

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

Factors Determining Tourism Demand of Foreign Tourist in Thailand

ปวรพัชร รัตนรุ่งเรืองยศ*

รุ่งระวี วีระเวสส์**

บทคัดย่อ

การศึกษาในนี้มีวัตถุประสงค์ของการศึกษา คือ เพื่อวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่มีผลต่อการใช้จ่าย ด้าน ค่าที่พัก ค่าอาหาร และค่าของที่ระลึก ในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สำหรับข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทยด้วยแบบสอบถามรวมทั้งหมด 170 ตัวอย่าง ผลวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป/อเมริกา/โอเชียเนียมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคน ด้านที่พักและด้านอาหารมากที่สุดคิดเป็น 17,349.5 และ 12,552.26 ดอลลาร์สหรัฐตามลำดับ และ นักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางมีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนด้านของที่ระลึกมากที่สุดคิดเป็น 14,866.27 ดอลลาร์สหรัฐ นอกจากนี้ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติด้วยค่าสถิติ F-test พบว่า ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ รายได้ อายุ วัตถุประสงค์การเดินทาง

The objective of this study aims to analyze the factors affecting the expenditure on accommodation, food, and souvenirs of foreign tourists in Thailand. Total of 170 samples were collected by interviewing foreign tourist in Thailand. The descriptive statistic results showed that foreign tourist from Europe, America, and Oceania had highest average expenses on accommodation cost, approximately 17,349.5 US Dollars per person followed by expenditure for food, approximately 12,552.26 US Dollars per person. Travelers from Middle East countries spent mostly, on average, 14,866.27 US Dollars for souvenir merchandises. Furthermore, this study also used F-test statistics technique to analyze on the factors influencing expenditure of foreign tourist in Thailand. It was found that the most important factor was individual income, age, and propose of traveling, respectively.

*นักศึกษาลัทธิเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

**ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประจำสาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างมากต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งถือเป็นเงินตราเข้าสู่ประเทศ จะเห็นได้จากการเพิ่มขึ้นของรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติ จาก 323.5 พันล้านบาทในปี 2545 เป็น 547.8 พันล้านบาท และ 592.8 พันล้านบาท ในปี 2550 และ 2553 ตามลำดับ (ตารางที่ 1) เมื่อพิจารณาถึง

รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ผ่านมาจะพบว่าส่วนใหญ่มาจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่งผลให้ธุรกิจสินค้าและบริการต่างๆ ที่เกี่ยวข้องขยายตัวก่อให้เกิดการจ้างงานและยังเป็นกลไกที่สำคัญในการกระจายรายได้และความเจริญสู่ภูมิภาคทำให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในที่สุด ทั้งนี้มีส่วนช่วยชดเชยการขาดดุลการค้าได้อีกด้วย

ตารางที่ 1 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ปี 2548 - 2557

ปี	2548	2549	2550	2551	2552	2553	2554	2555	2556	2557
จำนวน นักท่องเที่ยว (ล้านคน)	11.52	13.82	14.46	14.58	14.15	15.94	19.10	22.35	26.55	24.81
รายได้ (พันล้านบาท)	367.4	482.3	547.8	574.5	510.3	592.8	776.2	983.9	1,207.2	1,172.8

ที่มา : กรมการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

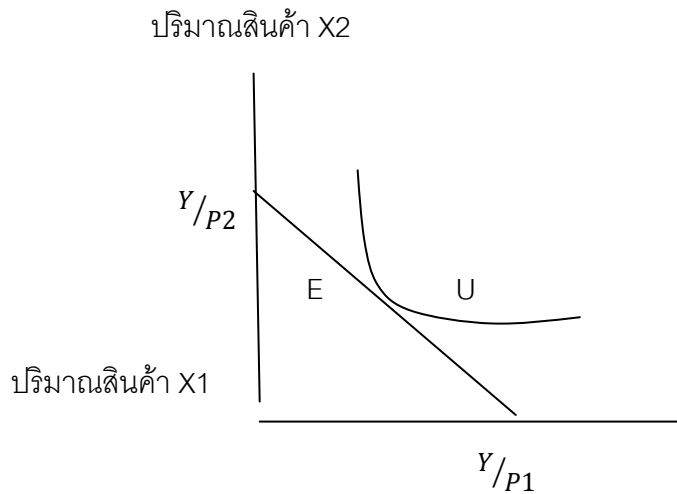
จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงเห็นควรศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยพิจารณาเฉพาะด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวว่าขึ้นอยู่กับปัจจัยใดเป็นสำคัญ ซึ่งผลของการศึกษานี้จะเป็นข้อมูลหนึ่งในการวางแผนทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยอันจะก่อให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ในการศึกษา

เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

อุปสงค์การท่องเที่ยวในที่นี้ หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวซึ่งได้แก่ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าของที่ระลึก และการศึกษาครั้งนี้ได้นำแนวคิดของ Henderson and Quandt (1992) อธิบายถึงการแสวงหาอรรถประโยชน์สูงสุดของผู้บริโภคจะอยู่ภายใต้สมมติฐานทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า “ผู้บริโภคจะถูกสมมติว่าเป็นผู้ต้องการแสวงหาอรรถประโยชน์รวมสูงสุด (Maximize total utility) ภายใต้เงื่อนไขของรายได้และราคาสินค้าที่กำหนดมาให้ สามารถอธิบายได้จากภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงดุลยภาพของผู้บริโภค

จากรูปภาพข้างต้น ผู้บริโภคมีรายได้จำนวนจำกัดเท่ากับ Y บาท เผชิญกับการเลือกซื้อสินค้า 2 ชนิด X_1 และ X_2 ซึ่งมีราคาเท่ากับ P_1 และ P_2 บาทต่อหน่วย การเลือกที่เหมาะสมที่สุดของผู้บริโภคคือเลือกชุดของสินค้า E ที่ประกอบด้วย ปริมาณสินค้า $X_1 = X_{10}$ และ $X_2 = X_{20}$ หน่วย ผู้บริโภคจะได้รับความพอใจสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดของรายได้ที่มีอยู่ นี่คือการเลือกแสวงหาสิ่งที่ดีที่สุดของผู้บริโภคภายใต้ข้อจำกัด (Constrained optimization behavior)

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

สมเจตน์ ลีสุวรรณ (2538) การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ศึกษาสถานภาพการท่องเที่ยวของประเทศอุตสาหกรรมไทย ศึกษาปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนด อุปสงค์หรือจำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดสำคัญของการท่องเที่ยว ศึกษาอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว ทั้งพยากรณ์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในอนาคต โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหน่วยราชการ รัฐวิสาหกิจและสถาบันวิจัยต่างๆ

ผลการศึกษาพบว่าผลในส่วนของปัจจัยผันแปรอิสระมีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวจำนวนนักท่องเที่ยวพบว่าราคาห้องพักสัมพันธทิศทางตรงข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น

ศรัณย์ รักษ์เฒ่า (2543) ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศไทยวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยและศึกษาผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีผลต่อเศรษฐกิจของประเทศโดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของการผลิต (Input – Output Analysis) วิเคราะห์ตารางปัจจัยการผลิต – ผลผลิต ผลการศึกษาพบว่าผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อผลผลิตตามสาขาการผลิตต่างๆ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศได้ก่อให้เกิดผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมในสาขาการผลิตต่างๆ ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวทำให้เกิดค่าทวิคูณมูลค่าเพิ่มทางตรงและค่าทวิคูณเพิ่มทางอ้อมส่วนผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อมูลค่าเพิ่มจากการใช้จ่ายเงินงบประมาณพบว่าทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มทางตรงจากนักท่องเที่ยวและมูลค่าทางอ้อม

อมรรัตน์ วงศ์เป็ง (2550) ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป วัดอุปสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย ศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประชากรศาสตร์กับพฤติกรรมท่องเที่ยวระหว่างปัจจัยการตลาดกับการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติและทดสอบสมมติฐานด้วยค่า Chi – square ค่าสหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการศึกษาพบว่า เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนวันหยุด และสินค้าผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวประเทศไทยมากที่สุด

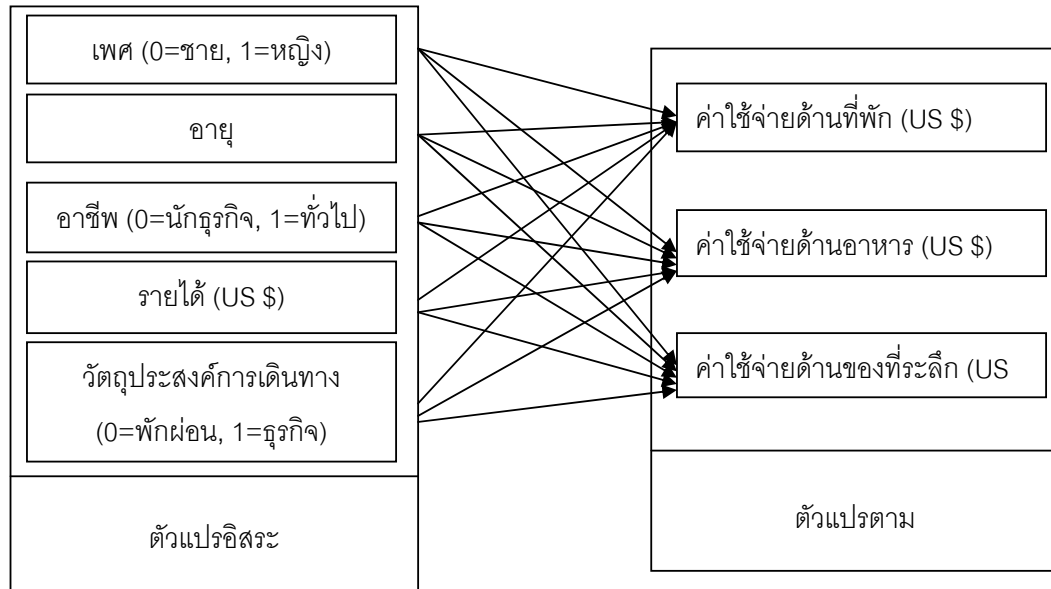
วันวิสา วิโรจนารมย์ (2550) การประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลพาแนลแบบไม่นิ่ง วัดอุปสงค์ศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ท่องเที่ยวโดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลา วิเคราะห์ด้วยเทคนิค Cointegration analysis ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง รายได้ประชาชาติต่อหัว และอัตราแลกเปลี่ยน

ภูวนารถ ปาปน (2550) การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย วัดอุปสงค์ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่ารายได้จากการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศมี Oeder of Integration คือสัมพันธ์กันในระยะยาวแต่ไม่มีการปรับตัวในระยะสั้นในความเป็นเหตุเป็นผล พบว่ามีความสัมพันธ์กันแบบสองทิศทาง

กาญจนา โชคเกศถาวร (2553) การจำลองแบบอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศมายังประเทศไทย ข้อมูลตัดภาคขวางและข้อมูลอนุกรมเวลา วัดอุปสงค์ศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในทิศทางบวก ต้นทุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางกับราคาเปรียบเทียบมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบตรงกันข้าม

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาจะเห็นว่าผู้บริโภคจะเสียค่าใช้จ่ายในทางเลือกต่างๆ อย่างต่ำที่สุดภายใต้ความพึงพอใจสูงสุดซึ่งถือเป็นข้อสมมติฐาน (Assumption) ของการศึกษารั้งนี้ สำหรับผลจากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถนำมาประยุกต์เป็นกรอบแนวคิดการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มต่างๆ ได้ดังนี้



จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ประกอบด้วยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และปัจจัยด้านประชากรและวัตถุประสงค์ของการเดินทาง โดยปัจจัยด้านเศรษฐกิจ คือ รายได้ของนักท่องเที่ยว ปัจจัยด้านประชากร ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ส่วนวัตถุประสงค์การเดินทาง ได้แก่ เดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางเพื่อธุรกิจ พิจารณาจากแผนภาพกรอบแนวคิด งานศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดให้ ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวเป็นตัวแปรตาม แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึก โดยปัจจัยด้านประชากร ปัจจัยด้านเศรษฐกิจและวัตถุประสงค์การเดินทางเป็นตัวแปรอิสระ

ขอบเขตของการศึกษา

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในที่นี้ หมายถึง นักท่องเที่ยวทั้งชาวเอเชียและชาวตะวันตกที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยพิจารณาตามภูมิภานาหรือถิ่นที่อาศัยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ซึ่งได้แก่ นักท่องเที่ยวจากกลุ่มอาเซียน, นักท่องเที่ยวจากกลุ่มชาวจีน, นักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียตะวันออก,

นักท่องเที่ยวกกลุ่มยุโรป/อเมริกา/โอเชียเนีย, นักท่องเที่ยวจากกลุ่มอินเดีย/ปากีสถาน/บังกลาเทศ, นักท่องเที่ยวจากกลุ่มตะวันออกกลาง

วิธีการศึกษา

การศึกษาในที่นี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาด้วยค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ และค่า F-test เพื่อทราบถึงพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย โดยมีปัจจัยด้านเพศ อายุ อาชีพ รายได้ วัตถุประสงค์ที่เป็นตัวกำหนด

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยการสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 170 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นด้วยวิธี Accidental Sampling ทำการเก็บข้อมูล ณ เขตท่าอากาศยานสนามบินสุวรรณภูมิบริเวณอาคารผู้โดยสารขาออก

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็น การศึกษารวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว ข้อมูลดุลบัญชีเดินสะพัด ข้อมูลสถิติ นักท่องเที่ยวและรายได้ด้านการท่องเที่ยวจาก นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นข้อมูลเบื้องต้นและแนวคิดพื้นฐาน ในการทำวิจัย

ผลการวิเคราะห์

การศึกษาค้นคว้าได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติแต่ละกลุ่มมีการใช้จ่ายแต่ละคนโดยคิด เป็นค่าเฉลี่ย จำแนกออกเป็นค่าใช้จ่ายทางด้านที่พัก ด้านอาหาร ด้านของที่ระลึก

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

F-test				
กลุ่มนักท่องเที่ยว	ตัวแปร	ที่พัก	อาหาร	ของที่ระลึก
กลุ่มอาเซียน	เพศ	0.019	1.51	1.222
	อายุ	2.367****	0.266	0.01
	อาชีพ	0.012	0.839	0.585
	รายได้	7.161**	2.208****	4.848**
	วัตถุประสงค์	0.092	0.36	0.874

ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้จ่ายของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มีการใช้จ่ายต่อคน พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป/อเมริกา/โอเชียเนียมีการใช้จ่าย ทางด้านที่พักและด้านอาหารมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคิด เป็น 17,349.5 และ 12,552.26 ดอลลาร์สหรัฐ และนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางมีการใช้จ่าย

ด้านของที่ระลึกมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยคิดเป็น 14,866.27 ดอลลาร์สหรัฐ

การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่าย ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำแนกประเภทตาม ค่าใช้จ่าย (ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าของที่ระลึก)

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในประเทศไทย

F-test				
กลุ่มนักท่องเที่ยว	ตัวแปร	ที่พัก	อาหาร	ของที่ระลึก
กลุ่มชาวจีน	เพศ	0	2.3116****	0.01
	อายุ	0.159	0.002	0.064
	อาชีพ	1.12	0.788	2.655****
	รายได้	0.111	0.051	0.371
	วัตถุประสงค์	0.489	2.440****	0.14
กลุ่มเอเชียตะวันออก	เพศ	0.115	0.132	0.065
	อายุ	0.73	1.686	0.027
	อาชีพ	0.992	7.888**	0.333
	รายได้	0.687	0.667	0.004
	วัตถุประสงค์	0	3.881***	0.805
กลุ่มยุโรป/อเมริกา โอเชียเนีย	เพศ	0.016	0.143	1.195
	อายุ	0.932	0.022	0.244
	อาชีพ	2.258****	0.361	4.961**
	รายได้	0.007	0.222	0.022
	วัตถุประสงค์	0.94	0.031	0.012
กลุ่มอินเดีย/ปากีสถาน บังกลาเทศ	เพศ	0.217	0.542	4.948**
	อายุ	10.547**	8.274**	12.406**
	อาชีพ	0.001	1.217	0.003
	รายได้	11.705**	7.047**	14.777**
	วัตถุประสงค์	0.561	15.914**	7.298**
กลุ่มตะวันออกกลาง	เพศ	0.677	1.357	1.252
	อายุ	1.632	1.655	0.042
	อาชีพ	2.299****	1.362	3.584***
	รายได้	3.357	1.777	11.959**
	วัตถุประสงค์	0.306	0.009	19.767*

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 99

** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95

*** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90

**** มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 85

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า รายได้มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายทุกประเภทของนักท่องเที่ยว กลุ่มอาเซียนและกลุ่มอินเดีย/ปากีสถาน/บังกลาเทศ และมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายด้านของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลาง ส่วนวัตถุประสงค์ของการเดินทางมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายด้านอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มชาวจีนและกลุ่มเอเชียตะวันออก ทั้งยังมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายด้านของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออก สำหรับเพศมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายด้านอาหารของนักท่องเที่ยวกลุ่มชาวจีน และต่อการใช้จ่ายด้านของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มอินเดีย อาชีพตำแหน่งหน้าที่การงานยังมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายด้านที่พักและด้านของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป/อเมริกา/โอเชียเนียและกลุ่มตะวันออกกลาง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนควรให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้สูงเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการบริการทั้งทางด้านที่พัก, ด้านอาหารและด้านของที่ระลึกและนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากเนื่องจากมีการใช้จ่ายค่าที่พักสูงดังนั้นธุรกิจเกี่ยวกับที่พักโรงแรมควรมุ่งเน้นให้บริการกับนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียนที่สูงอายุ
2. นักท่องเที่ยวกลุ่มชาวจีนควรมุ่งเน้นบริการด้านแหล่งช้อปปิ้งและร้านอาหารเนื่องจากมีวัตถุประสงค์มาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อใช้จ่ายทางด้านอาหารโดยเพศก็มีผลต่อการใช้จ่ายอีกด้วย รวมทั้งแหล่งช้อปปิ้งและจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก
3. นักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกควรมุ่งเน้นธุรกิจด้านร้านอาหารเนื่องจากวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการใช้จ่ายด้านอาหารสูง

กว่าด้านอื่น ๆ รวมทั้งอาชีพของนักท่องเที่ยวยังส่งผลต่อการเลือกใช้จ่ายด้านอาหารดังนั้นธุรกิจด้านร้านอาหารควรเน้นบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียตะวันออกมากกว่าธุรกิจด้านอื่น ๆ

4. นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป/อเมริกา/โอเชียเนียควรเน้นบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ด้านที่พักและด้านแหล่งช้อปปิ้ง โดยอาชีพของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่งผลต่อการเลือกใช้จ่ายด้านที่พัก และด้านของที่ระลึก

5. นักท่องเที่ยวกลุ่มอินเดีย/ปากีสถาน/บังกลาเทศ ควรเน้นธุรกิจทุกด้านโดยเฉพาะอายุและรายได้ของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้จ่าย อีกทั้งวัตถุประสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวต้องการใช้จ่ายด้านอาหารและของที่ระลึกอีกด้วย

6. นักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางควรมุ่งเน้นทางด้านแหล่งช้อปปิ้งเนื่องจากรายได้ อาชีพ และวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวต้องการใช้จ่ายด้านของที่ระลึก รวมทั้งธุรกิจด้านที่พักเนื่องจากอาชีพมีผลต่อการเลือกใช้จ่ายด้านที่พัก

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งต่อไปเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยควรใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบ Multiple Regression Analysis เพื่อได้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทยและทราบถึงค่าความยืดหยุ่นต่อไป และสามารถประมาณการค่าใช้จ่ายความต้องการในการใช้จ่ายได้อีกด้วย

2. ควรทำการศึกษาถึงความต้องการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเชิงลึกด้วยวิธีการศึกษาเชิงคุณภาพ อันจะทำให้การศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการต่อยอดองค์ความรู้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). **สถิตินักท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2558. จาก <http://www.tourism.go.th>
- กาญจนา โชคเกษาวรร. (2555). **การจำลองแบบอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศมายังประเทศไทย ข้อมูลภาคตัดขวางและข้อมูลอนุกรมเวลา**. วิทยานิพนธ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ฐานข้อมูลการตลาด. (2557). **สรุปรายได้ - รายจ่ายและดุลการท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2558. จาก <http://www.bot.or.th>
- ภูวนารถ ปาปวน. (2550) **การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้จากการท่องเที่ยวกับการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ**. รายงานการค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วันวิสา วิโรจนารมย์. (2550). **การประมาณอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยลัยเชียงใหม่.
- ศรัณย์ รักษ์เฝ้า. (2543) **ผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ศูนย์วิจัยด้านตลาดการท่องเที่ยว. **สถิตินักท่องเที่ยว**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 1 กันยายน 2558. จาก <http://intelligencecenter.tat.or.th>
- สมเจตน์ ลิ้มสวรรค์. (2538). **การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย**. ภาคนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิตมหาบัณฑิต.
- อมรรัตน์ วงศ์เป็ง. (2550). **ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป**. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- Henderson, J. M., & Quandt, R. E. (1992). *Microeconomic theory: A mathematical approach* (3rd ed.). Tokyo: McGraw-Hill.