

สรุปและข้อเสนอนโยบาย

5.1 สรุปผลการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญประเภทหนึ่งที่น่าเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย และเป็นอุตสาหกรรมหลักที่มีความสัมพันธ์และมีผลกระทบต่อการลงทุนกับอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวเนื่องกัน เช่น กิจการโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ขนส่ง และภัตตาคาร เป็นต้น ดังนั้นการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการพัฒนาอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องจึงควรทำควบคู่กันไปถ้าหากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ขยายตัวในปริมาณที่ควรจะเป็นก็จะส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ในทำนองเดียวกันถ้าหากอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น อุตสาหกรรมโรงแรมไม่ได้รับการพัฒนาให้สามารถดำเนินธุรกิจและให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก็จะได้รับผลกระทบด้วย เช่นกัน ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยและเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ ในประเทศ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวย่อมก่อให้เกิดรายได้แก่ธุรกิจ ซึ่งทำให้เกิดการกระจายรายได้ต่อไปในระบบเศรษฐกิจรวม (multiplier Effect) สิ่งเหล่านี้เน้นให้เห็นถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐจัดสรรงบประมาณเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว แต่มีผลในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศเป็นอย่างมาก

ความเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีผลต่อเนื่องในการจ้างงานให้คนในชาติได้อย่างมาก โดยสามารถแยกลักษณะงานออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

- งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม สายการบิน บริษัทนำเที่ยว ร้านค้าของที่ระลึก มัคคุเทศก์ ร้านอาหาร สถานเริงรมย์ เป็นต้น

- งานที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวทางอ้อม ได้แก่ งานด้านเกษตรกรรม การก่อสร้าง
ธนาคาร เป็นต้น

ในจังหวัดหรือเมืองที่การท่องเที่ยวเจริญเติบโตมาก เช่น ในกรุงเทพฯ เชียงใหม่
พัทยา ภูเก็ต และหาดใหญ่ ธุรกิจต่าง ๆ ก็ต้องการกำลังคนในการประกอบการมากขึ้นเป็นเงา
ตามตัว เช่น กิจการโรงแรมต้องการพนักงานในหน้าที่ต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยวต้องการมัคคุเทศก์
พนักงานขับรถ พนักงานประจำสำนักงาน เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันความต้องการวัตถุดิบที่จะป้อน
ให้กิจการเหล่านี้ก็จะเพิ่มขึ้น เช่น โรงแรมต้องการผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ เพื่อประกอบอาหาร จึง
จำเป็นต้องซื้อจากเกษตรกร รายได้ต่าง ๆ จะกระจายไปในหลายระดับของผู้ประกอบอาชีพ ซึ่ง
เป็นการช่วยเพิ่มรายได้และสร้างงานให้แก่ประชาชนทั่วไป อีกทั้งธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่มี
ความสำคัญยิ่งในการสนับสนุนและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เป็นสิ่งอำนวยความสะดวก
ที่สนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยตรงมากที่สุด เนื่องจากเป็นที่พักพำนักค้างแรมของนักท่องเที่ยว
เที่ยวซึ่งเดินทางเข้ามาสู่จุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

ผลการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ในประเทศไทย ปรากฏดังนี้คือ

1. อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
เที่ยวระหว่างประเทศจาก 13 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน ฮ่องกง
สิงคโปร์ เยอรมนีตะวันตก สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส
อิตาลี และอินเดีย ผลปรากฏดังนี้ คือ

ตารางที่ 30 : สรุปผลการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว
ระหว่างประเทศในประเทศไทยจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ

ประเทศ	TPI/INI	HPI/INI	CPI.I/CPI.T	D1	D2
มาเลเซีย			-3.0512		
ญี่ปุ่น	-0.5680			-6.7621	
ฮ่องกง		1.0108	-19.4443	0.5414	
สิงคโปร์		-0.2395	-5.1499	0.1374	-0.1093
เยอรมนีตะวันตก	-0.8343		-9.2256		
สหรัฐอเมริกา	-1.9949	0.2251	-3.4456		-0.3959
ออสเตรเลีย	-1.0621		4.8339		
สหราชอาณาจักร	-0.9279		3.5769		
เกาหลีใต้	-2.2732	0.7572	2.7661		
อิตาลี	-1.2957	0.2222			
อินเดีย		-0.2365	0.5406		

หมายเหตุ : TPI/INI หมายถึง อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว

HPI/INI หมายถึง อัตราส่วนของราคาห้องพักต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว

CPI.I/CPI.T หมายถึง อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย

D1 หมายถึง ตัวแปรหุ่นที่แสดงเหตุการณ์พิเศษในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย

D2 หมายถึง ตัวแปรหุ่นที่แสดงวิกฤตการณ์ทางการเมือง เช่น
วิกฤตการณ์ในระวันออกกลาง เป็นต้น

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ในประเทศไทย พบว่า ปัจจัยผันแปรอิสระอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนัก
ท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว (TPI/INI) มี
ความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 9 ประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น
ฮ่องกง เยอรมนีตะวันตก สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร เกาหลีใต้ ฝรั่งเศส
และอิตาลี ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว
ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยต่ออัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบิน
จากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยวอยู่
ระหว่าง -0.5680 ถึง -2.2732

ปัจจัยผันแปรอิสระอัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้
เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว (HPI/INI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับ
จำนวนนักท่องเที่ยวจาก 2 ประเทศ คือ ประเทศสิงคโปร์ และอินเดีย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐาน
ที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประ
เทศไทยต่ออัตราส่วนของราคาห้องพักต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประ
เทศนักท่องเที่ยวเท่ากับ -0.2395 และ -0.2365 ตามลำดับ ในขณะที่ปัจจัยดังกล่าวมีความสัม
พันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 4 ประเทศ คือ ประเทศฮ่องกง สหรัฐอเมริกา
เกาหลีใต้ และอิตาลี โดยมีค่าความยืดหยุ่นอยู่ระหว่าง 0.2222 ถึง 1.0108 ซึ่งอาจเป็นไปได้ว่า
ถึงแม้ว่าปัจจัยทางด้านราคาห้องพักต่อวันของประเทศไทยสูงขึ้น ยังสามารถทำให้จ่า
นวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้น เนื่องจากอรรถยาศัยอันดีของคนไทย ประเทศไทยมี
แหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีโบราณสถานที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้เข้ามา
ท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ถึงแม้ว่าค่าเฉลี่ยต่อวันจะสูงขึ้นก็ตาม

ปัจจัยทางด้านอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยว
เทียบกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย (CPI.I/CPI.T) มีความสัมพันธ์ในทิศทาง

เดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 4 ประเทศ คือ ประเทศออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส และอินเดีย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยต่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยอยู่ระหว่าง 0.5406 ถึง 4.8339 ในขณะที่ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 5 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น ไต้หวัน สิงคโปร์ เยอรมนีตะวันตก และสหรัฐอเมริกา โดยมีค่าความยืดหยุ่นอยู่ระหว่าง -3.0512 ถึง -19.4443 จึงอาจเป็นเพราะสินค้าทางการท่องเที่ยวของไทย อาจถูกพิจารณาจากนักท่องเที่ยวว่า ถึงแม้ราคาและค่าใช้จ่ายในสินค้าที่จำเป็นในประเทศไทยจะสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับราคาสินค้าที่จำเป็นในประเทศของนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่เนื่องจากทัศนียภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น อากาศที่สวยงามของคนไทย การให้บริการที่ประทับใจของคนไทย การเป็นแหล่งกิจกรรมกีฬากลางแจ้ง เช่น กอล์ฟ กีฬาทางน้ำ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จึงเป็นปัจจัยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามายังประเทศไทย

ปัจจัยทางด้านตัวแปรหุ่นที่แสดงปีการท่องเที่ยวไทย (D1) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 2 ประเทศ คือ ประเทศไต้หวัน และสิงคโปร์ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยต่อตัวแปรหุ่นที่แสดงปีการท่องเที่ยวไทยเท่ากับ 0.5414 และ 0.1374 ตามลำดับ

ปัจจัยทางด้านตัวแปรหุ่นที่แสดงวิกฤตการณ์ทางการเมือง (D2) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับจำนวนนักท่องเที่ยวจาก 3 ประเทศ คือ ประเทศฮ่องกง สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นอยู่ระหว่าง -0.2093 ถึง -0.3959

2. ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจาก 11 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ญี่ปุ่น ฮ่องกง สิงคโปร์ เยอรมนีตะวันตก สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี และอินเดีย และ

ปรากฏดังนี้ คือ

ตารางที่ 31 : สรุปผลการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ
ในประเทศไทยจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยที่ส่งผลกระทบ

ประเทศ	TPI/INI	HPI/INI	CPI.I/CPI.T
มาเลเซีย			-7.7072
ญี่ปุ่น	-1.1635		10.1021
ฮ่องกง	-2.9384		2.4999
สิงคโปร์			-8.7143
เยอรมนีตะวันตก	-1.5662		-15.4657
สหรัฐอเมริกา	-4.4132		
ออสเตรเลีย	-1.9525		7.6934
สหราชอาณาจักร	-1.7271	1.9794	
อิตาลี	-2.4319		-1.9874
อินเดีย	-2.6510	0.6367	1.5409

หมายเหตุ : TPI/INI หมายถึง อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว

HPI/INI หมายถึง อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว

CPI.I/CPI.T หมายถึง ราคาสวนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย พบว่าปัจจัยผันแปรอิสระอัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว (TPI/INI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก 9 ประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น ฮังการี เยอรมนี เดนมาร์ก สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร ฝรั่งเศส อิตาลี และอินเดีย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยต่ออัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยวอยู่ระหว่าง -0.9525 ถึง -4.4132

ปัจจัยผันแปรอิสระอัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว (HPI/INI) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก 2 ประเทศ คือ ประเทศฝรั่งเศส และอินเดีย โดยมีค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยต่ออัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยวเท่ากับ 1.9779 และ 0.6367 ตามลำดับ ซึ่งอาจเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวจาก 2 ประเทศข้างต้นนี้เห็นว่างถึงแม้ว่าราคาที่พักมีราคาสูงขึ้น แต่เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม โบราณสถาน วัฒนธรรม อุตสาหกรรมของคนไทย ทำให้ชาวต่างประเทศประทับใจ สามารถดึงดูดให้ชาวต่างประเทศเข้ามาท่องเที่ยวและใช้จ่ายในประเทศไทยสูงขึ้น

ปัจจัยทางด้านอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับประเทศไทย (CPI.I/CPI.T) มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก 5 ประเทศ คือ ประเทศญี่ปุ่น ฮังการี ออสเตรเลีย สหราชอาณาจักร และอินเดีย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยต่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยอยู่ระหว่าง 1.5409 ถึง 10.1021 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ในขณะที่ปัจจัยดังกล่าวมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจาก 4 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ เยอรมนี เดนมาร์ก และอิตาลี โดยมีค่า

ความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยต่ออัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทย อยู่ระหว่าง -1.9874 ถึง -15.4657 ซึ่งหมายถึงว่า ถึงแม้ว่าราคาสินค้าที่จำเป็นในประเทศไทยจะสูงกว่าราคาสินค้าที่จำเป็นในประเทศของนักท่องเที่ยวก็ตาม แต่เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวซึ่งสวยงามแตกต่างไปจากแหล่งท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ จึงสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายเงินในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น

5.2 ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ คือ

1. เมื่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ขยายตัวขึ้น เป็นผลให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวยังประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย โดยในปี พ.ศ. 2534 มีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยถึง 5,086,899 คน นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเหล่านี้ทำให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว 100,004 ล้านบาท ดังนั้น อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงได้ทวีความสำคัญในระบบเศรษฐกิจในประเทศไทยมากขึ้น ผู้วิจัยจึงเห็นว่า การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย เพื่อศึกษาว่ามีปัจจัยใดบ้างที่จะส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งผลที่ได้จากการวิเคราะห์ ผู้วิจัยเห็นว่าราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทย และราคาห้องพักต่อวันของประเทศไทยมีความสำคัญที่จะต้องพิจารณากันในโอกาสต่อไป เพื่อที่จะกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้อย่างมีศักยภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อจะเป็นประโยชน์ในการวางแผนทางการตลาดสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต มีใช้คำนึงถึงแต่จำนวนของนักท่องเที่ยวเป็นหลักแต่เพียงอย่างเดียว

2. ในการส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางมาสู่ประเทศไทยจะต้องมีการดำเนินการด้านการขยายเพื่อชักจูงให้ลูกค้ามาซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทย ปัจจัยบางประการที่พบจากการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว



ระหว่างประเทศ คือการที่ต้องคำนึงภาวะรายได้ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศว่ามีรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศมากน้อยเพียงใด และมีดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับดัชนีราคาสินค้าผู้บริโภคของประเทศไทยเป็นเช่นไร เพื่อจะได้นำปัจจัยดังกล่าวมาพิจารณาในกระบวนการด้านการขายเพื่อส่งเสริมชักจูงให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมาซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

3. ผลที่ได้จากการพิจารณาตัวแปรหน้าที่แสดงเหตุการณ์พิเศษในการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยโดยกำหนดให้ปี พ.ศ. 2530 เป็นปีการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นปัจจัยทางด้านคุณภาพของการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศครั้งนั้นพบว่า ตัวแปรหน้าที่ดังกล่าวมีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในบางประเทศเท่านั้น คือ ประเทศไต้หวันและประเทศสิงคโปร์ ในขณะที่ตัวแปรหน้าที่แสดงวิกฤตการณ์ทางการเมืองในตะวันออกกลาง ซึ่งเกิดสงครามระหว่างอิรักและคูเวตขึ้นในปี พ.ศ. 2534 พบว่า ตัวแปรหน้าที่ดังกล่าวมีผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวจาก 4 ประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย ฮังการี สิงคโปร์ และสหรัฐอเมริกา ดังนั้นในการวางแผนชักจูงให้นักท่องเที่ยวในตลาดสินค้าทางการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วยการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ ดังเช่นการใช้การส่งเสริมการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2530 ให้ได้ผลในระยะสั้นด้วยปัจจัยคุณภาพดังกล่าวนี้ ควรจะต้องคำนึงถึงประเทศด้วย จึงจะสามารถคาดหวังต่อจำนวนนักท่องเที่ยวให้ได้ผลอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนตัวแปรหน้าที่แสดงวิกฤตการณ์ทางการเมืองในตะวันออกกลางในปี พ.ศ. 2534 ซึ่งส่งผลกระทบต่อจำนวนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศหลายประเทศหน่วยงานทั้งของรัฐและเอกชนจึงต้องช่วยกันในการส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยได้รับผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้น้อยที่สุดเท่าที่จะทำได้ เช่น การจัดงานส่งเสริมการขายการท่องเที่ยว (Travel Mart) การเช่าบูธ (Booth) หรือห้องไว้เพื่อให้ข่าวสารที่เป็นประโยชน์แก่ผู้ซื้อที่มีความสนใจที่จะเดินทางมายังประเทศไทย การไปพบผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยว (Sales Call) ในประเทศต่างๆ และการจัดทำหนังสือหรือวารสารประเภทธุรกิจท่องเที่ยวขึ้นเป็นฉบับพิเศษ (Special Supplement) หรือฉบับแทรกไว้ในวารสารหรือหนังสือพิมพ์ของประเทศต่างๆ เป็นต้น

4. เนื่องจากสินค้าทางการท่องเที่ยวเป็นสินค้าทางการบริการ ซึ่งผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวจะต้องบริโภคสินค้าในหลาย ๆ ส่วนประกอบกันหรือรวมกันเป็นกลุ่ม (Package) องค์

ประกอบหนึ่งที่สำคัญก็คือ สิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว (Facilities) อันได้แก่ สถานที่พักต่าง ๆ เช่น โรงแรม บังกาโล เกสต์เฮ้าส์ รวมทั้งภัตตาคาร ร้านอาหาร บริษัททัวร์ บริษัทรถเช่า โรงภาพยนตร์ แหล่งบันเทิงต่าง ๆ นอกจากจะต้องรักษาระดับราคาให้เหมาะสมแล้ว ยังต้องคำนึงถึงความพร้อมที่จะรองรับเพื่อก่อให้เกิดการซื้อขายบริการของตน เพราะถ้าขาดความพร้อมตลอดจนขาดการดูแลเอาใจใส่ของสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวแล้ว อุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศก็จะย่อมจะลดน้อยลงตามไปด้วย