101.0
Q3/2559	101.9	106.5	101.0	99.7	107.7	101.4
Q4/2559	102.4	105.8	101.5	100.3	108.7	101.8
Q1/2560	103.5	104.9	102.8	99.9	110.0	102.6
Q2/2560	103.2	106.5	102.7	100.3	111.1	103.0
Q3/2560	103.5	109.0	103.2	100.3	111.3	103.2
Q4/2560	104.3	109.8	103.0	100.9	111.5	103.4
Q1/2561	105.7	109.9	103.9	101.2	112.5	104.3
Q2/2561	105.0	110.7	104.3	100.9	113.7	105.0
Q3/2561	105.9	115.1	104.8	101.4	114.6	105.4
Q4/2561	106.6	115.4	104.8	101.8	115.9	105.3
Q1/2562	107.6	117.7	104.5	101.5	118.3	105.9
Q2/2562	107.8	120.1	104.9	101.7	119.4	106.7
Q3/2562	108.9	122.5	104.9	101.8	119.5	107.2
Q4/2562	111.1	125.3	105.2	102.3	119.8	107.3

อัตราแลกเปลี่ยน ปี 2556 - 62 ของประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยสูงสุด 10 สัญชาติแรก

Quarter	อัตราแลกเปลี่ยน ต่อ 1 หน่วยสกุลเงินต้นทาง (บาท)					
	จีน (@1 หยวน)	อินเดีย (@1 รูปี)	เกาหลีใต้ (@1 วอน)	ญี่ปุ่น (@100 เยน)	รัสเซีย (@1 รูเบิล)	สหรัฐฯ (@1 ดอลลาร์)
Q1/2556	4.7983	0.5512	0.0275	32.3381	0.9803	29.8022
Q2/2556	4.8644	0.5367	0.0267	30.3129	0.9442	29.8928
Q3/2556	5.1475	0.509	0.0284	31.8335	0.9598	31.479
Q4/2556	5.2165	0.5126	0.0299	31.6172	0.9743	31.73
Q1/2557	5.3617	0.5291	0.0306	31.7813	0.9328	32.6618
Q2/2557	5.2139	0.5428	0.0316	31.7736	0.9288	32.4519
Q3/2557	5.211	0.5296	0.0313	30.8859	0.8863	32.0952
Q4/2557	5.3251	0.5279	0.0301	28.6238	0.6985	32.7105
Q1/2558	5.2383	0.5248	0.0297	27.4298	0.5192	32.6464
Q2/2558	5.3682	0.5243	0.0303	27.431	0.633	33.2629
Q3/2558	5.5886	0.5407	0.0302	28.8678	0.56	35.2456
Q4/2558	5.6032	0.5419	0.031	29.5248	0.5445	35.836
Q1/2559	5.4446	0.5272	0.0298	30.928	0.4776	35.6675
Q2/2559	5.3981	0.5263	0.0304	32.66	0.5363	35.2815
Q3/2559	5.2279	0.5194	0.0311	34.0588	0.5391	34.8444
Q4/2559	5.183	0.5248	0.0306	32.4591	0.5623	35.3922
Q1/2560	5.1147	0.5237	0.0305	30.9182	0.5979	35.1151
Q2/2560	5.0065	0.5315	0.0304	30.8862	0.6002	34.3013
Q3/2560	5.0081	0.52	0.0295	30.0863	0.5667	33.3875
Q4/2560	4.9839	0.51	0.0298	29.1879	0.5641	32.948
Q1/2561	4.9661	0.4916	0.0294	29.1289	0.5546	31.5411
Q2/2561	5.0084	0.4773	0.0296	29.2525	0.5157	31.9167
Q3/2561	4.8478	0.4715	0.0295	29.574	0.5037	32.9732
Q4/2561	4.743	0.4567	0.0291	29.0733	0.4928	32.812
Q1/2562	4.6816	0.4504	0.0282	28.7103	0.4795	31.6112
Q2/2562	4.6249	0.4558	0.0271	28.7468	0.4896	31.589
Q3/2562	4.375	0.438	0.0258	28.6163	0.4751	30.7123
Q4/2562	4.2979	0.4267	0.0258	27.8492	0.4753	30.278

ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ ปี 2556 - 62 ของประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยสูงสุด 10 สัญชาติแรก

Quarter	ผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ					
	จีน (ล้านล้านหยวน)	อินเดีย (ล้านล้านรูปี)	เกาหลีใต้ (ล้านล้านวอน)	ญี่ปุ่น (ล้านล้านเยน)	รัสเซีย (ล้านล้านรูเบิล)	สหรัฐฯ (ล้านล้านดอลลาร์)
Q1/2556	12.94496	26.05052	384.7473	498.4422	21.51415	16.56959
Q2/2556	14.35187	26.68441	389.1484	501.8163	21.58745	16.63793
Q3/2556	15.22227	27.59194	392.5867	506.7603	21.59619	16.84875
Q4/2556	16.77723	28.65815	396.1913	506.8162	21.72103	17.08314
Q1/2557	14.07598	29.40072	399.7454	512.3872	21.71998	17.10456
Q2/2557	15.64896	30.06157	402.5833	512.4856	21.82498	17.43291
Q3/2557	16.54847	30.93998	404.0558	513.0713	21.75568	17.72166
Q4/2557	18.08289	31.53774	406.333	517.2732	21.70365	17.84991
Q1/2558	15.11379	32.14029	409.9025	529.3872	21.48157	17.98418
Q2/2558	16.85497	33.10968	410.8272	531.6746	21.33687	18.21941
Q3/2558	17.65977	33.90072	417.0827	532.8283	21.37815	18.34471
Q4/2558	19.25729	34.82772	420.2081	531.5265	21.32332	18.35083
Q1/2559	16.241	35.88062	421.6816	535.3728	21.36386	18.42428
Q2/2559	18.14082	37.02179	425.7933	534.4374	21.37526	18.63725
Q3/2559	19.10106	37.94837	427.9319	535.2233	21.39694	18.80674
Q4/2559	21.15662	38.90339	431.4734	536.848	21.57055	18.99188
Q1/2560	18.18677	40.04314	435.4352	540.8338	21.62798	19.19043
Q2/2560	20.19503	40.79983	437.7121	543.1613	21.76274	19.35665
Q3/2560	21.27893	42.21339	444.0644	548.9841	21.9035	19.6117
Q4/2560	23.54287	43.36059	443.5998	550.9303	21.90885	19.91891
Q1/2561	20.20357	44.60923	447.9093	547.7154	22.19949	20.16316
Q2/2561	22.39622	45.93951	450.4958	549.2276	22.26772	20.51018
Q3/2561	23.44743	47.21432	452.5611	545.5452	22.34939	20.74975
Q4/2561	25.88089	48.34532	456.7697	546.7377	22.44823	20.8978
Q1/2562	21.80628	48.21322	455.081	552.6878	22.43092	21.09883
Q2/2562	24.25738	49.53126	459.8134	555.954	22.57556	21.34027
Q3/2562	25.22087	50.565	461.7059	558.2371	22.68305	21.54254
Q4/2562	2.47669	0.524298	0.488413	0.454653	0.512757	0.338981



ประวัติผู้ศึกษา

ชื่อ	นายบุญธรรมค์ ประเสริฐกุลชัย
วัน เดือน ปีเกิด	7 กรกฎาคม 2526
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ประวัติการศึกษา	วิทยาศาสตรบัณฑิต (ชีววิทยา) มหาวิทยาลัยมหิดล 2548 วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (อณูพันธุศาสตร์ฯ) มหาวิทยาลัยมหิดล 2551
สถานที่ทำงาน	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ตำแหน่ง	นักวิเคราะห์นโยบายและแผนชำนาญการ

