

งานวิจัยนี้มุ่งประเด็นศึกษา 2 กรณีโดยกรณีที่ 1 มุ่งเป็นเดินศึกษาการหาความสัมพันธ์ระยะสั้น และระยะยาวระหว่างจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาเมืองไทยกับตัวแปรด้าน เศรษฐศาสตร์ เช่น GDP ราคาสินค้าและบริการ ต้นทุนการเดินทาง และ อัตราแลกเปลี่ยน โดย ระยะเวลาที่เก็บข้อมูลอยู่ในช่วงปี 1997 ไตรมาสที่ 1 ถึงปี 2005 ไตรมาสที่ 2 เทคนิคที่ใช้ทำการ วิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระยะยาวและระยะสั้นของตัวแปรดังกล่าว คือ Cointegration techniques ตามแนวคิด Johansen และ Juselius (1990) และ Error Correction Mechanisms ตามแนวคิด Engle และ Granger concept (1987) มากกว่านั้นยังใช้เทคนิค ADF-Test (1979) และ PP-Test (1987, 1988) ในการทดสอบ unit root ในตัวที่นำมาใช้วิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า ในความสัมพันธ์ระยะยาวนั้นตัวแปรด้าน (GDP) ของนักท่องเที่ยวต่างประเทศมีผลทางบวก ต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเมืองไทย ส่วนตัวแปร ด้านต้นทุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวและ ตัวแปรด้านอัตราแลกเปลี่ยน มีผลด้านลบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเมืองไทยในช่วง ระยะเวลาที่ทำการศึกษา(ความสัมพันธ์ระยะสั้นหมายถึงความสัมพันธ์ที่อาจมีบางเหตุการณ์ที่ เกิดขึ้นอย่างบังเอิญ เช่น ราคาน้ำมันสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว เหตุการณ์บ้านเมืองไม่สงบ เหตุการณ์ โรคภัยไข้เจ็บเกิดขึ้นและมีผลต่อการท่องเที่ยว เป็นต้น)

และในกรณีที่ 2 มุ่งประเด็นศึกษาถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการมา ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมใน 3 จังหวัดคือ จังหวัดขอนแก่น จังหวัดอุดรธานี และจังหวัดหนองคาย จำนวนแบบสอบถามที่ใช้การศึกษามีจำนวนเท่ากับ 600 แบบสอบถาม โดยแบบสอบถาม ทั้งหมดถูกเก็บจากนักท่องเที่ยวในช่วงปี 2008 และกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่เก็บนั้นเก็บมาจาก นักท่องเที่ยวที่มาจากทวีปอเมริกา ทวีปยุโรป ทวีปเอเชีย และทวีปโอเชียเนีย

สำหรับผลการวิจัยพบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามาจังหวัดขอนแก่น มีความพึงพอใจในระดับสูงใน สังคม วัฒนธรรม ศิลปะ การสร้างสรรค์สถานที่ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดขอนแก่น การแสดงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัด การบริหารจัดการด้านสถานที่ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดขอนแก่น อาหารไทยในจังหวัดขอนแก่น และ การบริการของคน ไทยในจังหวัดขอนแก่น และพบอีกว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เข้ามา จังหวัดขอนแก่น มีความพึงพอใจในระดับปานกลางใน คุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวเชิง วัฒนธรรมในจังหวัดขอนแก่น (No clean, No beautiful, Not safety and destroying the environment).

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาจังหวัดอุดรธานี มีความพึงพอใจในระดับปานกลางใน วัฒนธรรม ศิลปะ การสร้างสรรค์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด การแสดงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัด การบริหารจัดการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัด คุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดอุดรธานี (Clean, Beautiful, Safe and not destroying the environment) และอาหารไทยในจังหวัดอุดรธานีรวมถึงของที่ระลึกในจังหวัดอุดรธานี และพบอีกว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาจังหวัดอุดรธานี มีความพึงพอใจในระดับสูงใน ด้านสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ ลักษณะชีวิตของคนไทยในจังหวัดอุดรธานี และ การบริการของคนไทยในจังหวัดอุดรธานี

และ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาจังหวัดหนองคาย มีความพึงพอใจในระดับสูงใน ด้านศิลปะในจังหวัดหนองคาย การสร้างสรรค์สถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดหนองคาย การแสดงศิลปวัฒนธรรมในจังหวัดหนองคาย การบริหารจัดการด้านสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดหนองคาย คุณลักษณะของสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดหนองคาย (clean, beautiful, safe and not destroying the environment) อาหารไทยในจังหวัดหนองคาย และ การบริการของคนไทยในจังหวัดหนองคาย และพบอีกว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาจังหวัดหนองคาย มีความพึงพอใจในระดับปานกลางใน สังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจของจังหวัดหนองคาย และ แหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดหนองคาย

This research focus on two topics of study and the first topic is sought to find the short-run and long-run relationships between international tourist arrivals in Thailand with economic variables such as GDP, the price of goods and services, transportation costs, and the exchange rate for the period from 1997(Q1)-2005(Q2). Both the Cointegration techniques based on Johansen and Juselius (1990) and Error Correction Mechanisms based on Engle and Granger concept (1987) were used to find the long-run and short-run relationships of the international tourism demand model for Thailand. This paper used the standard methods test for unit root tests are both ADF-Test (1979) and PP-Test (1987,1988). The long-run results indicate that growth in income (GDP) of Thailand's major tourist source markets has a positive impact on international visitor arrivals to Thailand while both transportation cost and exchange rate has a negative impact on international visitor arrivals to Thailand. The findings were consistent with economic theory and the implications of the model can be used for policy making.

And the second topic to find out the culture tourism satisfaction of international tourists arrival to Thailand. These areas of study such as Khon Kaen, Nong Khai and UDon thani. The number of questionnaires have been collected from these areas is 600. The during period of collection is 2008 and also the samples of this study were collected from international tourists such as tourists from America, tourists from Europe, tourists from Asia and tourists from Oceania.

The result from the research of Khon Kaen Province indicated that the satisfaction of international tourists is very high level in the Social, Cultural, Heritage, Arts, Creative industries, Drama of cities, Management of culture tourism place, Thai food, Souvenirs of Thailand, Thai people life's style and Thai people's services. But the satisfaction of them is median level in the Attributes of cultural tourism place: (No clean, No beautiful, Not safe and destroying the environment).

The result from the research of UDon Thani Province indicated that the satisfaction of international tourists is median level in Heritage, Arts, Creative industries, Drama of cities, The attributes of the cultural tourism place, Management of the culture tourism place, Thai food and A souvenirs of Thailand. But the satisfaction of them is high level in The social, Cultural, Economics issues of tourist destinations, Thai people's life style and Thai people's service.

The result from the research of Nong Khai Province indicated that the satisfaction of international tourists is very high level in the Arts, Creative industries, Drama of cities, Management of tourism place, the Attributes of the cultural tourism place: (clean, beautiful, safe and not destroying the environment), Thai food, Souvenirs of Thailand, Thai people life's style and Thai people's services. But the satisfaction of them is median level in Social, Cultural, Economics issues of tourist destinations and Heritage of tourism place.