



รายงานฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจาก
ต่างประเทศและจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย

ชุดโครงการวิจัยความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทย
กับประเทศในตะวันออกกลาง

โดย

ศูนย์ศึกษานโยบายเพื่อการพัฒนา

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

เมษายน 2553

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจาก
ต่างประเทศและจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย

คณะผู้วิจัย

รศ.ดร.ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์
ณัฐฐาภรณ์ เลี่ยมจรัสกุล

หัวหน้าโครงการและนักวิจัย
นักวิจัยผู้ช่วย

ชุดโครงการวิจัยความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศไทย
กับประเทศในตะวันออกกลาง

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

การท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในภาคการบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้เข้าสู่ประเทศที่สำคัญ ดังจะเห็นได้ว่าในระดับโลก สัดส่วนรายได้จากภาคการท่องเที่ยวที่สูงติด 1 ใน 10 อุตสาหกรรมสำคัญ นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา สำหรับประเทศไทย ได้บรรลุการส่งเสริมการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับแรกๆ และในแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ก็ได้ส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและตั้งเป้าหมายให้ประเทศไทยเข้าการเป็นศูนย์กลางของการท่องเที่ยวของเอเชีย ทั้งนี้ จากตัวเลขนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยตั้งแต่ช่วง 20 ปีที่ผ่านมาสนับสนุนว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังสามารถขยายตัวได้อย่างต่อเนื่อง

จากการศึกษาตามโครงการนี้ในระยะที่ 1 ได้พบว่า นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่อีกกลุ่มหนึ่งที่มีความเป็นไปได้และน่าสนใจของไทยต่อโอกาสการเติบโต โดยมีอัตราการขยายตัวในระดับที่สูงมากกลุ่มหนึ่ง การศึกษานี้จึงได้มีจุดมุ่งหมายที่จะศึกษาวิเคราะห์หาปัจจัยต่างๆ ที่จะสามารถส่งผลสนับสนุนให้เกิดการเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศในตะวันออกกลางและวิเคราะห์เปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวจากประเทศหลักอื่นๆ โดยอาศัยแนวคิดทฤษฎีอุปสงค์ มาใช้วิเคราะห์สภาพและเงื่อนไขของปัจจัย เพื่อทราบความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนนโยบายการท่องเที่ยวให้สอดคล้องไปตามกลุ่มของนักท่องเที่ยวประเทศต่างๆ ทั้งนี้การศึกษานี้ยังได้ดำเนินการศึกษารายละเอียดบางประการจากการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่างๆ เหล่านี้อีกด้วย

แม้ว่าที่ผ่านมา อาจจะมีการศึกษาในลักษณะคล้ายคลึงกันนี้อยู่บ้างจำนวนหนึ่ง แต่ส่วนใหญ่เป็นการศึกษาประมาณการตัวแบบอุปสงค์ต่อการเข้ามาท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ที่เป็นตัวแบบเชิงสถิติ จึงจัดได้ว่าเป็นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีต่อความต้องการเข้ามาเที่ยวตามคุณภาพของความสัมพันธ์ในระยะยาว แต่โดยข้อเท็จจริงแล้ว ความต้องการท่องเที่ยวในต่างประเทศมักจะมีรูปแบบที่ทางเศรษฐศาสตร์เรียกว่า มีความเฉื่อย มีการยึดติดเป็นนิสัยในระดับหนึ่งไม่มากนักน้อย (inertia หรือ delay relationship) เช่น มักจะมีการกลับมาเที่ยวซ้ำอีกได้ ภายหลัง รวมถึงการปรับตัวที่ล่าช้าที่ใช้เวลาระยะหนึ่ง ไม่ใช่เกิดความต้องการท่องเที่ยวแล้วจะไปเที่ยวในทันที ตัวแบบที่เหมาะสมจึงควรอยู่ในรูปแบบพลวัต ที่มีความล่าช้าเข้ามาเกี่ยวข้อง ผลจากการละเอียดประเด็นความล่าช้าดังกล่าวข้างต้นนี้ จึงเป็นผลทำให้ตัวแบบประมาณการที่พบมักจะไม่เป็นไปตามทฤษฎีอุปสงค์ อาทิ อาจจะได้ผลของปัจจัยทางรายได้ที่เป็นลบ ไม่เป็นบวก เป็นต้น ผลการสร้างตัวแบบที่ผิดที่ละเอียดข้อเท็จจริงของการมีความล่าช้านี้ ก่อให้เกิดผลของการประมาณการที่เอนเอียงอีกอย่างหนึ่ง

ผลสรุปจากการศึกษาโดยสรุปได้ผลที่น่าสนใจ ดังนี้

1. ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ (ในการศึกษานี้ได้แก่ ต่อต้นทุนการเดินทาง และต่อราคาการท่องเที่ยว) จากการศึกษาพบว่า ค่าเหล่านี้ส่วนใหญ่มีค่ามีนัยสำคัญที่เป็นลบ ซึ่งย่อมสะท้อนให้เห็นได้ว่า การที่ต้นทุนการเดินทางท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลงโดยเปรียบเทียบกับอดีต อันเกิดจากเทคโนโลยีการเดินทางที่ทันสมัยมากขึ้นทำให้มีต้นทุนต่ำลง เช่น ต้นทุนการเดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำ อันเนื่องมาจากเหตุผลของการบริหารจัดการที่ตัดต้นทุนลง หรือมีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้าสามารถช่วยลดขั้นตอนลง เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบินโดยตรงผ่านอินเทอร์เน็ต ก็จะส่งผลผลักดันให้อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวขยายตัวสูงขึ้นในปัจจุบัน
2. ค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้จากการศึกษาพบว่า ค่านี้ส่วนใหญ่มีค่ามากกว่าหนึ่ง นั้นย่อมหมายความว่า หากเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้ยังมีการขยายตัวได้ดี ในยุคทางการค้าเสรี ก็เป็นเหตุทำให้ภาคการท่องเที่ยวในโลกเกิดการขยายตัวอย่างมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างชัดเจนดังที่พบเห็นกันทั่วไป ดังนั้นภาคการท่องเที่ยวจะเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีอนาคตดีมากในอนาคต
3. ความเป็นคู่แข่งหรือความสนับสนุนต่อกันและกันระหว่างการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านก็เป็นปัจจัยที่ต้องให้ความสนใจอีกประการหนึ่ง ในการศึกษานี้ ได้แก่ ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซีย โดยพบว่าผลที่พบได้เกิดขึ้นทั้งสองรูปแบบ คือเกิดทั้งในรูปแบบที่แข่งขันทดแทนกัน และในรูปแบบที่เกื้อกูลกัน ที่สำคัญเช่น พบว่าสิงคโปร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นคู่แข่งกับไทยสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศส อินเดีย แอฟริกาใต้ และสวีเดน ในขณะที่ประเทศมาเลเซียเป็นคู่แข่งกับไทย สำหรับนักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์ แต่มาเลเซียเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกื้อหนุนกับไทยสำหรับนักท่องเที่ยวจากเยอรมนี อินเดีย และสวีเดน
4. ผลกระทบของเหตุการณ์จากปัจจัยภายนอกอย่างรุนแรงที่เกิดขึ้น พบว่าไม่ได้ก่อให้เกิดผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญที่ชัดเจนต่อความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจำนวนมาก จึงจะกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศของไทยนั้น ค่อนข้างจะมั่นคง มีเสถียรภาพสูง หรือกลับพลิกฟื้นได้รวดเร็ว ทำให้เมื่อใดก็ตามหากเกิดเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ และหากไม่ยืดเยื้อหรือยาวนานมากนัก ก็สามารถจะกลับคืนสภาพกลับมาได้ดี
5. ดังนั้นแล้ว หากการที่ประเทศต่างๆ จะมีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระยะยาวเฉลี่ยตลอดช่วงที่ศึกษา สามารถคาดการณ์ได้ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้เข้ามาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.8 ต่อปี ซึ่งนับว่าเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูงสาขาหนึ่ง โดยเปรียบเทียบกับอัตราการเพิ่มของเศรษฐกิจ (ประมาณร้อยละ 4-5 ต่อปี)
6. สำหรับนักท่องเที่ยวจาก 3 ประเทศจากตะวันออกกลาง (ในที่นี้ ได้แก่ อียิปต์ ซาอุดีอาระเบีย และ อิหร่าน) การศึกษานี้พบว่า อิทธิพลของปัจจัยทางรายได้ต่อหัวหรือแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ มีแนวโน้มให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง (3 ประเทศ) จะขยายตัวในเกณฑ์ที่สูง ถึงร้อยละ 20.5 ต่อปี

7. มีข้อสังเกตที่น่าสนใจกรณีของนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางนี้พบว่า มีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูงมากที่สุด เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวจากทุกประเทศที่ศึกษา ในขณะเดียวกัน ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของการท่องเที่ยว (Tourism Price) ก็มีความยืดหยุ่น(เป็นลบ)สูงที่สุดด้วยเช่นกัน นั่นย่อมหมายความว่า หากเศรษฐกิจขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว จะมีนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางที่ต้องการเที่ยวในไทย ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วหรือในอัตราที่สูงมากที่สุด ขณะเดียวกัน หากราคาค่าครองชีพโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศตะวันตกกลางของนักท่องเที่ยวนั้นมีราคาถูกลงบ้างแม้แต่เพียงเล็กน้อย ก็จะมีผลให้ความต้องการมาเที่ยวในไทยเพิ่มขึ้นอย่างมากด้วยเช่นกัน ดังเช่นที่สามารถสังเกตพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้เข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพในไทยจำนวนมากเพราะเห็นว่าถูกมาก รวมถึงค่าครองชีพ ค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวันในไทยที่ค่อนข้างถูกโดยเปรียบเทียบ นั่นเอง จึงจำเป็นที่นักวางกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวพึงตระหนักและศึกษาในรายละเอียดในการวางแผนต่อไป
8. แต่อย่างไรก็ตาม ในการศึกษานี้ได้นำรวมเอานักท่องเที่ยวจากประเทศอียิปต์ อิหร่าน และประเทศซาอุดีอาระเบียเป็นตัวแทนประเทศตะวันตกกลาง เนื่องจากมีข้อจำกัดของข้อมูลที่มีอยู่ ดังนั้นข้อค้นพบในที่นี้ อาจจะยังไม่ได้สะท้อนภาพที่รวมครบถ้วนสำหรับกรณีนักท่องเที่ยวจากตะวันตกกลางทั้งหมดด้วย
9. สำหรับผลการศึกษาจากการสัมภาษณ์ พบว่ามีความสอดคล้องกับผลการศึกษาอุปสงค์นี้ในหลายประการ และได้พบข้อเท็จจริงเพิ่มเติมในรายละเอียด ที่สำคัญๆ อาทิ นักท่องเที่ยวชาวเกาหลีนิยมมากเป็นพิเศษเป็นครอบครัวและนิยมความสะดวกสบาย ชาวยุโรปมีความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านรายได้และค่าใช้จ่ายมาก นักท่องเที่ยวชาวอินเดียสามารถแบ่งเป็นตลาดบนและล่างได้ และนักท่องเที่ยวจากตะวันตกกลางให้ความสำคัญต่อสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศตนมาก นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเห็นว่าราคาท่องเที่ยวไทยลดต่ำลงมากจึงน่าสนใจ เป็นต้น

รหัสโครงการ : RDG5210036_2
ชื่อโครงการ : โครงการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ
และจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย
ชื่อนักวิจัย : รศ.ดร.ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์¹
¹ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
E-mail Address : paitoon.k@chula.ac.th
ระยะเวลาโครงการ : 30 พฤษภาคม 2552 – 30 เมษายน 2553

การศึกษาได้วิเคราะห์อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศและจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา วิเคราะห์ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง โดยอาศัยแนวคิดของทฤษฎีอุปสงค์และการวิเคราะห์ความยืดหยุ่น ด้วยตัวแบบถดถอยกระจายตัวย้อนกลับล่าช้า (Autoregressive Distributed Lag) ตามแนวทางกลไกแก้ไขความคลาดเคลื่อน (Error Correction Mechanism) ซึ่งประกอบไปด้วยตัวแปรสำคัญๆ ทางด้านราคาการท่องเที่ยว ต้นทุนการเดินทาง ราคาเปรียบเทียบ รายได้ และปัจจัยแวดล้อม และวิเคราะห์สภาพปัจจัยในการที่จะส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากแหล่งต่างๆ รวมถึงตะวันออกกลางด้วย การวิเคราะห์โดยใช้วิธีการทางเศรษฐมิติด้วยแบบจำลองกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจาก 12 ประเทศ ใช้ข้อมูลที่มีอยู่รายปีในทุกตัวแปรที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ ปี ค.ศ. 1971-2008 ประกอบกับการสัมภาษณ์ผู้ที่ทำงานใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยวต่าง ๆ เหล่านั้น เพื่อสอบถามและค้นหาข้อเท็จจริง ในข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่าอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการเข้ามาท่องเที่ยวในไทยนี้เป็นไปตามทฤษฎีของอุปสงค์ กล่าวคือ อ่อนไหวต่อต้นทุนและราคาการท่องเที่ยว และรายได้ของนักท่องเที่ยวค่อนข้างมาก ซึ่งชี้ให้เห็นว่า จะมีนักท่องเที่ยวจากต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวไทยกันมากขึ้นตามลำดับเมื่อเศรษฐกิจโลกขยายตัวต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางที่จะมีการขยายตัวสูงสุดหากรายได้ของชาวตะวันออกกลางยังขยายตัวอยู่ในเกณฑ์สูงอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวก็สามารถยืนยันถึงการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวกลุ่มตะวันออกกลางนี้ ย่อมสะท้อนข้อสรุปที่สำคัญว่า การท่องเที่ยวจะเป็นภาคบริการที่น่าส่งเสริมและสนับสนุน สำหรับเศรษฐกิจไทย และนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางก็เป็นกลุ่มเป้าหมายใหม่อีกกลุ่มหนึ่งที่น่าสนับสนุนด้วย ซึ่งควรจะให้มีการศึกษาและพัฒนาวางแผนการตลาดและการจัดการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อย่างสอดคล้องเหมาะสมในรายละเอียดต่อไป

คำหลัก : อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและกลุ่มตะวันออกกลาง ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยว ตัวแบบถดถอยกระจายตัวย้อนกลับล่าช้า (Autoregressive Distributed Lag) แนวทางกลไกแก้ไขความคลาดเคลื่อน (Error Correction Mechanism)

Project Code: RDG5210036_2
Project Title: Demand for Tourists Arrival to Thailand from 12 Countries of Origin
Investigators: Paitoon Kraipornsak¹
¹ Faculty of Economics, Chulalongkorn University
E-mail Address: paitoon.k@chula.ac.th
Project Duration: 1 May 2009 – 30 April 2010

The main objective of this study is to estimate the demand model for tourist arrival to Thailand from 12 countries of origin including those from Middle East. The autoregressive distributed lag model following the error correction mechanism is employed in the estimation. Standard factors determining the demand model are used in the study; those are tourism price, transportation cost, relative prices of the comparative countries of tourists' destination, income, and major exogenous shocks. Annual data of all variables are used during 1971 – 2008. The study also made interview with some business people who are dealing with those tourists in order to gather additional information to confirm the relevant findings.

The estimated model confirmed theoretical relationships between demand factors. The estimation found elastic demand with respect to income and prices, especially those tourists from the Middle East. This suggests the tourism sector of Thailand due to the continually growing world economy and growth of the tourists' income. The tourism is a hopeful sector for future of the Thai economy. The interview section also gave consistent and supportive results to the estimation. It is recommended for the next step study to explore details of marketing and management for the Middle East tourist arrivals.

Keyword: Demand for Tourists Arrival to Thailand, Middle East, Elasticities of Demand, Autoregressive Distributed Lag, Error Correction Mechanism

สารบัญ

เนื้อหา

บทสรุปผู้บริหาร	ii
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ii
Abstract.....	vi
สารบัญ.....	vii
สารบัญรูป	ix
สารบัญตาราง	x
บทที่ 1.อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	1-1
ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก	1-1
การโดยสารและการขนส่ง (Transport)	1-4
การต้อนรับผู้มาเยือน (Hospitality).....	1-6
สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment).....	1-6
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	1-8
บทบาทความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ.....	1-9
ตะวันออกกลาง: ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ	1-17
ประเทศไทย : จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง	1-19
ปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง	1-26
วัตถุประสงค์การวิจัย.....	1-27
ขอบเขตการศึกษา	1-28
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการวิจัย	1-28
บทที่ 2.ทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์.....	2-1
ส่วนที่ 1. ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Theory).....	2-1
1.ทฤษฎีอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว (Tourism Demand Theory)	2-2
2.ปัจจัยที่มีผลกำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Determinants)	2-2
3.แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ (Econometric Models).....	2-6
ส่วนที่ 2. วรรณกรรมปริทัศน์และงานศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Studies)	2-7
1.งานศึกษาเชิงประจักษ์ในต่างประเทศ.....	2-7
2.งานศึกษาเชิงประจักษ์ในประเทศไทย.....	2-9

ส่วนที่ 3. แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา	2-10
บทที่ 3. ผลการศึกษา	3-1
3.1 ตัวแบบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ.....	3-1
3.2 การสำรวจความคิดเห็นและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ.....	3-15
นักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลี :	3-15
นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป.....	3-17
นักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย	3-18
นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	3-19
นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น.....	3-20
เอกสารอ้างอิง.....	3-21
ภาคผนวก	3-26

สารบัญรูป

รูป 1. 1 จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก และมูลค่าการท่องเที่ยวรวม ปี 1990-2008	1-1
รูป 1. 2 สถานการณ์การท่องเที่ยวรวมของโลก เปรียบเทียบ ปี พ.ศ. 2551-2552	1-2
รูป 1. 3 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2551-2552.....	1-3
รูป 1. 4 อัตราการขยายตัวของรายได้ภาคการท่องเที่ยวของโลก พ.ศ. 2551-2552	1-3
รูป 1. 5 คาดการณ์ภาวะการท่องเที่ยวรวมของโลก ปี พ.ศ. 2553	1-4
รูป 1. 6 การเดินทางโดยการบิน จำแนกตามภูมิภาค ระหว่าง ปี พ.ศ. 2550-2552	1-5
รูป 1. 7 ประเมินการณ์เศรษฐกิจโลก : GDP, Unemployment, Oil price, Inflation and Interest rate	1-6
รูป 1. 8 มูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2533-2551p	1-9
รูป 1. 9 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และรายได้จากภาคการท่องเที่ยว	1-10
รูป 1. 10 อัตราการขยายตัวของรายได้จากการโรงแรม เทียบกับรายได้รวมการท่องเที่ยว	1-13
รูป 1. 11 โครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 และ 2552.....	1-15
รูป 1. 12 สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย และคาดการณ์ปี พ.ศ. 2553	1-16
รูป 1. 13 รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....	1-17
รูป 1. 14 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง	1-18
รูป 1. 15 อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมายังประเทศไทย.....	1-20
รูป 1. 16 เหตุผลของการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง	1-22
รูป 1. 17 ทศนคติของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางที่มีต่อประเทศไทย.....	1-23
รูป 2. 1 กลุ่มปัจจัยกำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว.....	2-5
รูป 3. 1 ตลาดหุ้บร่ม อำเภอแม่ฮ่องสอน.....	3-16

สารบัญตาราง

ตาราง 1.1 ผลสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อบริการสายการบินและโรงแรม ประจำปี 2552....	1-11
ตาราง 1.2 25 อันดับโรงแรมและรีสอร์ทด้านการพักผ่อน ในปี พ.ศ. 2552.....	1-12
ตาราง 1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2550	1-14
ตาราง 1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเปลี่ยนแปลง ระหว่างปี พ.ศ. 2549-2552	1-15
ตาราง 1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวโลก และอัตราการเปลี่ยนแปลงเปรียบเทียบ.....	1-18
ตาราง 1.6 อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ระหว่างปี พ.ศ. 2541-2552.....	1-21
ตาราง 1.7 ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ปี พ.ศ. 2541-2550	1-24
ตาราง 1.8 อัตราการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามกลุ่มประเทศ	1-25
ตาราง 2.1 แบบจำลองประเภทต่างๆจำแนกตามงานวิจัยในแต่ละทวีป ระหว่างค.ศ. 2000-2006	2-6
ตาราง 2.2 รายนามกลุ่มประเทศที่อยู่ในขอบเขตการศึกษา.....	2-10
ตาราง 2.3 คำนวณระยะทางกรุงเทพ – เมืองต้นทาง.....	2-13
ตาราง 2.4 รายการสถิติที่ใช้ในการศึกษา (ข้อมูลรายปี ระหว่างปี ค.ศ. 1971-2008).....	2-15
ตาราง 3. 1 สมการตัวแบบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ สมการที่ (3).....	3-4
ตาราง 3. 2 ผลการประมาณการสมการพลวัต Autoregressive Distributed Lag ของอุปสงค์ต่อการ ท่องเที่ยวไทย ตามสมการที่ 4	3-7
ตาราง 3. 3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทย	3-12

บทที่ 1.

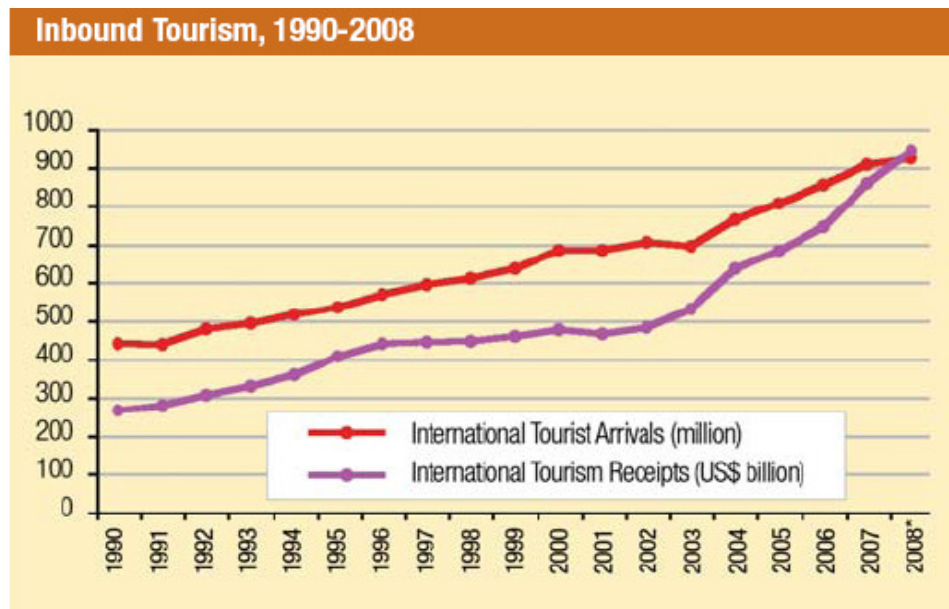
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของโลก

การท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นหนึ่งในภาคการบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศ โดยเป็นหนึ่งในแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศที่มีระดับทุนทางทรัพยากรที่สูง ดังจะเห็นได้ว่าสัดส่วนรายได้จากภาคการท่องเที่ยวที่สูงติด 1 ใน 10 อุตสาหกรรมสำคัญของกลุ่มประเทศทั่วโลก¹ นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีอัตราการขยายตัวอย่างก้าวกระโดดตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 1990 เป็นต้นมา

รูป 1. 1 จำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก และมูลค่าการท่องเที่ยวรวม ปี 1990-2008

(หน่วย : ล้านเหรียญสหรัฐ)



Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

จากแผนภาพที่แสดงให้เห็นข้างต้น อธิบายได้ว่านอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขยายขึ้นเป็น 2 เท่าตัวในช่วงเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมาแล้วนั้น มูลค่าการท่องเที่ยวยังขยายตัวอย่างต่อเนื่องในลักษณะเดียวกัน จากรายงานของ World Tourism Organization ในปี พ.ศ. 2552 ได้สรุปสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกในปี พ.ศ. 2551 ไว้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวโลกขยายตัวจาก 904 ล้านคนในปี พ.ศ. 2550 เป็น 922 ล้านคน (ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 2) ในปี พ.ศ. 2551 ซึ่งสถานการณ์การขยายตัวดังกล่าวเป็นผลมาจากช่วงครึ่งปีแรกของปี 2550 (ก่อนจะเกิดวิกฤติการณ์ทางการเงินโลก) ซึ่งในช่วงครึ่งหลังของปี พ.ศ. 2551 ภาคการท่องเที่ยวอยู่

¹ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2547. โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย.

ในภาวะชะลอตัวอันเป็นผลมาจากเศรษฐกิจโลกในช่วงกลางทศวรรษการก่อสร้างอสังหาริมทรัพย์และภาคการผลิต²

สำหรับสถานการณ์ในปี พ.ศ. 2552 ภาคการท่องเที่ยวโลกยังคงได้รับผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจต่อเนื่องจากปีก่อน ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวรวมทั้งโลกอยู่ในสถานะติดลบ (-4%) เป็นครั้งแรกนับตั้งแต่หลังเหตุการณ์ใช้หวัดนกในช่วงปี พ.ศ. 2546 แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์ช่วงครึ่งปีหลัง พ.ศ. 2552 เริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวของการท่องเที่ยว โดยสังเกตจากอัตราการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวรวมที่เริ่มบวกตั้งแต่เดือนตุลาคมที่ผ่านมา ทำให้สามารถคาดการณ์ได้ว่า หากไม่มีความเสี่ยงอื่นๆปรากฏ ในปี พ.ศ. 2553 ภาคการท่องเที่ยวโลกจะกลับมาสู่ทิศทางบวกในที่สุด³

รูป 1.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวรวมของโลก เปรียบเทียบ ปี พ.ศ. 2551-2552



หากจำแนกจำนวนนักท่องเที่ยวตามทวีป จะเห็นได้ว่าสถานการณ์วิกฤติเศรษฐกิจโลกมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวค่อนข้างมาก โดยจำนวนนักท่องเที่ยวแต่ละทวีปปรับลดลงอย่างเห็นได้ชัดเจน (ยกเว้นแต่ประเทศแอฟริกาที่ยังคงมีการขยายตัวของการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องจากปี พ.ศ. 2551)

² World Tourism Organization (UNWTO) (2009). Tourism Highlights 2009 Edition.

³ World Tourism Organization (UNWTO) (2010). 2009 International Tourism Results and Prospects for 2010, UNWTO News Conference HQ, Madrid, Spain. 18 January 2010.

รูป 1.3 การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ. 2551-2552

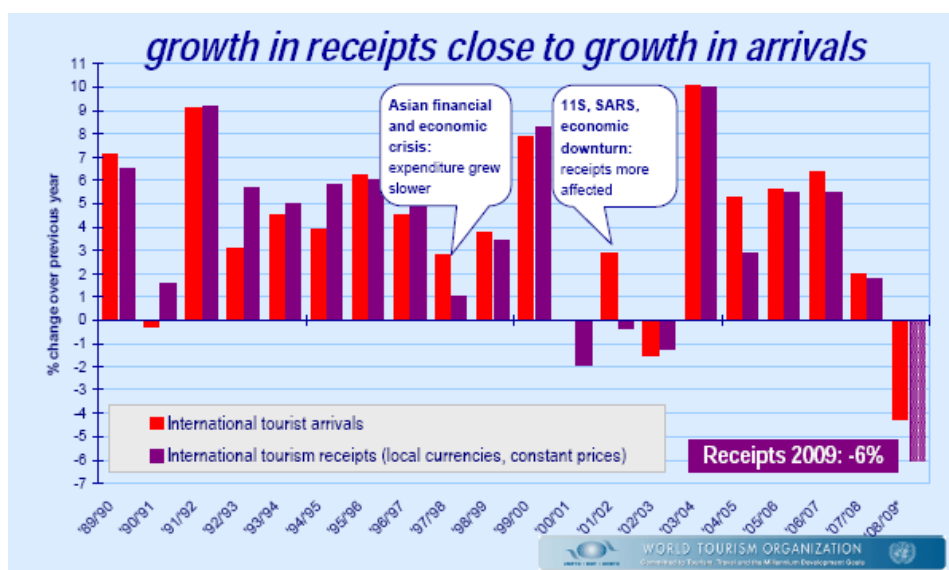


ที่มา. UNWTO, 2010

จากแผนภาพข้างต้น นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชัดเจนที่สุด แม้ว่าในปี พ.ศ. 2551 จะมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดถึงร้อยละ 18 แต่เมื่อเข้าสู่ปี พ.ศ. 2552 ตะวันออกกลางเป็นกลุ่มประเทศที่มีการหดตัวของนักท่องเที่ยวรุนแรงที่สุดเช่นกัน ไม่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป หรือทวีปอเมริกา

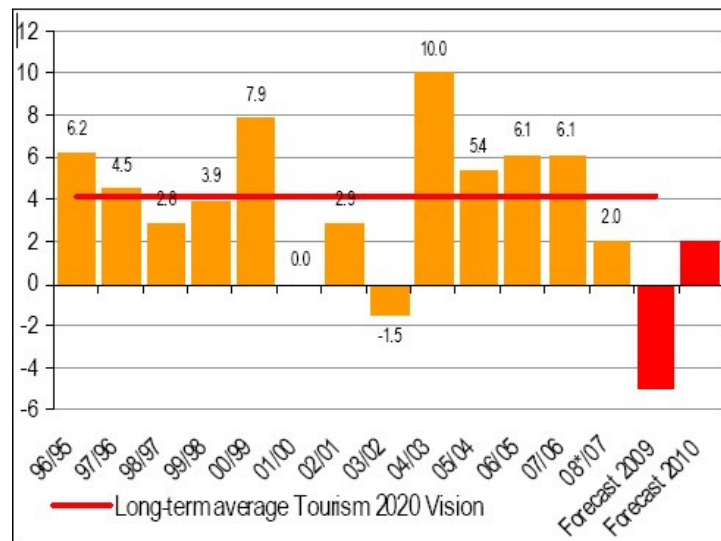
วิกฤติเศรษฐกิจโลกไม่เพียงส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว แต่ยังมีผลกระทบต่อรายได้จากภาคการท่องเที่ยวที่ปรับลดลงด้วยเช่นกัน โดยพบว่าปี พ.ศ. 2552 รายได้จากภาคการท่องเที่ยวโลกลดต่ำลงถึงร้อยละ 6 จัดได้ว่าเป็นการหดตัวครั้งใหญ่ในรอบกว่า 2 ทศวรรษ

รูป 1.4 อัตราการขยายตัวของรายได้ภาคการท่องเที่ยวของโลก พ.ศ. 2551-2552



ที่มา. UNWTO, 2010

รูป 1. 5 คาดการณ์ภาวะการณ์ท่องเที่ยวรวมของโลก ปี พ.ศ. 2553



ที่มา. UNWTO, 2009

แต่อย่างไรก็ตาม UNWTO ได้พยากรณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวในปี 2553 ไว้ว่าฟื้นตัวเล็กน้อย โดยจะมีอัตราการเติบโตรวมอยู่ที่ร้อยละ 3-4⁴

ในปี พ.ศ. 2553 ยังคงเป็นปีที่มีอุปสรรคในการขยายตัวเนื่องมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจที่คาดว่าจะฟื้นตัวรวดเร็วเฉพาะแต่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา

อัตราการว่างงานยังคงเพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาและคาดว่าจะต่อเนื่องไปจนถึงปีหน้า สำหรับในเชิงบวก พบว่า ความเชื่อมั่นผู้บริโภคมีสัญญาณดีขึ้น และอัตราดอกเบี้ยและเงินเฟ้อยังคงอยู่ในระดับต่ำ และปัจจัยกระทบที่ยังคงมีสถานการณ์ไม่แน่นอนอีกประการ คือ การแพร่กระจายของเชื้อ HINI⁵ การพยากรณ์ของ UNWTO คาดว่าทวีปเอเชียจะเป็นภูมิภาคที่มีการฟื้นตัวเร็วที่สุด ตรงกันข้ามกับทวีปยุโรปและอเมริกาที่จะต้องอาศัยเวลาอีกกระยะหนึ่งในการฟื้นตัว ส่วนทวีปแอฟริกันนั้นยังคงมีสัญญาณการท่องเที่ยวในทางบวกอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา ด้วยเหตุผลจากการดำเนินการจัดงาน FIFA World Cup 2010 ที่แอฟริกาใต้ และเช่นเดียวกับกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่จะกลับมาฟื้นตัวทางบวกอีกครั้ง

ปัจจัยสนับสนุนต่างที่มีผลต่อการวิเคราะห์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวดังที่กล่าวมาข้างต้น สามารถอธิบายรายละเอียดได้ดังต่อไปนี้

การโดยสารและการขนส่ง (Transport)

สถานการณ์ด้านการโดยสารและการขนส่งที่สำคัญมาจากรายงานของ International Air Transport Association (IATA) ซึ่งรายงานในปี 2552 จำนวนผู้โดยสารที่เดินทางโดยสายการ

⁴ World Tourism Organization (UNWTO) (2010)., p 11.

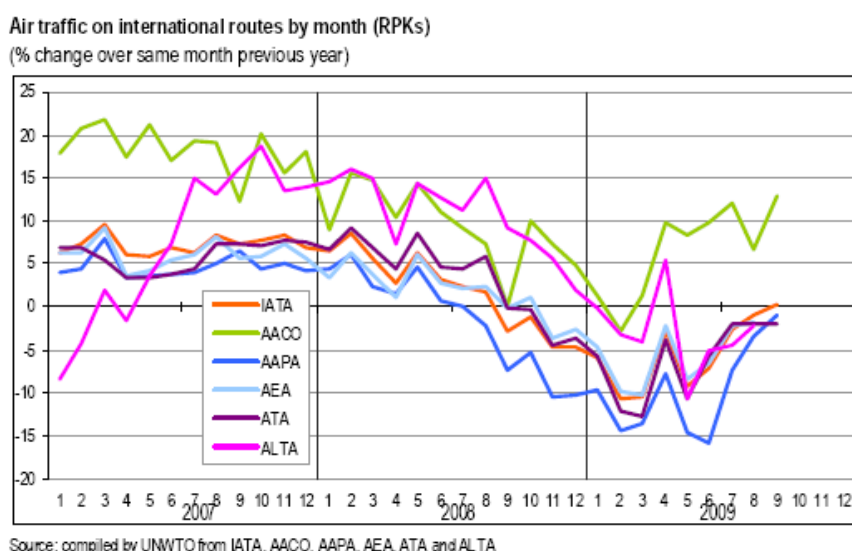
⁵ World Tourism Organization (UNWTO) (2009). UNWTO World Tourism Barometer, Vol.7 No.3-October 2009, page 13-14.

บินเส้นทางต่างประเทศได้ลดลงกว่าร้อยละ 5 โดยสามารถยกตัวอย่างได้จากการลดชั่วโมงการบินทั่วโลกของเครื่องบินโบอิง 777 ลงร้อยละ 3 เหลือเพียง 11 ชั่วโมงต่อวัน ในขณะที่ต้นทุนสินทรัพย์คงที่หลายส่วน

ในหลายภูมิภาคยกเว้นทวีปยุโรปมีการปรับตัวของอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวในช่วงเดือนกันยายนโดยเปรียบเทียบกับเดือนสิงหาคม เส้นทางเอเชียแปซิฟิกเป็นเส้นทางที่ปรับตัวดีที่สุดอันเนื่องจากการกระตุ้นเศรษฐกิจของรัฐบาลในโครงการสำคัญต่างๆ ระบบการเงินการธนาคารที่ยังคงแข็งแกร่งอยู่โดยเปรียบเทียบ และรวมถึงผู้บริโภคในภูมิภาคนี้ไม่ประสบกับภาวะหนี้สินเทียบเท่ากับยุโรปและอเมริกา สำหรับกลุ่มทวีปอื่นๆมีการฟื้นตัวบ้างเล็กน้อยในช่วงปลายปี เช่น ละตินอเมริกา และกลุ่มตะวันออกกลาง

สำหรับตะวันออกกลางนั้น ภาคการขนส่ง (Carrier) ขยายตัวขึ้นถึงร้อยละ 18 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเดียวกันของปีที่ผ่านมา (y-o-y) อันมีผลมาจากการเปลี่ยนแปลงช่วงเวลาถือศีลอด (Ramadan Period) ที่เริ่มต้นในเดือนสิงหาคม การขยายตัวของการเดินทางไปประเทศตะวันออกกลางได้ผลักดันให้สายการบินต่างๆ ได้รับกำไรมากขึ้นจากเส้นทางบินยาว (Long route) ที่ผ่านกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง สถานการณ์ต่างๆเชิงบวกต่างๆที่ปรากฏกับหลายทวีป ตรงกันข้ามกับทวีปยุโรปซึ่งพบว่าลดเส้นทางบินสั้นและเปลี่ยนไปสู่การเดินทางผ่านสายการบินราคาถูก (Low-cost) และสำหรับเส้นทางบินยาวก็ปรับลดลงอย่างมีนัยสำคัญเช่นกัน

รูป 1. 6 การเดินทางโดยสารการบิน จำแนกตามภูมิภาค ระหว่าง ปี พ.ศ. 2550-2552



หมายเหตุ.

AACO = The Arab Air Carriers Organization

AAPA =The Association of Asia Pacific Airlines

AEA = The Association of European Airlines

ATA = The Air Transport Association of America

ALTA = The Latin American and Caribbean Air Transport Association

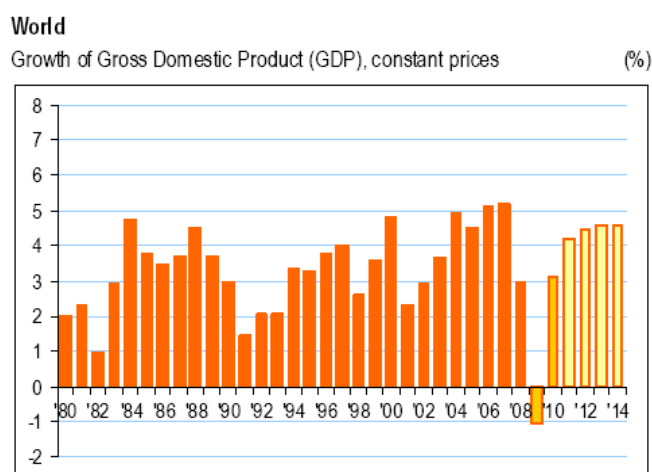
การต้อนรับผู้มาเยือน (Hospitality)

ในรายงานของ UNWTO อธิบายเพิ่มเติมเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างภาวะเศรษฐกิจและการรองรับผู้มาเยือนของโรงแรม ซึ่งสถานประกอบการที่ลดราคาห้องพัก และสถานประกอบการที่เพิ่มมูลค่าให้กับนักท่องเที่ยว และสถานประกอบการที่ตั้งอยู่ในประเทศที่มีอัตราแลกเปลี่ยนต่ำจะสามารถประกอบกิจการได้ดีที่สุด ซึ่งตรงข้ามกับสถานประกอบการที่ต้องเผชิญกับอุปสรรคต่างๆ เช่น ความไม่มั่นคงทางการเมือง หรือการก่อการร้ายต่างๆ ที่จะมีความสามารถในการแข่งขันของโรงแรมลดต่ำลง

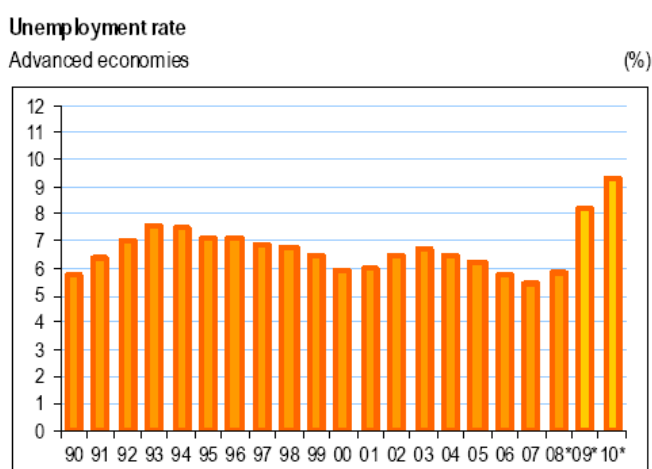
สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ (Economic Environment)

ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นหนึ่งในเครื่องมือสำคัญสำหรับการประมาณการณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวโลก โดยประกอบด้วย อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ภาวะการว่างงาน อัตราเงินเฟ้อ อัตราดอกเบี้ย เป็นต้น

รูป 1.7 ประมาณการณ์เศรษฐกิจโลก : GDP, Unemployment, Oil price, Inflation and Interest rate



Source: International Monetary Fund



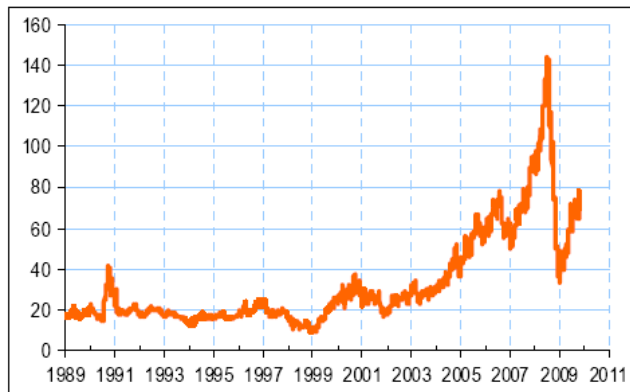
Source: International Monetary Fund

งานศึกษา World Economic Outlook (WEO) ในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2552 ประมาณการณ์ว่าเศรษฐกิจโลกจะขยายตัวดีขึ้นร้อยละ 3.1 ในปี พ.ศ. 2553

แต่อย่างไรก็ตาม การขยายตัวดังกล่าวมาจากภาคการเงินที่ฟื้นตัว และแรงสนับสนุนจากนโยบายการคลังจากรัฐบาล

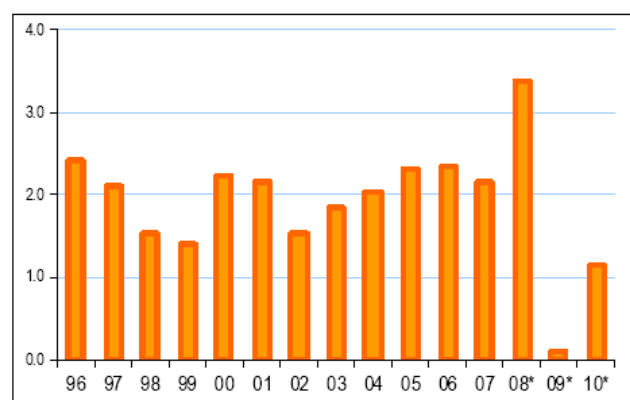
แต่ในด้านการว่างงานของโลก ยังคงอยู่ในเกณฑ์สูงสำหรับประเทศพัฒนาแล้วต่างๆ และยังคงคาดการณ์ว่าการว่างงานจะยังเพิ่มขึ้น โดย IMF ประมาณการณ์ว่าอัตราการว่างงานอยู่ที่ประมาณ 9.3 % และ 9.9% ในสหรัฐอเมริกาและกลุ่มประเทศยุโรปตามลำดับ ซึ่งคาดว่าจะส่งผลกระทบต่อตลาดสินค้าท่องเที่ยวในอนาคต

Crude Oil Spot Price Brent (daily) (US\$ per barrel)



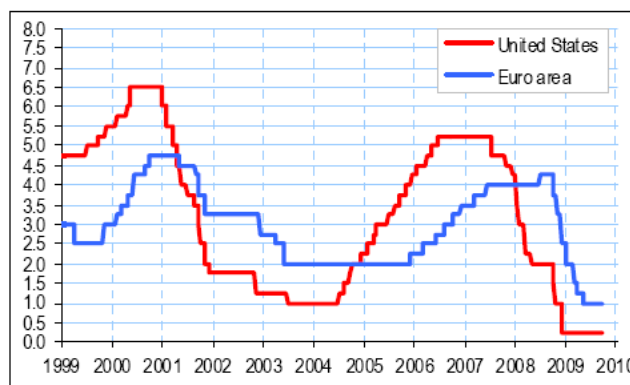
Source: US Department of Energy, Energy Information Administration

Inflation
Advanced economies (%)



Source: International Monetary Fund

Interest rate Federal Reserve and ECB (%)



Source: Federal Reserve and European Central Bank (ECB)

นอกจากนี้ปัจจัยราคาสินค้าต่างๆ ยังสะท้อนให้เห็นถึงสัญญาณการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ เช่น ราคาน้ำมันดิบโลก ที่มีแนวโน้มปรับสูงขึ้นตั้งแต่ต้นปี 2552 บางส่วนเป็นผลมาจากความต้องการน้ำมันดิบของประเทศจีน

เศรษฐกิจโลกตกต่ำเป็นเหตุให้อัตราเงินเฟ้อลดต่ำลงด้วยเช่นกันและเริ่มจะมีการตระหนักเกี่ยวกับปัญหาเงินฝืดอย่างอ่อนๆ ซึ่ง IMF ประเมินการณ์ไว้ว่าอัตราเงินเฟ้อของประเทศพัฒนาแล้วจะลดต่ำสู่ศูนย์ภายในปี 2552 และปรับขึ้นเล็กน้อยประมาณร้อยละ 1 ในปี พ.ศ. 2553 ส่งผลทำให้ราคาสินค้าปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้ง

สำหรับอัตราดอกเบี้ยนั้นอยู่ในภาวะขาลงเช่นกัน โดยลดต่ำลงเกือบเป็นศูนย์ในประเทศพัฒนาแล้วหลายประเทศ จะเห็นได้ว่าหลายประเทศใช้นโยบายลดอัตราดอกเบี้ยลงสู่ระหว่างร้อยละ 0.25-1.0⁶

⁶ เรื่องเดียวกัน, อ้างแล้ว หน้า 46-53.

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

สำหรับประเทศไทย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดได้ว่าเป็นแหล่งรายได้สำคัญของประเทศ ดังจะเห็นได้จากการให้ความสำคัญโดยบรรจุไว้ในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับแรก⁷ และจากแผนยุทธศาสตร์ของหน่วยงานภาครัฐต่างๆ ที่รับผิดชอบ จะเห็นได้ว่ารัฐมีความพยายามส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโต และมุ่งเป้าให้ประเทศไทยไปสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียในที่สุด⁸

ตัวเลขนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยตั้งแต่ช่วง 20 ปีที่ผ่านมาเป็นหลักฐานสนับสนุนได้เป็นอย่างดีว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงดำรงความเป็นจุดแข็งได้ แต่ในขณะเดียวกันก็เป็นอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวจากปัจจัยภายนอกมากเช่นเดียวกัน ไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลจากสภาพเศรษฐกิจโลก สถานการณ์การแพร่ระบาดไข้หวัดสายพันธุ์ H1N1 เช่นกันและรวมถึงปัจจัยสถานการณ์ทางการเมืองตามที่ปรากฏเป็นข่าว จากการรายงานของ UNWTO อธิบายไว้ตอนหนึ่งเกี่ยวกับภาคการท่องเที่ยวในปัจจุบันของประเทศไทยว่า⁹

“...ประเทศไทยเป็นอีกประเทศหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากไข้หวัดใหญ่เช่นกัน แต่ปัจจัยหลักที่ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวรวมลดต่ำลงอย่างมากคือ ความทรงจำของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับความกดดันทางการเมืองภายในประเทศที่ยังคงดำเนินอยู่ จากข้อมูลในเดือนสิงหาคมและกันยายนได้ส่งสัญญาณบางประการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงในทางลบ...”

การรายงานดังกล่าวสอดคล้องกับผลสำรวจทัศนคติความเห็นของนักท่องเที่ยวหลังเหตุการณ์ปิดสนามบินสุวรรณภูมิ¹⁰ ซึ่งวิเคราะห์ว่าเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบทางเศรษฐกิจโดยไม่สามารถประเมินค่าได้ ทั้งจากการดำเนินธุรกิจที่หยุดชะงัก และความเสียหายด้านความเชื่อมั่นต่อประเทศไทย สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประเมินความเสียหายจากการปิดสนามบินสุวรรณภูมิว่า ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ในปี พ.ศ. 2552 ในระดับถึง 0.5-0.7 % ประกอบกับการวิเคราะห์ของศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทยว่า จากผลกระทบทางเศรษฐกิจการเมืองรวม 134,000 – 215,000 ล้านบาท มีผลต่อภาคการท่องเที่ยวสูงถึง 76,120 ล้านบาท (หรือคิดเป็นสัดส่วนสูงถึง ร้อยละ 35-57)

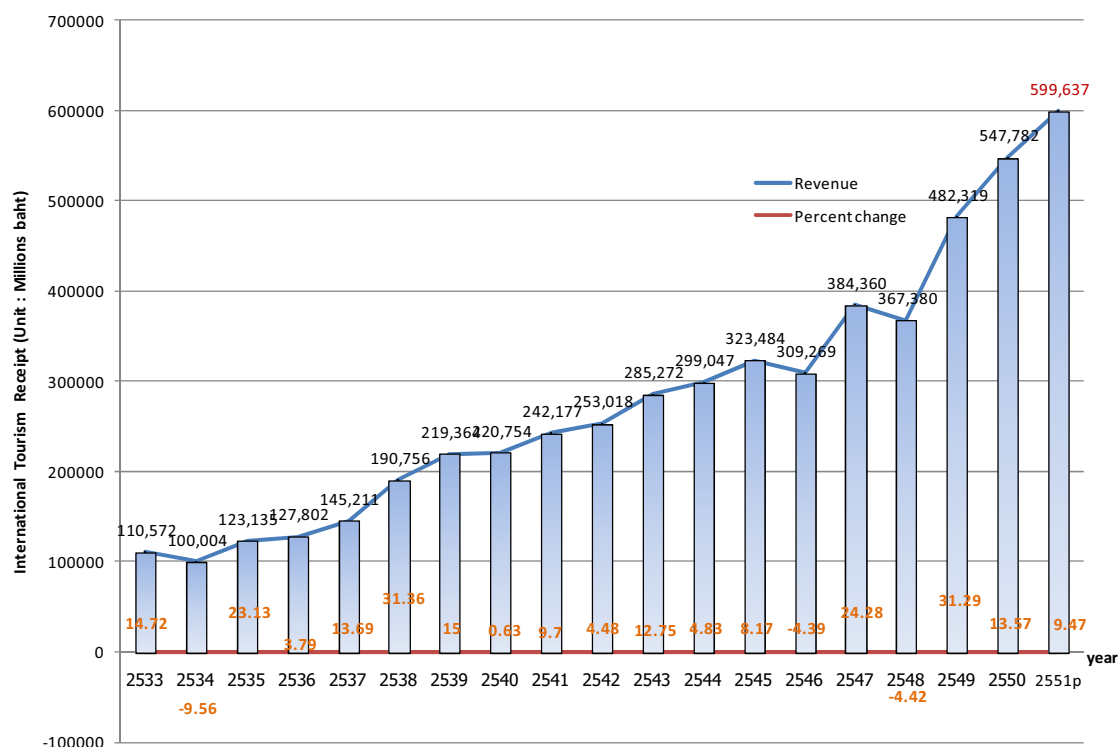
⁷ พัชรีพิชชา บุณนิม. 2547. ปัจจัยกำหนดแบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย. กรณีศึกษา
นักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางมาเองจากเอเชียตะวันออก. วิทยานิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. หน้า 1.

⁸ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547. แผนการตลาด ปี พ.ศ. 2547.

⁹ World Tourism Organization (UNWTO) (2009). UNWTO World Tourism Barometer, Vol.7 No.3-October 2009, page 25.

¹⁰ พิจาริณี โสชัยะกุล. 2553. การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการประท้วงปิดสนามบิน
สุวรรณภูมิในช่วงปลายปี 2551. E-TAT Tourism Journal , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำไตรมาส 1/2553

รูป 1. 8 มูลค่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2533-2551p



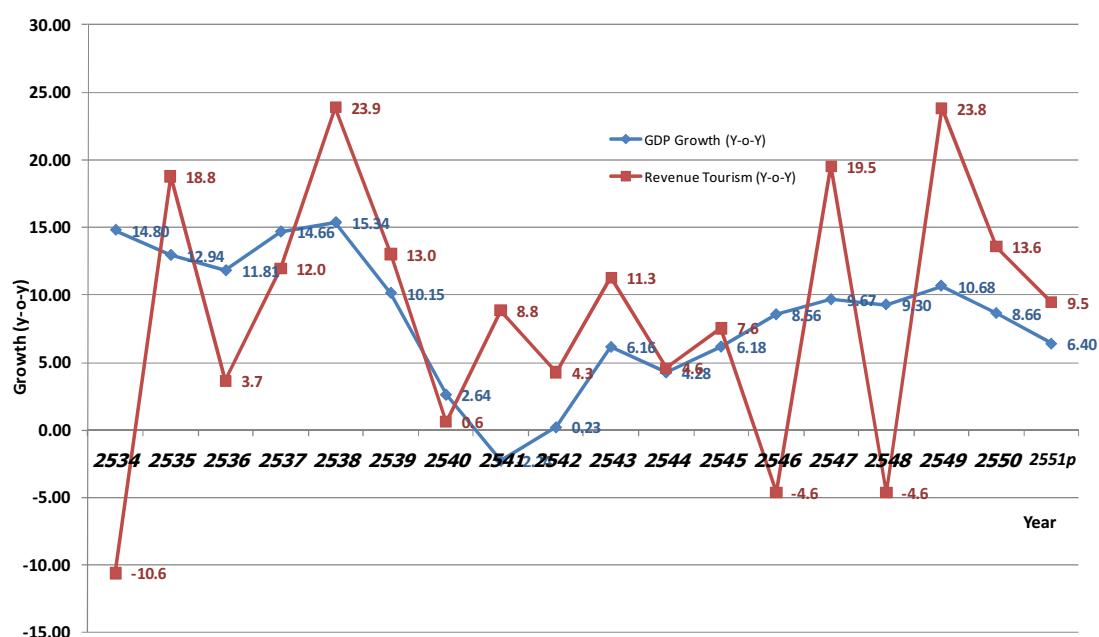
ที่มา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ UNWTO

บทบาทความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศอย่างต่อเนื่อง จากสถิติย้อนหลังตั้งแต่ปี พ.ศ. 2534- 2551 พบว่าอัตราการขยายตัวของรายได้จากภาคการท่องเที่ยวเป็นไปในทิศทางเดียวกับอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจโดยเฉลี่ยของประเทศไทย¹¹ คิดเป็นค่าเฉลี่ยอยู่ที่ประมาณร้อยละ 8.62 ต่อปี โดยมีผลได้ทางตรงต่อการจ้างงานในภาคบริการทั้งหมด อาทิเช่น ธุรกิจการโรงแรม ร้านอาหาร รวมถึงธุรกิจการค้าปลีกต่างๆในพื้นที่

¹¹ คำนวณจากข้อมูลสำนักงานพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ระหว่างปี พ.ศ. 2534- 2551 โดยใช้ข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ณ ราคาตลาด ประกอบกับข้อมูลรายได้จากภาคการท่องเที่ยวโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และฐานข้อมูลรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดย UNWTO ในปี พ.ศ. 2552 สำหรับตัวเลขรายรับเฉพาะในปี พ.ศ. 2551

รูป 1.9 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจ และรายได้จากภาคการท่องเที่ยว



แผนภาพข้างต้น แสดงถึงอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยว โดยพบว่าในช่วงเวลาเกือบ 2 ทศวรรษที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวมีอัตราการขยายตัวสูงสุดในช่วงก่อนวิกฤติเศรษฐกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในปี พ.ศ. 2538 หลังจากเศรษฐกิจไทยเริ่มฟื้นตัว ภาคการท่องเที่ยวก็เริ่มปรับตัวในทิศทางบวกมากขึ้น หากไม่ประสบกับปัญหาไข้หวัดนก และโรคซาร์สในช่วงปี พ.ศ. 2546 และ พ.ศ. 2548 ภาคการท่องเที่ยวไทยจะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

แต่อย่างไรก็ตาม ปัญหาความขัดแย้งทางการเมืองเริ่มส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวมากขึ้น และเห็นผลชัดเจนในช่วงสองสามปีที่ผ่านมา โดยพบว่า รายได้จากการท่องเที่ยวเริ่มเติบโตในอัตราที่ลดลง ในปี พ.ศ. 2550 และ พ.ศ. 2551 ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการสถานการณ์ความไม่สงบภายในประเทศไทย นอกจากนี้ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้สำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างประเทศจำนวน 10 ประเทศ เกี่ยวกับเหตุการณ์ปิดสนามบินสุวรรณภูมิในปลายปี พ.ศ. 2551 พบว่านักท่องเที่ยวจำนวนกว่า 1/3 มีความเห็นว่าการปิดสนามบินมีผลทำให้เปลี่ยนพฤติกรรมการเดินทางมาประเทศไทย โดยจากจำนวนดังกล่าวแสดงความเห็นว่า จะเลื่อนการเดินทางมาประเทศไทยออกไป (ร้อยละ 53) และบางส่วนแจ้งว่าจะลดจำนวนวันท่องเที่ยว (ร้อยละ 20) และที่เหลือแจ้งว่าจะลดจำนวนนักท่องเที่ยวลง

แต่ถึงกระนั้น ประเทศไทยยังคงเป็นประเทศที่มีปัจจัยพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในเกณฑ์ดี ดังจะเห็นได้จากผลการสำรวจสถานที่ท่องเที่ยวที่ดีที่สุดในอันดับแรกของเอเชีย

เป็นที่น่ายินดีที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความเชื่อมั่นต่อสถานที่ท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างมาก ทั้งในด้านสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรม หรือการให้บริการของสายการบิน

ตาราง 1.1 ผลสำรวจความเห็นนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อบริการสายการบินและโรงแรม ประจำปี 2552

Top 10 สายการบินที่ดีที่สุด		Top 10 ด้านบริการดีที่สุด		Top 10 จุดหมายปลายทางเพื่อการพักผ่อน	
สายการบิน	Rank	สายการบิน	Rank	สถานที่ ประเทศ	Rank
สิงคโปร์แอร์ไลน์	1	สิงคโปร์แอร์ไลน์	1	บาห์ลี , อินโดนีเซีย	1
คาเธ่ย์แปซิฟิก	2	การบินไทย	2	หมู่เกาะมัลดีฟท์	2
การบินไทย	3	คาเธ่ย์แปซิฟิก	3	ภูเก็ต , ประเทศไทย	2
เอมิเรตส์	4	เอมิเรตส์	4	เควลล่า , อินเดีย	3
เวอร์จินแอตแลนติก	4	มาเลเซียแอร์ไลน์	5	ฮ่องกง	4
บริติชแอร์เวย์	5	เจแปนแอร์ไลน์	6	กรุงเทพ, ประเทศไทย	5
เจทแอร์เวย์	6	เวอร์จินแอตแลนติก	6	ฮอยอัน , เวียดนาม	5
เจแปนแอร์ไลน์	7	เจทแอร์เวย์	7	โบราเคย์ , ฟิlippินส์	6
ลูฟท์ฮันซ่า	8	บริติชแอร์เวย์	8	โกอา, อินเดีย	6
แควนตัส	9	ซิลค์แอร์	9	ลังกาวิ , มาเลเซีย	7
แอร์ฟรานส์	10	ศรีลังกาแอร์	9	เชียงใหม่ , ประเทศไทย	7
การ์ต้าแอร์เวย์	10	บางกอกแอร์เวย์	10	ปาลาวัน, ฟิlippินส์	7
		ฟิลิปปินส์แอร์เวย์	10	เมืองอังกอร์ (เสียมเรียบ), กัมพูชา	8
				เซี่ยงไฮ้, ประเทศจีน	8
				โตเกียว , ญี่ปุ่น	8
				ดูไบ , สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	9
				เกาะสมุย , ประเทศไทย	9
				ปิ่นัง , มาเลเซีย	10
				ราชาราน, อินเดีย	10

ที่มา. Smart Travel Asia Magazine, 2009

จากสถิติและความเห็น Best in Travel Poll 2009 ที่สำรวจโดย Smart Travel Asia Magazine¹² แสดงถึงศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี หลายสถานที่ของไทย เช่น ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ และกรุงเทพ ติด 4 ใน 10 แหล่งท่องเที่ยวทั่วโลกที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด ไม่เพียงเท่านั้นศักยภาพในด้านอื่นๆยังเป็นปัจจัยสนับสนุนที่ดีเช่นกัน ยกตัวอย่างเช่น สนามบินสุวรรณภูมิที่ติดอันดับสนามบินที่ดีที่สุดในโลก และสายการบินไทย (Thai Airways) ที่ติดอันดับสายการบินที่บริการดีที่สุด รวมถึงสายการบินแอร์เอเชีย และสายการบินนกแอร์ที่ติดอันดับสายการบินต้นทุนต่ำ (Low cost airlines) ของโลกอีกด้วย ทั้งหมดนี้เป็นสิ่งสนับสนุนให้เห็นโอกาสการเติบโตในอนาคตของอุตสาหกรรมได้เป็นอย่างดี

¹² Smart Travel Asia Magazine. 2009. Best Asia Travel Brand 2009, Available online: <http://www.smarttravelasia.com/travelpoll.htm>

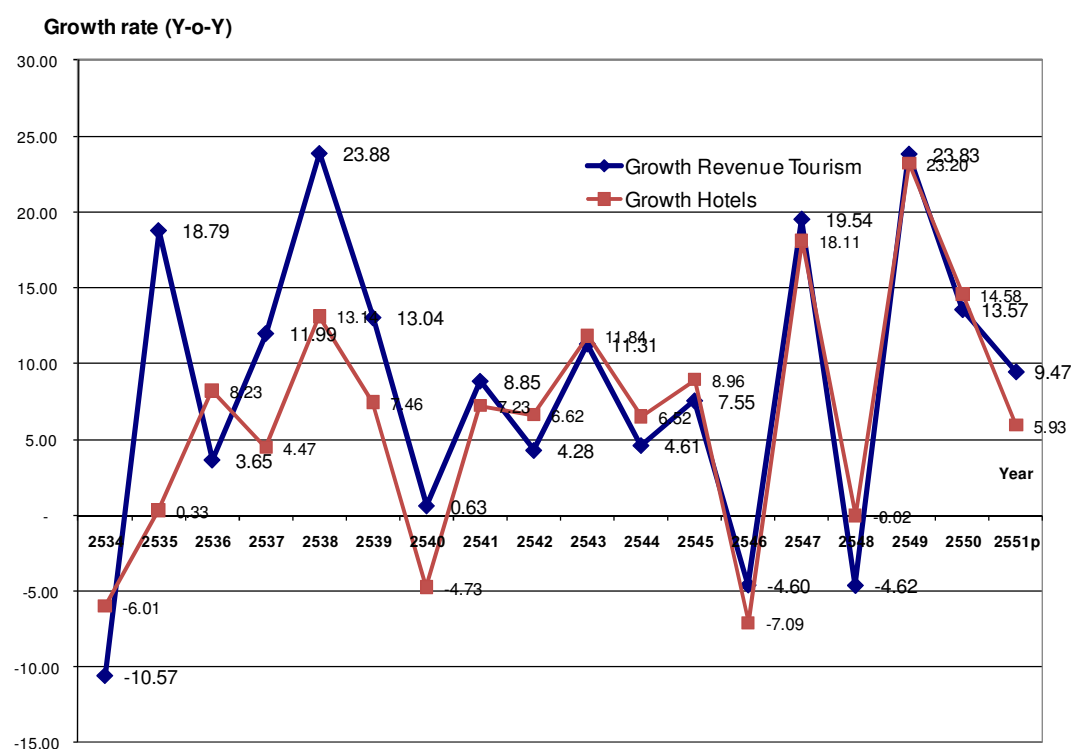
ตาราง 1.2 25 อันดับโรงแรมและรีสอร์ทด้านการพักผ่อน ในปี พ.ศ. 2552

โรงแรมและรีสอร์ท , ประเทศ	Rank
Amanpuri , ภูเก็ต ประเทศไทย	1
Sofitel Legand Metropole , ฮานอย , เวียดนาม	2
The Legian , บาห์ลี , อินโดนีเซีย	3
Amandari , บาห์ลี , อินโดนีเซีย	4
Bulgari Resort , บาห์ลี , อินโดนีเซีย	5
Four Seasons Resort Bali, อินโดนีเซีย	5
The Oberoi Udaivilas, อินเดีย	5
Grand Hyatt Bali, อินโดนีเซีย	6
Amankila, Bali	7
Conrad Maldives	7
The Datai , Langkawi, มาเลเซีย	8
Four Seasons Resort Maldives at Landaa, Soneva Gili by Six Senses, The Nam Hai	9
Mandarin Oriental Dhara Dhevi, เชียงใหม่ , ประเทศไทย	10
Twinpalms , ภูเก็ต , ประเทศไทย	11
El Nido Resorts Lagen Island,	12
The Chedi, เชียงใหม่ , ประเทศไทย	12
One& Only Royal Mirage , ดูไบ, สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	13
Al Maha Desert Resort & Spa, ดูไบ	14
Inter Continental Bali Resort	15
JW Marriott Phuket Resort & Spa , ภูเก็ต ประเทศไทย	16
Raffles Grand Hotel d'Angkor,	17
AYANA Resort & Spa , Bali	18
Sofitel Centara Grand Resort & Villas, หัวหิน ประเทศไทย	19
The Oriental, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย	19
Banyan Tree Phuket, ประเทศไทย	20
The Imperial , นิวเดลี , อินเดีย	20
Shangri-La's Rasa Sayang Resort & Spa, ปีนัง มาเลเซีย	21
The Opposite House	21
The Sukhothai, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย	21
Anantara Dhigu Resort & Spa, Maldives	22
Goodwood Park Hotel, Singapore	22
Blue Sydney (TAJ group)	23
The Venetian Macao	23
Anantara Desert Islands Resort & Spa	24
Centara Grand Beach Resort Samui, สมุย , ประเทศไทย	24
Neemrana Fort-Palace, อินเดีย	24
Alila Ubud, Bali	25
Shangri-La's Tanjung Aru Resort & Spa	25

ที่มา. Smart Travel Asia Magazine, 2009

จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนับว่าเป็นอุตสาหกรรมมีบทบาทเกี่ยวเนื่องในหลายภาคส่วน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจกลุ่มโรงแรมและที่พักต่างๆ จากข้อมูลของสำนักพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติระบุว่า ตัวเลขการเติบโตของธุรกิจภาคการโรงแรมและที่พักเติบโตขึ้นตามการขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว ไม่เพียงเท่านั้นภาคเศรษฐกิจอื่นๆ เช่น ภาคการค้าปลีก ภาคบริการต่างๆ ยังได้รับอานิสงส์จากการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน และยังไม่นับกลุ่มเศรษฐกิจนอกระบบต่างๆ เช่น ค่าขาย รถรับจ้าง เหล่านี้ที่อาศัยภาคการท่องเที่ยวเป็นแหล่งรายได้

รูป 1. 10 อัตราการขยายตัวของรายได้จากการโรงแรม เทียบกับรายได้รวมการท่องเที่ยว



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ

จากสถิติของสำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาพักผ่อนในประเทศไทยมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่าอัตราการเข้าพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยอยู่ที่ประมาณ 9 วัน และมีรายจ่ายต่อคนโดยเฉลี่ยต่อวันอยู่ที่ประมาณวันละประมาณ 4,000 บาท

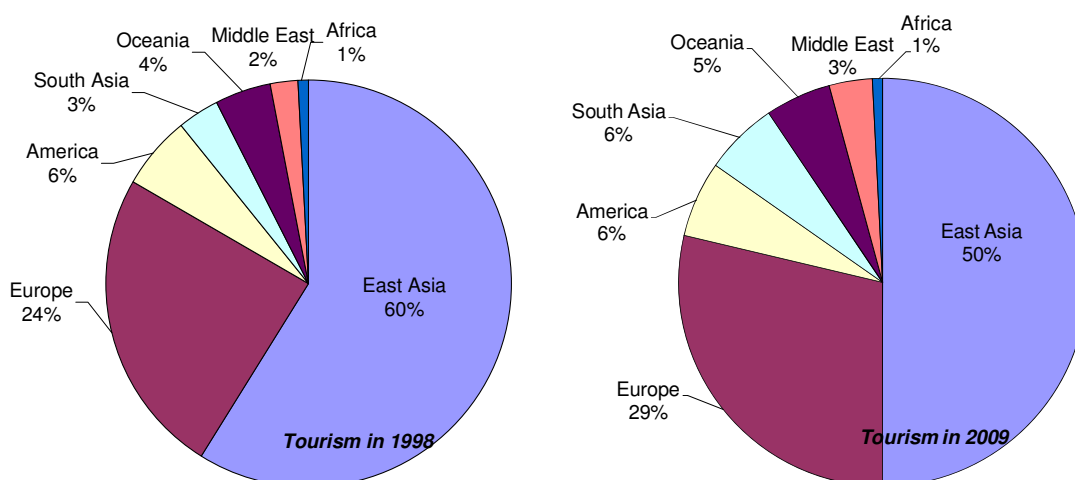
ตาราง 1.3 จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540-2550

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว		จำนวนวัน พักเฉลี่ย	รายจ่ายเฉลี่ย (บาท)		รายรับรวม (ล้านบาท)	
	จำนวน	$\Delta\%$		คน/วัน	$\Delta\%$	หน่วย	$\Delta\%$
2540	7.22	0.41	8.33	3,671.87	-0.92	220,754	0.63
2541	7.76	7.53	8.4	3,712.93	1.12	242,177	9.7
2542	8.58	10.5	7.96	3,704.54	-0.23	253,018	4.48
2543	9.51	10.82	7.77	3,861.19	4.23	285,272	12.75
2544	10.06	5.82	7.93	3,748.00	-2.93	299,047	4.83
2545	10.8	7.33	7.98	3,753.74	0.15	323,484	8.17
2546	10	-7.36	8.19	3,774.50	0.55	309,269	-4.39
2547	11.65	16.46	8.13	4,057.85	7.51	384,360	24.28
2548	11.52	-1.15	8.2	3,890.13	-4.13	367,380	-4.42
2549	13.82	20.01	8.62	4,048.22	4.06	482,319	31.29
2550	14.46	4.65	9.19	4,120.95	1.80	547,782	13.57

ที่มา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังคงเป็นตลาดในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเป็นหลัก โดยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 กลุ่มประเทศที่เดินทางเข้ามาพักผ่อนในประเทศไทยมากที่สุด ได้แก่ ประเทศจีน ญี่ปุ่น ไต้หวัน เกาหลีใต้ คิดเป็นสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 59-60 ของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปี รองลงมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศยุโรป คิดเป็นสัดส่วนประมาณร้อยละ 24 ที่เหลือได้แก่ นักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา โอเชียเนีย เอเชียใต้ ตะวันออกกลาง และแอฟริกา อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเปลี่ยนแปลงในของโครงสร้างนักท่องเที่ยว ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากโซนยุโรปมีแนวโน้มให้ความสนใจท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น

รูป 1. 11 โครงสร้างนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี พ.ศ. 2541 และ 2552



ที่มา. จำนวนจากฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าพักในประเทศไทย แต่ในด้านปริมาณนักท่องเที่ยวรวมยังอยู่ในเกณฑ์ที่น่ากังวล เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวต่ำในปี พ.ศ.2551 และติดลบประมาณร้อยละ 3 ในปี พ.ศ. 2552

ตาราง 1.4 จำนวนนักท่องเที่ยวและอัตราการเปลี่ยนแปลง ระหว่างปี พ.ศ. 2549-2552

กลุ่มประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว (หน่วย : คน)					อัตราการเปลี่ยนแปลง		
	2541	2549	2550	2551	2552	50/49	51/50	52/51
เอเชียตะวันออก	4,583,160	7,622,244	7,981,205	7,601,638	7,076,190	4.71	-4.76	-6.91
ทวีปยุโรป	1,888,673	3,490,779	3,689,770	3,984,614	4,059,988	5.70	7.99	1.89
อเมริกา	448,761	923,382	817,564	909,017	853,381	-11.46	11.19	-6.12
เอเชียใต้	258,815	631,208	685,574	711,290	826,437	8.61	3.75	16.19
โอเชียเนีย	348,346	651,262	731,283	794,331	737,459	12.29	8.62	-7.16
ตะวันออกกลาง	165,078	392,416	453,891	464,330	483,983	15.67	2.30	4.23
แอฟริกา	72,097	110,511	104,941	119,000	112,403	-5.04	13.40	-5.54
รวมทั้งสิ้น	7,764,930	13,821,802	14,464,228	14,584,220	14,149,841	4.65	0.83	-2.97842

ที่มา.สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

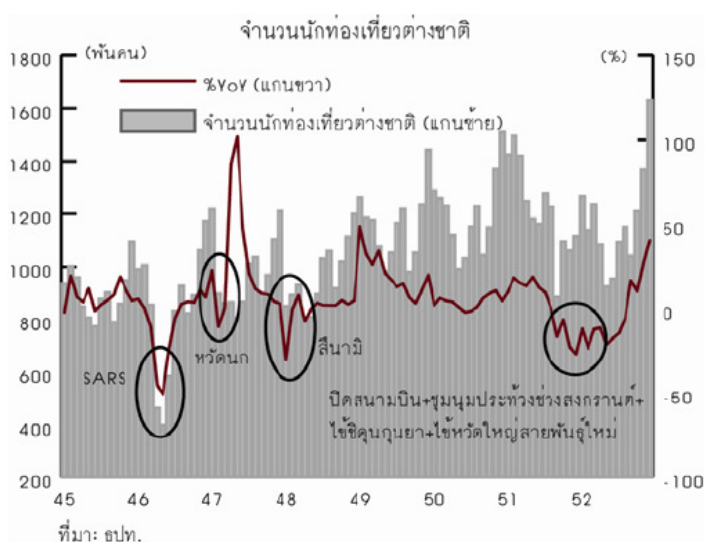
จากการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติด้านความพึงพอใจที่มีต่อประเทศไทยนั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กว่าครึ่งหนึ่งมีความพอใจและเป็นผู้กลับมาเที่ยวเมืองไทยใหม่อีกครั้งหนึ่ง ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบสัดส่วนการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวใหม่ (Revisited) ระหว่างปี พ.ศ. 2541 และปี พ.ศ. 2550 พบว่าอัตราการกลับมาเที่ยวซ้ำเพิ่มสูงขึ้นกว่าร้อยละ 10 สัญญานดังกล่าวเป็นตัวชี้วัดที่ดีประการหนึ่งเกี่ยวกับธุรกิจการให้บริการในประเทศไทยที่ยังคงรักษาดลานักท่องเที่ยวเดิมไว้ได้ ซึ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวหลักที่ประเทศ

ไทยสามารถรักษาไว้ได้มากที่สุด คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก รองลงมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวยุโรป และกลุ่มนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนีย (ออสเตรเลียและนิวซีแลนด์)

แต่ภายหลังจากเหตุการณ์ความไม่สงบทางการเมืองและปัญหาการแพร่ระบาดของไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ H1N1 ในช่วงปี พ.ศ. 2551 และ ปี พ.ศ. 2552 ที่ผ่านมา พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจากหลายทวีปปรับลดลงอย่างรวดเร็ว เช่น นักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา และนักท่องเที่ยวจากทวีปโอเชียเนีย ซึ่งสอดคล้องกับรายงานในช่วงครึ่งปีแรกของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติที่พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวในช่วงปีที่ผ่านมามากที่สุดคือนักท่องเที่ยวชาวจีน และชาวญี่ปุ่น เนื่องจากโรคไข้หวัดใหญ่สายพันธุ์ใหม่ H1N1 ที่แพร่ระบาดหนักในหลายประเทศทั่วโลก และรวมถึงกรณีความไม่สงบของสถานการณ์การเมืองภายในประเทศ¹³

สถานการณ์การท่องเที่ยวในช่วงครึ่งปีหลังแม้จะเริ่มมีสัญญาณการฟื้นตัวในไตรมาสสุดท้ายของปี 2552 จากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของประเทศหลักที่เดินทางมาเที่ยวในไทยเช่น ไต้หวัน เกาหลี หรือจีน ประกอบกับความพยายามในกระตุ้นการเข้าพักด้วยการลดค่าที่พักลง แต่สถานการณ์โดยรวมยังจัดว่าไม่สู้ดีนัก

รูป 1. 12 สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทย และคาดการณ์ปี พ.ศ. 2553



สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้ประมาณอัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวในปี 2553 ไว้ โดยคาดว่าจะขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.5 ซึ่งจะมาจากการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของนานาประเทศ ประกอบกับการกำหนดนโยบายส่งเสริมการตลาดที่เน้นตลาดนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม (Niche Market)¹⁴

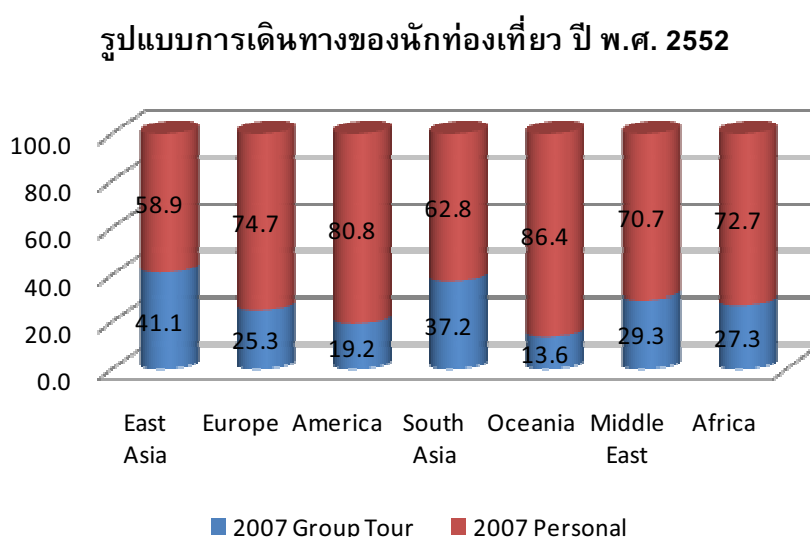
¹³ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2552. Economic Outlook ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 2/2552 และแนวโน้มปี 2552 แถลงข่าว ณ วันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2552

¹⁴ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553. Economic Outlook ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 4/2552 และแนวโน้มปี 2553 แถลงข่าว ณ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

เมื่อประกอบกับการสำรวจทัศนคติความเห็นของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากเหตุการณ์ ปิดสนามบินสุวรรณภูมิ จึงมีแนวโน้มสูงว่าอัตราการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะปรับลดลง ซึ่งหากปัญหาความรุนแรงทางการเมืองยังคงปรากฏ อาจคาดได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะเปลี่ยนพฤติกรรมไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น และส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในที่สุด

รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มก็แตกต่างกันไปตามกลุ่มประเทศ ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยวมักเดินทางเป็นการส่วนตัวมากกว่าที่จะเดินทางเป็นกลุ่มทัวร์ ยกเว้นเสียแต่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียตะวันออก เช่น ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลี และไต้หวัน ซึ่งจำนวนกว่าร้อยละ 50 มักจะเดินทางเป็นหมู่คณะมากกว่าเดินทางส่วนตัว ซึ่งในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา รูปแบบการเดินทางในลักษณะดังกล่าวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังคงไม่เปลี่ยนแปลง

รูป 1. 13 รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ



ที่มา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ตะวันออกกลาง: ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ

หากพิจารณาจากสถิติย้อนหลังในช่วง 3-5 ปีที่ผ่านมาจะพบว่า ตลาดการท่องเที่ยวของโลกเริ่มมีการเปลี่ยนแปลง มีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มีศักยภาพและพร้อมจะเข้าสู่ตลาดท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ หากไม่นับรวมกลุ่มประเทศทางแอฟริกาแล้ว ตะวันออกกลางจัดได้ว่าเป็นอีกตลาดที่ไม่ควรมองข้าม เนื่องจากมีอัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวสูงถึง 10% ต่อปี¹⁵ ซึ่งส่วนใหญ่มักเป็นการเดินทางออกนอกภูมิภาค ซึ่งหากเปรียบเทียบข้อมูลในปี พ.ศ. 2551 พบว่า มีอัตราการเดินทางออกนอกภูมิภาคขยายตัวร้อยละ 3.1 ขณะที่การท่องเที่ยวภายในภูมิภาคมีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 1.7

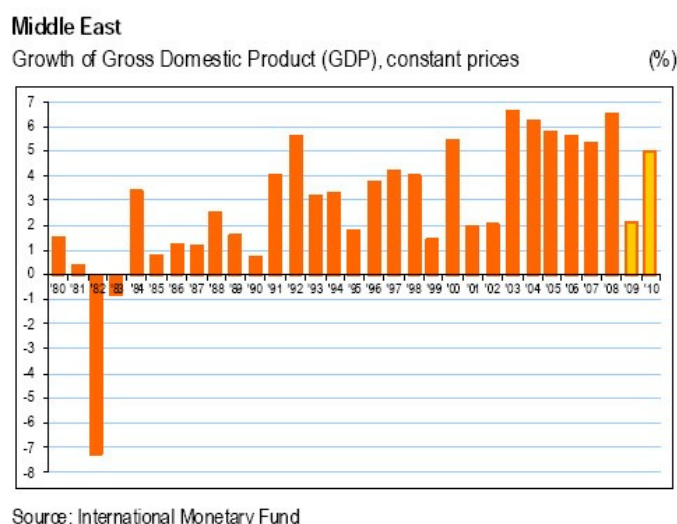
¹⁵ World Tourism Organization (UNWTO). (2009). *Tourism Highlights 2009 Edition*.

ตาราง 1.5 จำนวนนักท่องเที่ยวโลก และอัตราการเปลี่ยนแปลงเปรียบเทียบ

	International Tourist Arrivals (million)							Share (%) 2008*	Change (%)		Average annual growth (%) '00-08*
	1990	1995	2000	2005	2006	2007	2008*		07/06	08*/07	
World	438	534	684	804	853	904	922	100	6.1	2.0	3.8
From:											
Europe	254.2	308.1	395.6	451.5	475.2	502.6	508.7	55.2	5.8	1.2	3.2
Asia and the Pacific	58.8	86.6	114.2	153.2	164.0	178.3	181.6	19.7	8.7	1.8	6.0
Americas	99.3	108.6	131.1	136.3	142.8	149.5	151.8	16.5	4.7	1.5	1.9
Middle East	8.2	9.3	14.1	22.6	24.6	27.0	31.5	3.4	9.7	16.4	10.6
Africa	10.0	12.7	16.3	22.1	24.9	27.2	28.6	3.1	9.1	5.0	7.3
Origin not specified ¹	7.9	8.9	12.5	18.3	21.0	19.7	20.2	2.2			
Same region	352.8	429.4	540.2	635.3	670.3	710.5	722.5	78.3	6.0	1.7	3.7
Other regions	77.7	96.0	131.0	150.3	161.3	174.2	179.6	19.5	7.9	3.1	4.0

ที่มา. UNWTO, 2009.

รูป 1. 14 อัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง



แต่เนื่องด้วยภาวะวิกฤติเศรษฐกิจโลกที่เกิดขึ้นในช่วงปลายปี 2551 ส่งผลกระทบต่อทั้งเศรษฐกิจของตะวันออกกลางด้วยเช่นกัน ส่งผลทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลางปรับลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2552 ดังเห็นได้จากอัตราการขยายตัวที่ลดลงจากร้อยละ 15.3 ในปี พ.ศ. 2550 มาสู้อยู่ที่ 11.3 ในปี พ.ศ. 2552¹⁶

แต่อย่างไรก็ตาม UNWTO ยังคงเชื่อมั่นในศักยภาพของตลาดเอเชียและตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางว่าจะสามารถเติบโตได้ต่อไป ทั้งในด้านของจำนวนประชากรในภูมิภาค และค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวทั้งสองภูมิภาคที่อยู่ในเกณฑ์สูง (คิดเป็นค่าใช้จ่ายต่อวันต่อหัวอยู่ที่ 170 เหรียญสหรัฐ สำหรับนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง)

¹⁶ ไศรยา หอมชื่น. สรุปสาระสำคัญจากการประชุม UNWTO Conference on Increasing Tourism Flows Between Asia and the Middle East 2, E-TAT Tourism Journal , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ยิ่งไปกว่านั้น จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางยังคงอยู่ในกลุ่มประเทศแถบเอเชียด้วยกัน ส่วนใหญ่ยังคงนิยมการเดินทางในกลุ่มประเทศอาหรับ รองลงมาคือ เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เอเชียใต้ เอเชียตะวันออก และโอเชียเนีย

ตะวันออกกลางเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวสูง ในปี พ.ศ. 2549 ที่ผ่านมานักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศนี้มีสัดส่วนถึงร้อยละ 3 ของนักท่องเที่ยวโลก และประเทศส่วนใหญ่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง คือ ประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ และประเทศไทย ซึ่งลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ส่วนใหญ่จะมาจากประเทศรอบอ่าว (GCC) 6 ประเทศ ได้แก่ ซาอุดีอาระเบีย สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต บะห์เรน กาตาร์ และโอมาน คิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 60 ส่วนใหญ่มักเป็นเพศชาย ในวัยทำงาน (25-34 และ 35-54 ปี) และเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ตั้งแต่ปานกลางจนถึงระดับสูง

สิ่งสำคัญที่ UNWTO ชี้แจงถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง คือ เป้าหมายการเดินทางเพื่อการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ มีแรงจูงใจมาจากการต้องการเปลี่ยนแปลงจากชีวิตประจำวัน ต้องการความผ่อนคลายและให้เวลากับครอบครัว รวมถึงความต้องการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ สิ่งต่างๆ เหล่านี้เป็นเรื่องสำคัญที่นักวางแผนนโยบายด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องศึกษาและให้ความสำคัญในการกำหนดนโยบายสำหรับนักท่องเที่ยวในกลุ่มนี้

ประเทศไทย : จุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

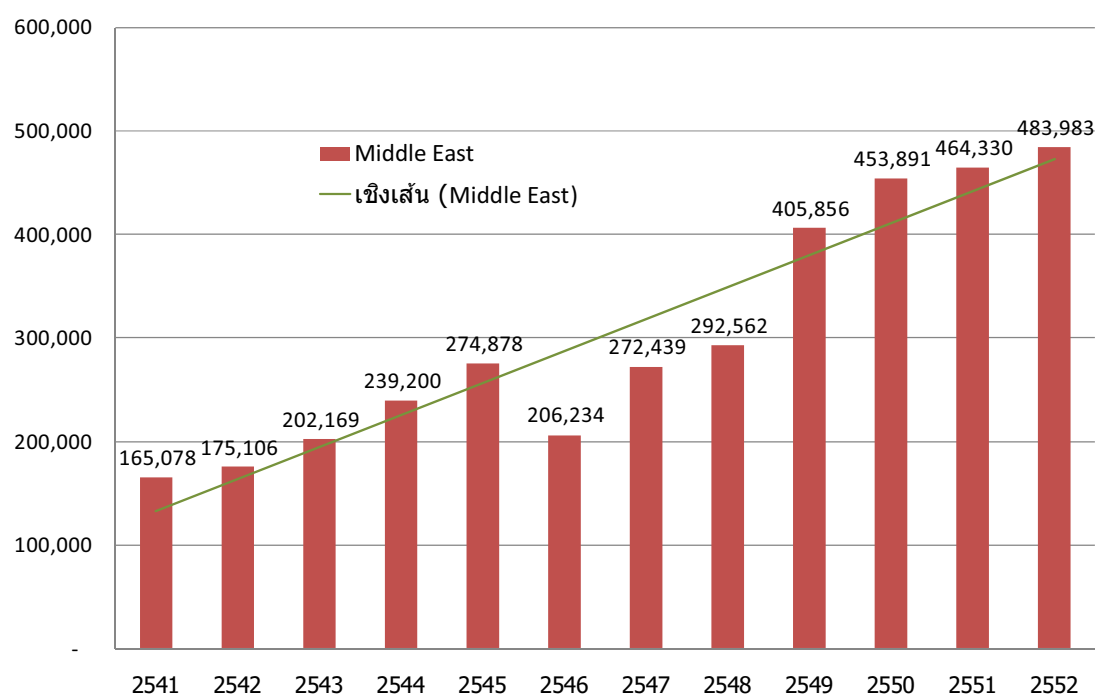
จากข้อมูลสถิติย้อนหลังนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 จนถึงปี พ.ศ. 2552 จะเห็นได้ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องในทุกปี (หากไม่ประสบกับสถานการณ์หรือปัจจัยลบจากภายนอกมากระทบ เช่น กรณีไข้หวัดใหญ่ โรคซาร์ส หรือกรณีปัญหาความไม่สงบทางการเมืองที่ยังผลต่อเนื่องถึงภาคการท่องเที่ยว เช่น กรณีการปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ดังเช่นในปีที่ผ่านมา)

เมื่อเปรียบเทียบดูศักยภาพและแนวโน้มการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยจะพบว่า ในบรรดากลุ่มนักท่องเที่ยวจากทุกภูมิภาค กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตและมีการใช้จ่ายใช้สอยมาก และเป็นกลุ่มที่น่าจับตามองคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง

นับตั้งแต่สถานการณ์ความรุนแรงของเหตุการณ์ 9/11 ที่เกิดขึ้นที่สหรัฐอเมริกา กลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง และกลุ่มโลกมุสลิมจะถูกจับตามองจากสหรัฐอเมริกามากขึ้น ส่งผลทำให้เกิดความไม่สะดวกในการเดินทางเข้าออกสหรัฐอเมริกา ไม่ว่าจะเป็นกรณีการเดินทางเพื่อประกอบธุรกิจ หรือการเดินทางในลักษณะการท่องเที่ยวพักผ่อน ดังนั้นจึงปรากฏ

การโยกย้ายสถานที่ท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมายังประเทศในแถบเอเชียมากขึ้น ซึ่งประเทศไทยเองก็ได้รับผลทางบวกในลักษณะดังกล่าวเช่นเดียวกันกับอีกหลายประเทศในเอเชีย

รูป 1. 15 อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมายังประเทศไทย



ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ: ตัวเลขปี พ.ศ. 2547 และ 2548 ใช้ค่าประมาณการได้จากตัวเลขนักท่องเที่ยวตามสถิติ

จากแผนภาพข้างต้นจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว แม้ว่าในบางปี ภาคการท่องเที่ยวจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์โลกบ้าง ยกตัวอย่างเช่น กรณีผลกระทบจากโรคระบาดทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (โรคซาร์ส) ที่เกิดขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2545 และ 2546 ส่งผลกระทบบต่อการท่องเที่ยวเช่นเดียวกัน โดยจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่ปรับลดลงอย่างชัดเจน แต่เมื่อผ่านพ้นสถานการณ์ดังกล่าว จำนวนนักท่องเที่ยวจึงค่อยๆปรับตัวสูงขึ้นอีกครั้งหนึ่ง และมีอัตราการขยายตัวสูงสุดในช่วงปี พ.ศ. 2549 หลังจากนั้นอัตราการขยายตัวก็ค่อยลดต่ำลง เนื่องจากผลกระทบจากวิกฤติเศรษฐกิจโลกช่วงปี พ.ศ. 2551

หากเปรียบเทียบการขยายตัวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางจะพบว่า ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา กลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางแม้จะไม่สามารถขยับอันดับขึ้นมาเป็นอันดับต้นๆได้ แต่หากพิจารณาจากในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงแล้ว จะเห็นได้ว่า สัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางในปี พ.ศ. 2552 ขยับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2541 โดยมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 193 (ประมาณ 2 เท่า)

ในจำนวนนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง พบว่า เดิมก่อนวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2551 นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาและประเทศซาอุดีอาระเบีย จัดได้ว่าเป็น 2 ประเทศที่เป็นแหล่งรายได้สำคัญ โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวจากทั้งสองประเทศนี้มีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวต่อปีสูงถึงประมาณร้อยละ 19 และร้อยละ 18 ต่อปี ตามลำดับ* แต่หากประเมินภาพรวมในช่วงปี พ.ศ. 2551 และ พ.ศ. 2552 จะพบว่าประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นประเทศที่ลดการท่องเที่ยวในประเทศไทยลงอย่างมาก โดยจำนวนนักท่องเที่ยวหดตัวลงอย่างมากถึง 1/3 ดังจะเห็นได้จากตัวเลขในอัตราการขยายตัวในปี 2551 และปี 2552 ส่งผลทำให้การประเมินภาพรวมตลอดช่วงปี 2541-2552 ซาอุดีอาระเบียมีอัตราการขยายตัวต่ำที่สุดในบรรดา 4 ประเทศสำคัญ โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 9

กรณีดังกล่าวเกิดขึ้นในลักษณะเดียวกันกับนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกาและประเทศซาอุดีอาระเบีย ซึ่งพบว่าลดจำนวนการเดินทางมายังประเทศไทยอย่างชัดเจน ในช่วงปี พ.ศ. 2551 และปี พ.ศ. 2552 โดยพบว่าอัตราการขยายตัวเฉลี่ย ณ สิ้นปี พ.ศ. 2552 ตีลบอยู่ที่ร้อยละ 12.43 สาเหตุส่วนหนึ่งคาดว่ามาจากวิกฤติเศรษฐกิจโลก แต่ในอีกส่วนหนึ่งคาดว่ามาจากผลกระทบทางการเมืองระหว่างประเทศ**

ดังนั้นสรุปได้ว่าจากการประเมินอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ระหว่างปี พ.ศ. 2541 -2552 ประเทศที่มีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยสูงที่สุดในปัจจุบันคือ ประเทศคูเวต โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 16.2 ต่อปี และเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวโดยเปรียบเทียบในปี พ.ศ. 2552 สูงที่สุด คือ เพิ่มขึ้นร้อยละ 38.5 รองลงมาคือ ประเทศอียิปต์ โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยต่อปีอยู่ที่ร้อยละ 15.1 และมีอัตราการขยายตัวเปรียบเทียบในปี พ.ศ. 2552 เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 11

ตาราง 1.6 อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ระหว่างปี พ.ศ. 2541-2552

ประเทศ	อัตราการขยายตัวเฉลี่ยของจำนวนนักท่องเที่ยว รายปี												Average
	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550	2551	2552	
อียิปต์	26.14	1.86	28.84	-3.90	23.19	-30.22	63.17	-7.70	46.39	6.25	15.75	10.80	15.05
คูเวต	53.83	17.94	15.37	12.38	28.11	-25.07	44.50	-3.77	30.60	-9.78	-8.42	38.50	16.18
ซาอุดีอาระเบีย	46.33	-0.87	14.81	-0.78	3.67	-30.92	-28.59	45.43	127.90	1.58	-31.99	-33.83	9.40
สหรัฐอเมริกา	34.27	7.79	17.13	7.85	19.07	-8.94	1.56	18.52	78.28	12.78	-2.68	-12.43	14.43
อื่นๆ	39.95	-4.58	16.32	27.11	18.96	-20.67	37.43	10.14	30.49	27.00	22.75	10.37	17.94

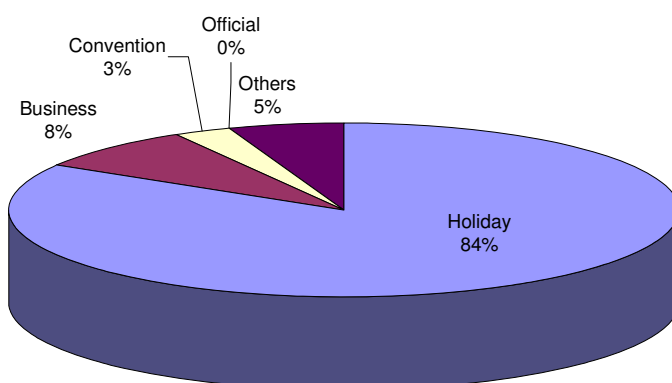
ที่มา: คำนวณจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

* สำหรับการกำหนดกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ไม่จัดว่าอิสราเอลเป็นหนึ่งในประเทศตะวันออกกลาง

** สถานการณ์ความรุนแรงทางการเมืองส่งผลกระทบต่อการเดินทางท่องเที่ยวของชาวสหรัฐอเมริกาและประเทศซาอุดีอาระเบีย จากการสัมภาษณ์นักธุรกิจอาหรับที่มีประสบการณ์เกี่ยวข้อง พบว่า ความขัดแย้งทางการเมืองที่ต่อเนื่องยังประเด็นการลี้ภัยยังต่างประเทศของอดีตนักการเมืองมีผลต่อนโยบายการท่องเที่ยวของรัฐบาลสหรัฐอเมริกาและประเทศซาอุดีอาระเบียต่อประเทศไทย

นอกจากประเด็นเรื่องอัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวแล้ว กลุ่มนักท่องเที่ยวจาก ตะวันออกกลางนับได้ว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายที่น่าสนใจ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ส่วน ใหญ่กว่า ¼ ของนักท่องเที่ยวทั้งหมดนิยมเดินทางแบบส่วนตัวมากกว่าจะเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ และเกือบทั้งหมดมักเดินทางเพื่อการพักผ่อนเป็นหลัก รองลงมาเป็นการเดินทางเพื่อประกอบ ธุรกิจ และนอกนั้นคือ ด้านสุขภาพ ที่จัดอยู่ในกลุ่มอื่นๆ (ดังแผนภาพด้านล่าง)

รูป 1. 16 เหตุผลของการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง

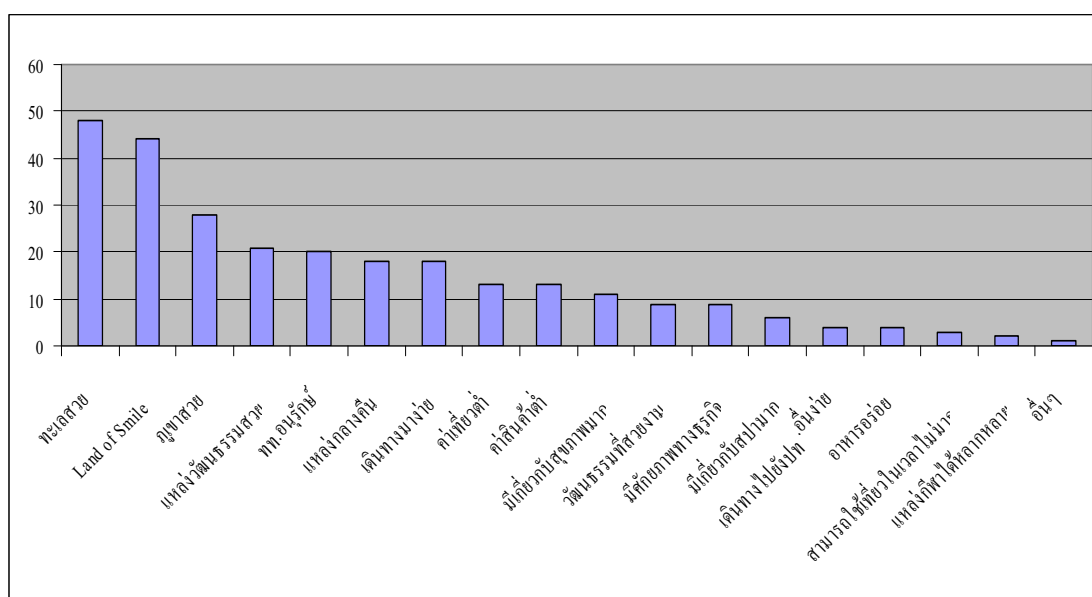


ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี พ.ศ. 2550.

ปัจจัยสนับสนุนหลายประการที่ส่งผลให้ประเทศไทยเป็นประเทศปลายทางที่อยู่ใน ความสนใจของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง มีหลายปัจจัยด้วยกัน ซึ่งโครงการศึกษา สถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศ ไทยที่ดำเนินการเสร็จสิ้นไปในปีที่ผ่านมา¹⁷ ได้สำรวจทัศนคติความเห็นของนักท่องเที่ยวต่อ ประเทศไทยไว้ สามารถสรุปผลของกลุ่มปัจจัยต่างๆได้ดังต่อไปนี้

¹⁷ ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ 2551. การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางใน ประเทศไทย รายงานการศึกษาระยะที่ 1. ชุดโครงการวิจัยไทย-ตะวันออกกลาง, ศูนย์ศึกษานโยบายเพื่อการพัฒนา คณะ เศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , มีนาคม 2551.

รูป 1. 17 ทศนคติของนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางที่มีต่อประเทศไทย



ที่มา: รายงานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตะวันตกกลาง พ.ศ. 2551.

จากแผนภาพที่แสดงให้เห็นข้างต้น ทำให้สามารถวิเคราะห์กลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากตะวันตกกลางได้ดังนี้

ปัจจัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว: สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและแหล่งบันเทิงยามราตรี และพบว่าสถานที่ติดอันดับต้นๆในความสนใจ ได้แก่ พัทยา ภูเก็ต และเชียงใหม่

ปัจจัยด้านการเดินทาง: จัดได้ว่าเป็นปัจจัยรองลงมา ซึ่งจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2550 นักท่องเที่ยวจากตะวันตกกลางเกือบทั้งหมด (ร้อยละ 98) ส่วนใหญ่เดินทางมาประเทศไทยผ่านทางสายการบินเป็นหลัก สายการบินที่ให้บริการจำนวนมากได้อำนวยความสะดวกสบายและเปิดเส้นทางบินตรงยังกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต หรือเชียงใหม่ สายการบินหลักๆที่เป็นที่นิยม ได้แก่ สายการบินเอมิเรตส์ (Emirates Airline) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นสายการบินที่อำนวยความสะดวกสบายที่สุด บินตรงจากดูไบยังกรุงเทพมหานคร สายการบินกาตาร์แอร์เวย์ (Qatar Airways) เป็นอีกสายการบินหนึ่งที่ติดอันดับ 1 ใน 5 สายการบินที่ดีที่สุดในโลก ก็อยู่ในกลุ่มตะวันตกกลาง และยังไม่รวมสายการบินของไทย (Thai Airways) ที่ติดอันดับโลกด้านการบริการเช่นกัน

ปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว: พบว่านักท่องเที่ยวให้ความพอใจกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว ค่าโรงแรมที่พัก รวมถึงค่าอาหารการกินที่จัดว่ามีราคาไม่สูงมากนัก นักท่องเที่ยวมักชื่นชอบการเลือกซื้อสินค้าและบริการตามห้างสรรพสินค้าของไทย

ปัจจัยด้านคุณภาพของบริการทางการแพทย์: ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางนอกจากกรณีการเดินทางเพื่อพักผ่อนแล้ว ยังปรากฏเรื่องการเข้ารับบริการตรวจรักษาด้านสุขภาพอีกด้วย ซึ่งสถานพยาบาลหลายแห่งในกรุงเทพมหานครเปิดบริการรองรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาตรวจเช็คสุขภาพ เช่น โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพ โรงพยาบาลสมิติเวช และโรงพยาบาลพญาไท โรงพยาบาลเอกชนหลายแห่งได้เพิ่มบริการเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางด้วยบริการแปลสื่อสารด้วยภาษาอาหรับแก่ผู้เข้ารับบริการ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและเข้าใจกระบวนการให้บริการมากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ในด้านการเข้าพักตามโรงแรมต่างๆ พบว่า ส่วนใหญ่มักเดินทางเป็นครอบครัว ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในโรงแรมจึงมักต้องการห้องพักประเภท Family ซึ่งมีเนื้อที่ขนาดใหญ่ ดังนั้นหากไม่มีการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สถานประกอบการบางแห่งจะไม่สามารถรองรับต่อความต้องการเหล่านั้นได้

รูปแบบการพักผ่อนของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางอีกประการ คือ เป็นกลุ่มที่มีระยะเวลาการพักผ่อนในประเทศไทยค่อนข้างนาน โดยเฉลี่ยแล้วส่วนใหญ่จะมาพักผ่อนครั้งละประมาณ 10 วัน จากสถิติในปี พ.ศ. 2541-2550 นักท่องเที่ยวที่มักพักผอนยาวที่สุด คือ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ คูเวต และซาอุดีอาระเบีย ตามลำดับ

ตาราง 1.7 ระยะเวลาพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ปี พ.ศ. 2541-2550

(หน่วย : วัน)

ตะวันออกกลาง	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547	2548	2549	2550
อียิปต์	9.23	7.78	6.51	7.02	7.62	8.59	7.49	7.62	7.33	7.39
คูเวต	11.16	10.90	10.56	10.58	10.56	11.10	10.06	9.49	9.84	9.33
ซาอุดีอาระเบีย	10.42	9.69	9.18	10.13	9.74	10.82	9.97	10.67	11.20	8.73
สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์	11.85	11.10	10.90	10.85	10.64	10.09	9.77	10.19	10.26	9.33
อื่นๆ	10.58	9.97	9.34	9.36	7.52	8.99	8.44	8.54	8.97	8.65
ค่าเฉลี่ย	8.40	7.96	7.77	7.93	7.98	8.19	8.42	8.20	8.62	9.66

ที่มา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า สำหรับประเทศไทยแล้ว กลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและมีแนวโน้มจะเติบโตได้มากในอนาคต ทั้งจากการประมาณการณ์ขององค์การการท่องเที่ยว (UNWTO) และจากข้อมูลเชิงประจักษ์ที่พบจากการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง ระยะเวลาในการพักผ่อนในประเทศไทยยาวนาน มุ่งเป้าหมายด้านการพักผ่อน การจับจ่ายซื้อสินค้าต่างๆเป็นหลัก เน้นการท่องเที่ยว และต้องการการบริการอย่างเต็มที่

แต่อย่างไรก็ตาม แม้จะมีสัญญาณในเชิงบวกสำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง แต่หน่วยงานภาครัฐก็ไม่ควรละเลยความสำคัญของสัญญาณหนึ่งที่ปรากฏขึ้น นั่นคือ อัตราการท่องเที่ยวซ้ำ (Revisited) ของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคอื่นๆ โดยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางมีอัตราการเที่ยวซ้ำ (Revisited) ต่ำกว่านักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นมาก

ตาราง 1.8 อัตราการเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำแนกตามกลุ่มประเทศ

กลุ่มประเทศ	การกลับมาเที่ยวซ้ำ (ร้อยละ)	
	พ.ศ. 2541	พ.ศ. 2550
เอเชียตะวันออก	50.02	63.94
ทวีปยุโรป	50.08	56.83
อเมริกา	58.11	60.65
เอเชียใต้	59.55	55.09
โอเชียเนีย	55.57	61.97
ตะวันออกกลาง	53.54	53.02
แอฟริกา	56.07	52.83
อัตราเฉลี่ยรวม	51.20	61.00

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สัญญาณดังกล่าวเป็นตัวบ่งชี้ประการหนึ่งที่หน่วยงานภาครัฐควรให้ความสนใจ เพราะสะท้อนให้เห็นว่ามีปัญหาหรืออุปสรรคปรากฏขึ้นกับการรองรับนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง เช่น นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความสะดวก ตัวเลขดังกล่าวอาจเป็นสัญญาณบ่งชี้ได้ว่า ภาครัฐควรปรับปรุง หรือให้น้ำหนักความสำคัญมากขึ้น

ตัวอย่างหนึ่งที่เป็นปัญหาหลักสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาจากตะวันออกกลาง คือ ปัญหาด้านการสื่อสาร เนื่องจากนักท่องเที่ยวบางส่วนไม่สามารถสื่อสารผ่านภาษาอังกฤษได้ ในขณะที่ผู้ให้บริการทั่วไปส่วนใหญ่ไม่สามารถให้บริการด้วยภาษาอาหรับได้เช่นกัน ดังนั้นจึงเป็นปัญหาหลักที่จำเป็นต้องเร่งแก้ไข แนวทางหนึ่งที่ประเทศไทยหรือหน่วยงานภาครัฐอาจเรียนรู้และนำไปปรับใช้ได้ คือ กรณีการให้บริการของมาเลเชียสำหรับนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง¹⁸

มาเลเชียนอกจากจะมีความได้เปรียบจากการมีโครงสร้างพื้นฐานที่พัฒนาแล้ว และรวมถึงการเป็นประเทศมุสลิม มาเลเชียเองยังสร้างความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางในประเทศตนเอง ผ่านวิธีการต่างๆ เช่น การมีป้ายบอกทาง และประกาศเป็นภาษาอาหรับ การมีเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ที่สามารถสื่อสารภาษาอาหรับได้ มีอาหารฮาลาลอยู่ทั่วไป และนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาไม่จำเป็นต้องขอวีซ่า นอกจากนี้แล้วยัง

¹⁸ ไครยา หอมชื่น, อ้างแล้ว.

มีการให้บริการตั้งแต่ประเทศต้นทางในบางแห่ง เช่น ในประเทศสหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ และประเทศซาอุดีอาระเบีย มาเลเซียได้ตั้งสำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวขึ้นในกรุงคูไบ และกรุงเจดดาห์ และยังเข้าร่วมงานส่งเสริมการขายเช่น Arabian Travel Mart การจัดสัมมนา การทำ Join Promotion ร่วมกับสายการบินเอมิเรตส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในมาเลเซียอีกด้วย

ในปัจจุบันประเทศไทยเองได้มีการวางกลยุทธ์สำหรับตลาดนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางบ้างแล้ว เช่น¹⁹

- การส่งเสริมการท่องเที่ยวมายังประเทศไทย
- การเปิดสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเมืองคูไบ
- การผลิตวัสดุอุปกรณ์เพื่อการท่องเที่ยว
- การส่งเสริมตลาดเฉพาะทาง (Niche Market) เช่น ตลาดด้านสุขภาพ
- การจัดให้มีแพทย์และพยาบาลที่พูดภาษาอาหรับได้ในโรงพยาบาลชั้นนำ
- การยกเว้นค่าธรรมเนียมวีซ่าสำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเป็นเวลา 3 เดือน
- ลดค่าจองเครื่องบิน 50%

ปัจจัยสนับสนุนการตัดสินใจท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง

งานศึกษาของ UNWTO ได้วิเคราะห์ไว้ถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว 15 อันดับแรกสำหรับนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง จะเห็นได้ว่าครึ่งหนึ่งของปัจจัยเหล่านั้น นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย สภาพแวดล้อมเป็นหลัก* ในส่วนเรื่องนี้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หรือนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นที่มักจะให้สนใจเช่น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว กลับเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลไม่มากนักสำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง โดยจะเห็นได้ว่าอยู่ในอันดับท้ายๆ ของปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญ (อันดับที่ 13 จาก 15 อันดับ) ตัวอย่างข้างต้นแสดงให้เห็นว่า ปัจจัยเรื่องค่าใช้จ่ายไม่ใช่ปัจจัยที่มีนัยสำคัญมากนัก เมื่อเทียบกับความพึงพอใจที่จะได้รับจากการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้นๆ หรือบริการที่นักท่องเที่ยวจะได้รับ

¹⁹ ไตรยา หอมชื่น. 2552. ตัวอย่างความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง, E-TAT Tourism Journal โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, หน้า 16.

* ผลการศึกษาของ UNWTO สอดคล้องกันกับผลการศึกษาของโครงการวิจัย “การศึกษาศถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางในประเทศไทย” ที่ดำเนินการโดยศูนย์ศึกษานโยบายเพื่อการพัฒนาในปี พ.ศ. 2551

BOX : 1 15 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง

1. สภาพแวดล้อมที่มีความปลอดภัยและมั่นคง
2. อากาศดี
3. มีความดึงดูดใจสำหรับการเดินทางของครอบครัว
4. มีสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยว
5. มีสินค้าหลากหลายให้เลือกซื้อ
6. ความเกี่ยวข้องทางวัฒนธรรมในแหล่งท่องเที่ยว
7. มิตรไมตรีของคนในพื้นที่
8. คุณภาพของที่พักในสถานที่ท่องเที่ยว
9. ความหลากหลายของสิ่งที่ได้เห็นและได้ทำ
10. ความสะดวกในการขอวีซ่า
11. อาหาร
12. ความสะอาดและเป็นระเบียบของสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยว
13. ค่าใช้จ่าย
14. การเข้าถึง
15. ภาพลักษณ์โดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว

ที่มา. E-tat Journal , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ดังเช่นที่กล่าวมาแล้วข้างต้น การจะรักษาลาตานักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางให้ได้ นั้น จึงจำเป็นต้องเรียนรู้ถึงพฤติกรรม การตัดสินใจ ตลอดจนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกเดินทางของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ซึ่งไม่เพียงจะสามารถรักษาลาตานักท่องเที่ยวได้แต่ยังอาจหมายความว่า การขยายตลาดให้สามารถเติบโตได้อย่างเต็มที่ และนำมาซึ่งการจ้างงานและเศรษฐกิจของประเทศที่ดีขึ้นในอนาคต รายละเอียดของการวิเคราะห์ผ่านแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์จะขอเสนอในส่วนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ตามแนวคิดทางอุปสงค์ โดยเฉพาะความยืดหยุ่นต่อความต้องการท่องเที่ยวไทย ต่อรายได้ ราคาเปรียบเทียบ ต้นทุนการเดินทาง และปัจจัยแวดล้อม
2. วิเคราะห์สภาพและเงื่อนไขของปัจจัย (ด้านอุปสงค์) ในการที่จะส่งเสริมให้เกิดการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากแหล่งต่างๆ รวมถึงตะวันออกกลางด้วย
3. วิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงสภาพและเงื่อนไขของปัจจัย (ด้านอุปสงค์) เพื่อทราบความเป็นไปได้ในการเปลี่ยนนโยบายการท่องเที่ยวไปตามกลุ่มต่างๆ ด้วยกลยุทธ์ทางปัจจัยหลักซึ่งได้แก่ สภาพเศรษฐกิจของไทย และสภาพเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว

ขอบเขตการศึกษา

ในโครงการวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากทวีปต่างๆ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางที่สำคัญ โดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐมิติเป็นเครื่องมือหลักในการอธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และใช้ฐานข้อมูลสถิตินักท่องเที่ยวจากสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1970 – 2008 ร่วมกับฐานข้อมูลจาก World Economic Outlook ของ IMF โดยประกอบกับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสำรวจความคิดเห็นของกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในธุรกิจการท่องเที่ยวตะวันออกกลางและประเทศอื่นๆ ในประเทศไทย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการวิจัย

1. เป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องในการวางยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวเพื่อรองรับต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง
2. เป็นประโยชน์ต่อการทำนายแนวโน้มสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไปในอนาคต

บทที่ 2.

ทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์

ในส่วนของทฤษฎีและวรรณกรรมปริทัศน์นั้น สามารถแยกการอธิบายออกได้เป็น 3 ส่วนหลัก คือ ส่วนทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ ส่วนที่ 2 วรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวข้อง โดยในส่วนทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ จะอธิบายทฤษฎีอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว ปัจจัยกำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว และกระบวนการประมาณการณ์ทางเศรษฐศาสตร์ และสำหรับในส่วนที่สอง ซึ่งจะอธิบายผลงานศึกษาเชิงประจักษ์ต่าง ๆ นั้นจะแยกเป็น 2 ส่วนคือ งานศึกษาในประเทศไทย และงานศึกษาในต่างประเทศ เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษาให้ชัดเจน เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาแบบจำลองที่มีความเหมาะสมในการพยากรณ์ต่อไป

ส่วนสุดท้ายในบทนี้ คือ การอธิบายแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา โดยอธิบายกรอบแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาและกลุ่มตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้อธิบายความสัมพันธ์ โดยทั้งหมดจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1. ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ (Economic Theory)

งานศึกษาวิจัยต่าง ๆ ที่ปรากฏเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดได้ว่าการศึกษามีจำนวนมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ซึ่งสำหรับนักเศรษฐศาสตร์จะพบว่า ทฤษฎีและแบบจำลองต่าง ๆ ที่ปรากฏจากการทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่วนใหญ่อยู่ภายใต้กรอบของทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory) ที่ใช้ในการอธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค นักเศรษฐศาสตร์หลายกลุ่มได้จัดรูปแบบสมการอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไว้หลายวิธีการ

เครื่องมือหลักที่นักเศรษฐศาสตร์ใช้ในการศึกษา สามารถทำได้ในหลายลักษณะทั้งการวิเคราะห์ด้านคุณภาพ ด้านปริมาณ หรืออาศัยเครื่องมือทางเศรษฐมิติ เพื่อศึกษาหาความสัมพันธ์ที่มีผลกำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว ซึ่งลักษณะแบบจำลองมีทั้งสมการเชิงเดี่ยวและสมการเชิงโครงสร้าง²⁰

²⁰ เมธา ขำนิ (2544). แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว: ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย หน้า 34.

1. ทฤษฎีอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว (Tourism Demand Theory)

ในเบื้องต้นสามารถจำแนกกลุ่มสมการออกเป็น 2 กลุ่มสำคัญตามเป้าหมายการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว คือ แบบจำลองการท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) และแบบจำลองการท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) ความแตกต่างของแบบจำลองทั้งสองมีดังต่อไปนี้

แบบจำลองการท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound Tourism) เป็นแบบจำลองที่วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศกลุ่มต่างๆที่มีต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศหนึ่ง ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวฝรั่งเศส สหรัฐอเมริกาต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย เป็นต้น

แบบจำลองการท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) เป็นแบบจำลองที่วิเคราะห์พฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภายในประเทศนั้นต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวยังประเทศอื่นๆ ยกตัวอย่างเช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ตัดสินใจเดินทางออกไปเที่ยวต่างประเทศ เป็นต้น โดยมีตัวอย่างแบบจำลอง²¹ คือ

$$f_t = a_0 + a_1y_t + a_2p_t + \varepsilon_t$$

จากตัวอย่างสมการข้างต้น อธิบายโดยกำหนดให้ f_t หมายถึง จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศหนึ่งๆ y_t คือ รายได้ประชาชาติที่แท้จริง p_t หมายถึง อัตราแลกเปลี่ยนที่ปรับด้วยระดับราคาโดยเปรียบเทียบ *

สำหรับในงานศึกษาชิ้นนี้จะให้ความสำคัญกับแบบจำลองการท่องเที่ยวขาเข้าเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกรอบในการวิเคราะห์และสามารถนำไปพัฒนาแบบจำลองในการศึกษาได้ต่อไป

2. ปัจจัยที่มีผลกำหนดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว (Determinants)

ในการศึกษากลุ่มปัจจัยที่มีผลกำหนดการท่องเที่ยวในที่นี้ให้ความสนใจกับกลุ่มปัจจัยจากแบบจำลองการท่องเที่ยวขาเข้าเป็นหลัก* โดยสามารถแยกกลุ่มปัจจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มปัจจัยต้น และกลุ่มปัจจัยตาม

²¹ Halicioglu, Ferda (2008). *An Econometric Analysis of Aggregate Outbound Tourism Demand of Turkey*, presented at the 6th DeHaan Tourism Management Conference: "The Economic of Tourism", organized by the Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, Nottingham University Business School, Nottingham- UK 18th December 2007.

* แบบจำลองการท่องเที่ยวขาออกอาจปรับเปลี่ยนกลุ่มตัวแปรได้ตามที่ผู้ศึกษาให้ความสนใจ ตัวอย่างสมการข้างต้นเป็นเพียงหนึ่งในรูปแบบสมการที่มีการศึกษาเท่านั้น

กลุ่มปัจจัยตาม (Dependent Variables)

พบว่าในงานศึกษาส่วนใหญ่ให้น้ำหนักความสำคัญกับจำนวนนักท่องเที่ยว (Tourist Arrivals) ที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเป็นหลักในฐานะตัวแปรตาม อาทิเช่น Bang-ornrat Rojwannasin (1982)²², Lim (1997)²³, Norlida Hanim Mohd Salleh & Redzuan Othman (2004) หรืองานศึกษาของ Habibi et al (2008)²⁴ เป็นต้น

งานศึกษาของ Norlida (2004)²⁵ ชี้ให้เห็นว่าในงานศึกษาส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 นักวิเคราะห์จะใช้ตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเป็นตัวแปรตาม รองลงมาจากปัจจัยด้านจำนวนนักท่องเที่ยว มีงานศึกษาบางส่วนที่ใช้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยว จำนวนคืนที่เข้าพัก เป็นตัวแปรตามเช่นกัน แต่มีการนำไปใช้ค่อนข้างน้อย หรือในงานศึกษาบางแห่ง เช่น ในออสเตรเลีย ปรับเปลี่ยนจากจำนวนนักท่องเที่ยวเป็นดัชนีการท่องเที่ยวแล้วจึงนำมาใช้เป็นตัวแปรตาม²⁶

กลุ่มปัจจัยอิสระ (Independent Variables)

ในการวิเคราะห์กลุ่มปัจจัยอิสระที่มีผลกำหนดพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว นั้น พบว่าสามารถแยกอิทธิพลออกได้หลายส่วนด้วยกัน ในเบื้องต้นสามารถแยกออกเป็นปัจจัยเชิงปริมาณและปัจจัยเชิงคุณภาพ

- **ปัจจัยเชิงปริมาณ (Quantity Factors)**

กลุ่มปัจจัยที่พบในการศึกษา เช่น ปัจจัยด้านการท่องเที่ยว (ต้นทุนการท่องเที่ยว ราคาตั๋วโดยสาร ราคาการท่องเที่ยว ค่าอาหารและที่พัก) รวมถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (อัตราแลกเปลี่ยน ภาวะเงินเฟ้อ ต่างเป็นต้น)

- **ปัจจัยด้านราคา** เป็นปัจจัยกลุ่มหลักที่ส่วนใหญ่จะพบในการศึกษา เช่น ราคาค่าที่พักและค่าอาหารการกินโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศต้นทางมายังประเทศปลายทาง ราคาค่าโดยสาร

* สำหรับการรวบรวมวรรณกรรมปริทัศน์ที่เกี่ยวกับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวชาอนั้น สามารถอ่านได้เพิ่มเติมจากภาคผนวกท้ายเล่ม

²² Rojwannasin, B. (1982). Determinants of International Tourism Flows to Thailand, Master's Thesis, Faculty of Economics, Thammasat University.

²³ Lim, C. (1997). Review of International Tourism Demand Models., Annals of Tourism Research 24,4 :835-849.

²⁴ Halicioglu, Ferda (2008). An Econometric Analysis of Aggregate Outbound Tourism Demand of Turkey, Department of Economics, Yeditepe University.

²⁵ Norlida Hanim Mohd Salleh and Redzuan Othman (2004). Modelling and Forecasting Malaysia's Tourism Demand, School of Economic and Business, University Kebangsaan Malaysia.

²⁶ Sarath Divisekera (1995). An Econometric Model of International Visitor Flow to Australia., Australian Economic Paper, Vol 34, Issue 65 page 291-308.

ภายในประเทศ หากไม่สามารถคำนวณหาได้ ในงานวิจัยบางชิ้นอาจเสนอให้ใช้ดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เป็นตัวประมาณการแทน เช่น งานศึกษาของ Salman et al (2009)²⁷

- ปัจจัยด้านต้นทุน ยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว ต้นทุนหลัก เช่น ค่าเครื่องบินไปกลับ ซึ่งถูกกำหนดขึ้นมาจากราคาน้ำมันในตลาดโลก ซึ่งโดยมากมักเก็บข้อมูลจากฐานราคาเครื่องบินชั้นประหยัด (Economy class) เป็นหลัก หรืองานศึกษาบางชิ้นอาศัยการเปลี่ยนแปลงของราคาน้ำมันดิบเป็นตัวแทนต้นทุนในส่วนนี้ ยกตัวอย่างเช่น Habibi et al (2008)²⁸
- ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ นอกจากนี้หลายแบบจำลองยังใช้ปัจจัยทางเศรษฐกิจหลายส่วนมาร่วมวิเคราะห์ เช่น อัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งนักท่องเที่ยวอาจพิจารณาจากอัตราแลกเปลี่ยนโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศปลายทาง และประเทศที่อาจทดแทนกันได้ ซึ่งตัวแปรทางเศรษฐกิจบางประการถูกใช้อธิบายพฤติกรรม เช่น รายได้ต่อหัวประชากร เป็นต้น ดังจะเห็นได้จากตัวอย่างกรณีศึกษาของ Teresa Garin-Munoz (2006)²⁹

● ปัจจัยเชิงคุณภาพ ในที่นี้ได้แก่ สถานการณ์ต่างๆที่ปรากฏ โดยมักอยู่ในรูปตัวแปรหุ่น (Dummy Variables) เช่น สถานการณ์ทางการเมือง ปัญหาการแพร่ระบาดเชื้อโรค เป็นต้น ซึ่งพบว่าในงานวิจัยจำนวนมาก เริ่มให้ความสำคัญกับกลุ่มปัจจัยเชิงคุณภาพที่มีส่วนกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น สภาพการเมืองการปกครอง สถานการณ์ความไม่สงบต่างๆ รวมถึงปัญหาเรื่องการแพร่ระบาดของโรคภัยไข้เจ็บ มาเป็นตัวกำหนดปริมาณอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว

- ปัจจัยการเมืองการปกครอง งานศึกษาหลายชิ้นได้สะท้อนให้เห็นว่าความมั่นคงทางการเมืองมีผลอย่างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว โดยมีตัวอย่างจากงานศึกษาของ Naude & Saayman (2005)³⁰ ซึ่งพบว่าหนึ่งในกลุ่มปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางมาแอฟริกา คือ ความมี

²⁷ A.Khalik Salman, L. Arnesson, A. Sorensson and Ghazi Shukur (2009). "Estimating the Swedish and Norwegian International Tourism demand Using (ISUR) Technique", Working paper Series, Centre for Labour Market Policy Research Nr 12,2009.

²⁸ Habibi, Fateh, Abdul Rahim, Khalid and Chin, Lee (2008). United Kingdom and United States Tourism Demand for Malaysia : A Cointegration Analysis, Munich Personal RePEc Archive (MPRA)

²⁹ Teresa Garin-Munoz (2006). Inbound International Tourism to Canary Island : A Dynamic Panel Data Model, Tourism Management 27(2006) : 281-291.

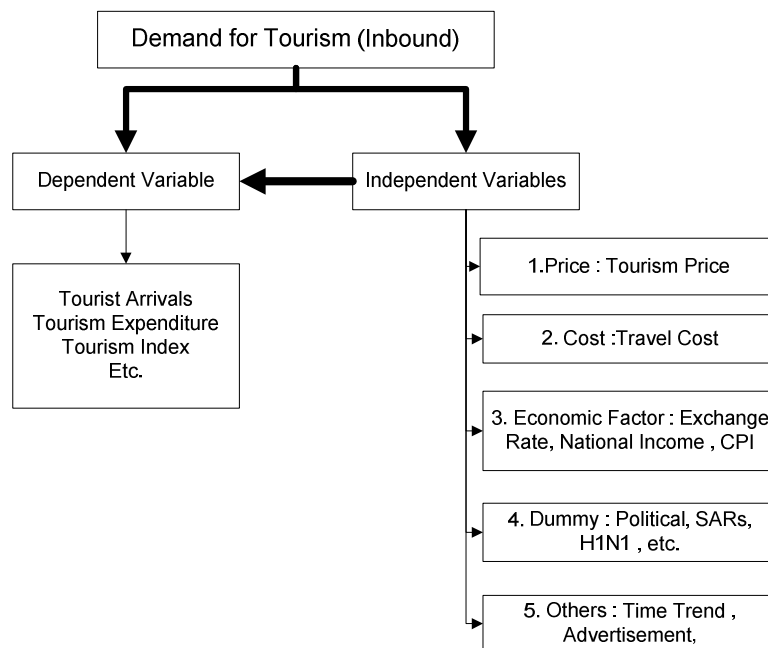
³⁰ Naude, W.A. and A. Saayman (2005). "The Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis", Tourism Economics 11,no. 3 : 365-91.

เสถียรภาพทางการเมือง ซึ่งอาจมีผลต่อเนื่องยังประเด็นความเสี่ยง
ของประเทศปลายทาง

- ปัจจัยด้านการแพร่ระบาดเชื้อโรค ตัวอย่างที่เห็นชัดเจนที่สุดในปัจจุบันคือ ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส และไข้หวัดใหญ่ H1N1 ผลสะท้อนที่ชัดเจนเห็นได้จากผลการศึกษาหลายท่าน เช่น Latsany Phakdisoth & Donghun Kim (2007)³¹
- ปัจจัยด้านอื่นๆ เช่น ปัญหาด้านพรมแดน ปัญหาด้านความพร้อมของระบบสาธารณูปโภค ปัญหาด้านการสื่อสาร และเรื่องระยะทาง ยังคงมีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน ดังงานศึกษาของ Naude & Saayman (2005)

ดังนั้นหากกล่าวโดยสรุปให้เห็นภาพรวมของกลุ่มดัชนีที่มีผลต่อการกำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยนั้น สามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

รูป 2. 1 กลุ่มปัจจัยกำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว



ที่มา. สรุปจากการศึกษา.

³¹ Latsany Phakdisoth & Donghun Kim (2007). The Determinants of Inbound tourism in Laos. Available Online: http://findarticles.com/p/articles/mi_hb020/is_2_24/ai_n29377561/pg_5/?tag=content;col1

3. แบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ (Econometric Models)

กลุ่มนักวิชาการต่างระดมความคิดเห็นต่อแบบจำลองเพื่อทำนายพฤติกรรมการท่องเที่ยวไว้จำนวนมาก มีการใช้แบบจำลองที่หลากหลายมากกว่า 10 รูปแบบ โดยที่ล่าสุดในปี ค.ศ. 2008 Haiyan Song และ Gang Li³² จึงสรุปรวมวรรณกรรมปริทัศน์ต่างๆที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบจำลองการท่องเที่ยว ตั้งแต่ช่วงปี ค.ศ. 2000-2006 จำนวนกว่า 121 ชิ้น และจำแนกกลุ่มแบบจำลองที่นิยมนำมาศึกษาออกเป็นกลุ่มๆ ดังต่อไปนี้

ตาราง 2.1 แบบจำลองประเภทต่าง ๆ จำแนกตามงานวิจัยในแต่ละทวีป ระหว่างค.ศ. 2000-2006

แบบจำลอง	Regions of Research				Total
	Asia	Europe	Oceania	Others	
ADLM : Autoregressive Distributed Lag Model	6	5	1	3	15
AIDS: Almost Ideal Demand System	-	1	-	-	1
AR: Autoregressive Process	1	3	3	1	8
AR(I)MA(X):Autoregressive (Integrated) Moving Average (Cause effect) Model	8	11	6	6	31
ANN : Artificial Neural Network	5	-	-	2	7
BSM : Non-Causal Basic Structural Model	5	1	4	2	12
CGE: Computable General Equilibrium Model	-	1	-	-	1
CI : Cointegration	1	7	3	1	12
Com: Compertz	-	1	-	-	1
CP : Cubic Polynomial Model	1	-	-	-	1
ECM : Error Correction Model	3	7	2	3	15
ES : Exponential Smoothing	10	2	2	3	17
FTS : Fuzzy Time Series	1	-	-	-	1
GA : Genetic algorithm	2	-	-	4	6
GARCH: Generalized Autoregressive Conditional Heteroskedastic Model	-	-	1	-	1
GSR : Gradual Switching Regression	-	-	-	1	1
HPM : Hedonic Pricing Model	-	1	-	-	1
LAIDS : Linear AIDS	1	10	1	1	13
LCM : The learning curve model	-	1	-	-	1
MA : Moving Average	4	1	-	2	7
MARIMA : Multivariate ARIMA	-	-	1	-	1
Naïve1 : No-change model	10	6	4	3	23
Naïve2 : constant growth rate model	5	2	-	1	8
PAR: Periodic autoregressive model	-	1	-	1	2

³² Haiyan Song and Gang Li (2008). "Tourism Demand Modelling and Forecasting: A review of recent research", *Tourism Research*, School of Management University of Surrey.

แบบจำลอง	Regions of Research				Total
	Asia	Europe	Oceania	Others	
PDR: Panel data regression	1	2	-	2	5
SEM : Structural Equation Model	-	-	1	-	1
SR: Static Regression	5	5	1	5	16
STSM: Structural Time Series Model	1	2	2	1	6
SVR: Support Vector Regression	1	-	-	1	2
SW: Sine Wave Nonlinear model	2	-	-	-	2
TAS : Technical Analysis system	-	1	-	-	1
TCM : Trend Curve Model	-	1	-	-	1
TFM : Transfer Function Model	1	1	1	-	3
TVP: Time Varying Parameter Model	1	5	-	-	6
VAR : Vector Autoregression	5	6	3	1	15
VECM : Vector Error Correction Model	-	1	2	-	3

ที่มา: Song & Li (2008).

หมายเหตุ: งานวิจัยหนึ่งชิ้นอาจมีแบบจำลองที่ใช้ในการทดสอบมากกว่า 1 แบบจำลอง

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจะเห็นได้ว่าแบบจำลองส่วนใหญ่ที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์หาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวหลักๆ ได้แก่ แบบจำลอง Autoregressive Integrated Moving Average Model :ARIMA(X) และแบบจำลอง Autoregressive Distributed Lag Model (ADLM)

ตัวอย่างงานศึกษาที่ใช้แบบจำลอง ARIMA ได้แก่ งานศึกษาของ Norlida & Redzuan (2004) ซึ่งจะกล่าวถึงในส่วนต่อไป

ส่วนที่ 2. วรรณกรรมปริทัศน์และงานศึกษาเชิงประจักษ์ (Empirical Studies)

จากการทบทวนวรรณกรรมต่างๆที่ผ่านมาข้างต้น จะพบว่าสามารถจำแนกผลลัพธ์ของวรรณกรรมต่างๆทั้งในประเทศและต่างประเทศเพื่อวิเคราะห์หากลุ่มปัจจัยต่างๆและแบบจำลองที่สามารถนำไปพัฒนาได้ดังต่อไปนี้

1. งานศึกษาเชิงประจักษ์ในต่างประเทศ

ตัวอย่างหนึ่งของแบบจำลองนักท่องเที่ยวขาเข้า ได้แก่ งานศึกษาของ Bernardina Algieri (2006)³³ ได้ใช้แบบจำลอง VAR ในการค้นหาตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดปริมาณการท่องเที่ยวในประเทศรัสเซีย และผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่ากลุ่มปัจจัยที่มีนัยสำคัญ

³³ Bernardina Algieri (2006). An Econometric Estimation of the Demand for Tourism: the Case of Russia, in **Tourism Economics**, IP Publishing Ltd., London, Vol.12, Issue 1, pp.5-20, March 2006.

ได้แก่ ปริมาณการท่องเที่ยว อัตราแลกเปลี่ยน อัตราการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจโลก และค่าตัวโดยสารเครื่องบิน

นอกจากนี้ยังมีงานศึกษาของ Kulendran & Divisekera (2007)³⁴ ได้วิเคราะห์ผลกระทบของค่าใช้จ่ายในด้านการตลาดที่มีต่ออุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย ด้วยการใชแบบจำลอง ARDL และผลลัพธ์ได้แสดงให้เห็นว่า การโฆษณาด้วยการบอกเล่าปากต่อปาก และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวช้านั้นมีบทบาทอย่างมากต่อการกระตุ้นปริมาณการท่องเที่ยวที่มายังออสเตรเลีย

ในภูมิภาคเอเชีย พบว่ามีงานศึกษาเกี่ยวกับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้านที่น่าสนใจเช่นกัน โดยมีงานศึกษาของ Norlida Hanim Mohd Salleh & Redzuan Othman (2004)³⁵ ที่อธิบายพฤติกรรมแบบจำลองอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย ที่มาจากกลุ่มประเทศที่สำคัญ 10 ประเทศ คือ สิงคโปร์ ไทย อินโดนีเซีย บรูไน จีน ฮองกง ญี่ปุ่น อังกฤษ อเมริกา และออสเตรเลีย โดยการใช้แบบจำลอง Cointegration ภายใต้กรอบของ Autoregressive Distributed Laged Model ผลลัพธ์ที่ได้จากงานวิจัยคือ ทราบปัจจัยที่มีอิทธิพลทั้งระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งอธิบายได้ว่า สำหรับในระยะยาว ราคาการท่องเที่ยว ต้นทุนค่าเดินทาง ราคาการท่องเที่ยวที่สามารถใช้ทดแทนกันได้ และปัจจัยด้านรายได้เป็นปัจจัยหลักที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวยังประเทศมาเลเซีย และในสำหรับระยะสั้นจะพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำ วิกฤติเศรษฐกิจเอเชียและการแพร่ระบาดของโรคซาร์สก็มีผลกระทบต้ออุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศมาเลเซีย

สำหรับประเทศกำลังพัฒนาอย่างประเทศลาว พบว่ามีงานวิจัยที่วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวขาเข้า ผลการศึกษาของ Latsany & Kim (2007) แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยรายได้และราคาโดยเปรียบเทียบมีผลต่ออุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวขาเข้าค่อนข้างชัดเจน ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์อยู่ระหว่าง 0-1 ดังนั้นจึงทำให้การท่องเที่ยวของประเทศลาวไม่ยืดหยุ่นต่อการเปลี่ยนแปลงในรายได้และระดับราคา นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรอื่นๆ เช่น การสื่อสาร สาธารณูปโภคพื้นฐานด้านถนน และความมีเสถียรภาพของประเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ นักท่องเที่ยวเดินทางมายังประเทศลาว และที่น่าสนใจคือ สำหรับประเทศกำลังพัฒนาเช่น ลาว การเปิดการค้าเสรีแบบทวิภาคีส่งผลทางบวกต่อการเพิ่มปริมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกด้วย แต่อย่างไรก็ตามปัญหาสำคัญที่ยังต้องเร่งแก้ไข คือ อุปสรรคด้านการเดินทางยังคงเป็นตัวขัดขวางการเดินทางท่องเที่ยวในปัจจุบัน

³⁴ Kulendran, N., and Divisekera, S. (2007). Measuring the economic impact of Australian tourism marketing expenditure. *Tourism Economics*, 13(2), 261-274.

³⁵ Norlida Hanim Mohd Salleh & Redzuan Othman (2004). *Modelling and Forcasting Malaysia's Tourism Demand*. School of Economics Faculty of Economics and Business Universiti Kebangsaan Malaysia

2. งานศึกษาเชิงประจักษ์ในประเทศไทย

ในจำนวนงานศึกษาส่วนใหญ่ที่ปรากฏ พบว่า วรรณกรรมปริทัศน์ของประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวมีจำนวนอยู่ไม่มากนักที่มีการตีพิมพ์ในวารสารต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น งานศึกษาของ Song, Witt and Li (2003)³⁶ ได้ทดสอบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่มาจากนักท่องเที่ยวใน 7 กลุ่มประเทศ (ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลี สิงคโปร์ มาเลเซีย อังกฤษ และสหรัฐอเมริกา) โดยอาศัยแบบจำลอง Autoregressive Distributed Lag (ADL) ซึ่งส่วนหนึ่งของงานศึกษาชิ้นดังกล่าวได้วิพากษ์แบบจำลองที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้ ซึ่งงานศึกษาของ Vogt and Wittayakorn (1998) ถูกวิจารณ์ว่าแม้จะเป็นงานศึกษาที่วิเคราะห์เกี่ยวกับอุปสงค์สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศไทย แต่กลยุทธ์การสร้างแบบจำลองและการทำนายในงานชิ้นนี้ก็ไม่ได้เป็นงานศึกษาแบบเต็มที่หรือเป็นระบบเท่าใดนัก อีกทั้งผลการวิเคราะห์ที่เกิดขึ้นก็เป็นการวิพากษ์วิจารณ์การขาดพื้นฐานทางทฤษฎี³⁷

ผลการศึกษาของ Song, Witt and Li ในตอนท้ายได้ชี้ให้เห็นว่า ปัญหาการก่อการร้ายที่โจมตีสหรัฐอเมริกาในเหตุการณ์ 9/11 สงครามอิรัก และการแพร่ระบาดของโรคซาร์สในช่วงปี 2003 มีนัยสำคัญต่ออุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของชาวต่างชาติในประเทศไทย นอกจากนี้งานศึกษาชิ้นดังกล่าวยังอธิบายถึงกลุ่มปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการท่องเที่ยวในทรรศนะของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ปัจจัยการดำรงอยู่ของประเพณีวัฒนธรรมของไทยเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงที่สุดต่อการกำหนดอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวจากที่ต่างๆ รองลงมาได้แก่ ปัจจัยด้านรายได้ ราคา ราคาเปรียบเทียบ และมูลค่าการค้าก็พบว่ามีนัยสำคัญต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

แต่สำหรับการจำแนกนักท่องเที่ยวตามรายภูมิภาค ไม่เคยปรากฏการศึกษาที่วิเคราะห์เฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง ผลการวิจัยที่เคยปรากฏก่อนหน้านี้มักจะเป็นกลุ่มเอเชียตะวันออก เช่น จีน เกาหลี ไต้หวัน ญี่ปุ่น หรือประเทศสำคัญๆ เช่น อังกฤษ สหรัฐอเมริกา เท่านั้น ดังจะเห็นได้จากงานศึกษาของพัชญ์พิชชา (2547), กรกฤช (2546), นาถฤดี (2548) ซึ่งผลการศึกษาที่ปรากฏหลายเรื่องมีข้อค้นพบที่น่าสนใจและเป็นเอกลักษณ์ของประเทศ ยกตัวอย่างเช่น เรื่องปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่พบว่าผลวิจัยของนักวิจัยไทยและนักวิจัยต่างชาติมีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกันว่าทรัพยากรของประเทศ เช่น แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ทะเล เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ

³⁶ Haiyan Song, Stephen Witt and Gang Li (2003). "Modelling and forecasting the demand for Thai tourism", in **Tourism Research**, School of Management, University of Surrey

³⁷ Michael G. Vogt; Chutima Wittayakorn (1998). "Determinants of the demand for Thailand's exports of tourism", in **Applied Economics**, Volume 30, Issue 6 June 1998, pages 711 – 715.

ส่วนที่ 3. แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

จากวัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้ที่มุ่งพิจารณาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลาง และกลุ่มประเทศอื่นๆที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย งานวิจัยชิ้นนี้จึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายนักท่องเที่ยวที่เป็นตัวแทนของภูมิภาคออกตามกลุ่มภูมิภาคต่างๆดังต่อไปนี้ จำนวนทั้งสิ้น 12 ประเทศ

ตาราง 2.2 รายนามกลุ่มประเทศที่อยู่ในขอบเขตการศึกษา

ภูมิภาค	ข้อมูลรายปี (ค.ศ. 1971-2008)
1. ภูมิภาคเอเชียตะวันออก	ประเทศญี่ปุ่น
	ประเทศเกาหลี
2. ภูมิภาคเอเชียใต้	ประเทศอินเดีย
	กลุ่มประเทศเอเชียใต้
3. ภูมิภาคตะวันออกกลาง	กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง
4. ภูมิภาคยุโรป	ประเทศอังกฤษ
	ประเทศฝรั่งเศส
	ประเทศเยอรมัน
	ประเทศสวีเดน
5. ภูมิภาคอเมริกา	ประเทศสหรัฐอเมริกา
6. ภูมิภาคโอเชียเนีย	ประเทศออสเตรเลีย
7. ภูมิภาคแอฟริกา	ประเทศแอฟริกาใต้

แนวทางการคัดเลือกกลุ่มประเทศตัวแทนภูมิภาค

1. ประเทศที่เป็นตัวแทนจะเป็นประเทศหลักที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยมากที่สุดตามภูมินาณนั้นๆ หรือเป็นประเทศที่มีอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวอยู่ในระดับสูง
2. ประเทศที่เป็นตัวแทนจะเป็นประเทศที่มีฐานข้อมูลเพียงพอต่อการประมาณการณด้วยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ

ในงานศึกษาชิ้นนี้กำหนดให้สินค้การท่องเที่ยวเป็นสินค้ที่สามารถทดแทนกันได้นั้นในภูมิภาคเอเชียถือเสมือนเป็นตลาดแข่งขัน โดยแต่ละประเทศต่างแข่งขันเพื่อดีงดูดนักท่องเที่ยวมายังประเทศตนเอง สำหรับงานศึกษาครั้งนี้กำหนดให้ประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยสำหรับตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง คือ ประเทศมาเลเซีย และสิงคโปร์

ด้วยเหตุดังกล่าว การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางในการเลือกจุดหมายปลายทางจึงขึ้นกับราคาการท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบราคาการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งทั้งสองด้วย แบบจำลองนี้จะกำหนดปัจจัยราคาการท่องเที่ยวโดยเปรียบเทียบของทั้งสองประเทศนี้เป็นตัวเปรียบเทียบกับราคาการท่องเที่ยวในไทย

ดังนั้นจากทบทวนวรรณกรรมปริทัศน์ต่างๆ และที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ในงานศึกษาชิ้นนี้จึงพัฒนาแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษาจากตัวอย่างแบบจำลองของ Norlida & Redzuan (2004)³⁸ เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่มีลักษณะใกล้เคียงกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัยชิ้นนี้ โดยการใช้ Autoregressive Distributed Laged Model ให้อยู่ในรูปของ Log form และกำหนดรูปแบบสมการดังต่อไปนี้

$$TU_t = f(\underbrace{TP_t, TC_t}_{\text{Tourism}}, \underbrace{SPSg_t, SPMs_t}_{\text{Substitute Price}}, \underbrace{RPI_{it}, ER_{it}}_{\text{Economic Factors}}, Dummy) \dots\dots\dots (1)$$

$$Dummy = f(\underbrace{D97_t, DF_t, D03_t, D08_t}_{\text{Quality Factors}})$$

$$TU_t = \beta_o + \beta_1 TP_t + \beta_2 TC_t + \beta_3 SPSg_t + \beta_4 SPMs_t + \beta_5 RPI_{it} + \beta_6 ER_{it} + \beta_7 D97 + \beta_8 DF + \beta_9 D03 + \beta_{10} D08 + \varepsilon_t \dots\dots\dots (2)$$

จากสมการข้างต้น กำหนดให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Tourist: TU) เป็นปัจจัยตาม (Dependent Variable) ซึ่งขึ้นต่อราคาการท่องเที่ยว (Tourism Price :TP) และต้นทุนการท่องเที่ยว (Travel Cost :TC) ประกอบกับราคาการท่องเที่ยวที่สามารถแข่งขันได้กับประเทศคู่แข่งทั้งสอง (Substitute Price of Singapore :SPSg, Substitute Price of Malaysia :SPM) สำหรับตัวแปรอื่นๆนั้นได้แก่ ตัวแปรทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ต่อหัวประชากรของประเทศต้นทางนั้นๆ (Real Income per Head :RPI) และอัตราแลกเปลี่ยนโดยเปรียบเทียบ (Exchange Rate :ER) ขณะที่ตัวแปรหุ่น (Dummy) ต่างๆทั้ง 4 สะท้อนสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ในแต่ละช่วงเวลา อันประกอบด้วย วิกฤติการเงินเอเชีย การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทย กรณีสงครามอ่าวเปอร์เซีย และกรณีวิกฤติการทางการเมืองที่มีการประท้วงยืดเยื้อยาว 6 เดือนในปี ค.ศ. 2008 ตามลำดับ

ซึ่งเมื่อปรับให้อยู่ในรูปของ Logarithm แล้ว สามารถเขียนเป็นสมการได้ดังต่อไปนี้³⁹

$$LTU_t = \beta_o + \beta_1 LTP_t + \beta_2 LTC_t + \beta_3 LSPSg_t + \beta_4 LSPMs_t + \beta_5 LGDP_{it} + \beta_6 LER_{it} + \beta_7 D97 + \beta_8 DF + \beta_9 D03 + \beta_{10} D08 + \varepsilon_t \dots\dots\dots (3)$$

³⁸ เรื่องเดียวกัน, อ้างแล้ว

³⁹ รายละเอียดคำอธิบายเกี่ยวกับเครื่องมือในการวิเคราะห์ ปรากฏอยู่ในภาคผนวก ก. ห้ายเอกสาร

BOX : 2 คำอธิบายรายละเอียดตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เมื่อกำหนดให้อยู่ในรูปของ logarithm

TU_t เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศต้นทาง i มายังประเทศไทยในปี t

TP_t เป็น ราคาการท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางไปยังประเทศไทยในปี t

TC_t เป็น ต้นทุนการเดินทางจากประเทศต้นทางไปยังประเทศไทย

$SPSg_t$ เป็น ราคาการท่องเที่ยวที่ทดแทนกันได้ระหว่างประเทศต้นทางไปยังสิงคโปร์

$SPMs_t$ เป็น ราคาการท่องเที่ยวที่ทดแทนกันได้ระหว่างประเทศต้นทางไปยังมาเลเซีย

RPI_{it} เป็น รายได้ต่อหัวที่แท้จริงของประเทศต้นทาง

ER_{it} เป็น อัตราแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศต้นทางยังประเทศไทย

$D97$ ตัวแปรหุ่นสำหรับกรณีวิกฤตการเงินเอเชีย ระหว่างปี 1997-1999

DF ตัวแปรหุ่นสำหรับการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างจากของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยจากวิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย

$D03$ ตัวแปรหุ่นสำหรับกรณีสงครามอ่าวเปอร์เซีย

$D08$ ตัวแปรหุ่นสำหรับวิกฤตทางการเมืองที่มีการประท้วงยืดเยื้อถึงกว่า 6 เดือน ในปี ค.ศ. 2008

รายละเอียดของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษามีคำอธิบายดังต่อไปนี้

ตัวแปรตาม (Dependent Variable): ในแบบจำลองนี้ตัวแปรตามที่ใช้ในการศึกษาคือ “จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาประเทศไทยในแต่ละปี ตั้งแต่ปี ค.ศ. 1971-2008 จำแนกตามนักท่องเที่ยวทั้ง 12 กลุ่ม (Tourist :TU)

ตัวแปรต้น (Independent Variables): ปัจจัยด้านรายได้และราคาเป็นปัจจัยที่นิยมใช้กันมากที่สุด เช่น รายได้ ราคาการท่องเที่ยว ต้นทุนการเดินทาง อัตราแลกเปลี่ยน ตัวแปรหุ่น ตัวแปร lag ราคาการท่องเที่ยวที่สามารถใช้แทนกันได้ โดยมีรายละเอียดต่อไปนี้

ราคาการท่องเที่ยว (Tourism Price: TP) คือ ราคาของสินค้าและบริการที่ใช้ในการท่องเที่ยว งานศึกษาส่วนใหญ่มักจะไม่นับดัชนีราคาต่อสินค้าและบริการในการท่องเที่ยว จึงหันไปใช้ CPI แทน การคำนวณหาราคาการท่องเที่ยวจึงอยู่บนฐานของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทาง ทารด้วย CPI ของประเทศต้นทาง ในงานศึกษาครั้งนี้จึงคำนวณค่าครองชีพในประเทศไทยเทียบกับประเทศต้นทาง และคาดว่าทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างราคาการท่องเที่ยวกับจำนวนนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์เชิงลบต่อกัน

$${}_{i=1}^{12}TP_{ti} = \frac{CPI_{Thai}}{CPI_i}$$

ต้นทุนการเดินทาง (Travel Cost: TC) ในงานศึกษาหลายชิ้น อาจอ้างอิงราคาต้นทุนค่าเครื่องบินโดยสารได้ เนื่องจากมีฐานข้อมูลหลักเก็บรวบรวมไว้ หรืออาจสามารถคำนวณหาได้จากค่าตัวเครื่องบินระหว่างประเทศปลายทางและต้นทาง* ค่าเรือเฟอร์รี่ และหรือค่าน้ำมันรถสำหรับการเดินทางทางบก และราคาน้ำมันดิบ

สำหรับงานศึกษาชิ้นนี้ เนื่องจากสามารถหาต้นทุนค่าเดินทางของผู้โดยสาร 1 คนต่อระยะทาง 1 ไมล์ได้ จากสมาคมขนส่งทางอากาศยานของสหรัฐอเมริกา (Air Transport Association :ATA) จึงนำข้อมูลดังกล่าวมาประมาณด้วยระยะทางจากเมืองสำคัญของประเทศต้นทางแต่ละแห่งมายังกรุงเทพมหานคร (ประเทศไทย) โดยแต่ละแห่งมีระยะทางดังต่อไปนี้

ตาราง 2.3 คำนวณระยะทางกรุงเทพ – เมืองต้นทาง

(หน่วย : ไมล์)

ภูมิภาค	ประเทศต้นทาง – เมือง	ระยะทางถึงกรุงเทพ
ภูมิภาคเอเชียตะวันออก	ประเทศญี่ปุ่น – โตเกียว	2,860 ไมล์
	ประเทศเกาหลี – กรุงโซล	2,311 ไมล์
ภูมิภาคเอเชียใต้	ประเทศอินเดีย – กรุงนิวเดลี	1,817 ไมล์
	กลุ่มประเทศเอเชียใต้*	1,541.3 ไมล์
ภูมิภาคตะวันออกกลาง	กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง**	3,983.3 ไมล์
ภูมิภาคยุโรป	ประเทศอังกฤษ- ลอนดอน	5,924 ไมล์
	ประเทศฝรั่งเศส – กรุงปารีส	5,817 ไมล์
	ประเทศเยอรมัน- กรุงเบอร์ลิน	5,349 ไมล์
	ประเทศสวีเดน- สต็อกโฮล์ม	5,138 ไมล์
ภูมิภาคอเมริกา	ประเทศสหรัฐอเมริกา- ลอสแอนเจลิส	8,263 ไมล์
ภูมิภาคโอเชียเนีย	ประเทศออสเตรเลีย- ซิดนีย์	4,865 ไมล์
ภูมิภาคแอฟริกา	ประเทศแอฟริกาใต้ – เคปทาวน์	6,299 ไมล์

หมายเหตุ. คำนวณระยะทางไมล์ จาก www.indo.com

1. กลุ่มประเทศเอเชียใต้ คำนวณจาก ประเทศปากีสถาน บังกลาเทศ และศรีลังกา
2. กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง คำนวณจาก ประเทศอียิปต์ อิหร่าน และซาอุดีอาระเบีย

ดังนั้นจากตัวเลขระยะทางข้างต้น ทำให้สามารถคำนวณหาต้นทุนค่าโดยสารของผู้โดยสารแต่ละคนจากแต่ละประเทศได้ดังนี้

$$TC_{ii} = \Delta Miles_i \times UC_{ii}$$

เมื่อกำหนดให้ $\Delta Miles_i$ หมายถึงระยะทางระหว่างกรุงเทพ – เมืองต้นทาง i

UC_{ii} หมายถึง ต้นทุนต่อผู้โดยสาร 1 คนต่อระยะทาง 1 ไมล์ ในปี t

* เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษ อาจอ้างอิงราคาตัวโดยสารไปกลับจาก London หรือ นักท่องเที่ยวจากจีน อาจอ้างอิงราคาตัวโดยสารจาก เซี่ยงไฮ้ เป็นต้น

ราคาการท่องเที่ยวที่สามารถแทนกันได้ คือ ราคาที่ทดแทนกัน ในการคำนวณหาจะมีลักษณะคล้ายคลึงกับการหาราคาการท่องเที่ยว ซึ่งในงานศึกษานี้จุดหมายปลายทางอื่นๆที่กำหนดคือ สิงคโปร์ และมาเลเซีย ดังนั้นราคาการท่องเที่ยวที่แทนกันได้ก็คือ จะเป็นค่าครองชีพสำหรับนักท่องเที่ยวในประเทศสิงคโปร์ หรือมาเลเซียโดยเปรียบเทียบกับประเทศต้นทางของนักท่องเที่ยวอื่นๆ

$$SPS_{g_{ti}} = \frac{CPI_{Singapore}}{CPI_i}$$

$$SPM_{s_{ti}} = \frac{CPI_{Malaysia}}{CPI_i}$$

ปัจจัยรายได้ ในที่นี้คือ รายได้ต่อหัวที่แท้จริง (RPI) หรือ GDP ต่อหัวประชากร ปัจจัยรายได้ เป็นปัจจัยที่มักพบเสมอในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

$$RPI = RPI_{ti}$$

อัตราแลกเปลี่ยน คือ สัดส่วนของเงินตราระหว่างประเทศปลายทาง (ประเทศไทย) และประเทศต้นทาง การเปลี่ยนแปลงในอัตราแลกเปลี่ยนจะส่งผลกระทบต่อมูลค่าเงินของประเทศต้นทาง การเปลี่ยนแปลงใดในอัตราแลกเปลี่ยนจะนำไปสู่การเพิ่มค่า/ลดค่าเงิน ซึ่งการเพิ่มค่าเงินจะโน้มน้าวให้ผู้คนเดินทางมากขึ้น ซึ่งในที่นี้กำหนดให้อัตราแลกเปลี่ยนของทุกประเทศต้นทางเทียบในสกุลดอลลาร์สหรัฐ

$$ER\%_{ti} = \frac{ER_{Thai / Dollar}}{ER_i / Dollar}$$

จำนวนนักท่องเที่ยวที่กลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisited Tourist): เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ถูกใช้ในการศึกษาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวต่างชาติ ในฐานะของตัวแทนการสนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างไม่เป็นทางการ (word-of-mouth effect) ในแบบจำลองพลวัตของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยว นั่น ตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวซ้ำ (Lag dependent) หรือจำนวนนักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาจึงต้องถูกนำมารวมด้วย

$$\text{Revisited Tourist} : TU_{t-1}$$

ตัวแปรหุ่น (Dummy Variables):: ตัวแปรที่นำมาใช้ในงานศึกษาครั้งนี้มี 4 ข้อ ได้แก่ วิกฤติเศรษฐกิจเอเชีย (D97) การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยที่เกิดจากวิกฤติการเงิน (DF) สงครามอ่าวเปอร์เซีย (D03) และวิกฤติการณ์ทางการเมืองที่มีการประท้วงยืดเยื้อนานถึง 6 เดือนในปี ค.ศ. 2008 (D08) ซึ่งเป็นตัวแปรหลัก 3 ตัวแรก มักจะเป็น

กลุ่มตัวแปรที่งานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ได้กล่าวถึง และพบว่ามีความต้องการท่องเที่ยว สำหรับตัวแปรหุ่นตัวสุดท้ายเป็นการขยายผลเพื่อทดสอบจากสถานการณ์เฉพาะที่เกิดขึ้นกับประเทศไทย

ตาราง 2.4 รายการสถิติที่ใช้ในการศึกษา (ข้อมูลรายปี ระหว่างปี ค.ศ. 1971-2008)

ลำดับ	ตัวแปร	ลักษณะข้อมูล	แหล่งที่มา
1	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ	สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2	ราคาการท่องเที่ยว	ดัชนีราคาผู้บริโภค	CEIC (Constant price)
3	ต้นทุนการเดินทาง	ต้นทุนค่าโดยสารต่อไมล์	สมาคมขนส่งอากาศยานแห่ง สหรัฐอเมริกา (ATA)
		ระยะทาง (ไมล์)	www.indo.com
4	ราคาการท่องเที่ยวที่แทนกันได้	ดัชนีราคาผู้บริโภค	CEIC (มาเลเซียและสิงคโปร์)
5	รายได้	รายได้ต่อหัวประชากร	CEIC
6	อัตราแลกเปลี่ยน	อัตราแลกเปลี่ยน	CEIC
7	จำนวนนักท่องเที่ยวซ้ำ	นักท่องเที่ยวปีที่ผ่านมา	สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวง การท่องเที่ยวและกีฬา
8	ตัวแปรหุ่น	สถานการณ์พิเศษ	ข้อเท็จจริงตามปีต่างๆ

ที่มา. การศึกษา.

บทที่ 3.

ผลการศึกษา

โครงการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้อาศัยเครื่องมือในการอธิบายผลอุปสงค์จากการท่องเที่ยว 2 ส่วน โดยส่วนที่ 1 ผลการศึกษาของโครงการที่ศึกษาด้วยแบบจำลองทางเศรษฐมิติว่าด้วยอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกนอกกลางและจากประเทศต่างๆที่เข้ามาในประเทศไทย และประกอบกับส่วนที่ 2 ที่ การสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง ร่วมกับการสัมภาษณ์ระดับความคิดเห็นสามารถสรุปผลการศึกษาแยกเป็นส่วนๆ ได้ดังต่อไปนี้

3.1 ตัวแบบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ในการศึกษาด้านอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวนั้น โดยข้อเท็จจริงแล้วเกี่ยวข้องกับรูปแบบของการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศในอนาคตด้วย ซึ่งเป็นประเด็นที่ทางเศรษฐมิติเรียกว่า มีความติดเป็นนิสัย (Persistence) หรือที่เรียกในกรณีทั่วไปว่า มีความเฉื่อย (Inertia) เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งทางรูปแบบของแบบจำลองก็จะหมายถึงการสร้างตัวแบบที่เป็นพลวัต ที่มีตัวแปรล่าช้า (Lagged regressors) เข้ามาเกี่ยวข้องด้วยนั่นเอง ในการศึกษาครั้งนี้ จึงเลือกใช้ตัวแบบที่เรียกว่า Autoregressive Distributed Lag

ฟังก์ชันของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทยนั้น สามารถแสดงได้ดังสมการที่ (1) ข้างล่างนี้

$$TU_t = f(TP_t, TC_t, SPST_t, SPMS_t, RPI_t, ER_t, D_k) \quad (1)$$

เมื่อ

TU_t = จำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศประเทศ ที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย

TP_t = ราคาการท่องเที่ยว (tourism price) จากนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ คำนวณได้จากดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยเปรียบเทียบกับดัชนีราคาผู้บริโภค CPI (Thailand) / CPI (Origin).

TC_t = ต้นทุนการเดินทาง (transportation cost) คำนวณได้จากตัวเลขของต้นทุนเฉลี่ยค่าตัวเดินทางเครื่องบินที่นับแบบประหยัด (ในที่นี้ เราใช้ราคาตั๋วสายการบินไทย) ปรับให้เข้ากับระยะทางของการเดินทาง (ในการศึกษานี้ ใช้ระยะทางจากเมืองหลวงประเทศนั้นๆ มายังกรุงเทพมหานคร) ทั้งนี้ เนื่องจากข้อมูลดิบนั้นเป็นรายไตรมาส จึงต้องรวมขึ้นมาเป็นรายปีจากทั้งสี่ไตรมาส

SPSG_t = ต้นทุนค่าครองชีพโดยเปรียบเทียบระหว่างค่าครองชีพในประเทศไทยเทียบกับค่าครองชีพในประเทศที่เป็นคู่แข่งหรือประเทศข้างเคียงกับไทย ซึ่งในการศึกษานี้ ได้เลือกประเทศสิงคโปร์และประเทศมาเลเซีย ซึ่งเป็นประเทศเพื่อนบ้านติดกับประเทศไทย มีลักษณะความใกล้เคียงกันในหลายๆเรื่อง และจากการศึกษาตามโครงการนี้ ในระยะที่ 1 ก็ทราบจากนักท่องเที่ยวว่าทั้งสองประเทศนี้ เป็นคู่แข่งอันดับแรกๆจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มา การศึกษานี้ตัวแปรนี้เปรียบเทียบกับประเทศสิงคโปร์ และคำนวณจากดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเทียบกับดัชนีราคาผู้บริโภคประเทศสิงคโปร์ สำหรับกรณีนักท่องเที่ยวจากประเทศสิงคโปร์แล้ว ตัวแปรนี้ก็จะไม่ได้ถูกนำเข้ามารวมในตัวแปรด้วย

SPMS_t = ต้นทุนค่าครองชีพโดยเปรียบเทียบระหว่างค่าครองชีพในประเทศไทยเทียบกับค่าครองชีพในประเทศมาเลเซีย และคำนวณจากดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยเทียบกับดัชนีราคาผู้บริโภคประเทศมาเลเซีย สำหรับกรณีนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียแล้ว ตัวแปรนี้ก็จะไม่ได้ถูกนำเข้ามารวมในตัวแปรด้วย

RPI_t = รายได้ต่อหัวของประเทศนักท่องเที่ยว ใช้ข้อมูล GDP per head at constant prices.

ER_t = อัตราแลกเปลี่ยนไทยต่อเงินตราประเทศนั้นๆ

D_k = เหตุการณ์ผิดปกติ (Exogenous shock) ค่อนข้างใหญ่และนานที่เกิดขึ้นกับประเทศไทย อันได้แก่ วิกฤติการเงินเอเชีย ระหว่าง ปี 1997 – 1999 (D97) รวมถึงการทดสอบว่าเกิดการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยอันเกิดจากวิกฤติการเงินครั้งนี้ (DF) กรณีสงครามอ่าวเปอร์เซีย (D03) และวิกฤติการณ์ทางการเมืองที่มีการประท้วงยืดเยื้อถึงกว่า 6 เดือน ในปี 2008 (D08)

เพื่อให้การศึกษามีความครบถ้วนและเป็นประโยชน์มากยิ่งขึ้นต่อการนำไปใช้ประยุกต์และเปรียบเทียบกัน การศึกษานี้สร้างตัวแบบครอบคลุมนักท่องเที่ยวจากประเทศ จำนวน 12 ประเทศ ได้แก่ ออสเตรเลีย ฝรั่งเศส เยอรมนี อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลี มาเลเซีย แอฟริกาใต้ สิงคโปร์ สหรัฐอเมริกา สวีเดน และตะวันออกกลาง ทั้งนี้สำหรับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง เนื่องจากข้อจำกัดและการมีอยู่ของข้อมูลที่เป็นต่อการใช้ประมาณการตัวแบบ ทำให้การศึกษานี้สามารถใช้ข้อมูลเฉพาะบางประเทศที่เกี่ยวกับประเทศตะวันออกกลางโดยที่มีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ของตัวแปรต่างๆและตามช่วงเวลาและความจำเป็นที่ต้องใช้ เพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มประเทศนี้ ในที่นี้ได้แก่ ประเทศอียิปต์ อิหร่าน และประเทศซาอุดีอาระเบีย

ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของทุกตัวแปรที่นำมาคำนวณและนำมาใช้ในการสร้างตัวแบบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวประเทศไทยจากต่างประเทศ จำนวน 12 ประเทศในการศึกษานี้เป็นข้อมูลรายปี เพื่อขจัดปัญหาการแกว่งตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวตามฤดูกาล และบางประเทศฤดูกาลก็ไม่เหมือนกันทำให้

รูปแบบการท่องเที่ยวก็แตกต่างกันออกไปด้วย สำหรับข้อมูลนี้ครอบคลุมระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2514 – 2551

รูปแบบของสมการตัวแบบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในที่นี่ให้อยู่ในรูปของ Logarithmic form เพื่อให้ง่ายต่อการตีความผลสมการประมาณการในรูปของความยืดหยุ่นต่างๆ ดังเขียนดังสมการที่ (2) ข้างล่างนี้

$$\ln(TU_t) = \beta_0 + \beta_1 \ln(TP_t) + \beta_2 \ln(TC_t) + \beta_3 \ln(SPSG_t) + \beta_4 \ln(SPMS_t) + \beta_5 \ln(RPI_t) + \beta_6 \ln(ER_t) + \mu_t \quad (2)$$

เนื่องจากข้อมูลที่ใช้ เป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ข้อมูลจึงมีแนวโน้มที่จะเป็น Stationary Process และจากการทดสอบการมี Unit root ของตัวแปรที่เกี่ยวข้องทุกตัว ด้วยวิธี Augmented Dickey Fuller Test ได้พบว่า ตัวแปรเกือบทั้งหมดเป็นตัวแปรที่เป็นกระบวนการแบบ Non Stationary และเป็น Integrated Process ในอันดับที่ 1 หรือ I (1) (ตารางที่ A1 ภาคผนวก) และพบว่าในบางตัวแปรที่เป็น Non Stationary แบบที่เป็น deterministic Trend และไม่มีตัวแปรใดเลยที่มีระดับนัยสำคัญทางสถิติของการมี Unit Root ที่ระดับ 1%

การศึกษาได้ดำเนินการประมาณการสมการอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มา จำนวนทั้งสิ้นจาก 12 ประเทศ โดยได้ดำเนินการตามแนวคิดของ Two Step Engle – Granger estimation เขียนแสดงได้ดังสมการที่ (3) ข้างล่างนี้ จากการทดสอบ Unit Root ของตัวแปรส่วนความคลาดเคลื่อน (Residual) พบว่าทุกตัวไม่มี Unit Root ซึ่งสรุปได้ว่า ทุกสมการอุปสงค์เหล่านี้มี Cointegrating relation กล่าวคือ ได้ว่าพบว่ามีสมการดุลยภาพระยะยาวของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศจริง (ตารางที่ A2 ภาคผนวก)

สำหรับผลการประมาณการขั้นที่สองของ Engle และ Granger แสดงในตารางที่ 3.1 ข้างล่างนี้

$$\Delta \ln(TU_t) = \alpha_{1j} \sum_{j=1}^1 \Delta \ln(TU_{t-j}) + \beta_{1j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(TP_{t-j}) + \beta_{2j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(TC_{t-j}) + \beta_{3j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(SPSG_{t-j}) + \beta_{4j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(SPMS_{t-j}) + \beta_{5j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(RPI_{t-j}) + \beta_{6j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(ER_{t-j}) + \delta cm_{t-1} + \varepsilon_t \quad \dots (3)$$

ตาราง 3. 1 สมการตัวแบบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ สมการที่ (3)

ออสเตรเลีย						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.4926	-0.8553	-0.2044	0.1123	0.1451	1.65132	-1.0520
(0.0162)	(0.5468)	(0.9102)	(0.8583)	(0.8333)	(0.2889)	(0.4997)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.0188	1.1402	0.8814	0.3133	-0.1407	0.4356	-0.2950
(0.9935)	(0.6138)	(0.3070)	(0.7464)	(0.5337)	(0.0894)	(0.0543)
ฝรั่งเศส						
α_{12}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.3079	-2.3098	-0.9341	-0.0815	0.7897	1.0631	-1.8320
(0.0932)	(0.0761)	(0.5014)	(0.8717)	(0.1962)	(0.5102)	(0.1367)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
1.0840	2.2721	0.7009	-0.2913	0.1675	0.4918	-0.5182
(0.6008)	(0.1995)	(0.0044)	(0.2572)	(0.3309)	(0.0347)	(0.0099)
เยอรมนี						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.2657	-0.6078	-1.7194	-0.6324	0.8697	-0.2838	-0.2464
(0.0855)	(0.4798)	(0.1216)	(0.1144)	(0.0454)	(0.7139)	(0.7243)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
2.5374	2.3623	0.2602	0.1586	0.0484	0.3038	-0.2386
(0.0615)	(0.1176)	(0.0795)	(0.4164)	(0.7044)	(0.0598)	(0.0509)
อินเดีย						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.4727	-0.7570	-0.2018	0.5110	-0.4196	-0.2413	1.3585
(0.0288)	(0.5628)	(0.8790)	(0.3032)	(0.4471)	(0.8336)	(0.3439)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.6634	-1.5036	0.6360	0.0635	0.0933	-0.0919	-0.7681
(0.6480)	(0.3885)	(0.0187)	(0.8082)	(0.5781)	(0.6651)	(0.0047)
ญี่ปุ่น						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.4260	2.1529	-0.4933	-0.6726	0.8359	1.0157	-2.1273
(0.0120)	(0.0381)	(0.6752)	(0.0756)	(0.1130)	(0.3197)	(0.0914)

β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-1.7026	1.2813	2.2204	-2.1736	-0.0210	-0.1540	-0.4488
(0.3219)	(0.4403)	(0.0148)	(0.0103)	(0.8687)	(0.3927)	(0.0024)
เกาหลี						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.1398	-1.4134	1.6573	-0.4878	1.3247	0.7187	-1.0507
(0.3348)	(0.5574)	(0.5335)	(0.4475)	(0.1168)	(0.7398)	(0.5668)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.7492	0.2624	0.3659	0.6826	0.2946	0.0727	-0.2729
(0.7285)	(0.9259)	(0.0580)	(0.0111)	(0.4770)	(0.8968)	(0.0968)
มาเลเซีย						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.0169	1.3668	1.2651	-0.625	0.0253	1.3314	-0.797
(0.9007)	(0.1655)	(0.2642)	(0.2036)	(0.9483)	(0.1768)	(0.4593)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
NA	NA	0.1502	0.4199	-0.7741	-0.2426	-0.8189
NA	NA	(0.3360)	(0.0106)	(0.0079)	(0.3627)	(0.0001)
สิงคโปร์						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.4738	-0.6139	1.4817	0.2991	-0.3538	NA	NA
(0.0007)	(0.4819)	(0.1457)	(0.392)	(0.3043)	NA	NA
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.5523	-1.523	0.5903	-0.5977	0.2124	0.6388	-0.1588
(0.6200)	(0.1573)	(0.0342)	(0.048)	(0.2340)	(0.0096)	(0.1383)
แอฟริกาใต้						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.1419	0.3066	0.6044	-0.4608	1.6004	1.1989	-2.3811
(0.3696)	(0.8395)	(0.7045)	(0.5027)	(0.0258)	(0.4173)	(0.0944)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.1694	-0.0698	-0.0958	0.1106	-0.0036	0.0757	-0.7141
(0.9440)	(0.9747)	(0.7127)	(0.6626)	(0.9823)	(0.6809)	(0.0012)

สหรัฐอเมริกา						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.1847	0.0945	-0.5688	-0.1883	0.2879	-0.9814	-0.3176
(0.2172)	(0.9168)	(0.5647)	(0.5146)	(0.5829)	(0.2617)	(0.7090)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
3.1378	0.1605	0.5570	-0.0092	-0.0799	-0.0144	-0.5213
(0.0173)	(0.8951)	(0.3850)	(0.9899)	(0.4578)	(0.9175)	(0.0145)
สวีเดน						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.3085	1.0567	-0.3922	1.6142	-0.2302	-0.7465	-0.9995
0.1755	0.7159	0.8961	0.1685	0.8465	0.755	0.673
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-0.2902	1.0582	0.5456	-0.5587	0.4600	0.0181	-0.6535
0.9331	0.759	0.2347	0.3619	0.2497	0.9713	0.0065
ตะวันออกกลาง						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.4042	0.8142	1.3139	1.1112	-0.4081	0.1545	-0.8579
0.0791	0.6793	0.5374	0.4168	0.7194	0.9375	0.6112
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	δ
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-1.5696	-0.8908	-0.3786	-0.0203	0.0172	0.1228	-0.2283
0.5339	0.7556	0.2823	0.9264	0.7901	0.1632	0.1687

ที่มา จากการประมาณการ

การศึกษานี้ ยังได้ประมาณการสมการพลวัตในรายละเอียด เพื่อให้ได้สมการระยะยาวของสมการอุปสงค์ข้างต้น เขียนดังสมการที่ (4) ข้างล่างนี้ และจากจำนวนข้อมูลที่จำกัดเพียง 38 ปี เมื่อเทียบกับการสร้างตัวแบบพลวัตนี้ จัดได้ว่าค่อนข้างจะจำกัด การศึกษานี้จึงได้ใช้เวลาล่าช้าเพียงปีเดียวในการสร้างตัวแบบ ซึ่งจากผลของการศึกษาก็พบว่า เป็นความยาวที่พอเพียง โดยที่สมการประมาณการทั้งหมดที่ให้ผลดีมากพอสมควร พบความสัมพันธ์ในระยะยาวของสมการอุปสงค์ มีนัยสำคัญเกือบทั้งหมด และมีเครื่องหมายถูกต้อง เป็นไปตามที่คาดหมายไว้ตามทฤษฎีทุกประการ กล่าวคือ ได้ความสัมพันธ์ของผลทางราคาที่เป็นลบ โดยพบว่า ตัวแปรราคาการท่องเที่ยว (Travel Price: TC) หรือต้นทุนการเดินทาง (Transportation Cost: TP) ตัวใดตัวหนึ่ง พบว่ามีนัยสำคัญทางลบต่ออุปสงค์ ในขณะที่มีผลทางรายได้ หรือ สมประสิทธิผลของ $\ln(RPI)$ พบว่ามีนัยสำคัญและเป็นในทิศทางบวกต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว ในขณะที่ปัจจัยแสดงให้เห็นถึงผลของสภาพการมีประเทศเพื่อนบ้านที่มีความใกล้เคียงกันกับไทยได้แก่ ประเทศสิงคโปร์ ($\ln(SPSG)$) และประเทศมาเลเซีย ($\ln(SPMS)$) นั้น พบว่าทั้งสองประเทศนี้เป็นทั้งคู่แข่ง (มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ) สำหรับนักท่องเที่ยวบางประเทศ และพบว่าเป็น

ประเทศที่เอื้อกัน(มีค่าสัมประสิทธิ์เป็นบวก)หรือในกรณีนี้อาจกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวมาเที่ยวทั้งไทยและสิงคโปร์ หรือมาเลเซียด้วยกันซึ่งพบในนักท่องเที่ยวจากบางประเทศด้วย (ตารางที่ 3.2 ข้างล่างนี้) นอกจากนี้แล้ว จากการทดสอบทางสถิติของทุกค่าตัวแปรสุ่มคลาดเคลื่อน (Residual) จากผลการประมาณการตัวแบบพลวัตเหล่านี้ไม่พบว่ามีสหสัมพันธ์ในตัวที่รุนแรง (Serial correlation) ด้วย Lagrange Multiplier Test อีกด้วย (ตารางที่ A3 ภาคผนวก)

$$\begin{aligned} \Delta \ln(TU_t) = & \theta + \alpha_{1j} \sum_{j=1}^m \Delta \ln(TU_{t-j}) + \beta_{1j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(TP_{t-j}) + \beta_{2j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(TC_{t-j}) \\ & + \beta_{3j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(PSG_{t-j}) + \beta_{4j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(SPMS_{t-j}) + \beta_{5j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(RPI_{t-j}) \\ & + \beta_{6j} \sum_{j=0}^1 \Delta \ln(ER_{t-j}) + \beta_{01} \ln(TU_{t-1}) + \beta_{02} \ln(TP_{t-1}) + \beta_{03} \ln(TC_{t-1}) + \beta_{04} \ln(PSG_{t-1}) \\ & + \beta_{05} \ln(SPMS_{t-1}) + \beta_{06} \ln(RPI_{t-1}) + \beta_{07} \ln(ER_{t-1}) + \delta_k D_k + \varepsilon_t \end{aligned} \quad (4)$$

ตาราง 3. 2 ผลการประมาณการสมการพลวัต Autoregressive Distributed Lag ของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทย ตามสมการที่ 4

ออสเตเรีย						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
				0.6347		
				(0.0925)		
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
						-0.3547
						(0.0002)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
1.04779	-1.4549	-0.421004	-0.79754	0.96499	0.58358	- Crisis
(0.2296)	(0.0001)	(0.5797)	(0.3039)	(0.0218)	(0.0014)	(0.0184)
Adjusted $R^2 = 0.6091$						

ฝรั่งเศส						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	-2.114			0.90709		
	(0.0172)			(0.0162)		
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	2.04136	0.50699	0.24617			-0.4617
	(0.0542)	(0.0098)	(0.1976)			(0.0007)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-0.1916	-0.669	-1.649438	1.03003	0.45955	-0.0281	
(0.8091)	(0.0584)	(0.0008)	(0.22430)	(0.0142)	0.9131)	
Adjusted $R^2 = 0.5878$						
เยอรมนี						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	-2.2947		-1.358		3.06489	1.84408
	(0.0022)		(0.0043)		(0.0494)	(0.0086)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	-4.1806	0.42272	-0.500308	-0.18927		-0.5970
	(0.0007)	(0.0016)	(0.0041)	(0.1122)		(0.0000)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-0.9884	-1.4505	1.253643	3.39024	0.97934	0.25397	
(0.1515)	(0.0000)	(0.2041)	(0.01870)	(0.00000)	(0.18800)	
Adjusted $R^2 = 0.6553$						
อินเดีย						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	-1.3603					-0.5317
	(0.0306)					(0.0000)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.1323	0.70155	-2.930775	3.55011	0.49047	0.00585	-D08
(0.5970)	(0.0128)	(0.0001)	(0.0002)	(0.0083)	(0.9632)	(0.0152)
Adjusted $R^2 = 0.8365$						

ญี่ปุ่น						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	2.27985		-0.7479			-1.79215
	(0.0010)		(0.0128)			(0.0052)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
		1.69693			-0.46422	-0.5295
		(0.0226)			(0.0012)	(-0.5295)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
0.48463	-0.79269	1.001485	-0.80468	0.50835	0.51574	
(0.4489)	(0.0077)	(0.1654)	(0.2398)	(0.0063)	(0.0020)	
Adjusted $R^2 = 0.7376$						
เกาหลี						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
				1.96502		
				(0.0035)		
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
		0.36995	0.66642			-0.14674
		(0.0468)	(0.0280)			(0.2276)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
1.13302	-1.28823	-0.217338	-1.14963	0.31721	-0.59891	-D97
(0.3973)	(0.0094)	(0.7437)	(0.4690)	(0.1874)	(0.1858)	(0.0882)
Adjusted $R^2 = 0.6736$						
มาเลเซีย						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
					2.34153	
					(0.0315)	
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
						-0.61566
						(0.0001)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
2.09342	-0.28152	-0.233487		0.12539	0.46573	-CRISIS
(0.0236)	(0.5125)	(0.4967)		(0.4068)	(0.1223)	(0.0067)
Adjusted $R^2 = 0.3831$						

สิงคโปร์						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	-1.47432	0.39501	-0.622505		0.59645	-0.27441
	(0.1196)	(0.0885)	(0.0489)		(0.0115)	(0.0010)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
2.80232	-0.7361		-1.86513	0.03358	-0.3823	
(0.0003)	(0.0029)		(0.0068)	(0.7287)	(0.1923)	
Adjusted $R^2 = 0.5505$						
แอฟริกาใต้						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
				1.93213		-1.67307
				(0.0005)		(0.0187)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
1.8812						-0.58535
(0.0709)						(0.0004)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
1.63672	-0.26776	-1.053493	-0.81914	0.11794	-0.08009	
(0.1021)	(0.6096)	(0.0809)	(0.3726)	(0.5106)	(0.7004)	
Adjusted $R^2 = 0.5571$						
สหรัฐอเมริกา						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
1.66734			1.39323			-0.44912
(0.0020)			(0.0456)			(0.0000)
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	β_{0k}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-0.95292	-0.4037	-0.262765	0.72612	0.72943	0.26948	
(0.0019)	(0.0234)	(0.3293)	(0.1831)	(0.0007)	(0.0063)	
Adjusted $R^2 = 0.6086$						

สวีเดน						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
		4.7305			-3.4871	
		0.0490			0.0108	
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
	-6.3565		-0.7840			-0.3967
	0.0193		0.0839			0.0158
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	D_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-1.26582	-1.29977	-5.28818	6.227035	0.787784	-0.2892	
0.5327	0.2238	0.0004	0.0167	0.0507	0.5023	
Adjusted $R^2 = 0.3982$						
ตะวันออกกลาง						
α_{11}	β_{10}	β_{11}	β_{20}	β_{21}	β_{30}	β_{31}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
β_{40}	β_{41}	β_{50}	β_{51}	β_{60}	β_{61}	β_{01}
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
					0.1457	-0.13336
					0.0092	0.0854
β_{02}	β_{03}	β_{04}	β_{05}	β_{06}	β_{07}	Z_k
(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)	(p value)
-0.57595	-0.3151	-0.49201	1.109779	0.392705	-0.10691	
0.052	0.354	0.4948	0.2718	0.0498	0.0304	
Adjusted $R^2 = 0.4804$						

ที่มา จากการประมาณการ

จากผลการประมาณสมการพลวัตข้างต้น สามารถคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นต่างๆได้ แสดง
ดังแสดงในตารางที่ 3.3 ข้างล่างนี้

ตาราง 3. 3 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวไทย

จาก ประเทศ	Tourism Price Elasticity	Transport Cost Elasticity	Relative Prices Singapore	Relative Prices Malaysia	Income Elasticity	Exchange Rate	Exog Shock
ออสเตรเลีย	2.9541	-4.1019	1.1870	-2.2485	2.7206	1.6453	-DF
[prob]	0.2296	0.0001	0.5797	0.3039	0.0218	0.0014	0.0184
ฝรั่งเศส	-0.4150	-1.4491	-3.5725	2.2309	0.9953	-0.0609	None
[prob]	0.8091	0.0584	0.0008	0.2243	0.0142	0.9131	
เยอรมนี	-1.6556	-2.4297	2.0999	5.6788	1.6404	0.4254	None
[prob]	0.1515	0.0000	0.2041	0.0187	0.0000	0.1880	
อินเดีย	0.2488	1.3195	-5.5121	6.6769	0.9225	0.0111	-D08
[prob]	0.0283	0.0009	0.0000	0.0000	0.0000	0.0970	0.0007
ญี่ปุ่น	0.9153	-1.4971	1.8914	-1.5197	0.9601	0.9740	None
[prob]	0.4489	0.0077	0.1654	0.2398	0.0063	0.0020	
เกาหลี	7.7233	-8.7814	-1.4815	-7.8366	2.1623	-4.0825	D97
[prob]	0.3973	0.0094	0.7437	0.4690	0.1874	0.1858	-0.0882
มาเลเซีย	3.4003	-0.4573	-0.3793	NA	0.2037	0.7565	-DF
[prob]	0.0095	0.2685	0.7500	NA	0.2820	0.0781	0.0067
ตะวันออก กลาง	-4.3175	-2.3621	-3.6882	8.3192	2.9438	-0.8014	
[prob]	0.0520	0.3540	0.4948	0.2718	0.0498	0.0304	
แอฟริกาใต้	2.7959	-0.4574	-1.7996	-1.3993	0.2015	-0.1368	None
[prob]	0.1021	0.6096	0.0809	0.3726	0.5106	0.7004	
สิงคโปร์	10.2126	-2.6826	NA	-6.7971	0.1224	-1.3932	None
[prob]	0.0003	0.0029	NA	0.0068	0.7287	0.1923	
สวีเดน	-3.1910	-3.2766	-13.3309	15.6976	1.9859	-0.7290	
[prob]	0.5327	0.2238	0.0004	0.0167	0.0507	0.5023	
สหรัฐอเมริกา	-2.1217	-0.8989	-0.5851	1.6168	1.6241	0.6000	None
[prob]	0.0019	0.0234	0.3293	0.1831	0.0007	0.0063	

หมายเหตุ ตัวหนา หมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 5% ตัวเอียงหมายถึง มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 10%

ข้อสรุป

1. ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาต่างๆ อาทิ ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างชาติต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาการท่องเที่ยว (Tourism Price) หรือต่อการเปลี่ยนแปลงของต้นทุนการเดินทาง (transportation Cost) นั้นๆ จากการศึกษพบว่า ค่าเหล่านี้ส่วนใหญ่มีค่ามีนัยสำคัญที่เป็นลบ ยกเว้นสำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ ที่มีค่าสัมประสิทธิ์ของความยืดหยุ่นต่อราคาท่องเที่ยวเป็นบวก และค่าสัมประสิทธิ์ต่อต้นทุนการเดินทางของนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาที่เป็นบวก และกรณีนักท่องเที่ยวจากอินเดียที่มีค่าสัมประสิทธิ์ของทั้งราคาการท่องเที่ยวและต้นทุนการเดินทางที่เป็นบวก

การที่สัมประสิทธิ์เป็นลบ ย่อมแสดงให้เห็นว่า หากต้นทุนการเดินทางมีแนวโน้มลดลงโดยเปรียบเทียบกับอดีต อันเกิดจากเทคโนโลยีการเดินทางที่ทันสมัยมากขึ้น และมีต้นทุนต่ำลง ไม่ว่าจากการพยายามลดต้นทุนการเดินทางด้วยสายการบินที่ต่ำลง เช่น สายการบินต้นทุนต่ำที่ถูกลงอันเนื่องมาจากเหตุผลของการบริหารจัดการที่ตัดต้นทุนลง หรือการใช้เทคโนโลยี การซื้อตัวเครื่องบินโดยตรง ผ่านอินเทอร์เน็ต เหล่านี้ ก็จะมีผลทำให้มีอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวมากขึ้นในปัจจุบัน

สำหรับเหตุผลหลักของการศึกษาที่ได้ค่าเครื่องหมายของทั้งสองตัวนี้เป็นบวก ซึ่งผิดจากที่คาดไว้ทางทฤษฎี น่าจะมาจากเหตุผลสำคัญ สองประการ คือ การคำนวณหาค่าตัวแปรทั้งสองนี้ เพื่อใช้เป็นตัวแทนของราคาการท่องเที่ยว อันได้แก่ ใช้ดัชนีราคาผู้บริโภคเปรียบเทียบระหว่างของไทยกับประเทศของนักท่องเที่ยวจากต่างชาติ (Tourism Price) และการใช้ราคาโดยสารเครื่องบิน (ชั้นประหยัด) ของการบินไทย และปรับตัวระยะทางจากเมืองหลวงมากรุงเทพมหานคร นั้นๆ ยังไม่เหมาะสมที่จะเป็นตัวแทนที่ดี สำหรับนักท่องเที่ยวจากสหรัฐอเมริกา เพราะนักท่องเที่ยวมาได้จากหลายมลรัฐ ระยะทางจึงไม่แน่นอน หรือราคาตัวเครื่องบินที่มีหลายหลาย ไม่แน่นอนด้วยเป็นต้น

2. ค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้จากการศึกษาพบว่า ค่านี้ส่วนใหญ่มีค่ามากกว่าหนึ่งซึ่งหมายความว่ามีความยืดหยุ่นต่อรายได้สูง นั้นย่อมหมายความว่า หากเศรษฐกิจของประเทศเหล่านี้ยังขยายตัวดีตามการเข้าสู่เศรษฐกิจที่กว้างทางการค้า ก็จะทำให้ภาคการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขยายตัวอย่างมากขึ้นเรื่อยๆ อย่างชัดเจน ภาคการท่องเที่ยวจึงจะเป็นภาคเศรษฐกิจที่มีอนาคตดีมากในอนาคต ทั้งนี้ จากการศึกษาพบว่า ยกเว้นนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย สิงคโปร์ และ แอฟริกาใต้ ที่มีความยืดหยุ่นต่อรายได้ต่ำกว่าหนึ่ง มีข้อสังเกตว่า ประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์เป็นประเทศที่ใกล้เคียงกับประเทศไทยมาก ดังนั้นการจะมีรายได้สูงขึ้นมากหรือน้อย ไม่เป็นปัจจัยที่จะทำให้เกิดการขยายตัวหรือเปลี่ยนแปลงการท่องเที่ยวที่จะเข้ามาสู่ประเทศไทยมากนัก จึงทำให้มีความยืดหยุ่นไม่สูงมากนักนั่นเอง
3. ความเป็นคู่แข่งและความสนับสนุนต่อการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน อันได้แก่ประเทศสิงคโปร์และมาเลเซียนั้น พบว่าผลเกิดขึ้นทั้งสองรูปแบบ สำหรับบางประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นคู่แข่งกับไทย สำหรับนักท่องเที่ยวจากประเทศฝรั่งเศส อินเดีย แอฟริกาใต้ และสวีเดน ในขณะที่ ประเทศมาเลเซียเป็นคู่แข่งกับไทย สำหรับนักท่องเที่ยวจากสิงคโปร์ แต่มาเลเซียเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เกือหนุนกับไทยสำหรับนักท่องเที่ยวจากเยอรมนี อินเดีย และสวีเดน
4. ผลกระทบของเหตุการณ์จากปัจจัยภายนอกรุนแรงที่เกิดขึ้น พบว่าไม่ได้มีผลกระทบชัดเจนจำนวนมากกรณีนี้ กล่าวคือ พบว่ามีผลกระทบทางลบต่ออุปสงค์การเข้ามาท่องเที่ยวของ

นักท่องเที่ยวจากประเทศออสเตรเลีย และมาเลเซีย จากกรณีวิกฤติการเงินของเอเชียตั้งแต่ปี 1997 (DF) พบว่าเกิดผลกระทบทางลบต่อนักท่องเที่ยวชาวเกาหลีระหว่างปี 1997-1999 ที่เกิดวิกฤติการเงินในเอเชียดังกล่าว (D97) และกรณีผลจากวิกฤติการณ์ทางการเมืองในไทยในปี 2008 (D08) ที่พบว่ามีนัยสำคัญทางสถิติต่อการเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ซึ่งจะมีข้อสังเกตจัดได้ว่ามีไม่มากนัก เมื่อเทียบกับกรณีทั้งหมด จึงอาจจะกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศของไทยนั้น ค่อนข้างจะมั่นคง มีเสถียรภาพสูง หรือกลับพลิกฟื้นได้รวดเร็ว ทำให้หากเกิดเหตุการณ์ผิดปกติใดๆ หากไม่ยืดเยื้อหรือยาวนานมากนัก ก็จะกลับคืนสภาพที่ควรเป็นได้ดี

5. จากผลการศึกษาที่พบนี้ เมื่อวิเคราะห์ถึงอดีตที่ผ่านมา เมื่อประเทศเหล่านี้มีอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจในระดับเฉลี่ยในระยะยาวตลอดช่วงข้อมูลที่ศึกษาของประเทศเหล่านี้แล้ว จะสามารถคาดการณ์พบได้ว่ามีผลผลักดันให้นักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้เข้ามาเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 9.85 ล้านคน ในปี 2553 และประมาณ 10.88 ล้านคนในปี 2554 (เมื่อสมมติให้ปัจจัยอื่นๆคงที่ หรือไม่คำนึงนำเข้ามาคิดด้วย) ซึ่งคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.8 ต่อปี ซึ่งนับว่าเป็นอัตราที่ค่อนข้างสูงสาขาหนึ่ง โดยเฉพาะหากเปรียบเทียบกับอัตราการเพิ่มของเศรษฐกิจ (ประมาณร้อยละ 4-5 ต่อปี)
6. จากผลการศึกษา หากคำนึงเฉพาะส่วนของนักท่องเที่ยวจาก 3 ประเทศ ได้แก่ อียิปต์ ซาอุดีอาระเบีย และ อิหร่าน แล้ว พบว่า อิทธิพลของปัจจัยทางรายได้ต่อหัวหรือแนวโน้มการขยายตัวทางเศรษฐกิจที่เป็นอยู่ มีแนวโน้มให้นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง (3 ประเทศ) ขยายตัวเพิ่มขึ้นถึง ร้อยละ 20.5 ต่อปี ยกเว้น หากว่ามีปัจจัยอื่นๆเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่เป็นลบต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับประเทศกลุ่มนี้ หากภาวะเงินเฟ้อของไทยเพิ่มสูงขึ้นอย่างมากเมื่อเทียบกับภาวะเงินเฟ้อของ 3 ประเทศเหล่านี้ในตะวันออกกลาง ซึ่งมีความยืดหยุ่นต่อราคาการท่องเที่ยวที่เป็นลบและค่าสูงมาก
7. กรณีของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางนี้ มีข้อสังเกตที่น่าสนใจว่า ความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่าสูงมากที่สุด หรือมีความยืดหยุ่นสูงมากที่สุด เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวจากทุกประเทศที่ศึกษา ในขณะเดียวกันที่พบว่า ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของการท่องเที่ยว (Tourism Price) ก็มีความยืดหยุ่น(เป็นลบ)สูงที่สุดด้วยเช่นกัน นั้นย่อมหมายความว่า หากชาวตะวันออกกลางมีเศรษฐกิจดีขึ้น อยู่ในเกณฑ์ดีแล้ว จะมีนักท่องเที่ยวที่ต้องการเที่ยวในไทยที่ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว หรือในอัตราที่สูงมากที่สุด (ดังภาพตัวอย่างของตัวเลขการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวตะวันออกกลาง ในข้อ 6 ข้างต้น) ขณะเดียวกันที่ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะมีความอ่อนไหวต่อราคาอย่างมาก ในความหมายที่ว่า หากราคาค่าครองชีพโดยเปรียบเทียบของประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศตะวันออกกลางของนักท่องเที่ยวนั้นมีราคาถูกลงบ้างเล็กน้อย ก็จะมีผล

ให้ความต้องการมาเที่ยวในไทยเพิ่มขึ้นอย่างมาก ดังที่พบเห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้ามาใช้บริการด้านสุขภาพในไทยจำนวนมากเพราะเห็นว่าถูก รวมถึงค่าครองชีพ การใช้จ่ายในชีวิตประจำวันที่ค่อนข้างถูกเป็นต้น จำเห็นที่นักวางกลยุทธ์ทางการท่องเที่ยวพึงตระหนักและศึกษาในรายละเอียดในการวางแผนต่อไป

แต่อย่างไรก็ตาม ในการศึกษาได้้นำรวมเอานักท่องเที่ยวจากประเทศอียิปต์ อิหร่าน และประเทศซาอุดีอาระเบียเป็นตัวแทนเท่านั้น เนื่องจากข้อจำกัดและการมีอยู่ของข้อมูลที่เป็นต่อการใช้ประมาณการตัวแบบ ดังนั้นผลที่ค้นพบนี้ อาจจะยังไม่ได้สะท้อนภาพที่ครอบคลุมถ้วนสำหรับกรณีนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางทั้งหมดด้วย

3.2 การสำรวจความคิดเห็นและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการ

ในส่วนของการสำรวจความคิดเห็นของผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องเนื่องกับภาคการท่องเที่ยวนั้น โครงการวิจัยได้กำหนดขอบเขตการสัมภาษณ์กับกลุ่มมัคคุเทศก์อาชีพที่มีความใกล้ชิดกับนักท่องเที่ยว โดยการประสานงานกับหน่วยงานราชการหลายส่วน อาทิเช่น ศูนย์การศึกษาต่อเนื่อง มหาวิทยาลัยรังสิต และเน้นกลุ่มมัคคุเทศก์ที่ให้ความสนใจกับตลาดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเป็นหลัก และรวมถึงหน่วยงานภาคเอกชนหลายส่วน โดยการจัดการสัมภาษณ์กลุ่มย่อยขึ้นในเดือนมีนาคม พ.ศ. 2553 โดยมีผู้เข้าร่วมรวมทั้งสิ้น 10 คน

ประเด็นหลักของการสำรวจความคิดเห็น แบ่งออกเป็น 4 ส่วนสำคัญ คือ

1. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อสถานการณ์เศรษฐกิจโลก
2. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว
3. พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจากปัจจัยแวดล้อม
4. ข้อเสนอเชิงนโยบายที่มีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการประชุมระดมความคิดเห็นพบว่า สามารถจำแนกกลุ่มความเห็นออกตามกลุ่มประเทศได้ดังนี้ ประกอบด้วย เกาหลี ญี่ปุ่น อินเดีย ยุโรป และตะวันออกกลาง

นักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลี :

กรณีนักท่องเที่ยวจากประเทศเกาหลี มัคคุเทศก์ให้ความเห็นว่า เป็นกลุ่มที่ไม่ค่อยมีพฤติกรรมตื่นตระหนกต่อสถานการณ์เศรษฐกิจโลกเท่าใดนัก พฤติกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มี

นิยมท่องเที่ยวตามสถานที่ที่พบเห็นจากแคมเปญ โฆษณาต่างๆในประเทศของตนเอง และสถานที่ที่มีความแปลกใหม่และมีความท้าทาย เช่น ตลาดหุบร่ม ที่อำเภอแม่ฮ่องสอน⁴⁰

รูป 3. 1 ตลาดหุบร่ม อำเภอแม่ฮ่องสอน



สำหรับด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวพบว่า ส่วนมากชาวเกาหลีมักเดินทางเป็นครอบครัวขนาดใหญ่ ซึ่งการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศ ชาวเกาหลีมักให้น้ำหนักความสำคัญกับต้นทุนการเดินทาง (Travel Cost) เช่น ค่าเครื่องบินโดยสาร มากกว่าจะให้ความสนใจกับราคาการท่องเที่ยว (Tourism Price) เช่น ที่พัก อาหาร การกิน เป็นต้น

ที่มา. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศคู่แข่งที่สำคัญเช่น มาเลเซีย หรือสิงคโปร์นั้น พบว่ามีแนวโน้มเป็นไปได้ค่อนข้างสูงว่า ประเทศไทยต้องแข่งขันกับประเทศคู่แข่งทั้งสอง เนื่องจากนักท่องเที่ยวเกาหลีนิยมความสะดวกสบายและความปลอดภัยเป็นอันดับแรก ดังนั้นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัวจะเน้นความสำคัญเรื่องดังกล่าวก่อนประเด็นอื่นๆ อีกทั้งจารีตธรรมเนียมของหัวหน้าครอบครัวชาวเกาหลีจะถูกปลูกฝังให้นึกถึงความสะดวกของพ่อแม่และบุตรเป็นเรื่องแรก สำหรับปัญหาด้านการสื่อสารไม่ใช่ประเด็นสำคัญ เนื่องจากมักจะศึกษาข้อมูลล่วงหน้าก่อนเดินทางมาประเทศไทยแล้ว

เมื่อสอบถามย้อนไปถึงสถานการณ์ความรุนแรงของโลกในช่วงเวลาต่างๆ เช่น สงครามอ่าวเปอร์เซีย ในช่วงปี ค.ศ. 1991 ,กรณีวิกฤติเศรษฐกิจเอเชีย ช่วงปี ค.ศ. 1997 , กรณีการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส ในปี ค.ศ. 2003, กรณีการปฏิวัติรัฐประหารของประเทศไทยในปี ค.ศ. 2006 และกรณีการปิดสนามบินในปี ค.ศ. 2008 พบว่านักท่องเที่ยวชาวเกาหลีมักกังวลต่อสถานการณ์ที่ใกล้ตัวมากที่สุด เช่น กรณีวิกฤติเศรษฐกิจเอเชียในปี ค.ศ. 1997 พบว่าการท่องเที่ยวในช่วงดังกล่าวปรับลดลงอย่างชัดเจนและรวมถึงกรณีเหตุการณ์ปิดสนามบินสุวรรณภูมิในปี ค.ศ. 2008 ที่มีผลทางลบอย่างมากต่อความรู้สึกของนักท่องเที่ยวเกาหลี

สำหรับเหตุการณ์อื่นๆที่มีผลกระทบบ้างบางส่วนต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวได้แก่ ปัญหาการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส และปัญหาเรื่องการปฏิวัติรัฐประหารในประเทศไทย แต่เมื่อนักท่องเที่ยวได้ทราบข่าวว่าไม่ปรากฏเหตุการณ์รุนแรง หรือไม่มีความเสี่ยงต่อความปลอดภัย นักท่องเที่ยวก็กลับมา

⁴⁰ ตลาดหุบร่ม ตั้งอยู่ในพื้นที่อำเภอแม่ฮ่องสอน จังหวัดสมุทรสงคราม อยู่ที่สถานีรถไฟแม่ฮ่องสอน ตั้งอยู่ที่สถานีรถไฟแม่ฮ่องสอน อำเภอเมืองตลาดหุบร่มหรือที่ชาวบ้านเรียกกันว่า ตลาดเสี่ยงตาย หรือตลาดริมทางรถไฟ ตั้งขายอยู่ริมทางรถไฟใกล้สถานีรถไฟแม่ฮ่องสอน ความยาวของตลาดประมาณ 100 เมตร บรรดาพ่อค้าแม่ค้าจะวางขายสินค้าบนพื้นดินติดกับรางรถไฟ เวลารถไฟมาที่ต่างหุบร่มที่ทางและเก็บสินค้าภายในพริบตา จนเป็นที่มาของชื่อตลาดหุบร่มนั่นเอง สินค้าที่วางขายที่ตลาดแห่งนี้จะเป็นพวกผัก ผลไม้ เนื้อสัตว์ต่าง ๆ อาหารทะเลสด ๆ ขายกันในราคาไม่แพง จึงเป็นตลาดยอดนิยมของชาวบ้านบริเวณนั้นเพราะราคาถูกและคุณภาพดี ตลาดแห่งนี้เปิดขายทุกวันเวลา 6.00-18.00 น., อ้างอิงข้อมูล จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ท่องเที่ยวตามปรกติ ซึ่งทำให้สามารถสรุปได้ว่า จากทฤษฎีของมัลคอล์มที่ใกล้ชิดกับชาวเกาหลี ชาวเกาหลีจัดว่าเป็นกลุ่มที่มีความอ่อนไหวต่อสถานการณ์เศรษฐกิจการเมืองอยู่ระดับหนึ่ง ซึ่งขึ้นอยู่กับระดับความปลอดภัยโดยรวมของประเทศเป็นหลัก

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศยุโรป

พบว่าลักษณะของนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปมีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวในกลุ่มเอเชียซึ่งมัลคอล์มให้ความเห็นว่า เป็นนักท่องเที่ยวที่มีความอ่อนไหวกับสถานการณ์เศรษฐกิจโลกค่อนข้างมาก ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะสนใจเรื่องราวรับร่ายจ่ายเป็นอันดับแรก ดังนั้นจึงมีแนวโน้มว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวลง เมื่อเศรษฐกิจโลกเริ่มมีสัญญาณซบเซา และหากสถานการณ์ดังกล่าวมีผลกระทบต่อรายได้หรือเศรษฐกิจของประเทศตนเอง จะยังมีแนวโน้มปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ชัดเจนขึ้น

ในด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าและบริการ จะพบว่า ชาวยุโรปค่อนข้างให้ความสนใจกับด้านศิลปวัฒนธรรม วัฒนาอาราม พระบรมมหาราชวัง รวมถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชุมชนคนไทยมากกว่าจะสนใจใช้จ่ายใช้สอยหรือเลือกซื้อสินค้าตามห้างสรรพสินค้าดังเช่นนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ และด้วยเหตุนี้เอง จึงทำให้พฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวยุโรปมักเดินทางส่วนตัวมากกว่าจะเดินทางกับบริษัททัวร์ เนื่องจากสามารถตอบสนองความต้องการได้มากกว่า มีความคล่องตัวมากกว่าในการที่จะศึกษาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ โดยไม่ต้องกังวลใจกับผู้ร่วมเดินทางท่านอื่นๆ

ลักษณะอีกประการที่ค่อนข้างแตกต่างกับนักท่องเที่ยวเอเชีย คือ หากเปรียบเทียบปัจจัยด้านค่าใช้จ่ายในการเดินทาง (Travel Cost) เช่น ค่าเครื่องบินโดยสาร และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อวัน (Tourism Price) ชาวยุโรปจะเน้นให้ความสนใจกับค่าใช้จ่ายต่อวันเป็นอันดับแรกในการตัดสินใจเลือกเดินทาง เนื่องจากจะทำให้สามารถคำนวณค่าใช้จ่ายและระยะเวลาในการท่องเที่ยวได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เมื่อเปรียบเทียบประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์แล้ว พบว่า จากประสบการณ์ของมัลคอล์มก็มีความเห็นว่ามีแนวโน้มไปได้มากที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับการแข่งขันจากมาเลเซียและสิงคโปร์ เนื่องจาก ประเทศทั้งสองนั้นต่างมีปัจจัยสนับสนุนที่ดีในด้านการจัดระเบียบ และด้านภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร มากกว่าประเทศไทย

สำหรับในด้านปัจจัยแวดล้อมต่างๆ พบว่า นักท่องเที่ยวยุโรปไม่ค่อยปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากนัก ไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์จากกรณีสงครามอ่าวเปอร์เซีย วิกฤติเศรษฐกิจเอเชีย การแพร่ระบาดของโรคซาร์ส ปัญหาการเมืองกรณีรัฐประหาร หรือแม้แต่กรณีการปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ทฤษฎีของนักท่องเที่ยวโดยรวมต้องการความมั่นใจในด้านสุขภาวะ ในด้านความปลอดภัยในประเทศ และความมั่นใจว่าจะสามารถบินกลับประเทศได้หากเกิดสถานการณ์ความรุนแรง

นักท่องเที่ยวจากประเทศอินเดีย

จากความเห็นของมัคคุเทศก์ที่ใกล้ชิดนักท่องเที่ยวชาวอินเดีย อธิบายพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวอินเดียว่า โดยทั่วไปแล้วสามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มตลาดล่างและกลุ่มตลาดบน ได้แก่ นักธุรกิจ ดังนั้นต่อคำถามที่ว่านักท่องเที่ยวจะมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยวหรือไม่นั้น หากสภาพเศรษฐกิจโลกยังอยู่ในเกณฑ์ชะลอตัว นักท่องเที่ยวในกลุ่มตลาดล่างจะไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะมาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งแตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่มีฐานะหรือกลุ่มชนชั้นกลางที่จะสามารถเดินทางมาท่องเที่ยวได้แม้สภาพเศรษฐกิจจะไม่สู้ดีก็ตาม

ในด้านพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม พบว่า นักท่องเที่ยวชาวอินเดียเป็นกลุ่มที่ชอบจับจ่ายใช้สอยเลือกซื้อสินค้าในพื้นที่ต่างๆค่อนข้างมาก โดยมีการเจาะจงเลือกตลาดหรือเจาะจงกลุ่มสินค้าเป็นประเภทไป อีกทั้งเป็นกลุ่มที่ชื่นชอบการแสดงต่างๆ และรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวยามค่ำคืนเช่นกัน ดังนั้นจะเห็นได้ว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มต่างๆที่กล่าวมาแล้ว กลุ่มอินเดียเป็นกลุ่มที่เน้นการซื้อสินค้าและบริการค่อนข้างชัดเจน

ลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวอินเดียมีทั้งกลุ่มที่เดินทางเป็นกลุ่มทัวร์ และกลุ่มที่เดินทางแบบนักธุรกิจ ซึ่ง สำหรับกลุ่มที่เดินทางแบบครอบครัว อาจเป็นได้ทั้งกลุ่มนักธุรกิจที่พักร้อนหรือมาจากประเทศที่สามและมาพักผ่อน บางกลุ่มจัดเป็นกลุ่มทัวร์เดินทางมาเป็นครอบครัวเพื่อลดค่าใช้จ่าย สำหรับในกลุ่มที่เดินทางมาส่วนตัวมักเป็นนักธุรกิจที่เดินทางมาติดต่อกิจการและแวะท่องเที่ยวบ้าง 2-3 วัน

นักท่องเที่ยวชาวอินเดียส่วนใหญ่มักเดินทางด้วยสายการบินของประเทศตนเอง และให้ความสนใจกับค่าใช้จ่ายในการเดินทางเป็นอันดับแรกมากกว่าค่าใช้จ่ายที่ใช้จ่ายในการพักอาศัย ทำให้รายได้หลักส่วนใหญ่ที่จะได้รับมักมาจากภาคการโรงแรม การแสดง ร้านอาหาร ยานพาหนะ และสวนสนุกต่างๆ

เมื่อสอบถามถึงการคาดการณ์ต่อการแข่งขันของประเทศไทยกับประเทศมาเลเซียและสิงคโปร์ จะพบว่า มัคคุเทศก์แสดงความเห็นค่อนข้างชัดเจนว่าเป็นไปได้แน่นอน เนื่องจากทั้งสองประเทศนั้นภาครัฐบาลมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างเต็มศักยภาพ รวมถึงมีการรักษามาตรฐานการท่องเที่ยวค่อนข้างดี และรวมถึงมีการพัฒนากำลังคนในวงการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพมากขึ้นด้วย

สำหรับการตอบสนองต่อปัจจัยแวดล้อม พบว่า ชาวอินเดียค่อนข้างอ่อนไหวกับการเปลี่ยนแปลงของเหตุการณ์ภายในประเทศไทยเป็นหลัก เช่น การปฏิวัติรัฐประหาร และการปิดสนามบินสุวรรณภูมิ ซึ่งมีผลทำให้ชะลอการเข้าพัก และรอดูสถานการณ์ทางการเมืองไประยะหนึ่ง สำหรับเหตุการณ์อื่นๆที่ผ่านมาในอดีต เช่น สงครามอ่าวเปอร์เซีย หรือการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส นั้นมีผลกระทบบ้างต่อการตัดสินใจของชาวอินเดีย โดยทำให้ชาวอินเดียบางส่วนเปลี่ยนพฤติกรรมไปสู่การออมมากขึ้น

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง

พบว่าจากความเห็นของมัคคุเทศก์ที่มีต่อกลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันออกกลางนั้นแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวจะให้น้ำหนักของสถานการณ์เศรษฐกิจของประเทศมากกว่าสถานการณ์ความสงบของเศรษฐกิจโลก โดยในช่วงเศรษฐกิจของประเทศเกิดภาวะซบเซา นักท่องเที่ยวจะชะลอการเข้าพักและรอพิจารณาสถานการณ์โดยรวมระยะหนึ่งแล้วจึงตัดสินใจท่องเที่ยวต่อไป

สำหรับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวตะวันออกกลางนั้นจะมุ่งเน้นไปที่การใช้จ่ายใช้สอยอย่างเต็มที่ในช่วงท่องเที่ยว และโดยมากมักเดินทางเป็นครอบครัวมากกว่าจะเดินทางเป็นการส่วนตัว เนื่องจากวัฒนธรรมของชาวตะวันออกกลางที่แม้จะมีภรรยาหลายคนแต่ก็จะพามาเที่ยวทุกคน ประเด็นต้นทุนการเดินทาง (Travel Cost) ไม่ได้อยู่ในความสนใจของนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีอำนาจในการใช้จ่ายใช้สอยค่อนข้างสูงเป็นพื้นฐาน แต่จะหันไปให้น้ำหนักความสำคัญกับค่าใช้จ่ายในการใช้จ่ายใช้สอย (Tourist Price) ในประเทศปลายทางมากกว่าว่าจะได้รับความพึงพอใจคุ้มกับตัวเลขที่จ่ายไปหรือไม่เป็นหลัก

ในด้านการแข่งขันระหว่างประเทศไทยและประเทศคู่แข่งต่างๆ เช่น มาเลเซียและสิงคโปร์ ที่มีการเปิดตัวด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น เช่น สวนสนุก หรือมาตรการดึงดูดต่างๆนั้น แม้จะมีความเป็นไปได้ในระดับหนึ่งว่า ประเทศไทยอาจต้องเผชิญกับการแข่งขันมากขึ้น แต่โดยรวมแล้วประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบมากกว่า เนื่องจากประเทศไทยมีจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติสิ่งแวดล้อมในการท่องเที่ยวและรวมถึงค่าใช้จ่ายที่ราคาถูกกว่า จุดเด่นหลักประการเดียวที่อาจทำให้นักท่องเที่ยวเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปมาเลเซียหรือสิงคโปร์ คือ ภาษาที่ใช้ในการสื่อสารที่ประเทศไทยยังต้องปรับปรุงให้มากขึ้น

ปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางมาประเทศไทยนั้น สิ่งที่นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางกังวลมากที่สุด คือ ปัญหาด้านความเสี่ยง ไม่ว่าจะเป็นความเสี่ยงด้านสุขภาพจากการแพร่ระบาดของโรคซาร์สในช่วงปี ค.ศ. 2003 หรือความเสี่ยงจากภาคการเมือง เช่น ปัญหาการปฏิวัติรัฐประหารในปี ค.ศ. 2006 หรือกรณีการปิดสนามบินสุวรรณภูมิในช่วงปี ค.ศ. 2008 โดยสะท้อนให้เห็นจากการลดเที่ยวบิน และการงดการนำเที่ยวลง สำหรับสถานการณ์อื่นๆที่ผ่านมาในอดีต เช่น กรณีสงครามอ่าวเปอร์เซีย นักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางกลับมีทิศทางที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ เนื่องจากสงครามกลายเป็นปัจจัยผลักดัน (Push Factor) ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวในแถบเอเชียมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาสงคราม หรือช่วงวิกฤติเศรษฐกิจเอเชีย ที่พบว่าไม่ค่อยกระทบกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวมากนักเมื่อเปรียบเทียบกับกรณีนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่นๆ

นักท่องเที่ยวจากประเทศญี่ปุ่น

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น พบว่าเป็นกลุ่มที่มีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการท่องเที่ยวบ้างเล็กน้อย จากกรณีปัญหาเศรษฐกิจโลกตกต่ำ ซึ่งหากเปรียบเทียบกับปัญหาเศรษฐกิจและการจ้างงานในประเทศญี่ปุ่น พบว่าจะส่งผลกระทบต่อลักษณะนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มธุรกิจมากกว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มครอบครัวอยู่บ้างแต่ไม่มากนัก เช่น โบสถ์ท่องเที่ยวของบริษัทที่อาจปรับลดลงบ้างตามสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักที่จะไม่ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มาเที่ยวประเทศไทย

พฤติกรรมการท่องเที่ยวรวมของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมักสนใจการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เช่น การเที่ยวชมสถานที่โบราณสถาน การชมวัฒนธรรมวิถีชีวิตชาวชนบท เป็นหลัก ยกตัวอย่างเช่น ตลาดน้ำดำเนินสะดวก และโดยมากมักเดินทางเป็นกลุ่มครอบครัวมากกว่าจะเดินทางเป็นการส่วนตัว สำหรับด้านต้นทุนการท่องเที่ยว (Travel Cost) และราคาการท่องเที่ยว (Tourism Price) นั้น นักท่องเที่ยวมักไม่ค่อยสนใจมากนัก เว้นเสียแต่กรณีที่ราคาการให้บริการการท่องเที่ยวลดต่ำลงมาก นักท่องเที่ยวอาจตั้งข้อสังเกตในความผิดปกติดังกล่าวแทนที่จะรู้สึกยินดีกับราคาการท่องเที่ยวที่ต่ำ โดยเฉพาะในปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่มาประเทศไทย ให้ความเห็นว่าราคาการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีราคาลดต่ำลงมาก

สำหรับประเด็นด้านการแข่งขันกับประเทศเพื่อนบ้านเช่น มาเลเซียและสิงคโปร์นั้น มัคคุเทศก์ให้ความเห็นว่า ในประเด็นดังกล่าวยังไม่เป็นที่น่ากังวลเนื่องจากหากประเทศไทยยังสามารถรักษาจุดเด่นทางด้านวัฒนธรรมและสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆไว้ได้ ก็จะต้องรักษาลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นอยู่ได้ เพราะประเด็นด้านวัฒนธรรมและลักษณะพิเศษของคนไทยด้านการต้อนรับแขกที่มาเยือนยังคงเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นประทับใจ

ปัจจัยแวดล้อมต่างๆที่เป็นสถานการณ์หลักในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา นั้นค่อนข้างสะท้อนภาพได้ชัดเจนว่า นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นค่อนข้างอ่อนไหวมากต่อความเสี่ยงต่างๆที่ปรากฏขึ้น และมีผลกระทบมากที่สุดต่อพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวของชาวญี่ปุ่น เนื่องจาก ชาวญี่ปุ่นเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สนใจในบริการที่ตนเองจะได้รับ ความปลอดภัยในการท่องเที่ยวเป็นอันดับสำคัญ ดังนั้นในช่วงวิกฤติการณ์ต่างๆทั้งสงครามอ่าวเปอร์เซีย การแพร่ระบาดโรคซาร์ส และสถานการณ์การเมืองในปัจจุบัน เป็นปัจจัยกระทบอย่างมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น

เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ

- A.Khalik Salman, L. Arnesson , A. Sorensen and Ghazi Shukur (2009). "Estimating the Swedish and Norwegian International Tourism demand Using (ISUR) Technique", Working Paper Series, Centre for Labour Market Policy Research Nr 12,2009.
- Bernardina Algieri (2006). An Econometric Estimation of the Demand for Tourism: the Case of Russia, in **Tourism Economics**, IP Publishing Ltd., London, Vol.12, Issue 1, pp.5-20, March 2006.
- Chokri Ouerfelli. (2008). Co-integration analysis of quarterly European tourism demand in Tunisia.**Tourism Management**, 29(1), 127-137.
- Habibi, Fateh, Abdul Rahim, Khalid and Chin, Lee (2008). United Kingdom and United States Tourism Demand for Malaysia : A Cointegration Analysis, Munich Personal RePEc Archive (MPRA)
- Haiyan Song , Stephen Witt and Gang Li (2003). "Modelling and forecasting the demand for Thai tourism", in **Tourism Research**, School of Management, University of Surrey
- Haiyang Song and Gang Li (2008). "Tourism Demand Modelling and Forecasting: A review of recent research", Tourism Research, School of Management University of Surrey.
- Halicioglu, Ferda (2008). An Econometric Analysis of Aggregate Outbound Tourism Demand of Turkey, presented at the 6th DeHaan Tourism Management Conference: " The Economic of Tourism",organized by the Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, Nottingham University Business School, Nottingham- UK 18th December 2007.
- Han, Z., Durbarry, R., & Sinclair M.T. (2006), "Modelling US tourism demand for European destinations", **Tourism Management**, 27, 1-10.
- Kulendran, N., and Divisekera, S. (2007). Measuring the economic impact of Australian tourism marketing expenditure. **Tourism Economics**, 13(2), 261-274.
- Latsany Phakdisoth & Donghun Kim (2007). The Determinants of Inbound tourism in Laos. Available Online: http://findarticles.com/p/articles/mi_hb020/is_2_24/ai_n29377561/pg_5/?tag=content;col1

- Lim, C. (1997). Review of International Tourism Demand Models., Annals of Tourism Research 24,4 :835-849.
- Michael G. Vogt; Chutima Wittayakorn (1998). "Determinants of the demand for Thailand's exports of tourism", in Applied Economics, Volume 30, Issue 6 June 1998 , pages 711 – 715.
- Naude, W.A. and A. Saayman (2005). "The Determinants of Tourist Arrivals in Africa: A Panel Data Regression Analysis", Tourism Economics 11,no. 3 : 365-91.
- Nikolaos Dritsakis (2004). Cointegration analysis of German and British Tourism demand for Greece. Tourism Management 25(2004): 111-119.
- Norlida Hanim Mohd Salleh & Redzuan Othman (2004). Modelling and Forecasting Malaysia's Tourism Demand, School of Economics Faculty of Economics and Business Universiti Kebangsaan Malaysia
- Ramesh Durbarry (2003).Long Run Structural Tourism Demand Modelling : An Application to France
- Rojwannasin, B. (1982). Determinants of International Tourism Flows to Thailand , Master's Thesis, Faculty of Economics,Thammasat University.
- Sarath Divisekera (1995). An Econometric Model of International Visitor Flow to Australia., Australian Economic Paper, Vol 34, Issue 65 page 291-308.
- Smart Travel Asia Magazine. 2009. Best Asia Travel Brand 2009, Available online: <http://www.smarttravelasia.com/travelpoll.htm>
- Teresa Garin-Munoz (2006). Inbound International Tourism to Canary Island : A Dynamic Panel Data Model, Tourism Management 27(2006) : 281-291.
- Tourism Authority of Thailand (1978). Statistical Report of Visitor to Thailand 1957-1978., Bangkok :Tourism Authority of Thailand.
- Tourism Authority of Thailand (1980). Statistical Report of Visitor to Thailand 1980., Bangkok :Tourism Authority of Thailand.
- World Tourism Organization(UNWTO) (2009). Tourism Highlights 2009 Edition.
- World Tourism Organization(UNWTO) (2009). UNWTO World Tourism Barometer, Vol.7 No.3-October 2009

World Tourism Organization(UNWTO) (2010). 2009 International Tourism Results and Prospects for 2010, UNWTO News Conference HQ, Madrid, Spain. 18 January 2010.

World Tourism Organization(UNWTO).(2009).Tourism Highlights 2009 Edition.

เอกสารอ้างอิงภาษาไทย

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2547. แผนการตลาด ปี พ.ศ. 2547. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. รายงานสถิติประจำปี (Statistical Report 1982-2007). กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

พัชญ์พิชชา บุณนิม. 2547. ปัจจัยกำหนดแบบแผนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย. กรณีศึกษานักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางมาเองจากเอเชียตะวันออก. วิทยานิพนธ์หลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พิจารินี โลหะชัยกุล. 2553. การสำรวจทัศนคติและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการประท้วงปิดสนามบินสุวรรณภูมิในช่วงปลายปี 2551, E-TAT Tourism Journal , การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ประจำไตรมาส 1/2553

ไพฑูรย์ ไกรพรศักดิ์ 2551. การศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย. รายงานการศึกษาระยะที่ 1. ชุดโครงการวิจัย ไทย-ตะวันออกกลาง, ศูนย์ศึกษานโยบายเพื่อการพัฒนา คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มีนาคม 2551.

เมธา ขำนิ. 2544. แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว: ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ไศรยา หอมชื่น. 2552. ตัวอย่างความสำเร็จในการดึงดูดนักท่องเที่ยวตะวันออกกลาง, E-TAT Tourism Journal โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ไศรยา หอมชื่น. 2552. สรุปสาระสำคัญจากการประชุม UNWTO Conference on Increasing Tourism Flows Between Asia and the Middle East 2, E-TAT Tourism Journal, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2547. โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2552. Economic Outlook ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 2/2552 และแนวโน้มปี 2552 แถลงข่าว ณ วันที่ 24 สิงหาคม พ.ศ. 2552

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2553. Economic Outlook ภาวะเศรษฐกิจไทยไตรมาสที่ 4/2552 และแนวโน้มปี 2553 แถลงข่าว ณ วันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2553

แหล่งข้อมูลทางวิชาการอื่นๆ

- ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
<http://www2.tat.or.th/tat/library/index.htm>
- สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
<http://www.tourism.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ
<http://www.nesdb.go.th/Default.aspx?tabid=94>
- สมาคมขนส่งอากาศยานแห่งอเมริกา (Air Transport Association of America : ATA)
<http://www.airlines.org/pages/home.aspx>
- World Tourism Organization (UNWTO)
<http://www.unwto.org/index.php>

ภาคผนวก

ภาคผนวก

ภาคผนวก A. ผลการประมาณการทางเศรษฐกิจ

ภาคผนวก B. วรรณกรรมปริทัศน์: แบบจำลองอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวขาออก (Outbound Demand For Tourism))

ภาคผนวก C. ตัวอย่างแบบสำรวจทัศนคติความคิดเห็นของมัคคุเทศก์ต่อการท่องเที่ยว

ภาคผนวก D. สรุป

ภาคผนวก

ตารางที่ A1 การทดสอบความเป็นกระบวนการที่เป็น Stationary ของตัวแปรต่างๆ

ประเทศ	ออสเตรเลีย	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	อินเดีย
LTU(ADF, Lags)	-2.7609, 1, t (0.2199)	-2.0966, 2, t (0.5297)	-0.8663, 1, no t (0.7873)	-1.9695, 6, no t (0.2980)
DLTU(ADF, Lags)	-4.3904, 0 (0.0013)	-5.2636, 0 (0.0001)	-5.1509, 0 (0.0002)	-2.8194, 1 (0.0658)
LTP	-2.1439, 1, no t (0.2295)	-1.0561, 1, no t (0.7222)	-2.4584, 0, no t (0.1336)	-2.4054, 1, t (0.3708)
DLTP	-4.2056, 1 (0.0001)	-3.4481, 0 (0.0011)	-4.3185, 0 (0.0016)	-3.4865, 0 (0.0142)
LTC	-2.974, 1, t (0.1541)	-2.9703, 1, t (0.1542)	-2.9709, 1, t (0.1540)	-2.9706, 1, t (0.1541)
DLTC	-3.5905, 0 (0.0110)	-3.5910, 0 (0.0109)	-3.5896, 0 (0.0110)	-3.5900, 0 (0.0110)
LSPSG	-1.4498, 1, no t (0.5471)	-1.5623, 1, no t (0.4911)	-3.7335, 0, t (0.0323)	-2.3079, 0, t (0.4195)
DLSPSG	-3.4108, 0 (0.0171)	-3.1336, 0 (0.0329)	-4.5107, 0 (0.0009)	-4.5023, 0 (0.0010)
LSPMS	-2.2413, 1, no t (0.1960)	-3.2849, 2, no t (0.0233)	-2.8668, 0, t (0.1843)	-0.1153, 4, no t (0.9396)
DLSPMS	-2.8712, 0 (0.0587)	-2.3433, 0 (0.0204)	-5.9355, 0, no t (0.0000)	-4.4143, 0 (0.0012)
LRPI	-2.6833, 1, t (0.2490)	-3.0466, 1, t (0.1343)	-2.8135, 1, t (0.2019)	-1.8073, 0, t (0.6809)
DLRPI	-3.7993, 0 (0.0064)	-4.2649, 0 (0.0019)	-3.8565, 0 (0.0055)	-6.9891, 0 (0.0000)
LER	-2.3489, 0, no t (0.1628)	-1.0899, 0, no t (0.7096)	0.5893, 0, no t (0.5893)	-0.8429, 0, no t (0.7948)
DLER	-7.2117, 0 (0.0000)	-6.9223, 0 (0.0000)	-7.3814, 0 (0.0000)	-7.4687, 0 (0.0000)
LTU(ADF, Lags)	-2.7561, 0, t (0.2217)	-1.3024, 0, no t (0.6182)	-1.4047, 3, no t (0.5685)	-1.7218, 0, no t (0.4121)
DLTU	-3.2848, 2 (0.0236)	-4.6300, 0 (0.0007)	-3.3649, 2 (0.0195)	-4.1323, 0 (0.0027)
LTP	-1.6689, 1, no t (0.0894)	-2.0765, 1, no t (0.2549)	-3.6626, 4, no t (0.0096)	-2.5570, 1, no t (0.1114)
DLTP	-2.9889, 0 (0.0455)	-3.9442, 0 (0.0002)	-3.6554, 0 (0.0093)	-3.0839, 0 (0.0030)
LTC	-2.9710, 1, t (0.1540)	-2.2827, 0, t (0.1826)	-2.9704, (-3.5403)	-3.1147, 4, t (0.1201)
DLTC	-3.5892, 0, t (0.0110)	-3.5899, 0 (0.0110)	-6.6784, 1 (0.0000)	-3.0282, 0 (0.0035)
LSPSG	-2.3678, 4, t (0.3886)	-1.7839, 1, no t (0.3822)	-3.5265, 0, t (0.0511)	-0.8301, 1, no t (0.7980)
DLSPSG	-3.2633, 0 (0.0243)	-3.9146, 0 (0.0048)	-4.2168, 0 (0.0021)	-3.2362, 0 (0.0262)
LSPMS	-3.0336, 0, t (0.1371)	-2.2613, 11, no t (0.1912)	NA	-1.8197, 1, no t (0.3652)
DLSPMS	-1.9722, 0 (0.0477)	-3.2139, 0 (0.0273)	NA	-2.9432, 0 (0.0505)
LRPI	-1.3544, 1, t (0.8573)	-2.4157, 0, no t (0.1445)	-2.9160, 0, t (0.1693)	-4.4053, 1, no t (0.0013)
DLRPI	-2.9781, 1 (0.0466)	-5.3773, 0 (0.0001)	-5.1938, 0 (0.0001)	-4.2631, 0 (0.0019)
LER	-0.9487, 0, no t (0.7611)	-2.6616, 0, no t (0.0903)	-3.0299, 0, no t (0.0413)	-0.3472, 0, no t (0.9076)

ประเทศ	แอฟริกาใต้	สวีเดน	สิงคโปร์	สหรัฐอเมริกา
DLER	-6.7965, 0	-5.4230, 0	-6.7346, 1	-5.9577, 0
(prob value)	(0.0000)	(0.0001)	(0.0000)	(0.0000)
LTU(ADF, Lags)	-3.0642, 1, t	-1.5560, 8, t	-2.3286, 0, t	-2.4955, 0, t
(prob value)	(0.1300)	(0.7855)	(0.4090)	(0.3284)
DLTU	-6.3347, 0	-4.2229, 3	-4.3990, 0	-4.8336, 0
(prob value)	(0.0000)	(0.0023)	(0.0013)	(0.0004)
LTP	-2.1034, 1, t	-1.7569, 1, no t	-1.9684, 1, t	-2.4706, 1, no t
(prob value)	(0.5266)	(0.3951)	(0.5983)	(0.1308)
DLTP	-2.8330, 0	-3.3970, 0	-4.0663, 0	-4.1828, 0
(prob value)	(0.0637)	(0.0012)	(0.0032)	(0.0001)
LTC	-2.9704, 1, t	-2.9710, 1, t	-2.2816, 0	-2.9706, 1, t
(prob value)	(0.1541)	(0.1540)	(0.1830)	(0.1541)
DLTC	-3.5905, 0, no t	-3.5897, 0	-3.5897, 0	-3.5905, 0
(prob value)	(0.0110)	(0.0110)	(0.0110)	(0.0110)
LSPSG	-3.5821, 3, no t	-1.2786, 1, no t	NA	-3.5642, 1, t
(prob value)	(0.0115)	(0.6288)		(0.0475)
DLSPSG	-2.7880, 0	-3.2237, 0	NA	-3.6314, 0
(prob value)	(0.0700)	(0.0267)		(0.0099)
LSPMS	-1.2055, 1, no t	-1.7189, 1, no t	-3.5267, 0, t	-1.4147, 0, no t
(prob value)	(0.6614)	(0.4135)	(0.0511)	(0.5646)
DLSPMS	-2.4018, 0	-2.7547, 0	-4.2168, 0	-3.5949, 0
(prob value)	(0.1484)	(0.0073)	(0.0021)	(0.0108)
LRPI	-3.0392, 3, t	-3.2351, 1, t	-2.3783, 1, t	-2.0673, 0, t
(prob value)	(0.1369)	(0.0938)	(0.3840)	(0.5463)
DLRPI	-4.3140, 0	-4.0738, 0	-3.3457, 0	-2.6069, 0
(prob value)	(0.0016)	(0.0031)	(0.0200)	(0.1009)
LER	-0.6635, 0, no t	-2.3773, 0, no t	-1.1489, 2, no t	-1.4032, 0, no t
(prob value)	(0.8436)	(0.1548)	(0.6850)	(0.5702)
DLER	-7.3090, 0	-6.4600, 0	-8.6358, 0, no t	-7.7968, 0
(prob value)	(0.0000)	(0.0000)	(0.0000)	(0.0000)

ที่มา จากการคำนวณ

ตารางที่ A2 การทดสอบกระบวนการที่เป็น Stationary ของตัวแปรคู่ความคลาดเคลื่อน

ประเทศ	ออสเตรเลีย	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	อินเดีย
ADF statistic	-2.8030	-4.1048	-3.7060	-4.4626
(prob value)	(0.0064)	(0.0001)	(0.0005)	(0.0000)
ประเทศ	ญี่ปุ่น	เกาหลี	มาเลเซีย	ตะวันออกกลาง
ADF statistic	-3.7351	-4.2197	-4.8380	-3.5509
(prob value)	(0.0005)	(0.0001)	(0.0000)	(0.0008)
ประเทศ	แอฟริกาใต้	สวีเดน	สิงคโปร์	สหรัฐอเมริกา
ADF statistic	-4.7794	-3.5354	-3.4858	-3.2102
(prob value)	(0.0000)	(0.0008)	(0.0009)	(0.0021)

ที่มา จากการคำนวณ

ตารางที่ A3 Lagrange Multiplier Test สำหรับสหสัมพันธ์ในตัว (Serial Correlation) ตัวแปรสู่รวม
คลาดเคลื่อนจากสมการพลวัต Autoregressive Distributed Lag

ประเทศ	ออสเตรเลีย	ฝรั่งเศส	เยอรมนี	อินเดีย
χ^2, F (prob value)	1.1356, 0.3908 (0.5667)(0.6807)	0.5752, 0.1705 (0.7501) (0.8444)	5.4691, 1.6122 (0.0649) (0.2270)	7.1404, 2.3067 (0.0282) (0.1283)
ประเทศ	ญี่ปุ่น	เกาหลี	มาเลเซีย	ตะวันออกกลาง
χ^2, F (prob value)	0.7331, 0.2183 (0.6931) (0.8057)	4.3762, 1.5222 (0.1121) (0.2403)	1.7584, 0.6487 (0.4151) (0.5310)	0.1370, 0.0491 (0.9338) (0.9522)
ประเทศ	แอฟริกาใต้	สวีเดน	สิงคโปร์	สหรัฐอเมริกา
χ^2, F (prob value)	4.7576, 1.7512 (0.0927) (0.1959)	3.5738, 1.2124 (0.1675) (0.3166)	2.6292, 0.9061 (0.2686) (0.4181)	1.9867, 0.7377 (0.3703) (0.4880)

ที่มา จากการคำนวณ

* based on 2nd orders

ภาคผนวก B. บรรณกรรมปริทัศน์: แบบจำลองอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวขาออก (Outbound Demand For Tourism)

ตัวอย่างหนึ่งที่อธิบายลักษณะแบบจำลองอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวขาออก เช่น งานศึกษาของ Nikolaos Dritsakakis (2004) ซึ่งค้นพบความสัมพันธ์ระยะยาวระหว่างปัจจัยทางเศรษฐกิจที่สำคัญในการกำหนดอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของชาวเยอรมันและอังกฤษที่ไปเที่ยวยังประเทศกรีซด้วยการใช้แบบจำลอง Error Correction Model (ECM) ไม่เพียงเท่านั้นยังมีงานศึกษาของ Han et al (2006) ได้ใช้แบบจำลอง Almost Ideal Demand System (AIDS) ในการวิเคราะห์ตรวจสอบอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาที่เดินทางมายังประเทศฝรั่งเศส สเปน อิตาลี และอังกฤษ และค้นพบว่าการเพิ่มขึ้นของราคาการท่องเที่ยวในประเทศฝรั่งเศสมีส่วนเพิ่มอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวสหรัฐที่มีต่อการท่องเที่ยวในประเทศอิตาลี (ซึ่งในงานศึกษาครั้งนี้ได้กำหนดให้ประเทศฝรั่งเศสและอิตาลีเป็นประเทศจุดหมายปลายทางที่สามารถทดแทนกันได้ในทฤษฎีของนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกา)

งานศึกษาของ Chokri Ouerfelli (2008) ได้ใช้แบบจำลอง ECM ในการวิเคราะห์ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวในระยะยาวของนักท่องเที่ยวจากเยอรมัน ฝรั่งเศส อังกฤษ และอิตาลี ที่เดินทางไปเที่ยวยังประเทศตูนิเซีย ผลการศึกษาได้แสดงให้เห็นว่าราคาโดยเปรียบเทียบและปัจจัยด้านรายได้มีความยืดหยุ่นสูง และนอกจากนี้ปัจจัยเสริมต่างๆยังมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกประเทศที่เป็นจุดหมายปลายทางอีกด้วย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในทฤษฎีของนักท่องเที่ยวจากฝรั่งเศสและอิตาลี ในทางกลับกันมีงานศึกษาของ Ramesh Durbarry (2003) ที่สนใจพฤติกรรมการท่องเที่ยวของชาวฝรั่งเศสที่เดินทางไปเที่ยวยัง 3 ประเทศ เช่น ประเทศอังกฤษ ประเทศสเปน และประเทศอิตาลี ก็ค้นพบว่า แบบจำลองอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวต่างประเทศในระยะยาวของคนฝรั่งเศสนั้นค่อนข้างอ่อนไหวต่อราคาสินค้าและบริการในประเทศจุดหมายปลายทาง 3 แห่งค่อนข้างมาก โดยการทดสอบผ่านแบบจำลอง Almost Ideal Demand System (AIDS) ซึ่งรวมเรื่องข้อจำกัดของทางเลือกผู้บริโภคกับเรื่องงบประมาณไว้ด้วยกัน

งานศึกษาของ Wang (2008) ได้ค้นหาอุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นที่เดินทางมายังไต้หวันด้วยการใช้แบบจำลอง Autoregressive distributed lag (ARDL) และผลการศึกษาได้ค้นพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของต้นทุนการเดินทางมีนัยสำคัญทางสถิติมาก และมีทิศทางความสัมพันธ์ในเชิงลบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยว โดยอธิบายไว้ว่า การเพิ่มขึ้นของราคาน้ำมันมีผลต่อการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางมาไต้หวัน และยิ่งไปกว่านั้นยังแสดงให้เห็นถึงการปรับลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวอันมาจากปัญหาการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส

ภาคผนวก C. ตัวอย่างแบบสำรวจทัศนคติความเห็นของมัคคุเทศก์ต่อการท่องเที่ยว



**โครงการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจาก
ต่างประเทศ และจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย
(Tourism Demand For Thailand : International & The Middle East)**

คำชี้แจง

เป้าหมายของแบบสำรวจ : เพื่อศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยว กลุ่มสำคัญ ประกอบด้วย นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย และนักท่องเที่ยวชาวดังวันต และนักท่องเที่ยวชาวดังวันออกกลาง และนำข้อมูลไปประกอบการพิจารณาผลทางสถิติ และจัดทำรายงานสรุปผลและข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศในอนาคต

ส่วนที่ 1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อสถานการณ์เศรษฐกิจโลก

“ ในฐานะที่ท่านประกอบธุรกิจภาคบริการแก่นักท่องเที่ยวสัญชาติ..... ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อประโยคต่อไปนี้

1. “นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยว/การตัดสินใจท่องเที่ยวทันทีที่สถานการณ์เศรษฐกิจโลกเริ่มมีสัญญาณซบเซา (เช่น ข่าวภาวะฟองสบู่ในสหรัฐฯ ข่าวปัญหาการว่างงาน)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
---	--------------------------	-----------------	--------------------	-----------------------------

เหตุผล

2. “นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะเปลี่ยนพฤติกรรมการท่องเที่ยว/การตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศทันทีที่เศรษฐกิจของประเทศตนเองซบเซา (เช่น เงินเดือนลดลง ปัญหาคนตกงานมากขึ้น เป็นต้น)	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
--	--------------------------	-----------------	--------------------	-----------------------------

เหตุผล

3. นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ส่วนใหญ่จะมีพฤติกรรม/ลักษณะนิสัยที่เป็นเอกลักษณ์อย่างไร (วิธีการใช้จ่ายใช้สอย, จังหวัดที่ท่องเที่ยว, อาหารการกิน)	กรุณาอธิบาย
--	--------------------

อธิบาย

ส่วนที่ 2. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

“ในฐานะที่ท่านประกอบธุรกิจภาคบริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ..... ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อคำถามต่อไปนี้				
1. “นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้รูปแบบการท่องเที่ยวในลักษณะใด”		เดินทางเป็นครอบครัว	เดินทางส่วนตัว	
เหตุผล				
2. “ระหว่างราคาค่าเครื่องบินโดยสาร(ไปกลับ) และราคาค่าใช้จ่ายต่อวันในเมืองไทย (ค่าโรงแรม ค่ากินอยู่ ค่าท่องเที่ยว ค่าเดินทางในประเทศ) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับสิ่งใดมากกว่ากัน		สนใจค่าเครื่องบินเป็นอันดับแรก (มีผลมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ)	สนใจค่าใช้จ่ายต่อวันเป็นอันดับแรก (มีผลมากต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวต่างประเทศ)	
เหตุผล				
3. ท่านคิดว่า ในกลุ่มประเทศเอเชีย <u>สิงคโปร์</u> และ <u>มาเลเซีย</u> จะเป็นตลาดประเทศคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยได้หรือไม่ (โดยเฉพาะกรณีนักท่องเที่ยวต่างชาติ.....)		มีความเป็นไปได้สูงมาก (ต่อ 3.1)	มีความเป็นไปได้บ้าง (ต่อ 3.1)	ไม่น่าเป็นไปได้ (ข้ามไปส่วนที่ 3)
เหตุผล				
3.1 เหตุผลที่ทำให้ท่านคิดว่ามีความเป็นไปได้คืออะไร (เลือก 1 ข้อ)		ราคาสินค้าบริการถูกกว่าไทยโดยเปรียบเทียบ	ภาษาที่ใช้ในการสื่อสาร	อื่น ๆ
เหตุผล				

ส่วนที่ 3. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคต่อปัจจัยแวดล้อม

“ในฐานะที่ท่านประกอบธุรกิจภาคบริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ..... ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อคำถามต่อไปนี้			
1. สถานการณ์ปัญหา <u>สงครามอ่าวเปอร์เซีย</u> ช่วงปี ค.ศ. 1991 มีผลกระทบอย่างไรต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้	มีผลกระทบมากที่สุด	มีผลกระทบบ้าง	ไม่มีผลกระทบ
เหตุผล			
2. สถานการณ์ปัญหา <u>วิกฤติเศรษฐกิจเอเซีย</u> ช่วงปี ค.ศ. 1997 มีผลกระทบอย่างไรต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้	มีผลกระทบมากที่สุด	มีผลกระทบบ้าง	ไม่มีผลกระทบ
เหตุผล			
3. สถานการณ์ปัญหา <u>การแพร่ระบาดของโรคซาร์สเอเซีย</u> ช่วงปี ค.ศ. 2003 มีผลกระทบอย่างไรต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้	มีผลกระทบมากที่สุด	มีผลกระทบบ้าง	ไม่มีผลกระทบ
เหตุผล			
4. สถานการณ์ปัญหา <u>กรณีการปฏิวัติรัฐประหาร</u> ช่วงปี ค.ศ. 2006 มีผลกระทบอย่างไรต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้	มีผลกระทบมากที่สุด	มีผลกระทบบ้าง	ไม่มีผลกระทบ
เหตุผล			

5. สถานการณ์ปัญหากรณีการปิด สนามบินสุวรรณภูมิ ในปี ค.ศ. 2008 มี ผลกระทบอย่างไรต่อการตัดสินใจ ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้		มีผลกระทบ มากที่สุด	มีผลกระทบ บ้าง	ไม่มีผลกระทบ
เหตุผล				
6. กล่าวโดยสรุปแล้ว จากประสบการณ์ ของท่าน คิดว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความ อ่อนไหวต่อสถานการณ์เศรษฐกิจ การเมืองการปกครองมากน้อยเพียงไร		มีความ อ่อนไหวอย่าง มากต่อ สถานการณ์ ต่าง ๆ	มีความ อ่อนไหวต่อ สถานการณ์ ต่าง ๆ	สถานการณ์ต่าง ๆ ทั้งเศรษฐกิจ การเมืองไม่มีผลต่อ การตัดสินใจ ท่องเที่ยว
เหตุผล				

ส่วนที่ 4. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย

“ในฐานะที่ท่านประกอบธุรกิจภาคบริการแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ..... ท่านมีความคิดเห็น/ ปัญหาเร่งด่วนที่ประสงค์จะเสนอต่อภาครัฐหรือไม่	
สถานการณ์ปัญหา/ข้อเสนอแนะ	ความคิดเห็น
ลำดับที่ 1	
ลำดับที่ 2	
ลำดับที่ 3	

ขอขอบพระคุณ



คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ภาคผนวก D. บทถอดเทปการเสวนากลุ่มย่อย

บทถอดเทปการเสวนากลุ่มย่อย

โครงการวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ และจากกลุ่มประเทศตะวันออกกลางในประเทศไทย (Tourism Demand For Thailand: International & The Middle East)

วันที่ 31 มีนาคม 2553 เวลา 10.00- 13.00 น.

ณ ห้องประชุม 219/1 คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

อาจารย์ไพฑูรย์	ซึ่งเมื่อวานหนึ่งนั้นนี่ก็เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของเรา ในเฟสที่หนึ่งที่เราทำกันเมื่อปีที่แล้ว เราลงลึกไปในการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและก็เป็นไปได้ที่ว่าจะเป็นไปได้ไหม ถ้าประเทศไทยจะให้ความสำคัญมุ่งเน้นอีกกลุ่มหนึ่งขึ้นมาก็คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากตะวันออกกลาง ตอนนั้นเราใช้วิธีการวิเคราะห์ด้วยการมุ่งเน้นไปที่ผู้ประกอบการ ผู้ที่เกี่ยวข้องและก็ตัวนักท่องเที่ยวเอง แต่จริงๆก็พบว่ามีความโดดเด่นโดยเฉพาะของตัวมันเองนะครับ แล้วต้องใช้ภาษาอาหรับนะครับ อย่างน้อยที่สุดเราต้องใช้สำหรับ 2 ภาษาเพราะว่าในบางเรื่องนี่ เขาต้องใช้อักษรเฉพาะของเขาเองกันเลย เราก็เรียนรู้มาด้วยแล้วเราก็ได้ข้อสรุป ที่เท่าที่ผมจำได้นะครับ มันก็จะมีอะไรที่น่าสนใจอยู่พอดี จากตัวสถิติมันก็ชัดเจนว่า ถึงแม้จะเป็นกลุ่มที่เล็กแต่ก็ขยายตัว ค่าใช้จ่ายต่อหัวของกลุ่มนี้เวลาไปเทียบกับกลุ่มอื่นนี่ค่อนข้างสูงทีเดียวนะครับ แล้วระยะเวลาที่มาพักนี่รู้สึกจะประมาณ 10 กว่าวันโดยเฉลี่ยนะครับ แล้วจากข้อมูลที่เราได้เราก็เปรียบเทียบกับ GDP หุ่นนี้ะครับ เราก็พบว่าส่วนใหญ่อยู่นานค่อนข้างโดยเฉลี่ยแล้วก็ใช้จ่ายต่อวันสูง แล้วก็จะมีลักษณะจะชอบท่องเที่ยวในเมือง พวกเมืองช้อปบ้าง ๆ ป่าเขาอะไรพวกนี้จะไม่ค่อยไป ก็จะไปในลักษณะแบบนี้ เพราะฉะนั้นก็จะกระจุกตัวอยู่ที่กรุงเทพ นานา แล้วเราก็พบว่ามีอะไรที่น่าสนใจเหมือนกัน รายละเอียดจริงๆเรามีอยู่ในสรุปตรงนี้แล้ว เราก็มีรายละเอียดต่างๆของผลการศึกษานั้นๆนะครับ หากสนใจยังงี้ก็สามารถสอบถามได้ ที่นี้มาเฟสที่ 2 เฟสที่ 2 นี่สิ่งที่กำลังทำก็คือว่า จะเริ่มขยายวงออกไป เฟสแรกเราพบว่า มันน่าสนใจ แล้วก็มีความเป็นไปได้ ที่ทางการจะสนับสนุน ก็มีการ debate กันอยู่ในประเด็นที่ว่าเราควรที่จะสนับสนุนแล้วก็มีพยายามจะแบ่งให้มีความชัดเจนว่าอันไหน ถ้าต้องการจะโฟกัสตะวันออกกลางก็ตะวันออกกลางโดยเฉพาะ แล้วเราก็ได้ข้อสรุปเหมือนกันว่า อาจจะเป็นได้ว่าน่าที่จะปล่อยให้มันเป็นไปตามธรรมชาติหรือไม่ เพราะว่าโดยปกติที่มันเป็นไปอย่างนี้ มันเป็นเรื่องธรรมชาติของมันอยู่แล้วนะครับว่ากลุ่มๆ ตะวันออกกลาง สมมติว่าทำไมพวกยุโรปกลุ่มหนึ่งมันไปเกิดขยายตัวที่บางลำภู เราก็พบข้อค้นพบอันหนึ่ง ประเด็นก็คือว่า คล้ายๆกับมันมีจุดเริ่มต้นหนึ่ง อันที่จริงรัฐบาลก็ยังไม่ได้ไปผลักดันอะไรให้มันไปเกิดตรงบางลำภู แต่มันไปของมันเอง เช่นกันกับตรงนานาที่ทางตะวันออกกลางเดินทางมานี่ ส่วนหนึ่งเกิดจากการบอกต่อกัน ที่นี้ในเฟสที่ 2 นี่การศึกษาของเราแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ซึ่ง 2 ส่วน คือ ส่วนหนึ่งนี่
-----------------------	---

	เราตรงไปเจาะลึกแล้วก็วิเคราะห์เป็นภาษาเศรษฐศาสตร์ เรียกว่าเป็น Demand หรืออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวแต่ที่นี้เราขยายบทบาทออกไปหมด ก็คือว่าในฐานะตะวันออกกลางด้วยก็จะคัดเลือกออกมาเท่าที่สถิติมีอยู่ประมาณ 3-4 ประเทศ แล้วก็จากนั้นก็รวมถึงกลุ่มประเทศอื่นๆ ด้วยที่นี้รวมหมดเป็น 10 กว่าประเทศมีตั้งแต่อเมริกา ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น เกาหลี จากนั้นเราก็จะสร้างขึ้นมาเป็นตัวแบบ ตัวแบบอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาจากแต่ละประเทศเพื่อที่จะเปรียบเทียบ เทียบกับนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางเองนะ ทั้งนี้และทั้งนั้นก็เพื่อในท้ายที่สุด ในการวางยุทธศาสตร์จะได้รู้ว่า ผลประโยชน์ที่จะลงมาตกอยู่กับประเทศสูงที่สุดต่ำสุดเป็นอย่างไร ในฐานะที่ตะวันออกกลางก็เป็นหนึ่งในนักท่องเที่ยวด้วยที่เราต้องการศึกษาอยู่นะครับ ที่นี้ part ที่ 2 นี้เราอยากจะทราบประสบการณ์ความรู้หรือข้อสังเกตจากพวกเรา (มัคคุเทศก์) ที่สัมผัสอยู่นี้ะครับ เพื่อจะมาตรวจสอบ (cross check) กับผลที่เราได้จากการใช้เชิงปริมาณจากการที่เราสร้างตัวแบบขึ้นมาเพื่อดูว่ามันสอดคล้องกันแค่ไหนด้วยส่วนหนึ่ง แล้วอาจจะได้รับความรู้เพิ่มเติมจากพวกเราเองแล้วก็จากที่เราได้สัมผัสมา เท่าที่ผมทราบก็คือว่า ก็ได้ส่งประเด็นหลักไปหลาย ๆ กลุ่ม มีทั้งมัคคุเทศก์ที่สัมผัสทั้งเอเชีย ทั้งยุโรปด้วย แล้วก็ตะวันออกกลางด้วยโดยเฉพาะ นะครับ เราก็ที่คำถามส่วนหนึ่งก็คือ เรามีคำตอบอยู่ที่ตัวแบบของเรา แล้วก็อยากจะดูว่าจากที่เรา Observe กับที่เราสัมผัสครั้งนี้ มันมีความสอดคล้องหรือแตกต่างกันอย่างไร เพื่อจะได้ยืนยันชัดเจนลงไปนะครับ บางเรื่องผมอาจจะยังพูดตรงนี้ไม่ได้เพราะว่าเดี่ยวจะเป็นการชี้นำ แม้กระทั่งวิกฤตต่างๆที่เกิดขึ้นนะครับ เราก็ทดสอบตั้งแต่เรื่องของวิกฤตเศรษฐกิจปี 97 ทดสอบเรื่อง 2008 ทดสอบเรื่อง 2003 มีการทดสอบเรื่องปิดสนามบินนะ ผลนี้ขึ้นอยู่กับประเทศว่า เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มไหนในทำนองนี้นะครับ
อาจารย์ไพฑูรย์	เชิญครับ
มัคคุเทศก์	เมื่อ 20 ที่แล้ว ชาวตะวันออกกลางที่เข้ามาส่วนมากก็จะมีอย่างคุณวีระ มุสิกพงษ์ พวกนี้เริ่มแรกจากค้าขายเกี่ยวกับไม้หอม แล้วก็น้ำมันธรรมชาติ ตระกูลของคุณวีระนี้เขาก็จะแต่งงานกับมุสลิม อย่างน้องของเขาแล้วเขาก็จะทำไม้อัดพวกนี้ ต่อมาก็เป็นแรงงาน แล้วก็มิกซ์กันนักธุรกิจ สำหรับแรงงานเริ่มใหม่นี้เข้ามาที่ละ 5 คน 10 คน ไม่ถึง 50 คนเข้ามาเพื่อที่จะหาคนงานไปทำงานแค่นั้นเองไม่มีอะไร แต่มาตอนหลังก็มีพวกมาเลย์ ประเทศที่เปิด พวกมาเลย์เข้ามาก็จะเอาคนไทยเข้าไปในลักษณะเป็นแม่บ้าน แล้วเอาไปหาเงิน นี่คือพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาบ้านเรา จุดใหญ่ทำไมถึงไปอยู่ที่นั่น เพราะว่ามันจะมีพวกเลบานอนที่อพยพจากตะวันออกกลางเข้ามา เขาก็จะเข้ามาทำงานร้านอาหารโดยตรง แล้วพวกนี้ก็จะเก่งมาก เขาทำอาหารอาหรับเป็น ที่รวยเป็นพวกอาหรับโดยเฉพาะมุสลิม ในการทำอาหารแล้วก็จะมีการมาเด่นระบำพื้นเมืองในร้านอาหาร ระบำโซว์หน้าท้อง ซึ่ง popular มากตอนนั้นแล้วคนที่ขึ้นไปในสถานที่นี่นั้นได้ต้องเป็นคนที่มีเงิน นอกนั้นก็จะเป็นร้านอาหารเล็กๆ ทำไมพวกตะวันออกกลางถึงชอบมาบ้านเรา เพราะว่าบ้านเราสามารถดื่มสุราได้ แต่ในประเทศเขาไม่สามารถแตะต้องได้ เขามีขายเหมือนกันแต่คุณต้องซื้อไปและไปดื่มในบ้าน เพราะฉะนั้นมันจะมีข้อห้ามหลายๆข้ออันนี้เป็นกฎของพวกมุสลิม คนที่จะดื่มสุราได้คือชนชั้นสูง พฤติกรรมบ้านเราก็มีคือ สมัยก่อนบ้านหลังหนึ่งจะมีคนประมาณ 20-50 คนเป็นพวกคนเหนือ

	พวกนี้จะมีเหมือนกับโรงแรมจังหวัดคุณก็รู้แต่ก่อนคนไทยก็ 120 บาทค่าคืนก็ 200 บาท แต่ถ้าเป็นบ้านก็จะแพงหน่อยบางบ้าน 500 บางบ้าน 600 แต่มีคฤหาสน์ที่ทำธุรกิจด้านนี้ เราก็จะทำอยู่ที่ประมาณ 2000 เยอะนะ คอมมิชชั่นสูงมาก ชาวต่างชาติที่เข้ามา เขาพักกันเป็นเดือน คุณคิดดูสิถ้าเราเช่าให้ ถ้าคุณได้วันละ 1500 เดือนหนึ่งคุณได้เท่าไร นี่คือธุรกิจในบ้าน นักท่องเที่ยวสำหรับพวกนี้กลางวันเขาจะนอน กลางคืนเขาจะเที่ยว พอ 3 ทุ่มคุณไปได้เลย สมัยก่อนมันก็จะไล่มาเรื่อยๆ ตั้งแต่บาร์ โดยจะมีจุดที่เป็นจุดศูนย์รวม ที่นั่นทุกคืนจะมีชาวอาหรับมารวมกันที่นั่น ถ้าคุณเอาเข้าไป คุณได้แล้ว 200 บาทแต่เดี๋ยวนี้ปิดไปหมดแล้ว หลังจากนั้นมาก็จะเป็น After six ก็จะมีการยิงกันระหว่างตำรวจกับทหาร จากนั้นก็ปิด ก็ไม่มีตลาดท่องเที่ยว entertain ด้านนี้ให้กับนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกกลาง แล้วก็กลายเป็นพวกสถานที่อาบอบนวดขึ้นอย่างในปัจจุบัน อย่างโรงแรมทำไมต้องอยู่เป็นจุด อย่างที่พัทยาทำไมต้องมี Four hotel ถ้าเป็นกรุงเทพทำไมต้องเป็น great hotel เพราะนี่คือจุดเริ่มต้นของชาวอาหรับซึ่งเป็นโรงแรมราคาถูก ในอดีตนี้ถ้าคุณพาไปที่ great ค่าใช้จ่ายนี่คือคืนละ 700 บาทค่ารถ limousine มาจากสนามบินไปส่งที่ Great ก็จะได้ 10% วันหนึ่ง 70 บาท เดือนหนึ่งเท่าไร แล้ววันหนึ่งชาวอาหรับเข้ามาเท่าไร ถ้าคุณวิ่งแค่ 3 เที่ยวคุณได้แค่ห้องละ 70 บาทเดือนหนึ่งเท่าไรแล้วพวกนี้อยู่ที่ 2-3 เดือนในอดีตนะครับ เพื่อจะดื่มกินเที่ยว จะไม่ไปไหนนอกจากกรุงเทพ พัทยา นั่นคืออดีต แต่ตอนนี้ไม่ใช่ตอนนี้พวกที่เข้ามาส่วนใหญ่จะเป็นดูไบส่วนมาก อิรัก อิหร่านมาบ้าง ตอนนี้เพราะว่าประเทศเขาเริ่มเปิดแล้ว แต่ซาอุดีอาระเบียนี้เริ่มหายไปเพราะว่าหนึ่งสัตว์สงวน สองการเมือง ปัจจุบันนี้ดูไบก็หายไปแล้วเหตุผลเพราะการเมือง ดูไบนี่ตอนที่เข้ามาแต่ละกลุ่มจะเข้ามาแบบ family ตั้งแต่ 4-50 คน เฉพาะค่าตัวเครื่องบินไปกลับก็ 50,000 บาท ถ้าเป็น Business Class หรือ First Class นี่เกิน 100,000 ขึ้น business Class ก็ไปกลับ 70,000 บาท ถ้า first class 100,000 up แล้วคิดดูใน 1 ครอบครัวเขาจะเข้ามาในวันหยุดเพื่อมาพักผ่อนหรือมาเที่ยว เพราะเขาไม่สามารถไปเที่ยวที่ยุโรปหรืออเมริกาได้ เพราะพวกนี้ถูกกีดกันจากการเมืองตั้งแต่เริ่มมีสงคราม เริ่มเกิดตั้งแต่เหตุการณ์ 9-11 พวกนี้ไม่สามารถเข้าที่อังกฤษ อเมริกาหรือยุโรปได้ แต่ประเทศไทยนี้เขามาไม่ได้มาเที่ยว แต่เข้ามาเพื่อรักษาตัวเพราะว่าคนประเทศเขาก็คือความดัน สายตา เบาหวาน นี่คือสิ่งที่สำคัญ แล้วโรงพยาบาลที่ได้ก็คือ บำรุงราษฎร์ สมิติเวช กรุงเทพ เปาโล ปิยะเวช ทำไมถึงได้เฉพาะโรงพยาบาลพวกนี้ เพราะเมื่อก่อนเฉพาะสมิติเวชจะเริ่มแรกที่จะรับการผ่าตัดได้ แต่ต่อมาหลังจากที่คุณสุรารัตน์นำเงินมาซื้อหุ้นโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ บำรุงราษฎร์ก็ได้รับข้อมูลเรื่องนี้ จากนั้นโรงพยาบาลก็มาเสนอแถมคฤหาสน์ว่าให้พานักท่องเที่ยวมาแล้วจะได้คอมมิชชั่น ทีนี้พวกมีคฤหาสน์ที่มองคุณค่าก็จะมองว่าจะได้ประโยชน์อะไร ถ้าเราไปเอาคนป่วยเข้ามาคือความรู้สึกเหมือนกับขัดกับความเป็นชาวพุทธนะ มันไม่ดี
นักวิจัย	แล้วจากทรงสนะของนักบิน มีพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมาแลกเปลี่ยนบ้างไหม
นักบิน	ก็พบว่ามีลักษณะคล้ายๆกันที่กล่าวมาครับ แต่ส่วนมากนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางที่มาประเทศไทยก็จะมารักษาตัวเป็นส่วนมาก ส่วนมากจะเป็นอย่างนั้นมากกว่า
อาจารย์ไพฑูรย์	แล้วอย่างที่เรารับมา อย่างมาเลเซีย ในสายตาของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับไทย

มัลคฤเทศก์	ผมว่าชาวตะวันตกออกกลางนี้มีวิธีการที่ดีกว่าเยอะ เขามองไทยเป็นจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยว ถึงแม้เขาจะมี fight บินตรงไปมาเลเซียได้ แต่เขาจะเลือกมาที่นี่ก่อนแล้วมาซื้อทางเลือก/แพคเกจ (Option) จากที่นี่ไปต่อมาเลเซียอีกครั้ง เพราะว่าค่าใช้จ่ายของประเทศไทยถูกกว่าเยอะ เพราะว่าหากซื้อขายของบ้านเขาจะเป็น “ริงกิต” แต่ถ้าซื้อจากบ้านเราจะมีตลาดต่างชาติโดยตรงที่มาประกอบธุรกิจที่นี่แล้วขาย Option แล้วจะได้รับบริการในราคาเงินบาทซึ่งถูกกว่า
มัลคฤเทศก์	สำหรับกลุ่มอิรัก อิหร่านก็มีเข้ามาในประเทศไทยบ้าง แต่ส่วนใหญ่จะเข้ามาเป็นแบบธุรกิจบ้างท่องเที่ยวบ้าง แต่ส่วนใหญ่จะเป็น Package แต่สำหรับดูไบเดี่ยวนี้นะจะไม่ใช้ Package เพราะว่าจากพฤติกรรมชาวดูไบนี้ไม่สามารถทำ Package ได้ เพราะว่ากลางวันเขานอน กลางคืนเขาเที่ยว ไม่ตรงเวลา
อาจารย์ไพฑูรย์	จำได้ ว่ามีประเด็นหนึ่งที่โรงแรมที่พัก เขาจะบ่นว่าตะวันออกกลางนี้คล้าย ๆ กับว่าใช้บริการโรงแรมเต็มที
มัลคฤเทศก์	พวกตะวันออกกลางนี้เราจะไปแตะต้องครอบครัวเขาไม่ได้ เช่น อย่างเด็กที่เข้ามา อย่างเด็กที่บางโรงแรมเขาจะไม่รับเลย ถ้าคุณคลุมหัวมาเข้าโรงแรม 5 ดาวนี้ เขาไม่รับคุณเลยนะ คุณต้องแต่งตัวอีกแบบหนึ่ง ถ้าคุณโปกหัวมานี้เขาไม่ให้เข้านะ ตามโรงแรมใหญ่ๆบ้านเรา เพราะฉะนั้นเขาจะมีจุดหนึ่ง เช่น “แจกรีด” ซีนิต เบลแอร์ อมารีเวอร์วาด นี่ๆคือใน location ของเขาใจ นี่คือตะวันออกกลาง แต่ว่าบางโรงแรมจะไม่รับ ถ้าคุณบอกมีเด็กมาด้วยเขาก็ไม่รับ เพราะว่าเด็กนี่ชนแล้ววุ่นวาย นอกจากนี้ลักษณะหนึ่งเวลาที่ลูกค้ามาพักอยู่โรงแรม เขาจะซื้ออาหารเข้าไปทานในโรงแรม เขาไม่ทานอาหารของโรงแรมนะครับ เขาจะซื้อจากร้านค้าหรือสั่งจากร้านค้าเข้ามากิน แล้วเวลาเขาทานเขาใช้มือ เขาไม่ใช่ช้อน ทานเสร็จก็ป้ายตามพรม ตามไรต่างๆ ซึ่งทำให้ห้องพักแยะมาก
อาจารย์ไพฑูรย์	นี่เป็นเหตุผลว่า เราถึงสงสัยว่าทำไมนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เกิด market segmentation
มัลคฤเทศก์	เฉพาะโรงแรมที่ผมอยู่คือ Royal Guard ลูกค้านี่ผมมีผมนี้ ผมมีความสัมพันธ์จะได้คำตอบแทนสูง แต่ถ้าเป็นตะวันออกกลางผมจะอยู่ที่ 2,100-2,200 นี่คือราคาจากความสัมพันธ์ของผมนะ แต่ผมไม่ทราบว่าเป็น Agent อื่นราคาเท่าไร เพราะว่าผมทำอยู่ที่นี้มา 10 กว่าปี ส่งให้ที่โรงแรมนี้ตลอด แล้วร้านอื่นผมก็ได้ราคาถูกกว่า แล้วทุกโรงแรมจะเป็นลักษณะนั้น เขามีอัตรากำหนดเลยว่า คนเอเชียราคาเท่าไร international ราคาเท่าไร หรือว่าเป็น zone ยุโรปราคาเท่าไร แล้วก็ทำประกัน แต่ว่าถ้าทำประกันจะ charge แพงหน่อย สูงมาก ๆ
อาจารย์ไพฑูรย์	หมายถึง นักท่องเที่ยวอินเดียใช้ไหม
มัลคฤเทศก์	ไม่ใช่ครับ อินเดียราคาถูก อินเดียจะราคาถูกเพราะเขามาครั้งละเป็นร้อยๆคน
อาจารย์ไพฑูรย์	แล้วระยะหลัง ๆ อินเดียเริ่มเข้ามามาก
มัลคฤเทศก์	อินเดียกับเวียดนามเริ่มเข้ามาในสมัยคุณทักษิณ เพราะว่าคุณทักษิณนั้นได้ไปเปิดตลาดเอาไว้

มัตคุเทศก์	สำหรับ นักท่องเที่ยวเกาหลี นี้ เข้ามาในฐานะการแลกเปลี่ยนศิลปวัฒนธรรมกัน ซึ่งก่อนหน้านี้จะเป็นคนของคุณชาวลิต ยงใจยุทธ คือคล้ายกับว่ามีธุรกิจแลกเปลี่ยนซึ่งกันและกัน แล้วประกอบกับการลงทุนในสมัยรัฐบาลของคุณชาวลิต ยงใจยุทธ แล้วก็บุคคลคนนี้มีอำนาจมาก เพราะคุณจะได้สังเกตเห็นได้ว่าสำหรับนักท่องเที่ยวเกาหลีที่เข้ามาจะมีรถพวงรถจากราหน้า รถมอเตอร์ไซด์หรือรถของกองปราบจะเป็นลักษณะของ VIP ตลอด แล้วเข้ามาครั้งละหลายคันรถ (Bus) เข้ามาเป็นกลุ่ม พวกนักท่องเที่ยวเกาหลีที่เข้ามาส่วนใหญ่แล้วมัตคุเทศก์ไทยจะได้ประโยชน์อย่างมาก เพราะว่าเกาหลีจะเปิดตลาดของเขาเอง โดยที่เป็นการลงทุนของเขาเอง มีร้านเป็นของตนเอง คือเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาปั๊บ โรงแรมก็จะเป็นโรงแรมที่คนเกาหลีเช่าอยู่ คนเกาหลีจะเช่าเหมาโรงแรมเลย ไม่ก็ซื้อเป็นเจ้าของเลย เพราะว่าเขามีผู้ใหญ่มากในไทยที่หนุนหลังอยู่ ถ้าเป็นลักษณะของการลงนักท่องเที่ยวตามโรงแรมต่างๆ โรงแรมพวกนั้นก็จะเป็นโรงแรมราคาถูก ค่าใช้จ่ายถูก เกาหลีนี้โรงแรมที่จ่ายจะถูกกว่าตลาดญี่ปุ่น เกาหลีกับจีนนี้ราคาเดียวกัน มันจะแล้วแต่ คนเกาหลีพวกนี้เขาจะเหมือนกับคนไทย คือเวลาไปต่างประเทศ คุณจะไม่ค่อยมีเวลาเลย เข้าตึ้นขึ้นมาก็ออกเที่ยว เที่ยวเสร็จกลับมาก็นอน แล้วก็ต้องไปตามโปรแกรม เพราะซื้อเป็น Package ไป
มัตคุเทศก์	ขอเสริมนะคะ คือ วัฒนธรรมเกาหลีรุ่นแรกๆอาจจะเป็นอย่างนั้น แต่หลังๆไม่ใช่ เพราะว่าคนเกาหลีนี้คือที่เขามาเที่ยวเมืองไทยเพราะเห็นว่าคล้ายๆคนจีน ถ้าเขาเที่ยวในเกาหลีเองจะแพงกว่าที่เขามาเที่ยวเมืองไทย เขาก็เลยซื้อตั๋วมาเที่ยวเมืองไทยเป็น Group ใหญ่ๆ เมื่อ 10 ปีก่อนมาครั้งละเยอะมาก แล้วพวกที่เขามารุ่นก่อน ก็จะมาเปิดร้านอาหาร ร้าน shopping แล้วทำ contact กับโรงแรมโดยโรงแรมไหนใหม่ ชาวเกาหลีก็จะรีบเข้าไปใช้บริการ สร้าง contact แล้วกำหนดไว้ เดือนนี้จะมียกนักท่องเที่ยว 300 คน เพื่อจะได้ราคาที่มีอยู่ แล้วหลังจากนั้นจะศึกษาข้อมูลดูว่า ถ้าโรงแรมไหนเก่าหรือมีประวัติของหาย เขาจะส่งข่าวกันทาง internet และเลิกใช้บริการโรงแรมนั้นๆไปเลย นอกจากนี้ คนเกาหลียังมีสมาคมเกาหลีที่คอยดูแลด้วย อย่างแต่ก่อนที่พัทยาก็เจอกรณีแบบนี้เยอะมาก และส่วนใหญ่หากนักท่องเที่ยวเกาหลีเข้ามาแล้วมัตคุเทศก์ไทยเราจะไม่ค่อยได้เงิน นอกจากจะได้แต่ค่ารถ ค่าโรงแรม
อาจารย์ไพฑูรย์	นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นละครับ
มัตคุเทศก์	เมื่อ 25 ปีที่แล้ว นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเข้ามาในลักษณะของพนักงานโรงงาน ซึ่งเข้ามาเหมือนเวียดนามในปัจจุบันนี้ คือเมื่อคนญี่ปุ่นทำงานหนักแล้วใน 1 ปี โรงงานจะให้สิทธิเขาพักผ่อน ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นเข้ามานี้เป็นกลุ่ม (group) ใหญ่ๆเลย ในสมัยนั้นน่าจะเป็นบริษัท คีเอ็มคอนแท็ก จากบริษัทเล็กๆ ขายตัวเครื่องบินเล็กๆนี่ เป็นห้องแถวเล็กริมถนนสุรวงศ์ เริ่มจากไม่มีอะไร เมื่อเปิดตลาดนักท่องเที่ยวญี่ปุ่นได้ประมาณปีหนึ่ง สามารถหารถบัสได้เพิ่มขึ้นถึง 50 คัน ทำไม่ถึงทำได้ เพราะคนญี่ปุ่นเข้ามาเที่ยวนี้จะเป็นชาวนา ชาวไร่ ชาวสวน เป็นพนักงานโรงงาน คือโรงงานเมื่อถึงสิ้นปีเขาจะให้วันหยุด (Holiday) กับพนักงานของเขา เวลามาถึงประเทศไทยนี้ แบงค์ 100 ดอลลาร์ นี่ยังไม่รู้เลย คือคุณอยากได้อะไรคุณเอาไปเลย คือ เขาโชว์เงินให้ คุณก็ดึงไปเลย สมัยก่อนถ้าเป็นอาบอบนวดหรือเป็นสถานที่บันเทิง ก็จะมีคนไปโกงนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น เอาเงินดอลลาร์ปลอมไปแลก สมมตินักท่องเที่ยวจ่ายไป 100 ดอลลาร์ ถ้าสมมติต้องทอน 80 ดอลลาร์ นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นอาจจะได้เงิน 40 ดอลลาร์ และเงินดอลลาร์ปลอมอีก 40 ดอลลาร์ นั่นคือ นักท่องเที่ยวเขาไม่รู้อะไรเลย นี่คือลักษณะของญี่ปุ่นสมัยนั้น

	ในสมัยนั้นยังควบคุม (Control) ด้วยระบบของยาภูเขา คือ พวกนักเลงญี่ปุ่นที่เหมือนกับในปัจจุบัน เกาหลีก็เป็นเช่นนั้น ในสมัยนั้นคนญี่ปุ่นที่เข้ามาเที่ยวมาก็จะเป็นอย่างนั้น แต่ปัจจุบันนี้ไม่ใช่ ปัจจุบันนี้จะเป็นบริษัทเล็กๆ ในประเทศญี่ปุ่น เป็นบริษัทท่องเที่ยวเล็กๆ แล้วจะมี Brochure ตั้ง แล้วเมื่อเดินเข้าไป คุณสามารถซื้อตั๋วเครื่องบินราคาไปกลับ ในปัจจุบัน ถ้าไปกลับโตเกียวจะอยู่ที่ประมาณ 7 หมื่นเยน ตอนนี้ที่ญี่ปุ่นขายอยู่ที่ตัวไปกลับ 1 อาทิตย์ ที่ราคา 7 หมื่นเยน แล้วเขาก็จะมาซื้อ option เพิ่ม หลักแล้ว สถานที่ที่คนญี่ปุ่นจะเที่ยวนิยมมาเที่ยวในไทย ก็คือ ออยุธยา หรือสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นศิลปวัฒนธรรมของไทย นี่คือ ลักษณะคนญี่ปุ่นที่มาเที่ยว แต่สำหรับนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางนี้ ไม่ได้เที่ยวอย่างนั้น ลักษณะการท่องเที่ยวของคนตะวันออกกลางจะมาเป็นครอบครัว family เวลาจะเที่ยวก็ไป Dream World เที่ยวซาฟารีเวิลด์ สถานที่ที่ตื่นสายได้ สถานที่ต้องตื่นเช้าอย่างตลาดน้ำนี้ ตะวันออกกลางเขาจะไม่ไป
อาจารย์ไพฑูรย์	ในกรณีที่นักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาเองกับลักษณะที่มาเป็น Package ไม่ทราบว่าจะระหว่างเอเชียกับตะวันออกกลางนี้ แตกต่างกันมากน้อยแค่ไหน
มัทคุเทศก์	ความแตกต่างกัน อยู่ที่นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางนี้จัดเป็น package ไม่ได้ คือ ตะวันออกกลาง เขาจะซื้อเป็นตั๋วเครื่องบินมา แล้วมาซื้อ option ที่นี้ คือ จะเลือกการท่องเที่ยวจาก counter ทัวร์ในโรงแรม หรือออฟฟิศใกล้ๆ โรงแรม เพราะฉะนั้นกรณีนักท่องเที่ยวตะวันออกกลางนี้ หากไปสังเกตในชอยนานา จะมีออฟฟิศทัวร์ทั้งชอยอยู่ประมาณรวม 200 บริษัท ไม่ใช่ 100 นะ คืออยู่ติดกันเลยเรียงกัน เป็นฟรีดเลย ซึ่งนักท่องเที่ยวเขาจะเดินเช็คราคาและบริการเอง ลักษณะวิธีการท่องเที่ยวจะแตกต่างจากสมัยก่อน ที่ก่อนหน้านี้ตลาดแรกจะทำให้ประเทศไทยเสียดุลการค้า ปัจจุบันตลาดแรกคือมีทุกอย่าง ร้านขายรองเท้าก็ยังสามารถขายทัวร์ได้
อาจารย์ไพฑูรย์	สำหรับนักท่องเที่ยวทางยุโรปมีความเห็นเพิ่มเติมไหมครับ
มัทคุเทศก์	นักท่องเที่ยวยุโรปเป็นพวกชอบท่องเที่ยวเป็นการส่วนตัวค่ะ ส่วนใหญ่แล้วคนยุโรปอยากมาศึกษาวัฒนธรรมในประเทศไทย ส่วนใหญ่ ถ้าเป็นยุโรปแล้วรู้จักกันก็จะพามาถึงที่บ้านเลย ซึ่งลักษณะจะไม่เหมือนชาวเอเชีย ยุโรปเขาอยากศึกษาวัฒนธรรมอย่างเดียว มีครั้งหนึ่งที่เพื่อนนักท่องเที่ยวที่เราดูแล เขาเป็นอาจารย์ เขาอยากมาเรียนรู้ ส่วนใหญ่แล้วการทัวร์กับชาวยุโรปมักทำเป็นกลุ่มส่วนตัว (Private) พวกญาติ พวกนี้ก็จะแนะนำกันต่อๆกันมา อีกกรณีหนึ่งที่เคยดูแล ในกรณีนี้จะเป็นชาวเยอรมัน มีตัวอย่างหนึ่งคือ สามีชาวเยอรมัน มีภรรยาเป็นชาวไทย พอสามีมามีเมียเมืองไทยด้วย ถามว่าเธอไปไหน เธอไปแท็กซี่นะ ฉันไม่ไป ฉันอยากไปรถเมล์ ไปรถสองแถว ความสะดวกสบายนี้สามีเขาไม่เอา เขาอยากมาศึกษาวัฒนธรรม เพราะงั้นเราจึงต้องพาเขาไปในที่ชุมชน เขาจะไม่เอา shopping ไม่เอาอะไร จะทานอาหารไทย
มัทคุเทศก์	โดยทั่วไป คนเยอรมันเป็นคนดี ทำงาน ผมไปอยู่เยอรมันมา 3 เดือน สวิส 3 เดือน และฝรั่งเศส ความแตกต่างระหว่างเยอรมันกับฝรั่งเศสนี้แตกต่างกัน คือ อิสระเสรี ฝรั่งเศสปีหนึ่ง คุณเที่ยวไม่ทั่วประเทศ เขา สถานที่ท่องเที่ยวเขาเยอะมาก สำหรับคนเยอรมันนี้มีลักษณะที่ดี เป็นคนที่ทำงานหนัก แล้วเวลาพักผ่อนเขาดี คือ เวลาทำงานเขาคือ คุณทำงานวันละ 8 ชม บางออฟฟิศทำงานแค่ 6 ชม แต่ถ้าคุณอยาก Get collect day off คุณทำไปเลย 24 ชม คุณสามารถทำงานได้ทำคุณก็ทำไป แล้วคุณสามารถ

	เก็บวันหยุดสะสมไว้ได้ไม่เกิน 3 เดือน เมื่อคุณทำงานหนัก พอคุณเก็บวันหยุดสะสมมา ปีหนึ่ง 3 เดือน คุณก็ออกท่องเที่ยวแล้ว บริษัทเขาก็อนุญาตไม่ว่าจะเป็นบริษัทเอกชน หรือราชการก็เหมือนกันด้วย โดยไม่โดนให้ออกจากงาน
มัคคุเทศก์	คนเยอรมันเขาเป็นชาติที่มีวัฒนธรรมสูงส่งมาก ถ้าคุณไปเรียนรู้เกี่ยวกับสถานที่ของเขา อย่างโบสถ์เขา เล็กแค่นี้ (แสดงท่าทางประมาณห้องประชุม) ความรู้สึกในโบสถ์ที่คุณเข้าไปคุณจะรู้สึกอบอุ่นมาก แล้วถ้าคุณไปเรียนรู้วัฒนธรรมเขาแล้วมาปรับใช้ในเมืองไทยนะ ประเทศไทยนี้ใช้ไม่ได้เลย ยกตัวอย่างเช่น วัด หรือ สถานที่ท่องเที่ยวนี้ลองไปดู มีแต่คนค้าขายอะไรก็ไม่รู้ นักท่องเที่ยวเดินไปก็ 100 บาท ทั้งที่ราคาของเพียง 10 บาท แต่ขาย 100 บาท หรือของ 100 บาท คุณขาย 1000 บาท แม้ว่าผมจะเป็นไกด์ แต่ผมพูดไม่ได้ เพราะผมพูดผมก็โดนคนพวกนี้เล่นงาน ว่า คุณเป็นคนไทยหรือเปล่า? คุณยุ่งอะไรด้วย? นี่คือ แล้วพวกนี้กลุ่มนี้จะเป็นพวกเป็นแก๊ง ซึ่งจ่ายเงินให้กับตำรวจอีกต่อ
มัคคุเทศก์	สิ่งที่มัคคุเทศก์อย่างเราทำได้อย่างเดียวคือ ก่อนจะลงจากรถ มัคคุเทศก์จะบอกกับลูกค้าว่า ถ้ามีคนเอาของมาให้หรือมาขายอย่างไร ถ้าไม่สนใจ อย่าจับ อย่ารับ อย่ายุ่ง
อาจารย์ไพฑูรย์	สำหรับประเด็นเกี่ยวกับมัคคุเทศก์ผี มัคคุเทศก์แฝงลอย
มัคคุเทศก์ทั้งหมด	มี มีเต็มไปหมด ขนาดหน้าวัดพระแก้วยังมี มีคนที่ผลิตมัคคุเทศก์ผี โดยปลอมบัตรประจำตัวมัคคุเทศก์ขึ้นหรือทำเลียนแบบบัตรของจริง
มัคคุเทศก์	ระบบมัคคุเทศก์ค่อนข้างจำกัดสำหรับคนไม่ได้จบปริญญา คือ คนที่ไม่ได้จบปริญญาจะไม่มีโอกาสสมัยก่อนการอบรมมัคคุเทศก์ที่สถานศึกษาต่างๆ ทุกคนต้องจบปริญญา แล้วจะอย่างไรจึงจะได้เป็นไกด์ จนกระทั่งได้ไปอบรม Domestic ได้บัตรมัคคุเทศก์เต็มตัว ที่นี้ผมมีภาษา แต่บัตรใช้ไม่ได้เพราะมีบัตรทอง ระเบียบกำหนดว่าต้องเป็นบัตรเงินเท่านั้น ถึงจะสามารถทำทัวร์ inbound ได้ นี่คือข้อแตกต่าง
อาจารย์ไพฑูรย์	แล้ว Inbound กับ Outbound มันไม่เหมือนกัน ให้สิทธิ์ไม่เท่ากันหรือครับ
มัคคุเทศก์	ครับให้ สิทธิ์ไม่เท่ากัน คุณอบรม Domestic นี่คือการอบรมศิลปวัฒนธรรม การเรียนรู้ สถานที่ต่างๆ แต่คุณทำได้เฉพาะตัวคุณ แต่คุณทำ inbound ไม่ได้
มัคคุเทศก์	มันมีแยกบัตรสีเงิน บัตรสีทอง บัตรสีบรอนด์ เงินป่า ขายทะเล ราคาต่างกันอีก บัตรทอง บัตรไทยแก้ว Temple
อาจารย์ไพฑูรย์	ผมคิดว่า การระดมความเห็นในวันนี้ คือ อะไรที่ต้องการมาตรวจสอบ (Double check) กับผลการศึกษาที่เราดำเนินการอยู่ คือ กำลังตรวจสอบเรื่องความยืดหยุ่นต่อรายได้ (Income Elasticity) ของนักท่องเที่ยวจากแต่ละประเทศมันไม่เท่ากัน ตรงนี้มีผลกับการวางแผนนโยบายมาก คือ เราจะทราบได้เลยว่า ภาพรวมของการท่องเที่ยวสำหรับประเทศไทยมันดีมาก โดยเฉพาะถ้าระบบเศรษฐกิจของโลกยังไม่สะดุด จะมีแนวโน้มขยายตัวขึ้นเรื่อยๆ และจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาประเทศไทยเยอะมาก ตรงนี้สามารถยืนยันได้เลย แต่ว่านักท่องเที่ยวแต่ละประเทศก็จะไม่เท่ากัน สมมติว่าแต่ละประเทศมีการขยายตัวทางเศรษฐกิจเพิ่มขึ้นเท่ากัน แต่ว่านักท่องเที่ยวเขาจะมาเที่ยวเมืองไทย มาไม่เท่ากัน สมมตินักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1% มันก็จะศึกษา

	ได้นำน้ำหนักความสำคัญของนักท่องเที่ยวแต่ละประเทศไหน เป็นอย่างไร ผลก็ออกมาเราจะดูต้นทุนรวมทั้งหมด (total cost) ต้นทุนการเดินทาง หรือ ค่าใช้จ่ายในประเทศเมื่อเทียบกับคู่แข่ง 2 ประเทศหลักที่ผมตั้งไว้ คือ มาเลเซีย และสิงคโปร์ ซึ่งเราก็จะเช็คดูว่าเป็นยังไงบ้าง
มัตตุเทศก์	ผมคิดว่าน่าจะเปรียบเทียบกับที่ประเทศเวียดนามมากกว่า เพราะว่าเวียดนามมีนักท่องเที่ยวพอกันกับประเทศไทย
	ตอนนั้นเขมร ลาว พม่า เวียดนาม ศักยภาพเขาเท่ากับเรา เขามี Group กลาง มีโรงแรม มีเจดีย์
	ยังมีหลวงพระบาง ยังมีเขมรอีก แต่อย่างไร ก็ยังสู้การท่องเที่ยวในบ้านเราไม่ได้
มัตตุเทศก์	อย่างประสบการณ์ที่ผมทำงานมา อันดับแรกคือ เรื่องของโรงแรม ยุโรป อินเดีย ญี่ปุ่น เกาหลี กับโรงแรมในกรุงเทพฯเขาจะแบ่งเกรด อย่าง ปทุมวันพรีนเซส ง่ายๆ ที่นั่นนักท่องเที่ยวที่จะมาพักคือสิงคโปร์ แต่ละโรงแรมจะมี Nature เป็นของตัวเอง อย่างอินเดียก็ประเภทหนึ่ง มักจะมีปัญหาเรื่องกลิ่นตัวแรงจะนอนกับนักท่องเที่ยวชาติอื่นไม่ได้ พอนอนแล้วกลิ่นติดที่นอน โรงแรมพวกนี้ฝ่ายบริหารของเขาลาด โดยเขาจะแบ่งแยกเป็นชั้นๆ เช่น กำหนดให้ชั้น (Floor) นี้เป็นของชาติ ? แยกเป็นกลุ่มๆ เกาหลี อินเดีย ยุโรป เพราะอย่างนักท่องเที่ยวเกาหลี นักท่องเที่ยวชาติอื่นก็อยู่ไม่ได้เพราะกลิ่นบูหรือเต็มหมด สำหรับนักท่องเที่ยวยุโรปจะไม่อยู่กับเอเชีย ซึ่งนักท่องเที่ยวยุโรป กับอเมริกัน หากรู้ว่าเอเชีย จีน เกาหลี อยู่เยอะ กลุ่มนี้เขาจะไม่พัก เพราะตอนเช้าเขาไม่ชอบมาโขงโขงเสียงดังกับคนจีน
อาจารย์ไพฑูรย์	คือตลาดการท่องเที่ยวเป็นการแข่งขันกันนะ กลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มเดียวกันก็มีการแบ่งกัน ถ้าคนละกลุ่ม อย่างชอบธรรมชาติหน่อยก็อาจจะเป็นลาว
มัตตุเทศก์	สำหรับสถานการณ์การเมืองจริงๆไม่มีปัญหาต่อการท่องเที่ยวมาก หากสังเกตดูชาวต่างชาติ คุณ จะสังเกตได้จากพระบรมมหาราชวัง ขนาดในสมัยหลายปีก่อนที่มีโรคซาร์ระบาด คุณมีนักท่องเที่ยวเข้าพระราชวัง 2,000 คน สำหรับวันนี้ในพระบรมมหาราชวังมีนักท่องเที่ยว 4,000-5,000 คน ทั้งๆที่ยังมีการชุมนุมทางการเมืองอยู่ สถานการณ์ปัญหาหมันไม่รุนแรง เพราะว่ากลุ่มคนที่เปิดทัวร์ในบ้านเราก็คือชาวต่างชาติ เพราะฉะนั้นชาวต่างชาติที่เปิดบริษัททัวร์ในประเทศเราคือตัวรับรอง (Garrantee) แต่ที่จำนวนนักท่องเที่ยวบางส่วนที่หายไปนั่นเพราะรัฐบาลปัจจุบันบีบ ท่านเลขาพูดออกมาเลยว่าเวลาที่มีการตอบรับว่า ตอนนี้จะไม่รับผิดชอบ ถ้านักท่องเที่ยวเข้ามา แล้วอย่างรัฐบาลไทยเองก็ไม่รับผิดชอบถ้านักท่องเที่ยวเข้ามา ถ้าทำอย่างสมัยที่ผ่านมาเวลาที่มีการแพร่ระบาดของโรคซาร์ ให้รัฐมนตรีมายืนกินไก่ แล้วนักท่องเที่ยวก็เข้ามาเที่ยวเต็มที่ รัฐบาลพูดไปสิว่าให้นักท่องเที่ยวเข้ามา รัฐบาลรับผิดชอบเต็มที่ ถ้าใครประสบอุบัติเหตุ (Accident) เกี่ยวกับชุมนุมทางการเมือง เกี่ยวกับอะไร รัฐบาลจ่ายให้เลยล้านหนึ่งดูสินักท่องเที่ยวจะเข้ามาไหม เข้ามาครับ แต่ไม่ใช่แบบนี้ของบ้านเมืองเรา รัฐบาลไม่รับผิดชอบ ถ้ารัฐบาลไม่รับผิดชอบแล้วใครจะรับผิดชอบ ตำรวจ ทหารไม่รับผิดชอบ
มัตตุเทศก์	แต่จากประสบการณ์ส่วนตัว การชุมนุมทางการเมืองก็มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยวนะครับ สำหรับนักท่องเที่ยวที่มาจากอเมริกา แล้วไปดูช่วงนั้นนะที่มีการชุมนุมทางการเมือง จำนวนนักท่องเที่ยวสหรัฐอเมริกาตกลงอย่างมาก

มัคคุเทศก์	จริง ๆ แล้วก็แล้วแต่กลุ่มนักท่องเที่ยว แล้วแต่บางคนเขาเริ่มเห็นว่าไม่มีอะไรน่าสนใจ นักท่องเที่ยวก็เริ่มกลับมา แต่ตอนแรกรัฐบาลประกาศ ก็รู้สึกว่าการประกาศทำให้นักกลัวเกิน แล้วประกาศพริก จุกเงิน ขณะที่สถานการณ์จริงมันยังไม่มียอะไร ก็ไปประกาศล่วงหน้าก่อนแล้ว
อาจารย์ไพฑูรย์	จากสถิติแต่ละประเทศที่ศึกษา จะก็มีเหตุผลอยู่บ้างที่เขาเปลี่ยนพฤติกรรมนะ หากเปลี่ยนในไทยก็ไม่ใช่ไร แต่ก็มีเหมือนกันที่นักท่องเที่ยวที่ที่สัมผัสภาษาเขาจะไวต่อเรื่องนี้มาก แต่ในท้ายที่สุดถ้าวิกฤติการณ์ทางการเมืองมันไม่ยาวนาน เมื่อเทียบกับทั้งปีนี้จำนวนนักท่องเที่ยวก็น่าจะกลับมา
มัคคุเทศก์	จากการสอบถามล่าสุดจากพระบรมมหาราชวัง เมื่อวันเสาร์ที่ผ่านมา มีการชุมนุมครั้งใหญ่มาก นักท่องเที่ยวเข้ามา 5,600 คน ที่ขายตั๋วได้ และวันอาทิตย์ที่ผ่านมา 6,000 กว่า สะท้อนให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวรวมยังไม่ตกนะ แต่คาดว่าจะเป็นการขายของแต่ละบริษัท เช่น เราขาดทุนเพราะติดต่อกับใคร หรือนักท่องเที่ยวประเทศไหน ถ้าในสถานทูตเขาบอกว่าไม่ให้นักท่องเที่ยวเข้ามา เพราะว่ามีเหตุการณ์ ตรงนี้จะมีปัญหา แต่จากตัวนักท่องเที่ยวเกาหลีไม่มีปัญหา เพราะว่าเกาหลียังเข้ามาและยังขายตั๋วล่วงหน้าได้
มัคคุเทศก์	สำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนก็จะประกาศหยุดไปก่อน ส่วนนักท่องเที่ยวเกาหลีก็จะดูสถานการณ์ก่อนว่าถ้ามันไม่มีอะไร ก็จะเริ่มเข้ามา
อาจารย์ไพฑูรย์	แต่บางทีนักท่องเที่ยวอาจจะเปลี่ยนจากกรุงเทพไปอยู่พัทยา แล้วท้ายที่สุดอยู่ว่า ถ้าแน่นอนแล้ว การชุมนุมยืดเยื้อยาวนานน้อย ก็จะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจนะ ยกตัวอย่างที่เราพบ อย่างเช่นช่วงวิกฤตเศรษฐกิจช่วงนั้นซึ่งส่งผลกระทบมาก
มัคคุเทศก์	แต่ก็เห็นด้วยนะคะ อย่างถ้าเขมร พม่า ที่เทียบกับเราไม่ได้เพราะว่า เรื่องความปลอดภัยเทียบกับเราไม่ได้ เรากลัวมาเลเซียกับสิงคโปร์มากกว่า เพราะว่าเขามีความทันสมัย
มัคคุเทศก์	สำหรับสิงคโปร์ไม่มีที่เที่ยวอยู่แล้ว สถานที่ท่องเที่ยวมีแต่เกาะเช่นโตซ่า มีไนท์ซาฟารี
มัคคุเทศก์	ปัจจุบันนี้โปรแกรมท่องเที่ยวในเอเชียมักเริ่มต้น Package ที่สิงคโปร์ก่อน ไหลขึ้นมาที่ประเทศมาเลเซียแล้วยังเข้าไทย
อาจารย์ไพฑูรย์	ประเด็นนี้ดีมากเลย เพราะยังสงสัยว่า มีบางประเทศที่เวลาที่วิเคราะห์ผลออกมาแล้วแล้วมันเหมือนไม่ได้เป็นคู่แข่ง
มัคคุเทศก์	ใช่ครับ เพราะว่าถ้านักท่องเที่ยวเขาเดินทางมาเส้นภูมิภาคนี้เขาก็ตั้งใจเที่ยวให้หมดอยู่แล้ว เพราะตัวเครื่องบินเที่ยวเดียว ตัวแทนขายแพคเกจพวกนี้เวลาขาย จะขายเป็น Package 4 ประเทศ เช่นประเทศไทย จีน อินเดีย ขึ้นอยู่ว่าจะเริ่มต้นเดินทางมาที่ไหนก่อน หากมาที่ประเทศไทยเราก่อนก็จะมาจับจ่ายใช้เงินที่เรา ก่อน อย่างอินเดียเวลามาเที่ยว จะพบว่าเที่ยวที่กรุงเทพ พัทยา แต่ถ้าเที่ยวแล้ว พอบินไปต่อที่สิงคโปร์ ก็จะได้สวนสนุก บ่อนคาสิโนก็กำลังจะเกิดขึ้นที่นั่น นี่เป็นจุดที่น่ากลัว บินเข้ามาเลเซีย ที่ไปทุกปีจะมีอยู่ไม่กี่ชาติ ไทย อินเดีย ศรีลังกา อินโดนีเซีย

มัคคุเทศก์	สำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปนั้นไม่ไปหรอก เพราะที่เที่ยวบ้านเขาดีกว่าเยอะ คาสีโนในประเทศเขาก็ดีกว่า ดิสเนย์เวิลด์ก็ดีกว่า เขาไม่มาเที่ยวตรึมเวิร์ลบ้านเรา สำหรับนักท่องเที่ยวอเมริกัน ยุโรป ซาฟารีปาร์คของเขาก็ดีกว่าตั้งเยอะ แต่นักท่องเที่ยวชาวอินเดีย จีน ไม่เคยเห็น ถ้าด้านศักยภาพทางยุโรป โอเคต้องดีกว่า ถ้าเหตุการณ์ปกติจะครับ จะสังเกตง่ายว่า ทัวโรยุโรปจะมีวัน Free day สักวัน ลูกค้ายุโรปส่วนใหญ่จะไปเดินจตุจักร ไปหาซื้อของ หัตถกรรม ส่ง DHL เขาส่งให้เลย
อาจารย์ไพฑูรย์	ถ้าเราจะพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีการเดินสายการบิน การเดินทาง งบประมาณแหล่งท่องเที่ยวในประเทศ การลงทุน หรือว่าสนับสนุนด้านการโรงแรม ภัตตาคารให้มีความพร้อมรองรับที่ดี จากประสบการณ์ของมัคคุเทศก์คิดว่าควรพัฒนาการในด้านใดที่หน้าจะสำคัญที่สุด
มัคคุเทศก์	ด้านสถานที่ท่องเที่ยวครับ เพราะด้านโรงแรมส่วนใหญ่ บ้านเรามีโรงแรมดีเยอะอยู่แล้ว และสามารถดูแลตัวเองได้อยู่แล้ว
มัคคุเทศก์	ใช้เห็นด้วยครับ เพราะสถานที่ท่องเที่ยวดีๆ หาที่อื่นไม่ได้ ยกตัวอย่างที่ง่าย ๆ อย่าง ไนท์บาร์ซ่า ฝรั่งเขายังดีดักก์ แรกๆคือชาวเขามานั่งจุดเทียนขาย บรรยากาศกลางคืน แต่ทุกวันนี้จะไปทำไมไนท์บาร์ซ่า เพราะมีแต่เรซิน ชาวเขาก็ชาวเขาปลอม เดี่ยวนี้มันเปลี่ยนไปแล้ว เมืองปายก็เหมือนกัน ตอนแรกการท่องเที่ยวก็ไม่ทำ ตอนนี่เรื่องสถานที่ท่องเที่ยวคุยกะมาก หรืออย่างตลาดอัมพวาตอนนี้ควบคุมไม่ได้เลย มันกลายเป็นธุรกิจไปแล้ว
อาจารย์ไพฑูรย์	เป็นธุรกิจแล้วดีขึ้นไหม
มัคคุเทศก์	ไม่ดีครับ แย่งมาก คือเพราะปัจจุบันนี้ไม่มีการควบคุมเลย อย่างแวนนี้คนไทยซื้อ 50 แต่นักท่องเที่ยวจะคิด 500 มันเป็นธุรกิจที่ควบคุมไม่ได้ หรือพูดก็พูดคือ การต้มตุ๋นหลอกลวง มันแก้ไขไม่ได้
มัคคุเทศก์	ไม่เข้าใจว่าทำไมไม่ดูจุดยืนว่าตั้งแต่แรกมีเป้าหมายอะไร เช่น จะเปิดตลาดน้ำเป็นตลาดอะไร เพื่ออะไร เป็นตลาดชาวบ้าน แบบชีวิตโบราณ แต่ตอนนี้มันก็แปลงเป็นทันสมัยไปหมด มีของทุกอย่างที่คุณสามารถหาได้จากจตุจักร แล้วจะไปหาเองที่ท้องถิ่นเพื่ออะไร มันก็ไม่ใช้แล้ว
มัคคุเทศก์	ย้อนกลับมาเรื่องการตลาด เริ่มต้นจากตลาดเกาหลีก่อน นักท่องเที่ยวเกาหลีซื้อ Package เข้ามาส่วนมากจะเป็นพวกฮันนีมูน ปัจจุบันนี้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไป เพราะไม่ได้มาจากลูกทัวร์ เปลี่ยนมาเป็นการจองโรงแรมจองรถ แล้วก็เอาไกด์ หรือไม่เอาไกด์ วิธีการเข้าพักอาจจะมาเป็นครอบครัวหรือเป็นเพื่อน เข้ามาก็ทำตามทุกอย่างที่จัดการ ส่วนกรณีนักท่องเที่ยวอเมริกา เขาซื้อ Package มาก่อนเดินทาง เขาไม่มาตายเอาดาบหน้า เขาต้องการชัดเจน เขา Fix เลยว่าจะไปไหนวันนี้
อาจารย์ไพฑูรย์	แล้วเวลานักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อ Package ส่วนใหญ่สั่งซื้อทาง internet หรือมาซื้อในประเทศไทย

มัคคุเทศก์	ส่วนใหญ่มักเขาจะมาซื้อผ่าน Agent แล้วจากนั้น Agent เขาก็ซื้อดำเนินการต่อเลย มันเป็น Land operator เลย
อาจารย์ไพฑูรย์	สาเหตุที่ทำให้มัคคุเทศก์เราสนใจตลาดอเมริกาหรือที่อื่น ๆ แตกต่างกันเกิดจากอะไร
มัคคุเทศก์	เรื่องรายได้มาก่อน และเรื่องนิสัยของนักท่องเที่ยว
มัคคุเทศก์	ด้านการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว Basic พื้นฐานเราใช้อังกฤษเป็นหลัก แต่สิ่งสำคัญก็คือ ทำไมสถาบันการศึกษาไม่ทำสื่อสารสอนภาษาสำหรับมัคคุเทศก์ตัวนี้ออกมา เช่น มัคคุเทศก์ที่ไปเรียนอบรมที่รังสิต แต่เมื่อถามว่ามี CD ในการใช้สื่อสารภาษา กับชาวต่างชาติไหม ปรากฏว่าไม่มี มีเทปไหม ก็ไม่มี ภาษาเวลามันออกเสียงเพี้ยนแล้วพูดกับชาวต่างชาติเขาไม่เข้าใจครับ
มัคคุเทศก์	อย่างในญี่ปุ่นนี่ ถ้าไปโตเกียวจะพูดภาษาหนึ่ง ไปโอซาก้าพูดอีกภาษาหนึ่ง ไปนาโกยาพูดอีกภาษาหนึ่ง แต่ว่าภาษาจริงที่สำคัญคือภาษากลาง ซึ่งภาษากลางที่ใช้คือภาษาโตเกียว แต่ว่าในตำราเรียนคือ ภาษาชั้นสูง แล้วเวลามัคคุเทศก์เอาไปใช้ โอเคมันสุภาพ แต่มันไม่ใช่ภาษาที่ใช้กัน
อาจารย์ไพฑูรย์	ผมเห็นการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมนี้ค่อนข้างชัดเจน เพราะผมว่าในอนาคตตัว agency ที่ประเภทขายตัว ก็ต้องปรับแนวรบใหม่ เพราะว่าคนเขาซื้อตรงได้แล้ว มีบัตรเครดิตรองรับแล้ว เขาก็ไม่ต้องมาโทรถามมัคคุเทศก์ว่า ไปนู่นไปนี่ เขาเลือกหน้าจอ กดเลือก flight เวลา ตามที่ที่ต้องการได้เลย
มัคคุเทศก์	ขอเสริมนะคะ เรื่องตัวเครื่องบิน ในอดีตถ้าเราซื้อตัวเครื่องบิน เราจะซื้อ Thai Inter ไปกลับ นิวยอร์กตกประมาณ 40,000 บาท Sanfrancisco ประมาณ 20,000 บาท นี่คือราคาตัว แต่ถ้าเราไป <u>เนี่ย</u>ราคามันถูกกว่ากันเยอะ เช่น ไปอเมริกาผมซื้อ <u>Musgrave</u> ราคา 12,000 ซื้อ <u>มีเอ</u>ราคา 14,000 ซึ่งแตกต่างกันมากเลยนะ นี่คือราคาของสายการบิน แต่ปัจจุบันสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไป ราคาซื้อกับตัวแทนกับราคาซื้ออิเล็กทรอนิกส์ไม่แตกต่างกัน ผมซื้อตัวการบินไทยสมัยก่อน agent ผมได้ 3% ของ Dealer ได้ 4% แต่จริงๆแล้วเขาได้ 10% แต่คือมันจะเป็นทอดๆ 9%-10% ของ Domestic และของเรา ถ้าเราเป็นตัวแทนเราได้แค่ 3% แต่ปัจจุบันนี้ไม่ใช่ แล้วถ้าคุณได้กำไรตัวเครื่องบินใบนี้ 50 บาท มันไม่คุ้ม เพราะฉะนั้นก็จะมีค่าบริการ Service Charge นี่เป็นต่อคนนะ แต่ถ้าเป็น Group มันก็อยู่ได้ ปัจจุบันนี้อย่าคิดว่าการซื้อตัวอย่างนี้ซื้อไม่ได้ แม้ว่าจะลงทะเบียนเข้าไปในคอมพิวเตอร์ นักท่องเที่ยวก็ต้องสมัคร แล้วหากไม่ได้ใช้บัตร credit card ก็ซื้อไม่ได้ คุณได้แต่สั่งจอง แล้วคุณต้องไปซื้อก่อนภายใน 4 ชั่วโมง ไม่เช่นนั้นตัวจะถูกยกเลิก แต่เวลาจองตัวกลับสามารถทำได้ล่วงหน้าเป็นสัปดาห์ เพราะราคาตัวจะเปลี่ยนไปเรื่อยๆ
อาจารย์ไพฑูรย์	ดังนั้นตัวแทนก็ต้องทำงานไวมากขึ้น
มัคคุเทศก์	ทำงานได้ยากขึ้นครับ เพราะว่าสมัยก่อนมันไม่มีเรื่องราคาน้ำมัน แต่ปัจจุบันนี้จะรวมค่าน้ำมันเข้าไปด้วย

มัตคุเทศก์	สำหรับตัวแทนต่างๆ น่าจะประสบกับปัญหามากขึ้น ถ้าสายการบินแข่งขันกันด้วยราคาหน้าตัวกับราคาตัวแทนเป็นราคาเดียวกัน เช่น กรณี นกแอร์ หรือแอร์เอเชีย ถ้าเกิดสายการบินต้องมีการแข่งขันกันเป็นอย่างนั้นทุกๆสายการบิน ตัวแทนก็ต้องประสบกับปัญหาอันตราย
อาจารย์ไพฑูรย์	จากการประชุมระดมความเห็นวันนี้ คาดว่า “มัตคุเทศก์” ค่อนข้างจะมีบทบาทมากในการพัฒนาการท่องเที่ยว
มัตคุเทศก์	กลุ่มมัตคุเทศก์ทำอะไรไม่ได้มากนักครับ ได้แต่อธิบายว่าใครเป็นอย่างไรมาอย่างไร หรือ กลุ่มมาเที่ยวเป็นอย่างไร ระบบพวกนี้มันเกี่ยวกัน มันเป็นระบบแลกเปลี่ยนระหว่างรัฐบาลต่อรัฐบาล (G - G) ด้วยนะ วิธีการเปิดตลาดนักท่องเที่ยวทำได้ง่ายมาก คุณชนคนเข้ามา มาถึงก็มีร้าน Jewelry รองรับขอให้คุณเอาแขกคุณลง คุณได้ 35% จาก 35% คุณแบ่งไป ไกด์ Agent จะได้เท่าไรหรือยังไง ตรงนี้ไม่ทราบ สิ่งตรงนี้ เมื่อนักท่องเที่ยวเกาหลีเข้ามาถึงก็มาเปิดร้านรองรับ แล้วรองรับนอกจากสินค้าไทย สินค้าซื้อขาย เช่น พวกเครื่องไม้ สินค้าราคา 100 บาท ก็ตั้งราคาขาย 500 บาทบ้าง 1,000 บ้าง ชาวเกาหลีขายให้คนเกาหลีด้วยกันแล้วเขาก็เอาคนเกาหลีเข้ามาอยู่ในร้านทั้งหมด มีคนไทยแค่ 2 คน แล้วถามดูว่าจริงไหม ที่ว่าทัวร์เกาหลี ไกด์ไทยจะได้ส่วนแบ่ง 50% จาก Commission แต่จริงๆแล้ว ไม่ได้เป็นเช่นนั้น ลักษณะการทำงานจะเป็น Tour Organizer ของบริษัทแล้วไกด์จะได้ส่วนนี้ ส่วนมากจะเป็นคล้ายๆกับว่า Sleeping Guide คือ ไกด์เหล่านี้จะได้เป็นเบี้ยเลี้ยงต่อวัน
มัตคุเทศก์	ส่วนมากคนที่ได้มักจะเป็นไกด์ที่เป็นชาวเกาหลี สิ่งนี้คือเหตุผลที่จะบอกว่าบริษัททัวร์เกาหลี มัตคุเทศก์ไทยเราจะไม่ค่อยได้อะไร ร้านอาหารอะไรก็เป็นของคนเกาหลีเปิดเอง ขายให้คนเกาหลี ขอบปึงก็ร้านของคนเกาหลีเปิดเอง จากก็คนเกาหลีทั้งนั้น คนไทยถ้าจะจ้างก็เป็นเด็กเสิร์ฟน้ำชา แล้วก็แม่บ้านทำความสะอาด Cashier ส่วนนอกนั้นคนขายทั้งหมดเป็นคนเกาหลี
อาจารย์ไพฑูรย์	สมมติว่าถ้ามองลักษณะนี้ ทัวร์ต่างประเทศอันไหนที่ดีที่สุด ถ้ามองลักษณะคล้าย ๆ กัน
มัตคุเทศก์	มันแล้วแต่ ยกตัวอย่างเช่น ทัวร์เกาหลีนี้ช่วยเศรษฐกิจประเทศชาติได้ หรืออย่างเช่นทัวร์เวียดนาม อินเดีย เป็นทัวร์ที่มาราคาถูก แต่ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็จะมาซื้อของตามห้างต่างๆ เช่น Big C Lotus Carrfour มาบุญครอง ไนท์บาร์ซ่าได้หมด นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมาเที่ยวตลาดพวกนี้ แล้วก็ประตูน้ำ ไบหยก ก็จะมาเลือกซื้อสินค้าซึ่งราคาก็จะเหมือนบ้านเขา แต่วามันดีตรงที่ว่า Made in Thailand เป็นของนอกกลับไป
อาจารย์ไพฑูรย์	นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ (เวียดนาม อินเดีย) เป็นกลุ่มที่มาเป็นส่วนตัวหรือเปล่า
มัตคุเทศก์	ไม่ใช่ครับ กลุ่มนี้มักจะเดินทางเข้ามาเป็นกรุ๊ปทัวร์ (Group) ส่วนมากก็ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวเวียดนามก็จะเป็นบริษัทที่นั่นส่งมา เพราะว่าประเทศของเขาเป็นคอมมิวนิสต์ แล้วก็คล้ายๆกับว่านักท่องเที่ยวที่มานั้นได้โบนัสพิเศษจากบริษัท หรือสามารถทำยอดขายได้ Top ten ก็จะได้มาจัดงานเป็นลักษณะอย่างนั้น แล้วก็บริษัททัวร์ส่วนใหญ่ก็จะมีอยู่ไม่กี่บริษัท เพราะบริษัทพวกนี้ก็จะเหมือนกับการมาเที่ยวในเวียดนาม มันเป็นลักษณะของการคอนเนกชั่นซึ่งเหมือนกับบ้านเรา

อาจารย์ไพฑูรย์	แล้วนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางกลุ่มนี้ เขาบินมายังไง แล้วเรื่องสิทธิ์ด้านการรักษาพยาบาล
มัทคุเทศก์	ด้านการรักษาพยาบาลที่ตะวันตกกลางตอนนี้ ที่มีปัญหาเพราะว่าอย่าง UAE ประเทศนี้จะอุดหนุนการรักษาพยาบาล ให้คนของเขาทั้งหมด และเป็นค่าใช้จ่ายของรัฐบาลคือให้เข้ามารักษาตัว ดังนั้นกลุ่มนี้ก็จะชนคนเข้ามา แล้วเขาก็มีทางสถานทูตของประเทศเขาอยู่แล้ว เขาไม่จำเป็นต้องทำอะไรเพิ่มเติม เพียงแต่จะมีค่าใช้จ่ายตัวอื่นคือการท่องเที่ยว ที่ประเทศไทยจะได้จากพวกนี้ พวกซาฟารีเวิร์ด ไกด์ มัทคุเทศก์ ที่พาไปช้อปปิ้งที่จะได้จากตรงนั้น แต่เรื่องการรักษาพยาบาลรัฐบาลต้องเป็นคนจ่าย แต่ตอนนี้จำนวนนักท่องเที่ยวจากตะวันตกกลางลดลงเป็นเพราะปัญหาทางการเมืองระหว่างประเทศ ผลลัพธ์ก็คือ คือเมื่อรัฐบาลไทยไปบีบบังคับประเทศเขา ประเทศของเขาก็ไม่ให้คนของเขาเข้ามาบ้านเรา และเขาก็ไม่สนใจเรื่องนี้ด้วย สถานการณ์นี้เกี่ยวข้องกันครับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีของสหรัฐอเมริกาหรับเอมิเรตส์
มัทคุเทศก์	กรณีของตุ๋ไบ นักท่องเที่ยวที่บินมาจากกรุงตุ๋ไบจะมี 2 กลุ่มหลัก กลุ่มหนึ่งจะเป็นชาวตุ๋ไบจริงๆ (Native) ซึ่งคนตุ๋ไบจริงๆ กลุ่มนี้จะได้สวัสดิการของรัฐค่อนข้างเยอะ ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มแรกนี้จะมีเงินมาก แต่ถ้าเป็นกลุ่มที่สอง ซึ่งเป็นชาวปากีสถาน หรือชาวอินเดียที่เข้าไปทำงานที่ตุ๋ไบ พวกนี้ก็จะได้สวัสดิการเหมือนกัน แต่จะเป็นกลุ่มคนงาน เงินเดือนก็จะเยอะเหมือนกัน เมื่อ 10 กว่าปีก่อนที่เคยพาคนไทยไปเที่ยว เขาก็บอกให้เราไปทำงานที่ตุ๋ไบว่า คนไทยมาเที่ยวเยอะ พวกเขาก็จะได้สวัสดิการและเงินเดือนเยอะมาก พอถึงเวลาพักร้อน เขาก็จะได้มาเที่ยว ดังนั้น ถ้าเป็นพวกทำงานที่ตุ๋ไบซึ่งจะได้สัญชาติ ระยะหลังพวกนี้ก็มีเงินเยอะ แต่โดยส่วนตัวแล้วจะไม่ชอบคนที่ไปเป็นพื้นเมืองจริงๆ ที่ทางรัฐบาล Support ให้ทั้งชีวิต
อาจารย์ไพฑูรย์	แล้วปัจจุบันนักท่องเที่ยวตะวันตกกลางกลุ่มไหนเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยมากกว่ากัน
มัทคุเทศก์	ส่วนใหญ่ น่าจะเป็นกลุ่มชาวตุ๋ไบจริงๆ แต่อีกกลุ่มก็มีเข้ามาเที่ยวด้วยนะค่ะ ส่วนคนอิหร่านเนื่องจากประเทศอิหร่านเขามีแรงกดดันเรื่องข้อห้ามหรือจารีตประเพณีต่างๆค่อนข้างมาก พอชาวอิหร่านได้ออกนอกประเทศ ก็จะสนใจในสิ่งที่มีความสนุกสนานบันเทิงที่หาไม่ได้ในประเทศเขา การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวอิหร่านจะผ่านตัวแทน (Agent) ซึ่งก็คือคนอิหร่านที่อยู่เมืองไทยมาเปิดร้าน เปิดบริษัท แล้วก็มีคนที่จะแนะนำเข้ามา จะส่งคนที่มาดูแลลูกค้า แล้วเขาก็จะแนะนำในจุดที่เขาต้องการพาไปเท่านั้นเอง เพราะฉะนั้นลูกค้าชาวอิหร่านกลุ่มนี้เขาจะไม่รู้หรือกว่าวัฒนธรรมประเทศไทยมันคืออะไร เขารู้แต่เพียงว่าสิ่งไหนที่เขาต้องการ เขาต้องการอะไรเท่านั้น ไม่มีคนแนะนำสินค้า เพราะติดขัดเรื่องภาษาเราไม่ถึง ภาษาเราไม่ถึงเขา แต่ถ้าเผื่อลูกค้าบางคนซึ่งเข้ามาแล้วเราสามารถสื่อสารพูดคุยแนะนำเขา ชาวอิหร่านเขาก็อยากเที่ยวนะ
อาจารย์ไพฑูรย์	ในส่วนของการพัฒนาการท่องเที่ยว คือจริง ๆ ผมต้องการเปรียบเทียบ
มัทคุเทศก์	ใช่ การท่องเที่ยวพวกนี้ต้องการการท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ดังนั้นต้องไปดูแลแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นไม่ให้มันทรุดโทรม มันมีสถานที่ท่องเที่ยวอีกเยอะมากที่รัฐต้องไปพัฒนา
มัทคุเทศก์	ยกตัวอย่างเช่น ประเทศจีน ไม่ว่าจะเป็นปักกิ่ง คุณหมิง ที่ประเทศจีนถ้าเคยไปเที่ยวถ้า ในถ้าหิน

	งอกหินย้อย ประเทศจีนเขาเป็นงาน Hand made นะ ไม่ใช่ธรรมชาติที่แท้จริง มีการประดับเสริมเติมแต่ง นั่นคือ Hand made แต่บ้านเราถ้าเข้าไปเที่ยวธรรมชาติถ้า เขาปูน หินงอกหินย้อย เข้าไปเจอของจริงแล้วไม่มีอะไร มีพระมีกล่อ่งทำบุญ คุณจะไปเจอพระพุทธรูป คุณเข้าไปไหว้ เข้าไปอะไร แทนที่จะได้เข้าไปดูธรรมชาติ แต่บ้านเราไม่ได้เจออย่างนั้น ของเมืองจีนธรรมชาติที่สวยงามของเขาสูบ้านเราพอๆกัน ถ้าบ้านเราได้ไปประดับเช่น กรณีหินงอกหินย้อย แล้วเราไปประดับเสริมเติมนิดหนึ่ง เอาเขาเขาหรือชนพื้นเมืองในแถบท้องถิ่นนั้น เข้ามาต้อนรับนักท่องเที่ยว มีประเพณีอะไรก็แล้วแต่ท้องถิ่นของจุดนั้น ที่ประเทศจีนเดินเข้าไปบู๊บ พอออกมา ชาวบ้านก็จะมาต้อนรับร้องเพลงรอ แล้วมาต้อนรับนักท่องเที่ยว มีความสุขไหม นักท่องเที่ยวก็ประทับใจ พอใจ มีความสุข
มัตคุเทศก์	ในเรื่องอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม จะพบว่าเรือหางยาวที่รับบริการนักท่องเที่ยวตอนนี้ เขาเปลี่ยนจากน้ำมันเป็นใช้แก๊ส ซึ่งเรือที่ใช้แก๊สกลิ่นมันจะลอยเข้ามาในเรือ นักท่องเที่ยวก็จะหายไปด้วยเพราะกลิ่นก๊าซเหม็นมาก ซึ่งสำหรับคนยุโรปมาตรฐานเขาสูง รถตู้ใช้แก๊สเขาไม่เอา NGV เขาก็ไม่เอา
มัตคุเทศก์	ในเรื่องการแก้ปัญหา ยังไงก็ต้องแก้ที่ส่วนการท่องเที่ยวของบ้านเราก่อน เช่น ในกระแสที่ผ่านๆมา Home Stay, Long Stay คืออะไรทุกวันนี้ Resort ก็ใช้คำว่า Home Stay นักท่องเที่ยวเดี๋ยวนี้เขาเลยบอกว่า Home Stay มันไม่แท้จริงแล้ว นักท่องเที่ยวยุโรปที่เข้ามาเมืองไทย ก็อยากไปพัก Home Stay ถ้าไม่ใช่ในกรุงเทพ ก็อาจเป็นสมุทรสงคราม หรือสมุทรสาคร ตัวแทน (Agent) ก็เข้าบ้านไว้สักหลังหนึ่ง พอถึงเวลาที่ทัวร์ยุโรปจะลง ครอบครัวดีต่างๆ ครอบครัวกำมะลอ ก็ไปทำกับข้าวเตรียมไว้ ห้องนอนห้องอะไรให้เรียบร้อย พอทัวร์ไปถึงก็เหมือนไปใช้ชีวิตกับ Home Stay เข้าตื่นมาใส่บาตร พอทัวร์ยุโรปกลุ่มนี้กลับ ครอบครัวกำมะลอกลุ่มนี้ก็กลับด้วย เดี๋ยวนี้มันเป็นอย่างนั้น ถึงบอกว่า การแก้ไขปัญหาต้องแก้ที่เราก่อน มันเกิดอะไรขึ้นกับมาตรฐานที่การท่องเที่ยวเคยทำ Home Stay คืออะไร Resort คืออะไร ทุกวันนี้การท่องเที่ยวควบคุมผู้ประกอบการไม่ได้ คุมอย่างไรก็ได้ อย่างโกตผี ยกตัวอย่างที่อัมพวาที่เกิดปัญหา คิดว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศยังคงพอมี ยังพอไป แต่พอคนไทยทะเลาะเข้าไปเยอะ Home Stay มันไม่ใช่ของจริงแล้ว เดี๋ยวนี้นักท่องเที่ยวต่างประเทศก็เริ่มหาย เหลือแต่คนไทย
มัตคุเทศก์	เรื่องนี้เป็นผลประโยชน์ของพวกกลุ่มอิทธิพล ปัจจุบันนี้นักการเมืองท้องถิ่นก็ร่วมด้วย เพราะฉะนั้นการเมืองท้องถิ่นก็ถือตัวควบคุมดูแล แต่เขาไม่ทำ คือหลักการก็คืออะไรที่ได้เงินกับอะไรที่ไม่ได้เงิน เท่านั้นเอง อย่างสมมติว่าถ้ามีการควบคุมจริงๆ จะมีต้นไม้ที่ถูกชาวบ้านตัดทิ้งหรือ หิ้งหอยที่มันไม่มี เพราะต้นไม้มันถูกตัดโค่นไป ถูกตัดไปทำไม ก็เพราะชาวบ้านเขาไม่พอใจ เรื่องการเล่นเรือหางยาวกลางคืน ทำให้ชาวบ้านเขาไม่ได้หลับได้นอน ถ้าเราควบคุมไม่ให้เรือหางยาวเข้าไปเปลี่ยนเป็นเรือพายธรรมชาติ แล้วคนเข้าไป Home Stay เหล่านั้น ตรงนั้นแหละคือแหล่งที่คุณจะทำได้ การท่องเที่ยวต้องควบคุมให้ถึงครับ
อาจารย์ไพฑูรย์	ประเด็นตรงนี้ กรณีที่คนที่สู้ระหว่าง Conflict คน 2 กลุ่มมันเป็นเรื่องใหญ่ เพราะว่ามันเป็นผลประโยชน์ของอีกฝั่งกับอีกฝั่งหนึ่ง ที่นี้มาตรงประเด็นที่ผมเห็นกรณีการพัฒนา ทำให้ความคิดขึ้นมา แต่ไม่รู้ว่าจะถูกต้องหรือเปล่านั้นครับ ว่า ผมเห็นด้วยว่า รัฐบาลอย่างเดียวทำไม่ได้ แต่ถ้าจริงๆรัฐบาลเข้าไปเสริมในบางจุด แล้วตัวเขาเองก็ได้ในบางจุดหรือเปล่า ผมไม่รู้ละ ผมพยายามนึกว่าทำไมนักท่องเที่ยวกลุ่มหนึ่งประสบความสำเร็จในกลุ่ม ไม่ใช่เพราะรัฐบาลไปบอกว่าจะทำให้จุดนี้เป็นแหล่งท่องเที่ยวของตะวันออกกลาง ในระดับหนึ่งคือ มันมีธรรมชาติของมัน ที่

	จะดำเนินไปตามลักษณะของมันอยู่แล้วระดับหนึ่ง แล้วรัฐบาลก็ไปรองรับให้ถูกต้องในระดับหนึ่ง นี่ก็หมายความว่า ยกอย่างตัวอย่างเช่น อย่าให้มีคนโกงนะ ประเภทที่ซื้อสินค้ามา 100 บาทแต่เอาไปขายราคาแสนหนึ่ง มันไม่ดีเพราะมันเสียชื่อ หากเสียแล้วมันจะกระทบกับการท่องเที่ยวไปทั้งหมด ผมเลยคิดว่า อย่างปัจจุบันอย่างถ้านี้ ระบบราชการที่เราทำอยู่นี้คือกระจายอำนาจไป แล้วให้อบตเป็นผู้ดูแล ก็ไม่ต้องทำอะไรแค่เข้าไปตั้งด่านเก็บเงินเข้าถ้า แล้วก็เรียกให้นักเรียนมาแล้วก็เก็บเงินส่วนหนึ่ง เด็กก็อาจได้ประโยชน์จากการพาเข้าถ้าไปแล้วเรื่องราวอะไรไป น่าสนใจตรงที่ว่าหากร่วมมือกันระหว่างรัฐบาลกลางกับอบต.เองกับท้องถิ่น เพราะหากให้รัฐบาลมานั่งคิดว่าจะเอาจุดไหนจุดนี้แล้วเอาเงินไปลง มันก็ไม่มีคนไป เงินงบประมาณก็ละลายแม่น้ำอยู่ดี ผมเลยมองว่า ในวงการการท่องเที่ยวนี้ เผลอๆ มัคคุเทศก์จะเป็นกำลังหลัก เพราะว่าที่ที่จะดึงคนไปตรงโน้นตรงนี้ เพราะว่ามันท่องเที่ยวมาเมืองไทยไปเองไม่ได้
มัคคุเทศก์	แต่จริงๆ แล้ว มัคคุเทศก์ไม่มีส่วนที่นำพาลูกค้าไป เพราะบริษัทเป็นคนซื้อ เป็นคนขาย เป็นคนกำหนดว่าจะพาไปที่นั่นที่นี่ มัคคุเทศก์เป็นแค่ผู้นำพา ทำตามนโยบายของบริษัท
อาจารย์ไพฑูรย์	ขอโทษครับ มัคคุเทศก์นี้ได้รับเงินเดือนหรืออะไรไหมครับ
มัคคุเทศก์	ไม่มีครับ ปกติเราอยากทำงานที่ไหนก็ไปสมัครบริษัทนั้น แต่ทุกคนจะมีชื่อกับทุกบริษัท แต่ถ้าที่อยากเป็น Freeland ก็หมายความว่า คุณได้งานไม่แน่นอน แต่ถ้าคุณทำงานบริษัทเขาจ้างคุณมีเงินเดือนให้คุณ แล้วเขาให้งานคุณเต็มที่แล้ว คุณหมดกรุปเขาก็ต่อ Freeland ส่วนใหญ่เป็นพวกที่อายุงานเยอะ มีประสบการณ์เยอะ อยู่มาหลายบริษัทแล้วก็ออกมาทำ Freeland เอง
มัคคุเทศก์	ตอนนี้อัตราจ้างของมัคคุเทศก์ภาษาญี่ปุ่น 200 บาทแล้ว บางบริษัท 400 บาทคุณจะได้ไหม เขาถือว่า คุณได้ Commission แล้ว คุณพาลูกค้าไปหลาย Option คุณได้ Commission จากร้าน Jewelry ร้านนวด ได้จากร้าน Tailor แล้ว บางบริษัทเขาแบ่ง Commission ให้คุณแล้ว
อาจารย์ไพฑูรย์	เข้าใจปัญหาส่วนหนึ่งว่าคนในระดับรัฐบาล มองเรื่องการท่องเที่ยวยังเป็นลำดับหลัง ๆ
มัคคุเทศก์	ก็ไม่เข้าใจนะคะ ว่าทำไมมองการท่องเที่ยวเป็นลำดับหลังๆ ทั้งๆ ที่รายได้จากการท่องเที่ยวก็เป็นรายได้หลักๆ ของประเทศ
อาจารย์ไพฑูรย์	ความเห็นจากในส่วนของการบินมีอะไรเพิ่มเติมบ้างไหมครับ
นักบิน	คือพวกตะวันออกกลางเขาไม่ค่อยสนใจเรื่องความรุนแรงมากนักครับ คือ นักท่องเที่ยวเขาไม่สนใจว่าอะไรจะเกิดขึ้น เคยถามเรื่องนี้อยู่ครั้งหนึ่ง นักท่องเที่ยวเขาก็ตอบผมมาประโยคหนึ่งว่า บ้านเขานวนกาซ่าเขาระเบิดเยอะกว่า
มัคคุเทศก์	นักท่องเที่ยวอิสราเอลเขาไม่กลัวการเมืองหรือ เพราะเขามีเป้าหมายมาท่องเที่ยวธรรมชาติที่แท้จริง มาดูศิลปวัฒนธรรมบ้านเรา และสิ่งที่สำคัญที่ขาดไม่ได้เลยคือปากคลองตลาด ตลาดดอกไม้ที่นี่ขาดไม่ได้เลย โกดู้ทุกคนต้องพาไป พวกชาวฮิวนี้พวกนี้เป็นคนดี แต่เขาอยู่กับสงคราม แล้วบางกลุ่ม (Group) เขานับถือศาสนาเขาซึ่งเคร่งครัดมาก ถึงเวลาต้องละหมาด คล้ายๆ กับว่าต้องเคารพศาสนาเขาอย่างแท้จริง ขับรถไปอยู่ๆ โกดู้คุณหาที่ให้นั่งละหมาดหน่อย มันไม่ใช่ของง่ายๆ แล้วอย่างอาหารพวกนี้เขา

	จะแบกเอามาจากประเทศเขาเลย เป็นกระป๋องๆซึ่งเวลาไปไหนเขาก็จะเอาไปด้วย นั่นคือนักท่องเที่ยวอิสราเอล
อาจารย์ไพฑูรย์	อิสราเอลนี้มีความคล้ายคลึงกับมุสลิมไหม
มัทคุเทศก์	ไม่เหมือนครับ แตกต่างกันมาก เขาไม่กินหมูเหมือนกัน แต่คนอิสราเอลเขามีหลายศาสนา กินหอยไม่ได้ ปลาทานได้
อาจารย์ไพฑูรย์	ในบางช่วงของโครงการที่แล้ว มีคำถามว่า ถ้าจะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวตะวันออกกลางให้มาท่องเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ควรจะต้องมีการรองรับให้ครบถ้วนมากขึ้นด้วยหรือไม่ เช่น ตามโรงแรมต้องแยกโซนอาหาร จำเป็นหรือไม่
มัทคุเทศก์	ไม่จำเป็น แต่ถ้ามี มักจะเป็นวิธีการเรียกลูกค้าของโรงแรมนั้นๆ มากกว่า
มัทคุเทศก์	แต่อีกหน่อยต่อไป ประเทศคู่แข่งที่น่ากลัว คือ อินเดีย สิงคโปร์ ไต้หวัน ตอนนี้ถ้าเราไปเมืองนอก เราต้องไปขอวีซ่า เดี๋ยวนี้การทำวีซ่า บริษัทเขาทำให้เลยในเมืองไทย เพราะฉะนั้นผมก็คิดว่าอีกหน่อยถ้าเราจะทำอะไร เราอาจจะต้องดูอินเดียเป็นหลักด้วย อย่างแถวชอยนานามีคนอินเดียเยอะ เพราะอินเดียเป็นนายหน้า (โบรกเกอร์) ในการขายไม้มอกกลอนสมัยก่อนด้วย นั่นเป็นเหตุผลว่าทำไมอินเดียตรงนั้นถึงเยอะ อาหารไปถึงเยอะ
มัทคุเทศก์	ยกตัวอย่างด้านสุขภาพ อย่างโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์หรือโรงพยาบาลกรุงเทพ เวลาทำตลาดแต่ละครั้งก็ไปตามงานแสดง Exhibition ต่างๆ เขาเปิดงานใหญ่มาก ไปเปิดที่นั่นชาวตะวันออกกลางก็จะรู้จัก พอเข้ามาตัวแทนโรงพยาบาลก็จะอธิบายให้ฟัง พวกนี้ดำเนินการมาเป็น 10 ปีแล้ว เพราะฉะนั้นคนตะวันออกกลางเขาก็จะมารักษาแต่ที่โรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ แล้วที่บำรุงราษฎร์ก็จะอยู่ใกล้ย่านนั้น อย่างการท่องเที่ยวนี้เข้า โรงพยาบาลพวกนี้เขาทำไปก่อนแล้วตั้งแต่ 10 ปีก่อน
มัทคุเทศก์	ครอบครัวตะวันออกกลางครั้งหนึ่งมากันครั้งละ 10 คน เฉพาะการตรวจเช็คร่างกายอย่างเดียวตกคนละ 12,000 บาท ปัจจุบัน Package ของโรงพยาบาลเปาโลอยู่ที่ 8,000 กว่าบาท ของโรงพยาบาลกรุงเทพอยู่ที่ 9,000 กว่าบาท ที่นี้ขึ้นอยู่กับว่า โรงพยาบาลแต่ละที่เขามีเครื่องตรวจสุขภาพทันสมัยมากน้อยแค่ไหน อันนี้สำคัญ ด้านโรงพยาบาลนครินทร์ ลูกค้าตะวันออกกลางจะรู้จักโรงพยาบาลนครินทร์ทั้งหมดนะครับ ตลาดพวกอาหรับจะรู้จัก แล้วตอนนี้เริ่มเห็นแล้ว เพราะมันถูกกว่า อย่างตอนนี้คนอาหรับไปโรงพยาบาลยันฮีเยอะมาก เพราะโรงพยาบาลยันฮีเริ่มเปิดตลาดคือเอาคนที่พูดอาหรับเข้าไปเป็นล่าม นี่คือความฉลาดของเขาและของเขาตรวจสุขภาพได้ถูกกว่าทุกโรงพยาบาล
อาจารย์ไพฑูรย์	งานวิจัยส่วนหนึ่งของเราก็เกี่ยวข้องกับโรงพยาบาลกันมาก ทางฝ่ายกระทรวงสาธารณสุขก็แบ่งกัน 2 ค่าย ค่ายหนึ่งก็สนับสนุน อีกค่ายก็ไม่เห็นด้วย ที่ไม่เห็นด้วยก็จะมองว่าจะเป็นการเข้ามาแย่ง แล้วก็จะไป Drive ราคาขึ้นไป ทำให้ราคาแพงขึ้น ๆ แต่บางโรงพยาบาลก็ได้กลับเหมือนกันว่าเขาก็ Import หมอเข้ามา
มัทคุเทศก์	ค่าใช้จ่ายของโรงพยาบาล ค่าห้องพักแพงกว่าโรงแรมครับ แต่ลูกค้าที่มาตรวจสุขภาพอยากพักนานๆ เพราะว่าอยู่ใกล้ชิดหมอ มีหมอเดินตรวจตลอด เทียบกับถ้ามารถบัสโรงพยาบาลถึงเวลาต้องเสียค่า

	Taxi ถึงจะมีรถมารับที่มาก็ Charge นะครับ โรงพยาบาลเขาก็ Charge
อาจารย์ไพฑูรย์	สังเกตไหมครับว่า ทวีร์ตะวันออกกลางที่เข้ามาในไทย เวลาท่องเที่ยวจะไม่ค่อยตรงกับทวีรยุโรป ทำให้รับงานได้ทั้งปี การท่องเที่ยวของเรามีแนวโน้มจะทำท่าจะอึดตัวหรือยังครับสำหรับตลาดตะวันออกกลาง หรือว่ายังไปได้อีกไกล
มัคคุเทศก์	ตลาดยังไม่อึดตัวนะ นักท่องเที่ยวเข้ามาเรื่อยๆ ในสายตาของมัคคุเทศก์คิดว่าอยู่ที่การประกอบการของประเทศไทย ขำปัญหาการเมืองที่ออกยังสำนักข่าวต่างประเทศ ภาพที่ออกไปค่อนข้างน่ากลัวมาก แต่เมื่อแขกนักท่องเที่ยวมาเห็นกับตา เขาก็ไม่เหมือนในข่าวเลย
อาจารย์ไพฑูรย์	เคยสังเกตตรงนี้ไหม สมมติปีนี้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเมืองไทย ส่วนใหญ่ปีหน้านักท่องเที่ยวจะกลับไหม เขาจะมาติดๆกันหรือปีถัดไป
มัคคุเทศก์	มักจะเป็นข้ามปีครับ อยู่ที่งบประมาณ (Budget) ของลูกค้า คือ ถ้าเราคุยกับนักท่องเที่ยวเยอรมัน เขาจะกำหนดไว้ว่าเขามีงบประมาณเท่าไร หากเขามีงบ เขาก็จะมา 1 หรือ 2 ครั้ง แต่หากมีครบครันเขามีค่าใช้จ่าย เขาจะมาทุกปีไม่ได้ อาจจะเป็นปีเว้นปี อาจไปเชียงใหม่ กรุงเทพฯไม่มาแล้ว แต่เขาอยากกลับมาทุกคน กว่า 70% แต่มันจะมีนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งที่ไปกาญจนบุรีไปเคารพบรรพบุรุษ แล้วอีกกลุ่มใหม่คือกลุ่มที่มีญาติประสบเหตุสึนามิที่มีลูก หลาน เหลนก็จะมา กลุ่มออสเตรเลีย ญี่ปุ่น แต่ปีนี้นักท่องเที่ยวญี่ปุ่นน้อยมากเพราะว่าเด็กรุ่นใหม่ (New Generation) ของเขาจะไม่นัดเจอกันวันบรรพบุรุษ
อาจารย์ไพฑูรย์	ขอบคุณมากนะครับ สำหรับทุกท่านที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็น หากผลการศึกษารียบร้อยอย่างไร ผมจะส่งข่าวให้รู้

จบบันทึกการเสวนา

จำนวนผู้เข้าร่วมประชุมทั้งสิ้น 10 คน