

ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร



นางสาว ฌ์รูกานต์ ไรจนุตมะ

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาหลักสูตรปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2542

ISBN 974-332-771-1

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

DETERMINANT OF BANGKOKIAN'S DEMAND FOR DOMESTIC TOURISM



Miss Nuttakarn Rochanutama

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of Master of Economics in Economics

Department of Economics

Graduate School

Chulalongkorn University

Academic Year 1999

ISBN 974-332-771-1

ณัฐกานต์ วจนุตมะ : ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร
(DETERMINANT OF BANGKOKIAN'S DEMAND FOR DOMESTIC TOURISM) :
อาจารย์ที่ปรึกษา : ผศ.ดร.พงศา พรชัยวิเศษกุล , 107 หน้า. ISBN 974-332-771-1

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ในการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศนี้ได้แยกวิเคราะห์ที่ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในระยะเวลาต่าง ๆ โดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง จากแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครจำนวน 372 คนในปี พ.ศ. 2541 แล้วใช้แบบจำลองโลจิสต์และแบบจำลองการถดถอยในการวิเคราะห์

จากผลการศึกษาโดยแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร คือ รายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทาง โดยรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนรูปแบบการเดินทางที่มีบทบาทในการกำหนดอุปสงค์ดังกล่าวคือ รูปแบบการเดินทางด้วยตนเอง แต่เมื่อพิจารณาในรอบเวลาที่ลดลง พบว่า ปัจจัยดังกล่าวมีความสำคัญลดลง และมีปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่มีผลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ ฤดูกาลและขนาดของครอบครัว สำหรับตัวแปรอื่น ๆ เช่น เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ ไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์ดังกล่าว

และจากแบบจำลองการถดถอย (Regression Analysis) พบว่า ปัจจัยสำคัญที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร คือ ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปและรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยว โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก สำหรับอายุและอาชีพของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ สำหรับตัวแปรรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยว แม้จะไม่มีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวมากนัก แต่เมื่อเปรียบเทียบกับตัวแปรอื่น ๆ พบว่า รายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยวยังมีความสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยนี้ในทิศทางบวก ส่วนตัวแปรอื่น ๆ นอกเหนือจากนี้จะไม่มีความสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

จากผลการวิเคราะห์ดังกล่าว สามารถนำไปใช้ในการวางนโยบายส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครได้ โดยอาศัยกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ กลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัวค่อนข้างสูง กลุ่มผู้มีอายุค่อนข้างมาก และกลุ่มข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ

ภาควิชา เศรษฐศาสตร์
สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์
ปีการศึกษา 2542

ลายมือชื่อนิติ ณัฐกานต์ วจนุตมะ
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

4085559729 : MAJOR ECONOMICS

KEY WORD : DEMAND / DOMESTIC TOURISM

NUTTAKARN ROCHANUTAMA : DETERMINANT OF BANGKOKIAN'S DEMAND FOR DOMESTIC TOURISM. THESIS ADVISOR:ASST. PROF. PONGSA PORNCAMWISSESKUL, Ph.D.
107 pp. ISBN 974-332-771-1

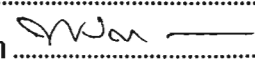
This thesis is to study determinants of demand for domestic tourism and average expenditure of tourists from Bangkok. The study separately analyzes demand for domestic tourism of Bangkokian in different timeframes by using logit model and regression model to analyze the cross section data from the survey. Three hundred seventy two Bangkokian tourists were sampled in 1998.

The findings from a logit model show that the important factors influencing Bangkokian's demand for domestic tourism include household's income and pattern of travelling. Household's income will directly affect the demand for domestic tourism in positive relationship whereas the own arrangement is the most popular and significant pattern of travelling. The study on determinants of demand for domestic tourism in shorter timeframe show that these two factors become less significant while the season and the family size are more significant. The others factors, such as gender, age, education, and occupation do not have any significant effects on this demand.

The findings from a regression model show that the important factors determining average expenditure of Bangkokian tourists include the destination and household's income that affect the average expenditure in positive relationship. And the factors that affect average expenditure in negative relationship are age and sex. Even the household's income does not have an highly significant effect on the average expenditure as expected, it is still more significant than age and gender. The other factors are considered insignificant.

This study could be helpful in formulation of a plan to boost domestic demand and average expenditure of Bangkokian tourists. The results of the study suggest that the target should include the high average household income group, the senior group, and the bureaucrat or public enterprise group.

ภาควิชา Economics
สาขาวิชา Economics
ปีการศึกษา 1999

ลายมือชื่อนิติ N. Rochanutama
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา 
ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม -

กิตติกรรมประกาศ



วิทยานิพนธ์ฉบับนี้ได้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดีด้วยความช่วยเหลือ แนะนำและให้คำปรึกษา เป็นอย่างดียิ่งของ รองศาสตราจารย์ ดร. วัฒนา สุวรรณแสง จันเจริญ และ รองศาสตราจารย์ ดร. สมชาย รัตนโกมุท ที่ได้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ ต่อการทำวิทยานิพนธ์ด้วยดี เสมอมา และขอขอบคุณ รองศาสตราจารย์ นราทิพย์ ชูติวงศ์ ที่ให้เกียรติเป็นประธานการสอบ วิทยานิพนธ์ และตรวจแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยเฉพาะ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พงศา พรชัยวิเศษกุล ที่เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาที่ช่วยสละ เวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา ตลอดจนได้กรุณาตรวจแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ มาโดย ตลอด ทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณอาจารย์ทั้งสี่ ท่านเป็นอย่างสูงไว้ ณ โอกาสนี้ด้วย

ท้ายนี้ ผู้เขียนขอขอบพระคุณผู้เกี่ยวข้องทุกท่านที่ให้การสนับสนุนในด้านข้อมูลและข้อ คิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้เป็นอย่างมาก นอกจากนี้ขอขอบคุณ เพื่อน ๆ ที่ช่วยเก็บแบบสอบถามและคอยให้กำลังใจมาโดยตลอด รวมถึงบิดา มารดา ซึ่งได้ให้การ สนับสนุนทางด้านทุนการศึกษาและเป็นกำลังใจแก่ผู้เขียนเสมอมา จนกระทั่งผู้เขียนสำเร็จการ ศึกษา อย่างไรก็ตาม หากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีส่วนบกพร่องใด ๆ เกิดขึ้น ผู้เขียนขออภัยไว้แต่ผู้ เดียว

ณัฐกานต์ โรจนุตมะ

พฤษภาคม 2542

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา.....	10
1.3 สมมติฐานการศึกษา.....	10
1.4 นิยามศัพท์.....	10
1.5 ขอบเขตของการศึกษา.....	12
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	13
2. แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	14
2.1 แนวความคิด และทฤษฎี.....	14
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	17
3. แนวการวิเคราะห์.....	24
3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	24
3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	25
4. ผลการวิเคราะห์.....	40
4.1 ลักษณะโดยทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคม ของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร.....	40
4.2 วิเคราะห์สมการโลจิสต์.....	67

	หน้า
4.3 วิเคราะห์สมการถดถอยพหุ.....	75
5 สรุปและข้อเสนอแนะ.....	84
5.1 บทสรุป.....	84
5.2 ข้อเสนอแนะ.....	89
รายการอ้างอิง.....	90
ภาคผนวก.....	93
ก. แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา.....	94
ข. การประมาณค่าแบบจำลองโลจิสต์.....	100
ค. การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร.....	103
ประวัติผู้เขียน.....	107

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1	2
1.2	4
1.3	5
4.1	41
4.2	41
4.3	42
4.4	44
4.5	45
4.6	46
4.7	47
4.8	47
4.9	48
4.10	49
4.11	50
4.12	51
4.13	52
4.14	53

ตารางที่

4.15	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยวกับวัตถุประสงค์การเดินทาง.....	54
4.16	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยว กับภูมิภาคจุดหมายปลายทาง.....	55
4.17	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานครกับเพศ.....	57
4.18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานครกับอายุของนักท่องเที่ยว.....	58
4.19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานครกับอาชีพของนักท่องเที่ยว.....	59
4.20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานครกับรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยว.....	61
4.21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานครกับขนาดของครอบครัวของนักท่องเที่ยว.....	62
4.22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานครกับวัตถุประสงค์ที่มาของนักท่องเที่ยว.....	63
4.23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ชาวกรุงเทพมหานครกับภูมิภาคจุดหมายปลายทาง.....	64
4.24	แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนด อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี พ.ศ. 2541 (1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2541).....	73
4.25	แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาต่าง ๆ.....	74
4.26	แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงปี พ.ศ. 2541.....	78

บทที่ 1

บทนำ



1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ โดยทำให้เงินตราต่างประเทศไหลเข้ามาในรูปของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ลดปัญหาการว่างงาน ช่วยการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากความแตกต่างกันในรายได้ของประชาชนให้น้อยลงได้ เพราะรายจ่ายของนักท่องเที่ยวสามารถที่จะซื้อผลผลิตทางการท่องเที่ยวที่กระจายอยู่ตามภูมิภาคและท้องถิ่นต่างๆ ได้ รายได้จากการท่องเที่ยวจึงเหมือนกับรายได้จากการส่งออกเช่นเดียวกัน เพียงแต่ในกรณีนี้ผู้ซื้อได้เดินทางมาซื้อที่ประเทศไทย การท่องเที่ยวจึงมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจไทยเช่นเดียวกับการผลิตสินค้าเพื่อการส่งออก ดังนั้นผลกระทบทางเศรษฐกิจประการแรกที่ได้จากการท่องเที่ยวก็คือ การช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ภายในประเทศ (Gross Domestic Product) ของประเทศนั่นเอง

การเติบโตของการท่องเที่ยวทั่วโลก รวมทั้งประเทศไทยนั้นมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สาเหตุหลักเกิดจากประชากรมีการศึกษาและรายได้เพิ่มขึ้น การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวประเภทต่างๆ ทำได้ง่ายกว่าเดิม ประชากรในภาคเมือง (Urban population) ต้องการคุณภาพชีวิตการพักผ่อนโดยออกไปสัมผัสธรรมชาติ ความต้องการพักผ่อนในปัจจุบันนี้มีมากขึ้น นอกจากนี้การโฆษณาประชาสัมพันธ์ของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีอย่างหลากหลายกระทำอย่างเป็นระบบและมีอิทธิพลสูงใจมากกว่าเดิม ประกอบกับการคมนาคมสื่อสารที่สะดวก รวดเร็ว และค่าใช้จ่ายที่ถูกลง มีการเปิดเสรีทางการเดินทางระหว่างประเทศ มีการเปิดน่านฟ้าเสรีมากขึ้น

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่นำรายได้เข้าประเทศเป็นอันดับ 1 ติดต่อกันมาหลายปี โดยรายได้ที่เป็นเงินตราต่างประเทศของไทยในปี พ.ศ. 2540 เท่ากับ 220,754.50 ล้านบาท มีอัตราการเติบโตร้อยละ 0.63 (ตารางที่ 1.1) โดยรายได้จากการท่องเที่ยวของไทย

ตารางที่ 1.1 ดุลการท่งเทียวของประเทศไทยระหว่างปี 2531 – 2540

หน่วย : ล้านบาท

พ.ศ.	รายได้จากนักท่ง เทียวระหว่างประเทศ	รายจ่ายของนักท่ง เทียวชาวไทย	ดุลการท่งเทียว
2531	78,859.00 (+57.64%)	15,209.00 (+53.60%)	63,650.00 (+58.64%)
2532	96,386.00 (+22.23%)	19,293.00 (+26.85%)	77,093.00 (+21.12%)
2533	110,571.63 (+14.72%)	21,822.00 (+13.11%)	88,750.00 (+15.12%)
2534	100,004.89 (-9.56%)	32,278.00 (+47.91%)	67,726.00 (-23.69%)
2535	123,134.89 (+23.13%)	40,556.00 (+25.65%)	82,579.00 (+21.93%)
2536	127,801.83 (+3.79%)	53,315.00 (+31.46%)	74,487.00 (-9.80%)
2537	145,211.05 (+13.62%)	73,234.00 (+37.36%)	71,977.00 (-3.37%)
2538	190,765.25 (+31.37%)	83,948.32 (+14.63%)	106,816.93 (+48.40%)
2539	219,364.42 (+14.99%)	105,620.91 (+25.82%)	113,743.51 (+6.42%)
2540	220,754.50 (+0.63%)	59,124.92 (-44.02%)	161,629.57 (+42.10%)

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่งเทียวแห่งประเทศไทย

นับได้ว่าดีขึ้นเมื่อเทียบกับนานาประเทศ กล่าวคือ ในปี พ.ศ. 2528 ประเทศไทยเคยอยู่ในอันดับที่ 26 เมื่อวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวนานาชาติ และในปี พ.ศ. 2538 ประเทศไทยเลื่อนขึ้นมาอยู่ในอันดับที่ 19 และหากดูจากรายได้จากนักท่องเที่ยวนานาชาติแล้ว ไทยได้เลื่อนจากอันดับที่ 22 มาเป็นอันดับที่ 10 ในช่วงเวลาเดียวกัน

นอกจากนี้จะพบว่าดุลการท่องเที่ยงของไทยระหว่างปี 2531 - 2540 อยู่ในภาวะเกินดุลมาโดยตลอดแม้ว่าจะมีการชะลอตัวลงบ้างในช่วงปี 2534 - 2536 แต่อย่างไรก็กลับมาขยายตัวอีกครั้ง โดยในช่วงปี 2540 รายรับจากการท่องเที่ยวเท่ากับ 220,754.50 ล้านบาท มีการขยายตัวเล็กน้อยจากปีที่ผ่านมา สำหรับทางด้านรายจ่ายทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้จ่ายในต่างประเทศนั้นลดลงอย่างมากถึงร้อยละ 44.02 หรือเท่ากับ 59,124.92 ล้านบาท ทำให้ดุลการท่องเที่ยงของไทยในปีนี้มีกำไรขยายตัวอยู่ในระดับที่น่าพอใจ โดยเกินดุลเท่ากับ 161,629.57 ล้านบาท (ตารางที่ 1.1)

อย่างไรก็ตามจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจและการเงินทั่วโลกที่ชะลอตัวลง ในปี 2540 สถานการณ์ตลาดนักท่องเที่ยวนานาชาติของประเทศไทยโดยภาพรวมอยู่ในภาวะชะลอตัว โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยมีจำนวนเพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 0.41 เท่านั้น มีเพียงตลาดรองคือ โอเชียเนีย ตะวันออกกลาง และแอฟริกา ซึ่งยังคงมีการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในระดับปานกลาง เนื่องจากสภาพเศรษฐกิจที่เริ่มดีขึ้นเรื่อยๆของภูมิภาคแถบนี้ สภาพตลาดการท่องเที่ยวที่เปิดเสรีมากขึ้น ประกอบกับประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบในแง่ของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายรวมทั้งความได้เปรียบในเรื่องของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทยเมื่อเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคอื่นๆ แต่จากขนาดของตลาดที่ค่อนข้างเล็กจึงไม่สามารถชดเชยการชะลอตัวของตลาดหลักอื่นๆได้ ทั้งนี้ปัญหาภาวะเศรษฐกิจที่ชะลอตัวปัญหาการอ่อนตัวของค่าเงินในภูมิภาคที่เป็นตลาดท่องเที่ยวหลักของไทย เช่น เอเชียตะวันออก ยุโรป และอเมริกา รวมถึงปัญหาหมอกควันที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี เป็นปัจจัยหลักต่อการชะลอตัวของจำนวนนักท่องเที่ยว จากการสำรวจค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวปี 2540 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยพบว่าโดยภาพรวมระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี 2540 เพิ่มขึ้นจากปี 2539 เล็กน้อย ซึ่งจากตารางที่ 1.3 พบว่ามีจำนวนวันพักเฉลี่ย 8.33 วัน กลุ่มตลาดเอเชียได้ยังคงมีวันพักเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือตลาดยุโรป และตลาดเอเชียตะวันออกจะมีจำนวนวันพักค่อนข้างต่ำ สำหรับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย โดยอยู่ในระดับ 3,671.87 บาท กลุ่มตลาดเอเชียและแอฟริกาเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ขณะที่กลุ่มตลาดโอเชียเนีย ยุโรป และอเมริกา มี

ตารางที่ 1.2 รายได้จากการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มตลาดหลักที่สำคัญในปี พ.ศ. 2535-2540 (ล้านบาท)

ประเทศดินที่อยู่อาศัย	2535	2536	2537	2538	2539	2540
รวม	123,134.89	127,801.83	145,211.06	190,765.13	219,364.00	220,754.50
เอเชียตะวันออก	57,700.14	69,260.50	73,913.38	92,666.38	105,129.00	117,341.75
มาเลเซีย	10,349.30	8,656.97	11,056.20	14,579.56	15,057.00	16,471.82
ญี่ปุ่น	12,063.43	15,272.49	17,502.93	20,748.99	26,552.00	22,017.62
สิงคโปร์	6,127.73	7,065.69	7,067.98	9,378.12	9,577.00	11,103.82
ฮ่องกง	6,554.38	6,366.33	5,152.83	6,036.36	7,476.00	14,392.34
ไต้หวัน	9,531.94	15,002.34	12,286.73	15,938.48	12,991.00	15,310.15
จีน	4,215.56	8,821.26	7,526.25	12,407.78	13,647.00	16,274.97
เกาหลี	3,947.84	3,816.19	6,702.12	6,585.57	8,788.00	11,269.69
อื่น ๆ	4,919.96	4,259.23	6,618.34	6,991.52	11,041.00	10,447.34
ยุโรป	41,177.96	32,911.86	42,311.62	65,123.27	65,712.00	56,321.01
เยอรมัน	10,377.37	8,582.08	9,539.36	16,087.71	15,152.00	13,087.49
อังกฤษ	6,407.77	6,106.47	7,111.10	13,244.58	9,042.00	8,784.18
ฝรั่งเศส	6,203.89	4,032.82	5,926.64	7,053.72	7,485.00	7,773.63
อิตาลี	3,838.24	2,125.13	2,907.90	3,368.50	4,133.00	2,980.87
สวีเดน	2,328.05	1,235.90	2,219.67	2,528.26	3,838.00	3,550.39
สวิตเซอร์แลนด์	2,445.93	2,139.23	2,796.20	4,355.79	5,607.00	4,198.45
อื่น ๆ	9,576.71	8,690.23	11,810.75	18,484.71	20,455.00	15,946.00
อเมริกา	9,317.05	6,886.44	9,992.49	9,586.15	13,265.00	12,673.76
สหรัฐอเมริกา	7,588.60	5,236.10	8,048.67	7,611.82	10,981.00	10,193.61
อื่น ๆ	1,728.45	1,650.34	1,943.82	1,974.33	2,284.00	2,480.15
เอเชียใต้	6,135.07	8,323.56	8,125.38	10,476.66	16,645.00	15,629.29
อินเดีย	2,242.96	4,942.19	2,816.23	6,166.30	9,754.00	10,860.43
อื่น ๆ	3,892.11	3,381.37	5,309.15	4,310.36	6,891.00	4,768.86
โอเชียเนีย	5,063.00	4,206.18	4,801.30	6,039.76	9,495.00	7,791.09
ออสเตรเลีย	4,415.73	3,649.60	4,170.59	5,190.71	7,565.00	6,799.53
อื่น ๆ	647.27	556.58	630.71	849.05	1,940.00	991.56
ตะวันออกกลาง	2,793.27	4,473.89	4,813.14	5,068.93	7,279.00	6,498.38
แอฟริกา	948.40	1,739.39	1,253.74	1,807.00	1,839.00	4,499.21

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : ปี 2535 Exchange rate 1 US\$ = 25.50 ; ปี 2538 Exchange rate 1 US\$ = 24.89
ปี 2536 Exchange rate 1 US\$ = 25.49 ; ปี 2539 Exchange rate 1 US\$ = 25.32
ปี 2537 Exchange rate 1 US\$ = 25.20 ; ปี 2540 Exchange rate 1 US\$ = 31.32

ตารางที่ 1.3 รายได้จากการท่องเที่ยวปี 2540

ประเทศต้นที่พัก อาศัย	จำนวนผู้มาเยือน	ระยะเวลาพำนัก เฉลี่ย (วัน)	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย		รายได้จากการท่องเที่ยว	
			บาท	\$สหรัฐฯ	ล้านบาท	ล้าน\$ สหรัฐฯ
เอเชียตะวันออก	4,568,837	5.89	4,368.27	139.15	117,341.75	3,746.54
อาเซียน	1,739,015	4.33	4,594.02	146.68	34,576.71	1,103.98
จีน	439,795	8.15	4,538.86	144.92	16,274.97	519.64
ฮ่องกง	472,325	5.86	5,205.10	166.19	14,392.34	459.53
ญี่ปุ่น	965,464	6.68	3,415.13	109.04	22,017.62	702.99
เกาหลี	411,087	5.61	4,887.92	156.06	11,269.69	359.82
ไต้หวัน	448,280	7.43	4,599.73	146.86	15,310.15	488.83
ลาว	28,301	9.63	3,129.46	99.92	852.67	27.22
ยุโรป	1,585,915	13.58	2,614.16	83.47	56,321.01	1,798.24
เยอรมัน	342,329	15.35	2,490.53	79.52	13,087.49	417.86
อังกฤษ	287,664	14.86	2,055.47	65.63	8,784.18	280.47
ฝรั่งเศส	202,643	12.01	3,193.11	101.95	7,773.63	248.20
อิตาลี	104,778	10.45	2,722.18	86.91	2,980.87	95.17
สวีเดน	99,368	14.79	2,416.19	77.15	3,550.39	113.36
สวิตเซอร์แลนด์	97,253	14.14	3,053.18	97.48	4,198.45	134.05
อเมริกา	388,190	10.05	3,247.23	103.68	12,673.76	404.65
แคนาดา	57,336	11.31	2,842.35	90.75	1,843.98	58.88
สหรัฐฯ	311,081	10.00	3,276.43	104.61	10,193.61	325.47
เอเชียใต้	229,571	14.81	4,597.75	146.80	15,629.29	499.02
อินเดีย	135,121	19.05	4,219.57	134.72	10,860.43	346.76
โอเชียเนีย	271,442	9.43	3,044.35	97.20	7,791.09	248.76
ออสเตรเลีย	233,781	9.45	3,076.98	98.24	6,799.53	217.10
นิวซีแลนด์	35,431	9.38	2,774.04	88.57	921.57	29.42
ตะวันออกกลาง	126,427	10.16	5,057.15	161.47	6,498.38	207.48
ซีเรีย	3,829	8.21	4,969.63	158.67	156.27	4.99
อิสราเอล	49,666	10.54	2,982.86	95.24	1,562.19	49.88
ซาอุดีอาระเบีย	8,522	6.47	6,501.55	207.58	358.34	11.44
ยู.เอ.อี.	20,451	9.94	5,762.10	183.98	1,171.30	37.40
แอฟริกา	50,963	9.92	8,902.66	284.25	4,499.21	143.65
แอฟริกาใต้	25,702	7.51	5,771.17	184.26	1,114.51	35.58
รวม	7,221,345	8.33	3,671.87	117.24	220,754.50	7,048.36

ที่มา : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (\$Us 1 = Bht 31.32)

แนวโน้มในการลดลงของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในแต่ละประเทศ เป็นปัจจัยหลักส่วนหนึ่งต่อการเพิ่มขึ้น หรือลดลงในค่าใช้จ่ายดังกล่าว ภาวะการแข่งขันกันด้านราคาในตลาดการท่องเที่ยวซึ่งเป็นไปค่อนข้างรุนแรง มีส่วนทำให้ระดับราคาการท่องเที่ยวในแต่ละประเทศไม่สามารถปรับตัวเพิ่มขึ้นได้มากนัก แต่กลับมีแนวโน้มที่จะลดลง นอกจากนี้โครงสร้างของนักท่องเที่ยวที่เริ่มเปลี่ยนไปเป็นกลุ่มที่มีประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวมากขึ้น ซึ่งจะมีความคุ้นเคยต่อการเดินทางในประเทศไทยและสามารถจะเลือกเดินทางท่องเที่ยวแบบประหยัดมากขึ้น โอกาสในการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยจึงค่อนข้างทำได้ยากขึ้น

จากสถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้น พบว่าแม้ประเทศไทยจะมีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูง มีแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณภาพดึงดูดใจอยู่ทั่วประเทศ แต่จากสถานการณ์ทางการเงินที่ชะลอตัวลงทั่วโลก อันเป็นผลมาจากวิกฤตการณ์ทางการเงินของภูมิภาคเอเชียและลุกลามไปยังภูมิภาคอื่นๆ ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยรวมทั้งค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนลดลงอย่างมาก อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากเกือบทุกภูมิภาคชะลอตัว เป็นผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยลดลง

รัฐบาลไทยและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ตระหนักดีในปรากฏการณ์ดังกล่าวจึงได้หันมาสนใจตลาดภายในประเทศเองมากขึ้น โดยได้ส่งเสริมให้คนไทยลดการเดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศลงและส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น กำหนดให้การท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) เป็นนโยบายเศรษฐกิจสังคมของรัฐ เป็นบริการและสวัสดิการทางสังคมที่รัฐพึงส่งเสริมและจัดให้กับประชาชนเป็นสิทธิมนุษยชนที่รัฐควรสนับสนุน ตามแนวนโยบายด้านการท่องเที่ยวขององค์การสหประชาชาติและเห็นว่าหากได้ดำเนินการการท่องเที่ยวภายในประเทศโดยเหมาะสมจะเป็นรูปแบบหนึ่งของการศึกษาที่ช่วยพัฒนาโลกทัศน์ ภูมิปัญญา เป็นการยกระดับความคิด จิตสำนึก ความรับผิดชอบต่อแผ่นดินเกิด สร้างความภาคภูมิใจ รักหวงแหนในทรัพยากร และสมบัติทางวัฒนธรรมของชาติ (ระพี สาคริก 2530: 9-20; พุทธิตถารมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2538: 2)

นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวภายในประเทศเริ่มปรากฏแน่ชัดตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2525-2529) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 6 (พ.ศ. 2530-2534) และในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ. 2540-2544) โดยมีเป้าหมายให้มีชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวในประเทศเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 3 ต่อปี และปรากฏอยู่ในจุดมุ่งหมายของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวหลายกิจกรรมที่ดำเนินการโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เช่น กิจกรรมปีการท่องเที่ยวไทย ครั้งที่ 1 ใน พ.ศ. 2523 และครั้งที่ 2 ใน พ.ศ. 2530 การจัดกิจกรรมปีศิลปหัตถกรรมใน พ.ศ. 2531-2532 รวมทั้งกิจกรรมปีการท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือ Amazing Thailand 1998-1999 เป็นต้น ในส่วนของนโยบายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยนั้นระบุว่าส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น ก่อให้เกิดรายได้ในประเทศอย่างน้อย 357,050 ล้านบาท (แผนการท่องเที่ยวปี 2541: 49) ทั้งนี้โดยให้ความสำคัญต่อกลุ่มเป้าหมายหลักดังนี้

1. กลุ่มผู้มีรายได้สูงสุด 20% แรกของกรุงเทพฯ และ 5% แรกของเมืองใหญ่ เช่น กลุ่มนักธุรกิจ ผู้บริหาร และกลุ่มวิชาชีพเฉพาะ
2. กลุ่มข้าราชการพนักงานรัฐวิสาหกิจ
3. กลุ่มบ้านานาญ
4. กลุ่มเยาวชนนักศึกษา
5. กลุ่มแรงงาน ลูกจ้าง
6. กลุ่มแม่บ้าน
7. กลุ่มชาวต่างชาติที่พำนักอยู่ในประเทศไทย

เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายดังกล่าว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้กำหนดกลยุทธ์การตลาดในประเทศขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2537 มีการกำหนดกลยุทธ์ขึ้น 10 กลยุทธ์ เป็นต้นว่า จัดโครงการรณรงค์ "ไทยเที่ยวไทย" สนับสนุนให้ธุรกิจท่องเที่ยวจัดเสนอขายรายการนำเที่ยวและบริการในราคาลดพิเศษช่วงนอกฤดูการท่องเที่ยว สนับสนุนและร่วมมือกับธุรกิจภาคเอกชนและหน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ งานเทศกาล งานประเพณี เพื่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวตลอดปี เป็นต้น นอกจากนี้ยังได้กำหนดให้มีกิจกรรมดำเนินงานเพื่อบรรลุซึ่งกลยุทธ์ที่กำหนดขึ้นนั้นโดยจำแนกออกเป็นกิจกรรมการประชาสัมพันธ์ การโฆษณา การเสนอขาย การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์และการดำเนินการกลุ่มการตลาดท่องเที่ยว กิจกรรมต่างๆเหล่านี้ในปี พ.ศ.

2537 ใช้งบประมาณทั้งสิ้น 155.20 ล้านบาท (พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย 2538: 4)

ในปี พ.ศ. 2538 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ตั้งงบประมาณการตลาดท่องเที่ยวภายในประเทศไว้ 214.33 ล้านบาท มีหมวดกิจกรรมที่สำคัญคือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การเสนอขาย การผลิตสื่อทัศนูปกรณ์ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2538 : 36-38)

สำหรับในปี พ.ศ. 2541-2542 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้มีเป้าหมายจากตลาดในประเทศ โดยพัฒนากลยุทธ์การตลาดในประเทศขึ้น 11 กลยุทธ์ ดังนี้คือ (แผนการท่องเที่ยวปี 2541 : 6)

1.การประกาศปีการท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือ Amazing Thailand 1998-1999 เพื่อเสนอการท่องเที่ยวไทยในรูปแบบที่แปลกใหม่และมีสีสันรกว่าที่ผ่านมา และกระตุ้นให้คนไทยสนใจเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

2.สนับสนุนความร่วมมือจากหน่วยงานราชการ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจทั่วไป และประชาชนในท้องถิ่น ในการพัฒนากิจกรรมที่มีอยู่เดิมและสร้างสรรกิจกรรมใหม่ที่ น่าสนใจ ผสมผสานกันเป็นแผนงานเดียวกันตลอดทั้ง 2 ปี

3.เผยแพร่สัญลักษณ์และกิจกรรมการรณรงค์ผ่านสื่อและเครือข่ายของทุกหน่วยงาน โดยเฉพาะสื่อโทรทัศน์ วิทยุและสิ่งพิมพ์ที่เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย

4.เสนอขายสินค้าหลักทางการท่องเที่ยวโดยเน้นการซื้อสินค้า อาหารไทยและผลไม้ไทย โปรแกรมนำเที่ยวพิเศษ (Amazing Thailand Tour Program) และกิจกรรมที่จัดโดยทุกหน่วยงาน ต่างๆอย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกัน

5.จัดโครงการไทยเที่ยวไทยทั้งในกรุงเทพฯและส่วนภูมิภาค เพื่อรณรงค์ให้คนไทยเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวในประเทศต่อเศรษฐกิจและดุลบัญชีเดินสะพัดโดยรวมของประเทศ

6.ประชาสัมพันธ์เพื่อรณรงค์ให้คนไทยเกิดจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างถูกวิธี โดยไม่ส่งผลกระทบต่อทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เกิดความภาคภูมิใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของประเทศ และการเป็นเจ้าของบ้านที่ดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวด้วยอัธยาศัยไมตรี

7.สนับสนุนธุรกิจเอกชนและหน่วยงานของรัฐในท้องถิ่นในการจัดและประชาสัมพันธ์งานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ที่มีความแปลกใหม่และน่าสนใจเป็นพิเศษในทุกภูมิภาค เพื่อกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวและช่วงเวลาการเดินทางตลอดปี

8.ประสานงานกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการออกกฎระเบียบให้หน่วยราชการ บริษัท ห้างร้าน ได้รับสิทธิพิเศษจากการจัดประชุมสัมมนาในต่างจังหวัด เพื่อจูงใจให้มีการกระจายการเดินทางไปยังส่วนภูมิภาค

9.เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวทางรถยนต์และการท่องเที่ยวแบบครอบครัว เพื่อจูงใจให้มีการเดินทางท่องเที่ยวดังกล่าวมากขึ้น

10. สนับสนุนสถานศึกษาให้มีการเรียนและการจัดกิจกรรมนอกหลักสูตรในด้านการท่องเที่ยว เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไปยังเยาวชนและนักเรียน และให้เป็นผู้เผยแพร่ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่น ๆ อีกต่อไป

11. ร่วมมือกับหน่วยงานและองค์กรในพื้นที่ ในการให้ความรู้และกระตุ้นให้คนในท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการส่งเสริมให้คนไทยท่องเที่ยวในประเทศ และมีส่วนได้รับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงความพร้อมและความแตกต่างของแต่ละท้องถิ่นเป็นสำคัญ

จากที่กล่าวมาแล้วข้างต้นจะพบว่า นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น ได้หันมาให้ความสนใจตลาดภายในประเทศมากขึ้น โดยพยายามส่งเสริมให้คนไทยเดินทางออกนอกประเทศลดลงและหันมาเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศแทน เพื่อเป็นการป้องกันการไหลออกของเงินตราต่างประเทศ ลดการขาดดุลการชำระเงินของประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายหลักที่ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยต้องการจะส่งเสริมคือ กลุ่มผู้มีรายได้ระดับกลางถึงค่อนข้างสูง บุคคลเหล่านี้จะเป็นผู้มีกำลังซื้อสูง โดยส่วนใหญ่จะเป็นผู้ที่อาศัยอยู่ในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล และตามจังหวัดหลักๆ ของไทย

เพื่อให้บรรลุผลตามนโยบายส่งเสริมให้ชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จึงควรได้มีการส่งเสริมการวิจัย ตลอดจนการประเมินผล รวมทั้งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลสถิติต่างๆ อันเป็นตัวชี้วัด (Criteria measures) ให้ได้ทราบถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นระยะๆ โดยต่อเนื่อง โดยในงานวิจัยฉบับนี้จะเป็นการศึกษาวิจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย การศึกษาด้านอุปสงค์นี้เป็นเรื่องสำคัญที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายจะต้องศึกษาและทำความเข้าใจ ข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ในการสร้าง-จัด-หาสินค้าและบริการมาตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม และเป็นประโยชน์ในการวางนโยบายมาตรการและแผนปฏิบัติการด้านการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวของประชากรภายในประเทศที่ตรงตามความเป็นจริง เชื่อถือได้และตรงตามสภาพการณ์ของการท่องเที่ยวที่เป็นมา ดำรงอยู่ และจะเปลี่ยนแปลงไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และระดับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานคร ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดอุปสงค์

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ย

1.3 สมมุติฐานการศึกษา

การศึกษานี้ต้องการจะทดสอบสมมุติฐานที่ว่า

สมมุติฐาน : อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ถูกกำหนดจากปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจ เช่น รายได้ อาชีพ ปัจจัยทางด้านสังคม เช่น เพศ อายุ การศึกษา ภูมิภาคจุดหมาย และปัจจัยอื่นๆ เช่น ฤดูกาล ประเภทพาหนะ รูปแบบการเดินทาง เป็นต้น

1.4 นิยามศัพท์

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปใช้บริการ ซื้อสินค้ายังสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (Average Expenditure) หมายถึง ระดับการใช้จ่ายซื้อบริการของการท่องเที่ยว โดยมีองค์ประกอบเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก การเดินทาง อาหาร บันเทิง และการจับจ่ายซื้อของที่ระลึก ฯลฯ เพื่อให้ได้รับความพอใจระดับหนึ่งที่กำหนด

นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ หมายถึง คนไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่มีถิ่นพำนักอาศัยถาวรอยู่ในราชอาณาจักรไทยมาแล้วไม่ต่ำกว่า 1 ปี และมีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร

การท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง การเดินทางไปยังจังหวัดอื่นๆ (นอกเขตกรุงเทพฯ) ของบุคคลที่อยู่ในเขตกรุงเทพฯมาแล้วอย่างน้อย 1 ปี โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ประชุมหรือสัมมนา ทักษะศึกษา เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา หรือประกอบธุรกิจใดๆเพียงชั่วคราว (มิใช่การไปทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ที่จังหวัดที่เดินทางไป) และต้องพักค้างคืนอยู่ในจังหวัดนั้นๆอย่างน้อย 1 คืน (หากเป็นการเดินทางไปกลับในวันเดียวจะเรียกว่า "ทัศนจร") แต่ไม่เกิน 60 วัน

การท่องเที่ยวในรอบปี พ.ศ. 2541 หมายถึง การเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์ดังกล่าวข้างต้นที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาตั้งแต่ 1 มกราคม 2541 - 31 ธันวาคม 2541

ที่พักแรม หมายถึง สถานที่ที่นักท่องเที่ยวใช้พักระหว่างเดินทาง ซึ่งอาจจำแนกเป็นประเภทต่างๆตามลักษณะการใช้

- โรงแรม หมายถึง ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักเดินทางและเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง
- เกสต์เฮาส์ หมายถึง บ้านที่ดัดแปลงหรือสร้างขึ้นและแบ่งห้องเป็นที่พักแรมโดยเก็บค่าเช่า
- บังกาโล หมายถึง ที่พักแรมที่กลุ่มบุคคลหรือสถาบันจัดไว้เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเก็บค่าเช่า
- รีสอร์ท หมายถึง ที่พักที่มีลักษณะห้องพักเป็นหลังๆ มีบริเวณแวดล้อมด้วยธรรมชาติ

- บ้านรับรอง หมายถึง ที่พักหน่วยราชการ บริษัท หรือเอกชนจัดไว้เพื่อใช้รับรองหรือพักผ่อน โดยไม่เก็บค่าเช่า
- บ้านญาติหรือบ้านเพื่อน หมายถึง บ้านญาติมิตรของนักท่องเที่ยวที่จัดให้เป็นที่พักแรม โดยไม่เก็บค่าเช่า

รถโดยสารประจำทาง หมายถึง รถที่ใช้ขนส่งผู้โดยสารตามเส้นทางที่กำหนดค่าบริการเป็นรายบุคคลและมีที่นั่งเกินกว่า 7 คนขึ้นไป ทั้งที่มีและไม่มีเครื่องปรับอากาศ

รถยนต์ส่วนบุคคล หมายถึง รถยนต์ส่วนตัวของนักเดินทาง หรือรถยนต์ของหน่วยราชการ หรือเอกชนที่นักเดินทางใช้โดยไม่มีอัตราค่าบริการ มีขนาดและลักษณะใดก็ได้

ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย หมายถึง ระยะเวลาที่นักท่องเที่ยวคนหนึ่งๆ ใช้ท่องเที่ยว ณ สถานที่หนึ่งในการเดินทางแต่ละครั้ง โดยนับเป็นวันที่ค้างคืน

1.5 ขอบเขตการศึกษา

1. การศึกษานี้จะศึกษาถึงนักท่องเที่ยวเฉพาะชาวกรุงเทพมหานคร โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะทั่ว ๆ ไป ดังต่อไปนี้
 - 1.1 ภูมิภาคจุดมุ่งหมายของการเดินทาง
 - 1.2 วัตถุประสงค์หลักของการเดินทาง
 - 1.3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้ง และระยะเวลาพักโดยเฉลี่ย
 - 1.4 รูปแบบที่พักและพาหนะ
 - 1.5 ระดับรายได้ อาชีพ อายุ เพศ การศึกษา และสถานภาพสมรส
2. รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางในประเทศที่สนใจในการศึกษานี้ จะรวมทั้งที่เดินทางด้วยตนเองและเดินทางไปกับบริษัทท่องเที่ยว โดยเป็นการเดินทางในรอบปี 2541 (1 มกราคม 2541 - 31 ธันวาคม 2541)

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เพื่อทราบถึงลักษณะโดยทั่ว ๆ ไปของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ปัจจุบันที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

2. เป็นข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจลงทุนด้านธุรกิจการท่องเที่ยวสำหรับนักลงทุนที่สนใจจะพัฒนาหรือดำเนินธุรกิจของตนในด้านนี้

3. นำการศึกษาไปใช้ในการวางแผนนโยบายการส่งเสริมและปรับปรุงการท่องเที่ยวของไทย ให้สามารถสร้าง-จัด-หาสินค้าและบริการมาตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาท่องเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น

บทที่ 2

แนวความคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิด และ ทฤษฎี

อุปสงค์การท่องเที่ยว¹

จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์โดยทั่วไป อุปสงค์² หมายถึง ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้บริโภค (want) ร่วมกับความสามารถในการสนองความต้องการดังกล่าวหรืออำนาจซื้อ (purchasing power) ในการศึกษาอุปสงค์ที่ผู้บริโภคมีต่อสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่ง จึงมีปัจจัยต่างๆเข้ามาเกี่ยวข้องมากมาย เช่น ราคาของสินค้าที่ผู้บริโภคทำการซื้ออยู่ รายได้ของผู้บริโภค ราคาของสินค้าที่เกี่ยวข้อง รสนิยมของผู้บริโภค การคาดคะเนรายได้ในอนาคต และอื่นๆ โดยทั่วไปเมื่อจะทำการศึกษาในเรื่องอุปสงค์ มักจะเลือกหยิบเอาปัจจัยเพียงบางตัว ที่เห็นว่ามีส่วนต่อปริมาณซื้อของผู้บริโภคอย่างมากเข้ามาพิจารณา และกำหนดให้ปัจจัยตัวอื่นๆคงที่ เช่น อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) และอุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น (Cross Demand)

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (elasticity of demand) คือ ค่าที่ใช้วัดเปอร์เซ็นต์(หรืออัตรา) การเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่จะมีผู้ต้องการซื้อ ณ ขณะใดขณะหนึ่ง ต่อเปอร์เซ็นต์ (หรืออัตรา)การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรอื่นๆที่เป็นตัวกำหนดปริมาณซื้อนั้นๆ

ลักษณะของอุปสงค์ตามที่กล่าวมานี้จะใช้ได้กับลักษณะสินค้าทั่วไปเท่านั้น ส่วนในเรื่องของการท่องเที่ยวไม่ได้มีลักษณะเป็นปกติธรรมดาแบบนี้ เพราะจะมีปัจจัยต่างๆอย่างหลายประการที่เข้ามาเกี่ยวข้องในการทำให้ผู้บริโภคหรือผู้ซื้อหรือนักท่องเที่ยวเดินทางไปเยือนแหล่งท่องเที่ยวแห่งใดแห่งหนึ่ง ทั้งนี้เพราะนักท่องเที่ยวที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้นั้นจะต้องเป็นผู้ที่มี

¹ Alister Mathieson and Geoffrey Wall. *Tourism Economic, Physical and Social Impacts*. Longman.

² นราทิพย์ ชุตินวงศ์. "ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค" คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย : 2539.

เวลาว่าง มีรายได้เพียงพอ และมีความตั้งใจที่จะเดินทางท่องเที่ยวด้วย อีกทั้งยังมีปัจจัยอื่นๆ อีกหลายประการที่เป็นตัวกำหนด

Alister Mathieson และ Geoffrey Wall ได้จำแนกลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวไว้เป็น 3 ประเภทด้วยกันคือ

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual Demand)

หมายถึงจำนวนประชากรหรือผู้ที่เดินทางไปท่องเที่ยว ณ จุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยวได้จริง เป็นอุปสงค์ที่มีความครบถ้วนตามความหมายของอุปสงค์ คือมีความต้องการ มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดไว้ในขณะนั้น

2. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential Demand)

ได้แก่ จำนวนประชากรหรือนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มที่จะเดินทางโดยมีองค์ประกอบของอุปสงค์ด้านความต้องการแล้ว แต่ยังขาดองค์ประกอบด้านการเงิน เวลาและหรือการจัดการเพื่อการเดินทาง อุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพอาจเปลี่ยนเป็นอุปสงค์ที่แท้จริงได้ หากระบบการตลาดให้ความสำคัญและเข้ามาแก้ปัญหาเรื่องของการให้เครดิต การจัดการอำนวยความสะดวกในการเดินทาง

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวที่อาจคล้อยตามได้ (Deferred Demand)

เป็นอุปสงค์ที่อาจกลายเป็นอุปสงค์ชนิดที่ 1 และชนิดที่ 2 ได้ ภายใต้สมมติฐานว่ามนุษย์มีความต้องการที่จะเดินทางท่องเที่ยวอยู่ อุปสงค์ประเภทที่สามนี้จะ เป็นอุปสงค์ที่ยังไม่มีความรู้และความต้องการที่จะเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางที่ใดที่หนึ่ง เนื่องจากไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว นั้น รวมทั้งบางครั้งขาดปัจจัยสนับสนุนให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพด้วย(เงิน-เวลา-การจัดการ) อุปสงค์ชนิดนี้หากใช้ระบบช่องทางการขาย การโฆษณาให้ถูกต้อง แล้วจะกระตุ้นให้กลายเป็นอุปสงค์การท่องเที่ยวที่มีศักยภาพได้ไม่ยาก

ในการศึกษาครั้งนี้จะใช้นิยามของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริง โดยจะกำหนดให้อุปสงค์การท่องเที่ยวที่แท้จริงนี้ขึ้นอยู่กับค่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่างๆหลายตัวแปร ซับซ้อนกว่าอุปสงค์ในสินค้าธรรมดาอื่นๆมาก ตัวแปรต่างๆมีทั้งสามารถประเมินค่าออกมาเป็นตัวเลขได้ เช่นรายได้

อายุ และขนาดของครอบครัว และไม่สามารถประเมินค่าออกเป็นตัวเลขได้ เช่น เพศ การศึกษา อาชีพ รูปแบบการเดินทาง และฤดูกาล เป็นต้น

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว (High Elasticity)

หมายถึงลักษณะความยืดหยุ่นของปริมาณความต้องการที่อาจเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็วและมีขนาดกว้าง โดยลักษณะนี้อาจเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างระดับราคา หรือภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจของการตลาด ทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงความต้องการซื้อสินค้าและบริการ

ในการศึกษาครั้งนี้ การคำนวณค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อตัวแปรใดตัวแปรหนึ่ง คือ การหาเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของค่าความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว เมื่อตัวแปรตัวที่สนใจเปลี่ยนไป 1 เปอร์เซ็นต์ โดยกำหนดว่าตัวแปรอื่น ๆ มีค่าคงที่ที่ระดับค่าเฉลี่ยของตัวแปรนั้นๆ

โดยทั่วไปอุปสงค์การท่องเที่ยวจะมีลักษณะยืดหยุ่นสูง เนื่องจาก

1. ความสามารถทดแทนได้ของสินค้าอื่น หรือแม้แต่สินค้าการท่องเที่ยวชนิดเดียวกันต่อตัวสินค้าการท่องเที่ยว (The Possibility to be substituted) หากสินค้าการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ไม่สามารถหาสินค้าอื่นทดแทนได้แล้ว ผู้บริโภคก็จะต้องบริโภคสินค้าการท่องเที่ยวโดยไม่มีสิทธิเลือก แต่ในข้อเท็จจริงแล้ว สินค้าและบริการการท่องเที่ยวเป็นสินค้าและบริการไร้รูป (Intangible goods) ตัวสินค้าจะอยู่ในรูปของ ความรู้สึก ความพึงพอใจ ความสนุกสนานตื่นเต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะสามารถหาได้จากสินค้าชนิดอื่น

2. ขนาดของความจำเป็นที่จะแข่งขันกับสินค้าตัวอื่น ถึงแม้ว่าความต้องการที่จะอุปโภคบริโภคสินค้าและบริการการท่องเที่ยวในปัจจุบันจะมีแนวโน้มที่จะเป็นที่ต้องการมากขึ้น เนื่องจากสภาพของสิ่งแวดล้อมมีบีบบังคับ แต่สินค้าและบริการนี้ยังไม่อาจจัดเป็นสินค้าและบริการที่จำเป็น เช่นสินค้าอุปโภคบริโภคอื่น ๆ ดังนั้นสินค้าและบริการการท่องเที่ยวจึงอยู่ในภาวะที่ไม่สามารถแข่งขันกับสินค้าตัวอื่นได้ นักท่องเที่ยวที่จะใช้เงินเพื่อการท่องเที่ยวอาจเปลี่ยนใจไม่เดินทาง หากมีความจำเป็นที่ต้องใช้เงินด้านอื่น

3. การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจซึ่งเกิดจากความผันผวนทำให้รายรับรายจ่ายเปลี่ยนไปส่งผลกระทบต่อการขยายหรือหดตัวของอุปสงค์ หรือส่งผลให้ความต้องการซื้อเปลี่ยนตามไปด้วย

โดยเฉพาะในภาวะที่ราคาสินค้าเพิ่มขึ้นเป็นผลทำให้ค่าของเงินลดลง รายการค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเป็นรายการแรกที่จะถูกตัดทอน หรือในทางตรงกันข้าม เมื่อคนมีรายได้มากขึ้น อุปสงค์การท่องเที่ยวก็อาจขยายออกได้มากเช่นกัน

4. ความต้องการเดินทางขึ้นอยู่กับสมมติฐาน จำนวนผู้เดินทางไปยังแต่ละจุดหมาย แต่สถานะที่อาจเพิ่มหรือลดลงอย่างมาก ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าสถานที่นั้นๆ อยู่ในสมมติฐานของผู้คนในยุคนั้นมากน้อยเพียงใด

อย่างไรก็ตาม สาเหตุของความยืดหยุ่นทั้ง 4 ประการ อาจก่อให้เกิดความยืดหยุ่นในอุปสงค์เป็นสองลักษณะด้วยกันคือ การลดลงของอุปสงค์เชิงคุณภาพ แต่อุปสงค์เชิงปริมาณเท่าเดิม หรือมากขึ้น เช่น เปลี่ยนจากไปเที่ยวต่างประเทศปีละครั้ง เป็นไปเที่ยวในประเทศปีละหลายครั้ง หรือเปลี่ยนจากการเดินทางโดยสารเครื่องบินเป็นการเดินทางโดยรถไฟ ส่วนอีกลักษณะนั้นคือการลดอุปสงค์ทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ซึ่งทั้งสองลักษณะจะส่งผลต่อความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่างกันไป

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ผ่านมา ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาทางด้านอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ หรือพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยในอนาคต ซึ่งจะนำเสนอได้พอเป็นสังเขป โดยสามารถแยกเป็น 3 ส่วนด้วยกัน คือ ส่วนที่หนึ่ง เป็นการศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยจะศึกษาโครงสร้างของอุปสงค์ และปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว หรือจำนวนนักท่องเที่ยว ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ และใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ โดยอาศัยสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ส่วนที่สอง เป็นการศึกษาเพื่อประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ตลอดจนพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต และส่วนที่สาม เป็นการศึกษาถึงปัจจัยกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา จะเป็นข้อมูลปฐมภูมิ และใช้สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์

2.2.1 การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว

มีผลงานการศึกษาของ จุฑาทพร สุรเชษฐคมสัน³ ทำการศึกษาเรื่องอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต โดยทำการศึกษาวិเคราะห์เชิงปริมาณหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับอุปสงค์ หรือจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งจำแนกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 10 สัญชาติ ผลการวิเคราะห์พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตขึ้นอยู่กับตัวแปรที่มีระดับนัยสำคัญ คือจำนวนห้องพักของโรงแรมทั้งหมดในจังหวัดภูเก็ต จำนวนเที่ยวบินที่เสนอบริการ ณ ท่าอากาศยานสากลจังหวัดภูเก็ต จำนวนเที่ยวบริการของรถโดยสารระหว่างจังหวัด ณ สถานีขนส่งจังหวัดภูเก็ต และตัวแปรหุ่นที่แสดงเหตุการณ์พิเศษในปีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยผันแปรต่างๆ เป็นไปในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ยกเว้นจำนวนเที่ยวบริการของรถโดยสารระหว่างจังหวัด ณ สถานีขนส่งจังหวัด ซึ่งปัจจัยผันแปรต่างๆ ดังกล่าวมีความเหมาะสมที่จะใช้อธิบายจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดได้ร้อยละ 97.67 บังอรรัตน์ ไรจน์วรรณสินธุ์ ลัดดาวัลย์ บุญประกอบ และสุพจน์ จังศิริพรปกรณ์⁴ ศึกษาเรื่องผลของการปรับค่าเงินบาทต่อการท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์ผลของการปรับค่าเงินบาทที่มีต่อจำนวนและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยซึ่งมีผลต่อรายรับจากการท่องเที่ยว และของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางไปต่างประเทศซึ่งมีผลต่อรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า การลดค่าเงินบาทมีผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและรายได้จากการท่องเที่ยวในหน่วยของเงินดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น โดยมีค่าความยืดหยุ่นสูงต่อการเปลี่ยนแปลงอัตราแลกเปลี่ยนเงินตรา สำหรับผลของการลดค่าเงินบาทต่อการเดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศของคนไทยนั้น ผลที่ได้รับคือ เมื่อมีการลดค่าเงินบาทจะทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปต่างประเทศลดลง และยังมีผลทำให้การใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในต่างประเทศของคนไทยในหน่วยเงินดอลลาร์สหรัฐฯ ลดลงด้วย ส่งผลให้ประเทศได้รับรายรับสุทธิจากการท่องเที่ยว

³ จุฑาทพร สุรเชษฐคมสัน , "การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต"(วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,2532)

⁴ บังอรรัตน์ ไรจน์วรรณสินธุ์ , ลัดดาวัลย์ บุญประกอบ และสุพจน์ จังศิริพรปกรณ์ , "ผลของการปรับค่าเงินบาทต่อการท่องเที่ยว," จุลสารการท่องเที่ยว 5(มกราคม 2529) : 34-49

เที่ยวสูงขึ้น วีระพล วงษ์ประเสริฐ⁵ ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์เพื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยศึกษาจากประเทศที่เป็นตลาดสำคัญของการท่องเที่ยวไทยรวมทั้งสิ้น 13 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ เยอรมนีตะวันตก สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส อิตาลี และอินเดีย พบว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยขึ้นอยู่กับอัตราส่วนราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภค ของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของไทย ตัวแปรหุ่นที่แสดงการส่งเสริมการท่องเที่ยว และตัวแปรหุ่นที่แสดงวิกฤตการณ์ทางการเมือง โดยจะมีค่าประมาณสัมประสิทธิ์ปัจจัยผันแปรอิสระแตกต่างกันไปตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษาทางด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยพบว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว คือ อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของไทย โดยจะมีค่าประมาณสัมประสิทธิ์ปัจจัยผันแปรอิสระแตกต่างกันไปตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว

Bang-omrat Rojwannasin⁶ ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ นักท่องเที่ยวจากอเมริกาเหนือ ยุโรป ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์ ญี่ปุ่น อาเซียน ตะวันออกกลาง และอื่นๆ ตัวแปรที่ใช้คือ รายได้ต่อหัวของประเทศแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินระหว่างเงินสกุลของนักท่องเที่ยวกับเงินบาท ระดับราคาสินค้าบริการในประเทศไทยเทียบกับ

⁵วีระพล วงษ์ประเสริฐ , "การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย" (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2536)

⁶Bang-omrat Rojwannasin, "Determinants of International Tourist Flows to Thailand" (Master of Economics , Faculty of Economics , Thammasat University , 1982).

ประเทศแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว ระดับราคาน้ำมัน จำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมา ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลอนุกรมเวลาในช่วง พ.ศ. 2506-2523 ผลการศึกษาพบว่า เมื่อรายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นจะเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้น ระดับราคาเป็นปัจจัยที่ไม่มีความสำคัญสำหรับอัตราแลกเปลี่ยนจะเป็นปัจจัยสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่มเท่านั้น คือ กลุ่มประเทศออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ และประเทศญี่ปุ่น ทางด้านต้นทุนการขนส่งซึ่งแทนด้วยระดับราคาน้ำมันนั้น เป็นปัจจัยที่สำคัญสำหรับกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง นอกจากนี้ปัจจัยที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งที่มีผลต่อการเดินทางมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวคือ ความไม่มีเสถียรภาพทางการเมือง นอกจากนี้ Bechdolt⁷ ได้ทำการวิเคราะห์ความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากรัฐต่างๆในสหรัฐอเมริกาไปยังรัฐฮาวายในแต่ละปีระหว่างปี 1961-1970 ในแบบจำลองจะพิจารณาเป็น 2 แบบ คือพิจารณาในรูปแบบ Total Demand และ Per Capita Demand ในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา พบว่าตัวแปรที่มีความสำคัญในการอธิบายความต้องการในการเดินทางไปรัฐฮาวาย ได้แก่ รายได้ส่วนบุคคล รายได้ต่อหัว และค่าใช้จ่ายในการเดินทางซึ่งในงานวิจัยนี้ใช้ค่าตัวเครื่องบินจากรัฐที่เดินทางมายังฮาวาย

จากการศึกษาในด้านนี้ที่ผ่านมา พบว่าวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาต้องการดูอิทธิพลของปัจจัยที่มีส่วนกำหนดการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ หรืออุปสงค์การท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศ โดยวิธีการศึกษาส่วนใหญ่ใช้แบบจำลอง Multiple Regression Analysis ในการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เช่นเดียวกัน จะแตกต่างกันที่ตัวแปรอิสระที่ใช้เป็นปัจจัยกำหนดอุปสงค์การเดินทางและขอบเขตการศึกษา แต่ผลการศึกษา ก็จะเป็นไปในแนวทางเดียวกัน คือสามารถบอกปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีนัยสำคัญ

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

⁷ B.V. Bechdolt, "Cross-Sectional Travel Demand Function : U.S. Visitors to Hawaii, 1961-1970,

^{*} The Quarterly Review of Economics and Business, Vol.13, Part 4, Winter 1973, pp.37-44.

2.2.2 การศึกษาการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยว

มีผลการศึกษาของ **นฤมล สนธิถาวร**^๘ โดยศึกษาเรื่องการประมาณปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุยในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 (พ.ศ.2535-2539) โดยมีสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เป็นเครื่องมือในการสร้างแบบจำลองศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ในการเดินทางท่องเที่ยวเกาะสมุยของนักท่องเที่ยว ผลการวิเคราะห์พบว่าไม่มีสมการใดที่ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระทุกตัวสามารถอธิบายการผันแปรของอุปสงค์การท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ได้หมด สำหรับตัวแปรที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการเดินทางมาเที่ยวเกาะสมุยของทุกสัญชาติมากที่สุด คือ รายได้ที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยว ตัวแปรที่มีความสำคัญรองลงมา คือ นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย และตัวแปรสุดท้ายที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ในการท่องเที่ยวที่เกาะสมุยของนักท่องเที่ยว คือ จำนวนประชากรของประเทศสหรัฐ เดนมาร์ก และเยอรมัน โดยตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับอุปสงค์การท่องเที่ยวที่เกาะสมุยในทิศทางเดียวกัน

สำหรับการประมาณปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุยในช่วงแผนฉบับที่ 7 ทั้ง 3 วิธี คือสมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression) เทคนิค Pooling cross-section and time-series data และ Shift and share model ปรากฏว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่ได้จากการประมาณการด้วยวิธี Pooling มีจำนวนนักท่องเที่ยวน้อยที่สุดในขณะที่วิธี Shift and share model ประมาณการได้จำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุด นอกจากนี้ในการคัดเลือกเพื่อหาแบบจำลองที่ดีที่สุด ทำได้จากการพิจารณาจากค่า Root Mean Square Error (RMSE) และ Mean Percent Error (MPE) ของแบบจำลองทั้งสาม ผลการวิเคราะห์พบว่าแบบจำลองวิธีการสมการถดถอยเชิงพหุมีค่า RMSE และ MPE น้อยที่สุด ดังนั้นในการศึกษานี้จึงเลือกวิธีนี้ไปใช้ในการประมาณการปริมาณนักท่องเที่ยวในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 นอกจากนี้แล้ว **สุจินต์พร จินตนา**^๙ ได้ศึกษาเรื่องการประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยศึกษาถึงปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์หรือจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศที่เป็นตลาดหลักทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย และศึกษาถึงอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวและ

^๘ นฤมล สนธิถาวร, "การประมาณการปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จ.สุราษฎร์ธานี ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7" (วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2534)

^๙ สุจินต์พร จินตนา, "การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย" (วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2538)

รายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ใช้เครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่า Multiple Regression Analysis มาวัดผลกระทบของปัจจัยต่างๆ และใช้การวิเคราะห์ Time trend มาทำการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวที่สำคัญ 4 ประเทศ คือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เยอรมัน และอังกฤษ โดยใช้ข้อมูลและตัวแปรที่เป็นข้อมูลทุติยภูมิ แบบอนุกรมเวลา ระหว่างปี พ.ศ. 2528 – 2537 ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยอิสระค่าห้องพักของโรงแรมระดับ 4 ดาว มีทิศทางความสัมพันธ์แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับสัญชาตินักท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราเปรียบเทียบกับอัตราค่าเงินบาทไทยของประเทศไทยนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจากทั้ง 4 ประเทศ สำหรับการวิเคราะห์อัตราค่าเงินบาทไทยของนักท่องเที่ยวและอัตราค่าเงินบาทไทยของรายได้จากการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศพบว่า อัตราค่าเงินบาทไทยของจำนวนนักท่องเที่ยวมากที่สุดเรียงตามสัญชาตินักท่องเที่ยวตามลำดับ คือ นักท่องเที่ยวประเทศเยอรมัน อังกฤษ ญี่ปุ่น และมาเลเซีย และอัตราค่าเงินบาทไทยของรายได้จากการท่องเที่ยวที่มาจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศตามลำดับ คือ รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น เยอรมัน อังกฤษ และมาเลเซีย

2.2.3 การศึกษาปัจจัยกำหนดพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

มีผลงานการศึกษาของ ศรัณยา ศรีรัตน์¹⁰ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่ายและระยะเวลาพักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ การศึกษานี้ต้องการหาปัจจัยที่มีผลกำหนดค่าใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยได้ทำการทดสอบสมมติฐานว่า รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เพศ อายุ สัญชาติ จุดประสงค์ที่มา อาชีพ และต้นทุนต่อหน่วยในหมวดสำคัญๆ ทั้ง 5 หมวด ได้แก่ ต้นทุนค่าที่พัก ต้นทุนค่าอาหารและเครื่องดื่ม ต้นทุนค่าเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ต้นทุนค่าใช้จ่ายบันเทิง และต้นทุนค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญหรือไม่เพียงใด พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ของนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีรายได้มากกว่า US\$ 10,000 ต่อปี สัญชาตินักท่องเที่ยวจากกลุ่มอเมริกาเหนือ และวัตถุประสงค์ที่มาซึ่งปัจจัยเหล่านี้มีผลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในทางบวก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้แก่ สัญชาติของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชีย

¹⁰ ศรัณยา ศรีรัตน์ , "การศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่าย และระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ," (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534)

และแปซิฟิก อาชีพของนักท่องเที่ยวที่เป็นพนักงานเอกชนและแม่บ้าน วัตถุประสงค์ที่มา ดันทุน ต่อหน่วยในหมวดค่าที่พัก และดันทุนต่อหน่วยในหมวดค่าซื้อสินค้าที่ระลึก โดยที่ถ้าปัจจัยเหล่านี้เปลี่ยนแปลงไปจะมีผลให้ระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปด้วย

ในการศึกษาครั้งนี้จะแตกต่างจากการศึกษาที่กล่าวมาข้างต้น เนื่องจากในการศึกษา ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ผ่านมา ส่วนใหญ่จะใช้เฉพาะตัวแปรทาง เศรษฐกิจในการศึกษา เช่น ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของประเทศนักท่องเที่ยว อัตรา แลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ ระดับราคาสินค้าและบริการในประเทศไทยกับประเทศแหล่ง ที่มาของนักท่องเที่ยว เป็นต้น และข้อมูลที่ใช้ส่วนมากใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา (Time-series) แต่ใน การศึกษาครั้งนี้จะใช้ตัวแปรทั้งทางด้านเศรษฐกิจและด้านสังคม ได้แก่ รายได้ เพศ อายุ การ ศึกษา อาชีพ เป็นต้น ซึ่งจะได้จากการออกแบบสอบถามและข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-Section) ทำให้ได้ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษามากขึ้น ส่งผลให้ผลการศึกษาน่าเชื่อถือและ ครอบคลุมได้มากขึ้น โดยในการศึกษานี้ได้เพิ่มการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลกำหนดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวหรืออุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย แล้วใช้ Binary-choice models ที่เรียกว่าแบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) อันเป็นรูปหนึ่งของแบบจำลองที่ใช้ วิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ส่วนขอบเขตการศึกษานี้จะศึกษานัก ท่องเที่ยวชาวไทย (กรณีนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร) ที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ไทย ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาที่ผ่านมา ที่มุ่งเน้นศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางท่องเที่ยวใน ประเทศไทย ผลที่ได้จากการศึกษานี้จะสามารถนำไปวางแผนส่งเสริมการท่องเที่ยว ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทที่ 3

แนวการวิเคราะห์

การศึกษาถึงปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวกรุงเทพมหานครนั้น จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยกับปัจจัยต่างๆ ตลอดจนจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวไทยตามลำดับนัยสำคัญ มีขั้นตอนการดำเนินการ แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ ได้แก่

ข้อมูลปฐมภูมิ ได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะทั่วไปทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ประชากรของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ตลอดจนปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีแนวคำถามย่อยดังนี้

1. ภูมิหลังทางเศรษฐกิจ สังคม ประชากร ของชาวกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

2. ลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวและลักษณะการใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ได้แก่ ภูมิภาคจุดหมายปลายทาง จำนวนครั้ง จำนวนวันพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว ฤดูกาล ประเภทพาหนะ เป็นต้น

ข้อมูลปฐมภูมิที่ใช้ในการศึกษาจะได้อมาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร โดยใช้แบบสอบถาม (ดูรายละเอียดในภาคผนวก ก.) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ซึ่งจะเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร เนื่องจากว่าจำนวนนัก

ท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศมีจำนวนมากในแต่ละปี ดังนั้นผู้วิจัยจึงไม่สามารถหาประชากรได้ทั้งหมด จึงต้องใช้วิธีสุ่มตัวอย่าง และจากข้อจำกัดด้านเวลาและจำนวนงบประมาณ ในการศึกษาคั้งนี้จะใช้จำนวนตัวอย่างทั้งหมดประมาณ 372 คน

อย่างไรก็ดี ในการเลือกสิ่งตัวอย่างเพื่อการสำรวจโดยทั่วไปแม้จะมีหลักการเลือกแบบทราบบค่าความน่าจะเป็นโดยมีพื้นฐานอยู่ที่การเลือกเชิงสุ่ม (random sampling) แต่ในกรณีนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณดังที่กล่าวมาแล้ว จึงไม่สามารถใช้วิธีดังกล่าวได้ทุกขั้นตอน ดังนั้นในการศึกษานี้จะใช้การเลือกสิ่งตัวอย่างแบบไม่ทราบบค่าความน่าจะเป็น เป็นการเลือกที่ถือว่ามิใช่การเลือกเชิงสุ่ม (non-random sampling) ซึ่งอาจจะทำให้ค่าที่ประมาณได้มีความเอนเอียงและมีโอกาสเสี่ยงต่อการผิดพลาดมากขึ้นบ้าง โดยจะเลือกสัมภาษณ์บุคคลตามห้างสรรพสินค้าภายในกรุงเทพมหานคร ดังนี้

-ห้างสรรพสินค้า The Mall สาขาบางกะปิ	50 ตัวอย่าง
-ห้างสรรพสินค้า The Mall สาขารามคำแหง	50 ตัวอย่าง
-ห้างสรรพสินค้า Fashion Island รามอินทรา	50 ตัวอย่าง
-ห้างสรรพสินค้า Central สาขาลาดพร้าว	100 ตัวอย่าง
-ห้างสรรพสินค้า Central สาขาปิ่นเกล้า	50 ตัวอย่าง
-ห้างสรรพสินค้ามาบุญครองเซ็นเตอร์	100 ตัวอย่าง

ข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ ข้อมูลต่างๆที่จำเป็นทั้งในอดีตและปัจจุบัน ซึ่งรวบรวมได้จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักตรวจคนเข้าเมือง และหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.1 การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

ในการศึกษานี้ต้องการหาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ โดยประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ของสมการปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีภูมิลำเนาในกรุงเทพฯ โดยจะใช้ Binary-choice models อันเป็นรูปแบบจำลองที่ใช้

วิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ (Models of qualitative choice) เมื่อต้องเผชิญกับการตัดสินใจเลือกในทางเลือก 2 ทาง หรือตัวแปรตามมีลักษณะเป็นตัวแปรตมที่มีค่าเป็น 1 หรือ 0 ผลจากการศึกษาจะให้ค่าความน่าจะเป็นของการเลือกตัดสินใจในทางเลือกหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับอีกทางเลือกหนึ่ง และใช้การประมาณค่าพารามิเตอร์โดยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation)

ในการศึกษานี้บุคคลจะต้องเผชิญกับ 2 ทางเลือก คือ การตัดสินใจท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว โดยสมมติให้ความน่าจะเป็นของการตัดสินใจท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว มีรูปแบบเท่ากับความถึสะสมของการแจกแจงแบบโลจิสติก ซึ่งเป็น specified model ของ Binary-choice models ที่เรียกว่าแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) แสดงรายละเอียดต่างๆดังต่อไปนี้

แบบจำลองที่ใช้ในการประมาณค่า

แบบจำลองโลจิสติก (Logit Model) ซึ่งมีลักษณะดังต่อไปนี้

$$\text{สมมติว่า } Z_i = \alpha + \beta X_i \quad \dots\dots\dots(1)$$

แล้วให้ฟังก์ชัน $F(Z)$ มีค่าเป็น 0 หรือ 1 สำหรับค่า Z_i ที่อยู่ระหว่าง $-\infty$ ถึง $+\infty$ อย่างเช่นในฟังก์ชันนี้เป็น

$$\begin{aligned} p_i &= F(Z) \\ &= \frac{1}{1+e^{-Z_i}} = \frac{1}{1+e^{-(\alpha+\beta X_i)}} \quad \dots\dots\dots(2) \end{aligned}$$

จะเห็นว่า เมื่อ $Z \rightarrow -\infty$ จะได้ว่า $P \rightarrow 0$ และเมื่อ $Z \rightarrow +\infty$ จะได้ว่า $P \rightarrow 1$

สำหรับการประมาณค่า Logit Model จาก (2) จะได้ว่า

$$e^{Z_i} = \frac{P_i}{1-P_i} \quad \dots\dots\dots(3)$$

เมื่อใส่ลอกลทั้ง 2 ข้าง จะได้ว่า

$$Z_i = \log\left(\frac{P_i}{1-p_i}\right) \dots\dots\dots(4)$$

ดังนั้น จะได้ว่า

$$\log\left(\frac{P_i}{1-p_i}\right) = \alpha + \beta X_i \dots\dots\dots(5)$$

กำหนดให้อุปสงค์การท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครขึ้นอยู่กับปัจจัยพื้นฐานทางด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม ซึ่งสามารถเขียนในรูปทั่วไป (general form) ได้ดังนี้ (ใช้ข้อมูลทั้งคนที่เดินทางและไม่ได้เดินทางท่องเที่ยว)

$$\begin{aligned} Z_i &= \log\left(\frac{P_i}{1-p_i}\right) \\ &= \beta_0 + \beta_1 Sex_i + \beta_2 Age1_i + \beta_3 Age2_i + \beta_4 Edu1_i + \beta_5 Edu2_i + \\ &\quad \beta_6 Edu3_i + \beta_7 Edu4_i + \beta_8 Oc1_i + \beta_9 Oc2_i + \beta_{10} Oc3_i + \beta_{11} Oc4_i + \\ &\quad \beta_{12} Oc5_i + \beta_{13} Y1_i + \beta_{14} Y2_i + \beta_{15} Y3_i + \beta_{16} FS1_i + \beta_{17} FS2_i + \\ &\quad \beta_{18} Sea1_i + \beta_{19} Sea2_i + \beta_{20} PT_i + \varepsilon_i \end{aligned}$$

โดยที่

Z_i คือ ฟังก์ชันของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว (D)

P_i = ค่าความน่าจะเป็นของความต้องการเดินทางท่องเที่ยว
ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง 0-1

Sex_i คือ เพศ ของตัวอย่างที่ i

= 1 ถ้าตัวอย่างที่ i เป็นเพศชาย

= 0 ถ้าตัวอย่างที่ i เป็นเพศหญิง

Age_i คือ อายุ ของตัวอย่างที่ i

$Age1_i$ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี

= 0 ถ้าไม่ใช่

Age₂ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i มีอายุอยู่ในช่วง 25-44 ปี
 = 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้ผู้ที่มีอายุมากกว่า 45 ปี เป็นกลุ่มอ้างอิง)

Edu_i คือ ระดับการศึกษา ของตัวอย่างที่ i

Edu₁ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย
 หรือ ปวช.
 = 0 ถ้าไม่ใช่

Edu₂ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.
 = 0 ถ้าไม่ใช่

Edu₃ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i มีการศึกษาระดับปริญญาตรี
 = 0 ถ้าไม่ใช่

Edu₄ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i มีการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี
 = 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นเป็นกลุ่มอ้างอิง)

Oc_i คือ อาชีพ ของตัวอย่างที่ i

Oc₁ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 = 0 ถ้าไม่ใช่

Oc₂ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน
 = 0 ถ้าไม่ใช่

Oc₃ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว
 = 0 ถ้าไม่ใช่

Oc₄ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i เป็นแม่บ้าน
 = 0 ถ้าไม่ใช่

Oc₅ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา
 = 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้อาชีพอื่นๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง)

Y_i คือ รายได้ของครอบครัว(บาทต่อเดือน) ของตัวอย่างที่ i

Y₁ = 1 ถ้าตัวอย่างที่ i มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท
 = 0 ถ้าไม่ใช่

$Y_2 = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ i มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$Y_3 = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ i มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท เป็นกลุ่มอ้างอิง)

FS_i คือ ขนาดของครอบครัว ของตัวอย่างที่ i

$FS_1 = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ i มีครอบครัวขนาด 1-2 คน

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$FS_2 = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ i มีครอบครัวขนาด 3-4 คน

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้ครอบครัวที่มีขนาดมากกว่า 4 คน เป็นกลุ่มอ้างอิง)

Sea_i คือ ฤดูกาลที่เดินทางไป ของตัวอย่างที่ i

$Sea_1 = 1$ ถ้าเป็นฤดูฝน

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

$Sea_2 = 1$ ถ้าเป็นฤดูหนาว

$= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้ฤดูร้อนเป็นกลุ่มอ้างอิง)

PT_i คือ รูปแบบการเดินทาง ของตัวอย่างที่ i

$PT_1 = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ i เดินทางด้วยตนเอง

$= 0$ ถ้าตัวอย่างที่ i เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว

(i เป็นตัวอย่างของคน que เดินทางและไม่เดินทางท่องเที่ยว)

หมายเหตุ: ฤดูกาลที่เดินทางไป (Sea) และรูปแบบการเดินทาง (PT) จะใช้ฤดูกาลที่เดินทางไปจริงและรูปแบบการเดินทางที่เกิดขึ้นจริงในผู้ที่เดินทางท่องเที่ยว แต่สำหรับผู้ที่ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวในช่วงปี 2541 จะใช้ฤดูกาลและรูปแบบการเดินทางที่บุคคลนั้นต้องการ (ไม่ได้เกิดขึ้นจริง) ส่วนตัวแปรอื่น ๆ เป็นข้อมูลจริงของแต่ละบุคคล

การประมาณค่าพารามิเตอร์

ใช้การประมาณค่าพารามิเตอร์ โดยวิธีภาวะน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimation) เนื่องจากสามารถให้ค่าประมาณของความน่าจะเป็นอยู่ในช่วง (0,1) และสามารถแก้ปัญหาตัวแปรปรวนไม่คงที่ (Heteroscedastic) ได้ สามารถแสดงรายละเอียดต่างๆ ได้ดังนี้

$$\text{จากสมการที่ (1)} \quad P_i = \frac{1}{1 + e^{-z_i}}$$

p_i เป็นค่าที่สังเกตไม่ได้ แต่สามารถจะให้ข้อมูลสำหรับการสังเกตได้ใน 2 ทางเลือก โดยให้

$$D_i = \begin{cases} 1 & \text{ถ้าเดินทางท่องเที่ยว} \\ 0 & \text{ถ้าไม่ได้เดินทางท่องเที่ยว} \end{cases}$$

ถ้าสมมติว่า ในทางเลือกแรก มีคนเลือก n_1
 ในทางเลือกที่สอง มีคนเลือก n_2
 $n_1 + n_2 = N$

สามารถเขียนในรูป the likelihood function ได้ดังนี้

$$L = \text{Prob}(D_1, \dots, D_N) = \text{Prob}(D_1) \dots \text{Prob}(D_N) \quad \dots(3)$$

จากสมการที่ (3) สามารถเขียนให้อยู่ในรูป reduce form ได้ดังนี้

$$\begin{aligned} L &= P_1 \dots P_{n_1} (1 - P_{n_1+1}) \dots (1 - P_N) = \prod_{i=1}^{n_1} P_i \prod_{i=n_1+1}^N (1 - P_i) \\ &= \prod_{i=1}^N P_i^{D_i} (1 - P_i)^{(1 - D_i)} \quad \dots(4) \end{aligned}$$

จากสมการที่ (4) จะทำการ maximize the logarithm of L ดังนี้

$$\text{Log } L = \sum_{i=1}^{n1} \log P_i + \sum_{i=n1+1}^N \log(1 - P_i) \quad \dots\dots\dots(5)$$

ทำการ differentiate Log L ด้วย β_0 และ β_i ตามลำดับ แล้วกำหนดค่าให้เท่ากับศูนย์ เพื่อประมาณค่า $\hat{\beta}_0$ และ $\hat{\beta}_i$ ดังนี้

$$\begin{aligned} \frac{\partial \log L}{\partial \beta_0} &= \sum_{i=1}^n \frac{\partial P_i / \partial \beta_0}{P_i} - \sum_{i=n1+1}^N \frac{\partial P_i / \partial \beta_0}{1 - P_i} \\ &= 0 \quad \dots\dots\dots(6) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \frac{\partial \log L}{\partial \beta_i} &= \sum_{i=1}^n \frac{\partial P_i / \partial \beta_i}{P_i} - \sum_{i=n1+1}^N \frac{\partial P_i / \partial \beta_i}{1 - P_i} \quad ; i = 1, 2, \dots, n \\ &= 0 \quad \dots\dots\dots(7) \end{aligned}$$

เมื่อได้ค่าประมาณ $\hat{\beta}$ แล้ว สามารถประมาณค่าความน่าจะเป็นของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครได้ โดยการนำปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่เดินทางท่องเที่ยว ไปแทนในสมการที่ (2)

3.2.2 การวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

แบบจำลองที่ใช้ในการประมาณค่า

ใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครเป็นฟังก์ชัน (function) ขึ้นกับปัจจัยทางด้านประชากร เศรษฐกิจ สังคม และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งสามารถเขียนในรูปทั่วไป (General form) ได้ดังนี้ (โดยใช้ข้อมูลเฉพาะคนที่เดินทางท่องเที่ยวภายในปีพ.ศ.2541เท่านั้น)

$$\text{Exp}_j = f(\text{Sex}_j, \text{Age}_j, \text{Edu}_j, \text{Oc}_j, Y_j, \text{FS}_j, \text{Sea}_j, \text{Pro}_j, \text{Alm}_j, \text{PT}_j)$$

กำหนดข้อสมมติเบื้องต้นในรูปของนิพจน์ $\varepsilon \sim N(0, \sigma^2)$

นั่นคือ ε มีการแจกแจงปกติที่มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0 และมีความแปรปรวนเท่ากับ σ^2

โดยที่

Exp_j คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

Sex_j คือ เพศ ของตัวอย่างที่ j

= 1 ถ้าตัวอย่างที่ j เป็นเพศชาย

= 0 ถ้าตัวอย่างที่ j เป็นเพศหญิง

Age_j คือ อายุ ของตัวอย่างที่ j

$\text{Age1}_j = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีอายุอยู่ในช่วง 15-24 ปี

= 0 ถ้าไม่ใช่

$\text{Age2}_j = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีอายุอยู่ในช่วง 25-44 ปี

= 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้ผู้ที่มีอายุมากกว่า 45 ปี เป็นกลุ่มอ้างอิง)

Edu_j คือ ระดับการศึกษา ของตัวอย่างที่ j

$\text{Edu1}_j = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.

= 0 ถ้าไม่ใช่

$\text{Edu2}_j = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีการศึกษาระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.

= 0 ถ้าไม่ใช่

$\text{Edu3}_j = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

= 0 ถ้าไม่ใช่

$\text{Edu4}_j = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีการศึกษาระดับสูงกว่าระดับปริญญาตรี

= 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้การศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้นเป็นกลุ่มอ้างอิง)

O_{c_j} คือ อาชีพ ของตัวอย่างที่ j

$O_{c1_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

$O_{c2_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

$O_{c3_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

$O_{c4_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j เป็นแม่บ้าน
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

$O_{c5_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j เป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้อาชีพอื่นๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง)

Y_j คือ รายได้ของครอบครัว(บาทต่อเดือน) ของตัวอย่างที่ j

$Y_{1_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาท
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

$Y_{2_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาท
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

$Y_{3_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีรายได้มากกว่า 50,000 บาท
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท เป็นกลุ่มอ้างอิง)

FS_j คือ ขนาดของครอบครัว ของตัวอย่างที่ j

$FS_{1_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีครอบครัวขนาด 1-2 คน
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

$FS_{2_j} = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j มีครอบครัวขนาด 3-4 คน
 $= 0$ ถ้าไม่ใช่

(ใช้ครอบครัวที่มีขนาดมากกว่า 4 คน เป็นกลุ่มอ้างอิง)

Sea_j คือ ฤดูกาลที่เดินทางไป ของตัวอย่างที่ j

Sea_{1j} = 1 ถ้าเป็นฤดูฝน

= 0 ถ้าไม่ใช่

Sea_{2j} = 1 ถ้าเป็นฤดูหนาว

= 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้ฤดูร้อนเป็นกลุ่มอ้างอิง)

Pro_j คือ ภูมิภาคที่เดินทางไป ของตัวอย่างที่ j

Pro_{1j} = 1 ถ้าเป็นภาคกลาง

= 0 ถ้าไม่ใช่

Pro_{2j} = 1 ถ้าเป็นภาคตะวันออก

= 0 ถ้าไม่ใช่

Pro_{3j} = 1 ถ้าเป็นภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

= 0 ถ้าไม่ใช่

Pro_{4j} = 1 ถ้าเป็นภาคใต้

= 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้ภาคเหนือเป็นกลุ่มอ้างอิง)

Aim_j คือ วัตถุประสงค์การเดินทาง ของตัวอย่างที่ j

Aim_{1j} = 1 เพื่อบันเทิงและพักผ่อน

= 0 ถ้าไม่ใช่

Aim_{2j} = 1 เพื่อทำธุรกิจ หรือปฏิบัติราชการ

= 0 ถ้าไม่ใช่

Aim_{3j} = 1 เพื่อเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ

= 0 ถ้าไม่ใช่

Aim_{4j} = 1 เพื่อประชุมหรือสัมมนา

= 0 ถ้าไม่ใช่

Aim_{5j} = 1 เพื่อทัศนศึกษา

= 0 ถ้าไม่ใช่

(ใช้วัตถุประสงค์เพื่อการอื่นๆ เป็นกลุ่มอ้างอิง)

PT_j คือ รูปแบบการเดินทาง ของตัวอย่างที่ j
 $PT_j = 1$ ถ้าตัวอย่างที่ j เดินทางด้วยตนเอง
 $= 0$ ถ้าตัวอย่างที่ j เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว

(j เป็นตัวอย่างของคนเดินทางท่องเที่ยวภายในปีพ.ศ.2541)

หมายเหตุ: ตัวแปรทุกตัวใช้ข้อมูลที่เกิดขึ้นจริงของแต่ละบุคคล และใช้เฉพาะข้อมูลของผู้ที่เดินทางในปี 2541 เท่านั้น

การคาดคะเนความสัมพันธ์ของตัวแปร

แบบจำลองปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ

$$Z_i = f(Sex_i^+, Age_i^+, Edu_i^+, Oc_i^+, Y_i^+, FS_i^+, Sea_i^+, PT_i^+)$$

แบบจำลองปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพฯ

$$Exp_j = f(Sex_j^+, Age_j^+, Edu_j^+, Oc_j^+, Y_j^+, FS_j^+, Sea_j^+, Pro_j^+, Aim_j^+, PT_j^+)$$

สามารถแสดงรายละเอียดต่างๆ ได้ดังนี้

เพศ (Sex)

เนื่องจากในสภาพปัจจุบันทั้งผู้ชายและผู้หญิงสามารถประกอบอาชีพและมีรายได้เป็นของตนเอง จึงเป็นผู้ที่มีสิทธิตัดสินใจว่าจะเดินทางท่องเที่ยวหรือไม่ และเนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ถูกจัดเป็นสินค้าและบริการที่จำเป็น ดังนั้นเขาอาจตัดสินใจจะบริโภคในปัจจุบัน หรืออาจชะลอการบริโภคไปในอนาคตได้

จากเหตุผลดังกล่าว เพศชายและเพศหญิงอาจคาดได้ว่ามีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวได้ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ

อายุของนักท่องเที่ยว (Age)

คนในช่วงอายุต่างกันจะมีอิทธิพลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่างกันไป เช่น ในช่วงวัยรุ่น คนส่วนใหญ่มักมีรายได้น้อยและยังไม่มีเงินออม ทำให้คนในวัยนี้ตัดสินใจชะลอการท่องเที่ยวไว้ก่อน ซึ่งอาจแตกต่างจากคนในวัยกลางคนที่มียาได้มากกว่า ทำให้สามารถท่องเที่ยวได้ในปัจจุบัน แต่ในทางตรงข้ามคนในวัยรุ่นอาจมีร่างกายที่แข็งแรงกว่าคนวัยกลางคน ทำให้มีความต้องการท่องเที่ยวมากกว่า

ดังนั้น อายุจึงอาจมีอิทธิพลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั้งในทางบวกและลบ ในการศึกษาครั้งนี้แบ่งช่วงอายุของนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ช่วง

- 15-24 ปี
- 25-44 ปี
- มากกว่า 45 ปี

ระดับการศึกษา (Edu)

เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คนมีความรู้สูงขึ้น ได้รับรู้เรื่องราว ข่าวสารของสังคมอื่น ๆ มากขึ้น และเห็นความสำคัญของการพักผ่อนหย่อนใจมากขึ้น จึงคาดว่าระดับการศึกษาน่าจะมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวโดยตรงในทางบวก

ในการศึกษานี้แบ่งระดับการศึกษานออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น
- ระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย หรือ ปวช.
- ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.
- ระดับปริญญาตรี
- สูงกว่าระดับปริญญาตรี

อาชีพของนักท่องเที่ยว (Oc)

ความแตกต่างระหว่างอาชีพ จะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวได้ทั้งในทางบวกและทางลบ เนื่องจากอาชีพหลักของนักท่องเที่ยวที่ต่างกันจะมีผลทำให้ความสามารถที่จะเดินทางท่องเที่ยวต่างกัน อาจจะเนื่องมาจากรายได้และเวลาว่างที่ต่างกัน เป็นต้น

ในการศึกษานี้แบ่งอาชีพออกเป็น 6 กลุ่ม ดังนี้

- ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ
- พนักงานเอกชน
- ประกอบธุรกิจส่วนตัว
- แม่บ้าน
- นักศึกษา
- อื่นๆ

รายได้ของครอบครัว (Y)

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กล่าวว่า การบริโภคเป็นฟังก์ชันขึ้นกับรายได้ของผู้บริโภค และการท่องเที่ยวถือว่าเป็นการบริโภคชนิดหนึ่งซึ่งตัวสินค้าจะปรากฏในรูปของ ความรู้สึก ความพึงพอใจ ความสนุกสนานตื่นเต้น ดังนั้นรายได้ของนักท่องเที่ยวจึงควรเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว รายได้ของนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นโดยปกติจะทำให้ความต้องการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวมีมากขึ้น และเมื่อรายได้ลดลง อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจะลดลงด้วย ดังนั้นจึงน่าจะมีผลในทางบวก

ในการศึกษานี้แบ่งระดับรายได้เป็น 4 ระดับ คือ

- ต่ำกว่า 15,000 บาทต่อเดือน
- ระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน
- ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน
- สูงกว่า 50,000 บาทต่อเดือน

ขนาดของครอบครัว (FS)

เมื่อครัวเรือนมีสมาชิกหลายคน การใช้จ่ายในสินค้าและบริการที่จำเป็นย่อมมากขึ้น ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดลง แต่ในทางตรงข้าม เมื่อพิจารณาถึงความสัมพันธ์ในครอบครัวย่อมมีมากขึ้น อันจะทำให้มีความต้องการท่องเที่ยวพักผ่อนร่วมกันมากขึ้น ดังนั้นขนาดของครอบครัวน่าจะมีอิทธิพลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวได้ทั้งทางบวกและทางลบ

ในการศึกษานี้แบ่งขนาดครัวเรือน ดังนี้

- 1-2 คน
- 3-4 คน
- มากกว่า 4 คน

ฤดูกาล (Sea)

การท่องเที่ยวมีลักษณะเฉพาะฤดูกาล ซึ่งเป็นลักษณะสำคัญประการหนึ่งที่จะส่งผลให้เกิดการเพิ่ม-ลดอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ฤดูกาลจะมีส่วนสำคัญในการกำหนดลักษณะดึงดูดใจ ความยากลำบากในการคมนาคม และแม้แต่ความสามารถที่จะไปเที่ยวได้ของนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งจะสวยงามหรือมีกิจกรรมน่าสนใจเฉพาะฤดูหนาวหรือฤดูร้อนเท่านั้น นอกจากนี้ฤดูกาลที่มีวันหยุดงาน วันปิดภาคเรียน และมีการจัดงานเทศกาลพิเศษประจำปี ดังนั้นก็อาจมีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวได้ทั้งทางบวกและทางลบ

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป (Pro)

ภูมิภาคที่แตกต่างกันอาจจะมีผลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั้งในทางบวกและทางลบ เนื่องจากแต่ละภูมิภาคจะมีแหล่งท่องเที่ยวต่างกัน มีต้นทุนทางการท่องเที่ยวที่ต่างกัน

วัตถุประสงค์หลักของการมาเยือน (Aim)

วัตถุประสงค์ที่มาถ้าแตกต่างกัน จะมีผลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน และอาจจะมีผลทั้งในทางบวกและทางลบ เช่น ถ้านักท่องเที่ยวมาพักผ่อนย่อมมีผลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยและระยะเวลาพัก แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มาประชุม และในการศึกษานี้แบ่งวัตถุประสงค์หลักของการมาเยือนเป็น 6 กลุ่ม คือ

- พักผ่อนและบันเทิง
- ทำธุรกิจและปฏิบัติราชการ
- เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ
- ประชุมหรือสัมมนา
- ทัดนศึกษา
- อื่นๆ

รูปแบบการเดินทาง (PT)

รูปแบบการเดินทางอาจมีผลต่ออุปสงค์และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวทั้งในทางบวกและทางลบ เนื่องจากรูปแบบการเดินทางที่ต่างกัน เช่น การเดินทางด้วยตนเอง และการเดินทางกับบริษัททัวร์ จะมีผลต่อการตัดสินใจเดินทาง ต้นทุนและส่วนประกอบของค่าใช้จ่ายต่างกัน



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ผลการวิเคราะห์

การวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครนั้น แบ่งการพิจารณาออกเป็น 3 ส่วน คือ

4.1 อธิบายลักษณะโดยทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

4.2 วิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ (logit model) โดยแสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

4.3 วิเคราะห์สมการถดถอยพหุ โดยแสดงผลการวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

4.1 ลักษณะโดยทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

จากการสำรวจ ชาวกรุงเทพมหานครจำนวนทั้งหมด 372 คน พบว่ามีผู้เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยในช่วง ปี พ.ศ.2541 มีจำนวน 294 คน และที่เหลือจำนวน 78 คน ไม่ได้เดินทางท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2541 สำหรับผลการสำรวจผู้เดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด พบว่าในปี พ.ศ. 2541 ชาวกรุงเทพมหานครเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเฉลี่ยปีละ 4.88 ครั้ง มีระยะเวลาพักเฉลี่ยครั้งละ 3.16 วัน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ที่ระดับ 2,735.71 บาท/คน/ครั้ง

นอกจากนี้ยังสามารถแสดงลักษณะทางด้านต่าง ๆ ของนักท่องเที่ยว เช่น เพศ อายุ อาชีพ การศึกษา รายได้ ขนาดของครอบครัว รูปแบบการจัดการเดินทาง ฯลฯ ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับ เพศ

เพศ	ชาย	หญิง	ค่าเฉลี่ย
ไม่ได้เดินทาง	21.21%	20.77%	20.97%
เดินทาง	78.79%	79.23%	79.03%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%

เพศ	ชาย	หญิง	รวม
ไม่ได้เดินทาง	44.87%	55.13%	100.00%
เดินทาง	44.22%	55.78%	100.00%
รวม	44.35%	55.65%	100.00%

จากตาราง 4.1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จากการสำรวจเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คิดค่าเฉลี่ยได้เท่ากับ 55.78% ทั้งนี้อาจเนื่องจากตัวอย่างที่ได้เก็บจากแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย แต่เมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนของจำนวนผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวกับจำนวนตัวอย่างทั้งหมดในแต่ละเพศ พบว่า มีสัดส่วนใกล้เคียงกันทั้งสองเพศ คือ มีเพศชายเดินทางท่องเที่ยว คิดเป็น 78.79% ของเพศชายทั้งหมด จากการสำรวจ และมีเพศหญิงเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ คิดเป็น 79.23% ของเพศหญิงทั้งหมดจากการสำรวจ

ตารางที่ 4.2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับ อายุ

อายุ	15-24 ปี	25-44 ปี	มากกว่า 45 ปี	ค่าเฉลี่ย
ไม่ได้เดินทาง	23.00%	17.88%	24.44%	20.97%
เดินทาง	77.00%	82.12%	75.56%	79.03%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

ตารางที่ 4.3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับการศึกษา (ต่อ)

การศึกษา	น้อยกว่า ม.ต้น	ม.ปลาย/ ปวช.	อนุปริญญา /ปวส.	ปริญญา ตรี	สูงกว่า ปริญญา ตรี	รวม
ไม่ได้เดินทาง	3.85%	25.64%	14.00%	39.74%	16.67%	100.00%
เดินทาง	1.70%	11.22%	5.78%	57.15%	24.15%	100.00%
รวม	2.15%	14.25%	7.53%	53.49%	22.58%	100.00%

จากการสำรวจพบว่า ผู้ที่มีการศึกษาในระดับสูงจะมีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นสัดส่วนมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาค่อนข้างน้อย โดยผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีสัดส่วน 84.42% และ 84.52% ตามลำดับ ซึ่งโดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครจะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศคิดเป็นอัตราส่วนได้ เท่ากับ 79.03% และจากตารางที่ 4.3 ยังพบว่า 57.15% ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งหมด เป็นผู้ที่มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และ 24.15% ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางทั้งหมด เป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี ซึ่งเป็นไปตามที่คาดคะเนไว้ว่า ผู้ที่มีการศึกษาสูงน่าจะมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อย สาเหตุอาจเนื่องมาจาก ผู้ที่มีการศึกษาสูงจะรับรู้เรื่องราว ข่าวสารของสังคมอื่น ๆ มากขึ้น และเห็นความสำคัญของการพักผ่อนมากขึ้น

นอกจากนี้จากตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว พบว่าผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูง ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับสูงตามไปด้วย จึงอาจเป็นอีกเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ผู้ที่มีระดับการศึกษาสูงมีการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอื่น ๆ

ตารางที่ 4.4 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับ อาชีพ

อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	ค่าเฉลี่ย
ไม่ได้เดินทาง	21.05%	16.53%	31.25%	29.41%	20.48%	25.00%	20.97%
เดินทาง	78.95%	83.47%	68.75%	70.59%	79.52%	75.00%	79.03%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

อาชีพ	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	พนักงานเอกชน	ธุรกิจส่วนตัว	แม่บ้าน	นักเรียน/นักศึกษา	อื่นๆ	รวม
ไม่ได้เดินทาง	25.64%	25.64%	12.82%	6.41%	21.79%	7.69%	100.00%
เดินทาง	25.51%	34.35%	7.48%	4.08%	22.45%	6.12%	100.00%
รวม	25.54%	32.53%	8.60%	4.57%	22.31%	6.45%	100.00%

จากตารางที่ 4.4 พบว่า นักท่องเที่ยวในทุกๆอาชีพมีส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศใกล้เคียงกัน จะมีเพียงนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนที่มีอัตราส่วนการเดินทางท่องเที่ยวค่อนข้างมาก คิดเป็น 83.47% และนักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวที่มีอัตราส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวน้อย คิดเป็น 68.75% เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ย เท่ากับ 79.03%

นอกจากนี้ ถ้าพิจารณาจากผู้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นสัดส่วน 34.35 25.51 และ 22.45%ของผู้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมด ตามลำดับ สำหรับผู้ที่ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน จะมีอัตราส่วนการเดินทางค่อนข้างน้อย คิดเป็น 7.48% และ 4.08%ของผู้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมด ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากว่า ผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา มักจะมีวันหยุดที่แน่นอน หรือสามารถลาหยุดงานได้ ทำให้มีเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งจะต่างจากผู้ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน ซึ่งไม่สะดวกที่หยุดงานได้ และไม่มีวันหยุดที่แน่นอน และจากตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับอาชีพ พบว่า

ผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และ ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะมีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูง ทำให้สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้มากกว่าอาชีพอื่นๆ

ตารางที่ 4.5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กับ
ขนาดของครอบครัว

ขนาดครอบครัว (คน)	1 - 2	3 - 4	มากกว่า 4	ค่าเฉลี่ย
ไม่ได้เดินทาง	28.95%	20.53%	19.67%	20.97%
เดินทาง	71.05%	79.47%	80.33%	79.03%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

ขนาดครอบครัว (คน)	1 - 2	3 - 4	มากกว่า 4	รวม
ไม่ได้เดินทาง	14.11%	39.74%	46.15%	100.00%
เดินทาง	9.18%	40.82%	50.00%	100.00%
รวม	10.22%	40.59%	49.19%	100.00%

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ครอบครัวในทุกๆขนาดที่ศึกษาจะมีอัตราส่วนการเดินทางท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน คือ 71.05% 79.47% และ 80.33% ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 79.03% แต่ถ้าพิจารณาจากอัตราส่วนการเดินทางเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งหมด พบว่า ครอบครัวที่มีขนาด 3-4 คน และครอบครัวที่มีขนาดมากกว่า 4 คน จะมีอัตราส่วนของผู้ที่เดินทางเท่ากับ 40.82 และ 50.00% ตามลำดับ แสดงว่า ครอบครัวที่มีขนาดใหญ่จะมีอัตราส่วนการเดินทางภายในประเทศมากกว่าครอบครัวขนาดเล็ก ทั้งนี้ครอบครัวยังมีขนาดใหญ่ขึ้น ยังมีสัดส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น สาเหตุอาจเนื่องมาจาก ครอบครัวที่มีขนาดใหญ่อาจเป็นครอบครัวที่มีความสัมพันธ์กันในครอบครัวค่อนข้างมาก มีคนร่วมแสดงความคิดเห็นในการเดินทาง มีผลให้มีการเดินทางท่องเที่ยวด้วยกันมากขึ้น

ตารางที่ 4.6 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กับ รายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยว

รายได้ของครอบครัว(บาท/เดือน)	น้อยกว่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 50,000	มากกว่า 50,000	ค่าเฉลี่ย
ไม่ได้เดินทาง	42.50%	22.12%	18.45%	15.20%	20.97%
เดินทาง	57.50%	77.88%	81.55%	84.80%	79.03%
รวม	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

รายได้ของครอบครัว(บาท/เดือน)	น้อยกว่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 50,000	มากกว่า 50,000	รวม
ไม่ได้เดินทาง	21.79%	29.49%	24.36%	24.36%	100.00%
เดินทาง	7.82%	27.55%	28.57%	36.06%	100.00%
รวม	10.75%	27.96%	27.69%	33.60%	100.00%

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ของครอบครัวสูงจะมีสัดส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศค่อนข้างสูงตามไปด้วย โดยจะเห็นได้จากผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีสัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวเท่ากับ 84.8% ผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน มีสัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวเท่ากับ 81.55% และผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน มีสัดส่วนการเดินทางท่องเที่ยวเท่ากับ 77.88% เมื่อเปรียบเทียบกับค่าเฉลี่ยเท่ากับ 79.03%

นอกจากนี้ยังพบว่า 36.06% ของผู้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมดเป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด และ 7.82% ของผู้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศทั้งหมดเป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ซึ่งเป็นสัดส่วนที่น้อยที่สุด ผลการสำรวจจึงแสดงว่า รายได้ของครอบครัวมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครค่อนข้างมาก โดยถ้าครอบครัวมีรายได้มาก จะมีแนวโน้มเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับครอบครัวที่มีรายได้น้อย

ตารางที่ 4.7 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับ รูปแบบการเดินทาง

รูปแบบการเดินทาง	สัดส่วน
เดินทางด้วยตนเอง	95.24%
เดินทางกับบริษัทนำเที่ยว	4.76%
รวม	100.00%

จากการสำรวจ พบว่านักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่จะเดินทางด้วยตนเอง คิดเป็น 95.24% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ และมีเพียง 4.76% เท่านั้นที่เดินทางท่องเที่ยวโดยผ่านบริษัทนำเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก การเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวนั้นต้องมีการกำหนดระยะเวลาและมีตารางการเดินทางที่แน่นอน ซึ่งอาจจะไม่สะดวกต่อนักท่องเที่ยวและรู้สึกไม่เป็นอิสระ ประกอบกับการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวนั้นมีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง และความสะดวกในการเดินทางในประเทศไทยมีมากขึ้น นักท่องเที่ยวจึงสามารถเดินทางด้วยตนเองได้

ตารางที่ 4.8 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับ ฤดูกาล

ฤดูกาล	สัดส่วน
ฤดูร้อน	48.3%
ฤดูฝน	5.1%
ฤดูหนาว	46.6%
รวม	100.0%

จากตารางที่ 4.8 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปี 2541 จะเดินทางท่องเที่ยวในฤดูร้อนมากที่สุด คิดเป็น 48.3% ของผู้ที่เดินทางทั้งหมดจากการสำรวจ ซึ่งใกล้เคียงกับฤดูหนาวที่มีสัดส่วนเท่ากับ 46.6% ของผู้ที่เดินทางทั้งหมดจากการสำรวจ เนื่องจากในฤดูร้อนเป็นช่วงที่สถานศึกษาหยุดภาคเรียน จึงทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางกับครอบครัวมีจำนวนมากในฤดูนี้ และในฤดูหนาวจะมีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงาม

มากขึ้น เช่น ภูเขาหรือแหล่งท่องเที่ยวทางภาคเหนือ เป็นต้น สำหรับฤดูฝนจะเป็นฤดูที่นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวเที่ยงทางท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด สาเหตุอาจเนื่องมาจาก ความไม่สะดวกในการเดินทาง

ตารางที่ 4.9 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ กับ ภูมิภาคจุดหมายปลายทาง

ภูมิภาคจุดหมายปลายทาง	สัดส่วน
ภาคเหนือ	27.89%
ภาคกลาง	20.41%
ภาคตะวันออก	33.33%
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7.48%
ภาคใต้	10.89%
รวม	100.0%

จากตารางที่ 4.9 พบว่าชาวกรุงเทพมหานครที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปี 2541 ส่วนใหญ่เดินทางไปยังภาคตะวันออกมากที่สุด คิดเป็น 33.33% รองลงมาคือ ภาคเหนือ และ ภาคกลาง คิดเป็น 27.89% และ 20.41% ตามลำดับ เหตุที่ภาคตะวันออกมีคนเดินทางไปมากที่สุดอาจเนื่องมาจาก ระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก การคมนาคมสะดวกปลอดภัย และมีสถานที่ท่องเที่ยวและสถานที่ทำงานตั้งอยู่ค่อนข้างมาก เช่น ชายทะเล และ นิคมอุตสาหกรรมต่างๆ นอกจากนี้จากการสอบถามชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่ต้องการเดินทางท่องเที่ยวตามชายทะเล ดังนั้นจึงนิยมเดินทางไปยังภาคตะวันออกกันค่อนข้างมาก สำหรับภาคเหนือ นั้น เป็นภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมักจะมีการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ที่น่าสนใจ จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ชาวกรุงเทพมหานครเดินทางไปยังภาคนี้ในสัดส่วนที่มากเช่นกัน

สำหรับภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ มีผู้เดินทางไปน้อยกว่าภาคอื่น ๆ อาจเนื่องมาจาก ภูมิภาคดังกล่าวมีระยะทางไกลจากกรุงเทพมหานคร ต้องใช้ระยะเวลาและค่าใช้จ่ายค่อนข้างมาก ทำให้ไม่สะดวกในการเดินทาง

ตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยวกับ อายุ

รายได้ของครอบครัว (บาทต่อเดือน)	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า	15,001-	30,001-	มากกว่า
		15,000	30,000	50,000	50,000
อายุ	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
15-24 ปี	27.69%	55.00%	19.23%	33.01%	21.60%
25-44ปี	48.12%	37.5%	58.65%	40.78%	48.8%
มากกว่า 45 ปี	24.19%	7.5%	22.12%	26.21%	29.6%

จากตารางที่ 4.10 พบว่านักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนมากมีอายุอยู่ในช่วง 25-44 ปี และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปีนี้ ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน และนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี ส่วนมากมีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน

นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนนั้น 48.8% เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ระหว่าง 25-44 ปี และ 29.6% เป็นนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปี สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากมีอายุอยู่ระหว่าง 15-24 ปี รองลงมาคืออายุอยู่ในช่วงระหว่าง 25-44 ปี คิดเป็น 55% และ 37.5% ตามลำดับ เหตุอาจเนื่องมาจากส่วนใหญ่ของผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี เป็นนักเรียนหรือนักศึกษา เมื่อพิจารณาจากตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว จะพบว่านักเรียนหรือนักศึกษาส่วนมากจะมีรายได้ในช่วงน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน และจากการพิจารณาความสัมพันธ์กันระหว่างรายได้ของครอบครัวกับอายุของนักท่องเที่ยว โดยใช้สถิติทดสอบความสัมพันธ์กันของตัวแปร 2 ตัว พบว่าสถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 27.169 ที่ องศาอิสระ 6 และได้ค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (ตารางภาคผนวก ค. ที่ 1) นั่นคือ รายได้ของครอบครัวและอายุของนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กัน โดยจากตารางข้างต้น พบว่ารายได้ของครอบครัวที่ค่อนข้างสูงจะมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีอายุค่อนข้างสูงด้วย

แต่อย่างไรก็ตาม จะพบว่าที่ระดับรายได้ของครอบครัวที่ค่อนข้างสูง ก็ยังมีสัดส่วนของผู้ที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปีอยู่ค่อนข้างมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก รายได้ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นรายได้ของครอบครัว จึงเป็นไปได้ที่ผู้ที่มีอายุน้อยบางคนอาจมีรายได้ของครอบครัวสูง และถ้าเราไม่พิจารณาในช่วงอายุนี้ ก็จะพบว่าผู้ที่มีอายุมากขึ้น ส่วนใหญ่จะมีรายได้ของครอบครัวมากขึ้นตามไปด้วยชัดเจนขึ้น

ตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยวกับ อาชีพ

รายได้ของครอบครัว (บาทต่อเดือน)	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 50,000	มากกว่า 50,000
อาชีพ	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25.54%	22.5%	25.96%	23.33%	28.8%
-พนักงานเอกชน	32.53%	20.0%	35.58%	36.89%	30.4%
-ธุรกิจส่วนตัว	8.6%	10.0%	7.69%	5.83%	11.2%
-แม่บ้าน	4.57%	5.0%	5.77%	2.91%	4.8%
-นักเรียน/นักศึกษา	22.31%	35.0%	16.35%	27.18%	19.2%
-อื่นๆ	6.45%	7.5%	8.65%	4.85%	5.6%

จากตารางที่ 4.11 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนมากประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ และนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็น 32.53% 25.54% และ 22.31% ตามลำดับ สำหรับผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูง ส่วนมากจะเป็นผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ โดยคิดเป็น 36.89% และ 23.33% ของผู้ที่มีรายได้อยู่ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือนทั้งหมด และคิดเป็น 30.4% และ 28.8% ของผู้ที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนทั้งหมด ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จะเป็นผู้ที่มีรายได้ต่อเดือนที่แน่นอนเมื่อเปรียบเทียบกับอาชีพอื่นๆ เช่น ประกอบธุรกิจส่วนตัว และแม่บ้าน

ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน ส่วนมากเป็นนักเรียน/นักศึกษา คิดเป็น 35% ของผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือนทั้งหมด เหตุอาจเนื่องมาจากนักเรียน/นักศึกษาเป็นผู้ที่ยังไม่มีรายได้จากการทำงาน แต่อย่างไรก็

ตามจะพบว่าในระดับรายได้อื่น ๆ ที่ค่อนข้างสูงก็มีสัดส่วนของผู้ที่เป็นนักเรียน/นักศึกษาอยู่ค่อนข้างมาก ซึ่งอาจเนื่องมาจากในการศึกษาคั้งนี้ใช้รายได้ของครอบครัวเป็นตัวแปร ไม่ใช่รายได้ต่อคน ดังนั้นจึงอาจเป็นไปได้ที่นักเรียน/นักศึกษา จะเป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูง

นอกจากนี้จากสถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 14.116 ที่องศาอิสระ 15 และได้ค่า Significance ของการทดสอบ = .517 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงยอมรับสมมติฐานหลัก (ตารางภาคผนวก ค.ที่ 2) คือรายได้ของครอบครัวและอาชีพของนักท่องเที่ยวเป็นอิสระต่อกัน หรืออาจกล่าวได้ว่าในแต่ละอาชีพจะมีระดับรายได้ของครอบครัวพอ ๆ กัน ซึ่งอาจเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่นักเรียน/นักศึกษา มีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูง

ตารางที่ 4.12 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยวกับการศึกษา

รายได้ของครอบครัว (บาทต่อเดือน)	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 50,000	มากกว่า 50,000
การศึกษา	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
น้อยกว่ามัธยมต้น	2.15%	7.5%	2.88%	0.97%	0.8%
มัธยมปลาย/ปวช.	14.25%	22.5%	19.23%	12.62%	8.8%
อนุปริญญา/ปวส.	7.53%	17.5%	8.65%	7.77%	3.2%
ปริญญาตรี	53.49%	47.5%	55.77%	60.19%	48.0%
มากกว่าปริญญาตรี	22.58%	5.0%	13.46%	18.45%	39.2%

จากตารางที่ 4.12 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนมากเป็นผู้ที่มีการศึกษาค่อนข้างสูง โดยเป็นผู้มีการศึกษาในระดับปริญญาตรีมากที่สุด รองลงมาคือ ผู้ที่มีการศึกษาในระดับมากกว่าปริญญาตรี คิดเป็น 53.49% และ 22.58% ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องมาจากการศึกษาคั้งนี้ใช้ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ชาวกรุงเทพมหานครตามห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ซึ่งส่วนใหญ่อาจจะเป็นผู้ที่มีการศึกษา นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาสูงมักจะมีรายได้ของครอบครัวสูงตามไปด้วย โดย 48%ของผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนทั้งหมดเป็นผู้ที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และ 39.2%ของผู้มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนทั้งหมดเป็นผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรี มีเพียง 0.8% เท่านั้นที่เป็นผู้มีการศึกษาในระดับน้อยกว่ามัธยมต้น และ 3.2% มีการศึกษาในระดับอนุปริญญา หรือ

ปวส. และถ้าพิจารณาในช่วงรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน พบว่ามีเพียง 5% เท่านั้นที่มีการศึกษามากกว่าปริญญาตรี แต่อย่างไรก็ตามสัดส่วนของผู้ที่มีการศึกษาในระดับนี้จะมากขึ้นเรื่อยๆเมื่ออยู่ในช่วงรายได้ที่มากขึ้น จึงอาจกล่าวได้ว่าระดับรายได้และระดับการศึกษามักจะแปรตามกัน นอกจากนี้ถ้าทดสอบความสัมพันธ์กันของตัวแปร 2 ตัว ด้วยสถิติทดสอบ Pearson Chi-Square พบว่าเท่ากับ 50.045 ที่องศาอิสระ 12 และได้ค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงปฏิเสธสมมติฐานหลัก (ตารางภาคผนวก ค.ที่ 3) นั่นคือ รายได้ของครอบครัวและการศึกษาของนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กัน โดยจากตารางพบว่าผู้ที่มีรายได้สูง ส่วนใหญ่จะมีการศึกษาสูงเช่นกัน

ตารางที่ 4.13 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยว กับ วัตถุประสงค์การเดินทาง

รายได้ของครอบครัว (บาทต่อเดือน)	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 50,000	มากกว่า 50,000
วัตถุประสงค์	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-พักผ่อนบันเทิง	74.83%	69.57%	71.61%	73.81%	79.25%
-ประกอบธุรกิจ/ราชการ	3.4%	4.35%	2.47%	3.57%	3.77%
-เยี่ยมเพื่อน/ญาติ	14.29%	13.04%	14.81%	17.86%	11.33%
-ประชุม/สัมมนา	4.08%	13.04%	3.70%	2.38%	3.77%
-ทัศนศึกษา	2.38%	0.00%	4.94%	2.38%	0.94%
-อื่นๆ	1.02%	0.00%	2.47%	0.00%	0.94%

จากตารางที่ 4.13 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนมากมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาคือ เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ นอกจากนี้ยังพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือนที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศนั้น มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนมากที่สุด คิดเป็นอัตราส่วนเท่ากับ 69.57% วัตถุประสงค์รองลงมา คือ เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ และประชุมหรือสัมมนา โดยคิดเป็นอัตราส่วนเท่ากันคือ 13.04% ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวระหว่าง 15,001-30,000 , 30,001-

50,000 และมากกว่า 50,000 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนมากที่สุด รองลงมาได้แก่ เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ

สำหรับวัตถุประสงค์เพื่อการทำธุรกิจหรือปฏิบัติราชการ , ทักษะศึกษา และวัตถุประสงค์อื่นๆ จะมีอัตราส่วนน้อยมากไม่ว่านักท่องเที่ยวจะอยู่ในช่วงรายได้ใดก็ตาม

ตารางที่ 4.14 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยว กับ

ภูมิภาคจุดหมายปลายทาง

รายได้ของครอบครัว (บาทต่อเดือน)	ค่าเฉลี่ย	น้อยกว่า 15,000	15,001- 30,000	30,001- 50,000	มากกว่า 50,000
ภูมิภาคจุดหมาย	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-ภาคเหนือ	27.89%	17.39%	29.63%	27.38%	29.25%
-ภาคกลาง	20.41%	30.43%	17.28%	22.62%	18.87%
-ภาคตะวันออก	33.33%	21.74%	34.57%	30.95%	36.79%
-ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	7.48%	8.70%	8.64%	8.33%	5.66%
-ภาคใต้	10.89%	21.74%	9.88%	10.72%	9.43%

จากตารางที่ 4.14 พบว่าผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท ส่วนใหญ่จะเดินทางไปภาคกลางมากที่สุด เท่ากับ 30.43% ของผู้ที่มีรายได้ในช่วงนี้ทั้งหมด สาเหตุอาจเนื่องมาจากว่า ภาคกลางมีระยะทางใกล้กรุงเทพมหานครมากที่สุด การคมนาคมสะดวก และไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทางมากเท่าภาคอื่น ๆ

สำหรับผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ในช่วงอื่น ๆ จะมีลักษณะการเดินทางคล้ายกัน คือ ส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางไปยังภาคตะวันออกมากที่สุด รองลงมา เป็นภาคเหนือ และภาคกลาง ตามลำดับ ทั้งนี้เนื่องจาก ภาคตะวันออกและภาคเหนือ เป็นภูมิภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่คนนิยมท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น ชายทะเล ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ เป็นต้น นอกจากนี้ยังเป็นแหล่งธุรกิจและสถานที่ทำงานต่าง ๆ อีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามการเดินทางไปภาคดังกล่าวอาจจะมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าการเดินทางไปยังภาคกลาง ดังนั้นผู้ที่เดินทางไปภาคตะวันออกและภาคเหนือ ส่วนใหญ่จึงเป็นผู้ที่มีรายได้มากกว่าผู้ที่เดินทางไปภาคกลาง

ตารางที่ 4.15 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยว กับ วัตถุประสงค์การเดินทาง

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ข้าราชการ	พ.เอกชน	อก.ส่วนตัว	แม่บ้าน	นักเรียน	อื่น ๆ
ว.ประสงค์	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
พักผ่อน	74.83%	60.0%	82.18%	86.36%	75.00%	78.79%	66.67%
ธุรกิจ	3.4%	6.67%	2.97%	0.00%	8.33%	0.00%	5.56%
เยี่ยมญาติ	14.29%	21.33%	9.90%	13.64%	8.33%	13.64%	16.67%
ประชุม	4.08%	6.67%	2.97%	0.00%	0.00%	3.03%	11.11%
ทัศนศึกษา	2.38%	4.00%	0.00%	0.00%	8.33%	4.55%	0.00%
อื่น ๆ	1.02%	1.33%	1.98%	0.00%	0.00%	0.00%	0.00%

จากตารางที่ 4.15 พบว่า นักท่องเที่ยวในทุก ๆ อาชีพ จะมีวัตถุประสงค์หลักของการเดินทางใกล้เคียงกัน คือเพื่อการพักผ่อนและการบันเทิงมากที่สุด โดยเฉพาะผู้ที่ เป็นพนักงานเอกชน และประกอบธุรกิจส่วนตัว คิดเป็น 82.18%ของพนักงานเอกชนทั้งหมด และ 86.36%ของผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัวทั้งหมด รองลงมา มีวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ สำหรับวัตถุประสงค์อื่น ๆ นอกเหนือจากนี้ เช่น ประกอบธุรกิจ ประชุม/สัมมนา และทัศนศึกษา จะมีสัดส่วนน้อยมากไม่ว่า นักท่องเที่ยวจะมีอาชีพใด โดยเฉพาะผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวจะมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อการพักผ่อน และเยี่ยมเพื่อนญาติ เท่านั้น

สำหรับผู้ที่ เป็นแม่บ้านจะแตกต่างออกไปเล็กน้อย คือ มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการพักผ่อนและการบันเทิงมากที่สุด คล้ายกับอาชีพอื่น ๆ แต่รองลงมา นอกจากจะเพื่อเยี่ยมเพื่อนหรือญาติแล้ว ยังจะมีวัตถุประสงค์การเดินทางเพิ่มขึ้นมาอีก คือเพื่อประกอบธุรกิจ และเพื่อทัศนศึกษา

ตารางที่ 4.16 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพของนักท่องเที่ยว กับภูมิภาคจุดหมายปลายทาง

อาชีพ	ค่าเฉลี่ย	ข้าราชการ	พ.เอกชน	ธก.ส่วนตัว	แม่บ้าน	นักเรียน	อื่น ๆ
ภูมิภาค	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
เหนือ	27.89%	26.67%	30.69%	36.36%	25.00%	19.70%	38.89%
กลาง	20.41%	25.33%	20.79%	9.09%	8.33%	22.73%	11.11%
ตะวันออก	33.33%	32.00%	33.66%	45.45%	16.67%	33.33%	33.33%
ตล./เหนือ	7.48%	6.67%	7.92%	0.00%	25.00%	7.58%	5.56%
ใต้	10.88%	9.33%	6.93%	9.09%	25.00%	16.67%	11.11%

จากตารางที่ 4.16 พบว่า นักท่องเที่ยวในทุก ๆ อาชีพ จะมีลักษณะการเดินทางท่องเที่ยวใกล้เคียงกัน โดยส่วนมากจะเดินทางไปยังภาคตะวันออก รองลงมาจะเดินทางไปยังภาคเหนือและภาคกลางตามลำดับ โดยเฉพาะผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวนั้นจะมีสัดส่วนของคนที่เดินทางไปยังภาคตะวันออก และภาคเหนือมากกว่าในอาชีพอื่นๆ คิดเป็น 45.45% และ 36.36% ตามลำดับ สาเหตุอาจเนื่องมาจากภาคตะวันออกและภาคกลางนั้น มีระยะทางไม่ไกลจากกรุงเทพมหานครมากนัก การคมนาคมสะดวก รวดเร็ว ประกอบกับเป็นแหล่งท่องเที่ยวและแหล่งธุรกิจที่สำคัญ สำหรับภาคเหนือนั้นเป็นภาคที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีงานประเพณีและเทศกาลที่น่าสนใจค่อนข้างมาก จึงมีนักท่องเที่ยวในทุกสาขาอาชีพเดินทางไปท่องเที่ยวมากกว่าภาคอื่น ๆ

สำหรับผู้ที่แม่บ้าน ส่วนมากมีการเดินทางท่องเที่ยวยังภาคเหนือ ภาคตะวันออก เฉียงเหนือ และภาคใต้ มากที่สุด ในสัดส่วนเท่ากัน คือ 25%ของผู้ที่เป็นแม่บ้านทั้งหมด ส่วนภาคตะวันออกและภาคกลาง มีสัดส่วนการเดินทางของอาชีพนี้ไม่มากนัก ซึ่งจะแตกต่างออกไปจากอาชีพอื่น ๆ ดังที่กล่าวมาแล้ว

สำหรับการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ได้แสดงในรูปตารางแสดงความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ซึ่งแบ่งเป็นทั้งหมด 7 ตาราง (ตารางที่ 4.17 - ตารางที่ 4.23) คือ ตารางแสดงความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครกับ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ของครอบครัว ขนาดของครอบครัว วัตถุประสงค์ที่มาของนักท่องเที่ยว และภูมิภาคจุดหมาย ซึ่งใน แต่ละตารางได้แบ่งกลุ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยออกเป็น 5 กลุ่ม ดังต่อไปนี้

- กลุ่มที่ 1 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง
- กลุ่มที่ 2 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 1,501-2,500 บาท/คน/ครั้ง
- กลุ่มที่ 3 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 2,501-3,500 บาท/คน/ครั้ง
- กลุ่มที่ 4 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3,501-4,500 บาท/คน/ครั้ง
- กลุ่มที่ 5 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่า 4,500 บาท/คน/ครั้ง

เหตุผลที่แบ่งกลุ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวออกเป็น 5 กลุ่มข้างต้น เนื่องจากค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มักจะตกอยู่ในช่วง 1,500-4,500 บาท/คน/ครั้ง จึงได้แบ่งช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยให้มีช่วงห่างประมาณ 1,000 บาท/คน/ครั้ง แต่เนื่องจากถ้าแบ่งลงมากกว่า 1,500 บาทลงไป และแบ่งช่วงที่เกิน 4,500 บาทขึ้นไป จะทำให้ช่วงค่าใช้จ่ายที่ได้กระจายออกเป็นกลุ่มย่อยๆมากเกินไป ดังนั้นในช่วงที่ต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง และสูงกว่า 4,500 บาท/คน/ครั้ง จึงได้ทำเป็นกลุ่มเดี่ยวเท่านั้น

ตารางที่ 4.17 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวกรุงเทพมหานคร กับ เพศ

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
เพศ	100.00%	39.79%	22.11%	15.31%	6.46%	16.33%
-ชาย	100.00%	40.77%	20.00%	16.15%	6.15%	16.92%
-หญิง	100.00%	39.02%	23.78%	14.63%	6.71%	15.85%

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
เพศ	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-ชาย	44.22%	45.30%	40.00%	46.67%	42.11%	45.83%
-หญิง	55.78%	54.70%	60.00%	53.33%	57.89%	54.17%

จากตารางที่ 4.17 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชายและหญิงจะมีลักษณะค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งคล้ายกัน คือ ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท โดยนักท่องเที่ยวชายคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 40.77% ของจำนวนนักท่องเที่ยวชายทั้งหมด และนักท่องเที่ยวหญิงคิดเป็นสัดส่วน 39.02% ของจำนวนนักท่องเที่ยวหญิงทั้งหมด รองลงมาจะมีค่าใช้จ่ายระหว่าง 1,501-2,500 บาท/คน/ครั้ง คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 20% และ 23.78% ของจำนวนนักท่องเที่ยวชายทั้งหมด และหญิงทั้งหมด ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าชาวกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการเดินทางอยู่ในช่วงไม่เกิน 2,500 บาท

นอกจากนี้ถ้าพิจารณาในแต่ละช่วงของค่าใช้จ่าย พบว่ามีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวหญิงมากกว่าชายในทุก ๆ ช่วง สาเหตุอาจเนื่องจากข้อมูลที่ได้จากการสำรวจครั้งนี้เป็นผู้หญิงมากกว่าผู้ชาย โดยมีผู้หญิงคิดเป็น 55.78% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

ตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวกรุงเทพมหานคร กับ อายุของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
อายุ (ปี)	100.00%	39.79%	22.11%	15.31%	6.46%	16.33%
-15-24	100.00%	53.16%	27.85%	7.60%	5.06%	6.33%
-25-44	100.00%	36.05%	21.09%	19.05%	6.80%	17.01%
-มากกว่า 45	100.00%	32.35%	17.65%	16.18%	7.35%	26.47%

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
อายุ (ปี)	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-15-24	26.87%	35.90%	33.85%	13.33%	21.05%	10.42%
-25-44	50.00%	45.30%	47.69%	62.22%	52.63%	52.08%
-มากกว่า 45	23.13%	18.80%	18.46%	24.44%	26.32%	37.50%

จากตารางที่ 4.18 พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี และระหว่าง 25-44 ปี ส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้งเช่นเดียวกัน โดยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 53.16% ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปีทั้งหมด และเท่ากับ 36.05% ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปีทั้งหมด ตามลำดับ รองลงมาจะมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งอยู่ระหว่าง 1,501-2,500 บาทอีกเช่นเดียวกัน แสดงว่าผู้ที่มีอายุในช่วง 15-24 ปี และ 25-44 ปี มักจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวไม่เกิน 2,500 บาท แต่สัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปีจะกระจุกตัวอยู่ที่ระดับค่าใช้จ่ายระดับต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง มากกว่าของนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปี

สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปี แม้ว่าส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้งเช่นเดียวกับช่วงอายุอื่น ๆ คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 32.35% ของนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปีทั้งหมด แต่รองลงมาจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่าคนในช่วงอายุอื่น ๆ คือมีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วงมากกว่า 4,500 บาท/คน/ครั้ง คิดเป็น 26.47% ของ

นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปีทั้งหมด นอกจากนี้ยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่อายุระหว่าง 25-44 ปี และมากกว่า 45 ปี จะเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ในทุก ๆ ช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่เพิ่มขึ้น ในขณะที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี จะลดลงเรื่อย ๆ แสดงให้เห็นว่า โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวที่มีอายุมาก จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อย อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความมั่นคงในชีวิตมากกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีอายุน้อย รายได้และหลักความมั่นคงในชีวิตสูงกว่า และถ้าดูประกอบกับตารางที่ 4.10 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยวกับอายุ พบว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่จะมีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน จากสาเหตุดังกล่าวจึงทำให้นักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปี มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่สูงนัก อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวในช่วงอายุดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นนักศึกษา (ตารางที่ 4.11) ซึ่งมีรายได้น้อย เลยทำให้นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปีมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งน้อยตามไปด้วย

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว

ชาวกรุงเทพมหานคร กับ อาชีพของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
อาชีพของนักท่องเที่ยว	100.00%	39.79%	22.11%	15.31%	6.46%	16.33%
-ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	100.00%	32.00%	18.67%	20.00%	5.33%	24.00%
-พนักงานเอกชน	100.00%	32.67%	26.73%	17.82%	8.91%	13.86%
-ประกอบธุรกิจส่วนตัว	100.00%	40.91%	9.10%	18.18%	0.00%	31.82%
-แม่บ้าน	100.00%	50.00%	25.00%	0.00%	8.33%	16.67%
-นักเรียน/นักศึกษา	100.00%	59.09%	19.70%	9.09%	4.55%	7.58%
-อื่นๆ	100.00%	33.33%	33.33%	11.11%	11.11%	11.11%

ตารางที่ 4.19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวกรุงเทพมหานคร กับ อาชีพของนักท่องเที่ยว (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
อาชีพของนักท่องเที่ยว	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	25.51%	20.51%	21.54%	33.33%	21.05%	37.50%
-พนักงานเอกชน	34.35%	28.21%	41.54%	40.00%	47.37%	29.17%
-ประกอบธุรกิจส่วนตัว	7.48%	7.69%	3.08%	8.89%	0.00%	14.58%
-แม่บ้าน	4.08%	5.13%	4.62%	0.00%	5.26%	4.17%
-นักเรียนนักศึกษา	22.45%	33.33%	20.00%	13.33%	15.79%	10.42%
-อื่นๆ	6.12%	5.13%	9.23%	4.44%	10.53%	4.17%

จากตารางที่ 4.19 พบว่า ส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวในทุก ๆ อาชีพ จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง รองลงมาจะเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วง 1,501-2,500 บาท จะมีแตกต่างกันบ้างในนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และ นักท่องเที่ยวที่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ซึ่งส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งอยู่ใน 2 ช่วง คือ ในช่วงน้อยกว่า 1,500 บาท และมากกว่า 4,500 บาท ตามลำดับ

นอกจากนี้ ถ้าพิจารณาในแต่ละช่วงของค่าใช้จ่าย พบว่าในช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ค่อนข้างสูง จะมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เป็นข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชนค่อนข้างมาก เช่น ในช่วงค่าใช้จ่ายที่มากกว่า 4,500 บาท/คน/ครั้ง จะมี 37.5% เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และ 29.17% เป็นผู้ที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน สำหรับในช่วงค่าใช้จ่ายที่น้อยกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง ส่วนใหญ่จะเป็นนักเรียนหรือนิสิต คิดเป็น 33.33% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง และจากตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่าสาเหตุที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน ส่วนใหญ่จะมีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างมาก ในขณะที่นักเรียนนักศึกษาส่วนใหญ่จะมีรายได้ครอบครัวน้อยกว่ามาก จึงอาจเป็นไปได้ที่นักท่องเที่ยวที่ประกอบอาชีพรับราชการหรือรัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวมากตามไปด้วย

ตารางที่ 4.20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวกรุงเทพมหานคร กับรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
รายได้ครอบครัว	100.00%	39.79%	22.11%	15.31%	6.46%	16.33%
-น้อยกว่า 15,000	100.00%	65.22%	26.09%	0.00%	0.00%	8.70%
-15,001-30,000	100.00%	41.98%	20.99%	16.05%	8.64%	12.35%
-30,001-50,000	100.00%	41.67%	21.43%	14.29%	8.33%	14.29%
-มากกว่า 50,000	100.00%	32.08%	22.64%	18.87%	3.77%	22.64%

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	ค่าเฉลี่ย	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
รายได้ครอบครัว	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-น้อยกว่า 15,000	7.82%	12.82%	9.23%	0.00%	0.00%	4.17%
-15,001-30,000	27.55%	29.06%	26.15%	28.89%	36.84%	20.83%
-30,001-50,000	28.57%	29.91%	27.69%	26.67%	36.84%	25.00%
-มากกว่า 50,000	36.05%	29.06%	36.92%	44.44%	21.05%	50.00%

จากตารางที่ 4.20 พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาท ต่อเดือน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 65.22% ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือนทั้งหมด และมีสัดส่วนน้อยมากในระดับค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้น ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และ 30,001-50,000 บาทต่อเดือน จะมีลักษณะการใช้จ่ายคล้ายกัน ซึ่งส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท และ อีกช่วงหนึ่งคือ 1,501-2,500 บาท โดยจะมีสัดส่วนใกล้เคียงกันมาก สำหรับนักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้งเช่นกัน คิดเป็น 32.08% ของนักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนทั้งหมด แต่รองลงมามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ใน 2 ช่วง คือระหว่าง 1,501-2,500 บาท/คน

ครั้ง และอีกช่วงหนึ่งคือ มากกว่า 4,500 บาท/คน/ครั้ง คิดเป็น 22.64% ของนักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนทั้งหมด

นอกจากนี้ถ้าพิจารณาแต่ละช่วงของค่าใช้จ่ายเฉลี่ย พบว่า ในช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ค่อนข้างสูงจะมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครอบครัวมาก เพิ่มขึ้นตามไปด้วย เช่น 50% ของนักท่องเที่ยวที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งมากกว่า 4,500 บาท จะเป็นนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน แสดงว่า นักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีรายได้ค่อนข้างสูง จะมีแนวโน้มในการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของการท่องเที่ยวสูงเช่นกัน

ตารางที่ 4.21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร กับ ขนาดของครอบครัวของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
ขนาดครอบครัว	100.00%	39.79%	22.11%	15.31%	6.46%	16.33%
-1-2 คน	100.00%	37.04%	18.52%	11.11%	7.41%	25.93%
-3-4 คน	100.00%	40.00%	18.33%	14.17%	9.17%	18.33%
-มากกว่า 4 คน	100.00%	40.14%	25.85%	17.01%	4.08%	12.93%

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
ขนาดครอบครัว	100.00%	100.00%	100.0%	100.00%	100.00%	100.00%
-1-2 คน	9.18%	8.55%	7.69%	6.67%	10.53%	14.58%
-3-4 คน	40.82%	41.03%	33.85%	37.78%	57.89%	45.83%
-มากกว่า 4 คน	50.00%	50.42%	58.46%	55.55%	31.58%	39.59%

จากตาราง 4.21 พบว่านักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีขนาด 3-4 คน ส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งค่อนข้างสูง โดยมีสัดส่วนค่อนข้างมากในช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ค่อนข้างสูง คิดเป็น 57.89% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วง 3,501-4,500 บาท/คน/ครั้ง และคิดเป็น 45.83% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วงมากกว่า 4,500

บาท/คน/ครั้ง สำหรับนักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีขนาดมากกว่า 4 คน กลับจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งลดลง โดยเมื่อพิจารณาในช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ต่ำกว่า 1,500 บาท ช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งระหว่าง 1,501-2,500 บาท และ 2,501-3,500 บาท พบว่า มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีขนาดมากกว่า 4 คน ค่อนข้างสูง ดังนั้นจึงเป็นไปได้ว่าเมื่อครอบครัวมีขนาดใหญ่ขึ้น อาจต้องมีค่าใช้จ่ายด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวถูกตัดทอนลง และทำให้นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งลดลง

ตารางที่ 4.22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร กับ วัตถุประสงค์ที่มาของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
วัตถุประสงค์	100.00%	39.79%	22.11%	15.31%	6.46%	16.33%
-พักผ่อนและบันเทิง	100.00%	38.18%	21.36%	17.27%	7.27%	15.91%
-ทำธุรกิจ และปฏิบัติราชการ	100.00%	40.00%	30.00%	0.00%	10.00%	20.00%
-เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ	100.00%	52.38%	21.43%	9.52%	2.38%	14.29%
-ประชุมหรือสัมมนา	100.00%	33.33%	25.00%	8.33%	0.00%	33.33%
-ทัศนศึกษา	100.00%	42.86%	14.29%	28.57%	0.00%	14.29%
-อื่นๆ	100.00%	0.00%	66.67%	0.00%	33.33%	0.00%

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
วัตถุประสงค์	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-พักผ่อนและบันเทิง	74.83%	71.79%	72.30%	84.44%	84.22%	72.79%
-ทำธุรกิจ และปฏิบัติราชการ	3.40%	3.42%	4.62%	0.00%	5.26%	4.17%
-เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ	14.29%	18.80%	13.84%	8.89%	5.26%	12.5%
-ประชุมหรือสัมมนา	4.08%	3.42%	4.62%	2.22%	0.00%	8.33%
-ทัศนศึกษา	2.38%	2.56%	1.54%	4.44%	0.00%	2.08%
-อื่นๆ	1.02%	0.00%	3.08%	0.00%	5.26%	0.00%

จากตารางที่ 4.22 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหรือเพื่อความบันเทิง และเพื่อเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ โดยนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนหรือเพื่อบันเทิงมักมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง รองลงมาคือมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในช่วง 1,501-2,500 บาท/คน/ครั้ง คิดเป็น 38.18% และ 21.36% ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนและบันเทิงทั้งหมด ตามลำดับ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อทำธุรกิจ/ปฏิบัติราชการ และวัตถุประสงค์เพื่อเยี่ยมเพื่อนหรือญาติ ก็จะมีลักษณะการใช้จ่ายคล้ายกับนักท่องเที่ยวที่มาพักผ่อนหรือเพื่อการบันเทิง โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งอยู่ใน 2 ช่วงดังกล่าวเช่นกัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อประชุมหรือสัมมนา ส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ใน 2 ช่วงด้วยกันคือ ช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง และอีกช่วงคือช่วงมากกว่า 4,500 บาท/คน/ครั้ง คิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 33.33% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทั้งหมด เหตุที่นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการประชุมสัมมนาส่วนใหญ่ มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อครั้งแบ่งเป็น 2 กลุ่มอาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวบางส่วนเมื่อเสร็จการประชุมก็เดินทางกลับเลย ซึ่งกลุ่มนี้จะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าอีกกลุ่มที่หลังจากเสร็จสิ้นการประชุมแล้วจะเที่ยวต่อทำให้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยสูงกว่า และนักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อทัศนศึกษา ส่วนใหญ่ก็จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง เท่ากับ 42.86% รองลงมาคือช่วงระหว่าง 2,501-3,500 บาท/คน/ครั้ง โดยคิดเป็นสัดส่วนเท่ากับ 28.57% ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ทั้งหมด

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวกรุงเทพมหานคร กับ ภูมิภาคจุดหมายปลายทาง

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
ภูมิภาคจุดหมาย	100.00%	39.79%	22.11%	15.31%	6.46%	16.33%
-เหนือ	100.00%	32.93%	21.95%	17.07%	7.32%	20.73%
-กลาง	100.00%	46.67%	25.00%	15.00%	1.67%	11.67%
-ตะวันออก	100.00%	44.90%	19.39%	13.27%	8.16%	14.26%
-ตะวันออก/เหนือ	100.00%	22.73%	22.73%	22.73%	13.63%	18.18%
-ใต้	100.00%	40.63%	25.00%	12.50%	3.13%	18.75%

ตารางที่ 4.23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว
ชาวกรุงเทพมหานคร กับ ภูมิภาคจุดหมายปลายทาง (ต่อ)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/ครั้ง)	รวม	ต่ำกว่า 1,500	1,501- 2,500	2,501- 3,500	3,501- 4,500	มากกว่า 4,500
ภูมิภาคจุดหมาย	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
-เหนือ	27.89%	23.08%	27.69%	31.11%	31.58%	35.42%
-กลาง	20.41%	23.93%	23.08%	20.00%	5.26%	14.58%
-ตะวันออก	33.33%	37.61%	29.23%	28.89%	42.11%	29.17%
-ตะวันออก/เหนือ	7.48%	4.27%	7.69%	11.11%	15.79%	8.33%
-ใต้	10.89%	11.11%	12.31%	8.89%	5.26%	12.50%

จากตารางที่ 4.23 พบว่า นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเดินทางไปยังภูมิภาคใด ก็จะมีลักษณะการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งคล้ายกัน โดยส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายอยู่ในช่วงต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง และรองลงมา มีค่าใช้จ่ายอยู่ระหว่าง 1,501-2,500 บาท/คน/ครั้ง แต่ถ้าพิจารณาในช่วงของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่ต่ำสุด และสูงสุด พบว่า ในช่วงของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่ำกว่า 1,500 บาท/คน/ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปภาคตะวันออก เท่ากับ 37.61% ของผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในช่วงนี้ทั้งหมด ส่วนในช่วงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่มากกว่า 4,500 บาท/คน/ครั้ง ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปภาคเหนือ เท่ากับ 35.42% ของผู้ที่มีค่าใช้จ่ายในช่วงนี้ทั้งหมด เหตุอาจเนื่องจากว่า ภาคตะวันออกมีระยะทางใกล้กรุงเทพมหานครมากกว่า ทำให้ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ในการเดินทางถูกกว่า และผู้ที่เดินทางไปยังภาคตะวันออกอาจจะมียะยะพักท่องเที่ยวน้อยกว่าภาคเหนือ เนื่องจากเดินทางมาได้บ่อยกว่า

จากผลที่เราหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆข้างต้น ถ้าเราทำการวิเคราะห์โดยอาศัยเครื่องมือทางสถิติ คือการวิเคราะห์สมการโลจิสต์ (Logit Model) และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อหาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวกรุงเทพมหานคร ตามลำดับ แล้วนำปัจจัยที่ได้นั้นมาดูความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ ก็จะทำให้ทราบว่าปัจจัยใดมีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายดังกล่าว และสามารถใช้ในการวางนโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวได้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้น ตัวอย่างเช่น ถ้าเราทำการวิเคราะห์สมการโลจิสต์และสมการถดถอยพหุได้ผลการวิเคราะห์ออกมาว่ารายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน มีอิทธิพลมากในการกำหนดการตัดสินใจท่องเที่ยวหรืออุปสงค์การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว หมายความว่า ถ้าจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้อยู่ในกลุ่มดังกล่าวเพิ่มขึ้น จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย การที่เรารู้รายได้ช่วงใดมีผลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอย่างเดียวนั้น การกำหนดนโยบายคงเป็นไปได้ลำบากที่จะเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ในช่วงดังกล่าว แต่เมื่อเราทราบความสัมพันธ์ระหว่างรายได้กับอาชีพ (ตารางที่ 4.11) ก็ทำให้เราสามารถทราบถึงกลุ่มเป้าหมายที่เราควรจะทำกรส่งเสริมได้ชัดเจนมากขึ้นกว่าที่เราจะทราบแต่ระดับรายได้ที่มีผลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวแต่เพียงอย่างเดียว ดังนั้นหลังจากที่พิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆแล้ว ขั้นตอนต่อไปก็ควรจะทำกรวิเคราะห์ทางสถิติด้วย เพื่อให้ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแต่ละตัวนั้น เนื่องจากตัวแปรส่วนใหญ่ที่นำมาใช้นั้นเป็นตัวแปรหุ่น ซึ่งถือเป็นตัวแปรเชิงคุณภาพ ดังนั้นค่าของตัวเลขที่ปรากฏจึงบอกลักษณะของตัวแปร ไม่ใช่บอกปริมาณ บอกได้เพียงว่าตัวแปรคุณภาพนั้นมีอิทธิพลหรือความสัมพันธ์ต่อกันหรือไม่ ทิศทางความสัมพันธ์มีลักษณะใดและมีความสัมพันธ์กันสูงหรือต่ำเท่านั้นเอง โดยค่าความสัมพันธ์ไม่ใช่ขนาดของความสัมพันธ์ในเชิงปริมาณ ดังนั้นในการอธิบายอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัวจึงดูที่ค่าสถิติและเครื่องหมายหน้าค่าสัมประสิทธิ์เป็นหลัก และจากผลการวิเคราะห์นี้จะทำให้พอจะทราบถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวกรุงเทพมหานครได้

4.2 วิเคราะห์สมการโลจิสต์

ในการวิเคราะห์นี้จะแสดงผลการวิเคราะห์ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์จะพิจารณาว่าปัจจัยใดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร โดยใช้เครื่องมือทางสถิติคือแบบจำลองโลจิสต์ (logit model) ซึ่งเป็นแบบจำลองที่ใช้วิเคราะห์ตัวแปรตามที่มีลักษณะเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ ในที่นี้คืออุปสงค์การท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานคร และผลการศึกษาจะให้ค่าความน่าจะเป็นของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และทำให้ทราบถึงปัจจัยต่างๆที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานคร

สมการโลจิสต์สามารถแสดงในรูปทั่วไป ดังนี้

$$\begin{aligned}
 Z_i &= \log\left(\frac{p_i}{1-p_i}\right) \\
 &= \beta_0 + \beta_1 \text{Sex}_i + \beta_2 \text{Age1}_i + \beta_3 \text{Age2}_i + \beta_4 \text{Edu1}_i + \beta_5 \text{Edu2}_i + \\
 &\quad \beta_6 \text{Edu3}_i + \beta_7 \text{Edu4}_i + \beta_8 \text{Oc1}_i + \beta_9 \text{Oc2}_i + \beta_{10} \text{Oc3}_i + \beta_{11} \text{Oc4}_i + \\
 &\quad \beta_{12} \text{Oc5}_i + \beta_{13} \text{Y1}_i + \beta_{14} \text{Y2}_i + \beta_{15} \text{Y3}_i + \beta_{16} \text{FS1}_i + \beta_{17} \text{FS2}_i + \\
 &\quad \beta_{18} \text{Sea1}_i + \beta_{19} \text{Sea2}_i + \beta_{20} \text{PT}_i + \varepsilon_i
 \end{aligned}$$

นอกจากนี้ ในการวิเคราะห์ยังได้ทำการวิเคราะห์ความแตกต่างของปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในระยะเวลาที่แตกต่างกันอีกด้วย เมื่อเวลาที่ใช้ในการพิจารณาแตกต่างกัน จะทำให้ทราบว่าเมื่อระยะเวลาเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ จะเปลี่ยนแปลงไปจากช่วงเวลาที่ผ่านมาอย่างไร สามารถแสดงผลการวิเคราะห์เป็น 2 กรณี ดังนี้

4.2.1 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปี พ.ศ. 2541

(1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2541)

การวิเคราะห์ผลโดยใช้ แบบจำลองโลจิสต์ (logit model) ในการประมาณการ ผลตามตารางที่ 4.24 ปรากฏว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร คือ

- รายได้ของครอบครัว (Y)

ครอบครัวที่มีรายได้ในทุกๆช่วงที่ทำการศึกษา จะมีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครในทิศทางบวกทั้งหมด ตรงตามที่เราคาดคะเนไว้ ทั้งนี้หมายถึงเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ในทุกช่วงเหล่านี้เพิ่มขึ้น จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นด้วย โดยครอบครัวที่มีรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน และครอบครัวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน มีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.7533 และ 0.7760 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 ตามลำดับโดยมีความสำคัญมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับครอบครัวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน และครอบครัวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 1.0387 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 โดยมีความสำคัญมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับครอบครัวที่มีรายได้ของครอบครัวน้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน

นอกจากนี้ถ้าพิจารณาจากค่า t-statistic พบว่า ครอบครัวที่มีรายได้มากขึ้น ยิ่งจะเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้นด้วย นั่นคือผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน (Y3) จะเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นได้มากกว่าผู้ที่ครอบครัวมีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน (Y2) และผู้ที่ครอบครัวมีรายได้ 15,001-30,000 บาทต่อเดือน (Y1) ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีอุปสงค์การเที่ยว

- รูปแบบการเดินทาง (PT)

รูปแบบการเดินทาง (PT) มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครในทิศทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ เท่ากับ 0.9213 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ซึ่งหมายความว่า ถ้าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองเพิ่มมาก

ขึ้น จะเป็นปัจจัยสำคัญในการเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ให้มากขึ้นด้วย และจากตารางที่ 4.7 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับรูปแบบการเดินทาง แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครส่วนใหญ่มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าที่จะเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว เหตุอาจเนื่องมาจากการคมนาคมที่สะดวก รวดเร็วมากขึ้น และความรู้สึกเป็นส่วนตัวมากกว่าเดินทางท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

ส่วนตัวแปรอื่นๆ คือ เพศ(Sex) อายุ(Age) การศึกษา(Edu) อาชีพ(Oc) ขนาดของครอบครัว(FS) และฤดูกาล(Sea) พบว่าไม่มีอิทธิพลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่า The Likelihood Ratio Index (ρ)¹ พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.0915 ซึ่งค่าเข้าใกล้ศูนย์มาก แสดงถึงความเหมาะสมของสมการ (Goodness of fit) ได้เป็นอย่างดี และเมื่อทำการคำนวณค่า The Likelihood Ratio Test² ณ ระดับความเชื่อมั่น 5 เปอร์เซ็นต์ เท่ากับ 34.9456 ซึ่งผลการทดสอบพบว่า มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงเป็นการยืนยันอีกว่าการเลือกตัวแปรอธิบายที่นำมาใช้ในการประมาณค่านี้ มีความเหมาะสมในการอธิบายโอกาสของการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

$$^1 \rho = 1 - \frac{Lur}{Lr}$$

ให้ Lur คือ ค่า maximum likelihood function เมื่อค่าพารามิเตอร์ทุกตัวไม่เท่ากับศูนย์

Lr คือ ค่า log-likelihood function เมื่อกำหนดให้ค่าพารามิเตอร์ทุกตัวเท่ากับศูนย์

ถ้า ค่า ρ เข้าใกล้ศูนย์ แสดงถึงความเหมาะสมของสมการได้ดี

$$\rho = 1 - \left(\frac{-173.56}{-191.0328} \right)$$

$$^2 -2(Lr-Lur) = \chi^2_m$$

ให้ Lur คือ ค่า maximum likelihood function เมื่อค่าพารามิเตอร์ทุกตัวไม่เท่ากับศูนย์

Lr คือ ค่า log-likelihood function เมื่อกำหนดให้ค่าพารามิเตอร์ทุกตัวเท่ากับศูนย์

M คือ จำนวนตัวแปรอิสระ

4.2.2 ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงระยะเวลาต่างๆ

นอกจากการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครในช่วงปี 2541 (1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2541) ข้างต้นแล้ว ในการศึกษาส่วนนี้ยังจะทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ดังกล่าวของชาวกรุงเทพมหานครที่เดินทางในช่วงเวลาต่าง ๆ กันด้วย คือผู้ที่เดินทางในช่วงระยะเวลา 9 เดือน (1 เมษายน - 31 ธันวาคม 2541) และระยะเวลา 6 เดือน (1 กรกฎาคม - 31 ธันวาคม 2541) เพื่อจะได้ทราบว่ามีนักท่องเที่ยวเดินทางในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน จะทำให้ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร ผลการวิเคราะห์จากตารางที่ 4.25 พบว่า

- รายได้ของครอบครัว (Y)

ครอบครัวที่มีรายได้ในทุกช่วงที่ทำการศึกษามีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ในทิศทางบวกทั้งหมด ตรงตามที่คาดคะเนไว้ ทั้งนี้หมายถึงเมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ในทุกช่วงเหล่านี้เพิ่มขึ้น จะทำให้ความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวหรืออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นด้วย แต่จะมีความสำคัญในการกำหนดความน่าจะเป็นในการตัดสินใจเดินทางลดลง เมื่อระยะเวลาที่พิจารณาลดลง นั่นคือรายได้ของครอบครัวจะมีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วง 9 เดือน (1 เมษายน-31 ธันวาคม 2541) มากกว่าของผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือน (1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541) ซึ่งพิจารณาได้จากค่า t-statistic ที่ลดลง

แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเทียบกับปัจจัยตัวอื่นๆ รายได้ของครอบครัวก็ยังคงมีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศอยู่ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะครอบครัวที่มีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน (Y3) จะมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.9374 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงเวลา 9 เดือน (1 เมษายน-31 ธันวาคม 2541) โดยมีอิทธิพลมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับครอบครัวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.6814 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 ในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงเวลา 6 เดือน (1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541) โดยมีอิทธิพลมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับครอบครัวที่มีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทต่อเดือน

- ขนาดของครอบครัว (FS)

ขนาดของครอบครัว (FS) จะมีความสำคัญมากขึ้นในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครในกรณีที่ช่วงเวลาที่พิจารณาอุปสงค์ลดลง โดยมีความสำคัญในทิศทางลบ โดยเฉพาะครอบครัวที่มีจำนวน 3-4 คน (FS2) มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ -0.3717 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 เมื่อพิจารณาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือน (1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541) ซึ่งแสดงว่า ถ้ามีจำนวนนักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีขนาด 3-4 คนเพิ่มขึ้น จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศลดลง ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับครอบครัวที่มีขนาดมากกว่า 4 คน

ค่าทางสถิติดังกล่าวจะสอดคล้องกับตารางที่ 4.5 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศกับขนาดของครอบครัวนักท่องเที่ยว พบว่าครอบครัวที่มีขนาดมากกว่า 4 คน จะมีสัดส่วนของการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่าครอบครัวที่มีขนาดเล็กกว่า 4 คน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากครอบครัวขนาดใหญ่จะมีความสัมพันธ์กันในครอบครัวสูง มีคนช่วยแสดงความคิดเห็นทางการท่องเที่ยวหลากหลาย เป็นผลให้ครอบครัวที่มีคนมากมีการเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น

- ฤดูกาล (Sea)

เมื่อระยะเวลาในการพิจารณาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครลดลง พบว่าฤดูกาล (Sea) ซึ่งไม่มีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์ในตอนแรก กลับมามีผลต่อการกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครมากขึ้นในทิศทางบวก โดยเฉพาะฤดูหนาว(Sea2) จะมีความสำคัญค่อนข้างมาก และมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.9206 อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 โดยมีความสำคัญมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับฤดูร้อน ทั้งนี้เมื่อพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือน (1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541) ซึ่งแสดงว่า อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครจะมากขึ้นในช่วงฤดูหนาว อาจเนื่องมาจากความสะดวกในการเดินทางภูมิอากาศที่เอื้ออำนวย และสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งจะสวยงามขึ้นในช่วงฤดูหนาว

นอกจากนี้การที่ฤดูหนาวมีความสำคัญมากขึ้น อาจเนื่องมาจากเมื่อลดระยะเวลาที่พิจารณาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวลงนั้น เราได้ตัดฤดูกาลบางฤดูกาลออกไป และระบุฤดูกาลไปแล้ว เช่นเมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือน (1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541) ทำให้ฤดูร้อนถูกตัดออกไปจากช่วงเวลาดังกล่าว ส่งผลให้ฤดู

หนาวมีความสำคัญทางสถิติในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครมากขึ้น

- รูปแบบการเดินทาง (PT)

เมื่อพิจารณาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศในระยะเวลาต่าง ๆ ที่ลดลง รูปแบบการเดินทาง (PT) จะมีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครลดลง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.7013 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 เมื่อพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วง 9 เดือน (1 เมษายน -31 ธันวาคม 2541) และไม่มีอิทธิพลในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครเลย เมื่อพิจารณาถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วง 6 เดือน (1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541)

แสดงว่า รูปแบบการเดินทางแบบที่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยตนเองยังจะมีความสำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครในทิศทางบวก นั่นคือ ถ้าสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเองให้มากขึ้น จะส่งผลให้อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นด้วย แต่อย่างไรก็ตามรูปแบบการเดินทาง (PT) นี้จะเป็นปัจจัยที่ลดความสำคัญลงในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ เมื่อระยะเวลาที่พิจารณาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวนี้ลดลง

ส่วนตัวแปรอื่นๆ คือ เพศ (Sex) อายุ (Age) การศึกษา (Edu) อาชีพ (Oc) พบว่าไม่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.24 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของ
ชาวกรุงเทพมหานคร ในช่วง ปี พ.ศ. 2541 (1 มกราคม-31 ธันวาคม 2541)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	STD.ERROR	T-STAT
C	-1.0509	1.0757	-0.977
SEX	-0.0865	0.2824	-0.3063
AGE1	0.0765	0.5215	0.1467
AGE2	0.0797	0.3866	0.2061
EDU1	-0.1339	0.8676	-0.1543
EDU2	-0.2226	0.9243	-0.2408
EDU3	0.8776	0.8761	1.0017
EDU4	0.6845	0.9354	0.7318
OC1	0.3142	0.571	0.5418
OC2	0.5238	0.5775	0.9071
OC3	0.0409	0.6879	0.0595
OC4	0.1384	0.8193	0.1689
OC5	0.3058	0.6286	0.4865
Y1	0.7533	0.4496	1.6755 *
Y2	0.776	0.4631	1.6756 *
Y3	1.0387	0.4937	2.1038 **
FS1	-0.3706	0.4531	-0.818
FS2	-0.0459	0.2979	-0.1541
SEA1	0.8811	0.824	1.0693
SEA2	-0.0768	0.2809	-0.2735
PT	0.9213	0.4641	1.985 **

ค่าทางสถิติ

Hypothesis Testing H_0 : all the parameters = 0 The Likelihood Ratio Test $-2(Lr-Lur) = 34.9456$
The Likelihood Ratio Index = 0.0915 , Log Likelihood = -173.56
Prob (D=1) = 0.7903 , Prob (D=0) = 0.2097 , N = 372

หมายเหตุ * คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.1

** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.01

ที่มา : จากการประมาณค่า

ตารางที่ 4.25 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ
ของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงเวลาต่าง ๆ

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์			T-STAT		
	12 เดือน	9 เดือน	6 เดือน	12 เดือน	9 เดือน	6 เดือน
C	-1.0509	-0.5076	-1.0429	-0.977	-0.4827	-1.0344
SEX	-0.0865	-0.0251	0.1938	-0.3063	-0.0966	0.8273
AGE1	0.0765	0.182	0.3455	0.1467	0.379	0.7829
AGE1	0.0797	0.3318	0.2885	0.2061	0.95	0.8931
EDU1	-0.1339	-0.4902	-0.4277	-0.1543	-0.5787	-0.5206
EDU2	-0.2226	-0.7105	-0.7939	-0.2408	-0.7882	-0.9047
EDU3	0.8776	0.2171	0.219	1.0017	0.2566	0.2689
EDU4	0.6845	0.2692	0.3186	0.7318	0.2985	0.3709
OC1	0.3142	-0.1955	0.0937	0.5418	-0.3488	0.1854
OC2	0.5238	0.1006	0.1164	0.9071	0.1797	0.2329
OC3	0.0409	-0.3726	-0.1423	0.0595	-0.5628	-0.2337
OC4	0.1384	-0.1709	0.1511	0.1689	-0.22	0.21
OC5	0.3058	0.1599	-0.0139	0.4865	0.2602	-0.0253
Y1	0.7533	0.5394	0.577	1.6755 *	1.2395	1.3791
Y2	0.776	0.5866	0.3684	1.6756 *	1.3221	0.874
Y3	1.0387	0.9374	0.6814	2.1038 **	1.9878 **	1.5508 *
FS1	-0.3706	-0.2318	-0.3627	-0.818	-0.5389	-0.9063
FS2	-0.0459	-0.2169	-0.3717	-0.1541	-0.8018	-1.5264 *
SEA1	0.8811	1.3805	0.1791	1.0693	1.7286 *	0.3367
SEA2	-0.0768	0.3977	0.9206	-0.2735	1.5295 *	3.8393 ***
PT	0.9213	0.7013	0.3837	1.985 **	1.5298 *	0.8467

ระยะเวลา 12 เดือน คือ ตั้งแต่ 1 มกราคม - 31 ธันวาคม 2541

ระยะเวลา 9 เดือน คือ ตั้งแต่ 1 เมษายน - 31 ธันวาคม 2541

ระยะเวลา 6 เดือน คือ ตั้งแต่ 1 กรกฎาคม - 31 ธันวาคม 2541

หมายเหตุ * คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.1

** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.01

ที่มา : จากการประมาณค่า

4.3 วิเคราะห์สมการถดถอยพหุ

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุ ในที่นี้จะใช้ในการวิเคราะห์หาปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร โดยให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวเป็นฟังก์ชันขึ้นกับปัจจัยทางด้านประชากร เศรษฐกิจ สังคม และปัจจัยอื่นๆ ซึ่งเขียนในรูปทั่วไปได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{Exp}_j = & \beta_0 + \beta_1 \text{Sex}_j + \beta_2 \text{Age1}_j + \beta_3 \text{Age2}_j + \beta_4 \text{Edu1}_j + \beta_5 \text{Edu2}_j + \\ & \beta_6 \text{Edu3}_j + \beta_7 \text{Edu4}_j + \beta_8 \text{Oc1}_j + \beta_9 \text{Oc2}_j + \beta_{10} \text{Oc3}_j + \beta_{11} \text{Oc4}_j + \\ & \beta_{12} \text{Oc5}_j + \beta_{13} \text{Y1}_j + \beta_{14} \text{Y2}_j + \beta_{15} \text{Y3}_j + \beta_{16} \text{FS1}_j + \beta_{17} \text{FS2}_j + \\ & \beta_{18} \text{Sea1}_j + \beta_{19} \text{Sea2}_j + \beta_{20} \text{Pr o1}_j + \beta_{21} \text{Pr o2}_j + \beta_{22} \text{Pr o3}_j + \\ & \beta_{23} \text{Pr o4}_j + \beta_{24} \text{Aim1}_j + \beta_{25} \text{Aim2}_j + \beta_{26} \text{Aim3}_j + \beta_{27} \text{Aim4}_j + \\ & \beta_{28} \text{Aim5}_j + \beta_{29} \text{PT}_j + \varepsilon \end{aligned}$$

จากการวิเคราะห์ผลโดยใช้การวิเคราะห์สมการถดถอย (Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดที่เกี่ยวกับนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ตัวแปรเพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ของครอบครัว ขนาดของครอบครัว ฤดูกาล ภูมิภาคจุดหมาย วัตถุประสงค์การเดินทาง และรูปแบบการเดินทาง จะมีความสัมพันธ์กันอย่างไรกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานคร ในช่วงปี พ.ศ. 2541(1 มกราคม-31 ธันวาคม 2541) ผลทางสถิติจากตารางที่ 4.26 ปรากฏว่า ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ สามารถแสดงได้ดังนี้ คือ

- อายุ (Age)

นักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-24 ปี (Age1) จะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครโดยตรง ในทิศทางลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ทั้งนี้โดยเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 45 ปี หมายความว่า เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 15-24 ปีเพิ่มขึ้น จะทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ลดลง โดยจะทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวลดลง เท่ากับ 1,136.5 บาท และถ้าหากเป็น นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปี พบว่ามีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครโดยตรงในทิศ

ทางลบเช่นกัน ซึ่งจะทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งลดลง เท่ากับ 566.77 บาท อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 โดยเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุอยู่ในช่วงมากกว่า 45 ปี

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากค่า t-statistic ยังพบอีกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี จะมีอิทธิพลทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งลดลง มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 25-44 ปี ทั้งนี้โดยเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ผลทางสถิตินี้จะตรงกับผลจากตารางที่ 4.18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกับอายุของนักท่องเที่ยว ซึ่งพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุน้อยมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้งน้อยกว่า นักท่องเที่ยวที่มีอายุค่อนข้างมาก ทั้งนี้ถ้าพิจารณาประกอบกับตารางที่ 4.10 และตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวกับอายุ และอาชีพ ตามลำดับ จะพบว่าผู้ที่มีอายุในช่วงระหว่าง 15-24 ปี ส่วนใหญ่เป็น นักเรียน นิสิต นักศึกษา หรือผู้มีรายได้น้อย จึงใช้จ่ายในด้านต่าง ๆ รวมทั้งค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวได้น้อย

- ผู้ที่มีอาชีพแม่บ้าน (Oc4)

กรณีที่นักท่องเที่ยวมีอาชีพหลัก คือ แม่บ้าน (Oc4) จะมีอิทธิพลกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งโดยตรง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.1 ในทิศทางลบ แสดงว่าเมื่อมีจำนวนผู้ที่มีอาชีพแม่บ้านเดินทางท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ที่ประกอบอาชีพอื่น ๆ ทั้งนี้จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งลดลงเท่ากับ 1,645.731 บาท ซึ่งถ้าพิจารณาประกอบกับตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า ผู้ที่เป็นแม่บ้าน ส่วนมากไม่มีรายได้จากการทำงาน ทำให้มีรายได้ของครอบครัวไม่มากนัก เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวน้อยกว่าอาชีพอื่น ๆ

- ภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Pro3)

ภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปจะมีอิทธิพลกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครโดยตรง โดยเฉพาะ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Pro3) จะมีความสำคัญกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในทิศทางบวก อย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ทั้งนี้โดยเปรียบเทียบกับกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปยังภาคเหนือ

ซึ่งแสดงว่า เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครเดินทางไปทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือเพิ่มขึ้น จะทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวกรุงเทพมหานครสูงขึ้นด้วย โดยจะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งเพิ่มขึ้น เท่ากับ 1,781.841 บาท อาจเนื่องมาจากว่าภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีระยะทางไกลจากกรุงเทพมหานคร ทำให้อาจต้องมีจำนวนวันพักมากขึ้น นอกจากนี้ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังมีพื้นที่ค่อนข้างใหญ่ ทำให้มีค่าใช้จ่ายในค่าที่พักและการเดินทางมาก มีผลให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปภาคนี้มากตามไปด้วย

สำหรับตัวแปรอื่นๆ คือ เพศ(Sex) รายได้(Y) การศึกษา(Edu) ขนาดของครอบครัว(FS) รูปแบบการเดินทาง(PT) ฤดูกาล(Sea) และวัตถุประสงค์การเดินทาง(Aim) จะเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางที่ 4.26 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวกรุงเทพฯ ในปี 2541

VARIABLE	COEFFICIENT	STD.ERROR	T-STAT
C	1984.019	1762.271	1.1258
Age1	-1136.500	559.1199	-2.0327 **
Age2	-566.7700	418.1131	-1.3555 *
Aim1	-117.5925	1097.931	-0.1071
Aim2	-425.6183	1328.421	-0.3204
Aim3	-548.0032	1161.699	-0.4717
Aim4	782.5888	1220.539	0.6412
Aim5	-375.4167	1409.546	-0.2663
Edu1	1194.253	1218.265	0.9803
Edu2	1042.447	1275.322	0.8174
Edu3	1216.539	1188.976	1.0232
Edu4	1701.705	1233.927	1.3791
FS1	434.7822	635.4757	0.8120
FS2	134.5981	294.9153	0.4564
Oc1	-320.4359	640.156	-0.5006
Oc2	-538.9527	636.6161	-0.8466
Oc3	23.1855	796.8894	0.0291
Oc4	-1645.731	966.0351	-1.7036 *
Oc5	-737.0335	700.1235	-1.0527
Pro1	-604.6831	421.0875	-1.436
Pro2	-217.6014	371.6069	-0.5856
Pro3	1781.841	575.0677	3.0985 ***
Pro4	247.1767	525.8146	0.4701
PT	146.1907	679.1451	0.2153
Sea1	-712.8231	663.9128	-1.0737
Sea2	76.3040	301.3811	0.2532
Sex	-210.7317	293.8049	-0.7173
Y1	286.9127	599.5343	0.4786
Y2	683.2535	597.4519	1.1436
Y3	794.0284	604.7711	1.31294

R-squared = 0.146, Adjusted R-squared = 0.052, Standard error of regression = 2322.667

F-statistic = 1.5565, Prob(F-statistic) = 0.0387, N = 294

หมายเหตุ * คือ มีความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.1

** คือ มีความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** คือ มีความเชื่อมั่น ณ ระดับนัยสำคัญ 0.01

ที่มา : จากทศการประมาณค่า

การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครกับตัวแปรทุกตัวนั้น พบว่า รายได้ (Y) ที่เป็นปัจจัยตัวหนึ่งที่คาดคะเนว่าน่าจะมี ความสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครในทิศทาง บวก แต่จากค่าที่ได้จากการประมวณผล พบว่า รายได้ไม่มีความสำคัญทางสถิติกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ซึ่งไม่เป็นไปตามผลที่คาดคะเนไว้ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ในการศึกษาครั้งนี้ มีจำนวน ตัวแปรที่ใช้ศึกษาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวค่อนข้างมาก และข้อมูล เป็นข้อมูลเชิงสุ่ม จึงมีการกระจายค่อนข้างสูงเช่นกัน

แต่อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยตัวอื่น ๆ แล้ว รายได้ของครอบครัวของ นักท่องเที่ยว (Y) แม้จะมีความสำคัญไม่มากนัก แต่ก็มีแนวโน้มที่จะกำหนดค่าใช้จ่าย เฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครมากกว่าปัจจัยตัวอื่น ๆ เช่น เพศ(Sex) ขนาดของ ครอบครัว(FS) รูปแบบการเดินทาง(PT) ฤดูกาล(Sea) และวัตถุประสงค์การเดินทาง(Aim) เป็นต้น โดยเฉพาะในช่วงรายได้ของครอบครัวระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน (Y2) และ รายได้ของครอบครัวช่วงมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน (Y3) จะมีผลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในทิศ ทางบวก นั่นคือ เมื่อมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวอยู่ใน 2 ช่วงดังกล่าวเดินทาง ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานครมากขึ้นด้วย นอกจากนี้ถ้าพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างรายได้ในช่วงต่าง ๆ ยังพบว่า เมื่อระดับรายได้ของครอบ ครัวยิ่งมากขึ้น ยิ่งจะมีความสำคัญมากขึ้นในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาว กรุงเทพมหานคร โดยดูจากค่า t-statistic นั่นคือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน (Y3) จะมีผลให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้น มากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 30,001-50,000 บาทต่อเดือน (Y2) และรายได้ระหว่าง 15,001-30,000 บาทต่อเดือน (Y1) ตามลำดับ

ดังนั้น ถ้าได้ทำการพิจารณาโดยการตัดปัจจัยบางตัวที่ไม่สำคัญออกโดยไม่นำมาวิเคราะห์ อาจจะพบว่ารายได้ในทุกช่วงมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานครมากขึ้น ในทิศทางบวก ตรงตามผลที่คาดคะเนไว้ เนื่องจากข้อมูลจะมีการกระจายน้อยลง แต่จะไม่นำมา พิจารณาในการศึกษาครั้งนี้

จากผลแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ และผลการวิเคราะห์ทางสถิติ สามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการวางนโยบายในการส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร โดยนำผลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์ดังกล่าวด้วยแบบจำลองโลจิสต์ (logit model) อาจมีลักษณะดังต่อไปนี้

1. แนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยการใช้สื่อในการชักชวนให้ชาวไทยหันมาเที่ยวในประเทศมากขึ้น เมื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาเป็นแนวทางแล้วพบว่า รายได้ของครอบครัวในทุก ๆ ช่วง มีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครค่อนข้างมาก ไม่ว่าจะพิจารณาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครในระยะเวลาใด โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน จะมีความสำคัญมากในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในทิศทางบวก นั่นคือ ถ้าสามารถส่งเสริม ชักชวนให้นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวที่มีระดับรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูงนี้ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น จะทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นด้วย แต่อย่างไรก็ตาม การเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้สูงนั้น ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นได้ก็จริง แต่ในขณะเดียวกันก็ไม่ควรละเลยกลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้ระดับกลางซึ่งเป็นคนกลุ่มใหญ่ของประเทศ เนื่องจากระดับรายได้ในช่วงอื่น ๆ ที่ทำการศึกษาต่างก็มีความสำคัญต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศในทิศทางบวก แม้ว่าจะมีความสำคัญน้อยกว่าชาวกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือนก็ตาม แต่เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยอื่นๆ แล้ว พบว่ารายได้ของครอบครัวจะเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวดังกล่าว

นอกจากผลทางสถิติดังกล่าวแล้ว ถ้าพิจารณาจากตารางที่ 4.11 ซึ่งเป็นตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่อเดือนของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน คิดเป็น 30.4% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาท ต่อเดือน รองลงมา คือข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็น 28.8% เมื่อนำผลการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ที่ได้มาสัมพันธ์กับผลของตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ แล้ว ก็จะได้กลุ่มเป้าหมายที่น่าจะส่งเสริม คือกลุ่มชาวกรุงเทพมหานครที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ นอกจากนี้เมื่อดูนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีรายได้สูงเทียบกับผลของตารางอื่นที่เป็นตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวนักท่องเที่ยวกับตัวแปรอื่นๆ

ก็จะพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ส่วนใหญ่จะมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหรือการบันเทิง (ตารางที่ 4.13) และมีอายุอยู่ในช่วง 25-44 ปี (ตารางที่ 4.10) มากที่สุด คิดเป็น เท่ากับ 79.25% และ 48.8% ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดที่มีรายได้ของครอบครัวมากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน ตามลำดับ เมื่อได้ผลดังกล่าว กลุ่มเป้าหมายจากเดิมที่เป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ของครอบครัวสูง ก็จะขยายกว้างออกไป และเห็นกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ชาวกรุงเทพมหานครที่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน และข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุค่อนข้างสูง ชาวกรุงเทพมหานครที่มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการพักผ่อนหรือการบันเทิง และกลุ่มอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนสูงดังกล่าว เป็นต้น

ในการชักจูงให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาเที่ยว สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีระดับรายได้ค่อนข้างสูงนี้ อาจทำได้โดยเน้นคุณภาพสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พักอาหาร ให้มากขึ้น เผยแพร่ข้อมูล ข่าวสารการท่องเที่ยวให้เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยผ่านทางโทรทัศน์รวมทั้งเครือข่ายเคเบิลทีวี สิ่งพิมพ์ นิตยสารชั้นนำ หนังสือพิมพ์ วิทยุ และอินเทอร์เน็ต เป็นต้น นอกจากนี้อาจส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศโดยเน้นกลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานเอกชนโดยเฉพาะ โดยให้สิทธิพิเศษกับหน่วยงานราชการ บริษัท ให้ได้รับสิทธิพิเศษจากการจัดการประชุม สัมมนาในต่างจังหวัด เพื่อเป็นการดึงดูดให้กลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการส่งเสริม ท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น

2. แนวนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยผ่านทาง การส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศอีกนโยบาย พบว่าจากการประมาณค่าแบบจำลองโลจิสต์ (logit model) นั้น รูปแบบการเดินทาง (PT) เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครคือ ถ้าเราสามารถเปลี่ยนรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวให้เป็นแบบเดินทางด้วยตนเองได้เพิ่มขึ้น จะเป็นการส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยวได้ดีอีกทางหนึ่ง ดังนั้นการส่งเสริมให้รัฐบาลและหน่วยงานจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกในการเดินทาง เผยแพร่ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับการท่องเที่ยวทางรถยนต์ และการท่องเที่ยวแบบครอบครัว ทั้งนี้อาจทำได้โดยมีการให้ความรู้ด้านเส้นทาง มีการแจกแผนที่บอกเส้นทางหลวงต่าง ๆ และมีหน่วยงานให้ความรู้เกี่ยวกับเส้นทางทางการเดินทาง เป็นต้น จะเป็นนโยบายจูงใจ และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนมาเดินทางด้วยตนเองมากขึ้น เป็นผลให้อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นได้

นอกจากรายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยว (Y) และรูปแบบการเดินทาง (PT) แล้ว ยังพบว่า ปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาว กรุงเทพมหานครอีกตัวหนึ่ง คือ ฤดูกาล (Sea) ดังนั้นการที่รัฐบาลส่งเสริม สนับสนุนให้ธุรกิจ เอกชนและหน่วยงานของรัฐบาลในท้องถิ่นจัดและประชาสัมพันธ์ข่าวสารเกี่ยวกับงานเทศกาล งานประเพณี และกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่น ๆ ในฤดูกาลต่าง ๆ ในทุกภูมิภาค เพื่อกระจาย จำนวนนักท่องเที่ยวและช่วงเวลาการเดินทางตลอดปี อาจจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มอุปสงค์ การท่องเที่ยวภายในประเทศ และเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยได้

สำหรับแนวนโยบายในการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาว กรุงเทพมหานคร โดยการนำผลที่ได้จากการศึกษาปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยดังกล่าวด้วยการ วิเคราะห์สมการถดถอย มีลักษณะดังต่อไปนี้ คือ

1. แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร ควรเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ชาวกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้ของครอบครัวสูงและระดับปาน กลางเช่นเดียวกับนโยบายที่ใช้ในการเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากผลการ ศึกษาปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว พบว่า รายได้ของครอบครัวเป็นปัจจัย สำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งค่อนข้างมาก ในทางบวก ทั้งนี้เมื่อเปรียบเทียบกับตัว แปรอื่น ๆ โดยเฉพาะชาวกรุงเทพมหานครที่ครอบครัวมีรายได้มากกว่า 50,000 บาทต่อเดือน นั่นคือ ถ้าเราสามารถชักจูงให้ชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ในกลุ่มค่อนข้างสูงและปานกลางให้ ท่องเที่ยวในประเทศได้มากขึ้น จะทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย

นอกจากนี้ถ้าพิจารณาจากตารางที่ 4.10 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของ ครอบครัวกับอายุของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างมาก ส่วนมากจะมีอายุค่อนข้างมากด้วย และถ้าพิจารณาจากตารางที่ 4.16 ซึ่ง แสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกับอายุของนักท่องเที่ยว ยังสามารถสรุปได้อีก ว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุมากกว่า 45 ปี ส่วนใหญ่จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อ ครั้งในการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวในช่วงอายุอื่น ๆ ดังนั้น การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการ เน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุค่อนข้างมาก ให้มากขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่ เป็นผู้มีรายได้ของครอบครัวสูงและเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกันที่จะส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยว

จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มทั้งอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครไปพร้อม ๆ กัน

2. จากการศึกษายังพบว่า อาชีพของนักท่องเที่ยวเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร โดยพบว่าถ้ามีนักท่องเที่ยวที่เป็นแม่บ้านมากขึ้น จะทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวลดลง ดังนั้นทางที่จะเพิ่ม ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวนี้ให้มากขึ้นสามารถทำได้ คือ เลือกกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพอยู่ในกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่ในกลุ่มแม่บ้าน ตัวอย่างเช่น กลุ่มอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น เพราะจากตารางที่ 4.17 ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งกับอาชีพของนักท่องเที่ยว พบว่า ชาวกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน จะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวสูงกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ นอกจากนี้จากตารางที่ 4.11 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของครอบครัวกับอาชีพของนักท่องเที่ยว ยังพบว่า ข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน เป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูง ดังนั้นการประชาสัมพันธ์ ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลุ่มอาชีพดังกล่าวหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น จะเป็นการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งได้ ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายเดียวกับที่จะส่งเสริมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในนโยบายแรก

จากแนวนโยบายข้างต้น เป็นแนวทางที่นำผลการศึกษาดังกล่าวมาพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร มาใช้ในการวางนโยบายในการส่งเสริมและปรับปรุงการท่องเที่ยวของไทย ให้สามารถสร้าง-จัดหา สินค้าและบริการมาตอบสนองนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ซึ่งผลการวิเคราะห์ครั้งนี้อาจทำให้นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ผลดีขึ้นไม่มากนัก

กลางกรณีมหาวิทยาลัย

สรุปและข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทและความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศค่อนข้างมาก โดยทำให้เงินตราต่างประเทศไหลเข้ามาในรูปของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ลดปัญหาการว่างงาน ช่วยการกระจายรายได้และความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่างๆ ลดปัญหาความเหลื่อมล้ำที่เกิดจากความแตกต่างกันในรายได้ของประชาชนให้น้อยลงได้ ดังนั้นจึงควรทำการศึกษาเพิ่มเติมในด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถนำมาวางนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในระยะสั้นและในระยะยาวที่มีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น มีผลในการเพิ่มรายได้จากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาโครงสร้างทางเศรษฐกิจ และระดับค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว และศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวกรุงเทพมหานคร แล้ววางนโยบายให้สอดคล้องกับปัจจัยต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อนำมาพัฒนาการท่องเที่ยวของไทย และดึงดูดให้ชาวไทยหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยในการศึกษาจะใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-Section Data) ในช่วงปี พ.ศ. 2541 ที่ได้มาจากการออกสอบถามและสุ่มตัวอย่างแบบ non-random sampling จากชาวกรุงเทพมหานคร ซึ่งข้อมูลต่าง ๆ จะเป็นข้อมูลทั้งทางด้านเศรษฐกิจ สังคม ประชากร ได้แก่ รายได้ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ เป็นต้น และนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้ในการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานคร โดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ คือ แบบจำลองโลจิสต์ (Logit Model) และแบบจำลองถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร

จากการวิเคราะห์ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงปี พ.ศ. 2541 และปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงระยะเวลาต่างๆกัน คือ ระยะเวลา 9 เดือน (1 เมษายน-31 ธันวาคม 2541) และระยะเวลา 6 เดือน (1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541) สามารถสรุปได้ว่า รายได้ของครอบครัว (Y) โดยเฉพาะระดับรายได้ของครอบครัวที่ค่อนข้างสูง และ รูปแบบการเดินทาง (PT) เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนด อุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานคร ไม่ว่าจะพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวในช่วงเวลาใด โดยตัวแปรทั้ง 2 ตัวแปรมีความสำคัญกับอุปสงค์การท่องเที่ยวในทิศทางบวก

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงเวลาที่ลดลงเรื่อยๆ พบว่า ตัวแปร 2 ตัวดังกล่าวจะลดความสำคัญลง และมีปัจจัยตัวอื่น ๆ ที่มีผลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวดังกล่าวมากขึ้น คือ ฤดูกาล (Sea) และขนาดของครอบครัว (FS) ทั้งนี้พบว่า เมื่อพิจารณาปัจจัยกำหนดอุปสงค์ในระยะเวลาลดลง ฤดูกาลหนาว (Sea2) จะมีผลต่อการกำหนดอุปสงค์การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครมากขึ้นในทิศทางบวก ส่วนครอบครัวที่มีขนาด 3-4 คน (FS2) จะมีความสำคัญในการกำหนด อุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครมากขึ้น โดยมีความสำคัญในทิศทางลบ ทั้งนี้การที่ฤดูหนาวมีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์มากขึ้น อาจเนื่องมาจาก เมื่อระยะเวลาที่ใช้พิจารณาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ดังกล่าวลดลง ฤดูกาลบาง ฤดูกาล คือ ฤดูร้อน จะถูกตัดออกไป จึงทำให้ฤดูกาลที่เหลืออยู่มีความสำคัญมากขึ้น

สำหรับตัวแปรอื่นๆ คือ เพศ (Sex) อายุ (Age) การศึกษา (Edu) อาชีพ (Oc) ยังคงไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ไม่ว่าจะพิจารณาอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงระยะเวลาใด ๆ ก็ตาม

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้น ทำให้สามารถพอจะสรุปแนวทงนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นที่การส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยว อาจทำได้โดยใช้สื่อในการชักชวนให้ชาวไทยหันมาเที่ยวในประเทศมากขึ้น โดยเน้นกลุ่มเป้าหมายหลัก คือ ชาวกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้ของครอบครัวค่อนข้างสูงถึงระดับ

ปานกลางให้มากขึ้น นอกจากนี้เมื่อนำผลการวิเคราะห์สมการโลจิสต์ที่ได้มาสัมพันธ์กับผลของตารางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆแล้ว ก็จะได้กลุ่มเป้าหมายที่น่าจะส่งเสริมขยายกว้างออกไป และเห็นกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนยิ่งขึ้น คือ กลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ พนักงานเอกชน กลุ่มผู้มีอายุค่อนข้างสูง และกลุ่มอื่น ๆ ที่มีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ของครอบครัวต่อเดือนสูง การส่งเสริมกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวอาจทำได้โดยอาศัยสื่อต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย เช่น โทรทัศน์ เคเบิลทีวี นิตยสารชั้นนำ หนังสือพิมพ์ วิทยุ อินเทอร์เน็ต เป็นต้น หรือให้สิทธิพิเศษกับกับหน่วยงานราชการ บริษัท เพื่อดึงดูดกลุ่มข้าราชการ และพนักงานเอกชน ส่งเสริมภาคเอกชนให้เน้นพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร พาหนะ เพื่อดึงดูดกลุ่มผู้มีกำลังซื้อสูงที่ขอความสะดวกสบายให้หันมาเที่ยวมากขึ้น

นอกจากนี้จากการวิเคราะห์แบบจำลองโลจิสต์ยังพบแนวทางอื่น ๆ อีกที่จะส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ คือ ชักชวนและส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวหันมาเดินทางด้วยตนเองให้มากขึ้น โดยอาจจัดหาหน่วยงานและสินค้าที่อำนวยความสะดวกทางการเดินทางให้แก่ นักท่องเที่ยว เช่น แผนที่เส้นทางหรือทางหลวง เผยแพร่ และให้ข่าวสารเกี่ยวกับกิจกรรมและเทศกาลต่างๆที่จะจัดขึ้นในแต่ละฤดูกาล ให้ชาวกรุงเทพมหานครรับรู้มากขึ้น

5.1.2 ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

เมื่อทำการวิเคราะห์ปัจจัยต่างๆที่กำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งที่ใช้ในการท่องเที่ยวของชาวกรุงเทพมหานครในช่วงปี พ.ศ. 2541 โดยการพิจารณาปัจจัยทุกตัวที่เกี่ยวข้อง พบว่าตัวแปรภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป (Sea) ตัวแปรอายุ (Age) และตัวแปรอาชีพ (Oc) มีความสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Pro3) จะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวมากที่สุด ในทิศทางบวก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลรองลงมา คือ นักท่องเที่ยวที่มีอายุระหว่าง 15-24 ปี (Age1) และนักท่องเที่ยวที่มีอาชีพแม่บ้าน (Oc4) ตามลำดับ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบ สำหรับตัวแปรอื่นๆ ไม่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวกับตัวแปรรายได้ของนักท่องเที่ยว (Y) ผลปรากฏว่า ถึงแม้รายได้ของนักท่องเที่ยวจะมีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยไม่มากนัก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจาก ในการศึกษาที่ใช้ตัวแปรหลายตัว และเป็นข้อมูลเชิงสุ่ม ทำให้ข้อมูลที่ได้มีการกระจายค่อนข้างมาก แต่อย่างไรก็ตามถ้าเปรียบเทียบ

กับตัวแปรอื่น ๆ แล้ว พบว่ารายได้ของครอบครัวก็ยังมีผลสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานคร ในทิศทางบวก ตรงตามที่คาดคะเนไว้ แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครจะใช้จ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ถ้ารายได้ของครอบครัวของนักท่องเที่ยวมากขึ้นตามลำดับ

สำหรับปัจจัยอื่นๆ คือ เพศ(Sex) อายุ(Age) การศึกษา(Edu) ขนาดของครอบครัว(FS) รูปแบบการเดินทาง(PT) ฤดูกาล(Sea) และวัตถุประสงค์การเดินทาง(Aim) จะเป็นปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญ

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุดังกล่าวข้างต้น สามารถนำมาใช้วางแผนทางการส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยเน้นการเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวได้คือ เน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ชาวกรุงเทพมหานครที่มีระดับรายได้ของครอบครัวสูงเช่นเดียวกับนโยบายที่ใช้ในการเพิ่มอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ เนื่องจากพบว่า นักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครที่ครอบครัวมีรายได้สูงจะมีอิทธิพลในการกำหนดค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งค่อนข้างมาก ในทางบวก นอกจากนี้ถ้าพิจารณาจากตารางความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยตัวอื่นๆ ยังสามารถสรุปได้อีกว่า การส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยการเน้นกลุ่มเป้าหมายที่เป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอายุค่อนข้างมาก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีรายได้ของครอบครัวสูง จะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่จะเพิ่มค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานครได้ นอกจากนี้การส่งเสริมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งโดยพิจารณากลุ่มอาชีพ พบว่าควรเลือกกลุ่มเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นชาวกรุงเทพมหานครที่มีอาชีพอยู่ในกลุ่มอื่นๆ ที่ไม่ใช่ในกลุ่มแม่บ้าน และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการท่องเที่ยวสูง ตัวอย่างเช่น กลุ่มอาชีพข้าราชการหรือรัฐวิสาหกิจ เป็นต้น

จากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าว พบว่าใกล้เคียงกันทั้งในกลุ่มเป้าหมายของการส่งเสริมอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและของการส่งเสริมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยว ดังนั้นการใช้สื่อและสินค้าทางการท่องเที่ยวต่างๆ จะสามารถใช้ได้กับทั้ง 2 นโยบาย นั่นคือ ใช้สื่อที่เข้าถึงทุกกลุ่มเป้าหมาย คือ โทรทัศน์ สิ่งพิมพ์ และสื่อวิทยุ สำหรับสินค้าทางการท่องเที่ยวนั้น ควรเน้นพัฒนาคุณภาพมากขึ้น เช่น สถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก อาหาร โดยคำนึงถึงนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เนื่องจากส่วนใหญ่มีกำลังซื้อสูง นอกจากนี้การให้ข่าวสารเกี่ยวกับงานเทศกาล งาน

ประเพณี และกิจกรรมต่างๆที่จะจัดขึ้นในแต่ละฤดูกาลของแต่ละภูมิภาคให้ชาวกรุงเทพมหานคร
รับรู้มากขึ้น ก็น่าจะเป็นอีกแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

นโยบายข้างต้นที่ได้จากการวิเคราะห์ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศ
และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานครบางนโยบาย จะคล้ายกับการดำเนินงานด้าน
การท่องเที่ยวในปี 2540¹ ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ให้ความสำคัญกับ
การส่งเสริมสถานที่ท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ คุ่มค่าเงิน ปลอดภัย และมีความหลากหลายในสิ่งที่
น่าสนใจทางการท่องเที่ยว ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพทั้งชาวไทยและชาวต่าง
ประเทศ เน้นความพร้อมของสินค้าทางการท่องเที่ยวที่จะเสนอขาย โดยยังคงเน้นกลุ่มเป้าหมาย
หลัก คือ กลุ่มคนทำงาน กลุ่มบ้านานาญ กลุ่มครอบครัว และกลุ่มเยาวชน ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมาย
ที่ใกล้เคียงกับการศึกษา ที่เป็นกลุ่มผู้มีรายได้ครอบครัวค่อนข้างสูง กลุ่มผู้มีอายุค่อนข้างมาก
กลุ่มข้าราชการ รัฐวิสาหกิจ และพนักงานเอกชน เป็นต้น ทั้งนี้ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
ได้ใช้การโฆษณาเผยแพร่ไปยังกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวโดยผ่านทางสื่อต่าง ๆ เช่นเดียวกับที่เสนอ
แนวทางไว้ นั่นคือทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เผยแพร่ภาพยนตร์โฆษณาทางสถานีโทร
ทัศน์รวมทั้งเผยแพร่ผ่านระบบเคเบิลทีวี ทางสถานี IBC, ยูทีวี เนทเวอร์ค และ ITV โฆษณา
เทศกาลงานประเพณีหรือกิจกรรมพิเศษ ในหนังสือพิมพ์ทั้งภาษาไทยและต่างประเทศ จัดทำบท
ความด้านกิจกรรมและสถานที่ท่องเที่ยวในนิตยสารชั้นนำต่าง ๆ และจัดทำสโปตโฆษณาเกี่ยว
กับการท่องเที่ยวออกอากาศทางสื่อวิทยุ เป็นต้น

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

¹ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, "รายงานประจำปี 2540 "

5.2 ข้อเสนอแนะของการศึกษาและแนวทางการศึกษาต่อไป

1. การศึกษานี้ ทำการศึกษาโดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวาง (cross - section data) ของชาวกรุงเทพมหานครในปี 2541 ดังนั้น จึงควรระมัดระวังในการที่จะนำผลการศึกษากลับไปใช้ในปีอื่นๆที่มีความแตกต่างกันในด้านเศรษฐกิจและสังคม รวมถึงปัจจัยอื่นๆซึ่งมีผลต่อการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของชาวกรุงเทพมหานคร

2. เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณที่ใช้ในการศึกษา การเลือกสุ่มตัวอย่างชาวกรุงเทพมหานครในการศึกษานี้ จึงไม่สามารถเลือกแบบ random sampling ได้ แต่จะใช้การเลือกแบบ non - random sampling โดยทำการเลือกสัมภาษณ์บุคคลตามห้างสรรพสินค้าภายในเขตกรุงเทพมหานคร เป็นต้น ซึ่งอาจจะทำให้ค่าที่ประมาณได้มีความเอนเอียงและมีโอกาสเสี่ยงต่อการผิดพลาดมากขึ้นได้ ดังนั้นในการศึกษากลับต่อไป ถ้าผู้สนใจมีเวลาและงบประมาณมากพอ ก็ควรเพิ่มขนาดของตัวอย่างให้มากขึ้น และทำการสุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมและทั่วถึงชาวกรุงเทพมหานครในทุก ๆ เขต เพื่อจะได้ค่าประมาณที่ถูกต้องและน่าเชื่อถือมากขึ้น

3. ในการศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพมหานครเมื่อพิจารณาในระยะเวลาต่างๆกัน อาจทำให้ข้อมูลที่ได้มีความเอนเอียงไปบ้าง เช่น ฤดูกาล เพราะเมื่อเราพิจารณาในระยะเวลาที่ลดลง ฤดูกาลบางฤดูกาลอาจถูกตัดออกไปจากการพิจารณา ทำให้ข้อมูลไม่กระจายทั่วทั้งปี

4. ในการส่งเสริมให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นนั้น อาจทำให้จำนวนครั้งในการเดินทางท่องเที่ยวลดลง ส่งผลให้อุปสงค์ในการท่องเที่ยวลดลงได้ ซึ่งไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ดังนั้นในการศึกษากลับต่อไป ถ้าสามารถแยกค่าใช้จ่ายดังกล่าวออกเป็น ส่วนต่าง ๆ ได้ เช่นค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าพาหนะเดินทาง ค่าซื้อของที่ระลึก เป็นต้น จะทำให้สามารถส่งเสริมค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งของนักท่องเที่ยวได้ผลมากขึ้น และไม่ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวลดลง

5. ในการศึกษานี้ได้พิจารณาปัจจัยค่อนข้างมาก จึงอาจทำให้ปัจจัยที่มีความสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของชาวกรุงเทพมหานคร มีนัยสำคัญไม่มากนัก เนื่องจากข้อมูลมีการกระจายค่อนข้างสูง ดังนั้นในการศึกษากลับต่อไป ถ้าผู้ศึกษาทดลองตัดตัวแปรบางตัวที่ไม่สำคัญออกไปบ้าง อาจทำให้ทราบปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายเฉลี่ยดังกล่าวได้ชัดเจนขึ้น

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

กองแผนงาน การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . แผนการท่องเที่ยวปี 2541 ด้านการตลาดการท่องเที่ยว : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 4-6,48-49.

กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . โครงการสำรวจค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวปี 2540 : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2540.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . การท่องเที่ยวไทยวิสัยทัศน์ 2555 : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2538.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . รายงานประจำปี 2540 : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2540

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . สถานการณ์ท่องเที่ยวในช่วงปี 2540 : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2541

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย . อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , กุมภาพันธ์ 2540.

จุฑาทพร สุระเชษฐมดแลน . " การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต " วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร มหาบัณฑิตภาควิชาเศรษฐศาสตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร , 2532.

ชยาภรณ์ ชื่นรุ่งโรจน์ , อุปสงค์การท่องเที่ยว . จุลสารการท่องเที่ยว 8 (เมษายน 2529) : 24-36.

นฤมล สนิทวาร. " การประมาณการปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7 " วิทยานิพนธ์ปริญญา เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.

เนาวรัตน์ พลายน้อย และคณะ. พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทย : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย , 2538.

บังอรรัตน์ ไรจน์วรรณสินธ์ , ลัดดาวัลย์ บุญประกอบ และ สุพจน์ จังศิริพรปกรณ์. "ผลการปรับค่าเงินบาทต่อการท่องเที่ยว." จุลสารการท่องเที่ยว 5 (มกราคม 2529 :39-49).

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช . สถิติประยุกต์และวิธีการวิจัย (หน่วยที่1-8) : สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช , 2528.

วีระพล วงษ์ประเสริฐ. " การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย " วิทยานิพนธ์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2536.

วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล. ผลทางด้านเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย : ศูนย์บริการวิชาการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ 2528 : 6-7.

ศรัณยา ศรีรัตนะ. " การศึกษาปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการใช้จ่ายและระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ " วิทยานิพนธ์ ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534.

ศิริชัย พงษ์วิชัย . การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยคอมพิวเตอร์ : ภาควิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2534 : 350-362.

สุจินต์พร จินตนา. " การประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย "ปริญญาานิพนธ์
สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก , 2538.

ภาษาอังกฤษ

Alister Mathieson and Geoffrey Wall. Tourism Economic, Physical and Social
Impacts. (n.p.) : Longman (n.d.).

Bang-omrat Rojwannasin. Determinants of International Tourist Flows to Thailand.
Master of Economics , Thammasat University , 1982.

Bechdolt , B.V. "Cross-Sectional Travel Demand Function : US. Visitors to Hawaii,
1961-1970. " The Quarterly Review of Economics and Business 13
(Winter 1973) : 37-44

Gujarati , Regression on Dummy dependent variable . Topics in Economics (Third
Edition) : 552-577

Robert S. Pindyck , Daniel L. Rubinfeld. Econometric models and Economic
Forecasts (Third Edition) , (n.p.) : 1991.

Wanab A. Salah, Tourism Management . Tourism International Press .(n.p.): 1975.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย



ภาคผนวก

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก ก.

แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษา



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

แบบสอบถาม

โครงการวิเคราะห์ “ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวภายในประเทศของชาวกรุงเทพฯ”

แบบสอบถามนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการทำวิทยานิพนธ์ ในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

จึงใคร่ขอความร่วมมือจากท่านในการตอบแบบสอบถาม เพื่อประโยชน์ทางการศึกษา และผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

การท่องเที่ยวภายในประเทศ หมายถึง การเดินทางไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ เช่น เพื่อพักผ่อน เยี่ยมญาติมิตร ทัดนศึกษา เล่นหรือดูกีฬา ประกอบพิธีทางศาสนา หรือประกอบธุรกิจเพียงชั่วคราว และต้องพักค้างคืนอย่างน้อย 1 คืน แต่ไม่เกิน 60 วัน (ไม่รวมการไปทำงานประจำหรือศึกษาอยู่ในจังหวัดนั้น ๆ)

กรุณาใส่เครื่องหมาย ✓ ในคำตอบที่ตรงกับความเป็นจริงของท่าน

ตอนที่ 1 รายละเอียดเกี่ยวกับผู้ให้สัมภาษณ์

1. เพศ

(1) ชาย (2) หญิง

2. อายุ

(1) 15-24 ปี (2) 25-44 ปี (3) มากกว่า 45 ปี

3. สถานภาพ

(1) โสด (2) สมรส (3) หย่าร้าง / หม้าย

4. การศึกษา

(1) น้อยกว่ามัธยมศึกษาต้น (2) มัธยมปลาย หรือ ปวช.
 (3) อนุปริญญา หรือ ปวส. (4) ปริญญาตรี
 (5) สูงกว่าปริญญาตรี

5. อาชีพ

(1) ข้าราชการ / รัฐวิสาหกิจ (2) พนักงานเอกชน
 (3) ประกอบธุรกิจส่วนตัว (4) แม่บ้าน
 (5) นักศึกษา (6) อื่นๆ (ระบุ).....

6. จำนวนคนในครอบครัวของท่าน
- (1) 1-2 คน (2) 3-4 คน (3) มากกว่า 4 คน
7. รายได้ของครอบครัวต่อเดือน
- (1) ต่ำกว่า 15,000 บาท/เดือน
- (2) ระหว่าง 15,001-30,000 บาท/เดือน
- (3) ระหว่าง 30,001-50,000 บาท/เดือน
- (4) สูงกว่า 50,000 บาท/เดือน
8. ในช่วง 1 ปีที่ผ่านมา (1 มกราคม -31 ธันวาคม 2541) ท่านได้เดินทางภายในประเทศหรือไม่
- (ต้องพกค่างแรมอย่างน้อย 1 คีบ แต่ไม่เกิน 60 วัน)
- (1) เดินทาง (ทำต่อตอนที่ 2-3) (2) ไม่ได้เดินทาง (ข้ามไปทำตอนที่ 3)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 2 ข้อมูลทางการท่องเที่ยว สำหรับผู้ที่เดินทางในประเทศในช่วงปี พ.ศ. 2541 เท่านั้น

9. ท่านเดินทางในประเทศครั้งสุดท้ายประมาณเมื่อใด เดือนที่ผ่านมา (3, 6 หรือ 9 เดือนที่ผ่านมา)

10. ท่านเดินทางในประเทศโดยเฉลี่ยปีละกี่ครั้ง ครั้ง

11. ท่านเดินทางในประเทศเฉลี่ยครั้งละกี่วัน วัน

12. เมื่อท่านเดินทางในประเทศ ท่านมักจะ

(1) เดินทางคนเดียว (2) เดินทางกับเพื่อนรวม 2 คน

(3) เดินทางกับเพื่อนมากกว่า 2 คน (4) เดินทางกับครอบครัว

(5) อื่นๆ (ระบุ).....

13. ในการเดินทางภายในประเทศที่ผ่านมาในปี 2541 ส่วนใหญ่ ท่านจัดการเดินทางในรูปแบบใด

(1) ไปกับบริษัทนำเที่ยว ท่านจ่ายค่าบริการให้แก่บริษัทนำเที่ยวเป็นเงินประมาณ.....บาท

(2) เดินทางไปเอง

14. ท่านใช้จ่ายเงินในการเดินทางแต่ละครั้งจำนวนประมาณครั้งละ.....บาท / คน (รวมทั้งที่จ่ายเป็นเงินสด บัตรเครดิต และอื่นๆ)

15. วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางที่ผ่านมาในปี 2541 คือ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

(1) พักผ่อน / บันทึง

(2) ธุรกิจ / ปฏิบัติราชการ

(3) เยี่ยมเพื่อนหรือญาติ

(4) ประชุม / สัมมนา

(5) ทักษะศึกษา

(6) อื่นๆ (ระบุ).....

16. พาหนะหลักที่ท่านใช้ในการเดินทางที่ผ่านมาในปี 2541 มากที่สุด คือ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

(ถ้าจำนวนครั้งของการใช้พาหนะเท่ากัน ให้ใช้ข้อมูลครั้งสุดท้าย)

(1) เครื่องบิน

(2) รถไฟ

(3) รถโดยสารประจำทาง

(4) รถยนต์ส่วนตัว

(5) เรือ

(6) อื่นๆ (ระบุ).....

17. สถานที่ที่ท่านใช้บริการพักรีสอร์ทที่ผ่านมานี้ 2541 มากที่สุด คือ (ตอบเพียง 1 ข้อ)

(ถ้าจำนวนครั้งของการใช้บริการเท่ากัน ให้ใช้สถานที่พักรีสอร์ทที่ท่านใช้บริการครั้งสุดท้าย)

- (1) โรงแรม (2) บังกะโล / รีสอร์ท
 (3) ที่พักในอุทยานแห่งชาติ (4) เกสต์เฮ้าส์
 (5) บ้านญาติ / บ้านเพื่อน (6) บ้านพักรับรองของราชการ/เอกชน
 (7) หอพัก หรืออื่นๆ (ระบุ).....

18. ภูมิภาคจุดหมายปลายทางที่ท่านเดินทางไป มากที่สุด ในช่วงที่ผ่านมาในปี 2541 คือ

(ถ้าจำนวนครั้งเท่ากัน ให้ใช้ภูมิภาคที่ท่านเดินทางไปครั้งสุดท้าย)

- (1) ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พะเยา พิษณุโลก สุโขทัย ตาก
 (2) ภาคกลาง เช่น กาญจนบุรี เพชรบุรี(ชะอำ) ประจวบฯ(หัวหิน) อยุธยา ลพบุรี
 (3) ภาคตะวันออก เช่น ชลบุรี(พัทยา) ระยอง จันทบุรี ตราด นครนายก
 (4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ขอนแก่น นครพนม นครราชสีมา หนองคาย อุดรธานี
 อุบลราชธานี มุกดาหาร
 (5) ภาคใต้ เช่น กระบี่ ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) สุราษฎร์ธานี(สมุย)

19. ฤดูกาลที่ท่านเดินทางไป มากที่สุด ในช่วงที่ผ่านมาในปี 2541 คือ

(ถ้าจำนวนครั้งเท่ากัน ให้ใช้ฤดูกาลที่ท่านเดินทางไปครั้งสุดท้าย)

- (1) ฤดูร้อน (กุมภาพันธ์-พฤษภาคม)
 (2) ฤดูฝน (มิถุนายน-กันยายน)
 (3) ฤดูหนาว (ตุลาคม-มกราคม)

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตอนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นทางการท่องเที่ยว

20. ในการเดินทางภายในประเทศ ท่าน ต้องการ จัดการเดินทางในรูปแบบใด

- (1) ไปกับบริษัทนำเที่ยว (2) เดินทางไปเอง

21. ภูมิภาคจุดหมายปลายทางที่ท่าน ต้องการ เดินทางไปมากที่สุด คือ

- (1) ภาคเหนือ เช่น เชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน พิชณุโลก สุโขทัย ตาก
 (2) ภาคกลาง เช่น กาญจนบุรี เพชรบุรี(ชะอำ) ประจวบฯ(หัวหิน) อยุธยา ลพบุรี
 (3) ภาคตะวันออก เช่น ชลบุรี(พัทยา) ระยอง จันทบุรี ตราด นครนายก
 (4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ขอนแก่น นครพนม นครราชสีมา หนองคาย อุดรธานี
 อุบลราชธานี มุกดาหาร
 (5) ภาคใต้ เช่น กระบี่ ตรัง นครศรีธรรมราช นราธิวาส ภูเก็ต สงขลา(หาดใหญ่) สุราษฎร์ธานี (เกาะสมุย)

22. ฤดูกาลที่ท่าน ต้องการ จัดการเดินทาง คือ

- (1) ฤดูร้อน (กุมภาพันธ์ - พฤษภาคม)
 (2) ฤดูฝน (มิถุนายน - กันยายน)
 (3) ฤดูหนาว (ตุลาคม - มกราคม)

23. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่าน ต้องการ เดินทางไปมากที่สุดในฤดูร้อน (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- (1) ชายทะเล (2) เกาะแก่ง ดำน้ำดูปะการัง
 (3) ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ เขื่อน (4) โบราณสถาน วัด วัง
 (5) งานประเพณี งานเทศกาล (6) ช็อปปิ้งและเที่ยวในเมืองใหญ่

24. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่าน ต้องการ เดินทางไปมากที่สุดในฤดูฝน (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- (1) ชายทะเล (2) เกาะแก่ง ดำน้ำดูปะการัง
 (3) ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ เขื่อน (4) โบราณสถาน วัด วัง
 (5) งานประเพณี งานเทศกาล (6) ช็อปปิ้งและเที่ยวในเมืองใหญ่

25. แหล่งท่องเที่ยวที่ท่าน ต้องการ เดินทางไปมากที่สุดในฤดูหนาว (ตอบเพียง 1 ข้อ)

- (1) ชายทะเล (2) เกาะแก่ง ดำน้ำดูปะการัง
 (3) ภูเขา น้ำตก ป่าไม้ เขื่อน (4) โบราณสถาน วัด วัง
 (5) งานประเพณี งานเทศกาล (6) ช็อปปิ้งและเที่ยวในเมืองใหญ่

ภาคผนวก ข.

การประมาณค่าแบบจำลองโลจิสติก (Logit Model)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางภาคผนวก ข. ที่ 1 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว
ภายในประเทศของชาวกรุงเทพฯ ในช่วงเวลาตั้งแต่ 1 เมษายน-31 ธันวาคม 2541 (9 เดือน)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	STD.ERROR	T-STAT
C	-0.5076	1.0516	-0.4827
SEX	-0.0251	0.2596	-0.0966
AGE1	0.182	0.4804	0.379
AGE1	0.3318	0.3493	0.95
EDU1	-0.4902	0.8472	-0.5787
EDU2	-0.7105	0.9015	-0.7882
EDU3	0.2171	0.8462	0.2566
EDU4	0.2692	0.9018	0.2985
OC1	-0.1955	0.5603	-0.3488
OC2	0.1006	0.5595	0.1797
OC3	-0.3726	0.662	-0.5628
OC4	-0.1709	0.7766	-0.22
OC5	0.1599	0.6149	0.2602
Y1	0.5394	0.4352	1.2395
Y2	0.5866	0.4437	1.3221
Y3	0.9374	0.4716	1.9878 **
FS1	-0.2318	0.4301	-0.5389
FS2	-0.2169	0.2705	-0.8018
SEA1	1.3805	0.7986	1.7286 *
SEA2	0.3977	0.2599	1.5295 *
PT	0.7013	0.4584	1.5298 *

ค่าทางสถิติ

Hypothesis Testing H_0 : all the parameters = 0 The Likelihood Ratio Test $-2(Lr-Lur) = 32.9392$
The Likelihood Ratio Index = 0.0772 , Log Likelihood = -196.9999
Prob (D=1) = 0.7392 , Prob (D=0) = 0.2608 , N = 372

หมายเหตุ * คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.1

** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.01

ที่มา : จากการประมาณค่า

ตารางภาคผนวก ข. ที่ 2 แสดงผลการประมาณค่าแบบจำลองปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว
ภายในประเทศของชาวกรุงเทพ ในช่วงเวลาตั้งแต่ 1 กรกฎาคม-31 ธันวาคม 2541 (6 เดือน)

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์	STD.ERROR	T-STAT
C	-1.0429	1.0081	-1.0344
SEX	0.1938	0.2343	0.8273
AGE1	0.3455	0.4413	0.7829
AGE1	0.2885	0.323	0.8931
EDU1	-0.4277	0.8216	-0.5206
EDU2	-0.7939	0.8775	-0.9047
EDU3	0.219	0.8143	0.2689
EDU4	0.3186	0.8591	0.3709
OC1	0.0937	0.5053	0.1854
OC2	0.1164	0.4998	0.2329
OC3	-0.1423	0.6088	-0.2337
OC4	0.1511	0.7197	0.21
OC5	-0.0139	0.55	-0.0253
Y1	0.577	0.4184	1.3791
Y2	0.3684	0.4215	0.874
Y3	0.6814	0.4394	1.5508 *
FS1	-0.3627	0.4002	-0.9063
FS2	-0.3717	0.2435	-1.5264 *
SEA1	0.1791	0.5317	0.3367
SEA2	0.9206	0.2398	3.8393 ***
PT	0.3837	0.4532	0.8467

ค่าทางสถิติ

Hypothesis Testing H_0 : all the parameters = 0 The Likelihood Ratio Test $-2(Lr-Lur) = 37.8424$

The Likelihood Ratio Index = 0.0762 , Log Likelihood = -229.3634

Prob (D=1) = 0.6129 , Prob (D=0) = 0.3871 , N = 372

หมายเหตุ * คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.1

** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.05

*** คือ มีความเชื่อมั่น ณ. ระดับนัยสำคัญ 0.01

ที่มา : จากการประมาณค่า

ภาคผนวก ค.

การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ตารางภาคผนวก ค.ที่ 1 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายได้ของครอบครัว และอายุของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

Chi - Square Tests

	Value	Degree of freedom	Asymp.Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27.169 ^a	6	.000
Likelihood Ratio	26.746	6	.000
Linear-by-Linear Association	9.357	1	.002
N of Valid Cases	372		

a. ไม่มี cell ที่มีความถี่ที่คาดไว้ต่ำกว่า 5 , ความถี่ที่ต่ำสุดใน cell = 9.68

Pearson Chi-Square

H_0 : รายได้ของครอบครัว และอายุของนักท่องเที่ยวเป็นอิสระกัน

H_1 : รายได้ของครอบครัว และอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน

สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 27.169 ที่องศาอิสระ 6 และค่า Significance ของการทดสอบ = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ของครอบครัวและอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน

Likelihood Ratio Chi-Square

สถิติทดสอบ Likelihood Ratio Chi-Square = 26.746 องศาอิสระ 6 และค่า Significance = .000 จึงสรุปว่า รายได้ของครอบครัวและอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน

Linear-by-Linear Association

H_0 : รายได้ของครอบครัว และอายุของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

H_1 : รายได้ของครอบครัว และอายุของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

สถิติทดสอบ = 9.357 ที่องศาอิสระ 1 และค่า Significance = .002 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงปฏิเสธ H_0 และสรุปว่ารายได้ของครอบครัว และอายุมีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

ตารางภาคผนวก ค.ที่ 2 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายได้ของครอบครัว และอาชีพของนักท่องเที่ยวชาวกรุงเทพมหานคร

Chi - Square Tests

	Value	Degree of freedom	Asymp.Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	14.116 ^a	15	.517
Likelihood Ratio	14.187	15	.511
Linear-by-Linear Association	2.043	1	.153
N of Valid Cases	372		

a. มี 5 cell (20.8%) ที่มีความถี่ที่คาดหวังต่ำกว่า 5 , ความถี่ที่ต่ำสุดใน cell = 1.83

Pearson Chi-Square

H_0 : รายได้ของครอบครัว และอาชีพของนักท่องเที่ยวเป็นอิสระกัน

H_1 : รายได้ของครอบครัว และอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กัน

สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 14.116 ที่องศาอิสระ 15 และค่า Significance ของการทดสอบ = .517 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงยอมรับ H_0 นั่นคือ รายได้ของครอบครัวและอาชีพของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กัน

Likelihood Ratio Chi-Square

สถิติทดสอบ Likelihood Ratio Chi-Square = 14.187 องศาอิสระ 15 และค่า

Significance = .511 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงสรุปว่า รายได้ของครอบครัวและอายุของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กัน

Linear-by-Linear Association

H_0 : รายได้ของครอบครัว และอาชีพของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

H_1 : รายได้ของครอบครัว และอาชีพของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

สถิติทดสอบ = 2.043 ที่องศาอิสระ 1 และค่า Significance = .153 ซึ่งมากกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงยอมรับ H_0 และสรุปว่ารายได้ของครอบครัวและอาชีพของนักท่องเที่ยวไม่มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

ตารางภาคผนวก ค.ที่ 3 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรรายได้ของครอบครัว
และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวกทม.มหานคร

Chi - Square Tests

	Value	Degree of freedom	Asymp.Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	50.045 ^a	12	.000
Likelihood Ratio	49.234	12	.000
Linear-by-Linear Association	33.818	1	.000
N of Valid Cases	372		

a. มี 5 cell (25.0%) ที่มีความถี่ที่คาดไว้ต่ำกว่า 5 , ความถี่ที่ต่ำสุดใน cell = .97

Pearson Chi-Square

H_0 : รายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นอิสระกัน

H_1 : รายได้ของครอบครัว และระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กัน

สถิติทดสอบ Pearson Chi-Square = 50.045 ที่องศาอิสระ 12 และค่า Significance ของการทดสอบ = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงปฏิเสธ H_0 นั่นคือ รายได้ของครอบครัวและระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กัน

Likelihood Ratio Chi-Square

สถิติทดสอบ Likelihood Ratio Chi-Square = 49.234 องศาอิสระ 12 และค่า

Significance = .000 จึงสรุปว่า รายได้ของครอบครัวและอายุของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กัน

Linear-by-Linear Association

H_0 : รายได้ของครอบครัวและระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นไม่มีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

H_1 : รายได้ของครอบครัวและระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวนั้นมีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

สถิติทดสอบ = 33.818 ที่องศาอิสระ 1 และค่า Significance = .000 ซึ่งน้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่กำหนด (.05) จึงปฏิเสธ H_0 และสรุปว่ารายได้ของครอบครัวและระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กันในรูปเชิงเส้น

ประวัติผู้เขียน

นางสาว. ณัฐกานต์ โจจนุตมะ เกิดวันที่ 28 มกราคม พ.ศ. 2519 ที่จังหวัด กรุงเทพมหานคร จบมัธยมศึกษาตอนปลายสายวิทยาศาสตร์ จากโรงเรียนบดินทรเดชา (สิงห์ สิงหเสนี) สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีวิทยาศาสตร์บัณฑิต (เศรษฐศาสตร์) สาขา เศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ (เกียรตินิยมอันดับ 1) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ในปีการศึกษา 2538 เข้าศึกษาต่อในหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เมื่อปี พ.ศ. 2540 ประสบการณ์ทำงานเป็นเจ้าหน้าที่วิเคราะห์สินเชื่อ บริษัทเงินทุนหลักทรัพย์ ร่วมเสริมกิจ จำกัด (มหาชน)



จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย