

ปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

นายสุบรรณ ศรีจันทร์รัตน์

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา)
บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ปีการศึกษา 2555

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
บทคัดย่อและแฟ้มข้อมูลฉบับเต็มของวิทยานิพนธ์ตั้งแต่ปีการศึกษา 2554 ที่ให้บริการในคลังปัญญาจุฬาฯ (CUIR)

เป็นแฟ้มข้อมูลของนิสิตเจ้าของวิทยานิพนธ์ที่ส่งผ่านทางบัณฑิตวิทยาลัย

The abstract and full text of theses from the academic year 2011 in Chulalongkorn University Intellectual Repository(CUIR)
are the thesis authors' files submitted through the Graduate School.

LOGISTICS FACTORS AFFECTING THE NUMBER OF TOURISTS TRAVELLING TO
UBONRATCHATHANI PROVINCE

Mr. Suban Srijanrat

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Science Program in Logistics Management

(Interdisciplinary Program)

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 2012

Copyright of Chulalongkorn University

หัวข้อวิทยานิพนธ์

ปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวน

นักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

โดย

นายสุบรรณ ศรีจันทร์รัตน์

สาขาวิชา

การจัดการด้านโลจิสติกส์

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาทนฤพุดมิ

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อนุมัติให้บัณฑิตวิทยาลัยฉบับนี้เป็น
ส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญามหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

(รองศาสตราจารย์ ดร.อมร เพชรสม)

คณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์

..... ประธานกรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.พงศา พรชัยวิเศษกุล)

..... อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาทนฤพุดมิ)

..... กรรมการภายนอกมหาวิทยาลัย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ ไร่ธนาชกุล)

สุบรรณ ศรีจันทร์รัตน์ : ปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
ในจังหวัดอุบลราชธานี (LOGISTICS FACTORS AFFECTING THE NUMBER
OF TOURISTS TRAVELLING TO UBONRATCHATHANI PROVINCE)

อ. ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก : ศ. ดร.กมลชนก สุทธิวาทณฤพุฒิ, 89 หน้า.

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยทางด้าน
โลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

การวิจัย ได้ทำการศึกษาโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทางสถิติซึ่งเป็นข้อมูลทุติยภูมิ
ในช่วงปี 2545 - 2554 ข้อมูลเป็นรายไตรมาส รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 10 ปี เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์
จำนวนนักท่องเที่ยว เป็นตัวแปรตาม และมีตัวแปรอิสระ 10 ตัวแปร ได้แก่ จำนวนเที่ยวบิน, จำนวน
เที่ยวรถยนต์โดยสาร, จำนวนห้องพัก, ราคาน้ำมันเบนซิน, ราคาน้ำมันดีเซล, อัตราเงินเฟ้อ,
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP), จำนวนงานเทศกาล Event, จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7
ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ และจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ โดยวิเคราะห์หา
ความสัมพันธ์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในจังหวัด
อุบลราชธานี คือ จำนวนเที่ยวบิน สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ
21.47 จำนวนห้องพัก สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวได้ร้อยละ
14.11 และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของจำนวน
นักท่องเที่ยวได้ร้อยละ 16.20 ส่วนที่เหลือเป็นผลมาจากตัวแปรอิสระหรือปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์
อื่นๆ

สาขาวิชา การจัดการด้านโลจิสติกส์

ลายมือชื่อ.....

ปีการศึกษา 2555.....

ลายมือชื่อ อ.ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก.....

5287294120 : MAJOR LOGISTICS MANAGEMENT

KEYWORDS : TOURIST / UBONRATCHATHANI / REGRESSION ANALYSIS

SUBAN SRIJANRAT: LOGISTICS FACTORS AFFECTING THE NUMBER OF TOURISTS TRAVELLING TO UBONRATCHATHANI PROVINCE.
ADVISOR: PROF. KAMONCHANOK SUTHIWARTNARUEPUT. Ph.D., 89 pp.

This research aims to examine the tourist market of Ubonratchathani Province and identify the logistics factors affecting the number of tourist travelling to Ubonratchathani Province.

This research was performed base on statistic data which was secondary data during 2002 – 2011 totals of 10 years as each data in order to analysis the number of tourist by using simple regression analysis as a dependent factor and 10 independent factors are the number of air fright, the number of bus, the number of hotel room, retail gasoline price, retail diesel price, inflation rate, GDP rate, the number of local event, the number of new car not over 7 seats and the number of new car over 7 seats at significant level of 0.05.

The result from this study shows the correlation of the number of air flight at 21.47%, the number of hotel room at 14.11% and GDP at 16.20%. Therefore, it can be concluded that the rest might be from other factors in business.

Field of Study : Logistics Management

Student's Signature

Academic Year : 2012.....

Advisor's Signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาจากอาจารย์ที่ปรึกษา ศาสตราจารย์ ดร.กมลชนก สุทธิวาหนฤพุมิ ที่กรุณาให้ความรู้ คำแนะนำและเสนอแนะแนวทางการศึกษา ตลอดจนช่วยตรวจสอบและแก้ไขวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ ซึ่งประกอบด้วย รองศาสตราจารย์ ดร.พงศา พรชัยวิเศษกุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ไพโรจน์ ไร่ธนชลกุล ที่ได้กรุณาตรวจสอบวิทยานิพนธ์ฉบับนี้จนสมบูรณ์

นอกจากนี้ ทางผู้วิจัย ขอขอบพระคุณผู้ประกอบการ เจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐ ที่กรุณาสละเวลาอันมีค่ายิ่งในการให้ข้อมูล ดังนั้นหากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีข้อผิดพลาดหรือมีส่วนพาดพิงถึงบุคคลและหน่วยงานใด ผู้วิจัยต้องขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยกราบขอบพระคุณบิดา มารดา ซึ่งเป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุดให้ผู้วิจัยมีความพยายาม มุ่งมั่น ดำเนินการวิจัยจนสำเร็จ และคณาจารย์ที่ประสิทธิ์ประสาทวิชา กรุณาให้ความรู้แก่ผู้วิจัยทุกท่าน ขอขอบคุณ เพื่อนๆ รวมถึงเรียนสาขาวิชาการจัดการด้านโลจิสติกส์ (สหสาขาวิชา) จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย รุ่นที่ 8 ทุกท่าน ที่คอยเป็นที่ปรึกษาและให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ รวมถึงเป็นกำลังใจให้แก่ผู้เขียนจนกระทั่งสำเร็จการศึกษา

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง	ฅ
สารบัญภาพ	ฎ

บทที่

1 บทนำ	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	5
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย	6
1.5 คำถามงานวิจัย	6
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
1.7 วิธีดำเนินการวิจัย	6
2 แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 แนวคิดและทฤษฎี	8
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	31
3 วิธีดำเนินการวิจัย	42
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา	42
3.2 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	43

บทที่	หน้า
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	50
4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย	52
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	68
5.1 สรุปผลการวิจัย	68
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	69
5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย	72
รายการอ้างอิง	74
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณ	77
ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์	89

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัด อุบลราชธานี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554..... 4
2.1	พฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว..... 17
4.1	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนเที่ยวบิน (X_1) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 52
4.2	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนเที่ยวรถยนต์ โดยสาร (X_2) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 53
4.3	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนห้องพัก (X_3) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 54
4.4	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 55
4.5	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระราคาน้ำมันดีเซล (X_5) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 56
4.6	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระอัตราเงินเฟ้อ (X_6) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 57
4.7	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ (GDP) (X_7) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)..... 58
4.8	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนงานเทศกาล Event (X_8) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 59
4.9	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) 60
4.10	ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ... 61

- 4.11 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของ
นักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวบิน (X_1) กับการเปลี่ยนแปลงของ
จำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า
(Y_{t-1}) 63
- 4.12 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของ
นักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) กับการเปลี่ยนแปลง
ของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า
(Y_{t-1}) 65
- 4.13 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของ
นักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนห้องพัก (X_3) กับการเปลี่ยนแปลงของ
จำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า
(Y_{t-1}) 66

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1.1	แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี..... 3
2.1	ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว 12

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

มนุษย์เป็นนักเดินทางนับตั้งแต่อดีตจวบจนถึงปัจจุบัน ในอดีตมนุษย์เดินทางเพื่อการแสวงหาอาหาร เสาะหาหนังสือเพื่อเป็นเครื่องนุ่งห่มหรือเพื่อการแสวงหาดินแดนใหม่ ๆ มาเป็นอาณานิคม การเดินทางในอดีตต้องใช้เวลายาวนานและเผชิญกับภัยอันตรายมากมาย คำว่าการเดินทางหรือ “Travel” เป็นคำที่มาจากภาษาฝรั่งเศสคือ “Travail” มีความหมายว่าเป็นการทำงานหนัก เพราะในอดีตนั้นการเดินทางของมนุษย์นั้นต้องใช้ทำเป็นสำคัญ ต่อมามนุษย์เริ่มรู้จักใช้เวลาในการเดินทางแล้วค่อย ๆ พัฒนาไปสู่การเดินทางทางน้ำ ทางทะเลตามลำดับเพื่อใช้ในการเดินทางเพื่อการค้าขายและธุรกิจต่าง ๆ การสำรวจวิวัฒนาการของการท่องเที่ยวในประวัติศาสตร์ยุคต่าง ๆ ได้แสดงให้เห็นทราบดีว่าการท่องเที่ยวเกิดขึ้นบนพื้นฐานของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่หลากหลายในประวัติศาสตร์ในขณะที่มีการผลิตสินค้าและบริการต่างๆ เพิ่มมากขึ้นในสังคมที่ส่งผลให้เกิดเงินตราและเวลาว่างเพื่อการพักผ่อนของผู้คนมากขึ้นด้วย ในขณะเดียวกันประชาชนที่ได้รับการศึกษาดี ก็จะมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้และการศึกษา การปรับปรุงการคมนาคมขนส่งช่วยให้การเดินทางท่องเที่ยวรวดเร็วขึ้น ง่ายขึ้น ราคาถูกลงและมีความปลอดภัยมากขึ้น การปรับปรุงระบบการสื่อสารคมนาคมโดยผ่านระบบการพิมพ์ วิทยุ และโทรทัศน์ ช่วยทำให้ระบบการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันง่ายขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับในอดีต การท่องเที่ยวในปัจจุบันได้กลายสภาพเป็นอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่เป็นประเด็นหลักของยุทธศาสตร์การพัฒนาในหลายประเทศอันจะนำมาซึ่งรายได้และฐานการพัฒนาเศรษฐกิจด้านต่าง ๆ ดังปรากฏความสำคัญในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2540 - 2544) ได้กำหนดให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการตอบสนองวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศให้เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพ มั่นคงและสมดุลเสริมสร้างโอกาสการพัฒนาของคน ในการมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนาและได้รับผลจากการพัฒนาที่เป็นธรรม วิญจ วิจัย ยางกูร (2532:63) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มองไม่เห็น เป็นสินค้าที่มีคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัว การท่องเที่ยวมุ่งที่การขาย และประสบการณ์ที่ถูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้สัมผัสมากกว่าตัวสินค้าที่มีรูปร่างลักษณะทั่ว ๆ ไปในร้านค้าที่ผู้ซื้อสามารถตรวจสอบตัวสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อได้ นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ยังไม่สามารถที่

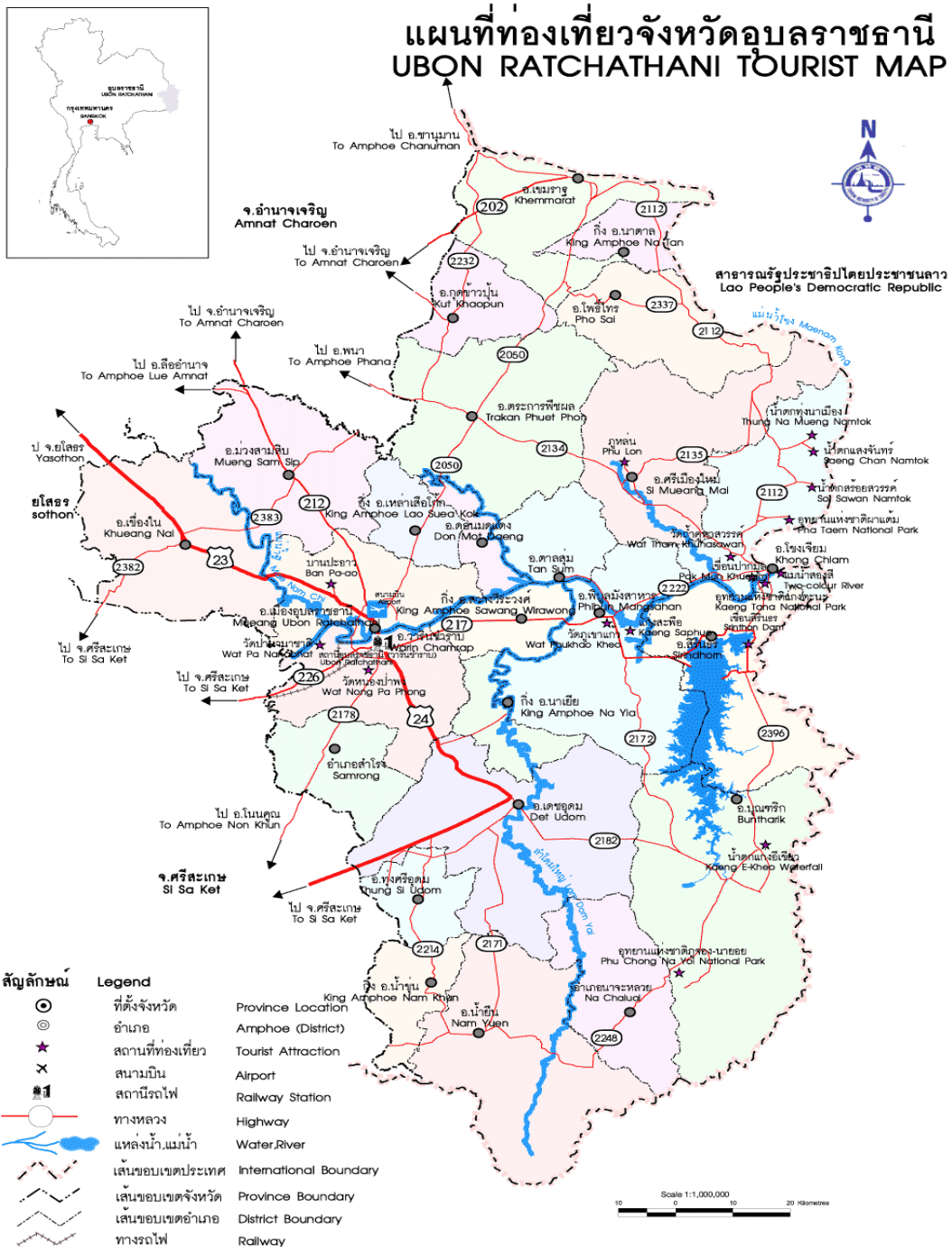
จะเก็บไว้เช่นสินค้าประเภทอื่น ๆ ได้ เช่น บริษัทการบิน จะต้องใช้ความพยายามในการขายที่นั่งให้หมดในทุกเที่ยวการบินเช่นเดียวกันกับโรงแรมที่พยายามจะขายห้องพักให้หมดทุกห้องทุกคืน เพราะที่ว่างบนเครื่องบินหรือห้องพักว่างในโรงแรมก็คือรายได้ที่จะต้องสูญเสียไม่สามารถเก็บไว้ขายวันหลังได้

นับได้ว่าธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้าพัฒนามาเป็นธุรกิจระหว่างชาติที่จะต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการแข่งขันและปรับปรุงบริการด้าน การท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศมากยิ่งขึ้น เห็นว่าธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มที่เป็นกลุ่มลูกค้าเป้าหมายของตนและต้องโดดเด่นไปจากคู่แข่งเพื่อให้ นักท่องเที่ยวสนใจและประทับใจในผลิตภัณฑ์ของตนมากที่สุดนิคมจารุมณี (2536:33) นอกจากนี้ยังมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและพยายามปรับผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นที่พักลักษณะการนำเที่ยวประเภทสถานที่ท่องเที่ยวและรูปแบบการให้บริการให้สอดคล้องกับความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แต่ละกลุ่มให้ถูกต้องมากที่สุด (นาถฤดีมณีเนตร. 2546:58-67) นอกจากการติดตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแล้วยังต้องศึกษาเกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นความต้องการในการท่องเที่ยวคือสิ่งจูงใจต่างๆของสถานที่ท่องเที่ยวหรือช่วงเวลาที่ยูงใจให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเที่ยวได้สิ่งต่างๆที่ทำให้ความต้องการถูกระงับไปหรือสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกต่อการเดินทางลดน้อยลงเช่นปัจจัยด้านเศรษฐกิจสังคมวัฒนธรรมหรือปัจจัยทางจิตวิทยาสิ่งต่าง ๆ ที่เป็นสาเหตุที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดความสนใจในความต้องการที่จะเดินทางหรือวางรูปแบบที่ใช้เพื่อการท่องเที่ยวหรือเป็นสิ่งที่กำหนดรูปแบบพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวให้มีความแตกต่างกันซึ่งคนเราทุกคนเกิดมาย่อมมีความต้องการไม่เหมือนกัน

คมสัน สุริยะ (2551) ได้ให้แนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism logistics) ว่าคล้ายคลึงกับเรื่องการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยว (Tourism and Transport) แต่ครอบคลุมกว้างกว่า โดยโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวครอบคลุมสามเรื่องใหญ่คือ การขนส่งนักท่องเที่ยวและวัตถุสิ่งของ (Physical flow) การให้และรับข้อมูลข่าวสาร (Information flow) และการรับจ่ายเงิน (Financial flow) ในขณะที่เรื่องการขนส่งสำหรับการท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะเรื่องการขนส่ง นักท่องเที่ยวและวัตถุสิ่งของเท่านั้น

จังหวัดอุบลราชธานีเป็นจังหวัดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีพื้นที่ 16,113 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 10 ล้านไร่ เป็นจังหวัดที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับที่ 5 ของประเทศ มี

ประชากร 1,816,057 คน (ปี 2554) มากเป็นอันดับที่ 3 ของประเทศ มีพรมแดนติดกับประเทศเพื่อนบ้านเป็นระยะทาง 428 กิโลเมตร คือติดกับแขวงสะหวันนะเขตและแขวงจำปาสัก ของสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เป็นระยะทาง 361 กิโลเมตร และติดกับจังหวัดเขาพระวิหาร ราชอาณาจักรกัมพูชา เป็นระยะทาง 67 กิโลเมตร อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 627 กิโลเมตร สามารถเดินทางไปได้ ทั้งทางรถยนต์ รถไฟ และเครื่องบิน



ภาพที่ 1.1 แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

อุบลราชธานีเป็นเมืองใหญ่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 200 ปี มีสถานที่ท่องเที่ยวหลากหลายโดยมีแหล่งโบราณคดี พิพิธภัณฑสถาน และวัดสำคัญ ๆ เช่น ภาพเขียนสียุคโบราณที่อุทยานแห่งชาติผาแต้ม วัดป่าบ้านนาชาติ วัดหนองป่าพง วัดทุ่งศรีเมือง วัดศรีอุบลรัตนาราม วัดหนองบัว และมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ที่สำคัญ ได้แก่ อุทยานแห่งชาติภูจองนายอย อุทยานแห่งชาติแก่งตะนะ สามพันโบก น้ำตกสร้อยสวรรค์ และแม่น้ำสองสี ซึ่งเป็นรอยบรรจบของแม่น้ำสายสำคัญสองสาย คือ แม่น้ำมูลและแม่น้ำโขง เป็นต้น

สถานการณ์ท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีในปี 2554 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้น เมื่อเทียบกับปีที่ผ่านมาในอัตราร้อยละ 65.25 โดยเฉพาะการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศมีการขยายตัวเพิ่มสูงมากอยู่ที่ร้อยละ 88.24

ตารางที่ 1.1 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	จำนวน (คน)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2554	1,832,383	+ 65.25
2553	1,108,888	+ 8.15
2552	1,025,308	- 32.01
2551	1,507,946	+ 10.29
2550	1,367,311	+ 6.12
2549	1,288,462	+ 10.48
2548	1,166,203	+ 5.65
2547	1,103,880	+ 4.52
2546	1,056,156	+ 2.92
2545	1,026,217	+ 2.84

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

การที่จังหวัดอุบลราชธานีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่วนหนึ่งมาจากจังหวัดอุบลราชธานี มีปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ ที่จัดเป็นประตูท่องเที่ยวเชื่อมโยงไปสู่ประเทศลาว อีกทั้งรัฐบาลลาวได้บริการ Visa on Arrival ตามด่านแขวงชายแดน ซึ่งสร้างความสะดวกสบายในการเดินทางข้ามพรมแดนเป็นอย่างมาก ยิ่งส่งผลให้นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้า-ออกทางด่านชายแดนช่องเม็กเพิ่มขึ้น และยังได้รับปัจจัยส่งเสริม หลายประการ อาทิ การเปิดตัวสายการบิน

ต้นทุนต่ำ มีจำนวนเที่ยวบินเพิ่มมากขึ้นการมีเส้นทางแหล่งท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างจังหวัดภายในภูมิภาคเดียวกัน ได้แก่ เส้นทางเลียบโขงเยือนอีสาน อุบลราชธานี-อำนาจเจริญ-มุกดาหาร-นครพนมเส้นทางวัฒนธรรมและหัตถกรรมพื้นบ้านอีสาน อุบลราชธานี-ยโสธร-อำนาจเจริญ และเส้นทางไหว้สิ่งศักดิ์สิทธิ์ริมแม่น้ำโขงการส่งเสริมกิจกรรมงานประเพณีวันสำคัญต่างๆ เช่น งานประเพณีแห่เทียนเข้าพรรษา งานประเพณีไหลเรือไฟ การขยายตัวของจำนวนโรงแรมรีสอร์ท และห้องพักรับรองบริษัท นำเที่ยวและแพ็คเกจนำเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นรวมทั้งการสนับสนุนการจัดประชุมสัมมนาของหน่วยงาน ภาครัฐและเอกชน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ได้ช่วยกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีให้เติบโตเพิ่มขึ้น แต่ถึงจะมีปัจจัยหลายอย่างที่ส่งเสริมให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้น แต่ในช่วงเวลาต่างๆ ในแต่ละปีก็ยังมีปัจจัยอื่นๆ ที่เป็นปัจจัยที่อาจจะไม่ส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นปัญหาทางการเมืองที่ประเทศไทยเผชิญอยู่ในระยะเวลาหลายปีที่ผ่านมาปัญหาราคาน้ำมันที่ผันผวนตลอดจนสถานการณ์ทางเศรษฐกิจที่ส่งผลให้รายได้ของนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลาไม่เท่ากัน

การศึกษาปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ทั้งปัจจัยที่ส่งเสริมและไม่ส่งเสริมให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาช่วยในการวางแผน และการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดและของประเทศไทยให้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศต่อไปในอนาคต

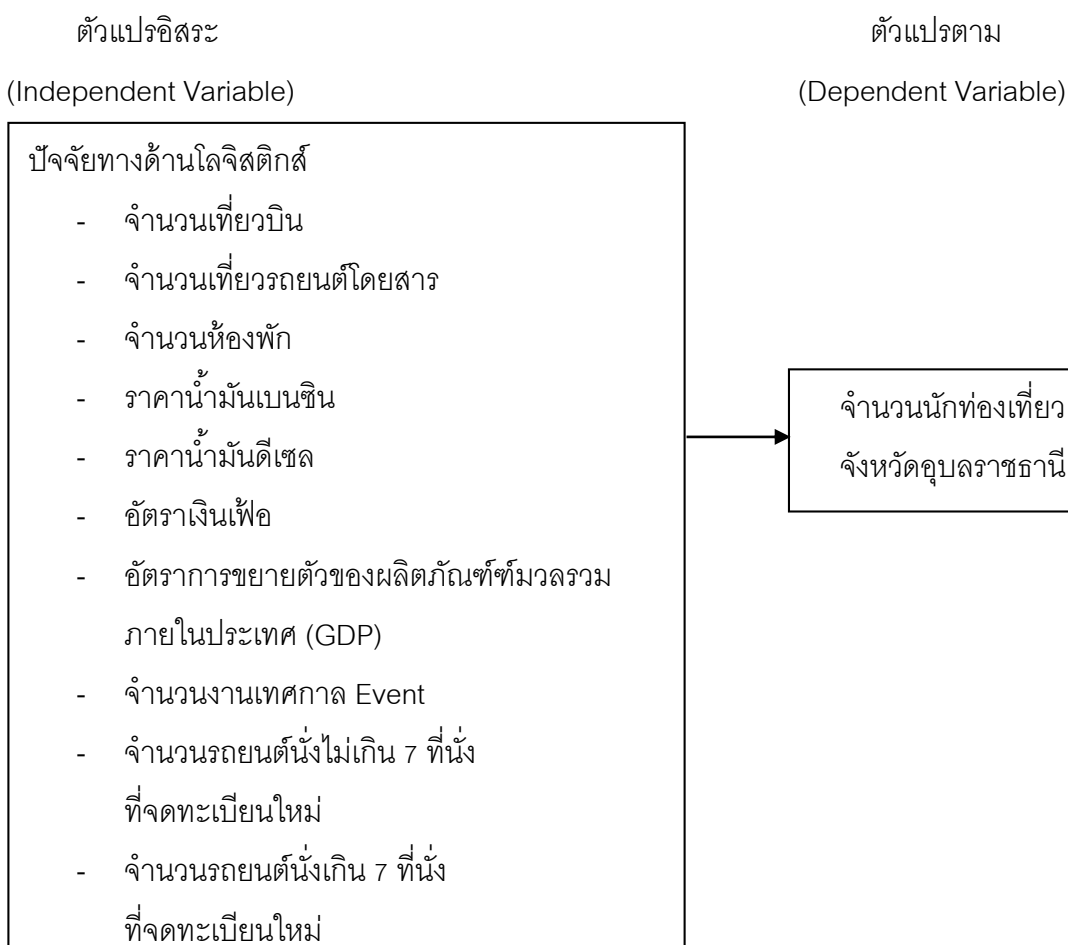
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่เกิดขึ้นจะก่อให้เกิดผลกระทบในทิศทางใด โดยดูทั้งความสัมพันธ์ระหว่างกันและความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1. ในการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีเป็นรายไตรมาสในช่วงระหว่างปี 2545-2554 เป็นระยะเวลา 10 ปี
2. ข้อมูลของปัจจัยต่างๆ ที่นำมาศึกษาจะใช้ข้อมูลทุติยภูมิเป็นรายไตรมาสในช่วงระหว่างปี 2545-2554 เป็นระยะเวลา 10 ปี

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย



1.5 คำถามงานวิจัย

ปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิดในการวิจัย ส่งผลอย่างไรกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ทราบถึงปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่ศึกษาว่ามีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ทิศทางใด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

1.7 วิธีดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีจากในอดีตถึงปัจจุบันและค้นหาปัจจัยทางโลจิสติกส์ที่น่าจะส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

2. ศึกษาถึงข้อมูล งานวิจัย แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

3. ออกแบบเครื่องมือทางสถิติในการหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

4. รวบรวมข้อมูลปัจจัย ตัวแปรต่างๆ จำนวนเที่ยวบิน, จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร, จำนวนห้องพัก, ราคาน้ำมันเบนซิน, ราคาน้ำมันดีเซล, อัตราเงินเฟ้อ, ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP), จำนวนงานเทศกาล Event, จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ และจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ และทำการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี จากนั้นวิเคราะห์หาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อปัจจัยจำนวนทรัพยากรที่มีในจังหวัดอุบลราชธานี คือ จำนวนเที่ยวบิน จำนวนเที่ยวรถโดยสาร และจำนวนห้องพัก

5. รวบรวมผลการวิจัย สรุปพร้อมนำเสนอเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการพัฒนา ระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานีต่อไป

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดและทฤษฎี

2.1.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การที่คนเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และตลอดระยะเวลาเหล่านั้นได้มี กิจกรรมต่าง ๆ เกิดขึ้น การไปเที่ยวชมสถานที่ที่สวยงามหรือทัศนียภาพแปลก ๆ หรือเดินซื้อสิ่งของต่าง ๆ เป็นต้น

การท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบด้วยกันทั้งนี้ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ประเภทของการคมนาคม จำนวนสมาชิก หรือค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เป็นต้น (นิคม จารุมณี. 2536 :14) โดยทั่วไปแล้วอาจจะแบ่งประเภทของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ

1. การท่องเที่ยวภายในประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่าง ๆ ภายในประเทศ การท่องเที่ยวลักษณะนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายอย่าง เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย ตลอดจนการโฆษณา หรือมีสิ่งจูงใจโดยเฉพาะของสถานที่นั้น เช่น หลักฐานทางประวัติศาสตร์ หรือศิลปวัฒนธรรมประจำท้องถิ่น เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นการท่องเที่ยวไปยังสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง เป็นต้น ซึ่งจะต้องมีการใช้ภาษาต่างประเทศและยังจะต้องมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำเที่ยว การท่องเที่ยวต่างประเทศจะมีขนาดของประเทศเป็นสิ่งสำคัญ เช่น ประเทศที่มีขนาดใหญ่มักจะมีสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวมาก เพราะมีโอกาสที่จะมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสิ่งอื่น ๆ หลายอย่างมากกว่าประเทศขนาดเล็ก แต่บางครั้งการที่จะต้องเดินทางไกล ๆ ก็อาจเป็นอุปสรรคหรือทำให้นักท่องเที่ยวหมดความสนใจ หรือมีความสนใจน้อยลงก็ได้

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการไปเที่ยวอีกด้วย ซึ่งอาจจะแบ่งลักษณะ ของการท่องเที่ยวออกได้เป็น 6 ลักษณะ ดังนี้

1) การท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานและความบันเทิง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเปลี่ยนบรรยากาศ ประกอบกับความอยากรู้อยากเห็น เพื่อชมทิวทัศน์ วัฒนธรรม ประเพณี ชีวิตความเป็นอยู่ของท้องถิ่นต่าง ๆ หรือท่องเที่ยวไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อความสนุกสนาน

ผลิตเพลิน การท่องเที่ยวแบบนี้ ขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง เช่นรสนิยม ฐานะทางเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว และสิ่งที่ดึงดูดความสนใจของสถานที่แต่ละแห่ง

2) การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน เป็นการใช้เวลาว่างเพื่อพักผ่อนร่างกายและสมอง อาจรวมถึงการ พักฟื้นหลังการเจ็บป่วย โดยจะใช้เวลาพักผ่อนให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ สถานที่ ไปพัก จะเลือกที่สงบ สะดวกสบาย อากาศบริสุทธิ์ เช่น ชายทะเล หรือบนภูเขาที่ห่างไกลจากความอึกทึกครึกโครม

3) การท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวัฒนธรรม เป็นการท่องเที่ยวที่มักจะมีจุดประสงค์ที่ จะศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นต่าง ๆ ควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวด้วย เป็นการศึกษาศีวิตความเป็นอยู่ทั้งในแง่มนุษยวิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่าง ๆ

4) การท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา การท่องเที่ยวแบบนี้มีจุดประสงค์ 2 ประการ คือ ประการแรก เป็นการไปชมการแข่งขันกีฬาที่ตนสนใจ เช่น ฟุตบอล มวย เทนนิส ฯลฯ การแข่งขันกีฬานี้ถึงแม้ว่าจะมีการย้ายสถานที่แข่งขันก็ยังมีผู้ชมติดตามไปชมอยู่เสมอ ประการที่สอง เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปเล่นกีฬาหรือออกกำลังกาย ซึ่งการท่องเที่ยวประเภทนี้ สถานที่ที่จะไปเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยว เช่นชายทะเล ภูเขา หรือการเดินป่าเพื่อยิงนกตกปลาหรือส่องสัตว์ เป็นต้น จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะพบว่าประเทศที่มีทัศนียภาพหรือลักษณะภูมิประเทศหลาย ๆ แบบ มักจะได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวประเภทนี้มาก

5) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ การประชุม และสัมมนา ความจริงแล้วลักษณะการท่องเที่ยวแบบนี้ ไม่น่าจะจัดว่าเป็นการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพราะตามหลักแล้ว การท่องเที่ยวต้องเป็นการเดินทางไปเพื่อที่จะท่องเที่ยวหรือพักผ่อน แต่ความเป็นจริงแล้วผู้ที่ไปเพื่อธุรกิจหรือสัมมนามักจะแบ่งเวลาส่วนหนึ่งไว้สำหรับการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบนี้สิ่งที่จะเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยว คือ ต้องมีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่า สนใจ มีสถานที่พักอาศัยหรือมีโรงแรม และระบบการคมนาคมที่ดีสะดวก รวดเร็ว ปัจจุบันนี้การท่องเที่ยวลักษณะนี้มีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ

6) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา คือ การที่บุคคลไปต่างประเทศเพื่อการศึกษา ดูงาน หรือวิจัย หรือ การแลกเปลี่ยนอาจารย์ นักศึกษา ระหว่างมหาวิทยาลัย และจะอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน การท่องเที่ยวประเภทนี้รวมถึงการท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาภายในประเทศด้วย จัดว่าเป็นนักท่องเที่ยวที่ทำรายได้ให้แก่ประเทศอย่างหนึ่ง

จากจุดประสงค์ดังกล่าวทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวเจริญก้าวหน้ากลายเป็นธุรกิจระหว่างชาติที่ จะต้องอาศัยความร่วมมือซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีการแข่งขันและปรับปรุงบริการด้านการท่องเที่ยวเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาท่องเที่ยวใน

ประเทศมากยิ่งขึ้นและมีรูปแบบของการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆเกิดขึ้นเสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเช่นการท่องเที่ยวแบบ Ecotourism หรือการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เป็นต้น

นักท่องเที่ยวมีความต้องการที่หลากหลาย เช่น ความต้องการที่หลากหลายในด้านอาหาร นักท่องเที่ยวบางคนต้องการอาหารที่มีคุณค่าสูง ขณะที่บางคนอาจใส่ใจด้านรสชาติเป็นหลัก และในด้านที่พักนักท่องเที่ยวอาจต้องการที่พักที่คล้ายคลึงกับที่อยู่อาศัยของตน ขณะที่บางกลุ่มอาจต้องการที่พักที่เรียบง่ายเพื่อการพักผ่อนอย่างแท้จริง เป็นต้น ความต้องการที่หลากหลายเหล่านี้ถูกหล่อหลอมรวมกันโดยสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม การศึกษา และ ประสบการณ์

ทฤษฎีอุปสงค์

จากทฤษฎีอุปสงค์ของ Alfred Marshall อุปสงค์ (demand) หมายถึง ความต้องการ (desire) สินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาหนึ่ง บวกกับอำนาจซื้อ (purchasing power) หรือความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าว ในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย ปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลในการกำหนดปริมาณซื้อได้แก่

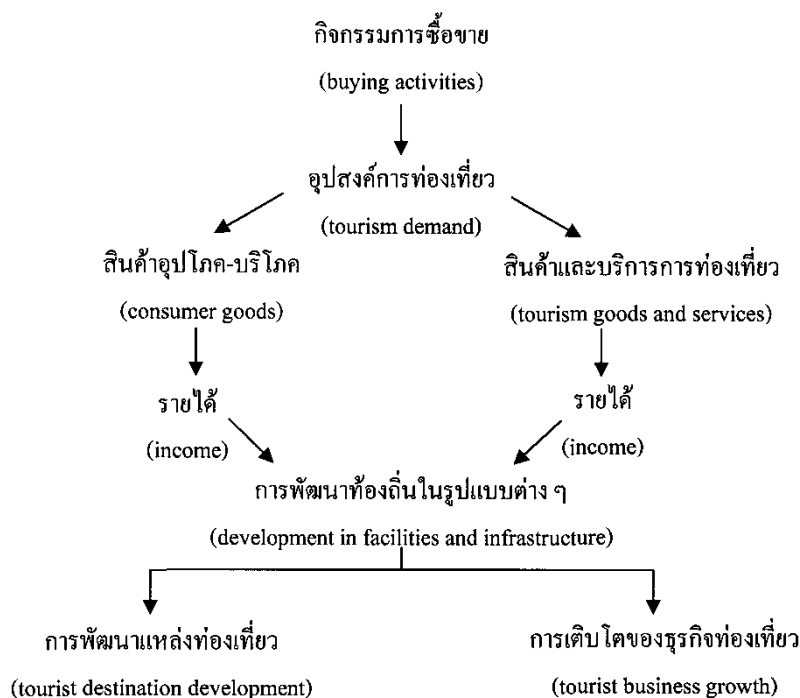
1. ราคาสินค้าที่ต้องการซื้อ โดยปกติถ้าราคาสินค้าสูงขึ้นผู้บริโภคจะซื้อสินค้าน้อยลงและถ้าราคาสินค้าลดลงผู้บริโภคจะซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น
2. รายได้ของผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคมีรายได้เพิ่มขึ้นความต้องการหรือความสามารถซื้อสินค้าในปริมาณมากขึ้นหรือในราคาที่แพงกว่าเดิม รายได้ของผู้บริโภคและปริมาณ การซื้อสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกัน ยกเว้นกรณี Inferior Goods เมื่อผู้บริโภค มีรายได้สูงขึ้นจะซื้อสินค้านั้นน้อยลงแต่เปลี่ยนไปซื้อสินค้าชนิดอื่นที่มีคุณภาพดีกว่าแทน
3. รสนิยมของผู้บริโภค รสนิยมต่าง ๆ ในสังคมเกิดขึ้นได้อย่างรวดเร็วและเปลี่ยนแปลงไปตามเวลา เช่น แฟชั่นสตรี รถยนต์ ภาพยนตร์ เป็นต้น
4. ราคาสินค้าอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยทั่วไปผู้บริโภคต้องการสินค้าหลากหลายชนิด เมื่อราคาสินค้าชนิดหนึ่งเปลี่ยนแปลงไปอาจส่งผลกระทบต่อความต้องการซื้อสินค้าชนิดอื่น ๆ ด้วยขึ้นอยู่กับว่าสินค้านั้นใช้ทดแทนหรือใช้ประกอบกัน
5. การคาดคะเนในอนาคต เช่น การคาดคะเนราคาสินค้า การคาดคะเนรายได้ในอนาคตของผู้ซื้อย่อมมีอิทธิพลต่อความต้องการซื้อสินค้าในปัจจุบัน

สินค้า (product) ของการท่องเที่ยวมีลักษณะแตกต่างไปจากสินค้าทั่วไปแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ คือ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2548:17)

1. สินค้าที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ ทรัพยากรทางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล เขตรักษาพันธุ์พืชและสัตว์ป่า ภูมิประเทศ และ ภูมิอากาศ เป็นต้น
2. สินค้าที่มนุษย์สร้างขึ้น แบ่งเป็นหลายประเภท ได้แก่
 - 2.1 สิ่งก่อสร้างที่สำคัญ เช่น อนุสาวรีย์ทางประวัติศาสตร์ สถานที่สำคัญทางศาสนา ศิลปะ สถาปัตยกรรม โครงสร้างพื้นฐาน และสิ่งอำนวยความสะดวก เป็นต้น
 - 2.2 สิ่งดึงดูดใจทางวัฒนธรรมทั้งรูปธรรมและนามธรรม เช่น ศาสนา ภาษา เทศกาล วิถีชีวิตของคนในสังคม อาหาร และการแต่งกาย เป็นต้น
 - 2.3 สินค้าและบริการที่อำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว เช่น สายการบิน และการขนส่ง ที่พักแรม และการจัดนำเที่ยวและกิจกรรมท่องเที่ยว เป็นต้น

อุปสงค์การท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2548:19) ได้ให้นิยามของอุปสงค์การท่องเที่ยว (tourism demand) ว่าหมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการมีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้น ๆ ปริมาณสินค้าและบริการการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงย่อม หมายถึง การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดความต้องการขายสินค้าทั่วไปและสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มรายได้แก่ท้องถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น



ภาพที่ 2.1 ความสำคัญของอุปสงค์การท่องเที่ยว

ที่มา: จากการวางแผนและพัฒนากการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2548:20)

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว ได้แก่ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2548:21)

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การมีรายได้และระดับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่าง ๆ ในยุคโลกาภิวัตน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ความปลอดภัย และการสื่อมวลชน

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพมีหลายประการ ตลอดจนมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปริมาณการขยายตัวของธุรกิจย่อยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และพฤติกรรมกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว จะเป็นทั้งปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้หรือควบคุมได้ยาก ซึ่งผู้ประกอบการสามารถคาดการณ์ได้ว่าจะเกิดอะไรขึ้นกับตลาดท่องเที่ยว

บ้าง และสามารถเตรียมกิจกรรมทางการตลาดเพื่อแก้ไขสถานการณ์ที่อาจเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยที่สำคัญมีดังนี้ (ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์, 2548:21)

1. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ (economic factors) สภาพเศรษฐกิจของท้องถิ่นและประเทศมีผลกระทบต่อการซื้อขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวมาก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระดับอุปสงค์แตกต่างกัน ประเทศที่มีเศรษฐกิจดีย่อมเอื้ออำนวยให้คนเดินทางมากขึ้น เพื่อไปเจรจาติดต่อธุรกิจ ไปประชุม ไปศึกษาหาความรู้ หรือไปพักผ่อน ปริมาณการซื้อขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวกระทำได้ในปริมาณสูงตามอำนาจซื้อ (purchasing power) แต่ประเทศที่กำลังพัฒนาหรือการพัฒนา เศรษฐกิจยังไม่ดีนักจะทำให้นักท่องเที่ยวมีอำนาจการซื้อต่ำและไม่ไต่เป้าหมายหลักทางการตลาดของธุรกิจการท่องเที่ยว การดึงดูดลูกค้าเป้าหมายหลักผู้ประกอบการธุรกิจจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบของการบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เหมาะสมกับสภาพและฐานะของกลุ่มลูกค้าที่มีเศรษฐกิจดีและมีอำนาจซื้อสูง จะเห็นได้จากการพัฒนาสินค้าและบริการของธุรกิจโรงแรมมีความแตกต่างกันทางการแข่งขันสูงมาก อัตราการเข้าพักที่เพิ่มขึ้นแสดงว่ากิจกรรมทางการตลาดประสบความสำเร็จสามารถทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้

2. ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ (demographic factors) ลักษณะของประชากร ได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ การศึกษา ประสบการณ์ ระดับรายได้ อาชีพ เชื้อชาติ สัญชาติ ซึ่งโดยรวมแล้วจะมีผลต่อรูปแบบของอุปสงค์และปริมาณการซื้อขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ประเทศที่พัฒนาแล้วครอบครัวมีขนาดเล็ก มีบุตรน้อย ต้องทำงาน ทั้งสามีและภรรยา มีปัญหาการหย่าร้าง มีรายได้พอจะเดินทางท่องเที่ยว และมีพันธะน้อยลง ประเทศที่กำลังพัฒนา เริ่มมีลักษณะครอบครัวแบบนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจควรปรับปรุงรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับลักษณะต่าง ๆ ของประชากร

3. ปัจจัยทางภูมิศาสตร์ (geographic factors) ลักษณะภูมิศาสตร์ของประเทศผู้ซื้อจะมีผลกระทบทำให้เส้นอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ละชาติแตกต่างกัน และเป็นสิ่งที่กำหนดประเภทของจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่ผู้ซื้อต้องการไป เช่น นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศที่แวดล้อมด้วยทะเลย่อมต้องการไปท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวประเภทภูเขา นอกจากลักษณะทางภูมิประเทศและภูมิอากาศจะทำให้รูปแบบอุปสงค์แตกต่างกันแล้วผู้พักอาศัยในเมืองมักนิยมเดินทางแบบเข้าไปเยือนกลับ (day visit) มากกว่าคนในชุมชนเล็ก ๆ

4. ปัจจัยทางวัฒนธรรมสังคม (socio-cultural factors) ลักษณะทางสังคมและวัฒนธรรมจะหล่อหลอมความคิด รสนิยม และทัศนคติในการบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว เช่น สังคมตะวันตกมีลักษณะเปิดเผยจะเปิดโอกาสให้ผู้หญิงชาวตะวันตกเดินทางท่องเที่ยวได้บ่อยและไกล

มากกว่าผู้หญิงชาวเอเชียและตะวันออกกลางซึ่งไม่นิยมเดินทางโดยลำพังหรือท่องเที่ยวแบบผจญภัยมากเกินไป

5. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย (political and regulatory factors) การเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและระเบียบกฎหมายต่าง ๆ ของประเทศอาจทำให้การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงหรือทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกันเนื่องจากมีความรู้สึกปลอดภัยหรือไม่ปลอดภัยในการจะเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่นั้น ๆ เช่น การเกิดภาวะสงคราม การเปลี่ยนแปลงการปกครอง ถ้านักท่องเที่ยวรู้สึกหวั่นเกรงเรื่องความปลอดภัยอุปสงค์การท่องเที่ยวจะลดลง มีผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน โรงแรม เป็นต้น นอกจากนี้ประเทศที่มีกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริม สร้างความมั่นใจให้นักท่องเที่ยวได้ว่าจะได้รับการบริการที่มีมาตรฐาน ไม่ถูกหลอกลวงและได้รับสิทธิคุ้มครองการบริโภคด้วย

6. ปัจจัยทางสื่อสารมวลชน (mass media communication factors) ข้อมูลข่าวสารทุกชนิดจากสื่อมวลชนสามารถสร้างความเชื่อที่มั่นใจหรือไม่มั่นใจในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ช่วยสร้างความรู้จักคุ้นเคย การต่อต้าน หรืออยากรู้ อยากเห็นมากขึ้น และช่วยในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ทั้งนี้ข่าวสารทางลบ เช่น ปัญหาการเมือง โรคระบาด ความไม่ปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว เป็นผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการเติบโตทางธุรกิจท่องเที่ยว ปัญหาภาพลักษณ์ทางลบ เช่น ปัญหาโสเภณีเด็ก การจลาจล โรคเอดส์ เป็นต้น อาจทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนในเชิงเบนการซื้อรายการท่องเที่ยวไปยังประเทศอื่นที่มีลักษณะภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน

7. ปัจจัยทางการเปรียบเทียบราคา (comparative prices) การเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน โดยการเปรียบเทียบราคากับบริษัทหรือประเทศที่เป็นคู่แข่ง หรือราคาปีก่อนหน้านี้ ราคาจะแสดงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประกอบกับปัจจัยทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทำให้อุปสงค์แตกต่างไปจากเดิมราคาการท่องเที่ยวของประเทศต้นทางและปลายทางที่จะไปก็จะมีผลกระทบต่ออุปสงค์ ถ้าแตกต่างกันมากนักท่องเที่ยวที่มีอำนาจซื้อสูงจึงจะสามารถไปได้ และถ้าราคาการท่องเที่ยวไม่แพงมากนักก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางมาได้ในระยะแรก เมื่อมีความนิยมชมชอบก็จะกลับมาเที่ยวอีก

8. ปัจจัยทางการเคลื่อนย้ายส่วนบุคคล (personal mobility factors) การเดินทางส่วนตัว โดยเฉพาะทางรถยนต์ช่วยให้การท่องเที่ยวภายในประเทศ (domestic tourism) และเดินทางไปยังประเทศที่มีพรมแดนติดต่อกันเติบโตได้มากขึ้น เช่น การเดินทางท่องเที่ยวของชาวยุโรป การเดินทางแบบส่วนตัว (free individual traveler) มีเป็นจำนวนมากในช่วงวันหยุดพักผ่อนหรือสุด

สัปดาห์เนื่องจากถนนเชื่อมติดต่อกันโดยตลอด การเดินทางส่วนตัวเป็นอุปสงค์ที่แตกต่างกันมาก ก่อให้เกิดธุรกิจที่พักแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก และธุรกิจอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกันมีราคาหลากหลายตามอุปสงค์ของลูกค้า นอกจากนี้การมีรถยนต์ส่วนตัวจะทำให้เกิดเสรีภาพในการเดินทางทั้งในเรื่องการเตรียมการ เวลา และสถานที่ มีการวางแผนการเดินทางให้เหมาะสมกับสถานะส่วนตัวมากขึ้น และอาจทำให้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทำให้มีโอกาสเดินทางได้บ่อยขึ้น หรือเดินทางแบบเข้าไปเยือนกลับ (excursion or day visit) แทน

9. ปัจจัยทางเทคโนโลยีการสื่อสารและคมนาคมขนส่ง (technology of communication and transportation) เทคโนโลยีการสื่อสารและการคมนาคมขนส่งสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะการจองและการออกบัตรโดยสารผ่านระบบคอมพิวเตอร์ (CRS) ลูกค้าได้รับความชัดเจนและรวดเร็วในการซื้อ นอกจากนี้การใช้คอมพิวเตอร์ในธุรกิจโรงแรม เช่น การเข้าพัก (check in) การคืนห้องพัก (check out) การเก็บเงินค่าที่พัก การมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยยอมแสดงถึงระดับมาตรฐานในการให้บริการและช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้นว่าจะเลือกใช้บริการของธุรกิจใดที่ได้รับความสะดวกสบายมากที่สุด

จากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวสามารถแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การท่องเที่ยวและปัจจัยกำหนดอุปสงค์ เป็นสัญลักษณ์ทางพีชคณิตซึ่งเรียกว่า ดีมานด์ฟังก์ชัน (demand function) ได้ดังนี้

$$Q_a = f(P_a, Y, T, P_b, E, \dots, Y_n)$$

โดยกำหนดให้

Q_a	=	จำนวนสินค้าและบริการที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ
P_a	=	ราคาสินค้าและบริการนั้น
Y	=	รายได้ของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
T	=	รสนิยมของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค
P_b	=	ระดับราคาสินค้าโดยเปรียบเทียบหรือราคาสินค้าที่เกี่ยวข้อง
E	=	การคาดคะเนในอนาคต
Y_n	=	ปัจจัยอื่น ๆ

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

นักทฤษฎีเป็นผู้บริโภคที่ต้องการสินค้าและบริการแตกต่างจากการบริโภคสินค้าจำเป็นและสินค้าอุตสาหกรรมทั่วไป ผู้ประกอบธุรกิจจำเป็นต้องค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคของนักทฤษฎีเพื่อมีพฤติกรรมที่ซื้อก่อนและหลังการใช้บริการอย่างไรคำถามที่นิยมใช้เพื่อค้นหาพฤติกรรมผู้บริโภคของนักทฤษฎีประกอบด้วย 6Wh (Who, Who, What, Why, When and Where) และ 1H (How) (ดูตารางที่ 2.1)

ตารางที่ 2.1 พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยว

คำถาม	คำตอบ
1. ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who)	<ul style="list-style-type: none"> - ลักษณะกลุ่มเป้าหมาย - ประชากรศาสตร์ - ภูมิศาสตร์ - จิตวิทยา - พฤติกรรมการบริโภค
2. ผู้บริโภคซื้ออะไร (What)	<ul style="list-style-type: none"> - สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ได้แก่ สินค้าและบริการ - คุณสมบัติและองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์
3. ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why)	<ul style="list-style-type: none"> - วัตถุประสงค์ในการซื้อ - ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก ปัจจัยเฉพาะบุคคล
4. ใครมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who)	<ul style="list-style-type: none"> - บทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย ผู้ริเริ่มตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ ผู้ใช้
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When)	<ul style="list-style-type: none"> - โอกาสในการซื้อ ช่วงฤดูกาลของปี ฤดูท่องเที่ยว เทศกาล โอกาสพิเศษ วันหยุด
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where)	<ul style="list-style-type: none"> - แหล่งหรือสถานที่จำหน่าย เช่น สำนักงานตัวแทนจำหน่าย เป็นต้น
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How)	<ul style="list-style-type: none"> - ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ - การรับรู้ปัญหาหรือความต้องการ - การค้นหาข้อมูล - การประเมินผลพฤติกรรม - การตัดสินใจซื้อ - ความรู้สึกหลังการซื้อ

ที่มา: จากการวางแผนและพัฒนาการท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2548:30)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนทำให้พฤติกรรมการเดินทางตลอดจนการเลือกซื้อรูปแบบของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างกัน แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ(ฉลองศรี พิมพ์สมพงษ์ ,2548:35)

1. ปัจจัยภายใน (personal factors/internal variables) ได้แก่

1.1 ความจำเป็น ความต้องการ และการจูงใจ (needs, wants and motivation) ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์มีข้อสมมุติฐานว่า มนุษย์มีความต้องการอยู่เสมอและไม่สิ้นสุด ถ้าความต้องการใดได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นก็จะเข้ามาแทนที่โดยไม่มีที่สิ้นสุด ความต้องการของมนุษย์มีการเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อยเมื่อความต้องการระดับต่ำได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการระดับสูงก็จะถูกเรียกร้องให้ตอบสนองทันที การเดินทางและท่องเที่ยวเกิดจากความต้องการและความรู้สึกภายในของแต่ละบุคคลอย่างแท้จริง ประกอบกับมีปัจจัยต่าง ๆ ทั้งทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่ผลักดันให้สามารถเดินทางได้และยังมีแรงจูงใจอีกหลายอย่างที่ดึงดูดให้คนเดินทางมากขึ้น

1.2 การรับรู้ (perception) กระบวนการรับรู้และความเข้าใจของบุคคลขึ้นอยู่กับปัจจัยภายใน ได้แก่ ความเชื่อ ประสบการณ์ อารมณ์ และปัจจัยภายนอก ได้แก่ สิ่งกระตุ้นที่มากระทบกับประสาทสัมผัสทั้ง 5 กระบวนการรับรู้ประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้ (1) การรับรู้ข้อมูล (2) การตั้งใจรับข้อมูลที่ได้เลือกสรร (3) ความเข้าใจและตีความหมายของข้อมูลที่ได้รับมา (4) การเก็บรักษาข้อมูลที่ได้รับเลือกสรรซึ่งนำไปสู่การกระตุ้นให้เกิดความต้องการ และ (5) ตัดสินใจซื้อ

1.3 การเรียนรู้ (learning) การเรียนรู้ของบุคคลเกิดขึ้นเมื่อได้รับการกระตุ้นผ่านเข้ามาในความรู้นึกคิดและเกิดการตอบสนอง

1.4 บุคลิกภาพ (personality) บุคลิกภาพเป็นลักษณะเด่นของแต่ละบุคคล เกิดจากความรู้นึกคิด ความรับผิดชอบ ความต้องการภายใน การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ของบุคคล และแสดงออกมาเป็นบุคลิกภาพเฉพาะตนตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมรอบตัวตนเองนักท่องเที่ยวมีบุคลิกภาพแตกต่างกันตามเชื้อชาติ ศาสนา วัฒนธรรม และสังคม ดังนั้น การเรียนรู้และเข้าใจบุคลิกภาพของนักท่องเที่ยวจึงเป็นการทำความเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวด้วย

1.5 รูปแบบการดำรงชีวิต (life style) รูปแบบการดำรงชีวิตขึ้นอยู่กับวัฒนธรรมชั้นของสังคม และกลุ่มอาชีพของแต่ละบุคคล การเลือกบริโภคหรือเลือกซื้อสินค้าและบริการขึ้นอยู่กับรูปแบบการดำรงชีวิตของแต่ละบุคคล

1.6 แนวความคิดเกี่ยวกับตัวเอง (self -concept) หมายถึง ความคิดหรือความ-
เข้าใจที่เกิดขึ้นภายในของบุคคลพร้อม ๆ กับการรับรู้ ซึ่งมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบริการการ
ท่องเที่ยวและต้องการสร้างความประทับใจให้แก่บุคคลใกล้ชิดด้วย

1.7 ทศนคติ(attitudes) หมายถึง ความโน้มเอียงที่เกิดจากการเรียนรู้ในการ
ตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นไปในทิศทางที่สม่ำเสมอ หรือความรู้สึกนึกคิดของบุคคลที่มีต่อสิ่งหนึ่งสิ่ง
ใด ทศนคติเป็นพลังที่สำคัญและมีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการรับรู้และพฤติกรรมการบริโภคของ
นักท่องเที่ยวโดยพยายามกลั่นกรองสิ่งที่ตนเองคิดว่าดีไม่ขัดแย้งกับทศนคติที่มีอยู่ ทศนคติ
สามารถบิดเบือนข่าวสารข้อมูลที่เป็นความจริงได้ในลักษณะได้แก่

2. ปัจจัยภายนอก (interpersonal factors/external variables) ได้แก่

2.1 วัฒนธรรมและวัฒนธรรมย่อย (culture and subcultures) วัฒนธรรมเป็น
เครื่องผูกพันคนในสังคมไว้ด้วยกัน แสดงออกมาในรูปความเชื่อ ค่านิยม ทศนคติ อุปนิสัย
ประเพณี ขนบธรรมเนียม และพฤติกรรมของบุคคล วัฒนธรรมพื้นฐานเป็นสิ่งที่กำหนดพฤติกรรม
การบริโภคของบุคคลเพราะวัฒนธรรมเป็นตัวหล่อหลอมลักษณะนิสัยและความคิดของคน

2.2 ชั้นของสังคม (social classes) เป็นการจัดลำดับบุคคลในสังคมออกเป็นกลุ่มที่
มีลักษณะคล้ายคลึงกันจากระดับสูงไปต่ำ สิ่งที่น่าสนใจแบ่งชั้นสังคม คือ อาชีพ ฐานะรายได้ ชาติ
กำเนิด สถานที่พำนัก ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่และบุคลิกลักษณะของบุคคล

2.3 กลุ่มอ้างอิง (reference groups) เป็นกลุ่มที่เข้าไปมีอิทธิพลต่อความคิดเห็น
ทศนคติ ความชอบ/ไม่ชอบ และค่านิยมของบุคคล กลุ่มอ้างอิงจะมีอิทธิพลต่อบุคคลมากในด้
ามการเลือกพฤติกรรมการดำเนินชีวิต เพราะจะให้แนวคิดซึ่งทำให้บุคคลคล้อยตามเพื่อให้ได้รับการ
ยอมรับจากกลุ่มจึงทำให้มีอิทธิพลต่อจิตใจของผู้บริโภคและมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและ
บริการการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน

2.4 ผู้นำความคิดเห็น(opinion leaders) เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีอำนาจและความ
ความคิดเห็นของเขามักเป็นที่ยอมรับของกลุ่ม มักจะเป็นผู้ช่องทางข้อมูลมากกว่าสมาชิกคนอื่น ๆ ผู้นำ
กลุ่มเหล่านี้กระตือรือร้นที่จะค้นหาข้อมูลพิเศษกว้างออกไปเรื่อย ๆ จนเป็นผู้รู้หรือผู้เชี่ยวชาญใน
เรื่องนั้น ๆ

2.5 ครอบครัว (the family) คือ กลุ่มบุคคลที่เกี่ยวข้องกันทางกำเนิด โดยการ
แต่งงาน หรือโดยการรับอุปการะเข้ามาใช้ชีวิตในครอบครัวเดียวกัน ค่านิยมและทศนคติของ
บุคคลจะได้รับมาจากครอบครัวมากที่สุด ลักษณะครอบครัวที่แตกต่างกันจะทำให้รูปแบบการ

ดำรงชีวิตต่างกัน พฤติกรรมการบริโภคของครอบครัวจะแตกต่างกันตามลำดับขั้นวัฏจักรชีวิตครอบครัว (family life-cycle)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (tourism industry)คือ กิจกรรมทุกประเภทที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและเป็นกิจกรรมที่ถูกจัดไว้ในสาขาของการผลิต และบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทย (Thai tourists) หมายถึง คนไทยที่เดินทางออกจากถิ่นที่ตนพำนักอยู่ไปยังถิ่นต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์อย่างใดอย่างหนึ่งคือ เพื่อการท่องเที่ยว เยี่ยมญาติหรือเพื่อน การศึกษา การศาสนา การกีฬา การประชุม การสัมมนา การติดต่อทางธุรกิจหรือราชการ หรือประกอบภารกิจใดๆ แต่มิใช่เพื่อไปทำงานหรือหารายได้เป็นการประจำ ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวไทยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (tourists) หมายถึง ผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ซึ่งพักอาศัยอยู่ในถิ่นต่าง ๆ ตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และไม่เกิน 60 วัน

2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (นักท่องเที่ยว หรือ excursionists) หมายถึงผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว โดยใช้เวลาอยู่ในถิ่นต่าง ๆ น้อยกว่า 24 ชั่วโมง และไม่ได้พำนักค้างแรม ณ ที่ใด

2.1 ที่พักแรม หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างเดินทาง ซึ่งอาจจำแนกเป็นประเภทต่างๆ ตามลักษณะที่ใช้ ได้แก่

2.1.1 โรงแรม คือที่พักที่สร้างขึ้นเฉพาะ และแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางและเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง

2.1.2 เกสต์เฮาส์ คือบ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรมโดยเก็บค่าเช่า

2.1.3 บังกะโล คือที่พักแรมที่กลุ่มบุคคล หรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้นักท่องเที่ยวโดยเก็บค่าเช่า

2.1.4 รีสอร์ท คือที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลังๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ

2.1.5 บ้านรับรอง คือ ที่พักหน่วยราชการ บริษัท หรือเอกชนจัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือพักผ่อน โดยไม่เก็บค่าเช่า

2.2 ระยะเวลาพำนัก (length of stay) หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งๆ ใช้ท่องเที่ยว ณ สถานที่หนึ่งในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยนับเป็นวันที่ค้างคืน

**กรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2550-2554
(ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2552)**

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทยและเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืนโดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่มภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวม อันจะนำไปสู่การสร้างและการกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักและความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำการตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาค อันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์กร ระบบบริหารจัดการ และเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยวเพื่อเป็นองค์กรแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์กรในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e-Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทย และเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาก็เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

แนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยว

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญอย่างมากในการช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจของชาติ ซึ่งทางรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริมดังจะเห็นได้ว่าการบรรจุไว้ในแผนแม่บทของการพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติอีกด้วย มีการพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวให้น่าสนใจทั้งจากนักท่องเที่ยวในประเทศเองและจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ มีการจัดรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายที่ได้รับความนิยม ยกตัวอย่าง เช่น

1. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ (Natural Based Tourism)

1.1 การท่องเที่ยวในเชิงนิเวศน์ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์และในแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้องภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของท้องถิ่นนั้น ๆ มุ่งเน้นให้เกิดจิตสำนึกต่อการบำรุงรักษาซึ่งระบบนิเวศน์อย่างยั่งยืน

1.2 การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ทางทะเล (Marine Ecotourism) คือ การท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล และแหล่งท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับระบบนิเวศน์ทางทะเล โดยมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องเพื่อก่อให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศน์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเล เช่น การเดินชมป่าชายเลน การดำน้ำดูปะการัง

1.3 การท่องเที่ยวเชิงธรณีวิทยา หรือศิลาสัญจร (Lotho Travel) หมายถึง การท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติที่เป็นหินผา ถ้ำ อุโมงค์ หินงอกหินย้อย เพื่อดูความงามของภูมิทัศน์ศึกษาธรรมชาติ ได้ความรู้และประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อม โดยประชาชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

1.4 การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Ago tourism) คือ การท่องเที่ยวไปยังพื้นที่การเกษตรสวนเกษตรสวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์ เพื่อชื่นชมความงาม ความสำเร็จได้ความเพลิดเพลินและความรู้ประสบการณ์ใหม่บนพื้นฐานการท่องเที่ยวอย่างมีความรับผิดชอบต่อมีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมนั้น

2. รูปแบบการท่องเที่ยวในแหล่งวัฒนธรรม (Cultural Based Tourism)

2.1 การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical Tourism) เป็นการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เพื่อชื่นชมและเพลิดเพลินไปกับสถานที่ท่องเที่ยวและยังได้ความรู้ มีความเข้าใจต่อประวัติศาสตร์

2.2 การท่องเที่ยวชมงานวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural & Traditional Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวชมงานประเพณีต่าง ๆ ที่ชาวบ้านท้องถิ่นนั้น ๆ จัดขึ้นเพื่อความเพลิดเพลิน เพื่อศึกษาความเชื่อ ยอมรับนับถือพิธีกรรมต่าง ๆ และเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรมได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เพิ่มบนพื้นฐาน ของความมีจิตสำนึกรับผิดชอบต่อการรักษามรดกทางวัฒนธรรม โดยประชาชนในท้องถิ่นนั้น ๆ มีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

2.3 การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท (Rural Tourism/ Village Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบทที่มีลักษณะวิถีชีวิตและผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษ มีความโดดเด่น เพื่อความเพลิดเพลินได้ความรู้ ดูผลงานสร้างสรรค์และภูมิปัญญาของชาวบ้าน เกิดความเข้าใจในวัฒนธรรมโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3. รูปแบบการท่องเที่ยวในความสนใจพิเศษ (Special Tourism)

3.1 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติและแหล่งวัฒนธรรม เพื่อการพักผ่อนและเรียนรู้วิธีการรักษาสุขภาพร่างกายและใจ ทำให้ได้รับความเพลิดเพลิน และสุนทรีย์ภาพ มีความรู้ต่อการรักษาคุณภาพชีวิตที่ดีโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยวและสุขภาพความงาม

3.2 การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนา หาความรู้ สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น เพิ่มคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นมีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นบางกลุ่มมุ่งการเรียนรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทยเช่นการทำอาหารไทย รำไทย มวยไทย หรืองานศิลปหัตถกรรมไทย เป็นต้น

3.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมชนกลุ่มน้อย (Ethnic Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน ชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าต่างๆ เช่นหมู่บ้านชาวเขา ชาวกะเหรี่ยง ชาวจีนฮ่อ หมู่บ้านชาวไป๋ซิ่ง หมู่บ้านผู้ไทย ฯลฯ เพื่อให้มีประสบการณ์หรือความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดียิ่งขึ้นโดยมีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่นโดยประชาชนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว

3.4 การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อเล่นกีฬาตามความถนัด ความสนใจในประเภทกีฬา เช่นดำน้ำ ตกปลา กระดานโต้คลื่น กอล์ฟ ฯลฯ เพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนาน ตื่นเต้นและได้รับประสบการณ์แปลกใหม่ เพื่อเพิ่มคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีมากขึ้น

3.5 การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure Travel) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีลักษณะพิเศษที่นักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวแล้วได้รับความสนุกสนาน ตื่นเต้นผจญภัย มีความทรงจำ ความปลอดภัยและประสบการณ์ใหม่

3.6 การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ (Homestay & Farmstay) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวที่กลุ่มนักท่องเที่ยวต้องการใช้ชีวิตใกล้ชิดกับครอบครัวในท้องถิ่นที่ไปเยือน เพื่อเรียนรู้วัฒนธรรมรวมทั้งภูมิปัญญาท้องถิ่น และได้รับประสบการณ์ในชีวิตเพิ่มขึ้น โดยมีจิตสำนึกที่ดีต่อการรักษาสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นการจัดการท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วมของชุมชนในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

3.7 การท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Longstay) หมายถึงกลุ่มผู้ใช้ชีวิตในบั้นปลายหลังเกษียณอายุจากการทำงานที่ต้องใช้ชีวิตต่างแดนเป็นหลัก โดยเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศเฉลี่ย 3-4 ครั้งต่อปี คราวละนานๆ อย่างน้อย 1 เดือน

3.8 การท่องเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Travel) หมายถึงการจูงใจให้กลุ่มลูกค้าของบริษัทที่ประสบความสำเร็จในการขายสินค้านั้นๆ ตามเป้าหมายหรือเกินเป้าหมายที่บริษัทจัดตั้งไว้ เป็นการให้รางวัลและจูงใจให้เที่ยว เป็นการจูงใจการพักผ่อนตั้งแต่ 2 - 7 วัน เป็นรายการนำเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆอาจเป็นรายการนำเที่ยวแบบผสมผสานหรือการนำเที่ยวรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง

ปัจจุบันแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เป็นไปในเชิงอนุรักษ์ธรรมชาติ การเยี่ยมชมวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมความนิยมความเป็นอยู่ของชุมชนต่างๆหรือการท่องเที่ยวแบบกึ่งท่องเที่ยวกึ่งดูแลสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัยกำลังเป็นที่นิยมอย่างมากเพราะกิจกรรมต่างๆที่พัฒนาให้สอดคล้องกับรูปแบบการท่องเที่ยวต่างๆนั้นเป็นแนวคิดสมัยใหม่รวมเอาการดูแลสุขภาพเข้ามาประสานกันเพื่อให้เกิดรูปแบบใหม่ในการท่องเที่ยว การนำเอาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวในท้องถิ่นมาจัดรูปแบบการท่องเที่ยวเข้าหลักการท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตชนบท หลากรูปแบบ และยังสามารถจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวได้หลากหลายเช่นการท่องเที่ยวเดินชมป่า และศึกษาพันธุ์ไม้ สมุนไพร การดูนก ดูแมลง การปีนเขา การพายเรือแคนู การล่องแก่ง ล่องเรือยาง การถ่ายภาพ การทำอาหาร การนวดแผนไทย การเรียนและฝึกสมาธิ กิจกรรมต่างๆ เหล่านี้สามารถเลือกมาประยุกต์จัดรูปแบบการท่องเที่ยวให้น่าสนใจยิ่งขึ้นได้

แนวคิดเกี่ยวกับคุณภาพของการบริการ

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณภาพงานบริการตามการรับรู้ของผู้บริโภคพบว่านักวิชาการทางการตลาดจำนวนมากมีความคิดเห็นว่าผู้บริโภคจะประเมินคุณภาพ

ของการบริการในรูปแบบของทัศนคติโดยเปรียบเทียบบริการที่คาดหวังไว้ (Expected Service) กับบริการตามที่ได้รับรู้ (Perceived Service) ว่ามีความสอดคล้องกันเพียงใด

ศิริพร วิชญมโนมิติน (2548) ได้กล่าวถึงคุณภาพการบริการว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญและจำเป็นอย่างมากต่อธุรกิจในอนาคตของลูกค้าในปัจจุบันกล่าวคือคุณภาพการบริการเกิดจากสิ่งที่ผู้ให้บริการหยิบยื่นและความประทับใจของการบริการที่เป็นเลิศให้แก่ลูกค้า เพื่อสร้างผลลัพธ์จากการส่งมอบบริการที่ดีให้ลูกค้าได้รับความพึงพอใจ (Customer Satisfaction) และก่อให้เกิดสัมพันธภาพที่ดีกับลูกค้า (Customer Relationship) รวมทั้งเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าเหล่านี้กลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการอย่างต่อเนื่อง (Customer Retention) ตลอดจนการสร้างฐานให้ลูกค้ามีความสัมพันธ์ในระยะยาวและก่อให้เกิดความจงรักภักดีกับสินค้าหรือบริการเราตลอดไป (Customer Loyalty)

กล่าวโดยสรุปคือคุณภาพการบริการสามารถประเมินได้จากการแตกต่างระหว่างการบริการที่ลูกค้าคาดหวังเทียบกับการบริการที่ได้รับจริง หากว่าการบริการที่ได้รับนั้นเป็นไปตามหรือสูงกว่าที่คาดหวังไว้ แสดงว่าผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจและประเมินได้ว่าการบริการนั้น เป็นการบริการที่มีคุณภาพได้ แต่หากการบริการนั้น ต่ำกว่าความคาดหวังย่อมแสดงว่าผู้บริโภคไม่ได้เกิดความพึงพอใจในการบริการ ประเมินได้ว่าบริการนั้นยังไม่มีคุณภาพ หรือยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภคนั่นเอง

2.1.2 แนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

แนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) คล้ายคลึงกับเรื่องการเดินทางสำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Transport) แต่มีขอบเขตการควบคุมที่กว้างกว่าโดยเรื่องการเดินทางสำหรับการท่องเที่ยวจะครอบคลุมเฉพาะเรื่องการเดินทางนักท่องเที่ยวและวัตถุประสงค์ของเท่านั้น แต่โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวครอบคลุมทั้งสามเรื่องใหญ่ (คมสัน สุริยะ, 2552) คือ

ก. การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical Flow) หมายถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง ตลอดไปจนถึงที่พัก โรงแรมต่างๆ ที่จะรองรับนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ข. การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) หมายถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ข้อมูลของสถานที่ท่องเที่ยว ข่าวสารงานเทศกาลต่างๆ ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

ค. การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial Flow) หมายรวมถึง การอำนวยความสะดวก เรื่องการจ่ายชำระค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยวการซื้อตั๋วเดินทางต่าง ๆ

โลจิสติกส์ท่องเที่ยวเป็นตัวประสานกิจกรรมการขนส่งที่มีอยู่หลาย ๆ ช่วงเข้าด้วยกัน และยังเป็น การจัดการ ณ จุดที่ไม่มีกิจกรรมอื่นอีกด้วย สรุปได้ว่าโลจิสติกส์ท่องเที่ยวคือการจัดการ ประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ (Activities) เพื่อให้การไหลของนักท่องเที่ยวจากต้นทาง ไปสู่ปลายทางโดยไม่มีข้อผิดพลาดและยังทำให้ได้รับความพอใจสูงสุดโดยปราศจากข้อผิดพลาด แม้แต่น้อย ยกตัวอย่างเช่น การพานักท่องเที่ยวจากต้นทางไปยังเกาะแห่งหนึ่ง ผู้จัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวจะต้องประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เช่น รถบัส เรือ และที่พักโดยให้รถบัส กลับมารับนักท่องเที่ยวที่จุดนัดพบตรงตามเวลาที่นัดหมาย บนรถมีไกด์คอยพูดชวนให้นักท่องเที่ยวมีความสนุกสนานเกิดความเพลิดเพลิน จากนั้นพาไปลงเรือในเรือก็มีการเล่นเกมส์ ระหว่างการติดต่อกับทางที่พักว่านักท่องเที่ยวมาแล้วให้เตรียมตัวต้อนรับได้ เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เกาะก็มีเจ้าหน้าที่มาให้การต้อนรับอย่างอบอุ่น เมื่อเข้าที่พักก็มีอาหารเครื่องดื่มบริการ ผู้ที่ทำหน้าที่จัดการด้าน โลจิสติกส์ท่องเที่ยวต้องพิจารณาว่านักท่องเที่ยวมีการเดินทางที่สะดวกทุก ขั้นตอนไม่มีการหลงทาง และพิจารณาเรื่องการเชื่อมต่อของยานพาหนะทุกส่วนว่าควรจะปรับปรุง ส่วนไหนให้ดีขึ้น โดยมีเป้าหมายหลักคือทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกดีและเกิดความประทับใจ ให้มีความรู้สึกสนุกสนานผ่อนคลาย นอกจากนั้นการประสานงานกิจกรรมต่าง ๆ ควรทำให้ดีจนทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ เมื่อกลับไปและอยากจะกลับมาเที่ยวซ้ำอีกครั้ง หรือมีการแนะนำ ให้บุคคลอื่นได้มาเที่ยว มาสัมผัสบรรยากาศอย่างที่ท่านเองได้รับ

ในขณะที่การจัดการโซลูชันของการท่องเที่ยวเป็นมากกว่านั้น แต่ในแต่ละกิจกรรมมี เบื้องหลังอยู่อีกมาก เช่น กิจกรรมรถบัสมีกิจกรรมย่อยคือ การจัดซื้อรถ การจัดซื้อน้ำมัน การจัด และอบรมพนักงานขับรถ การบำรุงรักษารถ การเสียภาษีรถ ส่วนกิจกรรมที่พักก็มีกิจกรรมย่อย ต่าง ๆ เช่น การเตรียมอาหาร การซักผ้า การเสียภาษี การบำบัดน้ำเสีย การจ้างและอบรมพนักงาน เป็นต้น สิ่งเหล่านี้เป็นหน้าที่ของการจัดการโซลูชันไม่ได้เป็นหน้าที่ของโลจิสติกส์ท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวแตกต่างจากการจัดการโลจิสติกส์ของสินค้า เพราะเราต้องจัดการขนส่งคนจากจุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่ง ซึ่งเป็นงานที่ละเอียดอ่อนกว่าการส่งสินค้า มากเพราะนักท่องเที่ยว แต่ละคนก็มีเป้าหมายในการเดินทางไม่เหมือนกัน บางคู่ที่มาดื่มน้ำผึ้ง พระจันทร์ไม่รุ่งริบแต่ต้องการความสะดวกสบาย ส่วนกลุ่มที่มาทัวร์ผจญภัยไปอาจไม่ต้องการ ความสะดวกสบายเพราะต้องการความสมบุกสมบันมากกว่า แต่ปัญหาของการจัดการโลจิสติกส์ ระหว่างการเดินทางของกลุ่มหลังนี้จะอยู่ที่ว่าหากนักท่องเที่ยวเหล่านี้ประสบอุบัติเหตุในที่คับขัน

จะเอาตัวนักท่องเที่ยวออกมารักษาพยาบาลอย่างรวดเร็ว ทันเวลาและโดยวิธีการที่ปลอดภัยได้อย่างไร สำหรับนักท่องเที่ยวประเภทที่เข้ามาประชุม ชมนิทรรศการ ความสะดวกรวดเร็วและความปลอดภัยต้องมาก่อน เพราะสำหรับคนกลุ่มนี้เวลามีค่าจึงต้องการระบบขนส่งที่รวดเร็ว สะดวกสบาย

ดังนั้นการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ก็คือการจัดการให้สะดวกทันเวลา สะดวกสบาย ปลอดภัย ตรงตามความต้องการของแต่ละตลาด ความรวดเร็วอาจไม่ใช่ความต้องการของทุกตลาด แต่การตรงต่อเวลาและทันเวลาเป็นความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย การจัดการระบบโลจิสติกส์จะคิดแบบแยกส่วนไม่ได้ ดังนั้นการจัดการโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แบบ ต้องให้ความสนใจกับการจัดการไหลเวียนของนักท่องเที่ยว การไหลเวียนของข้อมูล การท่องเที่ยวและการจัดการการไหลเวียนของกระแสเงินไปพร้อม ๆ กันด้วย

2.1.3 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยวของ Lumsdon and Page (2004) และการปรับปรุงเพิ่มเติมของ คมสัน สุริยะ (2551)

ในประเทศไทยผู้ที่ริเริ่มนำแนวคิดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวมาใช้ในการ วิจัยคือ ศาสตราจารย์ ดร.มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และ ผู้ช่วยศาสตราจารย์คมสัน สุริยะ โดยมีผลงานวิจัยที่สำคัญสองเรื่อง เรื่องแรกคือ มิ่งสรรพ์ และคณะ (2551) เรื่องที่สองคือ คมสัน ศิริพร และกันต์สินี (2551) โดยมีผู้ต่อยอดโดยการเพิ่มมิติทางเศรษฐศาสตร์เข้าไปคืออาจารย์ไพรัช พิบูลย์รุ่งโรจน์ ซึ่งอาจารย์ทั้งสามท่านร่วมงานด้วยกันที่สถาบันวิจัยสังคม และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2544 - 2552

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเริ่มต้นจากเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยว ซึ่งกรอบแนวคิดของนักวิชาการที่ได้รับการยอมรับมากในยุโรปสองท่าน คือ Lumsdon and Page (2004) สามารถใช้วิเคราะห์ได้ในเรื่อง Physical flow และ Information flow เป็นหลัก ซึ่งคมสัน (2551) ได้ปรับปรุงเพิ่มเติมกรอบแนวคิดนี้อีกส่วนหนึ่งเพื่อให้เหมาะสมกับการ วิเคราะห์ด้านการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ในขณะที่ มิ่งสรรพ์ และคมสัน (2551) พยายามสร้างกรอบสำหรับการวิเคราะห์โลจิสติกส์ที่รวมเอา Financial flow รวมทั้งกิจกรรมอื่น ๆ ตลอดห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวเนื่องต่อการขนส่งนักท่องเที่ยวเข้ามาไว้ด้วยอย่าง บูรณาการ รายละเอียดของกรอบแนวคิดทั้งสองมีดังต่อไปนี้

Lumsdon and Page (2004) ได้เสนอกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์การขนส่งนักท่องเที่ยวไว้ 8 ประการ ในหนังสือเรื่อง Tourism and Transport ส่วนประการที่ 9 ถึง 12 นั้น ผู้ช่วยศาสตราจารย์คมสัน สุริยะ ได้เพิ่มเติมเข้าไปอันได้มาจากประสบการณ์การเดินทางในหลายประเทศ ดังต่อไปนี้

1. **สิ่งที่มีให้บริการ (Availability)** หมายถึงประเภทของยานพาหนะที่มีให้บริการ เส้นทางที่เปิดให้บริการ ระดับชั้นของคุณภาพของบริการที่มีให้บริการ เช่น ชั้นหนึ่ง ชั้นสอง รวมทั้งบริการเสริม เช่น ลิฟท์ สำหรับผู้พิการหรือผู้มีสัมภาระหนัก ตู้เก็บสัมภาระ (ล็อกเกอร์) และเครื่องมือสื่อสารในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

2. **การเข้าถึง (Accessibility)** หมายถึงความสามารถของผู้คนที่จะสามารถใช้บริการได้ การอำนวยความสะดวกให้ผู้คนมาใช้บริการได้ เช่น เวลาและสถานที่จำหน่ายตั๋ว ที่ตั้งของสถานีรถไฟ ที่ตั้งของป้ายรถเมล์ เป็นต้น

3. **ข้อมูลข่าวสาร (Information)** หมายถึงการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องแม่นยำและรวดเร็ว เพื่อให้ผู้โดยสารไม่เกิดความสับสนในการเดินทางและสามารถวางแผนล่วงหน้าได้ รวมถึงสถานที่ที่ให้ข้อมูลข่าวสารนั้นต้องอำนวยความสะดวกให้ผู้โดยสารสามารถ ติดตามข่าวสารได้ โดยง่าย ไม่ติดประกาศไว้ในที่ลึกลับเกินไป

4. **เวลา (Time)** หมายถึงการจัดตารางเวลาในการเดินทางหรือการให้บริการที่เหมาะสม ไม่ทิ้งช่วงนานเกินไปจนทำให้ผู้โดยสารรอนานมากเกินไปหรือบ่อยเกินไปจนไม่มี ผู้โดยสาร ความรวดเร็วในการเดินทาง รวมทั้งความสามารถในการรักษาเวลา ความตรงต่อเวลา

5. **การเอาใจใส่นักท่องเที่ยว (Customer care)** หมายถึงความคำนึงถึงสวัสดิภาพของผู้โดยสาร เช่น ความสะอาดและถูกสุขลักษณะของที่นั่ง ห้องน้ำ พื้น และตู้เก็บสัมภาระ การบริการอาหารและเครื่องดื่มบนยานพาหนะ การมีสถานที่แยกกันต่างหากระหว่างผู้สูบบุหรี่และไม่สูบบุหรี่ และการมีเจ้าหน้าที่ตรวจตราความสงบเรียบร้อยและรับเรื่องร้องทุกข์บนยานพาหนะ รวมทั้งการให้ส่วนลดสำหรับผู้เดินทางเป็นประจำ เป็นต้น

6. **ความสะดวกสบาย (Comfort)** หมายถึงความเอาใจใส่ในการจัดให้บริการอันสะดวกสบายแก่ผู้โดยสาร ทั้งด้านกายภาพ เช่น เบาะนั่ง ช่องว่างสำหรับการเหยียดเท้า การออกแบบห้องโดยสารให้เหมาะสำหรับสรีระของมนุษย์ การปรับอุณหภูมิและความชื้นในห้องโดยสารให้พอเหมาะ และความเงียบสงบในการเดินทาง เป็นต้น

7. **ความปลอดภัย (Safety)** หมายถึงการปราศจากอุบัติเหตุในการเดินทางไปของยานพาหนะ รวมถึงไม่มีอุบัติเหตุในห้องโดยสาร ไม่มีการรบกวนของสิ่งของสัมภาระมาโดนผู้โดยสาร การเตรียมอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยในห้องโดยสาร และการมีอุปกรณ์ปฐมพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน เป็นต้น

8. **ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environmental friendliness)** หมายถึงการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก เช่น คาร์บอนไดออกไซด์ และคาร์บอนมอนนอกไซด์ การไม่ใช้ก๊าซคลอรีน

อันจะทำลายโอโซนในชั้นบรรยากาศ การไม่ปล่อยขยะและของเสียออกไปจากยานพาหนะโดยไม่ผ่านการบำบัด การใช้พลังงานทดแทน รวมทั้งการไม่ก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนผู้คนที่อาศัยอยู่ระหว่างเส้นทางที่ ยานพาหนะแล่นผ่านไป

นอกเหนือจากกรอบแนวคิดทั้ง 8 ข้อของ Lumsdon and Page (2004) แล้ว ในปี 2551 ผู้ช่วยศาสตราจารย์คมสัน สุริยะ ได้เพิ่มเติมกรอบแนวคิดเข้าไปอีก 4 ข้อ เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์เรื่องการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้นดังนี้

1. แม่เหล็กดึงดูดนักท่องเที่ยว หมายถึง สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ งานเทศกาล หรือสิ่งสำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องไม่พลาดที่จะมาเยี่ยมชม ซึ่งสิ่งเหล่านั้นทำหน้าที่เป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนเมือง ท่องเที่ยวนั้น หากปราศจากแม่เหล็กดังกล่าวก็อาจจะไม่มีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากนัก แม่เหล็กนี้ทำหน้าที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนที่ของสรรพสิ่งเข้ามายังแหล่งท่องเที่ยว ไม่ว่าจะแก่นักท่องเที่ยว หรือกิจกรรมต่าง ๆ ที่เข้ามาเพื่อบริการนักท่องเที่ยว

2. ถนนคนเดิน หมายถึง ย่านหรือถนนที่ปิดการจราจรไม่ให้มียานพาหนะผ่านสัญจร เพื่ออำนวยความสะดวกให้คนเดินเท้าได้ท่องเที่ยวรอบบริเวณสำคัญของเมืองและ ชื้อสินค้า

3. จุดทำเงิน หมายถึง สถานที่ บริการ หรือย่านที่จัดไว้สำหรับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ด้วยการคาดการณ์แล้วว่านักท่องเที่ยวจะมีอารมณ์อย่างไรเมื่อมาถึงจุดนั้น เช่น ตึ้นเต็น เมื่อยล้า หิวกระหาย หรือต้องการรีบแสวงหาสิ่งของเพื่อไปเป็นของฝากก่อนที่จะจากเมืองนั้นไป เป็นต้น

4. การสร้างความเพลิดเพลินระหว่างการเดินทาง หมายถึง การทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นเพียงแต่การเดินทางจากจุดหนึ่งไปยัง อีกจุดหนึ่งเท่านั้น หากแต่ยังเป็นการสร้างความเพลิดเพลินใจ เช่น การจัดเส้นทางผ่านสถานที่อันสวยงาม การจัดกิจกรรมบนยานพาหนะ การเสิร์ฟอาหารชั้นเลิศบนยานพาหนะ เป็นต้น

2.1.4 โลจิสติกส์ท่องเที่ยวและโลจิสติกส์การผลิต คมสัน สุริยะ (2552)

ความเหมือนกันระหว่างโลจิสติกส์ท่องเที่ยวกับโลจิสติกส์การผลิต

1. การท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมการผลิตเหมือนกัน เพียงแต่ผลิตภัณฑ์ที่เรียกว่าบริการท่องเที่ยว ดังนั้นจึงมีหน่วยผลิต มีกิจกรรมการจัดการ มีกิจกรรมการผลิต และมีกิจกรรมการส่งมอบผลผลิต

2. การท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากภาคการผลิตอื่น เช่นเดียวกับกิจกรรมการผลิตทั่วไปเหมือนกัน

3. มีเรื่องการเคลื่อนที่ (flow) เป็นเรื่องหลักในการแก้ปัญหาเหมือนกัน เพราะการท่งเกี่ยวข้องเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนที่ (flow) สามอย่าง เริ่มจากนักท่งที่เกี่ยวข้องเคลื่อนเข้ามาแหล่งท่งเกี่ยวข้อง (Physical flow) ข้อมูลข่าวสารที่วิ่งเข้าหานักท่งเกี่ยวข้อง (Information flow) และเงินซึ่งวิ่งจากนักท่งเกี่ยวข้องไปสู่ผู้ให้บริการ (Financial flow)

4. มีเป้าหมายที่ความพอใจของลูกค้าเหมือนกัน

5. คุณภาพขึ้นอยู่กับความยินดีที่จะจ่ายของลูกค้าที่ก็มีหลายเกรดเช่นกัน

ความแตกต่างของโลจิสติกส์ท่งเกี่ยวข้องจากโลจิสติกส์การผลิต

1. นักท่งเกี่ยวข้องต่างจากสิ่งของตรงที่เป็นคนมีชีวิตจิตใจและมีอารมณ์ ทำให้การเคลื่อนที่นั้นต้องจัดการไม่ให้ติดขัด ต้องรวดเร็ว ประหยัด ปลอดภัย แถมยังต้องสบาย ดังนั้นกระบวนการขนส่ง และการจัดเก็บ (ที่พัكد่างคีน ที่พักระหว่างทาง ที่พักรับประทานอาหาร) จึงต่างจากเรื่องสิ่งของตรงที่ต้องคำนึงถึงจิตใจของคน จะปล่อยเกินไปหรือเคร่งครัดเร่งรีบเกินไปก็ได้

2. นักท่งเกี่ยวข้องซึ่งเป็นผู้บริโภคเคลื่อนเข้ามาหาบริการ ไม่ใช่บริการเคลื่อนไปหาผู้บริโภค เช่น แหล่งท่งเกี่ยวข้องเคลื่อนไปหานักท่งเกี่ยวข้องไม่ได้ แต่นักท่งเกี่ยวข้องเป็นคนเข้ามายังแหล่งท่งเกี่ยวข้อง การขนส่งจึงไม่ใช่ขนส่งสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ตลาด แต่เป็นการขนส่งตลาดมาหาแหล่งผลิต

3. มีประเด็นเรื่องคน เช่น การเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมาย การเจ็บป่วยและการรักษาพยาบาลระหว่างการเดินทางท่งเกี่ยวข้อง อาหารการกิน ห้องน้ำ และคนที่ไม่ถูกกันอยู่ด้วยกันก็มักเป็นเรื่อง เป็นต้น

2.1.5 โลจิสติกส์ท่งเกี่ยวข้องช่วยเรื่องการจัดการการท่งเกี่ยวข้องได้อย่างไร

โลจิสติกส์ท่งเกี่ยวข้องเป็นเครื่องมือหนึ่งที่ช่วยตอบคำถามที่เฉพาะเจาะจงลงไปได้สองอย่าง คือ

อะไรควรเพิ่มเข้ามา เช่น Linkages (ความเชื่อมโยงที่ต้องเชื่อมกันให้ติด) , Facilities (สิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องมีให้) และ Activities (กิจกรรมที่ต้องจัดให้)

อะไรควรเอาออกไป เช่น ความไม่มีประสิทธิภาพ ความน่าเบื่อหน่าย ความไม่พึงประสงค์ต่าง ๆ ต้นทุนที่ไม่ควรต้องจ่าย เป็นต้น

ในขณะที่การจัดการการท่งเกี่ยวข้องพยายามติดตามสิ่งที่ Best Practice ของ Function ต่าง ๆ ของการผลิตการท่งเกี่ยวข้อง โลจิสติกส์ท่งเกี่ยวข้องจะช่วยจินตนาการถึงระบบที่ดีกว่าเดิม ด้วยความเชื่อว่าจะสามารถสร้างระบบที่ดีกว่าสิ่งที่ Best Practice ในปัจจุบันให้ได้ โลจิสติกส์ท่งเกี่ยวข้องจึงเป็น วิศวกรรมระบบ (System engineering) เพื่อสร้างกลไกซึ่งจะทำให้ระบบดีขึ้น (Mechanism design) ซึ่งเป็นสิ่งที่จะเป็นอนาคตของการจัดการการท่งเกี่ยวข้อง

โลจิสติกส์จะตอบคำถามได้ว่า อะไรควรเป็นสิ่งเพิ่มเข้ามา (Function ใหม่ ๆ หรือกระบวนการบางอย่างใน Function เดิม) และอะไรควรเป็นสิ่งที่จะเอาออกไป (Function บางอย่างที่ไม่มีประสิทธิภาพ หรือขั้นตอนบางอย่างที่ล่าช้าไม่มีประสิทธิภาพ)

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ผู้ศึกษาได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษารั้วนี้ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

จุฑาทพร สุระเชษฐคมสัน (2532) ได้ทำการศึกษาถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตที่ประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ 10 สัญชาติ ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ได้แก่ ฮองกง เยอรมัน ฝรั่งเศส สหราชอาณาจักร อิตาลี ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา มาเลเซียและญี่ปุ่น โดยใช้ข้อมูลระหว่างปีพ.ศ. 2520 – 2530 ได้ผลการศึกษา ดังนี้

ผลการศึกษาอุปสงค์ในรูปแบบของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต พบว่า ปัจจัยผันแปรอิสระ ได้แก่ จำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต จำนวนเที่ยวบิน และการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดภูเก็ตในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำนวนเที่ยวบริการรถโดยสารระหว่างจังหวัด ณ สถานขึ้นส่งจังหวัดภูเก็ต มีความสำคัญกับการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาจังหวัดภูเก็ตในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

คัตฉณางศ์วัชรภณณ์จุนเกียรติ (2543:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบนเกาะเกร็ด ผลการศึกษาสรุปได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวเกาะเกร็ดโดยมีวัตถุประสงค์คือเพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนส่วนตัว สถานที่ที่นักท่องเที่ยวแวะชมเป็นจำนวนมาก 3 อันดับแรกคือ วัดปรมัยยิกาวาสวรวิหาร การสาธิตทำเครื่องปั้นดินเผา และหมู่บ้านขนมบ้าน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการมาเกาะเกร็ดอีก โดยไม่ต้องการพักแรมบนเกาะ และไม่ต้องการใช้บริการใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว

ชมพร เอี่ยมศรีทอง (2536) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลในช่องปี พ.ศ.2524– 2534 โดยแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่ม คือ ทวีปอเมริกา ยุโรป โอเชียเนีย อาเซียน และประเทศญี่ปุ่น ทำการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Regression)

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยผันแปรอิสระได้แก่ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวในประเทศไทย ต่อค่านักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กลุ่มทวีปอเมริกา กลุ่มทวีปโอเชียเนีย และประเทศญี่ปุ่น ที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทยในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่มีความสำคัญทางสถิติแต่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากกลุ่มทวีปอเมริกาและทวีปยุโรปในทิศทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายได้ต่อค่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กลุ่มทวีปอเมริกา กลุ่มทวีปโอเชียเนีย และประเทศญี่ปุ่น ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ งบประมาณในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐบาลไทยมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจาก กลุ่มประเทศโอเชียเนีย ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศระหว่างประเทศในปีที่ผ่านมาที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจาก กลุ่มทวีปอเมริกา ในทิศทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และความมั่นคงทางการเมืองของประเทศไทย มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กลุ่มทวีปอเมริกา และประเทศญี่ปุ่น ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ดวงทิพย์ศิริกาญจกรักษ์ (2546:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์ เพื่อทราบถึงตลาดการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

ทัศนวรรณ วิบุษย์มานนท์ (2545:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยว และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยวชายหาดบางแสน ของผู้เยี่ยมชม ผลการศึกษาสรุปได้ว่า 1. ข้อมูลทั่วไปของผู้เยี่ยมชมพบว่า ส่วนมากเป็นเพศหญิง อายุ 20-29 ปี เป็นโสด มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงาน หรือลูกจ้างเอกชน มีรายได้ 5,000-9,999 บาทต่อเดือน และพักอาศัยในภาคกลาง 2. พฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้เยี่ยมชมพบว่า ส่วนมากเคยเดินทางมาชายหาดบางแสนแล้ว เพื่อนเป็นผู้แนะนำให้มาเที่ยวทราบข้อมูลชายหาดบางแสนจากหนังสือ หรือนิตยสาร เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยว หรือพักผ่อนในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมากไปกับเพื่อนโดยรถส่วนตัว มักจะมาพักผ่อนส่วนมากไม่ค้างคืน ค่าใช้จ่ายครั้งละ 500 – 999 บาท โดยเสียค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด 3. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวพบว่า ปัจจัยความสะดวกในการเดินทางมีความสำคัญมากที่สุด 4. ความต้องการและปัญหาที่ประสบ พบว่า ผู้มาเยี่ยมชมมาเที่ยวชายหาดบางแสนชอบที่พักแบบบังกะโลหรือรีสอร์ท โดยค่าที่พักต่อคืน ควรมีราคาต่ำกว่า 500 บาท สิ่งที่ต้องปรับปรุงมากที่สุดคือ เรื่องความสะดวก

ของชายหาด ผู้เยี่ยมเยือนได้รับความพึงพอใจจากการท่องเที่ยวในระดับมาก และปัญหาที่ประสบมากที่สุดคือ ความไม่สมของราคาอาหาร ที่พัก และสิ่งอำนวยความสะดวก 5. ผลการทดสอบสมมุติฐานพบว่า อาชีพมีความสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์หลักในการท่องเที่ยว และสถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับผู้ร่วมเดินทาง อายุ การศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับพาหนะที่ใช้ในการเดินทางเพศมีความสัมพันธ์กับการพักค้างคืน เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้ มีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายต่อครั้งของการท่องเที่ยว

จากการที่ได้งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่าการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทยมีปัจจัยหลายอย่างที่มีอิทธิพล ไม่ว่าจะเป็นความสวยงามของสถานที่ ความมีชื่อเสียงของสถานที่ ความสะดวกสบายในการเดินทาง ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลเหล่านี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาสำหรับกำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดอุบลราชธานี

ธงชัย ฐูปิติวิริยะ (2541) ได้ทำการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปี พ.ศ.2530-2540 ได้แบ่งการศึกษาออกเป็นสองส่วน ส่วนที่หนึ่งเป็นการศึกษาลักษณะการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ อายุ อาชีพ รายได้ ถิ่นที่อยู่ วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว และระยะเวลาในการเที่ยว เป็นต้น โดยออกแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 99 ตัวอย่าง ที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี ส่วนที่สอง เป็นการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่สำคัญ 12 จังหวัด คือ กรุงเทพมหานคร ชลบุรี เชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา และภูเก็ต โดยใช้ข้อมูลทฤษฎีภูมิทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ วิธีกำลังสองน้อยที่สุด (OLS)

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยผันแปรอิสระ ได้แก่ รายได้เฉลี่ยต่อหัวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิษณุโลก นครราชสีมา ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา สงขลา ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดัชนีราคาผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พิษณุโลก นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จำนวนห้องพักที่มีความสัมพันธ์ กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวในจังหวัด กรุงเทพมหานคร พิษณุโลก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปจังหวัดกรุงเทพมหานคร ชลบุรีอุบลราชธานี เพชรบุรี สงขลา ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปจังหวัดเชียงราย และประจวบคีรีขันธ์ ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นาถฤดี มณีเนตร (2546:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวบริเวณพรมแดนด่านตรวจคนเข้าเมืองมุกดาหาร” ที่สำรวจนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังด่านตรวจคนเข้าเมืองมุกดาหาร เดือนกันยายน 2545 ที่ผ่านมา พบว่าปัจจัยด้านเศรษฐกิจเกี่ยวกับรายได้ ความสะดวกของการคมนาคม รวมทั้งปัจจัยด้านกายภาพที่เป็นส่วนของสภาพภูมิอากาศ ทัศนียภาพ เป็นเงื่อนไขให้บุคคลเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว มนุษย์ต้องประกอบกิจกรรมต่างๆเพื่อการดำรงชีวิตพักผ่อนหย่อนใจตามสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความจำเป็นสำหรับชีวิตมากขึ้น วันหยุดตามเทศกาลต่างๆทำให้มีโอกาสได้เดินทางไปท่องเที่ยวมากขึ้น ความเครียดจากการทำงาน สุขภาพอนามัยที่ไม่ดีเป็นปัจจัยผลักดันให้บุคคล ตัดสินใจเดินทางไปท่องเที่ยว

นิคม ประเมโท (2543:44-45) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี พบว่า 1. นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานีส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีวัตถุประสงค์เดินทางไปท่องเที่ยวร้อยละ 41.75 ส่วนใหญ่เดินทางมาโดยรถยนต์ส่วนตัวร้อยละ 44.50 และพักแรมในจังหวัดอุดรธานีร้อยละ 83 ส่วนใหญ่พักแรมร้อยละ 45.50 2. ปัจจัยจูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี จากผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวมีสิ่งจูงใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ ความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว ($x=4.33$) ซึ่งเป็นผลมาจากการที่จังหวัดอุดรธานีมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและเป็นหนึ่งในมรดกโลกคือ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของมหาวิทยาลัยขอนแก่นที่ศึกษาลู่ทางการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี โดยได้ลำดับศักยภาพทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดอุดรธานี ซึ่งพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเชียง อยู่ในกลุ่มที่ 1 คือกลุ่มลำดับศักยภาพสูง โดยทั้งภาครัฐและเอกชนได้ร่วมมือในการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมสนับสนุนพัฒนาการท่องเที่ยวให้ดียิ่งขึ้น

บรรจบพร สุมนรัตนกุล (2544:บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยที่ทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาจังหวัดกาญจนบุรีคือด้านบรรยากาศทางจิตใจ และด้านอื่น ๆ เช่นจากประสบการณ์ที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยว ราคา และคุณภาพของสินค้าที่ระลึก ของฝาก ที่มีความเหมาะสม รวมถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่น่าสนใจ ส่วนในด้านที่พักแรม นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับลักษณะทางด้านกายภาพมากที่สุด

พัฒน์พงษ์ พงษ์ทองเจริญ (2541:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยว พักผ่อน ทำบุญไหว้พระ ถ้าพักค้างคืนจะนิยมพักตามบ้านญาติหรือเพื่อน และโรงแรม พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง ได้แก่ รถส่วนตัว รถโดยสารประจำทาง และรถไฟ ในส่วนของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมานั้น สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยวเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทาง ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ และปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวตามลำดับ

มนัส สุวรรณ และคณะ (2541) ได้ศึกษาแผนปฏิบัติการเพื่อฟื้นฟูทรัพยากรการท่องเที่ยวในพื้นที่อนุรักษ์(เชียงใหม่) ส่วนหนึ่งได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่สำคัญแก่ กลุ่มอาเซียน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลี สิงคโปร์ มาเลเซีย สหรัฐอเมริกา แคนาดา อังกฤษ ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส และเยอรมนี เพื่อใช้ในการคาดคะเนจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาในประเทศในปีต่อไปในอนาคต โดยใช้อนุกรมเวลาครอบคลุมช่วงเวลา 21 ปีระหว่าง พ.ศ.2519 จนถึง พ.ศ.2539 โดยใช้สมการถดถอยในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ การศึกษามีข้อสมมติฐานว่า จำนวนนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติของประเทศแหล่งที่มาค่าเฉลี่ยเงินตราของประเทศ และอัตราเงินเฟ้อของประเทศ ใช้การหาค่าเฉลี่ยของตัวแปรอิสระ ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก (weighted average) โดยใช้สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยเป็นตัวถ่วงน้ำหนัก ผลการศึกษาพบว่าอัตราแลกเปลี่ยนโดยเฉลี่ยของเงินตราของประเทศแหล่งที่มาวัดเป็นบาทต่อหน่วย และอัตราเงินเฟ้อของประเทศแหล่งที่มา ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนรายได้ของประชาชาติของประเทศแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาเยือนประเทศไทยโดยถ้ารายได้ของประชาชาติของประเทศแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันล้านดอลลาร์ จะมีผลทำให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้น 5,793 คน

ผลการศึกษาปรากฏว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศขึ้นอยู่กับรายได้ประชาชาติของประเทศแหล่งที่มาโดยถ้ารายได้ประชาชาติแต่ละประเทศแหล่งที่มาเพิ่มขึ้น 1 พันล้านดอลลาร์ จะมีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้ามาเยือนเชียงใหม่เพิ่มขึ้น 1,045 คน

มिंगสรรพ์ และคณะ (2544) ได้เสนอโครงการการศึกษาเพื่อจัดแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545 - 2549) ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ส่วนหนึ่งได้ศึกษาการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทย โดยใช้อนุกรมเวลาระหว่าง พ.ศ.2528 -2543 แบบจำลองที่ใช้ประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติประกอบด้วย ตัวแปรทางรายได้ ตัวแปรด้านราคา(ใช้อัตราแลกเปลี่ยน) ตัวแปรแทนปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยว และตัวแปรที่แทนเหตุการณ์ที่มีผลต่อความไม่ปลอดภัยของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาจำนวนนักท่องเที่ยวนอกเอเชียตะวันออก นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะถูกกำหนดโดยอัตราแลกเปลี่ยนบาทต่อดอลลาร์สหรัฐ. นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยว และปีที่ลดค่าเงินบาทอ่อนลง 10 เปอร์เซ็นต์ จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 2.6 เปอร์เซ็นต์ ส่วนสงครามอ่าวเปอร์เซียจะมีผลให้นักท่องเที่ยวลดลงเกือบ 16 เปอร์เซ็นต์ แต่ถ้ามีการส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยผลทางลบนั้นจะลดลง 8 เปอร์เซ็นต์นอกจากนี้จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังถูกระทบจากการลดค่าเงินบาทในปี พ.ศ.2540 ด้วย ในปี พ.ศ.2540 ถึงแม้ค่าเงินบาทจะอ่อนลงแต่ความไม่สงบในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นต่อความปลอดภัยระยะหนึ่งเห็นได้จากการยกเลิกทัวร์ที่จะเดินทางมาภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จำนวนมากในช่วงนั้นทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวนอกเอเชียตะวันออกลดลง 0.2 เปอร์เซ็นต์ อย่างไรก็ตาม การที่ค่าเงินบาทอ่อนลงโดยที่ความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวยังดีเหมือนเดิมจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากนอกเอเชียเพิ่มขึ้น

รุ่งทิพย์ จินดาผล (2538) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยการศึกษานักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปท่องเที่ยวใน 5 จังหวัด คือ เชียงใหม่ ชลบุรี(พัทยา) ภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) และกรุงเทพมหานคร ใช้ข้อมูลitudy ภูมิระหว่างปี พ.ศ.2529 -2537 วิเคราะห์เชิงปริมาณ

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยผันแปรอิสระ ได้แก่ งบส่งเสริมการท่องเที่ยวของรัฐมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต เชียงใหม่ สงขลา(หาดใหญ่) ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวปีที่ผ่านมา มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) ในทิศทางตรงกันข้าม

อย่างมีนัยสำคัญสถิติ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และรายได้เฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลา(หาดใหญ่) เชียงใหม่ ในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

วิธีนัวรรณสากล (2542:90 - 91) ศึกษาเรื่องการเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า 1.การเปิดรับข่าวสารประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีการเปิดรับสื่อมวลชนประเภทสื่อโทรทัศน์มากที่สุด 2.ทัศนคติเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกในระดับสูงและปานกลางเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจโดยรวม โดยกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าการท่องเที่ยวเป็นการพักผ่อนรูปแบบหนึ่ง 3.พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พบว่า สถานที่ที่กลุ่มตัวอย่างไปท่องเที่ยวเป็นส่วนใหญ่ คือทะเล พาหนะที่ใช้มากที่สุด คือ รถยนต์ส่วนตัว นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างมากกว่าครึ่งหนึ่งได้รับผลกระทบจากการท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ จึงทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวลดลงสำหรับปัจจัยที่กระตุ้นให้สนใจที่จะท่องเที่ยว คือ เพื่อคลายเครียด ส่วนปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวในสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ คือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวลดลง แต่อย่างไรก็ตามยังมีกลุ่มตัวอย่างประมาณครึ่งหนึ่งที่มีพฤติกรรมท่องเที่ยวเหมือนเดิม

วิภา วัฒนพงศ์ชาติ (2542:บทคัดย่อ) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี วิจัยโดยใช้ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างชาวไทยที่เดินทางมาจังหวัดเพชรบุรี พบว่านักเดินทางส่วนใหญ่เดินทางมาช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ โดยมากับกลุ่มครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อนเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน โดยพิจารณาให้ปัจจัยด้านแหล่งท่องเที่ยว ปัจจัยด้านที่ตั้งและระยะทางที่มีอิทธิพลมากในการตัดสินใจเดินทางมา และพิจารณาให้ด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และการประชาสัมพันธ์มีอิทธิพลปานกลาง สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดนั้นพบว่า อายุ สถานภาพ การศึกษา รายได้ ภูมิฐานะ มีความสัมพันธ์กับสิ่งกระตุ้นทางการตลาด

ศรีสุดา กิจคุณธรรม (2551:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการท่องเที่ยวและข้อมูลของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ และศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางมา

ท่องเที่ยวในอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาจากกรุงเทพมหานคร เดินทางมาโดยรถโดยสารประจำทางและรถส่วนตัว

सानนท์ สุขศรี (2532:บทคัดย่อ) ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ในจังหวัดสงขลา พบว่า ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสงขลา ได้แก่ สถานเริงรมย์ สินค้า และศิลปะหัตถกรรม ปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลดึงดูดนักท่องเที่ยวแตกต่างกันขึ้นอยู่กับกลุ่มนักท่องเที่ยว เพศ และวัยของนักท่องเที่ยวส่วนรูปแบบการได้รับข่าวสารการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้รับข่าวสารจากการบอกเล่าของเพื่อนนักท่องเที่ยว เพราะถือว่าเป็นข่าวสารที่ละเอียด และเชื่อถือได้

สุจิตรา เจริญสุภกร (2546) ได้ทำการศึกษาถึงปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของคนไทยในจังหวัดขอนแก่นโดยการเก็บข้อมูลทุติยภูมิมาระหว่างปี 2534 - 2543 และทำการศึกษาเป็น 2 ส่วน

ส่วนแรก เป็นการวิเคราะห์สภาพทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นของนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเพศชายและมีอายุระหว่าง 25-34 ปี อาชีพส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มพนักงานงานหรือลูกจ้างและมีถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพฯ โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยว คือการทำ ธุรกิจและเพื่อการพักผ่อน ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว นิยมพักแรมตามบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน ส่วนใหญ่ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในช่วง 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 909.23 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นค่าพักรแรมและมีการเดินทางประมาณ 6 ครั้งต่อปี

ส่วนที่สอง เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นของคนไทยผลการศึกษา พบว่า รายได้ที่แท้จริงเฉลี่ยต่อหัว จำนวนห้องพักและการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ในทิศทางเดียวกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยและดัชนีราคาผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นในทิศทางตรงกันข้ามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติและเมื่อเปรียบเทียบระหว่างเพศชายและเพศหญิงผลการศึกษาพบว่ารายได้เฉลี่ยต่อหัวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเป็นปัจจัยกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงที่เดินทางไปเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นมากกว่าเพศชาย ส่วนจำนวนห้องพัก ดัชนีราคาผู้บริโภคและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยเพศชายมากกว่าเพศหญิง

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจะพบว่าการศึกษาด้านการท่องเที่ยวที่ผ่านมาสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนใหญ่ ๆ ด้วยกันคือ

ส่วนที่ 1 การศึกษาด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยจะเป็นการศึกษาถึงโครงสร้างหรือปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในระดับมหภาค ซึ่งจะเน้นการศึกษาไปทางด้านกายภาพการณืจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและ/หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยใช้ตัวแปรทางเศรษฐกิจต่าง ๆ ที่จะเป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเช่นผลผลิตมวลรวมภายในประเทศ(GDP) รายได้ที่แท้จริงต่อหัว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคจำนวนห้องพักของโรงแรมตลอดจนนโยบายหรืองบประมาณของรัฐบาลที่ส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว เป็นต้น โดยผลการศึกษส่วนใหญ่พบว่าวัตถุประสงค์หลักคือต้องการดูอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดความต้องการ(อุปสงค์)เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดหรือประเทศของนักท่องเที่ยวและ/หรือนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยจะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาและการวิเคราะห์ส่วนใหญ่จะใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงซ้อนในการหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอุปสงค์การท่องเที่ยว ซึ่งแต่ละแบบจำลองตัวแปรอิสระอาจแตกต่างกันบ้าง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และขอบเขตในการศึกษา อย่างไรก็ตามผลของการศึกษาก็จะเป็นไปในทำนองเดียวกันคือสามารถที่จะบอกถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดหรือมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ

ส่วนที่ 2 การศึกษาทางด้านรายได้จากการท่องเที่ยวและรายจ่ายจากการท่องเที่ยวโดยรายจ่ายจากการท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งสองส่วนนี้จะมีความเชื่อมโยงกันเพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงดังกล่าว จะแยกพิจารณาออกเป็นสองส่วน โดยส่วนแรกจะเป็นการศึกษาในเรื่องรายจ่ายของนักท่องเที่ยวซึ่งพิจารณาทางด้านปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว โดยจะเป็นการหาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับตัวแปรอิสระเช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ เป็นต้น ข้อมูลที่ใช้จะเป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross Section Data) และใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงซ้อนหรือการวิเคราะห์แบบจำลองโพรบิท (Probit Model) โดยตัวแปรอิสระที่ใช้อาจแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และขอบเขตในการศึกษา ซึ่งผลการศึกษาก็จะเป็นไปตามแนวทางเดียวกัน คือสามารถที่จะบอกถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ และส่วนที่สองจะเป็นผลมาจากส่วนแรก กล่าวคือการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อม ต่อการจ้างงาน รายได้ประชาชาติ และดุลการชำระเงินระหว่างประเทศ โดยจะใช้ตารางปัจจัยการผลิต-ผลผลิตในการวิเคราะห์

ส่วนที่ 3 การศึกษาด้านพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาทางด้านนี้คือ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ

และรายได้ เป็นต้น กับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว เช่น วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางมา และบุคคลที่ร่วมเดินทางมา เป็นต้น โดยจะใช้ข้อมูลปฐมภูมิจากแบบสอบถามและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ โดยใช้สถิติโคสแควร์ ซึ่งผลการศึกษาล้วนใหญ่จะพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลจะมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นบางพฤติกรรมอย่างมีนัยสำคัญ

สุวิทย์ กุลาเลิศ (2543:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในเขตอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการท่องเที่ยว พฤติกรรมการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางท่องเที่ยวบนเกาะสมุยเพียง 1 ครั้ง ในรอบปี มากับเพื่อนและญาติพี่น้อง อาชีพ สถานภาพสมรส และสื่อที่ได้รับของนักท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยว ณ ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยที่สื่อที่ได้รับของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับเหตุผลในการตัดสินใจมาท่องเที่ยวมากที่สุด

สมกมล พวงพรหม (2546:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง“ปัจจัยจูงใจที่มีผลต่อทัศนคติและพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในชุมชนถนนข้าวสาร กรุงเทพฯ”ที่สำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่สามารถสื่อสารภาษาอังกฤษได้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนข้าวสาร พบว่า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในชุมชนถนนข้าวสาร 3 อันดับแรกคือ ความสนุกสนานเพลิดเพลิน สินค้าราคาถูก ความสะดวกในการซื้อสินค้า ปัจจัยจูงใจในการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับทัศนคติของนักท่องเที่ยว ปัจจัยที่มีผลต่อทัศนคติคือ แหล่งบันเทิง ร้านอาหาร ธุรกิจนำเที่ยว แหล่งจำหน่ายสินค้า ร้านอินเทอร์เน็ต พบว่านักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อราคาที่พักแต่ไม่พึงพอใจในความสะอาดและความปลอดภัยของที่พัก

เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล (2541:176 – 177) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า 1. รูปแบบการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเที่ยวกับเพื่อนคิดเป็นร้อยละ 44.70 มีขนาดกลุ่มเดินทางจำนวน 6-15 คน คิดเป็นร้อยละ 41 มีวัตถุประสงค์เป็นร้อยละ 72.0 พักในที่ของเอกชน คิดเป็นร้อยละ 100 และมีลักษณะของที่พักค้างแรมโดยการเช่าแพ คิดเป็นร้อยละ 80.30 2. ปัจจัยกระตุ้นพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีการรับรู้ข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 40 มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 78.3 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมที่ทางชมรม/สมาคมจัดขึ้น คิดเป็นร้อยละ 97.3 และมีการให้คุณค่าต่อสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 69.3

อารีย์วรเวรณกุล (2546:บทคัดย่อ) ศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โดยให้ความสำคัญมากกับปัจจัยสนับสนุนในการเดินทางมาท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวความมีชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว และด้านสิ่งอำนวยความสะดวกตามลำดับ โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาเที่ยวกับเพื่อน รองมาคือ บุคคลในครอบครัว และเดินทางมาคนเดียว ตามลำดับ พาหนะที่ใช้ในการเดินทางคือ รถส่วนตัว รองมาคือรถประจำทาง และรถไฟตามลำดับ และกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวทำบ่อยที่สุดคือ ไหว้พระ พักผ่อน และซื้อของตามลำดับ

เอกจิตรา หล้าหีบ (2550:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป และสถานที่ท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการศึกษาพบว่า เศรษฐกิจมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

เอมอร สำเภาพันธ์ (2546:บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตราด มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไป และสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดตราด จากการศึกษาพบว่า จำนวนห้องพัก และภาวะวิกฤตเศรษฐกิจมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตราด

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการศึกษาระดับปริญญาโทที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี โดยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา
2. สร้างแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้เก็บรวบรวมเป็น แบบทุติยภูมิ (Secondary Data) ซึ่งเป็นการรวบรวมข้อมูลจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง โดยเป็นข้อมูลในแต่ละไตรมาส จำนวน 40 ชุดข้อมูลในแต่ละตัวแปร

จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี- เป็นการรวบรวมข้อมูลของจำนวนนักท่องเที่ยวจากสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา โดยเป็นข้อมูลรายไตรมาสในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

จำนวนเที่ยวบิน – เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการท่าอากาศยานแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นจำนวนเที่ยวบินรวมทุกสายการบินที่บินมายังจังหวัดอุบลราชธานี โดยเป็นข้อมูลรายไตรมาสในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร – รวบรวมข้อมูลจากบริษัท ขนส่ง จำกัด ซึ่งเป็นจำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสารรวมทุกขนาด ที่เดินทางมายังสถานีขนส่งผู้โดยสารเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดอุบลราชธานี ในแต่ละไตรมาส 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

จำนวนห้องพัก – รวบรวมข้อมูลจากสำนักงานสถิติจังหวัดอุบลราชธานีเป็นจำนวนห้องพักในโรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท และบังกะโล ที่จดทะเบียนแล้วในจังหวัดอุบลราชธานีในแต่ละไตรมาส 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

ราคาน้ำมันเบนซิน – เป็นราคาเฉลี่ยของน้ำมันเบนซินทุกประเภทของ ปตท. ในวันสิ้นไตรมาสของแต่ละไตรมาส 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

ราคาน้ำมันดีเซล – เป็นราคาของน้ำมันดีเซลของ ปตท. ในวันสิ้นไตรมาสของแต่ละไตรมาส 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

อัตราเงินเฟ้อ – รวบรวมข้อมูลจากสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ เป็นค่าอัตราเงินเฟ้อรายไตรมาส โดยใช้ในส่วนของดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (Head Line) ในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) – รวบรวมข้อมูลจากสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ โดยเป็น Expenditure on Gross Domestic Product at 1988 Prices (Original) เป็นรายไตรมาส ในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

จำนวนงานเทศกาล Event – เป็นจำนวนงานเทศกาลทางศาสนา ประเพณี และงานทางด้านการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในจังหวัดอุบลราชธานี รวมในแต่ละไตรมาสในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ – รวบรวมข้อมูลจากกรมการขนส่งทางบก เป็นจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่รวมในประเทศไทยแต่ละไตรมาสในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ – รวบรวมข้อมูลจากกรมการขนส่งทางบก เป็นจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่รวมในประเทศไทยแต่ละไตรมาสในช่วง 10 ปี (2545-2554) ย้อนหลัง

3.2 แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้จะทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Method) โดยวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี โดยการใช้วิเคราะห์ความถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

ในการวิเคราะห์สมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis)

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_i$$

โดยกำหนดให้

Y = ตัวแปรตาม

β_0 = ค่าที่เส้นตรงตัดแกน $Y / X_i = 0$

β_1 = คือ ค่าที่แสดงให้ทราบว่าเมื่อ X_1 เปลี่ยนไป 1 หน่วย Y จะเปลี่ยนไปเท่าใด โดยในสมการถดถอยอย่างง่าย เรียกค่านี้ว่า สัมประสิทธิ์ความถดถอย (Regression Coefficient)

X_1 = ตัวแปรอิสระ

3.2.1 การหาความสัมพันธ์

แนวทางการศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วยการประมาณค่าและการทดสอบด้วยวิธีการทางเศรษฐมิติเพื่อศึกษาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีที่มีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับจำนวนเที่ยวบิน, จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร, จำนวนห้องพัก, ราคาน้ำมันเบนซิน, ราคาน้ำมันดีเซล, อัตราเงินเฟ้อ, ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP), จำนวนงานเทศกาล Event, จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่และจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ โดยได้สมการดังนี้

สมการ;

$$Y = a_1 + b_1 * X_1$$

$$Y = a_2 + b_2 * X_2$$

$$Y = a_3 + b_3 * X_3$$

$$Y = a_4 + b_4 * X_4$$

$$Y = a_5 + b_5 * X_5$$

$$Y = a_6 + b_6 * X_6$$

$$Y = a_7 + b_7 * X_7$$

$$Y = a_8 + b_8 * X_8$$

$$Y = a_9 + b_9 * X_9$$

$$Y = a_{10} + b_{10} * X_{10}$$

โดยกำหนดให้

Y = จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในช่วงปี 2545 - 2554

X_1 = จำนวนเที่ยวบินในช่วงปี 2545 - 2554

X_2 = จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสารในช่วงปี 2545 - 2554

X_3 = จำนวนห้องพักในช่วงปี 2545 - 2554

X_4 = ราคาน้ำมันเบนซินในช่วงปี 2545 - 2554

X_5 = ราคาน้ำมันดีเซลในช่วงปี 2545 - 2554

X_6 = อัตราเงินเฟ้อในช่วงปี 2545 - 2554

X_7 = ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

X_8 = จำนวนงานเทศกาล Event ในช่วงปี 2545 - 2554

X_9 = จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ ในช่วงปี 2545 - 2554

X_{10} = จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ ในช่วงปี 2545 - 2554

จากนั้นวิเคราะห์หาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) เทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปีก่อนหน้า (Y_{t-1}) เป็นรายไตรมาสต่อไตรมาส ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในปี t (Y_t) ต่อปัจจัยจำนวนทรัพยากรที่มีในจังหวัดอุบลราชธานี (X_t) ซึ่งจากปัจจัยทั้ง 10 ข้อ จะหมายถึง จำนวนเที่ยวบิน (X_1) จำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) และจำนวนห้องพัก (X_3) ซึ่งเป็นปัจจัยทรัพยากรที่มีหน้าที่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มายังจังหวัดอุบลราชธานีโดยตรง

ดังนั้นการ

$$Y_t - Y_{t-1} = \beta_0 + \beta_1 (Y_t / X_t)$$

โดยกำหนดให้

Y_t = จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในแต่ละไตรมาสปี t
 Y_{t-1} = จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในแต่ละไตรมาสก่อนหน้าหนึ่งปี ($t-1$)

β_0 = ค่าที่เส้นตรงตัดแกน Y เมื่อ (Y_t / X_t) = 0

β_1 = คือ ค่าที่แสดงให้ทราบว่าเมื่อ (Y_t / X_t) เปลี่ยนไป 1 หน่วย $Y_t - Y_{t-1}$

1

จะเปลี่ยนไปเท่าใด โดยในสมการถดถอยอย่างง่าย เรียกค่านี้ว่าสัมประสิทธิ์ความถดถอย (Regression Coefficient)

X_t = คือ ปัจจัยทรัพยากรที่มีในจังหวัดอุบลราชธานี

3.2.2 สมมุติฐานในการวิจัย

1. จำนวนเที่ยวบินมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
2. จำนวนเที่ยวรถโดยสารมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

3. จำนวนห้องพักมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
4. ราคาน้ำมันเบนซินมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
5. ราคาน้ำมันดีเซลมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
6. อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
7. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
8. จำนวนเทศกาล Event มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
9. จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
10. จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
11. อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวบิน มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}
12. อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}
13. อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนห้องพัก มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}

3.2.3 สถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐาน

1. สถิติทดสอบ F-Test (Overall Test) คือ การทดสอบความมีนัยสำคัญของค่าพารามิเตอร์ประมาณความชัน (slope) ทุกตัวที่ได้จากสมการถดถอย ผลจากการประมาณการจึงควรที่จะได้ทำการทดสอบทางสถิติ ดูว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่ประมาณการนั้นมี

นัยสำคัญทางสถิติจริงหรือไม่ ด้วยระดับนัยสำคัญทางสถิติเพียงใด (ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์. 2546 : 1-19) ซึ่งคำนวณได้จากสูตร

$$F = \frac{ESS/df}{RSS/df}$$

$$F = \frac{(n-k)ESS}{(n-1)RSS}$$

$$F = \frac{(n-k)}{(1-n)} \frac{ESS/TSS}{1-ESS/TSS}$$

$$F = \frac{(n-k)ESS}{(k-1)TSS-ESS}$$

$$F = \frac{n-k}{k-1} / \frac{R^2}{1-R^2} = \frac{R^2}{(1-R^2)} / \frac{(k-1)}{(n-k)}$$

โดยที่

F = การทดสอบ F-Test (Overall Test)

R^2 = Multiple Coefficient of Determination

TSS = Total Sum of Square (ผลรวมของกำลังสองทั้งหมด)

ESS = Explained Sum of Square คือผลรวมของกำลังสองที่อธิบายถึงค่า

สัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ

df = จำนวน Degree of Freedom

n = จำนวนข้อมูล (Observation)

k = จำนวนตัวแปรอิสระในสมการ (Parameter)

(n - 1) = จำนวน Degree of Freedom คือจำนวนที่เหลืออยู่หลังหัก Parameter

การตั้งสมมติฐาน

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \text{ อย่างน้อย 1 ค่า ไม่เท่ากับ 0 โดยที่ } i = 1, 2, \dots, k$$

ผลการทดสอบสมมติฐานอาจจะเป็น

- 1) ยอมรับสมมติฐาน $H_0 : \beta_i = 0$ หมายความว่า ตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในรูปเชิงเส้น

- 2) ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือยอมรับสมมติฐาน $H_1 : \beta_i \neq 0$ หมายความว่าตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในรูปเชิงเส้น จึงต้องทดสอบต่อไปว่ามีตัวแปรอิสระตัวใดที่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามโดยใช้สถิติทดสอบ t

2. สถิติทดสอบ T-Test (T-Statistic) การทดสอบความมีนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่ประมาณการไว้จากสมการถดถอยแต่ละตัว โดยใช้ข้อมูลตัวอย่างในการประมาณการขึ้นมาเพื่อดูว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่ประมาณไว้นั้นมีนัยสำคัญทางสถิติจริงหรือไม่ ด้วยระดับนัยสำคัญคำนวณได้จากสูตร (ไพฑูริย์ ไกรพรศักดิ์, 2546 : 1-18)

$$t = \frac{\beta}{SE \beta}$$

โดยที่

t	=	การทดสอบ T-Test
β	=	การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแต่ละตัวแปร
SE	=	ค่า Standard Error ของแต่ละตัวแปร

การตั้งสมมติฐาน

$$H_0 : \beta_i = 0$$

$$H_1 : \beta_i \neq 0 \text{ โดยที่ } i = 1, 2, \dots, k$$

ผลการทดสอบสมมติฐานอาจจะเป็น

- 1) ยอมรับสมมติฐาน $H_0 : \beta_i = 0$ หมายความว่า ตัวแปรตามไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระในรูปเชิงเส้น
- 2) ปฏิเสธสมมติฐาน H_0 หรือยอมรับสมมติฐาน $H_1 : \beta_i \neq 0$ หมายความว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตามในรูปเชิงเส้น
3. สัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (The Coefficient of Determination: R^2) หมายถึงอัตราส่วนของการเปลี่ยนแปลงรวมหรือการกระจายของตัวแปรตามที่ได้ถูกอธิบายโดยการผันแปรของตัวแปรอิสระในเส้นเชิงถดถอย ซึ่งการบอกว่าตัวแปรอิสระมีผลต่อตัวแปรตามมากน้อยเพียงใดหรือเส้นกะประมาณที่คำนวณได้นั้นมีความพอดีกับข้อมูล ในการกะประมาณเส้นถดถอยหนึ่งๆ ตัวแปรตามที่ทำมาได้จะถูกกำหนดจากตัวแปรอิสระและตัวคลาดเคลื่อน (อัทธ์ พิศาลวานิช, 2550: 2-27) ซึ่งสามารถหาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจได้ดังนี้

$$TSS = ESS + RSS$$

นำ TSS หารตลอดทั้ง 2 ข้างของสมการ

$$\frac{TSS}{TSS} = \frac{ESS}{TSS} + \frac{RSS}{TSS}$$

$$1 = \frac{ESS}{TSS} + \frac{RSS}{TSS}$$

เพราะฉะนั้น จะได้ $R^2 = 1 - \frac{ESS}{TSS}$

โดยที่

TSS = Total Sum of Square คือ ผลรวมของกำลังสองทั้งหมด

ESS = Explained Sum of Square คือ ผลรวมของกำลังสองที่อธิบายถึงค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ

RSS = Residual Sum of Square คือ ผลรวมของกำลังสองของตัวคลาดเคลื่อน (error term)

โดยปกติ ค่า R^2 จะต้องมีค่าสูงเสมอ หมายความว่าตัวแปรอิสระทางขวามือ สามารถอธิบายตัวแปรตามซ้ายมือได้ดี โดยปกติจะอธิบายเป็นเปอร์เซ็นต์

ซึ่งค่า R^2 จะมีค่าอยู่ระหว่าง $0 \leq R^2 \leq 1$ และจะต้องมีค่าเป็นบวก

1) $R^2 = 1$ หมายความว่า สามารถประมาณการ (Forecast) ค่าของตัวแปรได้ดี

2) $R^2 = 0$ หมายความว่า ไม่สามารถประมาณการ (Forecast) ค่าของตัวแปรได้ดี

ข้อควรคำนึง กรณีที่จำนวนข้อมูลที่ใช้ประมวลผลมีน้อยกว่าจำนวนตัวแปรอิสระในสมการจะทำให้ R^2 ที่คำนวณได้มีค่าสูงหรือต่ำได้ ส่งผลให้ตัวแปรอิสระนั้นไม่สามารถประมาณการตัวแปรตามได้ดี เนื่องจากจำนวน Degree of Freedom ในสมการลดลง หรือจำนวน (Observation) ลดลง

จากปัญหาดังกล่าวนั้น จึงควรมีการปรับค่า R^2 ใหม่เพื่อให้ตัวแปรอิสระนั้นสามารถอธิบายตัวแปรตามได้ดียิ่งขึ้น เรียกว่า ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว หรือ $adjustR^2$ โดยสามารถปรับค่าได้ดังนี้

$$AdjustR^2 = 1 - \frac{RSS/(n - k)}{TSS/(n - 1)}$$

$$R^2 = 1 - (1 - R^2) \frac{(n - k)}{(n - 1)}$$

โดยที่

Adjust R^2 = ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจที่ปรับค่าแล้ว

TSS	=	Total Sum of Square คือ ผลรวมของกำลังสองทั้งหมด
RSS	=	Residual Sum of Square คือ ผลรวมของกำลังสองของตัวคลาดเคลื่อน (error term)
n	=	จำนวนข้อมูล (Observation)
k	=	จำนวนตัวแปรอิสระในสมการ (Parameter)
(n - 1)	=	จำนวน Degree of Freedom คือ จำนวนที่เหลืออยู่หลังหัก Parameter แล้ว

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระ ได้แก่ จำนวนเที่ยวบิน, จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร, จำนวนห้องพัก, ราคาน้ำมันเบนซิน, ราคาน้ำมันดีเซล, อัตราเงินเฟ้อ, ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ(GDP), จำนวนงานเทศกาล Event, จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ และจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

พร้อมทั้งศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปีเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปีก่อนหน้าเป็นรายไตรมาสต่อไตรมาส ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในปีนั้นต่อปัจจัยจำนวนทรัพยากรที่มีในจังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งหมายถึง จำนวนเที่ยวบิน, จำนวนเที่ยวรถโดยสารและจำนวนห้องพัก ซึ่งเป็นปัจจัยทรัพยากรที่มีหน้าที่รองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มายังจังหวัดอุบลราชธานีโดยตรง

ซึ่งทางผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลทุกิติภูมิจากแหล่งต่าง ๆ และ ใช้วิธี Simple Regression มาใช้ช่วยในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ ดังนั้นเพื่อให้เกิดความเข้าใจในการสื่อสารความหมายให้ตรงกัน ผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

R^2	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R-Square)
$AdjustR^2$	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อนหลังการปรับค่าสัมประสิทธิ์แล้ว
F-Statistic	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ที่ใช้ในการทดสอบนัยสำคัญของตัวแปรทุกตัวรวมกัน (F-Test)
T-Statistic	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์ที่ใช้ในการทดสอบนัยสำคัญของตัวแปรแต่ละตัว (T-Test)
Coefficient	แทน	ค่าสัมประสิทธิ์แต่ละตัวของสมการถดถอย

4.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัย

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนเที่ยวบิน (X_1) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.463464715
R Square	0.214799542
Adjusted R Square	0.194136372
Standard Error	107240.1362
Observations	40

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	1.1955E+11	1.1955E+11	10.39528505	0.002596456
Residual	38	4.37017E+11	11500446820		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	146282.9286	54143.28724	2.701774053	0.010249222	36675.57483	255890.2824	36675.57483	255890.2824
X Variable 1	418.6777452	129.8558966	3.224171994	0.002596456	155.7982281	681.5572622	155.7982281	681.5572622

จากตารางที่ 4.1 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับจำนวนเที่ยวบินหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับจำนวนเที่ยวบิน

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับจำนวนเที่ยวบิน

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติของจำนวนเที่ยวบิน (X_1) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 3.2241

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 10.3952 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.0025 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า จำนวนเที่ยวบิน (X_1) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_0

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.2147 หมายความว่า จำนวนเที่ยวบิน (X_1) มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ร้อยละ 21.47

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ จำนวนเที่ยวบิน (X_1) มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร (X_2) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.010449081
R Square	0.000109183
Adjusted R Square	-0.026203733
Standard Error	121016.1618
Observations	40

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	60767862.22	60767862.22	0.004149418	0.948976688
Residual	38	5.56507E+11	14644911425		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	305345.2844	106116.6275	2.877449949	0.006543502	90523.40484	520167.164	90523.40484	520167.164
X Variable 1	0.129174797	2.005322302	0.064415978	0.948976688	-3.930387933	4.188737527	-3.930387933	4.188737527

จากตารางที่ 4.2 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับจำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสารหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับจำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับจำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติของจำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร (X_2) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 0.0644

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 0.0041 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.9489 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร (X_2) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1 ,

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0001 หมายความว่า จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร (X_2) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร (X_2) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนห้องพัก (X_3) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.375724867
R Square	0.141169176
Adjusted R Square	0.118568365
Standard Error	112155.5828
Observations	40

ANOVA

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	78570161521	78570161521	6.246199528	0.016884441
Residual	38	4.77997E+11	12578874750		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	139606.1438	71248.22075	1.959433405	0.057427939	-4628.337242	283840.6249	-4628.337242	283840.6249
X Variable 1	76.3700675	30.55731899	2.49923979	0.016884441	14.51000979	138.2301252	14.51000979	138.2301252

จากตารางที่ 4.3 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับจำนวนห้องพักหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับจำนวนห้องพัก

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับจำนวนห้องพัก

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติของจำนวนห้องพัก (X_3) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 2.4992

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 6.2461 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.0168 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า จำนวนห้องพัก (X_3) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่าปฏิเสธสมมติฐาน H_0

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.1411 หมายความว่า จำนวนห้องพัก (X_3) มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ร้อยละ 14.11

ดังนั้น จึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ จำนวนห้องพัก (X_3) มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.208717491
R Square	0.043562991
Adjusted R Square	0.018393596
Standard Error	118357.3604
Observations	40

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	24245740836	24245740836	1.730792149	0.196192368
Residual	38	5.32322E+11	14008464768		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	216630.5023	74918.7433	2.891539456	0.006308411	64965.43686	368295.5677	64965.43686	368295.5677
X Variable 1	3784.455197	2876.609497	1.315595739	0.196192368	-2038.936231	9607.846625	-2038.936231	9607.846625

จากตารางที่ 4.4 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับราคาน้ำมันเบนซินหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับราคาน้ำมันเบนซิน

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับราคาน้ำมันเบนซิน ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติของราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 1.3155

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 1.7307 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.1961 ซึ่งมีค่ามากกว่า

0.05 หมายความว่า ราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0435 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า ราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ ราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระราคาน้ำมันดีเซล (X_5) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.21275407
R Square	0.045264294
Adjusted R Square	0.02013967
Standard Error	118252.047
Observations	40

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	25192630579	25192630579	1.801590917	0.187484997
Residual	38	5.31375E+11	13983546617		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	229229.5042	64487.53846	3.554632565	0.001031962	98681.30884	359777.6996	98681.30884	359777.6996
X Variable 1	3598.50327	2680.981455	1.342233555	0.187484997	-1828.859894	9025.866434	-1828.859894	9025.866434

จากตารางที่ 4.5 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับราคาน้ำมันดีเซลหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับราคาน้ำมันดีเซล

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับราคาน้ำมันดีเซล ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติของราคาน้ำมันดีเซล (X_5) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ $T = 1.3422$

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 1.8015 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.1874 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า ราคาน้ำมันดีเซล (X_5) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0452 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า ราคาน้ำมันดีเซล (X_5) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ ราคาน้ำมันดีเซล (X_5) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระอัตราเงินเฟ้อ (X_6) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.251907566
R Square	0.063457422
Adjusted R Square	0.038811565
Standard Error	117119.9418
Observations	40

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	35318332426	35318332426	2.574770317	0.116859967
Residual	38	5.21249E+11	13717080779		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	273269.971	30456.23485	8.972546094	6.35242E-11	211614.5475	334925.3946	211614.5475	334925.3946
X Variable 1	13747.49852	8567.506346	1.604609085	0.116859967	-3596.511176	31091.50822	-3596.511176	31091.50822

จากตารางที่ 4.6 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับอัตราเงินเฟ้อ

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับอัตราเงินเฟ้อ

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับอัตราเงินเฟ้อ

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติอัตราเงินเฟ้อ (X_6) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 1.6046

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 2.5747 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.1168 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า อัตราเงินเฟ้อ (X_0) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0634 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า อัตราเงินเฟ้อ (X_0) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ อัตราเงินเฟ้อ (X_0) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_1) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.402543267
R Square	0.162041082
Adjusted R Square	0.139989531
Standard Error	110784.3588
Observations	40

ANOVA

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	90186783877	90186783877	7.348285186	0.010019801
Residual	38	4.66381E+11	12273174162		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	-98493.13556	152465.3076	-0.646003587	0.522159407	-407143.0117	210156.7406	-407143.0117	210156.7406
X Variable 1	0.406610895	0.149998187	2.710772065	0.010019801	0.102955443	0.710266347	0.102955443	0.710266347

จากตารางที่ 4.7 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_7) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 2.7107

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 7.3482 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.0100 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า อัตราการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_7) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_0

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.1620 ซึ่งมีค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_7) มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ร้อยละ 16.20

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_7) มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนงานเทศกาล Event (X_8) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	2.01977E-07
R Square	4.07948E-14
Adjusted R Square	-0.026315789
Standard Error	121022.7688
Observations	40

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	0.022705078	0.022705078	1.5502E-12	0.999999014
Residual	38	5.56567E+11	14646510580		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	312068.7775	60511.38442	5.157191171	8.11723E-06	189569.8851	434567.6699	189569.8851	434567.6699
X Variable 1	0.0475	38270.75983	1.24116E-06	0.999999016	-77475.05469	77475.14969	-77475.05469	77475.14969

จากตารางที่ 4.8 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับจำนวนงานเทศกาล Event

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับจำนวนงานเทศกาล

Event

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับจำนวนงานเทศกาล

Event

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติจำนวนงานเทศกาล Event (X_8) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี(Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 0.0000

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 0 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า จำนวนงานเทศกาล Event (X_8) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0 หมายความว่า จำนวนงานเทศกาล Event (X_8) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ จำนวนงานเทศกาล Event (X_8) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี(Y)

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.03948841
R Square	0.001559335
Adjusted R Square	-0.02471542
Standard Error	120928.3745
Observations	40

ANOVA

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	867874765.3	867874765.3	0.059347254	0.808841035
Residual	38	5.557E+11	14623671770		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	300171.3968	52447.07451	5.72332012	1.36439E-06	193997.8461	406344.9474	193997.8461	406344.9474
X Variable 1	0.143039009	0.587156912	0.243612919	0.808841035	-1.045598008	1.331676026	-1.045598008	1.331676026

จากตารางที่ 4.9 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ $T = 0.2436$

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 0.0593 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.8088 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_0

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0015 ซึ่งมาค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.135164249
R Square	0.018269374
Adjusted R Square	-0.007565642
Standard Error	119912.1678
Observations	40

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	10168138129	10168138129	0.707155508	0.405650366
Residual	38	5.46399E+11	14378927997		
Total	39	5.56567E+11			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	252973.2468	72787.20359	3.475518145	0.001291354	105623.2579	400323.2357	105623.2579	400323.2357
X Variable 1	12.70251692	15.10540306	0.840925388	0.405650366	-17.87677261	43.28180646	-17.87677261	43.28180646

จากตารางที่ 4.10 ทดสอบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมีความสัมพันธ์กับจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีไม่ขึ้นกับจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีขึ้นกับจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 1 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) และจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ $T = 0.8409$

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 0.7071 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.4056 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0182 ซึ่งมาค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง ที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีด้วยวิธีสมการถดถอย (Simple Regression) ระหว่างตัวแปรอิสระที่ละตัวกับตัวแปรตามจนครบทั้ง 10 ตัวแปรสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยอิสระที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมี 3 ปัจจัยได้แก่จำนวนเที่ยวบิน (X_1) จำนวนห้องพัก (X_3) และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_7) ตามลำดับ

ดังนั้น สมการถดถอยอย่างง่ายที่ได้คือ

จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี = $146,282.92 + 418.67$ (จำนวนเที่ยวบิน)

จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี = $34,627.42 + 511.20$ (จำนวนห้องพัก)

จำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี = $-98,493.14 + 0.41$ (ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายใน ประเทศ (GDP))

ความหมายของค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยเชิงส่วนสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. ถ้าจำนวนเที่ยวบินเพิ่มขึ้น 1 เที่ยวบินจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 418 คน
2. ถ้าจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้น 1 ห้องจะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 511 คน
3. ถ้าผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) เพิ่มขึ้น 1 ล้านบาท จะทำให้มีนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.41 คน หรือ เพิ่มขึ้น 41 คนต่อการเพิ่มขึ้นของ GDP 100 ล้านบาท

จากนั้นวิเคราะห์หาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า (Y_{t-1}) ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อปัจจัยจำนวนทรัพยากรที่มีในจังหวัดอุบลราชธานี (X_1) คือจำนวนเที่ยวบิน (X_1) จำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) และจำนวนห้องพัก (X_3)

ตารางที่ 4.11 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวบิน (X_1) กับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า (Y_{t-1})

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.265736889
R Square	0.070616094
Adjusted R Square	0.039636631
Standard Error	49460.33393
Observations	32

ANOVA

	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	5576271230	5576271230	2.279448588	0.141560085
Residual	30	73389738976	2446324633		
Total	31	78966010205			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	37483.09788	24713.9714	1.516676429	0.139816153	-12989.5652	87955.76097	-12989.5652	87955.76097
X Variable 1	-43.43445426	28.76864906	-1.509784285	0.141560085	-102.1878738	15.31896532	-102.1878738	15.31896532

จากตารางที่ 4.11 ทดสอบว่าการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ว่ามีความสัมพันธ์กับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวบินหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ไม่ขึ้นกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวบิน

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ขึ้นกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวบิน

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวบินและการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = -1.5097

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 2.2794 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.1415 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 หมายความว่า อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวบิน (X_1) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0706 ซึ่งมาค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวบิน (X_1) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวบิน (X_1) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_t) กับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า (Y_{t-1})

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.182813935
R Square	0.033420935
Adjusted R Square	0.001201633
Standard Error	50440.35829
Observations	32

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	2639117883	2639117883	1.037295429	0.316595017
Residual	30	76326892322	2544229744		
Total	31	78966010205			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	28366.92502	26840.1128	1.056885462	0.299000679	-26447.89807	83181.74811	-26447.89807	83181.74811
X Variable 1	-4382.963184	4303.448308	-1.018477014	0.316595017	-13171.77713	4405.850762	-13171.77713	4405.850762

จากตารางที่ 4.12 ทดสอบว่าการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ว่าจะมีความสัมพันธ์กับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสารหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ไม่ขึ้นกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ขึ้นกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสารและการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = -1.0184

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 1.0372 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.3165 ซึ่งมีค่ามากกว่า

0.05 หมายความว่า อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0334 ซึ่งมาค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

ตารางที่ 4.13 ตารางแสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยระหว่างตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนห้องพัก (X_3) กับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า (Y_{t-1})

SUMMARY OUTPUT

Regression Statistics	
Multiple R	0.011214072
R Square	0.000125755
Adjusted R Square	-0.033203386
Standard Error	51301.74779
Observations	32

ANOVA					
	df	SS	MS	F	Significance F
Regression	1	9930403.213	9930403.213	0.003773137	0.951427466
Residual	30	78956079802	2631869327		
Total	31	78966010205			

	Coefficients	Standard Error	t Stat	P-value	Lower 95%	Upper 95%	Lower 95.0%	Upper 95.0%
Intercept	953.8215424	28037.55676	0.034019424	0.973087006	-56306.50837	58214.15145	-56306.50837	58214.15145
X Variable 1	11.75213816	191.3223066	0.061425865	0.951427466	-378.980139	402.4844153	-378.980139	402.4844153

จากตารางที่ 4.12 ทดสอบว่าการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ว่ามีความสัมพันธ์กับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนห้องพักหรือไม่

$H_0: \beta_1 = 0$ หรือการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ไม่ขึ้นกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนห้องพัก

$H_1: \beta_1 \neq 0$ หรือการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ขึ้นกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนห้องพัก

ซึ่งสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ทางสถิติ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนห้องพักและการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า ได้ดังนี้

สถิติทดสอบ T = 0.0614

ค่าสถิติ F-Statistic (F-test) จากตาราง Anova มีค่าเท่ากับ 0.0037 หรือพิจารณาจากค่า Prob. (F-Statistic) หรือค่า Significance F ที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ 0.9514 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 หมายความว่า อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนห้องพัก (X_3) ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญที่ 0.05 สรุปได้ว่า ปฏิเสธสมมติฐาน H_1

ค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงซ้อน (R^2) ในตาราง Regression Statistics มีค่า Coefficient of Determination (ค่า R^2) เท่ากับ 0.0001 ซึ่งมาค่าเข้าใกล้ศูนย์ หมายความว่า อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนห้องพัก (X_3) ไม่มีความสามารถในการอธิบายความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระ อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาสต่อจำนวนห้องพัก (X_2) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t เทียบกับในไตรมาสเดียวกันของปีก่อนหน้า

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 ความมุ่งหมายของการวิจัย

ศึกษาปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดอุบลราชธานี เพื่อให้ทราบว่าปัจจัยที่เกิดขึ้นจะก่อให้เกิดผลกระทบในทิศทางใด โดยดูทั้งความสัมพันธ์ระหว่างกันและความเป็นเหตุเป็นผลของตัวแปรที่นำมาวิเคราะห์

5.1.2 ความสำคัญของการวิจัย

ทราบถึงปัจจัยทางด้านโลจิสติกส์ที่ศึกษาว่ามีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ทิศทางใด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5.1.3 สมมุติฐานในการวิจัย

1. จำนวนเที่ยวบินมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
2. จำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสารมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
3. จำนวนห้องพักมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
4. ราคาน้ำมันเบนซินมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
5. ราคาน้ำมันดีเซลมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
6. อัตราเงินเฟ้อมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
7. ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี
8. จำนวนเทศกาล Event มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

9. จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

10. จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี

11. อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวบิน มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}

12. อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}

13. อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนห้องพัก มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}

5.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Method) เป็นการศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว และเพื่อดูความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี ด้วยสมการถดถอยอย่างง่าย (Simple Regression Analysis) และเป็นการทดสอบสมมติฐานการวิจัยสมการ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จในการประมวลผล (Microsoft Excel) และนำข้อมูลทฤษฎีภูมิ ตั้งแต่ปี 2545 - 2554 มาวิเคราะห์ว่าปัจจัยใดมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี สำหรับสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ R^2 , Adjust R^2 , T-Statistic และ F-Statistic

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1 ตัวแปรอิสระจำนวนเที่ยวบิน (X_1) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการจำนวนเที่ยวบิน (X_1) มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

สมมติฐานข้อที่ 2 ตัวแปรอิสระจำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการจำนวนเที่ยวรถยนต์โดยสาร (X_2) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 3 ตัวแปรอิสระจำนวนห้องพัก (X_3) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการจำนวนห้องพัก (X_3) มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 4 ตัวแปรอิสระราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการราคาน้ำมันเบนซิน (X_4) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 5 ตัวแปรอิสระราคาน้ำมันดีเซล (X_5) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการราคาน้ำมันดีเซล (X_5) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 6 ตัวแปรอิสระอัตราเงินเฟ้อ (X_6) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการอัตราเงินเฟ้อ (X_6) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 7 ตัวแปรอิสระผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_7) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) (X_7) มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 8 ตัวแปรอิสระจำนวนเทศกาล Event (X_8) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการจำนวนเทศกาล Event (X_8) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 9 ตัวแปรอิสระจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการจำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_9) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 10 ตัวแปรอิสระจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y)

ผลการศึกษา จากสมการจำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่งที่จดทะเบียนใหม่ (X_{10}) ไม่มีความสัมพันธ์ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานี (Y) ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีด้วยวิธีสมการถดถอย (Simple Regression) ระหว่างตัวแปรอิสระที่ละตัวกับตัวแปรตามจนครบทั้ง 10 ตัวแปรสามารถสรุปได้ว่าปัจจัยอิสระที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีมี 3 ปัจจัยได้แก่จำนวนเที่ยวบิน (X_1) จำนวนห้องพัก (X_3) และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)(X_7) ตามลำดับ

และจากการวิเคราะห์หาการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) เทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวในปีก่อนหน้า (Y_{t-1}) เป็นรายไตรมาสต่อไตรมาส ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในปี t (Y_t) ต่อปัจจัยจำนวนทรัพยากรที่มีในจังหวัดอุบลราชธานี (X_t) คือ จำนวนเที่ยวบิน (X_1) จำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) และจำนวนห้องพัก (X_3) ได้ผลการวิเคราะห์ดังนี้

สมมุติฐานข้อที่ 11 ตัวแปรอิสระอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวบิน (X_1) มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}

ผลการศึกษา จากสมการอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวบิน (X_1) ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1} ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 12 ตัวแปรอิสระอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวรถโดยสาร (X_2) มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}

ผลการศึกษา จากสมการอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนเที่ยวเที่ยวรถโดยสาร (X_2) ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1} ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

สมมุติฐานข้อที่ 13 ตัวแปรอิสระอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนห้องพัก (X_3) มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1}

ผลการศึกษา จากสมการอัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส (Y_t) ต่อจำนวนห้องพัก (X_3) ไม่มีความสัมพันธ์กับการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวในไตรมาส t (Y_t) เทียบกับในไตรมาสเดียวกันปีก่อนหน้า Y_{t-1} ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมุติฐานที่กำหนดไว้

5.3 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยทั้ง 10 ข้อจะพบว่า การเดินทางทางเครื่องบินที่มีความสะดวกสบาย ใช้ระยะเวลาที่รวดเร็วในการเดินทางนั้นมีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอุบลราชธานีในทิศทางเดียวกัน คือจำนวนสายการบินที่เพิ่มขึ้นจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน และจากการวิเคราะห์อัตราความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวต่อจำนวนเที่ยวบินว่าส่งผลอย่างไรต่อการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส โดยถึงแม้ว่าผลทางการคำนวณตามสมการทางสถิติจะออกมาว่าไม่มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ แต่ก็ยังพอจะสามารถอธิบายได้ว่าถ้าลดอัตราความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวต่อเที่ยวบินลงจะส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวกลับเพิ่มมากขึ้น แสดงให้เห็นว่าถ้ามีการเพิ่มจำนวนเที่ยวบินเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น จะเป็นการลดความหนาแน่นลงของการเดินทาง ก็จะมีผลให้นักท่องเที่ยวจองตั๋วเครื่องบินเพื่อเดินทางได้ง่ายขึ้นและเพียงพอต่อความต้องการ เกิดการตัดสินใจในการมาท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น เป็นการสอดคล้องกันของการวิเคราะห์ทั้ง 2 ส่วน โดยข้อมูลในส่วนนี้ ทางสายการบินสามารถนำไปวิเคราะห์เพื่อพิจารณาเพิ่มเที่ยวบินเพื่อลดความหนาแน่นของผู้โดยสาร เป็นการกระตุ้นให้คนเกิดความต้องการอยากจะทำเที่ยวและใช้บริการสายการบินต่างๆ

ในส่วนของผู้ประกอบการหรือผู้ที่ต้องการจะประกอบกิจการโรงแรม ที่พัก ในจังหวัดอุบลสามารถนำข้อมูลในการวิจัยนี้ไปพิจารณาเพิ่มจำนวนห้องพักเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่จะมากขึ้นตามจำนวนห้องพักที่สามารถรองรับได้ เป็นไปตามผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนห้องพักที่เพิ่มขึ้น และสอดคล้องกับการ

วิเคราะห์อัตราความหนาแน่นของจำนวนนักท่องเที่ยวต่อจำนวนห้องพัก ซึ่งถึงแม้จะไม่มี ความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละไตรมาส แต่สมการก็พอจะอธิบายได้เช่นกันว่าถ้าหากจำนวนห้องพักมาก ความหนาแน่นของจำนวน นักท่องเที่ยวต่อห้องพักน้อย มีการแข่งขันกันทั้งทางด้านบริการและราคา กลับจะส่งเสริมให้คน ตัดสินใจมาท่องเที่ยวได้ง่ายยิ่งขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวก็จะเพิ่มขึ้น ส่งผลต่อรายได้ที่จะกลับเข้าสู่ ผู้ประกอบการอย่างคุ้มค่าต่อการลงทุนในการเพิ่มจำนวนห้องพัก

ทางด้านภาพรวมของการท่องเที่ยวจะเห็นได้จากผลการวิจัยอีกข้อหนึ่งว่า หากประชากร มีรายได้มากขึ้น เศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น ค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม GDP ภายในประเทศเพิ่มขึ้น ก็ จะส่งผลคนตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจในต่างจังหวัดให้ สามารถพัฒนาไปได้อย่างรวดเร็ว นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจที่ได้ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการก็มี รายได้ดี เป็นการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศจากทรัพยากรทางการท่องเที่ยวของ ประเทศที่มีอยู่มากมาย

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กัลยา วาณิชย์ปัญญา. สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ:ธรรมสาร, 2552.

จุฑาพร สุระเชษฐ์คมสัน. การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต. วิทยานิพนธ์ปริญญา
มหาบัณฑิต. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,
2532.

คัณณางค์วัชรินทร์ จุนเกียรติ. พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวบน
เกาะเกร็ด, 2543.

ชมพร เตียมศรีทอง. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มา
ท่องเที่ยวในประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2536.

ทัศนวรรณ วิบุตทขมานนท์. พฤติกรรมการท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการท่องเที่ยว
ชายหาดบางแสน. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะ
เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2545.

ธงชัย ฐิบัติวิริยะ. อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ
ปีพ.ศ. 2530-2540. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหาร
ธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2541.

นิคม ประเมโท. พฤติกรรมและปัจจัยที่จูงใจนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวในจังหวัดอุดรธานี.
วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม,
2530.

บรรจบพร สุนนรัตน์กุล. ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวของ
นักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชา
บริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2544.

พัฒนพงษ์พงษ์ทองเจริญ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมา
นครประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. 2541.

รุ่งทิพย์ จินดาผล. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยว
ภายในประเทศ. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ สถาบัน
บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, 2538.

วรรณภา วงษ์วานิช. ภูมิศาสตร์การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์, 2538.

วิภา วัฒนพงศ์ชาติ. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2542.

สมิต สัจฉกร. การต้อนรับและบริการที่เป็นเลิศ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สายธาร, 2543.

सानนท์ สุขศรี. ศึกษาปัจจัยทางภูมิศาสตร์บางประการที่มีอิทธิพลต่อนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในจังหวัดสงขลา. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2532.

เสาวลักษณ์ นวเจริญกุล. พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเขตอุทยานแห่งชาติไทรโยคจังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล, 2541.

เอมอร สัมภาษณ์. ปัจจัยที่มีผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดตราด. สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2546.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม. [ออนไลน์]. 2555. แหล่งที่มา: <http://thai.tourismthailand.org> [15 มกราคม 2555]

คมสัน สุริยะะ. โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว, [ออนไลน์]. 2551. แหล่งที่มา: www.tourismlogistics.com [24 สิงหาคม 2554]

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ข้อมูลที่ใช้ในการคำนวณ

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยว จังหวัดอุบลราชธานี
รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	จำนวน (คน)
2545	1	205,243
	2	153,933
	3	307,865
	4	359,176
2546	1	211,231
	2	158,423
	3	316,847
	4	369,655
2547	1	220,776
	2	165,582
	3	331,164
	4	386,358
2548	1	233,241
	2	174,930
	3	349,861
	4	408,171
2549	1	257,692
	2	193,269
	3	386,539
	4	450,962
2550	1	273,462
	2	205,097
	3	410,193
	4	478,559
2551	1	301,589
	2	226,192
	3	452,384
	4	527,781
2552	1	205,062
	2	153,796
	3	307,592
	4	358,858
2553	1	221,778
	2	166,333
	3	332,666
	4	388,111
2554	1	366,477
	2	274,857
	3	549,715
	4	641,334

ที่มา: กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

จำนวนนักเที่ยวบินรวมทุกสายการบิน ที่บินมาลงยังสนามบินนานาชาติ จังหวัดอุบลราชธานี
รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	เที่ยวบิน
2545	1	209
	2	193
	3	233
	4	245
2546	1	269
	2	260
	3	260
	4	277
2547	1	273
	2	263
	3	369
	4	386
2548	1	369
	2	365
	3	381
	4	377
2549	1	431
	2	432
	3	403
	4	369
2550	1	354
	2	370
	3	369
	4	595
2551	1	497
	2	495
	3	372
	4	311
2552	1	352
	2	365
	3	375
	4	377
2553	1	365
	2	444
	3	525
	4	620
2554	1	664
	2	680
	3	662
	4	683

ที่มา: การทำอากาศยานแห่งประเทศไทย

จำนวนเที่ยวรถโดยสารที่เดินทางมายังสถานีขนส่งผู้โดยสารเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดอุบลราชธานี
รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	จำนวนเที่ยวรถโดยสาร
2545	1	36,068
	2	54,101
	3	45,085
	4	45,085
2546	1	36,068
	2	54,101
	3	45,085
	4	45,085
2547	1	36,068
	2	54,101
	3	45,085
	4	45,085
2548	1	36,068
	2	54,101
	3	45,085
	4	45,085
2549	1	44,201
	2	66,301
	3	55,251
	4	55,251
2550	1	48,015
	2	72,023
	3	60,019
	4	60,019
2551	1	42,139
	2	63,208
	3	52,673
	4	52,673
2552	1	44,424
	2	66,636
	3	55,530
	4	55,530
2553	1	47,436
	2	71,154
	3	59,295
	4	59,295
2554	1	45,916
	2	68,875
	3	57,396
	4	57,396

ที่มา: บริษัท ขนส่ง จำกัด

จำนวนห้องพักในโรงแรม เกสต์เฮาส์ รีสอร์ท และบังกะโล ที่จดทะเบียนรวมแล้วในจังหวัด
อุบลราชธานี รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	จำนวนห้องพัก
2545	1	1,640
	2	1,645
	3	1,650
	4	1,650
2546	1	1,652
	2	1,654
	3	1,657
	4	1,657
2547	1	1,660
	2	1,665
	3	1,670
	4	1,677
2548	1	1,680
	2	1,725
	3	1,778
	4	1,819
2549	1	1,956
	2	2,000
	3	2,070
	4	2,100
2550	1	2,135
	2	2,270
	3	2,298
	4	2,370
2551	1	2,434
	2	2,500
	3	2,555
	4	2,600
2552	1	2,653
	2	2,755
	3	2,812
	4	2,850
2553	1	2,880
	2	2,930
	3	3,000
	4	3,056
2554	1	3,149
	2	3,240
	3	3,377
	4	3,461

ที่มา: สำนักงานสถิติ จังหวัดอุบลราชธานี

ราคาเฉลี่ยของน้ำมันเบนซินทุกประเภทของ ปตท. ในวันสิ้นไตรมาส
รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	ราคาน้ำมันเบนซิน
2545	1	14.99
	2	14.69
	3	15.79
	4	15.99
2546	1	16.19
	2	15.29
	3	15.32
	4	16.86
2547	1	16.56
	2	18.36
	3	21.36
	4	18.77
2548	1	21.32
	2	24.17
	3	26.97
	4	25.27
2549	1	26.37
	2	28.62
	3	25.22
	4	25.72
2550	1	26.47
	2	28.32
	3	27.84
	4	30.37
2551	1	30.91
	2	39.43
	3	29.09
	4	21.36
2552	1	26.64
	2	29.86
	3	30.21
	4	31.08
2553	1	32.31
	2	31.91
	3	28.74
	4	31.18
2554	1	34.18
	2	33.38
	3	31.15
	4	30.49

ที่มา: ปตท.

ราคาน้ำมันดีเซลของ ปตท. ในวันสิ้นไตรมาส

รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	ราคาน้ำมันดีเซล
2545	1	12.89
	2	12.79
	3	14.29
	4	15.76
2546	1	14.49
	2	13.09
	3	13.29
	4	14.39
2547	1	14.59
	2	14.59
	3	14.59
	4	14.59
2548	1	18.19
	2	20.99
	3	24.19
	4	23.49
2549	1	25.49
	2	27.54
	3	24.54
	4	23.34
2550	1	24.14
	2	25.34
	3	27.34
	4	29.34
2551	1	30.94
	2	42.64
	3	30.14
	4	18.34
2552	1	22.69
	2	27.39
	3	25.79
	4	27.19
2553	1	28.79
	2	28.89
	3	28.39
	4	29.99
2554	1	29.99
	2	29.99
	3	27.49
	4	28.89

ที่มา: ปตท.

อัตราเงินเฟ้อ โดยใช้ในส่วนดัชนีราคาผู้บริโภคทั่วไป (Head Line)

รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	อัตราเงินเฟ้อ
2545	1	0.60
	2	0.20
	3	0.30
	4	1.40
2546	1	1.90
	2	1.70
	3	1.90
	4	1.60
2547	1	1.90
	2	2.60
	3	3.30
	4	3.10
2548	1	2.80
	2	3.70
	3	5.60
	4	6.00
2549	1	5.70
	2	6.00
	3	3.60
	4	3.30
2550	1	2.40
	2	1.90
	3	1.60
	4	2.90
2551	1	5.00
	2	7.50
	3	7.30
	4	2.10
2552	1	(0.30)
	2	(2.80)
	3	(2.20)
	4	1.90
2553	1	3.80
	2	3.30
	3	3.30
	4	2.80
2554	1	3.01
	2	4.10
	3	4.13
	4	3.95

ที่มา: สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์

ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

Expenditure on Gross Domestic Product at 1988 Prices (Original)

รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	GDP (ล้านบาท)
2545	1	812,458
	2	780,037
	3	789,845
	4	854,702
2546	1	868,512
	2	831,715
	3	842,416
	4	925,523
2547	1	926,696
	2	886,437
	3	895,134
	4	979,922
2548	1	959,975
	2	928,361
	3	944,173
	4	1,025,510
2549	1	1,018,621
	2	975,690
	3	989,089
	4	1,071,104
2550	1	1,065,589
	2	1,020,773
	3	1,043,868
	4	1,128,796
2551	1	1,132,889
	2	1,073,963
	3	1,075,757
	4	1,082,224
2552	1	1,053,066
	2	1,018,647
	3	1,045,615
	4	1,145,811
2553	1	1,179,635
	2	1,112,764
	3	1,114,342
	4	1,189,371
2554	1	1,217,024
	2	1,143,132
	3	1,155,750
	4	1,083,749

ที่มา: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จำนวนงานเทศกาลทางศาสนา ประเพณี และงานทางด้านการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นในจังหวัด
อุบลราชธานี รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	จำนวนงานเทศกาล
2545	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2546	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2547	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2548	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2549	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2550	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2551	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2552	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2553	1	1
	2	2
	3	1
	4	2
2554	1	1
	2	2
	3	1
	4	2

ที่มา: สำนักงานการท่องเที่ยวจังหวัดอุบลราชธานี

จำนวนรถยนต์นั่งไม่เกิน 7 ที่นั่ง รวมทั้งหมดที่จดทะเบียนใหม่ ในประเทศไทย

รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	รถยนต์ไม่เกิน 7 ที่นั่ง
2545	1	54,217
	2	45,785
	3	49,443
	4	31,283
2546	1	66,911
	2	64,300
	3	62,172
	4	37,647
2547	1	89,923
	2	76,844
	3	69,377
	4	48,669
2548	1	100,130
	2	81,319
	3	81,248
	4	51,811
2549	1	106,885
	2	79,996
	3	70,236
	4	48,324
2550	1	97,700
	2	78,352
	3	79,858
	4	49,786
2551	1	104,074
	2	93,076
	3	81,202
	4	50,938
2552	1	98,066
	2	75,725
	3	77,736
	4	57,623
2553	1	134,755
	2	112,063
	3	128,542
	4	90,378
2554	1	177,585
	2	146,792
	3	135,778
	4	140,502

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก

จำนวนรถยนต์นั่งเกิน 7 ที่นั่ง รวมทั้งหมดที่จดทะเบียนใหม่ ในประเทศไทย

รายไตรมาส ตั้งแต่ปี พ.ศ.2545 – 2554

ปี พ.ศ.	ไตรมาสที่	รถยนต์เกิน 7 ที่นั่ง
2545	1	5,194
	2	3,955
	3	3,298
	4	2,931
2546	1	4,390
	2	4,228
	3	3,498
	4	2,650
2547	1	4,450
	2	3,912
	3	3,197
	4	2,628
2548	1	2,692
	2	4,558
	3	4,514
	4	3,195
2549	1	4,154
	2	4,109
	3	4,005
	4	3,683
2550	1	5,558
	2	5,381
	3	5,695
	4	4,746
2551	1	5,985
	2	6,410
	3	4,799
	4	4,135
2552	1	4,486
	2	3,986
	3	4,202
	4	4,168
2553	1	6,184
	2	5,970
	3	6,280
	4	5,134
2554	1	7,542
	2	6,446
	3	6,513
	4	7,230

ที่มา: กรมการขนส่งทางบก

ประวัติผู้เขียนวิทยานิพนธ์

นายสุบรรณ ศรีจันทร์รัตน์ เกิดเมื่อวันที่ 25 สิงหาคม 2521 ที่จังหวัดอุบลราชธานี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีวิศวกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิศวกรรมอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยขอนแก่น ปีการศึกษา 2543 ต่อมาเข้าศึกษาต่อในหลักสูตร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในปีการศึกษา 2552 ปัจจุบัน ดำรงตำแหน่งกรรมการผู้จัดการ บริษัท แฟบริคอนส์ จำกัด