

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง



2.1 แนวความคิดและทฤษฎี

ในการศึกษาครั้งนี้จะนำทฤษฎี และแนวความคิดทางเศรษฐศาสตร์ซึ่งประกอบด้วยทฤษฎีอุปสงค์ (Theory of demand) และความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of demand) ตลอดจนแนวความคิดที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว อาทิเช่น แนวความคิดเรื่องปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด (Push-Pull Theory) เข้ามาประยุกต์ในการอธิบายอุปสงค์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

2.1.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand)

นักเศรษฐศาสตร์ได้ให้ความหมายของคำว่า “อุปสงค์” ว่าเป็นปริมาณของสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ โดยเป็นความต้องการธรรมดา (Want) ร่วมกับความต้องการที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing power) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจ (Ability and willingness) ที่จะจ่ายซื้อสินค้าหรือบริการนั้นๆ ได้ โดยในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งมากน้อยเพียงไร ย่อมขึ้นกับปัจจัยที่มีส่วนกำหนดปริมาณซื้อสินค้านั้นๆ เป็นต้นว่า ราคาสินค้านั้นๆ ราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้อง ทัศนคติของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภค การคาดคะเนราคาสินค้าในอนาคต และปัจจัยอื่นๆอีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งปัจจัยต่างๆ เหล่านี้จะเข้ามากำหนดปริมาณการเสนอซื้อสินค้าของผู้บริโภคพร้อมๆกัน โดยปกติการศึกษาอุปสงค์ในขั้นต้นมักจะเลือกเอาตัวกำหนดอุปสงค์แต่เพียงบางตัวที่เห็นว่ามีส่วนต่อปริมาณซื้อของผู้บริโภคอย่างมากมาทำการศึกษา และกำหนดให้ปัจจัยตัวอื่นๆคงที่ โดยแยกอุปสงค์ออกเป็นสามชนิดตามปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์นั้น ได้แก่ อุปสงค์ต่อราคา (Price demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income demand) อุปสงค์สินค้าต่อราคาสินค้าชนิดอื่นๆ (Cross demand)

จากความหมายของคำว่า “อุปสงค์” ดังที่กล่าวไปในข้างต้น หากจะนำมาประยุกต์เข้ากับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวแล้วก็จะหมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยว หรือ จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวนั้นจะต้องมีความต้องการ มีความสามารถและมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการในสถานที่ต่างๆที่กำหนดไว้ในขณะนั้น ซึ่งอุปสงค์การท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่างๆ และมีความซับซ้อนมากกว่าอุปสงค์ในสินค้าปกติทั่วไป

ในงานวิจัยหลักต่างๆที่ผ่านมา มักพบว่าปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดความต้องการท่องเที่ยว คือ ปัจจัยทางด้านรายได้ ราคา และอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่ง Wahab A. Salah² ได้ให้แนวความคิดว่า นอกจากตัวแปรอุปสงค์การท่องเที่ยวในเชิงปริมาณที่สามารถประเมินค่าออกเป็นตัวเลขเหล่านี้แล้ว ตัวแปรที่สำคัญอีกด้านหนึ่งซึ่งยากแก่การนำมาใช้ และวัดขนาดของผลกระทบ คือ ตัวแปรอุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ โดย Wahab ได้ให้แนวความคิดในเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual tourism demand) ในรูปฟังก์ชันดังต่อไปนี้

$$Dm_{ij} = \frac{f(M \times T \times F \times W)}{R}$$

เมื่อ Dm_{ij} = อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริงของการเดินทางท่องเที่ยวจากจุดกำเนิด i ไปยังจุดหมายปลายทาง j

M = จำนวนประชากรในจุดกำเนิด i

T = ระยะเวลาที่กำหนดในการพักผ่อนหรือท่องเที่ยว

F = ฐานะทางการเงินของนักท่องเที่ยวในจุดกำเนิด i

W = ความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยว

R = ข้อจำกัดต่างๆ ในเรื่องเสถียรภาพทางการเมือง ภาพพจน์ สิ่งอำนวยความสะดวก ความปลอดภัย ระยะทาง ต้นทุนค่าใช้จ่าย เป็นต้น

งานศึกษาของ Wahab ทำให้ทราบว่าอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริงนั้นประกอบไปด้วยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่างๆมากมายและซับซ้อน ตัวแปรบางตัวไม่สามารถวัดในเชิงปริมาณ อาทิเช่น ความปรารถนาที่จะเดินทางท่องเที่ยว เสถียรภาพทางการเมือง เป็นต้น เช่นเดียวกับในงานศึกษาของ

² Wahab A. Salah, Tourism Management (London: Tourism International Press, 1975), p. 92.

Joseph S. Chen and Cathy H.C. Hsu³ พบว่านอกเหนือจากต้นทุนการเดินทาง (Travel cost) จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทางใด ปลายทางหนึ่งแล้ว พฤติกรรมการตัดสินใจยังถือเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่สำคัญอีกประการหนึ่ง ซึ่งมีความสัมพันธ์โดยรวมถึง แรงจูงใจ การตัดสินใจ และสิ่งดึงดูดใจ (สถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และการยอมรับคุณภาพและบริการ)

Hudman, L.E.⁴ ได้ให้แนวความคิดไว้ในเรื่องของการขยายตัวของอุปสงค์การท่องเที่ยวว่ามีปัจจัยสำคัญ 2 ประการ คือ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)

1. **ปัจจัยผลักดัน (Push Factors)** เป็นสภาพเงื่อนไขที่เกิดจากตัวผู้เดินทางเองที่กระตุ้นให้เกิดอุปสงค์การเดินทาง ได้แก่ ความเคร่งเครียดในการทำงาน ความอยากรู้อยากเห็นในสถานที่แปลกใหม่ ความมีศรัทธาในศาสนา การต้องการเดินทางไปเยี่ยมญาติ การเดินทางไปทำธุรกิจ การร่วมประชุม/เพื่อศึกษาดูงาน รวมทั้งการท่องเที่ยวเพื่อเหตุผลทางสถานภาพ และชื่อเสียงของตนเอง

ปัจจัยผลักดันในข้างต้นนั้นมีความคล้ายคลึงกับแรงผลักดันขั้นพื้นฐานในแนวคิดเรื่องแรงผลักดันเพื่อการท่องเที่ยวของ **Robert W. McIntosh and Charles R. Goeldner**⁵ ที่ได้แบ่งแรงผลักดันดังกล่าวไว้ 4 ประการ คือ แรงผลักดันทางกายภาพ แรงผลักดันทางวัฒนธรรม แรงผลักดันเพื่อความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และแรงผลักดันทางสถานภาพและเกียรติภูมิ

2. **ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors)** เป็นสภาพเงื่อนไขที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความต้องการที่จะเดินทางไปยังสถานที่นั้น ปัจจัยดึงดูดมีมากมายทั้งที่เกิดเองจากลักษณะทางธรรมชาติ หรือจากมนุษย์สร้างขึ้นมา ได้แก่ การพัฒนาสิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ระบบคมนาคมขนส่งที่สะดวก นโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ความสะดวกในการออกใบอนุญาตเข้าเมือง (Visa) ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการให้บริการในด้านการสำรองที่นั่ง สำรองห้องพัก การโฆษณาประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว เป็นต้น

³ Joseph S. Chen and Cathy H.C. Hsu, "Measurement of Korean Tourists' Perceived Images of Overseas Destinations," *Journal of Travel Research* 38 (May 2000): 411-416.

⁴ Hudman, L.E., *Tourism: A Shrinking World* (Ohio: Grid Inc, 1980).

⁵ Robert W. McIntosh and Charles R. Goeldner, *Tourism Principles* (New York: John Wiley & Sons Inc, 1986), pp. 124-125.

ปัจจัยผลักดันและดึงดูดนี้หากมีปริมาณ และคุณภาพมากพอก็จะช่วยกระตุ้นส่งเสริมให้เกิด การขยายตัวของอุปสงค์ได้ ซึ่ง **Alister Mathieson and Geoffrey Wall**⁶ ได้จำแนกลักษณะของ อุปสงค์การท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ประเภทด้วยกัน ดังต่อไปนี้ คือ

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual demand) หมายถึง อุปสงค์ที่เกิดขึ้นแล้ว เป็น อุปสงค์ที่มีลักษณะครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือ มีความต้องการ มีความพร้อม และความ เต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้า และบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

2. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential demand) ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่ จะเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลา และหรือการจัดการเพื่อการเดินทาง อุปสงค์ที่มีศักยภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบการตลาดให้ความสำคัญ และยื่นมือเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องของการให้เครดิต การจัดการ อำนาจความสะดวกในการเดินทาง

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจคล้อยตามได้ (Deferred demand) เป็นอุปสงค์ที่ “อาจ” กลาย เป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และที่ 2 ได้ภายใต้สมมติฐานว่า มนุษย์นั้นมีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยว อยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน อุปสงค์ในประเภทที่สามนี้จะเป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความ ต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง (Destination) เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับ แหล่งท่องเที่ยวนั้น รวมทั้งบางครั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงด้วย (เงิน-เวลา- การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้หากใช้ระบบช่องทางขยาย การโฆษณาให้ถูกต้องแล้ว จะกระตุ้นให้ กลายเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ไม่ยาก

2.1.2 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว (Elasticity)⁷

หมายถึง ลักษณะความยืดหยุ่นของปริมาณความต้องการที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและมี ขนาดกว้าง โดยลักษณะนี้อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระดับราคา หรือภาวะความผันผวน ทางเศรษฐกิจของการตลาด ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ใน ส่วนของการศึกษารุ่นนี้ การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อตัวแปรใดตัวแปร หนึ่งจะหมายถึง การหาอัตราส่วน (เปอร์เซ็นต์) การเปลี่ยนแปลงของค่าความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เมื่อตัวแปรที่ศึกษามีอัตราการเปลี่ยนแปลงไป 1 เปอร์เซ็นต์ โดยกำหนดให้ค่า ตัวแปรอื่นๆ มีค่าคงที่ที่ระดับค่าเฉลี่ยของตัวแปรนั้นๆ

⁶ Alister Mathieson and Geoffrey Wall, “Tourism Economic, Physical and Social Impacts,” Longman.

⁷ ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์, “อุปสงค์การท่องเที่ยว,” จุลสารการท่องเที่ยว 7 (กรกฎาคม 2531): 23-24

อุปสงค์ทางการท่องเที่ยวโดยทั่วไปจะมีลักษณะยืดหยุ่นสูง เนื่องจาก

1. ความสามารถทดแทนได้ของสินค้าอื่น หรือแม้แต่สินค้าการท่องเที่ยวประเภทเดียวกัน ต่อตัวสินค้าการท่องเที่ยว (The Possibility to be substituted) หากสินค้าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาสินค้าอื่นมาทดแทนได้แล้ว ผู้บริโภคก็จะต้องอุปโภคและบริโภคนสินค้าการท่องเที่ยวโดยไม่มีสิทธิเลือง แต่ในข้อเท็จจริงแล้วสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการไร้รูป (Intangible goods) ตัวสินค้าจะปรากฏในรูปของ ความรู้สึก ความพึงพอใจ ความสนุกสนานตื่นเต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถหาได้จากสินค้าชนิดอื่น

2. ขนาดของความจำเป็นที่จะแข่งขันกับสินค้าตัวอื่น ถึงแม้ว่าความต้องการที่จะอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในปัจจุบันจะมีขีดสูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะเป็นที่ต้องการมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากสภาพของสิ่งแวดล้อมบีบบังคับ แต่สินค้าและบริการนี้ยังไม่อาจจัดให้เป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นเช่นสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ดังนั้นสินค้าและบริการการท่องเที่ยวจึงอยู่ในภาวะที่ไม่สามารถจะแข่งขันกับสินค้าตัวอื่นได้ นักท่องเที่ยวที่เก็บสะสมเงินทองไว้เพื่อการท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนใจไม่เดินทางได้ หากมีความจำเป็นที่จะต้องใช้จ่ายเงินด้านอื่น

3. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจบางครั้งเมื่อเกิดภาวะผันผวนทำให้รายรับรายจ่ายของครอบครัวเปลี่ยนไป ก็จะส่งผลกระทบต่อกรขยาย หรือหดตัวของอุปสงค์ด้วย ตามปกติรายรับของครอบครัวจะเปลี่ยนแปลงได้ด้วยเหตุสองประการ ได้แก่ รายได้ลดลงจากที่เคยได้รับ และรายได้คงเดิมแต่รายจ่ายเพิ่มขึ้น การที่รายได้เปลี่ยนแปลงไปนี้ จะมีส่วนทำให้ความต้องการซื้อเปลี่ยนตามไปด้วย โดยเฉพาะในภาวะที่ราคาสินค้าเพิ่มสูงขึ้นเป็นผลทำให้ค่าของเงินลดลง รายการค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นหมวดค่าใช้จ่ายหมวดแรกที่จะถูกตัดทอน หรือในทางตรงกันข้ามเมื่อคนมีรายได้มากขึ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวก็อาจขยายออกได้มากเช่นกัน

4. ความต้องการเดินทางขึ้นอยู่กับสมันิยม จำนวนผู้เดินทางไปยังแต่ละจุดหมายแต่ละสถานที่อาจเพิ่ม หรือ ลดลงอย่างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้นๆ อยู่ในสมันิยมของผู้คนในยุคนั้นมากน้อยเพียงไร

อย่างไรก็ตาม สาเหตุของความยืดหยุ่นทั้ง 4 ประการ อาจก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในอุปสงค์เป็นสองลักษณะด้วยกัน คือ การลดลงของอุปสงค์เชิงคุณภาพ แต่อุปสงค์เชิงปริมาณเท่าเดิม หรือมากขึ้น เช่น เปลี่ยนจากไปเที่ยวต่างประเทศปีละครั้ง เป็นไปเที่ยวในประเทศปีละหลายครั้ง หรือ เปลี่ยนจากการเดินทางโดยเครื่องบินเป็นการเดินทางโดยรถไฟ ส่วนอีกลักษณะนั้น คือ การลดอุปสงค์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งทั้งสองลักษณะจะส่งผลต่อความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่างกันไป

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาสามารถทำการจัดแบ่งนำเสนอได้พอสังเขป โดยสามารถแยกเป็น 4 ส่วนด้วยกันดังนี้ คือ

ส่วนที่ 1 การทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

งานวิจัยที่เลือกศึกษาด้านการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงยังมีจำนวนไม่มากนัก ส่วนใหญ่จะเป็นการวิจัยเชิงสำรวจในลักษณะการเก็บรวบรวมข้อมูลพื้นฐานด้านต่างๆ และศึกษาความเป็นไปได้ทางการท่องเที่ยว และการลงทุนที่มีการพัฒนาเชื่อมโยงร่วมกัน ตลอดจนการวางแผนเพื่อหาแนวทางและกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงระหว่างกันในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ตัวอย่างการศึกษาของ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย⁸ ศึกษาเรื่องโครงการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาสามเหลี่ยมท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย ลาว และกัมพูชา โดยได้ศึกษาสภาพทางกายภาพ เศรษฐกิจสังคม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยว ความเชื่อมโยงทางการคมนาคมขนส่ง เพื่อประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศทั้งสาม ตลอดจนวิเคราะห์ผลดีและผลเสียจากการพัฒนาเชื่อมโยง ไทย ลาว กัมพูชา ผลการศึกษาครั้งนี้ถือเป็นโครงการนำร่อง ซึ่งต่อมาในปีเดียวกัน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย⁹ ได้มีการศึกษาและวิเคราะห์ทิศทางการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ในงานศึกษานี้จะเป็นส่วนต่อเนืองกับงานศึกษาในเรื่องที่ผ่านมา โดยส่วนที่มีการวิเคราะห์และศึกษาเพิ่มเติมจะเป็นในเรื่องของสภาพและรูปแบบด้านการลงทุนภายในกลุ่ม การเชื่อมโยงเมืองหลักเมืองรองทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ การลงทุนของเอกชนไทยในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ตลอดจนได้ทำการวิเคราะห์ปัญหาและแนวโน้มความเป็นไปได้ด้านการลงทุนในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ซึ่งผลจากงานศึกษานี้จะเน้นในเรื่องการลงทุนด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย¹⁰ ได้ทำการศึกษาหาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทย และอินโดจีน (ลาว, กัมพูชา, เวียดนาม)

⁸ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, โครงการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาสามเหลี่ยมท่องเที่ยวเชื่อมโยง ไทย ลาว กัมพูชา (2542).

⁹ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, โครงการศึกษาและวิเคราะห์ทิศทางการลงทุนด้านการท่องเที่ยวในเขตอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (2542).

¹⁰ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทยและอินโดจีน (2536).

โดยลักษณะงานในเมืองต้นจะคล้ายคลึงกับงานที่ผ่านมา คือ การสำรวจข้อมูลพื้นฐานทั่วไปในแต่ละประเทศเพื่อประเมินศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จะใช้เชื่อมโยงกันทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ นอกจากนี้ยังมีส่วนที่แตกต่างเพิ่มเติมขึ้นจากงานศึกษาที่ผ่านมา คือ การสำรวจลักษณะตลาด และพฤติกรรมในการเดินทาง โดยทำการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวต่างชาติจำนวน 200 และ 100 คน ตามลำดับ ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่จะมีถิ่นที่อยู่ในอเมริกาเหนือมากที่สุด รองลงมา คือ ชาวยุโรป และเอเชีย โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 71.7 และมีอายุอยู่ในช่วง 35-44 ปีมากที่สุด มีอาชีพเป็นนักธุรกิจถึงร้อยละ 36.4 รองลงมาเป็นผู้เชี่ยวชาญ ร้อยละ 28.3 โดยมีจุดมุ่งหมายในการพักผ่อนร้อยละ 45.5 และดำเนินธุรกิจร้อยละ 40.4 ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่พบว่ามีถิ่นฐานอยู่กรุงเทพฯเกือบทั้งหมด เป็นเพศหญิงอายุ 35-44 ปีเป็นส่วนใหญ่ และมีอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ลูกจ้างเป็นกลุ่มใหญ่ที่สุด ส่วนลักษณะการเดินทางส่วนใหญ่จะจัดการเดินทางกับบริษัททัวร์ร้อยละ 69.7 การสำรวจลักษณะตลาดพฤติกรรมในการเดินทาง ตลอดจนการวัดทัศนคติของนักท่องเที่ยวในเมืองต้นนั้น เพื่อหาขนาดของตลาดปัจจุบัน และทำการประมาณการขนาดตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนและทำการเสนอแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ปีต่อมา คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย¹¹ ได้ทำการศึกษาแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยขยายพื้นที่ศึกษาใหม่เพิ่มอีก 2 ประเทศ คือ พม่า และจีน (ตอนใต้) โดยลักษณะรูปแบบของงานศึกษานี้จะเป็นแบบเดียวกับงานศึกษาที่ผ่านมา แต่จะมีผลการศึกษาในส่วนของลักษณะตลาด และพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยวบางส่วนที่เพิ่มเติมเข้ามา คือ ลักษณะการจัดการเดินทางส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีรูปแบบของการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าบริษัททัวร์ ในส่วนของการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า มีความแตกต่างไปจากเดิม กล่าวคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปจีน (ตอนใต้) จะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกันตามลำดับ คือ ร้อยละ 52 และ 48 โดยมีจุดมุ่งหมาย คือ การท่องเที่ยว ส่วนชาวไทยที่ไปพม่าจะพบว่าจุดมุ่งหมายหลัก คือ การติดต่อธุรกิจ เป็นเพศชายมากกว่าหญิงถึงร้อยละ 82 ประกอบอาชีพนักธุรกิจและข้าราชการส่วนใหญ่ โดยมีลักษณะการเดินทางแตกต่างไปจากในการศึกษาข้างต้น คือ จัดการเดินทางด้วยตนเองไม่ใช้บริการของบริษัททัวร์ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่ในการเดินทางของนักท่องเที่ยว คือ การติดต่อธุรกิจ งานศึกษาของ สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์¹² ศึกษากลยุทธ์การ

¹¹ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างไทย พม่า และจีนตอนใต้ (2537).

¹² สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์, “กลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในการผลักดันแผนการท่องเที่ยวในอนาคตกลุ่มน้ำโขง,” รายงานฉบับสมบูรณ์เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, กรกฎาคม 2541.

ตลาดที่เหมาะสมในการผลักดันแผนการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในอนุภาครุ่มน้ำโขง ทำการศึกษาสภาพตลาดและสำรวจแนวโน้มความต้องการท่องเที่ยวเชื่อมโยงในอนาคต โดยพบว่าความต้องการและคำแนะนำจากนักท่องเที่ยวเป้าหมาย คือ สิ่งที่สำคัญที่สุดในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด ซึ่งได้ทำการสัมภาษณ์เฉพาะชาวต่างชาติทั้งนักท่องเที่ยว และนักลงทุนที่เดินทางเยือนอนุภาครุ่มน้ำโขง ผลการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีถิ่นฐานมาจาก ญี่ปุ่น อเมริกา และยุโรป นักท่องเที่ยวร้อยละ 69.8 มีแนวโน้มสนใจมากที่จะเยือนอนุภาครุ่มน้ำโขง และต้องการเที่ยวครั้งละ 2 ประเทศมากที่สุด โดยปัจจัยที่สำคัญที่จะจูงใจให้มาเที่ยวแบบเชื่อมโยง คือ แหล่งท่องเที่ยวที่แปลกใหม่ น่าสนใจ โดยเฉพาะด้านวัฒนธรรมและธรรมชาติ โดยสิ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คือ ความปลอดภัย สิ่งอำนวยความสะดวก ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งผลการสำรวจที่ได้มาถูกนำมาวางกลยุทธ์การตลาดที่เหมาะสมในระหว่างปี 2542-2544 นอกจากนี้ผลการศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นถึงผลกระทบด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศว่ามีส่วนช่วยผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงในกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวอีกด้วย

ส่วนที่ 2 การทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องของการรวมกลุ่มประเทศทางด้านการท่องเที่ยว โดยในงานศึกษาส่วนนี้ชี้ให้เห็นว่าเมื่อมีการรวมกลุ่มประเทศกันแล้วจะก่อให้เกิดการขยายตัว ทำให้มีการเติบโตเพิ่มขึ้น และสามารถส่งผ่านความเติบโตให้แก่เพื่อนบ้านได้ในทิศทางที่ส่งเสริมกัน

John Brahman¹³ ได้กล่าวอ้างและโจมตีในงานศึกษาของ Bauer and Yamer (1968), Habeler (1950) และ Viner (1953) ซึ่งทั้ง 4 คนนี้เป็นนักเศรษฐศาสตร์สำนักนีโอคลาสสิก และงานศึกษาของพวกเขาจะมีความคล้ายคลึงกัน กล่าวคือ มีการมุ่งสนับสนุนให้ประเทศ หรือกลุ่มประเทศใช้กลยุทธ์ Export-oriented development บนพื้นฐานของหลักการความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ โดยมุ่งให้มีการส่งออกในสินค้าที่ประเทศ หรือกลุ่มประเทศมีความได้เปรียบ ซึ่งจากงานศึกษาของกลุ่มคนทั้งสี่นี้ จะกล่าวถึงการส่งออกการท่องเที่ยวโดยจะมุ่งขยายจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยอาศัยกลไกการแข่งขันของรัฐบาลในบางส่วน อาทิ นโยบาย, การส่งเสริมสนับสนุน ซึ่งผลจากการใช้ Export-oriented development กับการท่องเที่ยวจะเป็นผลในทางส่งเสริมก่อให้เกิดการขยายตัวภายในกลุ่มประเทศ และมีอัตราการเติบโตที่เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ดังในกรณีของกลุ่ม East Asian แต่จากการที่ Brahman ได้ทำการศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศโลกที่สามกับการใช้ Export-oriented development strategy ในเรื่อง New Directions in Tourism for Third

¹³ John Brahman, "New Directions in Tourism for Thrid World Development," *Annals of Tourism Research* 23 (1996): 48-70.

World Development ผลปรากฏว่าการใช้ Export-oriented development strategy ในงานศึกษาของ Brahman กลับเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามกับงานศึกษาของกลุ่มนีโอคลาสสิก Brahman พบว่าการมุ่งเน้นการส่งออกการท่องเที่ยวบนพื้นฐานของความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบนั้นจะทำให้การผลิตของประเทศในสาขาอื่นอยู่ในระดับต่ำเกิดผลการกระจาย (Spread effect) และการดึงการดึงดูดเชิงพื้นที่ (Spatial polarization) ในทางลบ เกิดการสูญเสียเอกลักษณ์วัฒนธรรมภายในพื้นที่ ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลาย เกิดการรั่วไหลของรายได้จากการท่องเที่ยวเนื่องจากมีผู้ประกอบการชาวต่างประเทศเข้ามาลงทุนเป็นจำนวนมาก และกำไรที่ได้จะถูกส่งคืนกลับประเทศ ซึ่งพ้องกับงานศึกษาบางส่วน of **Khan, Chou and Wong**¹⁴ ซึ่งได้กล่าวถึงปัญหาของการท่องเที่ยวในส่วนของ การรั่วไหลของเงินตราต่างประเทศจากการท่องเที่ยวว่า นอกจากผู้ประกอบการชาวต่างประเทศจะ นำกำไรส่งคืนกลับประเทศแล้ว อีกสาเหตุหนึ่ง คือ การนำเข้าสินค้าและบริการที่ใช้ในธุรกิจนั้นๆ ซึ่ง ผลที่ตามมาและเป็นปัญหานักกับประเทศเจ้าบ้าน คือ ปัญหาเรื่องดุลการชำระเงิน นอกจากนี้ Brahman ยังเสริมในเรื่องของการเกิดความไม่เท่าเทียมกันในการกระจายต้นทุน และผลกำไรทางการท่องเที่ยวแก่เจ้าของพื้นที่นั้น Brahman ได้ทำการศึกษาพบว่ากลยุทธ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับ กลุ่มประเทศโลกที่สาม คือ การจับมือรวมกลุ่มกัน (integrated into the broader) ทางการท่องเที่ยว โดยที่แต่ละประเทศภายในกลุ่มจะต้องมีการพัฒนาภายในพื้นที่ของตน ภายใต้กรอบการรวมกลุ่ม เดียวกันในด้านสังคม การเมืองและเป้าหมายทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้มแข็งลดผลกระทบด้านลบที่จะเกิดขึ้น โดยผลของการรวมกลุ่มทางการท่องเที่ยวนี้จะเป็นการเพิ่ม multiplier และสร้างผลการกระจาย (Spread effect) ในทางที่ส่งเสริมกันของแต่ละประเทศภายในกลุ่ม

ส่วนที่ 3 การทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยจะเป็น งานศึกษาในส่วนโครงสร้างของอุปสงค์ และปัจจัยต่างๆที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว (จำนวนนักท่องเที่ยว หรือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว) ตลอดจนการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ในอนาคต

ในการทบทวนงานวิจัยต่างๆที่ผ่านมา จะพบว่าวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาต้องการดู อิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรืออุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งส่วนใหญ่จะมีการใช้เฉพาะตัวแปรทางเศรษฐกิจในการ ศึกษา ได้แก่ รายได้ประชาชาติต่อหัว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ระดับราคาโดย เปรียบเทียบ เป็นต้น โดยข้อมูลที่ใช้จะเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา (Time-Series) และทำการศึกษาโดยใช้

¹⁴ Khan, H., F. Chou and E. Wong, "Tourism Multiplier Effects on Singapore," *Annals of Tourism Research* (1990): 408-418.

แบบจำลองถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์เป็นส่วนใหญ่ ในส่วนของรูปแบบฟังก์ชันของแบบจำลองอุปสงค์จะพบว่าทั้งรูปแบบฟังก์ชัน log-linear และ linear แต่จะเห็นได้ว่าในงานศึกษาส่วนใหญ่ที่ผ่านมาจะใช้รูปแบบฟังก์ชัน log-linear เป็นส่วนใหญ่ เนื่องจากมีความเหมาะสมที่จะใช้วัดความยืดหยุ่นของอุปสงค์ได้ดีกว่า ตัวอย่างการศึกษาของ **Gunadhi and Boey**¹⁵ ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์ โดยกำหนดขอบเขตของประเทศนักท่องเที่ยวที่ทำการศึกษาไว้ 5 ประเทศ คือ ออสเตรเลีย อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น สหราชอาณาจักร และสหรัฐอเมริกา ผลการศึกษาพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ คือ รายได้ประชาชาติต่อหัว ดัชนีราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ดัชนีราคาโรงแรม และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ งานศึกษาต่อมาของ **Sevgin Akis**¹⁶ พบว่าแบบจำลองที่ใช้ตัวแปรหลายตัวในสมการเดียวกัน อาทิ เช่น รายได้ต่อหัว จำนวนประชากร อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และดัชนีราคาผู้บริโภค จะก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ในการศึกษาจึงได้นำระดับราคาโดยเปรียบเทียบมาใช้แทนดัชนีราคาผู้บริโภค และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น ประชากรจะมีศักยภาพในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และถ้าระดับราคาของประเทศลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับระดับราคาภายในประเทศผู้มาเยือน จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามายังประเทศปลายทางเพิ่มขึ้นเช่นกัน งานศึกษาของ **Hailin Qu and Sophia Lam**¹⁷ พบว่าปัจจัยที่กำหนดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวฮ่องกงของนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระ คือ รายได้ต่อหัว และการผ่อนปรนกฎระเบียบหนังสือเดินทาง (Relaxation for Visa requirement) อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนตัวแปรระดับราคาโดยเปรียบเทียบ และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศนั้น พบว่ามีความเหมาะสมในการใช้วัดความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวมากกว่าที่จะนำมาใช้วัดจำนวนนักท่องเที่ยวในการศึกษานี้ นอกจากนี้ผลการศึกษายังทำให้ทราบว่าต้นทุนการเดินทาง (Cost of transportation) ที่ใช้ในการตั้งสมมติฐานอุปสงค์การท่องเที่ยวโดยทั่วไปนั้น ไม่สามารถนำมาใช้ได้กับอุปสงค์การท่องเที่ยวของจีน เนื่องจากการเดินทางระหว่างจีนมายังฮ่องกงนั้นเป็นการเดินทางในช่วงระยะทางสั้นๆ จึงทำให้ต้นทุนการเดินทางไม่มีนัยสำคัญต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการเดินทาง นอกจากนี้จะใช้ปริมาณนักท่องเที่ยวเป็นตัววัดความต้องการ หรือ อุปสงค์การท่องเที่ยวแล้ว สามารถ

¹⁵ Gunadhi, H. and C.K. Boey, "Demand Elasticities of Tourism in Singapore," Tourism Management (December 1986): 239-250.

¹⁶ Sevgin Akis, "A Compact Econometric and Model of Tourism Demand for Turkey," Tourism Management (1998): 99-102.

¹⁷ Hailin Qu and Sophia Lam, "A travel demand model for mainland Chinese tourists to Hong kong," Tourism Management 18 (January 1997): 593-597.

ใช้ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นตัววัดผลได้เช่นเดียวกัน ตัวอย่างการศึกษาของ **P.D. Loeb**¹⁸ พบว่า ค่าใช้จ่ายอันเกิดจากการใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศสหรัฐอเมริกาของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กับปัจจัยรายได้ประชาชาติต่อหัวที่แท้จริง อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ตามสมมติฐานที่ตั้งไว้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เช่นเดียวกับงานศึกษาของ **Choong-ki Lee, Turgut Var and Thomas W. Blaine**¹⁹ ที่ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรรายได้ อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ และระดับราคาโดยเปรียบเทียบ เป็นปัจจัยที่มีผลกระทบต่อปริมาณค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าสู่ประเทศเกาหลีใต้ ก่อนข้างสูง งานศึกษาต่อมาเป็นงานในประเทศของ **วีระพล วงษ์ประเสริฐ**²⁰ ได้วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อทั้งอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย และทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาประเทศไทยในอนาคตด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ โดยผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายและอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ คือ อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว, อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว, อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของไทย ส่วนตัวแปรหุ่นที่แสดงปีการท่องเที่ยวไทย และตัวแปรหุ่นที่แสดงวิกฤตการณ์ทางการเมืองนั้นเป็นปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยที่ค่าประมาณสัมประสิทธิ์ปัจจัยผันแปรอิสระจะแตกต่างกันไปตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ส่วนที่ 4 การทบทวนแนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในด้านการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาพำนัก

นอกจากงานศึกษาส่วนที่ 3 ยังมีงานศึกษาอีกส่วนหนึ่งที่ต้องการคู่อธิพลของปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการใช้จ่าย ระยะเวลาพำนัก และการตัดสินใจ

¹⁸ P.D. Loeb, "International travel to the United States: An Economic Evaluation," Annual of Tourism Research 9 (November 1982): 7-21.

¹⁹ Choong-Ki Lee, Turgut Var and Thomas W. Blaine, "Determinants of inbound tourist expenditures," Annals of Tourism Research 23 (March 1996): 527-542.

²⁰ วีระพล วงษ์ประเสริฐ, "การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย". (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536).

ใจเลือกเดินทาง ซึ่งการศึกษาในส่วนนี้ จะมีการใช้ตัวแปรที่นอกเหนือไปจากตัวแปรทางเศรษฐกิจ คือ ตัวแปรทางเศรษฐกิจสังคม ประชากร ที่ได้จากการออกแบบสอบถามสัมภาษณ์นักท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา วัตถุประสงค์การเดินทาง เป็นต้น โดยข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-Section) ทำให้ข้อมูลที่ได้มีความครอบคลุมและน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น และสามารถทำการวิเคราะห์ได้หลายวิธี เช่น การใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis), แบบจำลองโลจิท (Logit Model) และ โคสแควร์ เป็นต้น ตัวอย่างการศึกษาของ **ณัฐกานต์ โรจนุตมะ**²¹ ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร โดยการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศนี้ ได้ทำการแยกวิเคราะห์ในระยะเวลาต่างๆ โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวางจากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ ในปี พ.ศ. 2541 ผลการศึกษาจากแบบจำลองโลจิท พบว่า รายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยว และรูปแบบการเดินทางด้วยตนเองเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพฯ แต่เมื่อพิจารณาในกรอบเวลาที่ลดลงจะพบว่าปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญลดลง และมีปัจจัยฤดูกาลและขนาดของครอบครัวที่มีผลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ในส่วนผลของแบบจำลองการถดถอย พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ คือ ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปและรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยว โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก สำหรับอายุ และอาชีพของนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ ในงานศึกษาของ **สมบัติ แซ่เฮ้**²² ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมกรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่ โดยใช้แบบจำลองโลจิทเพื่อประมาณการอุปสงค์ของบริการการท่องเที่ยวชมธรรมชาติรูปแบบใหม่ และประมาณการราคาค่าบริการที่นักท่องเที่ยวยินดีจ่ายของบริการแต่ละชนิด นอกจากนี้ยังทำการประมาณการระดับรายได้ที่จะได้รับจากการจัดบริการใหม่จากบริการที่จัดนำเสนอทั้งหมด 5 ชนิด โดยใช้กรอบแนวความคิดการประเมินคุณค่าจากความเป็นไปได้ และมีตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาแตกต่างออกไปจากงานศึกษาของณัฐกานต์ คือ จำนวนคืนที่พำนัก ลักษณะกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง และจำนวนผู้ร่วมเดินทาง ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการบริการของนักท่องเที่ยวแต่ละคนที่มีต่อบริการแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้ตัวแปรที่มีผลต่อความน่าจะเป็นที่จะเลือกใช้หรือไม่เลือกใช้บริการ ได้แก่ ตัวแปรพฤติกรรมกรรมการเลือกในอดีต (การมีข้อมูลเกี่ยวกับบริการเดิม และการประกอบกิจกรรมในอดีต) และตัวแปรส่วนบุคคล (อายุ ระดับการ

²¹ ณัฐกานต์ โรจนุตมะ, “ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542).

²² สมบัติ แซ่เฮ้, “การศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชมธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม กรณีศึกษาอุทยานแห่งชาติเขาใหญ่,” (วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2538).

ศึกษา รายได้) นอกจากงานศึกษาของณัฐกานต์ และสมบัติ ที่ใช้แบบจำลองโลจิสเข้ามาวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวแล้ว ยังมีงานศึกษาอีกชิ้นหนึ่งของ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย²³ ซึ่งได้ทำการวิเคราะห์การเลือกสถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้แบบจำลองโลจิสเช่นเดียวกัน โดยได้แบ่งสถานที่ท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท คือ ธรรมชาติ, วัด หรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์, วัฒนธรรมพื้นถิ่น, ศูนย์การค้า และสถานบันเทิงเรีงรมย์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า เพศเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงเรีงรมย์ โดยนักท่องเที่ยวชายจะมีโอกาสเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้มากกว่าเมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวหญิง ส่วนสถานภาพ พบว่า เป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทศูนย์การค้า และสถานบันเทิงเรีงรมย์ โดยนักท่องเที่ยวที่สมรสแล้วจะมีโอกาสเลือกแหล่งท่องเที่ยวประเภทศูนย์การค้ามากกว่ากลุ่มอื่น และจะเลือกท่องเที่ยวประเภทสถานบันเทิงลดลง ในขณะที่อายุนั้น พบว่า ไม่มีความสัมพันธ์กับการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในทุกประเภทงานศึกษาต่อมาของ **Jame E.T. Moncure**²⁴ ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักในเมืองไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยการสำรวจแบบสุ่มบังเอิญ ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรอายุ รายได้ ต้นทุนค่าที่พัก มีผลในทางบวกต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในส่วนตัวแปรแหล่งท่องเที่ยว ปรากฏว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเชียงใหม่มีแนวโน้มในการใช้จ่ายต่อหัวต่อวันน้อยกว่าการไปเที่ยวที่อื่น ส่วนปัจจัยสำคัญที่กำหนดจำนวนวันพำนักนั้น พบว่า ตัวแปรราคา ต้นทุนค่าที่พัก และต้นทุนอื่นๆ จะแสดงผลในทางลบกับจำนวนวันพำนัก โดยเฉพาะต้นทุนค่าที่พัก ส่วนเวลาที่ใช้ในการเดินทาง ค่าตัวเครื่องบิน อายุ เพศ และฤดูกาลท่องเที่ยวไม่มีผลต่อจำนวนวันพำนักเฉลี่ย โดยผลการสำรวจพบว่า การเคยมาประเทศไทยแล้วจะมีผลต่อจำนวนวันพำนักที่ลดลง ต่อมา ศรีธญา ศรีรัตน์²⁵ ได้ทำการศึกษาในเรื่องที่คล้ายคลึงกับงานศึกษาของ Moncure โดยใช้การสุ่มข้อมูลจากฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2533 เป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยผลการวิเคราะห์พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มากกว่า US\$10,000 ต่อปี สัญชาติของนักท่องเที่ยวกลุ่มอเมริกาเหนือ และวัตถุประสงค์ที่มา ซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในทางบวก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ สัญชาติของนัก

²³ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, การวิเคราะห์การเลือกสถานที่ท่องเที่ยว. (กรุงเทพมหานคร: แผนงานเศรษฐกิจรายสาขา สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2536), หน้า 49-91.

²⁴ Jame E. T. Moncure, "Thailand's Tourism: An Analysis of Visitor Length of Stay and Expenditures," Discussion Paper Series, Faculty of Economics, Thammasat University, December 1978.

²⁵ ศรีธญา ศรีรัตน์, "การศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่าย และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534)

ห้องเที่ยวกลุ่มเอเชียและแปซิฟิก อาชีพของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อาชีพพนักงานเอกชน และแม่บ้าน นอกจากนี้วัตถุประสงค์ที่มา และต้นทุนต่อหน่วยในหมวดค่าที่พัก และหมวดค่าซื้อสินค้าที่ระลึก ล้วนมีผลต่อระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น โดยถ้าปัจจัยเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจะมีผลทำให้ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วย ในงานศึกษาของศรีธญา พบว่า นอกเหนือจากเรื่องปัจจัยผันแปรอิสระที่มีความแตกต่างกันในบางส่วนกับงานศึกษาของ Moncur แล้ว ในเรื่องของ การเก็บข้อมูลจะพบว่า งานศึกษาของ Moncur ได้ทำการเก็บตัวอย่างข้อมูลจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง โดยไม่ได้เก็บข้อมูลในส่วนของนักท่องเที่ยวที่มา กับบริษัททัวร์ ซึ่งแตกต่างจากการเก็บรวบรวมข้อมูลของศรีธญาที่ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้ง 2 ส่วน จึงทำให้การเก็บข้อมูลในส่วนของศรีธญา มีความครอบคลุมกว่า

จากการทบทวนงานวิจัยที่ผ่านมาในส่วนที่ 3 และ ส่วนที่ 4 นั้น พบว่ามีความแตกต่างกันใน ส่วนของการนำตัวแปรอิสระที่ใช้เป็นปัจจัยในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว และกรอบของ ขอบเขตการศึกษา กล่าวคือ นอกเหนือจากตัวแปรเชิงปริมาณทางเศรษฐกิจ (Economic Factors) เช่น รายได้ ราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบ และอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศแล้ว ตัวแปรเชิงคุณภาพ เช่น สถานภาพทางสังคม และลักษณะประชากร (Demographic Factors) โดยส่วนรวมก็ล้วนมีผลใน การกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเช่นเดียวกับตัวแปรทางเศรษฐกิจ ถึงแม้จะไม่มีอิทธิพลทางตรงที่ เห็นได้ชัดอย่างตัวแปรทางเศรษฐกิจ แต่ในภาพรวมของผลการศึกษานั้นจะได้ผลออกมาในแนวทาง เดียวกัน คือ สามารถบอกปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว ค่าใช้จ่าย และระยะเวลาพำนัก ของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงได้นำปัจจัยที่กำหนดความต้องการ ทั้ง 2 ลักษณะมาทำการศึกษาพร้อมๆกัน อันได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจสังคม และประชากร (Socio-economic and Demographic Factors) ซึ่งแบบจำลองที่เหมาะสมในการศึกษาปัจจัยทั้ง 2 ลักษณะ ดังกล่าว คือ แบบจำลองโลจิต จะเห็นได้จากการทบทวนงานวิจัยในอดีตที่ผ่านมาของ ณัฐกานต์ สมบัติ และสถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศไทย ในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว ที่ได้ นำแบบจำลองโลจิตเข้ามาใช้อธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ โดยตัวแปรที่ใช้ ส่วนใหญ่จะเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพที่ได้มาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Cross-Section) ซึ่ง สามารถนำมาใช้ในการอธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน และมีความเหมาะสมมากกว่าการใช้ตัวแปรเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะ เลือกใช้แบบจำลองโลจิตในการอธิบายพฤติกรรมของการตัดสินใจเลือกเดินทางท่องเที่ยวที่มากกว่า 2 ทางเลือก ซึ่งเรียกว่า Multinomial Logit Model เพื่อทำการศึกษาองค์ประกอบทางเศรษฐกิจสังคม ประชากร และพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในกลุ่ม อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในลักษณะที่แตกต่างกัน โดยจะมุ่งเน้นการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวอย่างมี ระเบียบ โดยใช้เครื่องมือทางเศรษฐมิติเข้าช่วยในการอธิบายผล ซึ่งจะแตกต่างไปจากงานศึกษาในส่วน

ที่ 1 ของ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย และ สมมติ ที่ส่วนใหญ่จะเป็นการสำรวจลักษณะตลาด และพฤติกรรมในการเดินทางของนักท่องเที่ยว เพื่อหาขนาดของตลาด และทำการประมาณการขนาดตลาดนักท่องเที่ยวในอนาคต โดยมีลักษณะ เป็นการศึกษาเชิงสำรวจ และใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆแล้วนำมาอธิบายผลการศึกษาในรูปของ สถิติ ร้อยละ และความถี่ เท่านั้น โดยในงานศึกษานี้ได้นำตัวแปรทางด้านเศรษฐกิจสังคม และ ประชากร ที่คาดว่าจะมีผลกระทบโดยตรงต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในอนาคต เช่น รายได้ อาชีพ อายุ เพศ สัญชาติ รูปแบบการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ลักษณะกลุ่มร่วมเดินทาง ประสบการณ์ในการเดินทาง การรับรู้การส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มอนุภูมิภาค และระดับราคา โรงแรม โดยเปรียบเทียบ เข้ามาใช้ในการศึกษา และเนื่องจากข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้เป็นข้อมูล ภาคตัดขวาง จึงสมมติให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศพบกับระดับราคาชุดเดียวกันเมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง คือ ระดับราคาห้องพักโรงแรม 3 ดาว โดยนำตัวอย่าง โรงแรมระดับ 3 ดาว ของแต่ละประเทศจำนวน 5 แห่ง มาทำการเฉลี่ยราคาห้องพักต่อคืน แล้วนำมา เปรียบเทียบกันตามประเทศที่นักท่องเที่ยวแต่ละคนเลือกเดินทาง เพื่อเป็นตัวแทน (Proxy) ของ ต้นทุนการท่องเที่ยวในประเทศที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกเดินทางในกลุ่มอนุภูมิภาค ซึ่งผลการ ศึกษาที่ได้รับในครั้งนี้อาจจะสามารถนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการจัดการด้านอุปสงค์ทางการ ท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงร่วมกัน 6 ประเทศ เพื่อสนองความต้องการทางการท่องเที่ยว ของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม และสามารถเป็นแนวทางในพัฒนาการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงของ ทั้งประเทศไทยและกลุ่มอนุภูมิภาคให้เติบโตอย่างยั่งยืน สามารถแข่งขันกับตลาดการท่องเที่ยวอื่น ของโลกได้ นอกจากนี้ยังทำให้ทราบถึงโอกาสในการที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขงจะเลือกประเทศไทยเข้าร่วมในการเดินทางด้วย ว่ามีโอกาสถูกเลือกท่องเที่ยวมากน้อย เพียงใด เมื่อเทียบกับ การเลือกท่องเที่ยวแต่ละประเทศเพื่อนบ้านเพียงอย่างเดียว เพื่อเป็นประ โยชน์ใน การสร้าง-จัด-หาสินค้า และบริการมาตอบสนองนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคทั้งกลุ่มเดิมและกลุ่มใหม่ ให้มีการเดินทางมาท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงทั้งประเทศไทย และประเทศเพื่อนบ้านเพิ่มมากขึ้น