

รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย “แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้”
The Guidance for Maximizing Tourist Expenditure per Person
in Southern Thailand

โดย ดร.ภาสกร ธรรมโชติ และคณะ
กรกฎาคม 2562

สัญญาเลขที่ RDG61T0020

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว
ในภาคใต้

The Guidance for Maximizing Tourist Expenditure per
Person in Southern Thailand

คณะวิจัย	สังกัด
ดร.ภาสกร ธรรมโชติ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.นนทิภัก เพียรโรจน์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.บุญฤทธิ์ ชูประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศักดิ์ จินดาบถ	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ดร.อภิวัฒน์ आयुสุข	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อาจารย์ลภัสวัฒน์ ศุภผลกุลนันท์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
อาจารย์พิมพ์ิกา พูลสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

สนับสนุนโดย

สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม
(สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

คำนำ

แผนงานการวิจัยเรื่องแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ซึ่งประกอบด้วย โครงการวิจัย แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และ โครงการวิจัย แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันและแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายและข้อเสนอแนะเชิงการตลาดในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน รวมทั้งการเปรียบเทียบปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

คณะผู้วิจัยแผนงานในครั้งขอขอบพระคุณ สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม(สกสว.) สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดสุราษฎร์ธานี สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพังงา สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบี่ สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดสุราษฎร์ธานี และ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดกระบี่ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ต สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดตรัง และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดพังงา รวมทั้งหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการระดมความคิดเห็นและประชุมเชิงปฏิบัติการ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้ให้ข้อเสนอแนะและคำแนะนำที่มีคุณค่าแก่แผนงานวิจัยนี้มาโดยตลอด

คณะผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า รายงานผลการวิจัยแผนงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในเรื่องแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ต่อไป

คณะผู้วิจัย

กรกฎาคม 2562

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

1. บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การส่งออกด้านบริการการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยผลักดันทำให้เกิดขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 การท่องเที่ยวกลับกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (tourist-led growth) ของประเทศซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจไทย

สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของไทยไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้มากนัก การกระจุกตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจน้อยส่งผลให้ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อหัวของไทยมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็นและมีมูลค่าไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ เช่น อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน เป็นต้น ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวของไทยอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนักสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวไม่ได้สร้างผลตอบแทนให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวเท่าที่ควร

ในส่วนของภาคใต้ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาคใต้เป็นอย่างมากเนื่องจากภาคใต้เป็นภาคที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ทั้งนี้ด้วยความพร้อมด้านทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ทั้งฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทย

ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา พบว่าการท่องเที่ยวของภาคใต้เติบโตอย่างไม่สมดุล ผู้ประกอบการในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาคใต้มีการแข่งขันทางด้านราคา ทำให้เกิดการบิดเบือนต้นทุนสินค้าและบริการในภาคการท่องเที่ยวให้ต่ำกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง ทำให้การส่งผ่านต้นทุนไปยังนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวซึ่งก็คือรายได้ของผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวที่จะได้รับต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ดังนั้นการปรับราคาสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างเหมาะสม ควบคู่ไปกับการปรับปรุงคุณภาพและผลิตภัณฑการท่องเที่ยวที่ตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและตั้งราคาที่เหมาะสมความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อเราขยายถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และความเต็มใจจ่ายผู้ประกอบการสามารถใช้กลไกราคาในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว และปรับปรุงผลิตภัณฑการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

แผนวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้จึงเป็นการศึกษาแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบไปด้วย (1) โครงการวิจัยแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย (2) โครงการวิจัยแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน เพื่อกำหนดแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคใต้ที่ยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

3. เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

1.3 ขอบเขตการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา: เน้นศึกษารูปแบบพฤติกรรม ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัว และความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่: ครอบคลุมพื้นที่ 8 จังหวัด ชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี พัทลุง ภูเก็ต ตรัง กระบี่ และพังงา

1.3.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา: ระยะเวลาดำเนินการ 1 ธันวาคม 2560- 30 พฤศจิกายน 2561

1.3.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติดังกล่าว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยคนภาครัฐและเอกชนในจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง กระบี่ พังงา ภูเก็ต

1.3.5 เครื่องมือวิจัย: ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการใช้แนวทางสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับการสำหรับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และข้อมูลเชิงปริมาณเน้นการใช้แบบสอบถามซึ่งอบรมจาก 2 โครงการย่อย

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

วิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) คือใช้การวิจัยทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณควบคู่กัน ดังนั้นเครื่องมือวิจัยจึงมีทั้งเครื่องมือเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังนี้

เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการใช้นำทางการสนทนากลุ่มสำหรับการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นจากการประชุมกลุ่มหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ เป็นการใช้แบบสอบถามแบบให้ผู้ตอบกรอกเองกับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2. สรุปผลการวิจัย

งานวิจัยเรื่องแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ มุ่งศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ วิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน และหาแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัว สามารถสรุปผลการศึกษาในภาพรวม ดังนี้

2.1 สรุปผลวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

สถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

2.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคใต้

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาภาคการท่องเที่ยวของภาคใต้มีการขยายตัวอย่างมาก ดัชนีการเจริญเติบโตของ GRP ของภาคใต้สะท้อนให้เห็นการเจริญเติบโตของภาคการท่องเที่ยวในภาคใต้ โดยภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญกับเศรษฐกิจของกลุ่มภาคใต้ฝั่งอันดามันเมื่อเทียบกับฝั่งอ่าวไทย

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคใต้พบว่า เศรษฐกิจภาคใต้พึ่งพิงภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก อย่างไรก็ตามในช่วงต้นปี พ.ศ.2548 ภาคการท่องเที่ยวได้ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดย

ผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 4 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12 ในปี พ.ศ. 2558

ภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมและภัตตาคารคิดเป็นร้อยละ 10 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 ในปี 2558 ในขณะที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญน้อยกว่าฝั่งอันดามัน โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมและภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 3 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9 ในปี 2558

จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2549-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 47,534,371 คน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 3.51 ซึ่งมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 45,923,464 คน

รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 166,735 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 7.46 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 155,162 ล้านบาท ส่วนรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 525,710 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 20.32 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเท่ากับ 436,912 ล้านบาท และรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 692,443 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 16.95 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 592,076 ล้านบาท

โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พบว่าในปี พ.ศ.2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 27,029,570 คน คิดเป็น 84.97% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน และในปี พ.ศ.2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 36,917,557 คน คิดเป็น 77.66% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2555 และมีจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 10,616,814 คน คิดเป็น 22.34% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2555

ปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้ โดยเฉพาะภาคใต้ฝั่งอันดามัน กลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนการท่องเที่ยวในภาคใต้คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจีน นอกจากนี้ในส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรองมากขึ้น ปัจจัยทั้งสองส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในภาคใต้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ความปลอดภัยเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลในด้านลบกับการท่องเที่ยวในภาคใต้ รวมถึงสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้

2.1.1.1 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,856.67 บาทต่อคนต่อวัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,648.35 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยเท่ากับ 9,822.34 บาทต่อคนต่อวัน

เมื่อพิจารณาแยกตามรายหมวดพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดค่าที่พัก หมวดของ

ที่ระลึก หมวดเพื่อความบันเทิง หมวดอื่นๆ หมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว และหมวดเพื่อรักษาพยาบาล ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หมวดอื่นๆ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดความบันเทิง และหมวดของที่ระลึก ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันเท่ากับ 5,105.45 บาทต่อคนต่อวัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 4,239.27 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 10,132.79 บาทต่อคนต่อวัน

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง พบว่า ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่มมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุดคือ 1,249.48 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเพื่อรักษาพยาบาลมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 48.43 บาทต่อคนต่อวัน

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยว พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวทั้งหมดมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุดคือ 5,101.79 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึกมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 666.20 บาทต่อคนต่อวัน

2.1.1.2 ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ แบ่งออกเป็น ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย

กรณีที่จำนวนโปรแกรมและกิจการการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 77.6 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 22.3) จะจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 959.45 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่โปรแกรม และกิจการการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่เพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 61.04 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 38.96) จะจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,061.03 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ยังคงจำนวนวันพักเท่าเดิม มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 41.87 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มขึ้น โดยจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,028.40 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่เพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 49.27 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม โดยจ่ายเพิ่ม 1,196.39 บาทต่อคนต่อวัน

ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน

กรณีที่จำนวน โปรแกรมและกิจการการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างร้อยละ 88.1 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 11.9) จะจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,243.42 บาท

กรณีที่โปรแกรมและกิจการการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่เพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 74.4 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 25.6) จะจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,011.77 บาท

กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ยังคงจำนวนวันพักเท่าเดิม มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 24.4 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มขึ้น โดยจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,323.99 บาท

กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่เพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 31.6 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม โดยจ่ายเพิ่ม 1,486.42 บาท

2.1.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

จากผลการประมาณของสมการถดถอยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่สำคัญ คือ อายุ เพศ สัญชาติ รายได้ จำนวนวันท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ รายละเอียดดังนี้

- 1) อายุ โดยหากนักท่องเที่ยวอายุเพิ่มขึ้น 1 ปีจะส่งผลให้มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7.249 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ในทางสถิติ
- 2) เพศ โดยหากนักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิงเท่ากับ 212.576 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ในทางสถิติ
- 3) สัญชาติ โดยหากนักท่องเที่ยวมีสัญชาติไทยจะมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลงเท่ากับ 973.126 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ
- 4) รายได้ ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาทจะส่งผลให้มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.004 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ
- 5) จำนวนวันท่องเที่ยว หากอยากให้นักท่องเที่ยวอยู่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะต้องมีรายจ่ายลดลง 8.818 บาทต่อวันจึงจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยู่พักเพื่อท่องเที่ยวเพิ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ
- 6) การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวลดความสำคัญของการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยวจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 258.708 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ

ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และเป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ สัญชาติ รายได้ ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลกระทบทางการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น เท่ากับ 3,306.96 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%
- 2) หากนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาทเป็นผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเท่ากับ 0.002 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%
- 3) หากนักท่องเที่ยวเพิ่มระยะเวลาท่องเที่ยวอีก 1 วันมีผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 47.52 บาทต่อวันจากเดิมที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%
- 4) ด้านการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวพบว่าถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อผลกระทบทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 1160.28 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

- 5) ด้านการให้ความสำคัญต่อบุคลากรด้านการท่องเที่ยวพบว่าถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบุคลากรด้านการท่องเที่ยวลดลงจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 581.20 บาทต่อวันที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%
- 6) ด้านการให้ความสำคัญต่อลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวพบว่าถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 700.23 บาทต่อวันที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

2.1.1.4 ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ประกอบไปด้วย ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และ ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

กรณีที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างแปรที่ศึกษาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 94.90 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

1.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 137.75 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

1.3 กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญกับกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 143.529 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

กรณีที่ 2 มีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ราคาด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 อายุ หากนักท่องเที่ยวมีอายุสูงขึ้น 1 ปีจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8.6 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

2.2 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 125.714 บาทเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิงที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

2.3 สถานภาพสมรส โดยถ้านักท่องเที่ยวมีสถานภาพสมรสจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพอื่น เท่ากับ 159.748 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

2.4 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3.734 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

2.5 ราคาของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ด้านราคาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 124.179 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

2.6 การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อการส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวลดลง จะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 129.809 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

กรณีที่ 3 มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 187.729 บาทเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

3.2 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7.813 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

3.3 ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวลดลง จะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 203.670 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

กรณีที่ 4 มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 229.751 บาทเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.2 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8.738 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.3 กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 143.082 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

กรณีที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ ราคาของการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 สัญชาติของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นผู้มีสัญชาติไทยจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 98.87 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ

1.2 ราคาของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ด้านราคาการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 73.75 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

1.3 บุคลากรด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 90.19 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

1.4 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 109.22 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.2 สัญชาติของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นผู้มีสัญชาติไทยจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 194.85 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.3 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 27.80 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

4.4 ผลกระทบด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 269.66 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.5 ช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ถ้าทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 191.42 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.6 บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญทางด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 129.69 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

4.7 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 190.42 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

2.2 สรุปผลวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

2.2.1 ค่าใช้จ่ายต่อหัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

นักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยทั้งในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองและการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,856.67 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 5,105.45 บาทต่อคนต่อวัน ในภาพรวมนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยทั้งในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองและการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอันดามันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในทุกๆ หมวดสูงกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัว บาทต่อคนต่อวัน 10,132.79 บาทต่อคนต่อวัน สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอ่าวไทย

9,822.34 บาทต่อคนต่อวัน โดยค่าใช้จ่ายต่อหัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอ่าวไทย แตกต่างจากฝั่งอันดามันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

นักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเกือบสองเท่าตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในกรณีการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวไทยในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอันดามันสูงกว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในกรณีการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวโดยนักท่องเที่ยวต่างชาติในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

2.2.2 ความเต็มใจจ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

จากการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและภาคใต้ฝั่งอันดามัน แบ่งตามกรณีความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว 4 กรณี โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
2. กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าถ้าโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน ท่านจะเต็มใจจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
3. กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิมท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
4. กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วันท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่

ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ความเต็มใจจ่ายแบ่งตามกรณีออกเป็น 4 กรณี พบว่า

กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 22.33 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมเต็มใจจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 959.45 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 28.96 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมเต็มใจจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,061.03 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 41.87 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,028.40 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 49.27 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,196.39 บาทต่อคนต่อวัน

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 4 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ กรณีที่ 2 ในขณะที่นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามันมีความเต็มใจจ่ายมากที่สุดในกรณีที่ 4 รองลงมาได้แก่ กรณีที่ 3

ความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ย	อ่าวไทย			อันดามัน		
	ร้อยละ	Mean	S.D	ร้อยละ	Mean	S.D
ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	22.33	959.45	2311.69	11.90	1,243.42	1,205.47
สำหรับทริปนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	38.96	1,061.03	2,109.70	25.60	1,011.77	1,001.90
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	41.87	1,028.40	2,301.64	24.40	1,323.99	1,255.37
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	49.27	1,196.39	2,346.22	31.60	1,486.42	1,515.65

ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่าย

ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
อายุ	สัญชาติ
เพศ	รายได้
สัญชาติ	จำนวนวันท่องเที่ยว
รายได้	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
จำนวนวันท่องเที่ยว	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
การส่งเสริมทางการตลาด	ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ อายุ เพศ สัญชาติ รายได้ จำนวนวันท่องเที่ยว และการส่งเสริมทางการตลาด

ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน ได้แก่ สัญชาติ รายได้ จำนวนวันท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ เพศ ช่องทางการจัดจำหน่าย และกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอันดามัน ได้แก่ สัญชาติ ราคา บุคลากรด้านการท่องเที่ยว

กรณีที่ 1 จำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนกัน

อ่าวไทย	อันดามัน
เพศ ช่องทางการจัดจำหน่าย กระบวนการให้บริการ	สัญชาติ ราคา บุคลากรด้านการท่องเที่ยว

กรณีที่ 2 กิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนกันแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

อ่าวไทย	อันดามัน
อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระยะเวลาการท่องเที่ยว ราคา การส่งเสริมทางการตลาด	สัญชาติ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระยะเวลาการท่องเที่ยว ราคา และการส่งเสริมทางการตลาด

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอันดามัน ได้แก่ สัญชาติ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย และลักษณะทางกายภาพ

กรณีที่ 3 การพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

อ่าวไทย	อันดามัน
เพศ ระยะเวลาการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว	อายุ สัญชาติ ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด บุคลากรการท่องเที่ยว ลักษณะทางกายภาพ

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ เพศ ระยะเวลาการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยว

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอันดามัน ได้แก่ อายุ สัญชาติ ผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาด บุคลากรการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพ

กรณีที่ 4 หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

อ่าวไทย	อันดามัน
อายุ	เพศ
เพศ	สัญชาติ
ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ระยะเวลาการท่องเที่ยว
กระบวนการให้บริการ	ผลลัพธ์การท่องเที่ยว
	ช่องทางการจัดจำหน่าย
	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
	ลักษณะกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอ่าวไทย ได้แก่ อายุ เพศ ระยะเวลาการท่องเที่ยว และกระบวนการให้บริการ

ปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายฝั่งอันดามัน ได้แก่ เพศ สัญชาติ ระยะเวลาการท่องเที่ยว ผลลัพธ์การท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

2.3 สรุปผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

วัตถุประสงค์ข้อ 3 เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

เสนอแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้โดยอ้างอิงจากผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1,2 และผลการวิจัยจากโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 สามารถนำเสนอแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ฝั่งอันดามัน และภาคใต้โดยรวม ดังนี้

2.3.1 แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

2.3.1.1 การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในหมวดที่มีศักยภาพ

โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง รองลงมาได้แก่ค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในหมวดที่พัก โดยมีค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 7 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในขณะที่โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว โดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว (ค่าแพคเกจทัวร์) รองลงมาได้แก่ค่าใช้จ่ายในหมวดอื่นๆ ค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง และค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 6 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

เมื่อพิจารณาโครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวพบว่า ค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกและของฝากคิดเป็นสัดส่วนที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด นอกจากนี้จากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ซื้อของฝากของที่ระลึก ดังนั้นควรมุ่งเน้นในการส่งเสริมให้มีการกระตุ้นค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกและของฝาก นอกจากนี้ในส่วนที่ซื้อของฝากของที่ระลึกยังซื้อสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูงมากนัก

เช่น อาหารแห้ง ขนม จึงควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าเหล่านี้ ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกและของฝากเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาจับจ่ายใช้สอยซื้อของฝากหรือของที่ระลึกกลับไป

2.3.1.2 การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มพบว่าค่าใช้จ่ายในหมวดค่าที่พักผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์หั่นราคาที่พักเพื่อดึงดูดลูกค้าทำให้ราคาที่พักมีราคาถูกกว่าที่ควรจะเป็นซึ่งส่งผลโดยตรงต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว การหลีกเลี่ยงการแข่งขันกันตัดราคาจะช่วยให้ค่าใช้จ่ายในหมวดที่พักเพิ่มขึ้นสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของราคาที่พัก การแย่งกันตัดราคาทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีราคาสินค้าท่องเที่ยวถูกในสายตาของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ และทำให้เกิดการบิดเบือนต้นทุนให้ต่ำกว่าความเป็นจริง

ผลการวิจัยความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ จะเห็นว่าในกรณีที่ 1 ทุกอย่างเหมือนเดิมมีนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายบางส่วน สะท้อนให้เห็นว่าสินค้าท่องเที่ยวยังสามารถขยับราคาขึ้นไปได้อีก โดยเฉลี่ย 941 บาทต่อคนต่อวัน เช่นเดียวกันกรณีที่ 4 หากมีการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้น และอยู่เพิ่มขึ้นอีก 1 วัน มีนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่าย หากสินค้าท่องเที่ยวมีการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน ในท้ายที่สุดผู้ประกอบการจะสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องเน้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวไทยเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 3,4 คือการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้น ผู้ประกอบการสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว

2.3.1.3 การขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากโครงสร้างนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบ 2 เท่าตัว และมีค่าใช้จ่ายต่อหัวในภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกๆ หมวด

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่บนบกยังมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยส่วนใหญ่จะกระจุกตัวในพื้นที่เกาะและชายหาดในพื้นที่ เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี หากพิจารณาความเต็มใจที่จ่าย ผลการวิจัยความเต็มใจจ่ายสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวไทย โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ยสูงสุดในกรณีที่ 1 จำนวนวัน โปรแกรม และทุกอย่างเหมือนเดิม รองลงมาคือ กรณีที่ 4 หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้น และเพิ่มจำนวนวันพัก 1 วัน

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 1 ทุกอย่างเหมือนเดิมสะท้อนให้เห็นว่าราคาสินค้าท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนหนึ่งมีความเต็มใจจ่ายในราคาที่สูงกว่าโดยไม่ต้องปรับปรุงอะไร แสดงให้เห็นว่าการปรับราคาขึ้นให้สอดคล้องกับความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวจะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นและรายได้ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นในที่สุด จึงควรมุ่งเน้นในการขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยพร้อมกับยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวสะท้อนความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

2.3.1.4 การขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X และ กลุ่ม Gen Y

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวควรมุ่งขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และ กลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการออกไปท่องเที่ยวบ่อย และเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงอีกกลุ่มหนึ่ง (ภาคผนวก จ) ผลการวิจัยพบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ Baby Boomer และ Gen Y ตามลำดับ แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวควรขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยทำงาน ที่มีกำลังซื้อสูง ในขณะที่หากพิจารณาโครงสร้างนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว Gen Y ผลการวิจัยความเต็มใจจ่ายพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y โดยความเต็มใจที่จ่ายสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวสามารถมุ่งเน้นกลุ่ม Gen Y ที่มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น

2.3.1.5 การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (กลุ่ม First Visitor)

ผลการวิจัยพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเป็นครั้งแรกสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เคยมาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่สองและกลุ่มที่เคยมามากกว่าสองครั้ง การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวอาจดำเนินการในลักษณะเชิงรุก ในส่วนของนักท่องเที่ยวไทยสามารถดำเนินการตลาดเชิงรุกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามภาคในเมืองหลักและเมืองรอง ทั้งในการให้เข้ามาในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก และการส่งเสริมการเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองรองของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติควรดำเนินการในลักษณะเชิงรุกในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัวในกลุ่มประชาคมอาเซียน นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง นักท่องเที่ยวมุสลิมในกลุ่มประชาคมอาเซียน รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากตลาดใหม่ที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

2.3.1.6 การเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาวพักผ่อน

จากผลการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันลาหรือ วันหยุดยาวพักผ่อนมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด รองลงมาคือการเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไรก็ตามส่วนใหญ่กลุ่มที่เดินทางมาวันหยุดปลายสัปดาห์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวันหยุดเทศกาลและวันลาเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวควรหันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลโดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย และการท่องเที่ยววันหยุดยาวพักผ่อนในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาตินอกเหนือจากเทศกาลหลักๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวหลักของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยควรดำเนินการส่งเสริมให้มีการจัดเทศกาลต่างๆ ในเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองรองเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและนอกฤดูท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ตลอดปี

2.3.1.7 การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษและมีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยในปัจจุบันยังพึ่งพิงแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ และชายหาด ทั้งนี้จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มมีแนวโน้มเป็น

นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูง รวมทั้งนักท่องเที่ยวแบบครุฑเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายสูง แนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา รวมทั้งการทำตลาดครุฑ

2.3.1.8 การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนวันพักเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย การเพิ่มจำนวนวันพักในพื้นที่ด้วยการเสนอขายสินค้าท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพ่วงกับพื้นที่เมืองหลักหรือเมืองรองข้างเคียง เพื่อสร้างความน่าสนใจของสินค้าการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการขยายระยะเวลาวันพักและดึงดูดให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ เมืองรองศักยภาพ เส้นทางเมืองหลักเชื่อมเมืองรอง เส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนวันพัก

2.3.1.9 การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวคุณภาพ

ผลการศึกษาความเต็มใจจ่ายพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยินดีจ่ายมากที่สุดในกรณีที่ 4 มีการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าหากมีการจัดการด้านอุปทานของสินค้าท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการจัดการด้านอุปทานได้จะทำให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวและใช้กลไกราคาในการคัดกรองนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและมีคุณภาพเข้ามาในพื้นที่

2.3.2 แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน

1) สำหรับภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า หากมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะทำให้มีค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย 3,306.96 บาท ซึ่งหากพิจารณาในภาพรวม พบว่านักท่องเที่ยวจากจีนรวมฮ่องกงและไต้หวัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวตลอดทั้งทริปสูงสุด คือ 36,234.29 บาท ต่อคนต่อทริป รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เช่น แคนาดา เยอรมนี ฟินแลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 34,546.67 บาทต่อคนต่อทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเพียง 5,940.74 บาทต่อคนต่อทริปเท่านั้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปน้อยที่สุด คือ มีค่าใช้จ่ายเพียง 21,860.38 บาทต่อคนต่อทริปเท่านั้น

2) การท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันควรเน้นที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง เนื่องจากพบว่า หากรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาท จะส่งผลให้มีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.002 บาท ดังนั้นการจับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะเป็นการช่วยให้เกิดการใช้จ่ายได้มากขึ้นกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งหากพิจารณาศักยภาพความสามารถจ่ายได้ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่านักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชีย (เช่น ญี่ปุ่น ฮ่องกง ออสเตรเลีย อินเดีย เป็นต้น) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เช่น แคนาดา เยอรมนี ฟินแลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น

3) หากต้องการเพิ่มค่าใช้จ่ายตลอดทั้งทริปในภาพรวม สามารถดำเนินการได้โดยเพิ่มจำนวนวันพักให้นักท่องเที่ยว ซึ่งหากพิจารณาจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวแยกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เช่น แคนาดา เยอรมนี ฟินแลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น มีจำนวนพักเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากอเมริกา โดยมีวันพักเฉลี่ย 8.25 และ 8.23 วันตามลำดับ ในขณะที่วันพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันคือ 4.90 วัน ซึ่งจะสามารถเพิ่มวันพักให้กับนักท่องเที่ยวจากชาติอื่น ๆ ได้อีก ประมาณ 3.33-3.35 วัน

4) ควรดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งในประเด็นต่าง ๆ เช่น ชื่อเสียง คุณภาพสภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักรับรองและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากพบว่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งในกรณีที่ต้องการให้เที่ยวเพิ่มหรือกรณีที่มีการปรับปรุงโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งพบว่าหากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 1,160.28 บาทต่อวัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังคงมีการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไม่สอดคล้องกับที่ตนเองต้องการ จึงทำให้นักท่องเที่ยวลดค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวลง ทั้งนี้หากพิจารณาการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันแยกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากอเมริกาจะให้ความสำคัญกับประเด็นนี้มากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากจีน (รวมฮ่องกงและไต้หวัน) ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้น้อยที่สุด

5) ควรมีการตรวจสอบและกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสม เนื่องจากพบว่าในกรณีที่ไม่มี การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใด ๆ ของการท่องเที่ยว ราคาจะเป็นปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ซึ่งกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังคงรับรู้ราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันนั้นยังไม่เหมาะสม เช่น ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าแพ็คเกจทัวร์ ค่าของที่ระลึก และค่าประกันภัยการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอแผนการตลาดให้กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพิจารณาที่จังหวัดกระบี่ โดยผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นและเป็นห่วงต่อการแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการในพื้นที่เนื่องจากมีการลดราคาแข่งขันทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจต่อราคามาตรฐานของการท่องเที่ยวในพื้นที่ จึงชะลอการตัดสินใจและเพื่อแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับราคาที่คุ้มค่าหรือถูกที่สุด ทั้งนี้ หากพิจารณาการให้ความสำคัญกับระดับราคาแยกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวจากอเมริกา จะให้ความสำคัญกับเรื่องราคาสูงที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย

6) ควรมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและยินดีกับการจ่ายค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เนื่องจากพบว่า พนักงานให้บริการและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวนั้นมีผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในเกือบทุกกรณี และพบว่าหากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวรับรู้

บุคลากรด้านการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันมีระดับคุณภาพที่ต่ำกว่าที่คาดหวังเอาไว้ จึงทำให้ลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องลง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรพนักงานด้านการท่องเที่ยวในประเด็นต่าง ๆ เช่น ความเป็นมิตร ความรวดเร็วในการให้บริการ ทักษะการแก้ปัญหา ความรู้ และการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ หากพิจารณาระดับการให้ความสำคัญกับพนักงานของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันแยกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากอเมริกาจะให้ความสำคัญกับประเด็นนี้สูงสุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน (รวมฮ่องกงและไต้หวัน) ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้น้อยที่สุด

2.3.3 แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวของภาคใต้

หากพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ทั้งในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันพบว่าค่าใช้จ่ายในบางหมวด เช่น หมวดที่พัก หมวดของฝากของที่ระลึก เป็นต้น โดยเฉพาะหมวดที่พักสามารถปรับเพิ่มขึ้นได้เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันกันตัดราคาในธุรกิจโรงแรมที่พักส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเกิดขึ้นของโรงแรมที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องในพื้นที่ภาคใต้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้จากนักท่องเที่ยว โดยในภาพรวมโรงแรมเน้นการแข่งขันกลยุทธ์ทางด้านราคามากกว่าคุณภาพทำให้สูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวที่ควรจะได้จากนักท่องเที่ยว แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวที่ต้องดำเนินการคือการกำกับดูแลผู้ประกอบการในธุรกิจที่พักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง รวมถึงการกำกับควบคุมดูแลมาตรฐานที่พัก เนื่องจากหากพิจารณาความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งยินดีจ่ายเพิ่มหากมีการปรับปรุงที่พักให้ได้มาตรฐานและมีสิ่งอำนวยความสะดวก โดยลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายทั้ง 2 ฝั่งมีความคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวต่างชาติในฝั่งอ่าวไทยมีความยินดีจ่ายเพิ่มมากกว่าฝั่งอันดามัน สะท้อนให้เห็นว่าฝั่งอ่าวไทยฝั่งมีช่องให้ยกระดับราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การวิจัยพัฒนาของที่ระลึกหรือของฝากเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันพบว่าค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกไม่สูงมากนัก ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวควรมุ่งเน้นในการส่งเสริมให้มีการกระตุ้นค่าใช้จ่ายใน หมวดของที่ระลึกและของฝาก นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน ส่วนใหญ่ไม่ซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันที่ซื้อของฝากของที่ระลึกยังซื้อสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูงมากนัก จึงควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าเหล่านี้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาและเพิ่มมูลค่า ของที่ระลึกและของฝากเพื่อให้ นักท่องเที่ยวเข้ามาจับจ่ายใช้สอยซื้อของฝากหรือของที่ระลึกกลับไป

การปรับปรุง ดูแล พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในภาคใต้ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

การท่องเที่ยวในภาคใต้มีลักษณะของการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะพื้นที่เกาะและพื้นที่ชายหาด ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว มีการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับ ซึ่งในปัจจุบันได้เริ่มมีการปิดแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งเพื่อฟื้นฟูสภาพธรรมชาติ หากพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว ในส่วนของค่าใช้จ่ายต่อหัวพบว่าค่าใช้จ่ายในหมวดค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่สูงมากนัก ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่หากมีการปรับปรุงให้ทุกอย่างดีขึ้นสูงกว่ากรณีอื่น ดังนั้นแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่าย

ควรมีการปรับปรุง ดูแล พื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมเพื่อนำมาดูแลฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ประโยชน์ทรัพยากรในพื้นที่ ยกกระต๊อบมูลค่าสินค้าท่องเที่ยวซึ่งสร้างรายได้เพิ่มขึ้นมหาศาลมากกว่าการเน้นที่ปริมาณนักท่องเที่ยว

การเน้นการทำตลาดในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ นักท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมกลุ่มมีแนวโน้มเป็น นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูง รวมทั้งนักท่องเที่ยวแบบคู่รักเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายสูง การจับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะเป็นการช่วยให้เกิดการใช้จ่ายได้มากขึ้นกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้พิจารณาศักยภาพความสามารถจ่ายได้ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชีย (เช่น ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย อินเดีย เป็นต้น) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุด โดยเน้นการส่งเสริมการตลาดในฝั่งอ่าวไทย และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยวในฝั่งอันดามัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน นอกจากนี้หากพิจารณาความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน สามารถดำเนินการได้ดังนี้

หากพิจารณาตามความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กรณี ดังที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้ข้างต้น เพื่อให้แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีความชัดเจนขึ้น โครงการย่อยที่ 1 และ 2 นำเสนอแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวแยกเป็นรายกรณี ดังนี้

ฝั่งอ่าวไทย

ผลการศึกษาการเพิ่มความเต็มใจจ่ายของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางการหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถแบ่งแนวทางการเพิ่มรายจ่ายได้เป็น 4 แนวทางกล่าวโดยสรุปดังต่อไปนี้

กรณีที่ 1 สำหรับทริปโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 22.33 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 959.45 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวยังคงได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรมและจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม โดยมีปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว และกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ควรส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การมีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายช่องทางด้านที่พัก
2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่การส่งเสริมให้โรงแรมและร้านอาหารมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 754.87 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,116.07 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 2 สำหรับทริปโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 38.96 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,061.03 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรม โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยว และการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม โดยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ราคาการเดินทาง และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม

2. การมุ่งเน้นส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสื่อสารและสร้างความรับรู้ด้านท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยแก่นักท่องเที่ยว และเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการมาและการกลับมาท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยว อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายด้านที่พัก แหล่งข้อมูลหลากหลายแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,357.21 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 41.87 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,028.40 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวยังคงมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ กลยุทธ์การพัฒนาผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยเฉพาะความสวยงามและความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,467.89 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 49.27 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,196.39 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ คือ กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพร้อมกำหนดขั้นตอนการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย โรงแรมและภัตตาคารมีการให้บริการที่แม่นยำถูกต้อง และแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและมีคุณภาพที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,816.32 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 14,177.51 ล้านบาทต่อปี)

กล่าวโดยสรุปแนวทางการส่งเสริมการเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวภาคฝั่งอ่าวไทยจากกลยุทธ์การเพิ่มรายจ่ายกรณีที่ 4 เป็นแนวทางที่เพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยได้สูงสุด และจาก 4 กรณีปัจจัยมีความสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ดังนั้น แนวทางเพื่อเพิ่มรายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย คือ การพัฒนากระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ให้มีคุณภาพและความรวดเร็วมากขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ฝั่งอันดามัน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยนี้แบ่งแยกความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กรณีหลักๆ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ดังนั้น เพื่อให้แนวทางการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดมีความชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอแยกเป็นรายกรณี ดังนี้

กรณีที่ 1: ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 11.88 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1243.42 บาทต่อคนโดยกรณีของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น หากนักท่องเที่ยวยังคงได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรมและจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม โดยมีปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่ม โดยกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ควรส่งเสริมได้แก่

1. การควบคุมหรือการกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ราคาการเดินทาง และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม
2. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ
3. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว

หากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 428.77 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 75,729.99 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 2: โปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่เพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 25.63 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1011.77 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรม โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ช่องทางจัดจำหน่ายด้าน การท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม โดยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. สนับสนุนการพัฒนาผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติ

ของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

2. ส่งเสริมการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย อันได้แก่ ทำเลที่ตั้ง จุดการจัดจำหน่ายของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาระบบการจองที่พักและการเดินทาง ตลอดจนการพัฒนาผ่านช่องทางการขายที่หลากหลาย เช่น การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต ฯลฯ
3. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 753.07 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 76,054.29 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 3: มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 24.38 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1323.99 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวยังคงมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ทั้งนี้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ส่งเสริมการพัฒนาผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักรับและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว
2. การมุ่งเน้นการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยว เพื่อสื่อสารและสร้างความรับรู้การท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการมาและการกลับมาท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ
4. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 937.64 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 76,238.85 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 4: มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้เพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 31.62 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1486.42 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยว ช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว
 2. สนับสนุนการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย อันได้แก่ ท่าเลที่ตั้ง จุดการจัดจำหน่ายของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาระบบการจองที่พักและการเดินทาง ตลอดจนการพัฒนาผ่านช่องทางการขายที่หลากหลาย เช่น การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต ฯลฯ
 3. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ
 4. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยว
 ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,322.09 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 76,623.32 ล้านบาทต่อปี)
- ผลการศึกษาแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้สะท้อนให้เห็นแนวทางเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ควรดำเนินการควบคู่ไปกับการปรับปรุงอุปทานการท่องเที่ยวควบคู่ไปกับอุปสงค์การท่องเที่ยว เพื่อคัดกรองนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและมีความเต็มใจจ่าย

บทคัดย่อ

ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การท่องเที่ยวกลับกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (tourist-led growth) ของประเทศ รวมถึงภาคใต้ซึ่งภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาคใต้เป็นอย่างมากเนื่องจากภาคใต้เป็นภาคที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง แผนงานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการเพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ วิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน และหาแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่การศึกษาในครั้งนี้ครอบคลุมจังหวัดราชบุรี ราชบุรี นครศรีธรรมราช พัทลุง ภูเก็ต กระบี่ พังงาและตรัง โดยการสุ่มตัวอย่างจำนวน 1,624 คน แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 1,080 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ จำนวน 544 คน ด้วยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)

ผลการศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคใต้ ภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญกับเศรษฐกิจภาคใต้ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมและภัตตาคารของภาคใต้เพิ่มจากร้อยละ 4 ในปี พ.ศ. 2554 เป็นร้อยละ 12 ในปี พ.ศ. 2558 ในปี พ.ศ. 2559 มีรายได้จากการท่องเที่ยว 692,443 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 16.95 จากปีก่อนหน้า โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยว 47.5 ล้านคน ขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 3.5 จากปีก่อนหน้า ปัญหาเรื่องความปลอดภัย ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้ และภัยพิบัติธรรมชาติ เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ในส่วนของค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันมีความแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัว 1,856.67 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายต่อหัว 1,648.35 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว 9,822.34 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัว 5,105.45 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายต่อหัว 4,439.27 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่อหัว 10,132.79 บาทต่อคนต่อวัน โดยในภาพรวมนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย ผลการศึกษาความเต็มใจจ่ายในกรณีหากมีการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้นการดำเนินการปรับปรุงการท่องเที่ยวให้ดีขึ้นอย่างมีคุณภาพจะสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น 1,467.89 ล้านบาทต่อปีในฝั่งอ่าวไทย และ 937.64 ล้านบาทต่อปีในฝั่งอันดามัน แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ควรให้ความสำคัญในการยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การขยายจำนวนวันพัก การปรับปรุง ดูแล รักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน การเน้นการทำตลาดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวและการพัฒนาบุคลากรในภาคการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว; ความเต็มใจจ่าย; ภาคใต้

Abstract

In the past several years, tourist sector is very important to Thai economy. Thai economy has become tourist-led growth. Southern Thailand is one of the region in Thailand which has high potential in tourist industry as there are many famous local and global tourist attractions. Tourist sector has driven Southern Thailand economy for the past few years.

This research aims to study (1) the situation in tourism sector in the South of Thailand and factors affecting demand for tourism. (2) comparison of factors determining tourist expenditure and willingness to pay for travelling to Aao-Thai Southern coast of Thailand and Andaman Side of Thailand. (3) guideline to increase travel expenditure of tourists in the South of Thailand. This study use Mix Method research methodology covering areas in Chumpon, Surat Thani, Nakorn Sri Thammarat, Phattalung, Phuket, Trang, Krabi and Phanga. 1600 samples using accidental sampling comprise of Thai tourists and foreign tourist were interviewed with questionnaires.

The results show that tourist sector has become important sector for Southern Thailand economy as there were a large surge in the number of tourists in the South of Thailand. Gross Regional Product in hotels and restaurants in Southern Thailand increases from 4 per cent in 2011 to 12 per cent in 2016. Tourism revenues in 2016 reaches 692,443 million bath increased by 16.95 per cent from previous year. Tourists visiting Thailand in 2016 reaches 47.5 million tourists increased by 3.5 per cent from previous year. Travel safety, unrest in southern Thailand, natural disaster were three main concerns affecting demand for tourism in the South of Thailand. Tourist expenditure per head in Aao-Thai is 1,856.67 bath per head per day. Tourist travelling by themselves expenditure per head is 1,648.35 bath per head per day. Tourist travelling with package tour expenditure per head is 9,822.34 bath per head per day. Tourist expenditure per head in Andaman is 1,856.67 bath per head per day. Tourist travelling by themselves expenditure per head is 4,439.27 bath per head per day. Tourist travelling with package tour expenditure per head is 10,132.79 bath per head per day. Overall, tourist expenditure per head and willingness to pay of tourist in Andaman-Side were higher than Gulf of Thailand. According to tourist willingness to pay, an overall improvement in every aspects of tourism products would help generate additional income approximately 1,467.89 million bath for Aoa-Thai and 937.64 million for Andaman. Last but not least, the study suggests several guidelines to increase tourist expenditure in Southern Thailand such as (1) upgrading price level of tourism products (2) souvenir development and value added (3) expanding high spending tourist market (4) increasing number of overnight stays (5) sustainable development of tourist attractions and (5) human resource development in tourism.

Keyword: Tourist Expenditure; Willingness to Pay; South of Thailand

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
แผนงานวิจัย “แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้”	
คำนำ	ค
บทสรุปผู้บริหาร	ง
บทคัดย่อ	ธ
Abstract	น
สารบัญ	บ
บทที่ 1	บทนำ
	1
	1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา
	3
	1.2 วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย
	3
	1.3 วิธีดำเนินการวิจัย
	3
	1.4 กรอบขั้นตอนการวิจัย
	4
	1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย
	5
	1.6 ขอบเขตการวิจัย
	5
	1.7 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจค้นข้อมูลและการแปลผล
	5
	1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ
	6
บทที่ 2	การทบทวนเอกสารและวรรณกรรม
	7
	2.1 แนวคิดทฤษฎีและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
	7
	2.2 การทบทวนวรรณกรรมปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัว
	12
	2.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย
	30
บทที่ 3	วิธีการดำเนินการวิจัย
	31
	3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
	31
	3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
	32
	3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล
	33
	3.4 ขอบเขตการวิจัย
	34
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย
	35
	4.1 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1
	35
	4.2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2
	66
	4.3 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3
	94
บทที่ 5	อภิปรายผล
	109
	5.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์
	109
	5.2 อภิปรายผล
	120
บรรณานุกรม	124

สารบัญ(ต่อ)

เรื่อง	หน้า
ภาคผนวก	127
ภาคผนวก ก. สนทนากลุ่ม	128
ภาคผนวก ข. ผลการศึกษาภาพรวมของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยว	156

สารบัญตาราง

บทที่ 2	หน้า
ตารางที่ 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ	14
ตารางที่ 2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม	25
ตารางที่ 2.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง	26
บทที่ 3	
ตารางที่ 3.1 การกำหนดโควตากลุ่มตัวอย่างฝั่งอันดามัน	32
ตารางที่ 3.2 การกำหนดโควตากลุ่มตัวอย่างฝั่งอ่าวไทย	32
บทที่ 4	
ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนของภาคใต้	39
ตารางที่ 4.2 แสดงรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้	41
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้	44
ตารางที่ 4.4 แสดงระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในภาคใต้	47
ตารางที่ 4.5 แสดงโครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้	48
ตารางที่ 4.6 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	52
ตารางที่ 4.7 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	53
ตารางที่ 4.8 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	54
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามเพศ	55
ตารางที่ 4.10 แสดงความถี่ร้อยละของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายและไม่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ	55
ตารางที่ 4.11 ประเมินการรายได้ด้านการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามัน	56
ตารางที่ 4.12 การประมาณการสมการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายการท่องเที่ยว	57
ตารางที่ 4.13 การประมาณการสมการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายการท่องเที่ยว	58
ตารางที่ 4.14 สัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายของการท่องเที่ยวซึ่งประมาณการโดย Tobit Model	60
ตารางที่ 4.15 สัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายของการท่องเที่ยวซึ่งประมาณการโดย Tobit Model	63
ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	66
ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	68
ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	68
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามเพศ	69
ตารางที่ 4.20 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามช่วงอายุ	70

สารบัญตาราง(ต่อ)

บทที่ 4 (ต่อ)		หน้า
ตารางที่ 4.21	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามสถานภาพสมรส	70
ตารางที่ 4.22	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละระดับการศึกษาในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	71
ตารางที่ 4.23	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามวัตถุประสงค์การเดินทาง	71
ตารางที่ 4.24	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามผู้ร่วมเดินทาง	72
ตารางที่ 4.25	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามจำนวนครั้งที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว	72
ตารางที่ 4.26	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว	73
ตารางที่ 4.27	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามประเภทที่พัก	73
ตารางที่ 4.28	แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทยแบ่งตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	73
ตารางที่ 4.29	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันตามลักษณะประชากร กรณีเดินทางมาด้วยตนเอง	76
ตารางที่ 4.30	ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามลักษณะประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว กรณีเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว	77
ตารางที่ 4.31	เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	78
ตารางที่ 4.32	แสดงความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	78
ตารางที่ 4.33	เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	79
ตารางที่ 4.34	เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติฝั่งอ่าวไทย	80
ตารางที่ 4.35	เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติฝั่งอันดามัน	80
ตารางที่ 4.36	แสดงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ	81
ตารางที่ 4.37	แสดงพฤติกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ	82
ตารางที่ 4.38	แสดงปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ	83
ตารางที่ 4.39	แสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้	84
	ความสำคัญลำดับ	
ตารางที่ 4.40	แสดงปัจจัยราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้	84
	ความสำคัญ 3 ลำดับแรก	

สารบัญตาราง(ต่อ)

บทที่ 4 (ต่อ)		หน้า
ตารางที่ 4.41	แสดงปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก	85
ตารางที่ 4.42	แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก	86
ตารางที่ 4.43	แสดงปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก	86
ตารางที่ 4.44	แสดงปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก	87
ตารางที่ 4.45	แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก	88
ตารางที่ 4.46	แสดงปัจจัยด้านอื่นๆ	88
ตารางที่ 4.47	แสดงแรงจูงใจแบบหลักของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก	89
ตารางที่ 4.48	แสดงแรงจูงใจแบบดิ่งของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก	89
ตารางที่ 4.49	แสดงทัศนคติต่อราคาของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก	89
ตารางที่ 4.50	แสดงการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก	90
ตารางที่ 4.51	ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	91
ตารางที่ 4.52	ตารางเปรียบเทียบการมีโอกาสมากลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	91
ตารางที่ 4.53	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	92
ตารางที่ 4.54	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	92
ตารางที่ 4.55	แสดงแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน	100

สารบัญตาราง(ต่อ)

บทที่ 5		หน้า
ตารางที่ 5.1	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวผิ่งอ่าวไทยและผิ่งอันดามัน	110
ตารางที่ 5.2	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวผิ่งอ่าวไทยและผิ่งอันดามัน	111
ตารางที่ 5.3	เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติผิ่งอ่าวไทยและผิ่งอันดามัน	112
ตารางที่ 5.4	แสดงความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวผิ่งอ่าวไทยและผิ่งอันดามัน	114
ตารางที่ 5.5	ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายในภาคใต้ผิ่งอ่าวไทยและภาคใต้ผิ่งอันดามัน	114
ตารางที่ 5.6	ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวผิ่งอ่าวไทยและผิ่งอันดามัน	115
ตารางที่ 5.7	แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ผิ่งอ่าวไทย ผิ่งอันดามันและภาคใต้	118

สารบัญภาพ

บทที่ 1		หน้า
กราฟที่ 1.1	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้แยกตามสาขาเศรษฐกิจปี 2548-2558	2
กราฟที่ 1.2	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอันดามัน	2
กราฟที่ 1.3	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย	2
บทที่ 4		
กราฟที่ 4.1	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้	35
กราฟที่ 4.2	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ฝั่งอันดามัน	35
กราฟที่ 4.3	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ฝั่งอ่าวไทย	35
กราฟที่ 4.4	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดพังงา	36
กราฟที่ 4.5	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดนครศรีธรรมราช	36
กราฟที่ 4.6	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดภูเก็ต	36
กราฟที่ 4.7	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดสุราษฎร์ธานี	36
กราฟที่ 4.8	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดตรัง	36
กราฟที่ 4.9	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดพัทลุง	36
กราฟที่ 4.10	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดกระบี่	37
กราฟที่ 4.11	ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดชุมพร	37
กราฟที่ 4.12	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ปี 2548	37
กราฟที่ 4.13	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ปี 2558	37
กราฟที่ 4.14	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ฝั่งอันดามัน ปี 2548	38
กราฟที่ 4.15	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ฝั่งอันดามัน ปี 2558	38
กราฟที่ 4.16	ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ปี 2558	38
กราฟที่ 4.17	จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2549-2559	40
กราฟที่ 4.18	อัตราการขยายตัวของผู้มาเยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2550-2559	40
กราฟที่ 4.19	จำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้	41
กราฟที่ 4.20	รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2552-2559	42
กราฟที่ 4.21	อัตราการขยายตัวรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและชาวต่างประเทศในภาคใต้ พ.ศ.2553-2559	43
กราฟที่ 4.22	อัตราการขยายตัวรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและชาวต่างประเทศในภาคใต้ พ.ศ.2553-2559	43
กราฟที่ 4.23	อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้	45
กราฟที่ 4.24	อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในภาคใต้	45
กราฟที่ 4.25	อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในภาคใต้	46

สารบัญภาพ(ต่อ)

บทที่ 4(ต่อ)		หน้า
กราฟที่ 4.26	อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในภาคใต้	46
กราฟที่ 4.27	โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2552	48
กราฟที่ 4.28	โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2555	49
กราฟที่ 4.29	โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2559	49
กราฟที่ 4.30	ฤดูกาลการท่องเที่ยวของภาคใต้	50

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ภาคเศรษฐกิจการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมากในช่วงหลายปีที่ผ่านมา การส่งออกด้านบริการการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2503 การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยผลักดันให้เกิดขยายตัวของภาคการท่องเที่ยว ในขณะเดียวกันตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 การท่องเที่ยวกลับกลายเป็นภาคเศรษฐกิจที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ (tourist-led growth) ของประเทศ (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ, 2556) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของภาคการท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจไทย ในช่วงปี พ.ศ. 2553-2557 รายได้สุทธิจากการบริการด้านการท่องเที่ยวของไทยขยายตัวโดยเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 23.6 ต่อปี โดยเฉพาะในปี พ.ศ. 2554 เป็นปีแรกที่รายได้สุทธิจากการส่งออกด้านการบริการท่องเที่ยวของไทยสูงกว่ารายได้สุทธิจากการส่งออกสินค้า (อุบลรัตน์ จันทพงษ์ และคณะ, 2558) แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการท่องเที่ยวที่มีต่อเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างมาก

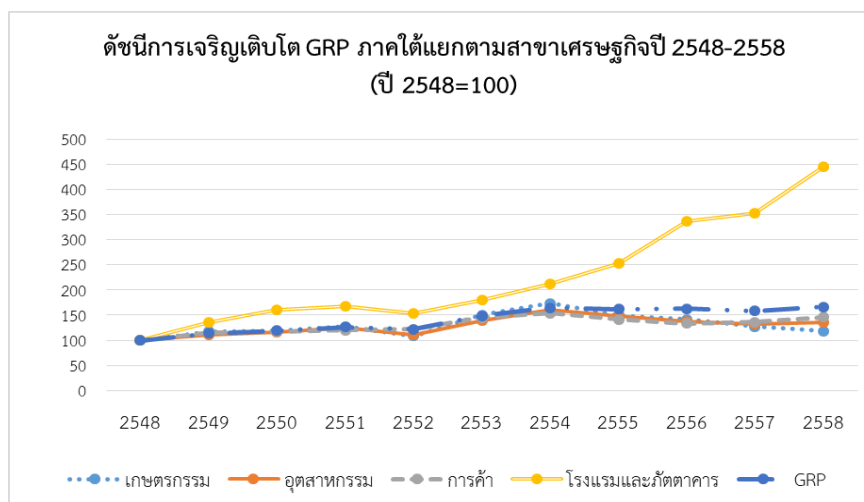
องค์การการท่องเที่ยวโลกและสหประชาชาติ (United Nations-World Tourism Organization, UNWTO) ระบุว่าในปี พ.ศ. 2558 ภาคการท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับเศรษฐกิจไทยคิดเป็นมูลค่ามากกว่า 1.5 ล้านล้านบาท ก่อให้เกิดการจ้างงานคิดเป็นร้อยละ 14 ของการจ้างงานทั้งหมด โดยในปี พ.ศ. 2557 ผลกระทบทางตรง (Direct Contribution) ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ รวมทั้งรายจ่ายของภาครัฐที่สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับบริการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจไทยคิดเป็นร้อยละ 7 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ และผลกระทบทางอ้อม (Indirect Contribution) ซึ่งทำให้เกิดการเชื่อมโยงไปยังสาขาการผลิตอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 9 ของ ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ในปี พ.ศ. 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้จัดทำยุทธศาสตร์แผนการตลาด การท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 มีเป้าหมายการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวร้อยละ 10 โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.1 ล้านล้านบาท เป็นรายได้ของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 2.1 ล้านล้านบาท นักท่องเที่ยวชาวไทย 1 ล้านล้านบาท โดยมุ่งเน้นการปรับโครงสร้างตลาดและส่งเสริมภาพลักษณ์การเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยมอย่างยั่งยืน แนวทางการทำตลาดในการขยายฐานการตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพด้วยการนำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยว Thai Local Experience ผ่านวิถีการกิน ในขณะที่แนวทางการตลาดต่างประเทศมุ่งปรับภาพลักษณ์และโครงสร้างตลาดต่อเนื่องจากปีที่แล้วโดยการปรับโครงสร้างตลาดของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยไปสู่กลุ่มตลาดระดับกลางและบน และสร้างรายได้ที่ยั่งยืนจากการเติบโตของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวมากกว่าจำนวนของนักท่องเที่ยว รวมทั้งมุ่งเน้นการทำตลาดนักท่องเที่ยวรายได้สูง (High Value) เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวไทยเป็น Quality Leisure Destination และการต่อยอดกระแสนิยมด้านอาหาร Gastronomy เพื่อนำวิถีการกินและเอกลักษณ์อาหารของแต่ละจังหวัดมาส่งเสริมการท่องเที่ยวและเพิ่มค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยว

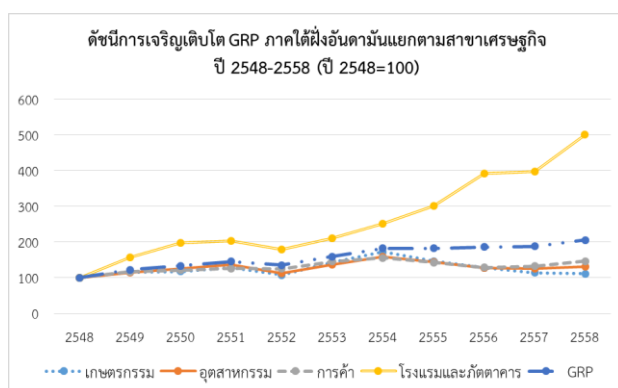
สถานการณ์การท่องเที่ยวในปัจจุบันพบว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวหลักของไทยไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้มากนัก การกระจุกตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจน้อยส่งผลให้ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อหัวของไทยมีมูลค่าต่ำกว่าที่ควรจะเป็นและมีมูลค่าไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ เช่น อินโดนีเซีย เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น ไต้หวัน เป็นต้น ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ

นักท่องเที่ยวของไทยอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนักสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวไม่ได้สร้างผลตอบแทนให้กับทรัพยากรการท่องเที่ยวเท่าที่ควร (อุบลรัตน์ จันทรังษ์ และคณะ, 2558)

ในส่วนของภาคใต้ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของภาคใต้เป็นอย่างมากเนื่องจากภาคใต้เป็นภาคที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง ทั้งนี้ด้วยความพร้อมด้านทรัพยากรทางด้านการท่องเที่ยวที่มีอยู่จำนวนมาก โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล ทั้งฝั่งทะเลอันดามันและฝั่งอ่าวไทย

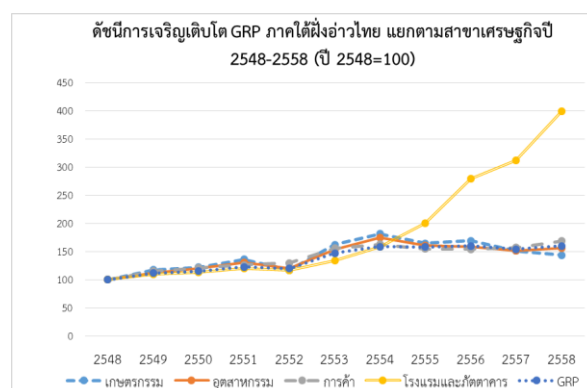


กราฟที่ 1.1 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้แยกตามสาขาเศรษฐกิจปี 2548-2558



กราฟที่ 1.2

ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอันดามัน



กราฟที่ 1.3

ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

หากพิจารณาแยกภาคใต้ฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันและภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย จากกราฟที่ 2 และ 3 จะเห็นได้ว่าภาคการท่องเที่ยวในฝั่งอันดามันมีการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่ภาคการท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยเริ่มจะมีการขยายตัวภาคการท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา

จุฬารัตน์ โฆชะโก และคณะ(2558) พบว่าการท่องเที่ยวของภาคใต้เติบโตอย่างไม่สมดุล ผู้ประกอบการในการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของภาคใต้มีการแข่งขันทางด้านราคา ทำให้เกิดการบิดเบือนต้นทุนสินค้าและบริการในภาคการท่องเที่ยวให้ต่ำกว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นจริง ทำให้การส่งผ่านต้นทุนไปยังนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเป็นไปอย่างไม่มีประสิทธิภาพ ทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวซึ่งก็คือรายได้ของ

ผู้ประกอบการในภาคการท่องเที่ยวที่จะได้รับต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ดังนั้นการปรับราคาสินค้าและบริการในการท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างเหมาะสม ควบคู่ไปกับการปรับปรุงคุณภาพและผลิตภัณธ์การท่องเที่ยวที่ตอบสนองกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและตั้งราคาที่สะท้อนความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญ เมื่อเราขยายถึงอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และความเต็มใจจ่ายผู้ประกอบการสามารถใช้กลไกราคาในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว และปรับปรุงผลิตภัณธ์การท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม

ในทางเศรษฐศาสตร์เครื่องมือในการประเมินมูลค่าทางสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติได้ถูกนำมาประยุกต์ในประเมินมูลค่าแหล่งท่องเที่ยว การวัดส่วนเกินผู้บริโภค (Consumer Surplus) และความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ของนักท่องเที่ยวจะทำให้มีส่วนเกี่ยวข้องสามารถกำหนดนโยบายทางด้านราคาได้อย่างเหมาะสมสร้างตลาดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ และตั้งระดับราคาที่สะท้อนความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม และทำให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวในภาคใต้ที่ยั่งยืนมากขึ้น

แผนวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้จึงเป็นการศึกษาแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ ประกอบไปด้วย (1) โครงการวิจัยแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย (2) โครงการวิจัยแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน โดยแผนงานวิจัยนี้เน้นการวิเคราะห์เฉพาะด้านอุปสงค์ของภาคการท่องเที่ยวในภาคใต้ โดยการบูรณาการข้อมูลจาก 2 โครงการย่อยเพื่อวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคใต้ในด้านอุปสงค์ ประกอบไปด้วย การวิเคราะห์แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยว โครงสร้างนักท่องเที่ยวหลัก การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลักในภาคใต้ รวมทั้งทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบต่ออุปสงค์ท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน เพื่อกำหนดแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคใต้ที่ยั่งยืนต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์หลักของแผนงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้
2. เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน
3. เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

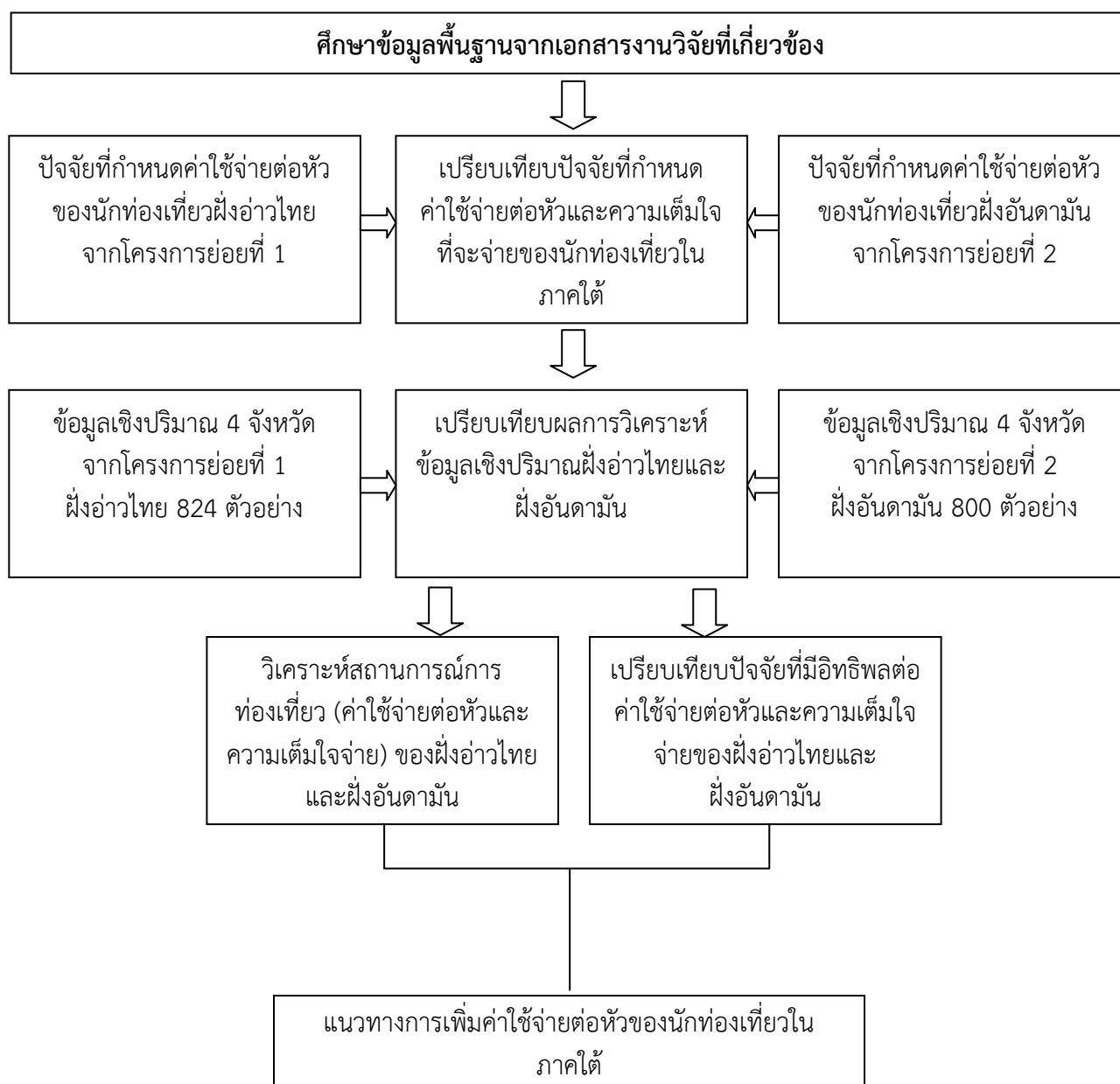
1.3 วิธีดำเนินการวิจัย

แผนงานวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีขั้นตอนดังนี้

- 1.3.1 จัดประชุมหัวหน้าโครงการและผู้ร่วมวิจัย เพื่อชี้แจงภาพรวมของแผนงานวิจัยและความเชื่อมโยงของแต่ละโครงการวิจัยย่อย
- 1.3.2 รวบรวมข้อมูลทุติยภูมิและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลพื้นฐานต่างๆ จากแหล่งข้อมูลต่างๆ เช่น หนังสือ เอกสาร รายงานวิจัย
- 1.3.3 จัดประชุมหัวหน้าโครงการวิจัยเพื่อเตรียมความพร้อมในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (แบบสอบถามและการทดสอบแบบสอบถาม) และข้อมูลเชิงคุณภาพ (การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกต)
- 1.3.4 รวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณเบื้องต้น เช่น แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว เป็นต้น จากโครงการย่อยทั้ง 2 โครงการ

- 1.3.5 รวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพเกี่ยวกับความเสี่ยงด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวภาคใต้โดยการสัมภาษณ์ ประชุม กลุ่มย่อยผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากภาครัฐและภาคเอกชน
- 1.3.6 ติดตามผลการวิเคราะห์ข้อมูล เชิงปริมาณและคุณภาพของแต่ละโครงการย่อย
- 1.3.7 จัดประชุมหัวหน้าโครงการวิจัยเพื่อบูรณาการผลการศึกษาของแต่ละโครงการย่อยเพื่อนำมาใช้วิเคราะห์และตอบวัตถุประสงค์ในแผนงานวิจัย
- 1.3.8 จัดประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อระดมความคิดเห็นในการกำหนดแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

1.4 กรอบขั้นตอนการวิจัย



1.5 นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 ค่าใช้จ่ายต่อหัว หมายถึง จำนวนเงินทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวใช้สำหรับการซื้อสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวในขณะท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ภูเก็ต พังงา กระบี่ และตรัง โดยเริ่มจากประเทศต้นทาง เช่น ค่าตัวเครื่องบิน ค่าซื้อบริการนำเที่ยว เป็นต้น บวกค่าใช้จ่ายที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก เป็นต้น

1.5.2 นักท่องเที่ยว หมายถึง ชาวไทยและชาวต่างชาติกลุ่มหลัก ๆ ที่เดินทางมาเพื่อท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ ได้แก่ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ภูเก็ต พังงา กระบี่ และตรัง

1.5.3 ความเต็มใจที่จะจ่าย หมายถึง การที่นักท่องเที่ยวพิจารณาและตัดสินใจว่าเต็มใจที่จะจ่ายหรือไม่จ่ายสำหรับระดับราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

1.6 ขอบเขตการวิจัย

1.6.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา: เน้นศึกษารูปแบบพฤติกรรม ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัว และความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

1.6.2 ขอบเขตด้านพื้นที่: ครอบคลุมพื้นที่ 8 จังหวัด ชุมพร นครศรีธรรมราช สุราษฎร์ธานี พัทลุง ภูเก็ต ตรัง กระบี่ และพังงา

1.6.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา: ระยะเวลาดำเนินการ 1 ธันวาคม 2560- 30 พฤศจิกายน 2561

1.6.4 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง: นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติดังกล่าว ผู้ประกอบการท่องเที่ยว หน่วยคนภาครัฐและเอกชนในจังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง กระบี่ พังงา ภูเก็ต

1.6.5 เครื่องมือวิจัย: ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นการใช้แนวทางสัมภาษณ์กลุ่ม สำหรับการสำหรับข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และข้อมูลเชิงปริมาณเน้นการใช้แบบสอบถามซึ่งอบรมจาก 2 โครงการย่อย

1.7 การวิเคราะห์ข้อมูล การตรวจค้นข้อมูล และการแปลผล

1.7.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysess) พร้อมทั้งการวิเคราะห์โดยใช้คำสถิติ ความถี่ ร้อยละ โดยรวบรวมปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของโครงการย่อย 2 โครงการ นำมาสรุปเป็นภาพรวมปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

1.7.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นวิเคราะห์สมการทดลองแบบ Censored Regression model ตามวิธีการของ Comeron (1988) เพื่อทดสอบความเต็มใจที่จะจ่าย จากนั้นทดสอบความสัมพันธ์และความแตกต่างระหว่างกลุ่มของนักท่องเที่ยวโดยใช้สถิติ Chi-square, t-test และ one way anova ความปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

1.7.3 การศึกษาเพื่อกำหนดแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ใช้การรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจากโครงการย่อย 1 และโครงการย่อย 2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่มจะใช้วิเคราะห์เนื้อหา และตรวจสอบข้อมูล และนำข้อมูลที่ได้มาเปรียบเทียบกับกรอบแนวคิด และวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัยเพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว

1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

แผนงานวิจัยเรื่อง แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากแผนงานวิจัย ดังนี้

1.8.1 ได้ทราบถึงข้อมูลแนวโน้มนักท่องเที่ยว พฤติกรรมนักท่องเที่ยว โครงสร้างนักท่องเที่ยว การกระจายตัวของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มหลัก และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักในภาคใต้

1.8.2 มีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการจัดการด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้เพื่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคใต้ต่อไป

1.8.3 มีแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวของภาคใต้

บทที่ 2

การทบทวนเอกสาร และวรรณกรรม

2.1 แนวคิด ทฤษฎีและเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 แนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการและมีอำนาจซื้อและความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ (ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2556)

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว ประกอบไปด้วย

1. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ลักษณะของประชากรได้แก่ ขนาดและองค์ประกอบของครอบครัว อายุ เพศ ประสิทธิภาพ อาชีพ เชื้อชาติ เป็นต้น
2. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาพเศรษฐกิจของแต่ละประเทศ ระดับรายได้เหลือจ่ายของครัวเรือน แต่ละประเทศ
3. ปัจจัยทางเทคโนโลยี เช่น เทคโนโลยีทางการสื่อสาร เทคโนโลยีในการเดินทาง ปัจจัยเหล่านี้จะส่งผลต่อความสะดวกสบาย รวดเร็วในการเดินทางท่องเที่ยว
4. ปัจจัยทางการเมืองและกฎหมาย สภาพแวดล้อมทางการเมืองและกฎหมาย ระเบียบกฎเกณฑ์ของแต่ละประเทศปลายทาง ส่งผลต่อระดับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว
5. ปัจจัยราคา ราคาเปรียบเทียบทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวแตกต่างกัน หากราคาของประเทศต้นทางมีความแตกต่างกับประเทศปลายทาง อาจส่งผลให้ระดับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว ลดลง

อุปสงค์ของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ หมายถึง ความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกับปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศ โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ได้แก่ (Crouch, 1994)

1. ระดับรายได้ของประชากรประเทศต้นทาง ระดับรายได้เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยว
2. ระดับราคาโดยเปรียบเทียบของสินค้าและบริการเปรียบเทียบระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวจากประเทศต้นทางในการซื้อสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ณ เวลาใดเวลาหนึ่ง โดย ณ ระดับราคาต่างๆประเทศปลายทางและประเทศต้นทาง
3. อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราระหว่างประเทศ
4. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางระหว่างประเทศต้นทางและประเทศปลายทาง
5. รสนิยมในการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นวัฏจักรและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาอุปสงค์การท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความนิยมในการท่องเที่ยว ณ ช่วงเวลาใดเวลาหนึ่ง
6. ปัจจัยอื่นๆ เช่น ความมีเสถียรภาพทางการเมือง ภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ การก่อการร้าย เป็นต้น

2.1.1.1 ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคา

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อราคาสินค้าและบริการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 5 ลักษณะด้วยกัน คือ

1. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อระดับราคาที่มีค่ามากกว่าหนึ่ง (relatively elastic) หมายความว่า ถ้าหากราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 แล้วปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนแปลงในทิศทางตรงกันข้ามมากกว่าร้อยละ 1

2. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าน้อยกว่าหนึ่ง (relatively inelastic) ความต้องการท่องเที่ยวต่อระดับราคา ถ้าหากราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะทำให้ความต้องการซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามน้อยกว่าร้อยละ 1

3. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อระดับราคาที่มีค่าเท่ากับหนึ่ง (unitary elastic) หากราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปร้อยละ 1 จะเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางตรงกันข้ามเท่ากับร้อยละ 1 ความต้องการซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยว

4. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวต่อระดับราคาที่มีค่าเท่ากับศูนย์ (perfect inelastic) จะไม่มีผลทำให้ปริมาณการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงเลย ไม่ว่าราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวจะแพงขึ้นหรือถูกลงก็ตาม

5. ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีค่าเท่ากับอนันต์ (infinity elastic) ลักษณะของเส้นอุปสงค์จะเป็นเส้นตรงขนานกับแกนปริมาณนักท่องเที่ยว ซึ่งแปลความหมายได้ว่าถึงแม้จะไม่ มีการเปลี่ยนแปลงในราคาสินค้าทางการท่องเที่ยวเลย แต่ปริมาณการท่องเที่ยวสามารถ เปลี่ยนแปลงไปได้มีค่าไม่จำกัด ลักษณะดังกล่าวนี้เป็นเพียงแนวคิดทางทฤษฎีเช่นเดียวกับกรณีที่ 4

2.1.1.2 ลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์ของการท่องเที่ยวมีความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาค่อนข้างสูง โดยหากมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านราคาจะส่งผลให้ความต้องการซื้อสินค้าและบริการการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปมาก เนื่องจาก

1. มีสินค้าที่สามารถทดแทนกันได้จำนวนมาก สินค้าและบริการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเป็นสินค้าและบริการที่จับต้องไม่ได้

2. สินค้าและบริการการท่องเที่ยวยังไม่อาจจัดเป็นสินค้าและบริการที่จำเป็นต้องบริโภค

3. อุปสงค์การท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลา เนื่องจากกรณีนิยมหรือแนวโน้มในการท่องเที่ยว รูปแบบและการเดินทางท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดระยะเวลา

4. อุปสงค์การท่องเที่ยวผลักดันให้เกิดการบริโภคสินค้าและบริการอื่นๆ ตามมา

5. อุปสงค์การท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นฤดูกาล ทำให้อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาของปี

6. มีความอ่อนไหวต่อการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เช่น สถานการณ์ไม่สงบ ความผันผวนของค่าเงิน ภัยพิบัติธรรมชาติ

2.1.1.3 การวัดอุปสงค์การท่องเที่ยว

การวัดอุปสงค์การท่องเที่ยวในแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยว มีการใช้ตัวแปรดังนี้ (อัครพงศ์ อันทอง, 2554) ดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวเช่น จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในประเทศ จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในจังหวัด จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพื่อธุรกิจ ข้อมูลประเภทนี้นิยมมาสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวรวม

2. ค่าใช้จ่าย รายรับของการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ตามหมวดหมู่ที่กำหนดและค่าใช้จ่ายต่อครั้งหรือค่าใช้จ่ายต่อหัว หรือ รายรับจากนักท่องเที่ยวสัดส่วนค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยว

3. จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว ความถี่ในการเดินทางมาเที่ยว ข้อมูลประเภทนี้จะถูกนำมาใช้ในการศึกษาประเมินมูลค่าของการใช้ประโยชน์สิ่งแวดล้อมเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ

4. เวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยว เช่น จำนวนวันพักผ่อน หรือระยะเวลาพำนักลี้

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาด

2.1.2.1 การสื่อสารการตลาด

การสื่อสารการตลาด คือ กระบวนการนำเสนอข่าวสารในรูปแบบการกระตุ้นเร้าด้วยวิธีการต่างๆ ไปสู่ผู้บริโภค ซึ่งเป้าหมายทางการตลาด โดยมุ่งหวังที่จะก่อให้เกิดปฏิกิริยาตอบสนองจากกลุ่มผู้บริโภค วัตถุประสงค์ในการสื่อสารการตลาดประกอบไปด้วย (1) สร้างความต้องการสินค้าและบริการ (2) สร้างความตระหนักในตราสินค้า และ (3) เน้นความสนใจซื้อ (นิศา ชัชกุล, 2551)

การสื่อสารการตลาดมีลักษณะสำคัญ 5 ประการ (ประดิษฐ์ จุมพลเสถียร, 2544) คือ เพื่อชักชวนให้ข้อมูล เพื่อเพิ่มยอดขาย เพื่อมุ่งสื่อสารทุกจุดสัมผัสของลูกค้า โดยมีความสามารถสื่อข้อความได้หลายวิธี โดยแบ่งออกเป็นการสื่อสารแบบวางแผนและไม่ได้วางแผน

2.1.2.2 การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์ (2556) ระบุว่า การตลาดเป็นเครื่องมือสำคัญต่อจาก การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยการตลาดเพื่อการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการจัดการอุทยานและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับอุปสงค์หรือความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด

กระบวนการจัดการด้านการตลาดการท่องเที่ยวประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ทางการตลาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การวางแผนการตลาดอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การปฏิบัติตามแผนการตลาดการท่องเที่ยว การประเมินผลแผนการตลาดการท่องเที่ยว

วรรณ ศิลปอาชา (2545) ระบุว่า การวางแผนการตลาดท่องเที่ยว ประกอบด้วย การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมายและกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการวางแผนการตลาดท่องเที่ยว

การตลาดเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง ความพยายามของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่จะวิเคราะห์ให้ทราบว่า มีทรัพยากรท่องเที่ยวและบริการท่องเที่ยวอะไรบ้างที่จะสามารถขายให้นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ แล้วจึงใช้ส่วนประสมทางการตลาดท่องเที่ยวได้แก่ ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Product in Tourism) ราคาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Price in Tourism) ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว Place in Tourism) การส่งเสริมการตลาดทางการท่องเที่ยว (Promotion in Tourism) คนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (People in Tourism) การรวมบริการทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน (Packaging in Tourism) และการจัดงานเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว (Programming in Tourism) เพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเหล่านั้นเกิดความต้องการอยากเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว และซื้อบริการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวนั้น แล้วทำให้ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวได้รับผลกำไรตามต้องการจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

2.1.2.3 กลยุทธ์การตลาด

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง การกำหนดเครื่องมือต่างๆทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายต่างๆ ทรัพยากรที่มีอยู่ และส่วนประสมทางการตลาด ให้เกิดความเหมาะสมกับสภาวะการณ์ของตลาดและเพื่อให้องค์กรธุรกิจบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้ และจากการศึกษากลยุทธ์การตลาด ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำแนว

ทางการกำหนดส่วนประสมทางการตลาดมาพัฒนาเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์และสอดคล้องกันมากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องมีการพัฒนาและปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาดเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ทางการตลาดที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยว ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งหมายถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมออกวางจำหน่ายในช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม โดยใช้วิธีการส่งเสริมการตลาดที่ดีและจำหน่ายในราคาที่เหมาะสมและยุติธรรมที่สุด

กลยุทธ์การตลาด (Marketing Strategy) ถือเป็นหัวใจสำคัญในการดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จ เพราะเป็นการนำส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์ใช้ในสัดส่วนที่แตกต่างกัน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมในแต่ละบริบท และนอกจากนี้ยังทำให้องค์กรสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้ ดังนั้นผู้บริหารขององค์กรจึงต้องหาแนวทางต่างๆที่จะนำส่วนประสมทางการตลาดมาใช้ในการดำเนินงานเพื่อทำให้องค์กรอยู่รอดและเกิดการพัฒนาย่างต่อเนื่อง ดังนั้นกลยุทธ์การตลาดจึงเป็นขั้นตอนในการกำหนดจุดมุ่งหมายทางการตลาดเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการหรือความพึงพอใจของผู้บริโภคและให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ขององค์กร โดยแบ่งเป็น 4 มิติดังนี้

1. กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product Strategy) กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจในเรื่องระดับของผลิตภัณฑ์ที่เป็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่องค์กรธุรกิจพยายามส่งมอบแก่ผู้บริโภค ผู้วางแผนผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการในทุกระดับ

2. กลยุทธ์ราคา (Price Strategy) เป็นการกำหนดว่าเราจะตั้งราคาแบบใด กลยุทธ์ราคาสูงหรือราคาต่ำ สิ่งที่จะต้องตระหนักคือ ราคาที่ได้กำหนดไว้นั้นเหมาะสมในการแข่งขันหรือสอดคล้องกับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ของสินค้านั้นหรือไม่

3. กลยุทธ์การจัดจำหน่าย (Place Strategy) ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นโครงสร้างทางธุรกิจขององค์กรที่มีความสัมพันธ์กันนับตั้งแต่แหล่งกำเนิดผลิตภัณฑ์ไปจนถึงผู้บริโภค

4. กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด (Promotion Strategy) การส่งเสริมการตลาดได้ถูกจัดเป็นองค์ประกอบหนึ่งของส่วนประสมการตลาด มีหน้าที่ในการให้ข้อมูลข่าวสาร แรงจูงใจหรือมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและการย้ำเตือน

2.1.2.4 กลยุทธ์การตั้งราคาตามคุณค่า (Value Base Pricing)

การตลาดนิยมนำเอากลยุทธ์ด้านราคามาปรับใช้โดยเน้นการใช้กลยุทธ์การตั้งราคาตามคุณค่า (Value Base Pricing) โดย เกษม พิพัฒน์เสรีธรรม (2553) กล่าวว่า การตั้งราคาขายนอกจากต้นทุน ค่าการตลาด และกำไร แล้ว สิ่งที่ต้องพิจารณา คือความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หรือบริการและสภาพการแข่งขันหากผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งและผู้บริโภคยอมรับก็สามารถตั้งราคาได้โดยไม่ต้องคำนึงถึงราคาขายของผลิตภัณฑ์คู่แข่งมากนัก แต่ต้องไม่สูงจนเกินกำลังซื้อของลูกค้า และต้องดูความยืดหยุ่นของความต้องการซื้อของลูกค้าต่อราคาขายด้วย โดยการตั้งราคาตามคุณค่านี้ทำได้ด้วยการสำรวจตนเองว่าคุณค่า (เรื่องของความรู้สึก) คุณภาพ (เรื่องของกายภาพ) ของสินค้าหรือบริการอะไรที่ลูกค้าเป้าหมายต้องการ หากโดนใจมาก ๆ ก็สามารถตั้งราคาสูงได้โดยลูกค้าไม่รู้สึกว่าแพงเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง ดังนั้น ปัจจัยในการตั้งราคาแบบ “Value Base Pricing” ประกอบด้วย

1. วัตถุประสงค์และความสามารถของกิจการ เช่น หากต้องการกำไรมากก็จำเป็นต้องตั้งราคาสูง แต่ทั้งนี้ต้องพิจารณาส่วนประสมการตลาดอื่นๆ ด้วย

2. ความต้องการและความคาดหวังของลูกค้าเป้าหมาย หากสินค้าที่ขายเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการมาก และมีความคาดหวังสูงอย่างนี้ก็ตั้งราคาสูงได้

3. โครงสร้างต้นทุนทั้งต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร หากต้นทุนสูงก็ควรจะต้องราคาขายสูงไม่เช่นนั้นขายได้ก็ขาดทุน
4. ราคาและสินค้าของคู่แข่ง โดยเฉพาะคุณค่าของสินค้าคู่แข่งที่ลูกค้ารับรู้
5. สภาพเศรษฐกิจ
6. ความสามารถซื้อของลูกค้าเป้าหมาย

2.1.2.5 การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation)

อดุลย์ จาตุรงค์กุล (2546) ได้กล่าวถึงการดำเนินการตลาดไว้ว่า ในการดำเนินการตลาดสู่เป้าหมายนั้น นักการตลาดต้องดำเนินการเป็น 3 ขั้นตอน คือ

1. การแบ่งส่วนตลาด (Market Segmentation) ระบุและพิจารณาโฉมหน้าของกลุ่มผู้ซื้อแต่ละกลุ่มที่ต้องการสินค้าแยกกันหรือส่วนประสมทางการตลาดแยกกัน
2. การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Market Targeting) เลือกตลาดหนึ่งส่วนหรือมากกว่านั้นเพื่อจะเข้าสู่ตลาด
3. การวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในตลาด (Market Positioning) สร้างและทำการสื่อสารคุณประโยชน์ที่โดดเด่นของสินค้าในตลาด

การแบ่งส่วนตลาดคือการกำหนดเกณฑ์หรือตัวแปรที่จะใช้ในการแบ่งส่วนตลาดแล้วทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างกลุ่มอย่างชัด ซึ่งทั่วไปแล้วตัวแปรหรือเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งส่วนตลาดผู้บริโภคมิดังนี้

1. เกณฑ์ภูมิศาสตร์เป็นการแบ่งตลาดเป็นหน่วยภูมิศาสตร์เช่นประเทศภาคจังหวัดอำเภอเป็นต้น
2. เกณฑ์ประชากรศาสตร์มีการแบ่งตลาดออกเป็นกลุ่มๆโดยใช้เกณฑ์ตัวแปรประชากรศาสตร์เช่นอายุขนาดครอบครัววงจรชีวิตครอบครัวรายได้อาชีพการศึกษาเป็นต้น
3. เกณฑ์จิตนิสัย เป็นการแบ่งผู้ซื้อออกเป็นกลุ่ม ๆ แตกต่างกันตามชั้นทางสังคม แบบของการใช้ชีวิต หรือคุณสมบัติทางบุคลิกภาพ
4. เกณฑ์พฤติกรรม โดยวิธีนี้มักมีการแบ่งผู้ซื้อเป็นกลุ่มโดยใช้เกณฑ์ความรู้ของสินค้าของคนในกลุ่มทัศนคติต่อสินค้า การใช้สินค้า ปฏิกริยาตอบสนองสินค้า เป็นต้น

2.1.3 พฤติกรรมนักท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543) กล่าวว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยว หมายถึง การกระทำทุกอย่างของนักท่องเที่ยวไม่ว่าการกระทำนั้นนักท่องเที่ยวจะรู้ตัวหรือไม่ก็ตาม และบุคคลอื่นจะสังเกตเห็นการกระทำนั้นได้หรือไม่ก็ตาม เพื่อมุ่งตอบสนองความต้องการสิ่งใดสิ่งหนึ่งในสถานการณ์ใดสถานการณ์หนึ่ง โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวจะประกอบด้วย 7 องค์ประกอบ คือ เป้าหมาย ความพร้อม สถานการณ์ การแปลความหมาย การตอบสนอง ผลลัพธ์ และปฏิกริยาต่อความผิดหวัง ในการศึกษาอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยว และอุปทานการท่องเที่ยวซึ่งหมายถึงทรัพยากรท่องเที่ยวและการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวมีความสำคัญ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวในการเลือกสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนนำไปปรับเปลี่ยนแผนการดำเนินงานและแผนการตลาด ให้เหมาะสมกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวในตลาดนั้นเพื่อให้ นักท่องเที่ยว เกิดความพึงพอใจสูงสุดและกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีก

น้ำฝน จันทรนวล (2555) กล่าวถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ดังนี้

ปัจจัยภายใน

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resource) หมายถึง สิ่งดึงดูดใจที่ให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนถิ่นนั้นๆอันจะมีสิ่งที่เกิดขึ้นเองโดยธรรมชาติสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นมา รวมทั้งเทศกาลและงานประเพณีประจำปีที่อยู่ในท้องถิ่น
2. ความปลอดภัย (Security) ในการตัดสินใจเลือกจุดหมายการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงความปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินเป็นประการสำคัญ มาตรการรักษาความปลอดภัยจึงต้องมีประสิทธิภาพและทั่วถึงทุกแหล่งท่องเที่ยว
3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructures) ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกหลัก เช่น ถนน สะพาน สนามบิน สถานีรถไฟ สถานีรถโดยสาร ท่าเรือ ไฟฟ้า น้ำประปา ระบบสื่อสารที่ทันสมัย
4. สิ่งอำนวยความสะดวก (Facilities) เป็นสถานที่หรือบริการที่ส่วนใหญ่เอกชนจะเป็นผู้จัดหาไว้บริการแก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบการประกอบธุรกิจ แต่ก็มีบริการของรัฐอยู่ในบางส่วน
5. สินค้าของที่ระลึก (Souvenirs) จะต้องมีการควบคุมคุณภาพ กำหนดราคา รวมทั้งการส่งเสริมการใช้วัสดุพื้นบ้าน การออกแบบสินค้าให้มีเอกลักษณ์ รวมทั้งการบรรจุหีบห่อที่สวยงาม
6. การโฆษณาเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ (Advertising and Public Relation) เป็นปัจจัยสำคัญต่อการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นกรรมวิธีที่จะทำให้แหล่งท่องเที่ยวของเราเป็นที่รู้จักและสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งจากต่างประเทศและในประเทศ
7. ภาพลักษณ์ (Image) เป็นตัวกำหนดกลุ่มนักท่องเที่ยว หากมีภาพลักษณ์ว่าเป็นดินแดนแห่งความฝันของผู้ชาย นักท่องเที่ยวที่สนใจจะเป็นกลุ่มชายหนุ่ม

ปัจจัยภายนอก

1. สถานะเศรษฐกิจและการเมือง มีส่วนสำคัญในการกำหนดกระแสการเดินทางของนักท่องเที่ยว สถานะเศรษฐกิจที่ตกต่ำจะทำให้การเดินทางท่องเที่ยวอ่อนตัวลงโดยเฉพาะการเดินทางท่องเที่ยวระยะไกล
2. ค่านิยมในการท่องเที่ยว ธุรกิจท่องเที่ยวได้ปรับรูปแบบของการบริการให้มีค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ดในระบบประหยัด ทำให้ผู้ที่รักการเดินทางท่องเที่ยว สามารถจัดรายการได้เพื่อการท่องเที่ยวได้ดีขึ้น
3. การขยายเส้นทางคมนาคม โลกยุคใหม่ที่มีการคมนาคมขนส่งจะต้องรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ทำให้การเดินทางท่องเที่ยวเป็นไปด้วยความสะดวก รวดเร็วปลอดภัยและประหยัด

2.2 การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว และความเต็มใจจ่าย

2.2.1 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้เราสามารถเข้าใจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการแบ่งส่วนแบ่งตลาดของนักท่องเที่ยวตามค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นข้อมูลสำคัญที่จะเป็นประโยชน์ในการทำการตลาดด้านการท่องเที่ยวและเป็นประโยชน์กับนักวางแผน การตลาดในองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

โดยปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในงานวิจัยทางด้านท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้เป็นปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และปัจจัยที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ปัจจัยทางประชากรศาสตร์

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวซึ่ง ประกอบไปด้วย อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา รายได้ของครัวเรือน ขนาดของครอบครัว วัย เป็นต้น Aggrawal and Yochom (1999), Craggs and Schofield (2009) และ Jang and Ham (2009) เห็นพ้องว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ของการท่องเที่ยวโดยเฉพาะรายได้ของครัวเรือน เป็นปัจจัยสำคัญที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว Aggrawal and Yochom (1999) ระบุว่ารายได้ของครัวเรือนเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัว ในขณะที่ Wang et al (2000) พบว่าปัจจัยรายได้เป็นตัวกำหนดสำคัญในค่าใช้จ่ายประเภทอาหารและค่าที่พักของนักท่องเที่ยว Craggs and Schofield (2009) และ Jang and Ham (2009) พบว่า ปัจจัย อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา มีนัยสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว

ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ในส่วนของปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาพำนักร วัตถุประสงค์การเดินทาง พาหนะในการเดินทาง ประเภทที่พัก เป็นต้น งานศึกษาที่ผ่านมาพบว่าปัจจัยเหล่านี้มีค่าสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว Laesser and Crouch (2006), Wang et.al. (2006), Soteriades and Arvanitis (2006) ระบุว่าประเทศที่นักท่องเที่ยวพำนักร การรับรู้ของนักท่องเที่ยว พาหนะในการเดินทาง จำนวนผู้ร่วมเดินทาง เป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายในการเดินทางของนักท่องเที่ยวในขณะที่ Wang et.al. (2006) พบว่าจำนวนผู้ใหญ่ที่ร่วมเดินทางเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายสนทนากร นอกจากนี้ Soteriades and Arvanitis (2006) พบว่าสัญชาติของนักท่องเที่ยวและจำนวนผู้ร่วมเดินทางเป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ Laesser and Crouch (2006) ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่าวัตถุประสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวและจำนวนผู้ร่วมทาง ระยะเวลาพำนักร ล้วนแล้วแต่มีผลต่อค่าใช้จ่าย

งานศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นงานศึกษาในลักษณะของอุปสงค์การท่องเที่ยวน ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว และ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นหลัก โดยใช้แบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณประมาณการณ์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด โดยตัวแปรตามส่วนใหญ่เป็นการใช้จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขณะที่ตัวแปรอิสระในส่วนของการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวโดย เป็นการใชตัวแปรทางส่วนบุคคล และตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว งานศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของตัวแปรเศรษฐกิจมหภาค เป็นหลัก มีงานศึกษาเพียงส่วนน้อยที่ทำการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวโดยใช้ค่าใช้จ่ายต่อหัวเป็นตัวแปรตาม และตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรส่วนบุคคล ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและตัวแปรอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

สำหรับการทบทวนวรรณกรรมของไทยคือการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่สามารถสรุปได้ดังนี้
ตารางที่ 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

งานวิจัย	เพศ	อายุ	ระดับการศึกษา	สถานภาพ	ภูมิลำเนา	รายได้ต่อเดือน	ระยะเวลาพัก	อาชีพ	การท่องเที่ยวครั้งแรก	การใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำในเส้นทาง ระหว่างประเทศ	การใช้บริการสายการบิน ต้นทุนต่ำในเส้นทางใน ประเทศ	สถานที่ท่องเที่ยว	การรับรู้ข้อมูลการ ท่องเที่ยว	จำนวนห้องพัก	ดัชนีราคาผู้บริโภค
สุรชาติย์ สุขพัฒน์ศรีกุล (2549)	✓	✓	✓	✓		✓	✓								
สมชาย เกษศรี (2550)	✓	✓	✓			✓		✓							
รุจิรา คุณเลิศ (2550)	✓	✓				✓	✓								
ตุลยา วุฒิปรีชา (2549)	✓	✓				✓		✓	✓						
นัฐพร เกิดกลาง (2553)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓		✓	✓	✓			
ธงชัย ภูมิวิริยะ (2541)						✓								✓	✓
ภูษณิศรา สุขพัฒน์ (2549)	✓	✓			✓	✓		✓							
ปวิธ วิชชุตา (2539)															✓
กรกฤษ สุขสถิต (2546)															
กัลยา บุปผา (2545)															✓
สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี (2538)	✓	✓						✓							
เอกวัฒน์ เดชสกุล (2556)															
สุจิตรา เจริญสุภกร (2546)						✓								✓	✓
ปณณรัตน์ มณีบุตร (2547)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓					✓		
ปวีณา โทณแก้ว (2542)	✓	✓	✓	✓		✓	✓	✓							

ตารางที่ 2.1 ปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ(ต่อ)

	สุชาติพิทย์ สุขพิงษ์พัฒนศรีกุล(2549)	สมชาย เกษศรี(2550)	รุจิรา คุณเลิศ(2550)	ตุลยา ทุตพัฒน์ปรีชา(2549)	นัฐพร เกิดกลาง(2553)	ธงชัย ภูมิวิริยะ(2541)	ภาณุณิศาสุขพัฒน์(2549)	ปวิท วิชชุลดา(2539)	กรกฤษ สุขสถิตย์(2546)	กัลยา บุปผา(2545)	สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี(2538)	เอกวัฒน์ เดชสกุล(2556)	สุจิตรา เจริญสมุทร(2546)	ปณณรัตน์ มณีบุตร(2547)	ปวีณา โทณแก้ว(2542)
จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมา						√									
งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว						√		√				√	√		
รายได้ประชาชาติของนักท่องเที่ยว								√				√			
อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ								√		√		√			
อัตราค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศที่ทำการศึกษากับประเทศไทย								√							
อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว									√						
อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว									√						
อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศนักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย									√						
ดัชนีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น										√					
ผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ										√					
ลักษณะค่าใช้จ่าย											√				
วัตถุประสงค์หลักในการเดินทาง					√						√			√	

	สุรชาติพิทย์ สุขพิพัฒน์ศรีกุล(2549)	สมชาย เกษศรี(2550)	รุจิรา คุณเลิศ(2550)	ตุลยา ภูทธิพิริชา(2549)	นัฐพร เกิดกลาง(2553)	ธงชัย ฐิติวิริยะ(2541)	ภาณุณิศาสุพัฒน์(2549)	ปวิธ วิชชุลดา(2539)	กรกฤษ สุขสถิตย์(2546)	กัลยา บุปผา(2545)	สุคนธ์ ประสิทธิ์วิวัฒน์เสรี(2538)	เอกวัฒน์ เดชสกุล(2556)	สุจิตรา เจริญสุภากร(2546)	ปณณรัตน์ มณีบุตร(2547)	ปวีณา โทณแก้ว(2542)
พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง					✓						✓				
การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว											✓				
ประเภทที่พัก					✓						✓				
ความถี่ในการเดินทาง					✓						✓				
จำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบ 1 ปี					✓									✓	
จำนวนประชากรของประเทศนักท่องเที่ยว												✓			
ชั่วโมงการทำงานต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยว												✓			
เชื้อชาติ															
จำนวนสมาชิกในครัวเรือน															

ที่มา: จากการรวบรวมของผู้วิจัย

งานศึกษาของ สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี (2538) ธงชัย รุ่งปิติวิริยะ (2541) ปวีณา โทณแก้ว (2542) สุจิตรา เจริญสุภกร (2546) ปุณณรัตน์ มณีบุตร (2547) ภูษณิศรา สุขพัฒน์ (2549) สมชาย เกษศรี (2550) นัฐพร เกิดกลาง (2553) เป็นการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในประเทศไทยและกรณีศึกษาจังหวัดต่างๆ

สุคนธ์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี (2538) ทำการศึกษาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือประเทศไทย เพื่อหารูปแบบที่ใช้ประมาณค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ตัวแปรด้านประชากร เศรษฐกิจ สังคม และลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการพักค้างแรม โดยแยกชุดของตัวแปรอิสระเป็น 3 รูปแบบ ซึ่งจะประกอบไปด้วย ตัวแปรตาม คือ ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (บาทต่อคนต่อวัน) ตัวแปรอิสระ เพศ อาชีพ ประเภทนักท่องเที่ยว และลักษณะการใช้จ่าย วัตถุประสงค์ในการเดินทาง พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว การพักค้างคืน จำนวนวันที่พัก ประเภทที่พัก และความถี่ในการเดินทาง ลักษณะการใช้จ่าย พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การใช้บริษัทนำเที่ยว ประเภทของที่พัก และความถี่ในการเดินทาง

ผลการศึกษาพบว่า อาชีพ ประเภทนักท่องเที่ยว และลักษณะการใช้จ่าย มีลักษณะรูปแบบเชิงบวกกับ ค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว ในขณะที่ตัวแปรเพศ และประเภทนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวที่น้อยมาก ในส่วนของรูปแบบด้านลักษณะที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง พบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว ประเภทที่พัก และความถี่ในการเดินทาง มีลักษณะรูปแบบเชิงบวกกับค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว โดยที่พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ ประเภทที่พัก การพักค้างแรม ความถี่ในการเดินทาง จำนวนวันพัก การใช้บริการบริษัทนำเที่ยว วัตถุประสงค์ในการเดินทาง ตามลำดับ ซึ่งในขณะเดียวกันตัวแปรรูปแบบของลักษณะการเดินทางพักแรมจะมีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ารูปแบบด้านประชากร เศรษฐกิจ และสังคม ในส่วนของรูปแบบภาพรวม ตัวแปรอิสระ ได้แก่ อาชีพ ลักษณะการใช้จ่าย พาหนะที่ใช้ในการเดินทาง การใช้บริษัทนำเที่ยว ประเภทของที่พัก และความถี่ในการเดินทาง มีลักษณะรูปแบบเชิงบวกกับค่าใช้จ่ายการท่องเที่ยว โดยที่พาหนะที่ใช้ในการเดินทางมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากที่สุด รองลงมาคือ อาชีพ ลักษณะการใช้จ่าย การใช้บริษัทนำเที่ยว ประเภทของที่พัก และความถี่ในการเดินทาง ตามลำดับ ส่วนตัวแปรเขตการท่องเที่ยวยังคงมีทิศทางที่เขตภาคเหนือตอนบนมีค่าใช้จ่ายสูงกว่าเขตภาคเหนือตอนล่าง และอิทธิพลของอายุนักท่องเที่ยวมีผลกระทบต่อดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน

ธงชัย รุ่งปิติวิริยะ (2541) ทำการศึกษาเรื่องอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศโดยทำการศึกษาวิเคราะห์โดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดและใช้เครื่องมือทางสถิติที่เรียกว่าการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงซ้อนในพื้นที่ 12 จังหวัดคือ กรุงเทพฯ ชลบุรี เชียงใหม่ เชียงราย พิจิตร นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ สงขลา และภูเก็ต เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ โดยอาศัยแบบจำลองทางเศรษฐมิติ ตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ตัวแปรอิสระ คือ รายได้ที่แท้จริงเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปีที่ผ่านมา ดัชนีราคาผู้บริโภคภายในประเทศ จำนวนห้องพัก งบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมและสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า ตัวแปรรายได้ที่แท้จริงเฉลี่ยต่อหัว มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย พิจิตร นครราชสีมา ตัวแปรค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยว มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวจังหวัดกรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย นครราชสีมา สงขลา ตัวแปรดัชนีราคาผู้บริโภค มีนัยสำคัญในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ พิจิตร นครราชสีมา อุบลราชธานี กาญจนบุรี ตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยในปีที่ผ่านมา

ความสัมพันธ์กับตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดชลบุรี เชียงใหม่ ประจวบคีรีขันธ์ ตัวแปรจำนวนห้องพักมีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพฯ พิษณุโลก กาญจนบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และสงขลา ตัวแปรงบประมาณของรัฐบาลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ในการกำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพฯ ชลบุรี อุบลราชธานี เพชรบุรี สงขลา

ปวีณา โทณแก้ว (2542) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของคนไทยซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทยโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์แบบถดถอยพหุ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับตัวแปรอิสระได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ สมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาพักนักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 900 ตัวอย่างที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้จากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 6 อันดับแรกของประเทศซึ่งได้แก่กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ หาดใหญ่นครราชสีมา กาญจนบุรีและพัทยา ตามลำดับจากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวดังกล่าว พบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มี 5 ตัวแปรดังนี้ คือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย อายุของนักท่องเที่ยวพบว่าอายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าใช้จ่าย ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาระดับอนุปริญญาและระดับปริญญาตรีจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ อาชีพของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชนอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจอาชีพประกอบส่วนตัวและ อาชีพแม่บ้าน/ทำงานในครอบครัวจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆและรายได้ของนักท่องเที่ยวพบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นเขาจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย

สุจิตรา เจริญสุภกร (2546) ทำการศึกษาปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของคนไทยในจังหวัดขอนแก่นโดยการเก็บรวบรวมข้อมูลทุกปีแบบอนุกรมเวลาปี พ.ศ. 2534 – 2543 ตัวแปรตาม ประกอบด้วย NTK คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น(คน) และตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย YT คือ รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงต่อหัวต่อปีของนักท่องเที่ยวชาวไทย (บาท) , ETK คือ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันในการท่องเที่ยวในขอนแก่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย, RK คือ จำนวนห้องพัก, CPI คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, DM คือ การรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยใช้วิธี OLS โดยใช้ข้อมูลทุกปีแบบอนุกรมเวลา ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์สภาพทั่วไปและพฤติกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากเป็นเพศชายและมีอายุอยู่ระหว่าง 25-34 ปี อาชีพส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่ม พนักงานหรือลูกจ้าง และมีถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพฯ โดยมีวัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือ การทำธุรกิจและเพื่อการพักผ่อน ซึ่งส่วนใหญ่เดินทางโดยรถส่วนตัว นิยมพักแรมตามบ้านญาติหรือบ้านเพื่อน ส่วนใหญ่ใช้เวลาในการท่องเที่ยวในช่วง 2-3 วัน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 909.23 บาท ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นค่าที่พักแรมและมีการเดินทางประมาณ 6 ครั้งต่อปี 2. การวิเคราะห์ปัจจัยการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นของคนไทย พบว่ารายได้เฉลี่ยที่แท้จริงต่อหัว จำนวนห้องพักและการรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยว มีความความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นในทิศทางเดียวกัน ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ย และดัชนีราคาผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับจำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่นในทิศทางตรงกันข้าม และในส่วนของการวิจัยที่มีอิทธิพลต่อเพศหญิงมากกว่าเพศชาย คือ รายได้เฉลี่ยที่แท้จริงต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวไทย และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวในจังหวัดขอนแก่น ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเพศชายมากกว่าเพศหญิง คือ จำนวนห้องพักดัชนีราคาผู้บริโภค

ปทุมรัตน์ มณีบุตร (2547) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยใช้ข้อมูลภาคตัดขวางจากแบบสอบถามและสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นใช้

วิธีเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในปี พ.ศ.2547 จำนวน 400 ตัวอย่าง และแบ่งเก็บข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ดังนี้ หาดป่าตอง 80 ชุด แหลมพรหมเทพ 80 ชุด หาดกะตะ 80 ชุด หาดกะรน 80 ชุด และวัดฉลอง(วัดไชยธาราราม) 80 ชุด การวิเคราะห์ใช้สมการถดถอยโลจิสติกส่วนตัวแปรตามคือปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต และตัวแปรอิสระคือ อายุ ภูมิฐานะเดิมของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็น เพศหญิงอายุระหว่าง 25 - 34 ปี สถานภาพโสด มีภูมิฐานะเดิมอยู่ภาคใต้ การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเป็นพนักงานหรือลูกจ้างเอกชน มีรายได้น้อยกว่า 10,000 บาท/เดือน/คน มีจำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบ 1ปีอยู่ระหว่าง 101-140 วัน 2.นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตเป็นครั้งแรก และมีวัตถุประสงค์หลักในการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวพักผ่อน และได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ตจากการบอกเล่าปากต่อปาก ส่วนใหญ่ไม่มีการตั้งงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยว 3.การท่องเที่ยวร่วมกับเพื่อนใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางเข้าสู่จังหวัด โดยมีสถานที่พักแรมคือโรงแรม/บังกะโล รีสอร์ท และระยะเวลาในการพำนักรเฉลี่ยหนึ่งถึง 3 วัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวน้อยกว่า 1500 บาท/คน/วัน นักท่องเที่ยวมีแบบแผนการใช้จ่ายเงินประเภทสินค้าของที่ระลึกของฝากเป็นส่วนใหญ่

ภูษณิศ สุษพัฒน์ (2549) ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์รายจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเทศกาลสงกรานต์ จังหวัดเชียงใหม่วิธีการวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาร่วมเทศกาลสงกรานต์ จังหวัดเชียงใหม่ ปี พ.ศ.2549 ทั้งหมด 268 ตัวอย่าง ระหว่างวันที่ 14-18 เมษายน พ.ศ. 2549 โดยที่การวิเคราะห์ข้อมูลจะใช้การคำนวณหาค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบสัดส่วนร้อยละ และวิเคราะห์การจำแนกหมู่ เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในเทศกาลสงกรานต์ส่วนตัวแปรตามคือค่าใช้จ่ายรวมของนักท่องเที่ยวและตัวแปรอิสระคือ เพศ อายุ อาชีพ รายได้และภูมิฐานะ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชายโดยที่ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 25 - 34 ปี สำเร็จการศึกษาในระดับปริญญาตรีและมีสถานะภาพโสด มีอาชีพเป็นลูกจ้างรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 19,999 บาท รวมถึงมีถิ่นที่อยู่ในกรุงเทพมหานคร การท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนและการท่องเที่ยวมีระยะเวลาเฉลี่ย 3.78 วัน โดยตัดสินใจเดินทางเนื่องจากเพื่อนหรือญาติแนะนำกว่าร้อยละ 40 เดินทางมาท่องเที่ยวในเทศกาลสงกรานต์จังหวัดเชียงใหม่มากกว่าสี่ครั้งส่วนใหญ่เดินทางมากับครอบครัวและมีขนาดกลุ่มเดินทางเท่ากับ 2 คน และกลุ่มนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 80 ต้องการที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในเทศกาลสงกรานต์จังหวัดเชียงใหม่ในครั้งต่อไป การศึกษาด้านการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 80 ไม่ได้ใช้บริการนำเที่ยว โดยส่วนใหญ่จะใช้พาหนะส่วนตัว ในด้านที่พัก นักท่องเที่ยวมากกว่าร้อยละ 50 จะไม่เสียค่าใช้จ่ายและจะพักกับเพื่อนหรือญาติ ส่วนผู้ที่เสียค่าใช้จ่ายด้านที่พักจะเข้าพักโรงแรมเป็นส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะซื้อของที่ระลึกที่เป็นอาหาร ส่วนค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่ใช้เกี่ยวข้องกับเทศกาลสงกรานต์นั้น นักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายในอุปกรณ์การเล่นน้ำมากกว่าร้อยละ 50 เมื่อแยกการใช้จ่ายออกเป็นประเภทต่างๆ พบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจะเสียค่าใช้จ่ายด้านพาหนะมากที่สุด ส่วนรองลงมาคือค่าใช้จ่ายด้านการซื้อสินค้าและของที่ระลึกในการใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่มตามลำดับ

สมชาย เกษศรี (2550) ทำการศึกษาลักษณะของนักท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดสิงห์บุรีวิธีการวิจัยผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆของจังหวัดสิงห์บุรี จำนวน 200 คน ในช่วงระยะเวลา 2 เดือน ตั้งแต่เดือนมิถุนายน-กรกฎาคม 2550 ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยมีกำหนดตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจการท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี ตัวแปรอิสระ คือ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อย

ละ ค่าเฉลี่ย ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน เปรียบเทียบความแตกต่างโดยใช้สถิติทดสอบค่า t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรี คือ ต้องการมาไหว้พระ รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวจากเพื่อนและญาติแนะนำ การเดินทางมาท่องเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว เคยเดินทางมาแล้วจำนวน 2-4 ครั้ง การเดินทางสะดวกสบาย ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จ่ายเป็นค่าอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวที่ประทับใจมากที่สุดก็คือ วัดพระนอนจักรสีห์วรวิหาร การได้มาทำบุญไหว้พระตามที่ตั้งใจไว้เป็นสิ่งประทับใจมากที่สุด การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสิงห์บุรี พบว่ามีความพึงพอใจในระดับพึงพอใจมาก ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจในการมาท่องเที่ยวจังหวัดสิงห์บุรีจำแนกตามตัวแปร เพศ อายุ การศึกษา อาชีพและรายได้ พบว่าไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($P>0.05$)

นัฐพร เกิดกลาง (2553) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยวิธีการวิจัย 1. เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวปี 2551 จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา และแบบบังเอิญ จากนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดกรุงเทพมหานครในช่วงเดือน เมษายน – ตุลาคม ปี 2551 จำนวน 400 ราย ส่วนตัวแปรตามคือพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวและตัวแปรอิสระคือเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ จำนวนวันหยุดในรอบ 1 ปี จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ประเภทของกลุ่มที่ร่วมเดินทาง ประเภทพาหนะ ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ย สถานที่พักค้างคืน ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ความสัมพันธ์ ความถี่ในการเดินทาง วัตถุประสงค์หลักการเดินทาง

ผลการวิจัยพบว่า พฤติกรรมนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว จะมีการใช้จ่ายอยู่ที่ 1,501-2,500 บาท วัตถุประสงค์หลักการเดินทาง โดยส่วนใหญ่เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อน ความถี่ในการเดินทางโดยส่วนใหญ่เดินทาง 4-5 ครั้งต่อปี ประเภทสถานที่ท่องเที่ยวหลักโดยส่วนใหญ่ไปซื้อของ การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ สถานภาพโสด จำนวนผู้เริ่มเดินทาง และจำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบ 1 ปี แปรผกผันกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ในขณะที่รายได้ต่อเดือน ประเภทสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ประเภทแหล่งซื้อของ สถานที่พักค้างคืนประเภทโรงแรม รูปแบบพาหนะประเภทเครื่องบิน แปรผันตามกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ย สำหรับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในกรุงเทพมหานครของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า รายได้ต่อเดือน รูปแบบพาหนะรถโดยสาร และเครื่องบิน จำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบ 1 ปี ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ประเภทซื้อของ และโบราณสถาน/วัด แปรผันตามกับค่าใช้จ่ายเฉลี่ย จากการศึกษาพบว่า ค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อรายได้มีค่าความยืดหยุ่นสูง ซึ่งหมายความว่า การลดราคาการท่องเที่ยวลงจะทำให้รายรับจากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

งานศึกษาของ ปวิท วิชชุลาตา (2539) มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) กัลยา บุปผา (2545) กรกฤษ สุขสถิตย์ (2546) ตุลยา วุฒิปรีชา (2549) สุธาทิพย์ สุขพันธ์กุล (2549) เอกวัฒน์ เดชสกุล (2550) เป็นการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทยและแยกตามพื้นที่เป็นรายจังหวัด โดยงานศึกษาส่วนใหญ่เป็นการศึกษาด้วยแบบจำลองถดถอยเชิงพหุคูณ โดยงานศึกษาส่วนใหญ่มีกลุ่มตัวแปรอิสระที่เป็นตัวแปรทางเศรษฐกิจมหภาคเป็นหลัก มีงานศึกษาเพียงบางส่วนที่ทำการศึกษาคำสัมพันธ์ของตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคม ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวโดยใช้ตัวแปรค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ส่วนใหญ่จะพบการศึกษาคำสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระเหล่านี้ในงานศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก

ปวิท วิชชุดา (2539) ทำการศึกษาปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์โดยใช้แบบจำลองของสมการถดถอยเชิงซ้อนเพื่อนำมาวัดขนาดผลกระทบจากตัวแปรที่กำหนดไว้ตามทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์ โดยกำหนดตัวแปรตาม คือ รายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ทำการศึกษาทั้ง 6 ประเทศ และตัวแปรอิสระ ได้แก่ รายได้ประชาชาติของประเทศนักท่องเที่ยว ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับประเทศที่ทำการศึกษา อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ อัตราค่าโดยสารเครื่องบินระหว่างประเทศที่ทำการศึกษากับประเทศไทย งบประมาณส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ให้แก่แต่ละประเทศทำการการศึกษา

ผลการศึกษาพบว่า 1.นักท่องเที่ยวเพศชายจะมีจำนวนมากกว่าเพศหญิงในสัดส่วนร้อยละ 60 ต่อร้อยละ 40 และนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะมีอายุระหว่าง 25-30 ปี ซึ่งในกรณีของประเทศที่ศึกษาทั้ง 6 ประเทศ พบว่ามีลักษณะเช่นเดียวกัน ยกเว้นกรณีประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีนักท่องเที่ยววัยสูงอายุค่อนข้างมากเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่นๆ 2.นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาท่องเที่ยวจะประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัวและอาชีพรับจ้าง ซึ่งในกรณีนักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกา 3.วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวส่วนมากจะเดินทางเข้ามาด้วยวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อน และเมื่อถึงอัตราส่วนของนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางเข้ามาประเทศไทยแล้วพบว่า นักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียส่วนใหญ่ร้อยละ 80 เคยเดินทางมาท่องเที่ยวแล้ว สำหรับในกรณีของประเทศอื่น พบว่านักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยคิดเป็นร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด 4.โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางมาด้วยตนเองมากกว่ามากับกลุ่มนำเที่ยว ทั้งนี้ นักท่องเที่ยวประเทศญี่ปุ่นจะนิยมเดินทางมากับกลุ่มนำเที่ยวมากกว่าประเทศอื่นๆ และพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมเดินทางด้วยพาหนะเครื่องบินเป็นส่วนใหญ่โดยมีนักท่องเที่ยวประเทศมาเลเซียเพียงประเทศเดียวที่นิยมเดินทางมาทางบก 5.สำหรับทางด้านสถานที่พักผ่อนพบว่าทุกประเทศที่ทำการศึกษาล้วนแล้วเลือกโรงแรมเป็นที่พักผ่อนทั้งสิ้น โดยมีวันพักผ่อนเฉลี่ยประมาณ 6-7 วัน และในการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวในกลุ่มของประเทศยุโรป ได้แก่ประเทศเยอรมนี และประเทศอังกฤษจะมีจำนวนวันพักผ่อนประมาณ 12-14 วัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวประเทศในเอเชียจะมีวันพักผ่อนโดยเฉลี่ยประมาณ 3-5 เท่านั้น 6. สำหรับลักษณะการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศนิยมใช้จ่ายในการซื้อสินค้าที่ระลึกมากที่สุด และในกรณีประเทศที่ทำการศึกษาทั้ง 6 ประเทศ ก็จะมีลักษณะเช่นเดียวกัน

มาลีรัตน์ สุขศรี (2540) ทำการศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศโดยการสร้างสมการถดถอยพหุคูณเชิงซ้อนวิเคราะห์ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุดในรูปแบบลอการิทึมและพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวโดยวิธีการพยากรณ์จากแนวโน้มทั้งนี้ได้เลือกประเทศที่ใช้เป็นตัวแทนจำนวน 8 ประเทศประกอบด้วย ญี่ปุ่น จีน ฮองกง เกาหลีใต้ สิงคโปร์ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ และออสเตรเลียโดยจำแนกตามสัญชาติโดยให้จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรตามจำนวนประชากรมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคล และอัตราค่าโดยสารโดยคิดจากอัตราค่าโดยสารสายการบินที่มีส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดในประเทศนั้นๆ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ พบว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติต่อบุคคลทุกประเทศจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามายังประเทศไทยโดยทางอากาศ ค่าโดยสารจะมีความสัมพันธ์กับนักท่องเที่ยวในทิศทางตรงกันข้ามยกเว้นสิงคโปร์และญี่ปุ่น ส่วนผลของการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ที่คาดว่าจะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นในอัตราที่ลดลงกลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในอัตราที่สูงได้แก่ประเทศสิงคโปร์ ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ กลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับปานกลาง

ได้แก่ประเทศจีน มาเลเซีย และออสเตรเลีย กลุ่มที่มีอัตราการเพิ่มขึ้นของจำนวนนักท่องเที่ยวในระดับต่ำได้แก่ประเทศฮ่องกง และฟิลิปปินส์

กลยา บุษพา (2545) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดจำนวนและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย กรณีศึกษา: ในการศึกษาอุปสงค์นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตัวแปรอิสระ คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ดัชนีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ผลลัพธ์ภายในประเทศเบื้องต้นต่อจำนวนประชากร และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง 2. ในการศึกษาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่ใช้จ่ายในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ตัวแปรตาม คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ผลลัพธ์ภายในประเทศเบื้องต้นต่อจำนวนประชากร และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงในการศึกษาจะใช้วิธีแบบจำลองสมการถดถอยเชิงซ้อนในรูป double log จากนั้นจึงประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระต่างๆด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด

ผลการศึกษาพบว่า 1. จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะแปรผันไปในทิศทางเดียวกันกับตัวแปรอิสระทั้ง 4 ตัวแปร คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบ ดัชนีค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่น ผลลัพธ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่นที่แท้จริง และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง 2. ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะแปรผันไปในทิศทางเดียวกับตัวแปรอิสระทั้ง 2 คือ ดัชนีราคาผู้บริโภคโดยเปรียบเทียบและผลลัพธ์มวลรวมภายในประเทศญี่ปุ่นที่แท้จริง และพบว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยจะแปรผันไปในทิศทางตรงข้ามกับอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง นั่นคือ ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงเพิ่มขึ้น จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยลดลง แต่ถ้าอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงลดลง จะส่งผลให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยเพิ่มขึ้น

กรกฤช สุขสถิตย์ (2546) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยสร้างแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กำหนดให้ ตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยว ตัวแปรอิสระ คือ อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย 2. การศึกษาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย โดยสร้างแบบจำลองค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ กำหนดให้ ตัวแปรตาม คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย ตัวแปรอิสระ คือ อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย 3. การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอนาคต พ.ศ. 2545 -2550 กำหนดตัวแปรตาม คือ จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศ ในช่วง พ.ศ. 2545-2550 จะทำการพยากรณ์ค่าตัวแปรอิสระโดยใช้วิธีการพยากรณ์จากข้อมูลอนุกรมเวลาด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอย

ผลการวิจัยพบว่า 1. ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในประเทศไทย คือ อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

นักท่องเที่ยวกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย 2. ผลการวิจัยทางด้านค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ พบว่า ปัจจัยที่มีส่วนในการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว คือ อัตราส่วนของราคาค่าโดยสารเครื่องบินจากประเทศนักท่องเที่ยวมายังประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว อัตราส่วนของราคาห้องพักเฉลี่ยต่อวันของประเทศไทยกับรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนในประเทศนักท่องเที่ยว และอัตราส่วนเปรียบเทียบของดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทยกับดัชนีราคาผู้บริโภคของประเทศไทย

ตุลยา วุฒิปรีชา (2549) ทำการศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทยโดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศอินโดนีเซีย มาเลเซีย สิงคโปร์ และฟิลิปปินส์ รวม 4 ประเทศ ในปี พ.ศ.2533 ถึง ปี พ.ศ.2548 เป็นการศึกษาข้อมูลภาคตัดขวางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ด้วยการเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นผู้โดยสารของสายการบินไทย สายการบินนกแอร์ สายการบินไทยแอร์เอเชีย และสายการบินวันทูโก ณ ท่าอากาศยานดอนเมือง ระหว่างเดือนกุมภาพันธ์ ถึงเมษายน พ.ศ.2549 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว 575 คน แบ่งเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้สายการบินไทย 297 คน และนักท่องเที่ยวที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ 278 คน ตัวแปรอิสระ คือ รายได้ต่อเดือน เพศ อายุ อาชีพ การท่องเที่ยวครั้งแรก การใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางระหว่างประเทศ และการใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศ 3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะใช้วิธีการวิเคราะห์ทางสถิติที่เรียกว่า การวิเคราะห์ถดถอยปัวซองและกำลังสองน้อยที่สุด โดยตัวแปรอิสระ คือ รายได้ต่อเดือน เพศ อาชีพ อายุ ตัวแปรหุ่นการท่องเที่ยวก่อนหน้านี้ ตัวแปรหุ่นการใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางระหว่างประเทศ และตัวแปรการใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศ

ผลการศึกษาพบว่าสายการบินต้นทุนต่ำในภูมิภาคอาเซียนมายังไทยมีอิทธิพลทางบวกต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอาเซียนที่เดินทางมายังประเทศไทยทางอากาศอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ขึ้นไป ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินต้นทุนต่ำในประเทศจะมีค่าใช้จ่ายน้อยกว่าผู้ที่เดินทางด้วยสายการบินไทย 1,798 บาท/คน/วัน และผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีค่าใช้จ่ายมากกว่าผู้ที่มาท่องเที่ยวซ้ำ 1,168 บาท/คน/วัน

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าเพศชายจะมีวันพักยาวนานกว่าเพศหญิง ผู้ที่มีอาชีพเกษียณ ผู้ว่างงานหรือแม่บ้านจะมีจำนวนวันพักมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่น ๆ ส่วนผู้ที่มาท่องเที่ยวครั้งแรกจะมีวันพักน้อยกว่าผู้ที่มาเที่ยวซ้ำ และผู้ที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศจะมีวันพักนานกว่าผู้ที่ใช้สายการบินปกติภายในประเทศ ในส่วนของการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ผลการวิจัยโดยการวิเคราะห์ถดถอยปัวซอง พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญต่อจำนวนวันพัก ณ ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ขึ้นไป ได้แก่ เพศ อาชีพ การท่องเที่ยวครั้งแรก และการใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศ ผลการวิจัยด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด พบว่าเพศ อาชีพ (ยกเว้นอาชีพนักเรียนนักศึกษา) การท่องเที่ยวครั้งแรก และการใช้สายการบินต้นทุนต่ำในเส้นทางในประเทศ มีอิทธิพลต่อจำนวนวันพักอย่างมีนัยสำคัญที่ ผลการศึกษาการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้สายการบินต้นทุนต่ำ พบว่า นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินซื้อสินค้าและของที่ระลึกมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 22.38 ของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

สุธาทิพย์ สุขพัฒน์ศรีกุล (2549) ทำการศึกษาผลของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีต่อเศรษฐกิจไทย: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามภูมิภาคข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิซึ่งจะใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา และมีการใช้ตารางปัจจัยการผลัด-ผลผลิตปี พ.ศ. 2541 เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์โดยแบ่งออก 3 ส่วน ส่วนที่ 1 และส่วนที่ 2 จะเป็นการวิเคราะห์ถึงผลของการใช้จ่าย

ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสาขาการผลิตต่างๆ และในส่วนที่ 3 เป็นการวิเคราะห์ถึงผลที่มีต่อดุลการชำระเงินของ ไทย ผลการวิจัยพบว่าในปี พ.ศ.2545 จากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 323,483.96 ล้านบาท ก่อให้เกิดการขยายตัวของมูลค่าผลผลิตภายในประเทศและมูลค่าเพิ่มรวมในสาขาเศรษฐกิจต่างๆรวม 588,481.27 และ 268,406.12 ล้านบาท ตามลำดับ และมีความต้องการนำเข้าสินค้าและบริการขั้นกลางรวม 55,033.32 ล้านบาท คงเหลือรายได้สุทธิที่ช่วยดุลการชำระเงินระหว่างประเทศทั้งสิ้น 268,450.64 ล้านบาท

2. เมื่อพิจารณาผลของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยจำแนกออกเป็น 7 ภูมิภาค พบว่า ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในแต่ละภูมิภาคก่อให้เกิดการขยายตัวในด้านมูลค่าผลผลิตภายในประเทศ มูลค่าเพิ่มรวม และดุลการชำระเงินระหว่างประเทศของไทยในสาขาอุตสาหกรรมและบริการ สูงที่สุด โดยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก ยุโรป และอเมริกา ก่อให้เกิดการขยายตัวในสาขาดังกล่าวสูงที่สุด

เอกวัฒน์ เดชสกุล (2550) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ เดินทางมายังประเทศไทย : กรณีศึกษานักท่องเที่ยวเกาหลีใต้และญี่ปุ่นวิธีการวิจัยใช้ข้อมูลทุติยภูมิประเภท อนุกรมเวลารายปีในช่วงปี พ.ศ. 2528-2547 โดยการสร้างสมการจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ เดินทางมาประเทศไทย ทั้ง 2 ประเทศ คือ เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น โดยการกำหนดให้มีตัวแปรอิสระ 9 ตัว คือ จำนวนประชากรของประเทศนักท่องเที่ยว, รายได้ประชาชาติต่อหน่วยเป็นอัตราเป็นเงินตราของประเทศ นักท่องเที่ยว, อัตราแลกเปลี่ยนในรูปเงินสกุลบาทต่อสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว, อัตราแลกเปลี่ยนในรูป เงินสกุลดอลลาร์สิงคโปร์ต่อสกุลเงินของประเทศนักท่องเที่ยว, อัตราแลกเปลี่ยนในเงินสกุลดอลลาร์ต่อสกุลเงินของ ประเทศนักท่องเที่ยว, งบประมาณที่ใช้ในการส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย, งบประมาณที่ใช้ใน การส่งเสริมภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยในประเทศญี่ปุ่น, งบประมาณที่ใช้ในการส่งเสริมภาคการ ท่องเที่ยวของประเทศไทยในประเทศเกาหลีใต้, ชั่วโมงในการทำงานต่อคนของประเทศนักท่องเที่ยว ตัวแปร ตามคือ จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาประเทศไทย 2.การสร้างแบบจำลองจำนวน นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ของนักท่องเที่ยวทั้ง 2 สัญชาติ จะใช้วิธีการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสมการแบบจำลองจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ สัญชาติ ญี่ปุ่น ที่เดินทางมายังประเทศไทยมี 2 ตัวแปร คือ จำนวนประชากรของประเทศญี่ปุ่น มีอิทธิพลในทางบวก ส่วนอัตราแลกเปลี่ยนในรูปเงินสกุลดอลลาร์ต่อสกุลเงินของประเทศญี่ปุ่น 1 หน่วย มีอิทธิพลในทางลบ ในขณะที่ตัว แปร 6 ตัวแปรที่เหลือไม่มีผลต่อตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสัญชาติญี่ปุ่นที่เดินทางมายัง ประเทศไทย ในส่วนของปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดสมการแบบจำลองจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศสัญชาติ เกาหลีใต้ที่เดินทางมายังประเทศไทย คือ รายได้ประชาชาติต่อหัวมีหน่วยเป็นเงินตราของประเทศเกาหลีใต้ ตัว แปรอัตราแลกเปลี่ยนในรูปเงินสกุลดอลลาร์สิงคโปร์ต่อสกุลเงินของประเทศเกาหลีใต้ 1 หน่วย ตัวแปรอัตรา แลกเปลี่ยนในรูปเงินสกุลดอลลาร์ต่อสกุลเงินของประเทศเกาหลีใต้ 1 หน่วย ตัวแปรชั่วโมงการทำงานต่อคนของ ประเทศเกาหลีใต้ มีอิทธิพลในทางบวก ส่วนจำนวนประชากรของประเทศเกาหลีใต้ มีอิทธิพลในทางลบ

รุจิรา คุณเลิศ (2550) ทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติภายในจังหวัดเชียงใหม่ในช่วงเดือนเมษายน-พฤษภาคม พ.ศ. 2550 จำนวน 300 ตัวอย่าง ด้วย วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบ Purposive Random Sampling และจะใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุด ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศชายร้อยละ 54 และนักท่องเที่ยวที่เป็นเพศหญิงร้อยละ 46 ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 26-35 ปี มีสถานภาพโสดมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน/ลูกจ้าง มีภูมิลำเนาอยู่ใน เอเชียมากที่สุด รายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ที่ไม่เกิน 2,500 ดอลลาร์สหรัฐ โดยมีการศึกษาในระดับ ปริญญาตรีเป็นส่วนใหญ่ การศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงใหม่ของ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก พักไม่เกิน 4

วันมากที่สุด โดยส่วนใหญ่ใช้รถแดง/ตุ๊กตุ๊ก/แท็กซี่เป็นพาหนะในการเดินทาง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาเพื่อพักผ่อนสำหรับรูปแบบของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวพักโรงแรม การศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายกับปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อการกำหนดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในจังหวัดเชียงใหม่พบว่ารายได้ของนักท่องเที่ยวและอายุของนักท่องเที่ยวมีทิศทางของการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวัน ส่วนระยะเวลาการพำนักระหว่างนักท่องเที่ยวมีทิศทางของการเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงกันข้ามกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวัน

สำหรับการทบทวนวรรณกรรมของต่างประเทศที่ศึกษาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวสามารถสรุปตัวแปรที่มีผลกับค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวได้สามกลุ่มตัวแปรดังนี้ ตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคม ตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง ตัวแปรทางจิตวิทยาและตัวแปรอื่นๆ

ตารางที่ 2.2 ปัจจัยทางเศรษฐกิจและสังคม

งานวิจัย	รายได้	ราคา	ต้นทุนเวลา	อายุของผู้ใหญ่ในทริป	อายุของเด็กในทริป	เพศ	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	สถานภาพ	สัญชาติเชื้อชาติ	เชื้อชาติถิ่น	ระดับการศึกษา	อาชีพ
Agarwal & Yochum (1999)	✓			✓				✓	✓			
Agarwal & Yochum (2000)	✓	✓		✓		✓						
Asgary et al. (1997)	✓	✓								✓	✓	
Aguilo Perez & Juaneda Sampol (2000)		✓		✓						✓		✓
Cannon & Ford (2002)	✓								✓	✓	✓	
Chhabaa et al. (2002)	✓								✓		✓	
Davidla et al. (1999)	✓											
Downward & Lumsdon, (2000)	✓			✓	✓							
Downward & Lumsdon (2003)	✓											
Downward & Lumsdon (2004)												
Henthorne (2000)				✓		✓						
Jang et al. (2004)	✓			✓		✓						✓
Jang et al. (2005)	✓											
Laesser & Crouch (2006)										✓		
Lee (2001)	✓			✓						✓		
Lehto et al. (2001)										✓		
Lehto et al. (2004)	✓			✓		✓						
Leones et al. (1998)	✓			✓						✓		
Make et al. (1977)	✓	✓	✓	✓				✓			✓	
Mehmetoglu (2007)	✓			✓								
Nicolau & Mas (2005)	✓			✓			✓	✓			✓	
Pouta et al. (2007)				✓		✓						
Seiler et al. (2002)	✓			✓		✓		✓			✓	
Taylor et al. (1993)	✓											
Thrane (2002)	✓			✓		✓	✓			✓		
Wang et al. (2006)	✓			✓		✓		✓				

ที่มา: ปรับปรุงจาก Wang, Y., & Davidson, M. C. G. (2010)

ตารางที่ 2.3 ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง (Trip Related Variable)

งานวิจัย	ระยะเวลาพัก	จำนวนคนในทริป	ชนิดที่พัก	First Visit/Revisit	โหมดของยานพาหนะ	จำนวนแหล่งท่องเที่ยวในทริป	ระยะทาง	วัตถุประสงค์
Agarwal & Yochum (1999)	✓	✓	✓					
Agarwal & Yochum (2000)	✓	✓	✓					
Asgary et al. (1997)								
Aguilo Perez & Juaneda Sampol (2000)	✓	✓	✓	✓				
Cannon & Ford (2002)	✓	✓						
Chhabaa et al. (2002)							✓	
Davidla et al. (1999)		✓			✓			
Downward & Lumsdon, (2000)	✓	✓						
Downward & Lumsdon (2003)	✓	✓						
Downward & Lumsdon (2004)	✓	✓			✓			
Henthorne (2000)	✓			✓				
Jang et al. (2004)	✓			✓				
Jang et al. (2005)								
Laesser & Crouch (2006)	✓	✓	✓					✓
Lee (2001)		✓						
Lehto et al. (2001)			✓					✓
Lehto et al. (2004)				✓			✓	✓
Leones et al. (1998)	✓					✓		
Make et al. (1977)	✓	✓		✓				✓
Mehmetoglu (2007)	✓						✓	✓
Nicolau & Mas (2005)	✓		✓					
Pouta et al. (2007)	✓			✓	✓			
Seiler et al. (2002)	✓	✓	✓					✓
Taylor et al. (1993)	✓	✓	✓					
Thrane (2002)	✓							
Wang et al. (2006)		✓		✓			✓	

ที่มา: ปรับปรุงจาก Wang, Y., & Davidson, M. C. G. (2010)

นอกจากนี้ยังมีการนำเอาปัจจัยทางจิตวิทยาและที่เกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวมาศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวเช่น ทัศนคติ ประสิทธิภาพของแหล่งท่องเที่ยว แรงจูงใจในการเดินทาง และปัจจัยอื่นๆ เช่น นโยบายของรัฐบาล ฤดูกาลการท่องเที่ยว เป็นต้น

2.2.2 ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับความเต็มใจที่จะจ่าย

งานวิจัยเกี่ยวกับการประเมินมูลค่าสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายในสถานที่ที่ใช้ประเมินและประเภทของทรัพยากร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

กิตติ โอฬารกิจเจริญ (2545) ได้ทำการศึกษาเรื่อง ความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยว เพื่อการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครนายก โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยว เพื่อการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติของนักท่องเที่ยว น้ำตกนางรอง น้ำตกสาลิกา และอุทยานวังตะไคร้ เพื่อศึกษาปัจจัยต่างๆที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยวเพื่อการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและเพื่อประมาณการรายได้ของการใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติจากค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยว โดยประยุกต์ใช้เครื่องมือทางเศรษฐศาสตร์สิ่งแวดล้อมศึกษาความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay ; WTP) ด้วยวิธี (Contingent Valuation Method ; CVM) และวิธี (Contingent Ranking Method ; CRM) รวมทั้งศึกษาถึงความสัมพันธ์ปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลส่วนตัวอย่างนักท่องเที่ยว 400 คน โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ สำหรับวิธี CVM ค่าสถิติที่ใช้ คือ อัตราส่วนร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าเฉลี่ย การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามกับตัวแปรอิสระ ใช้วิธีการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis ; MRA) ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน) และปัจจัยอื่นๆ (ความรู้ในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทักษะคิดในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ระยะทางจากที่พักถึงแหล่งท่องเที่ยว ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวที่น้ำตกนางรองเต็มใจที่จะจ่าย 23.4 บาทต่อคนโดยวิธี CVM และด้านมูลค่าของน้ำตกนางรองเท่ากับ 184.3 บาทต่อคน(กรณีต้องการเดินป่า) และ 751.3 บาทต่อคน (ไม่ต้องการเดินป่า) โดยวิธี CRM นักท่องเที่ยวที่น้ำตกสาลิกาเต็มใจที่จะจ่าย 25.1 บาทต่อคน โดยวิธี CVM และด้านมูลค่าของน้ำตกสาลิกา 662.9 บาทต่อคนโดยวิธี CRM และนักท่องเที่ยวที่อุทยานวังตะไคร้เต็มใจที่จะจ่าย 26.4 บาทต่อคน โดยวิธี CVM และมูลค่าของอุทยานวังตะไคร้ 557.6 บาทต่อคน โดยวิธี CRM ปัจจัยที่มีผลต่อค่าความเต็มใจที่จะจ่าย คือรายได้ของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับค่าที่เต็มใจจะจ่าย ค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ประโยชน์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.01$ ส่วนทัศนคติและความรู้ในการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติมีความสัมพันธ์กับค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ประโยชน์ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ ทั้งสามปัจจัยมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกส่วนปัจจัยอื่นๆไม่มีความสัมพันธ์กับค่าความเต็มใจที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยวที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ $\alpha = 0.05$ และการประมาณการรายได้ของนักท่องเที่ยวที่เข้าไปใช้ประโยชน์ของแหล่งท่องเที่ยวด้วยวิธี CRM คาดว่า รายได้จากนักท่องเที่ยวสำหรับน้ำตกนางรองจะประมาณ 91.78 ล้านบาทต่อปี (นักท่องเที่ยวต้องการเดินป่า) และ 374.2 ล้านบาทต่อปี (ไม่ต้องการเดินป่า) น้ำตกสาลิกาจะได้ประมาณ 304.5 ล้านบาทต่อปี และอุทยานวังตะไคร้จะได้ประมาณ 210.1 ล้านบาทต่อปีส่วนรายได้ที่ได้จากวิธี CVM ของน้ำตกนางรองจะได้ประมาณ 11.7 ล้านบาทต่อปี น้ำตกสาลิกาประมาณ 11.5 ล้านบาทต่อปี และอุทยานวังตะไคร้ประมาณ 9.9 ล้านบาทต่อปี

ฤกษ์รัตน์ ปักกันตร์ธ (2548) ทำการศึกษาเรื่อง การศึกษาความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมของนักท่องเที่ยวที่ไปเยือนแหล่งนันทนาการทางธรรมชาติ : วนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อย จังหวัดสระบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะพื้นฐานทางเศรษฐกิจสังคม และความคิดเห็นของผู้มาเยือนวณอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อยเพื่อศึกษาความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมของผู้มาเยือนวณอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อยและแสดงถึงมูลค่าที่เกิดจากความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมของวณอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อยเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดค่าธรรมเนียมที่เหมาะสมและเพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียม วิธีสมมติ

เหตุการณ์ให้ประเมินค่า CVM โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไป ที่เดินทางมาเยือนวนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อยจำนวน 600 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ ทำการวิเคราะห์ค่าความเต็มใจจ่ายเฉลี่ยด้วยสถิติเชิงพรรณนาสำหรับวิธี Non-parametric Model และการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก สำหรับวิธี Binary Logistic Model ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ การได้รับการฝึกอบรมหรือได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ระยะทางจากที่อยู่อาศัยถึงแหล่งท่องเที่ยว และอัตราค่าธรรมเนียมเริ่มต้น ผลการศึกษา พบว่า ความเต็มใจจ่ายเฉลี่ยที่วิเคราะห์ด้วยวิธี Non-parametric Model มีค่าเท่ากับ 34.70 บาทต่อคนต่อครั้ง และมีมูลค่าที่เกิดจากความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมเท่ากับ 2,1370,966.60 บาทต่อปีสำหรับความเต็มใจจ่ายเฉลี่ยที่วิเคราะห์ด้วยวิธี Binary Logistic Model และเลือกรูปแบบฟังก์ชันความเต็มใจแบบ Linear WTP Function พบว่า มีค่าเท่ากับ 33.42 บาทต่อคนต่อครั้งและมีมูลค่าที่เกิดจากความเต็มใจจ่ายเท่ากับ 22,430,276.76 บาทต่อปี และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมของผู้มาเยือนจากการวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก พบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวกกับความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียม ได้แก่ การได้รับการฝึกอบรมหรือได้รับความรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมและระยะทางจากที่อยู่อาศัยถึงแหล่งท่องเที่ยวสำหรับปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ในทิศทางลบกับความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมได้แก่อัตราค่าธรรมเนียมเบื้องต้น กำหนดในการศึกษาและการศึกษาอัตราค่าธรรมเนียมที่ก่อให้เกิดรายรับสูงสุดแก่วนอุทยานน้ำตกเจ็ดสาวน้อย พบว่าราคาค่าธรรมเนียมที่อัตรา 20 บาทต่อคนต่อครั้ง

อรชร เรืองจันทร์ (2549) ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์ความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานชาติของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานชาติของสวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์และวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยินดีที่จะจ่าย โดยหาความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมองค์การสวนพฤกษศาสตร์แบ่งออกเป็น 2 กรณี คือ กรณีแรกหาความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมองค์การสวนพฤกษศาสตร์ก่อนการเปิดให้บริการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานชาติและกรณีที่สอง คือ หาความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมองค์การสวนพฤกษศาสตร์ภายหลังการเปิดให้บริการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานชาติและมีการเก็บค่าธรรมเนียมแบบเหมาจ่าย โดยการประเมินความยินดีที่จะจ่ายผ่านวิธีการประเมินมูลค่าสิ่งแวดล้อมด้วยวิธีการสมมติเหตุการณ์ให้ประเมินหรือ CVM ที่มีลักษณะเป็นคำถามเปิดและใช้แบบจำลองโทบิตเพื่อหาปัจจัยหรือตัวแปรต่างๆที่มีผลต่อความยินดีที่จะจ่าย โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ โดยเทคนิควิธีการวิเคราะห์การประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุด (Maximum Likelihood Estimates ; MLE) และเทคนิควิเคราะห์โดยวิธี (Marginal Effects) พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความยินดีที่จะจ่ายค่าธรรมเนียมในการเข้าชมพิพิธภัณฑสถานชาติประมาณ 25 บาท ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ รายได้ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน การเข้าร่วมกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การเคยเข้าชมพิพิธภัณฑสถานอื่นๆ รสนิยม

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศชายและเพศหญิงมีจำนวนใกล้เคียงกัน อายุประมาณ 37 ปี สถานภาพโสด ประกอบอาชีพรับราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจและอาชีพพนักงานรับจ้าง มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือน 3-4 คน ระดับการศึกษาปริญญาตรี รายได้อยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาทต่อเดือน ส่วนผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาความยินดีที่จะจ่ายและปัจจัยที่มีผลต่อความยินดีที่จะจ่ายทั้ง 2 กรณี สามารถสรุปผลได้ดังนี้ กรณีที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความยินดีที่จะจ่ายประมาณ 24.47 บาท โดยปัจจัยที่มีผลทำให้ความยินดีที่จะจ่ายสูงขึ้น คือ ระดับรายได้และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์ส่วนปัจจัยที่ทำให้ความยินดีที่จะจ่ายลดลง คือ สถานภาพโสด และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน กรณีที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความยินดีที่จะจ่ายใกล้เคียงกันกล่าวคือ มีความยินดีที่จะจ่าย 25.03 บาท 25.08 บาท และ 25.09 บาท โดยปัจจัยที่มีผลทำให้

ความยินดีที่จะจ่ายสูงขึ้น คือระดับรายได้ ระดับการศึกษา การเข้าชมพิพิธภัณฑ์อื่นๆ และการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการอนุรักษ์ส่วนปัจจัยที่ทำให้ความยินดีที่จะจ่ายลดลง คือ สถานภาพโสด จำนวนสมาชิกในครัวเรือน และอาชีพรับราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนผลการศึกษาหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความยินดีที่จะจ่ายพบว่าทิศทางการสัมพันธ์ระหว่างความยินดีที่จะจ่ายกับปัจจัยต่างๆจะมีทิศทางการสัมพันธ์ดังนี้ ตัวแปรที่ทำให้ความยินดีที่จะจ่ายมีค่าเพิ่มขึ้นได้แก่ ตัวแปรระดับรายได้ ตัวแปรระดับการศึกษา และตัวแปรการเคยมีส่วนร่วมและการอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมส่วนตัวแปรที่มีผลทำให้ความยินดีที่จะจ่ายมีค่าลดลงได้แก่ ตัวแปรอายุ ตัวแปรเพศ ตัวแปรสถานภาพโสด ตัวแปรอาชีพรับราชการและรัฐวิสาหกิจ และตัวแปรจำนวนสมาชิกในครัวเรือน

กฤษฎ สุขพูล (2557) ทำการศึกษาเรื่อง “มูลค่าความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวเพื่อการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ในการวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโทบิตและวิธีการประมาณภาวะความน่าจะเป็นสูงสุดโดยใช้กลุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติคลองลาน จำนวน 400 คน ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือน อาชีพ รายได้ การรู้จักอุทยานแห่งชาติคลองลาน วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว ภูมิสำเนา จำนวนสถานที่ที่เคยไป การกลับมาเที่ยวซ้ำ ความพึงพอใจที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทักษะคดีที่มีต่อการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการเข้าร่วมกิจกรรมการอนุรักษ์ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 5,000 บาทต่อเดือน นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติคลองลานเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ จากผลการประเมินมูลค่าความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติคลองลานเท่ากับ 451 บาท มีมูลค่าคาดหมายทางเศรษฐศาสตร์เท่ากับ 72,270,044 บาท โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายประกอบไปด้วย ตัวแปรสมาชิกในครัวเรือน การเข้าร่วมกิจกรรมอนุรักษ์ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ความพึงพอใจที่มีต่อทัศนียภาพภายในอุทยาน ความพึงพอใจที่มีต่อสิ่งอำนวยความสะดวกและระดับการให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับความเต็มใจที่จะจ่ายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยด้วยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยการใช้การวิจัยเชิงคุณภาพโดยการวิเคราะห์หาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้จากการรวมปัจจัยจากโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 ที่วิเคราะห์ได้จากการประชุมกลุ่มย่อยของโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 ในเบื้องต้น เพื่อค้นหาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว จากนั้นจึงดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณเพื่อประเมินค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวและทดสอบอิทธิพลของปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายรวมทั้งเพื่อดำเนินการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวตามค่าใช้จ่าย ซึ่งมีรายละเอียดในแต่ละวิธีการดังนี้

วัตถุประสงค์	กลุ่มตัวอย่าง	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	การเก็บรวบรวมข้อมูล	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. ศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย	-นักท่องเที่ยวชาวไทย -นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มหลัก ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) รวม 1,624 ตัวอย่าง	-แบบสอบถามจากโครงการย่อย 1 -แบบสอบถามจากโครงการย่อย 1 และ 2	รวบรวมแบบสอบถามจากโครงการย่อย 1 และย่อย 2	- การวิเคราะห์เชิงพรรณนาเกี่ยวกับลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มตัวอย่าง การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) - OLS
2. ศึกษาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย	-นักท่องเที่ยวชาวไทย -นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ กลุ่มหลัก ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling)	แบบสอบถาม	รวบรวมแบบสอบถามจากโครงการย่อย 1 และย่อย 2	การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (quantitative method) - OLS
3. เสนอแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย	-	-	ข้อมูลทุติยภูมิด้วยวิธีการเก็บรวบรวมเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง	-

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

พื้นที่การศึกษาในครั้งนี้ครอบคลุมจังหวัด 8 จังหวัด คือ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ภูเก็ต กระบี่ ตรัง และพังงา เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยประกอบไปด้วย นักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวมีความไม่แน่นอนในแต่ละช่วงเวลา ดังนั้น จำนวนของขนาดตัวอย่างที่ผู้วิจัยใช้ในการศึกษาในครั้งนี้แยกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,080 คน นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกลุ่มหลัก จำนวน 544 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ในกรณีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มทำการเก็บข้อมูลไม่เกิน 1 ใน 5 ของกลุ่ม

การสุ่มตัวอย่างจะแบ่งพื้นที่การศึกษาตามจังหวัดจำนวน 8 จังหวัด

การสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างตามประเภทนักท่องเที่ยวและตามจังหวัดอย่างละเท่า ๆ กัน ดังนี้

ตารางที่ 3.1 การกำหนดโควตากลุ่มตัวอย่างฝั่งอันดามัน

ประเภทนักท่องเที่ยว/ จังหวัด	ตรัง	กระบี่	พังงา	ภูเก็ต	รวม
ไทย	100	100	100	100	400
ต่างชาติ (กลุ่มหลัก เช่น จีน)	100	100	100	100	400
รวม	200	200	200	200	800

ตารางที่ 3.2 การกำหนดโควตากลุ่มตัวอย่างฝั่งอ่าวไทย

ประเภทนักท่องเที่ยว/ จังหวัด	ชุมพร	สุราษฎร์ธานี	นครศรีธรรมราช	พัทลุง	รวม
ไทย	200	80	200	200	680
ต่างชาติ (กลุ่มหลัก เช่น จีน)	16	121	5	2	144
รวม	216	201	205	203	824

จากนั้นจึงดำเนินการสุ่มตัวอย่างแต่ละกลุ่มแต่ละจังหวัดโดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) จนได้กลุ่มตัวอย่างครบตามกำหนด

การดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพโดยการประชุมกลุ่มย่อย Focus group ประชากรสำหรับการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อค้นหาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ชุมพร นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง กระบี่ พังงา และภูเก็ต

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่โครงการย่อย 1 และโครงการย่อย 2 สร้างขึ้นจากการทบทวนเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ชุด คือ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวไทย และ แบบสอบถามสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยแบบสอบถามทั้ง 2 ชุดประกอบด้วยเนื้อหา ดังนี้

- ส่วนที่ 1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 2 รูปแบบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้
- ส่วนที่ 3 แรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้
- ส่วนที่ 4 ทักษะคิดและการรับรู้ของนักท่องเที่ยว
- ส่วนที่ 5 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่ประเทศหรือจังหวัดต้นทาง ค่าตัวเครื่องบิน ค่าซื้อบริการนำเที่ยว เป็นต้น บวกค่าใช้จ่ายที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เช่นค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าของที่ระลึก เป็นต้น

การศึกษาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ การศึกษาประเภทและองค์ประกอบของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การศึกษาปัจจัยกำหนดหรือมีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว การศึกษาค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวภายใต้คุณลักษณะที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว

การศึกษาแบบจำลองค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่างๆ กับค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว โดยมีแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปดังนี้

$$\text{Tourist Expenditure} = f(X_1, \dots, X_n, E)$$

Tourist Expenditure คือ ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อครั้ง

$X_1, \dots, X_n$ คือ ปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

E คือ ตัวแปรพัวพัน

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive method) เกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ กลุ่มตัวอย่างในรูปแบบ การวิเคราะห์ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าความถี่ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative method)

การวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายต่อหัวและปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัว โดยการศึกษาแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่กำหนดต่างๆ กับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวดังนี้

$$\text{Tourist Expenditure} = f(X_1, \dots, X_n, E)$$

Tourist Expenditure คือ ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อครั้ง

$X_1, \dots, X_n$ คือ ปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

E คือ ตัวแปรพัวพัน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ตัวแปรตาม ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว

ตัวแปรทางเศรษฐกิจและสังคม เช่น อายุ การศึกษา เพศ สัญชาติ อาชีพ สถานภาพ เป็นต้น

ตัวแปรที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก กิจกรรมการท่องเที่ยว จำนวนวันพัก จำนวนผู้ร่วมเดินทาง วัตถุประสงค์การเดินทาง เป็นต้น

ตัวแปรอื่นๆ เช่น แรงจูงใจในการเดินทาง ทักษะคติ เป็นต้น

$$Y = B_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + \dots + E$$

การวิเคราะห์ความเต็มใจที่จะจ่าย

สำหรับความเต็มใจที่จะจ่ายจะใช้เทคนิคการวิเคราะห์ แบบจำลองสมการถดถอยแบบ Tobit เนื่องจากลักษณะการกระจายตัวของข้อมูลความเต็มใจจ่ายอาจไม่เป็นแบบปกติ อีกทั้งการหาค่าประมาณของปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายโดยใช้วิธีการด้วยสมการถดถอยเชิงเส้นอาจมีผลการศึกษาที่เกิดปัญหา ค่าประมาณที่เอนเอียง (Biased Estimator) ดังนั้นเพื่อลดปัญหาดังกล่าวที่อาจเกิดขึ้นได้งานศึกษานี้จึงเลือกใช้สมการถดถอยแบบ Tobit เพื่อการเซ็นเซอร์นักท่องเที่ยวที่ไม่เต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม โดยดำเนินการวิเคราะห์ 4 กรณี ได้แก่

1. กรณีจำนวนวันท่องเที่ยว โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม
2. กรณีเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน แต่โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวเหมือนเดิม
3. กรณีจำนวนวันท่องเที่ยวเท่าเดิม แต่มีการปรับปรุงโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวดีขึ้น
4. กรณีจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน และมีการปรับปรุงโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวดีขึ้น

ขึ้น

3.4 ขอบเขตของการวิจัย

ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงการวิจัยแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้เป็นการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันเพื่อเสนอแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวนักท่องเที่ยวภาคใต้ โดยการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวและปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวเป็นการวิเคราะห์เชิงปริมาณโดยใช้วิธีกำลังสองน้อยที่สุดและการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ เพื่อวัดขนาดผลกระทบของตัวแปรต่างๆ ในแบบจำลองที่สร้างขึ้นตามแนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

การศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ใช้วิธีสมการถดถอยแบบ Tobit โดยการสอบถามความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ขอบเขตด้านประชากร

นักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ (ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง กระบี่ พังงา และภูเก็ต)

ขอบเขตด้านพื้นที่

โครงการวิจัยครอบคลุมพื้นที่จังหวัดชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง กระบี่ พังงา และภูเก็ต

ขอบเขตด้านระยะเวลา

แผนงานวิจัยมีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 12 เดือน

บทที่ 4

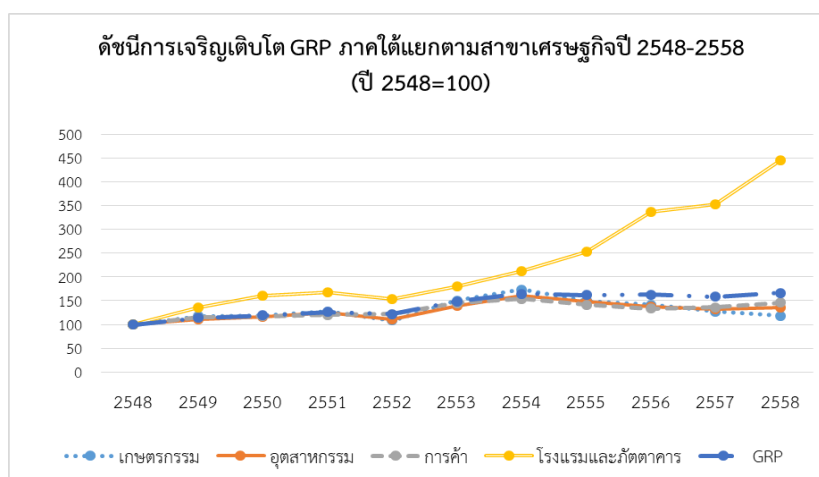
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

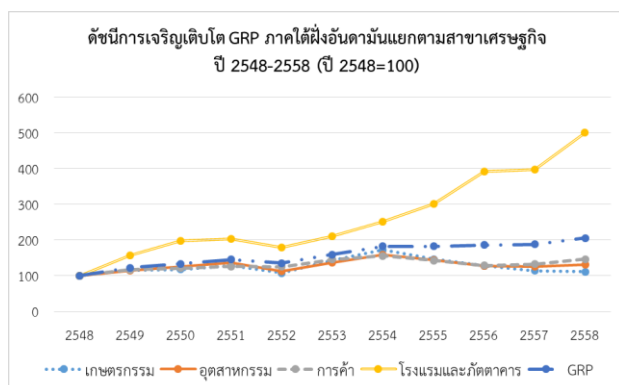
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ศึกษาสถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ผลการวิจัยมีดังนี้

4.1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคใต้ และปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

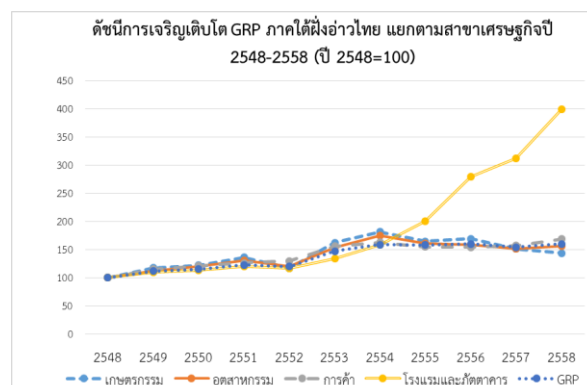
ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาภาคการท่องเที่ยวของภาคใต้มีการขยายตัวอย่างมาก ดัชนีการเจริญเติบโตของ GRP ของภาคใต้สะท้อนให้เห็นการเจริญเติบโตของภาคการท่องเที่ยวในภาคใต้ (กราฟที่ 4.1) โดยภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญกับเศรษฐกิจของกลุ่มภาคใต้ฝั่งอันดามันเมื่อเทียบกับฝั่งอ่าวไทย ภาคการท่องเที่ยวมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ในขณะที่ภาคการท่องเที่ยวของฝั่งอ่าวไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา (กราฟที่ 4.2 และ 4.3)



กราฟที่ 4.1 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้

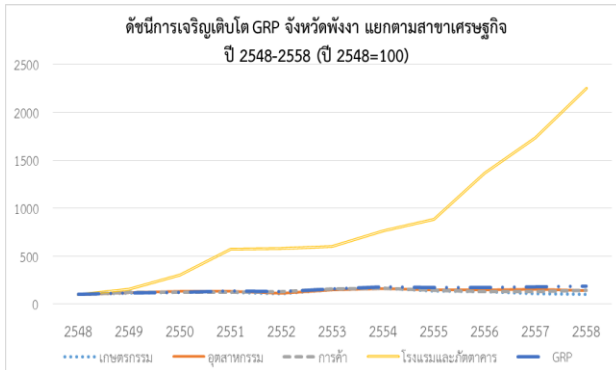


กราฟที่ 4.2 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอันดามัน

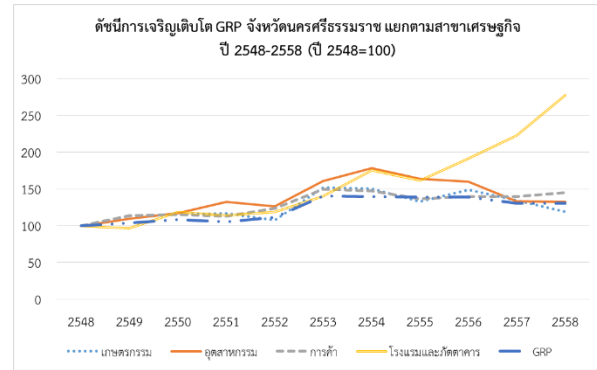


กราฟที่ 4.3 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

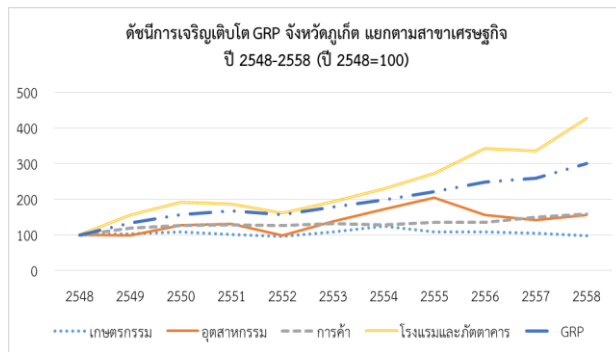
ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอันดามัน ดัชนีการเจริญเติบโต GRP ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย หากพิจารณา
รายจังหวัด พบว่าในฝั่งอันดามันภาคการท่องเที่ยวมีการขยายตัวค่อนข้างมากในจังหวัดกระบี่ และจังหวัดพังงา
ในขณะที่จังหวัดภูเก็ตการเติบโตของภาคการท่องเที่ยวไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับกระบี่และพังงา ในส่วนของฝั่งอ่าว
ไทยภาคการท่องเที่ยวมีการขยายตัวค่อนข้างมากในด้านของจังหวัดสุราษฎร์ธานี



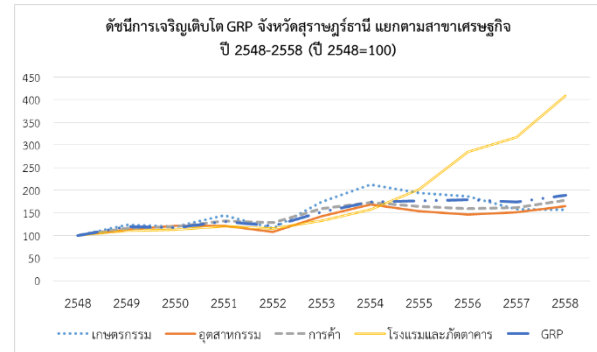
กราฟที่ 4.4 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP
จังหวัดพังงา



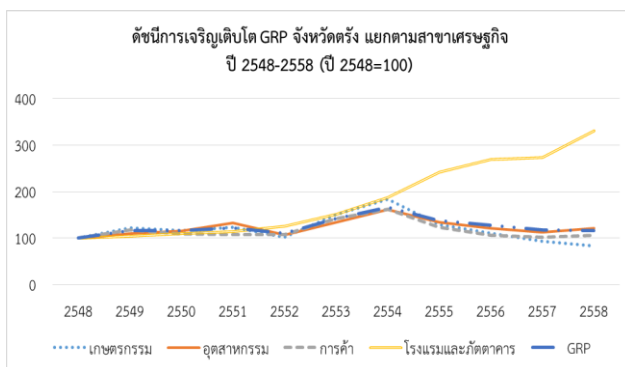
กราฟที่ 4.5 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP
จังหวัดนครศรีธรรมราช



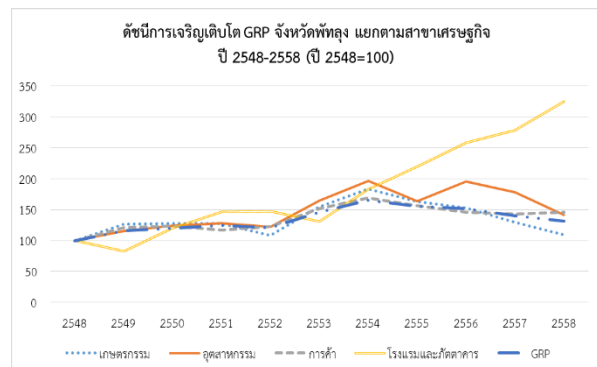
กราฟที่ 4.6 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP
จังหวัดภูเก็ต



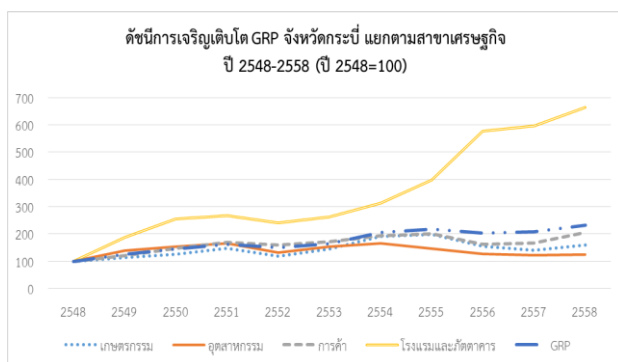
กราฟที่ 4.7 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP
จังหวัดสุราษฎร์ธานี



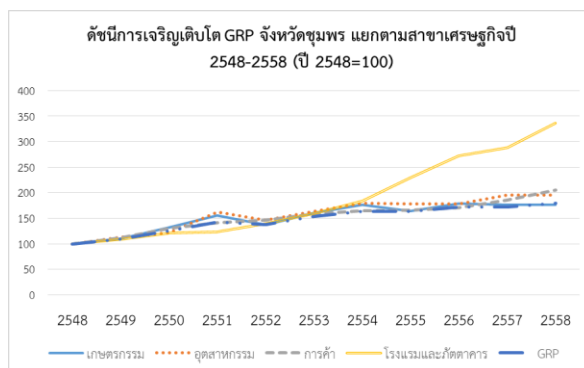
กราฟที่ 4.8 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP
จังหวัดตรัง



กราฟที่ 4.9 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP
จังหวัดพัทลุง

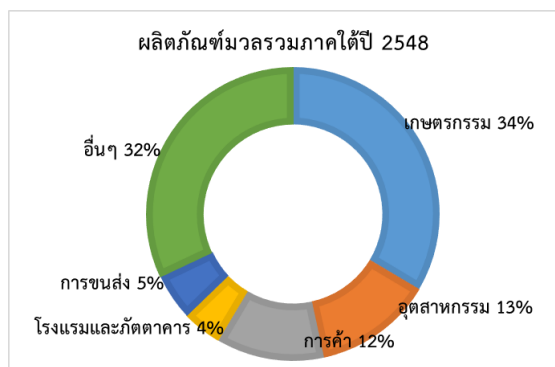


กราฟที่ 4.10 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดกระบี่

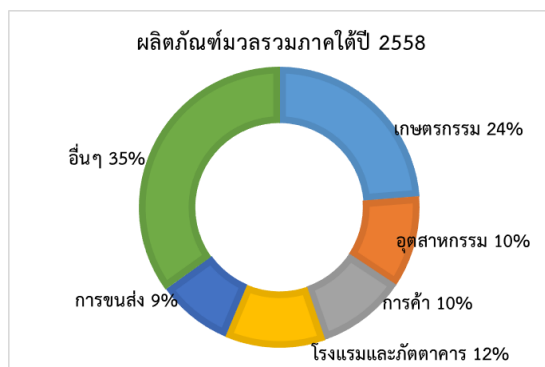


กราฟที่ 4.11 ดัชนีการเจริญเติบโต GRP จังหวัดชุมพร

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคใต้พบว่า เศรษฐกิจภาคใต้พึ่งพิงภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก อย่างไรก็ตามในช่วงต้นปี พ.ศ.2548 ภาคการท่องเที่ยวได้ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 4 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12 ในปี พ.ศ.2558 (กราฟ 4.12,4.13)

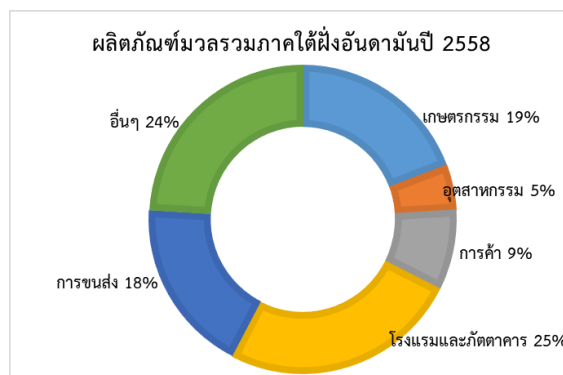
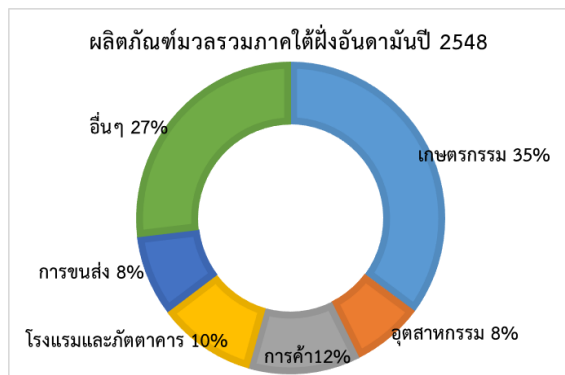


กราฟที่ 4.12 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ปี 2548



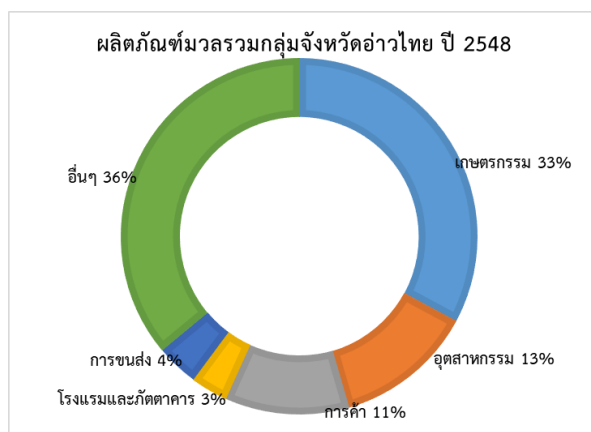
กราฟที่ 4.13 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ปี 2558

ในส่วนของภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมและภัตตาคารคิดเป็นร้อยละ 10 ในปี พ.ศ. 2548 เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ในปี 2558 (กราฟที่ 4.14,4.15) ในขณะที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญน้อยกว่าฝั่งอันดามัน โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมและภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 3 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9 ในปี 2548 (กราฟที่ 4.15,4.16)



กราฟที่ 4.14 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ฝั่งอันดามัน
ปี 2548

กราฟที่ 4.15 ผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคใต้ฝั่งอันดามัน
ปี 2558



กราฟที่ 4.16 ผลิตภัณฑ์มวลรวมกลุ่มจังหวัดอ่าวไทยปี 2558

ในภาพรวมของภาคใต้ภาคการท่องเที่ยวมีส่วนช่วยพยุงเศรษฐกิจของภาคใต้ในช่วง 4-5 ปีที่ผ่านมาที่เศรษฐกิจภาคใต้ประสบกับภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ (กราฟที่ 4.17) โดยเฉพาะรายรับจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้

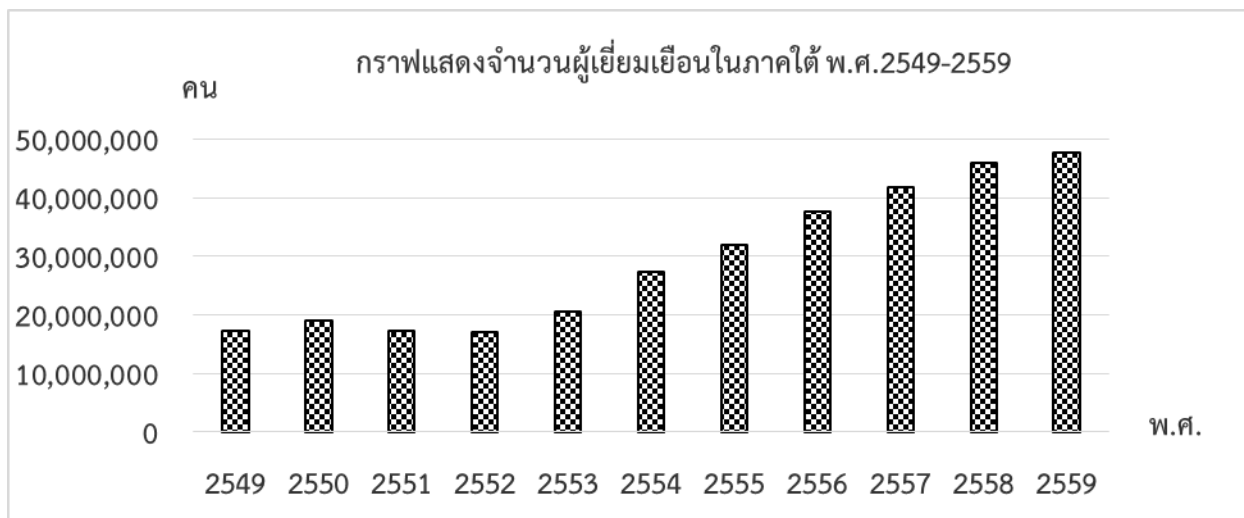
ข้อมูลพื้นฐานเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในภาคใต้

ตารางที่ 4.1 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2549-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 47,534,371 คน มีอัตราการ

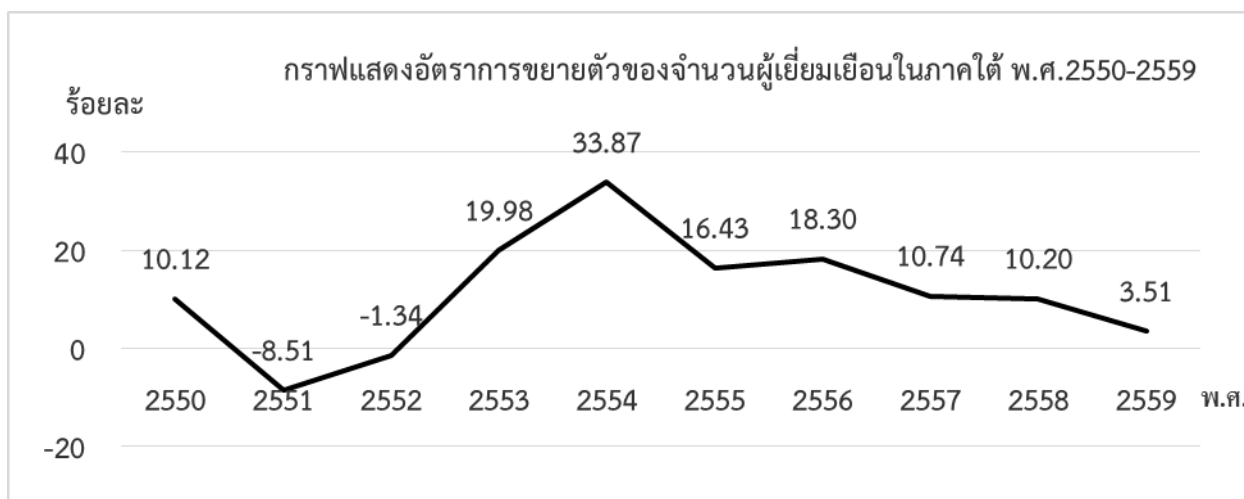
ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 3.51 ซึ่งมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 45,923,464 คน ซึ่งจากการนำข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้มาทำการพยากรณ์ โดยใช้เทคนิค Moving average 3 ปีเคลื่อนที่จะแสดงให้เห็นว่า ในปี พ.ศ. 2559 จะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้โดยเฉลี่ย เท่ากับ 41,742,799 คน และในปี พ.ศ. 2560 จะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น เท่ากับ 45,0453,602 คน

ตารางที่ 4.1 แสดงจำนวนผู้เยี่ยมเยือนของภาคใต้

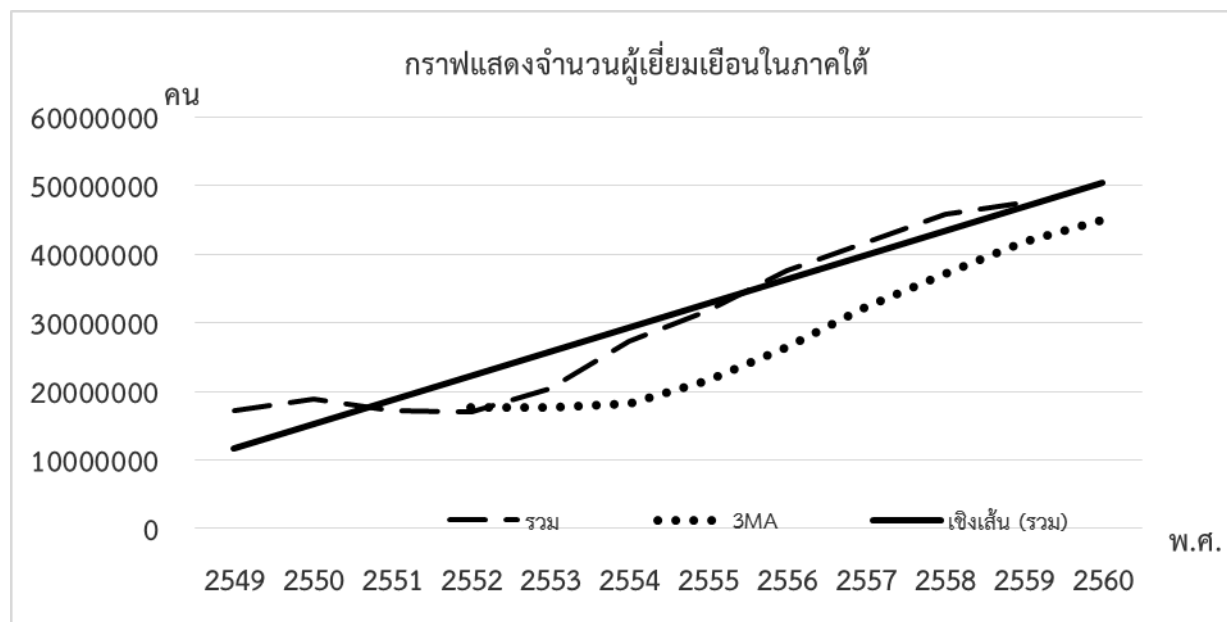
ปี พ.ศ.	รวม
2549	17,112,403 -
2550	18,844,707 (10.12)
2551	17,240,200 (-8.51)
2552	17,008,692 (-1.34)
2553	20,406,756 (19.98)
2554	27,319,500 (33.87)
2555	31,809,348 (16.43)
2556	37,631,961 (18.30)
2557	41,672,972 (10.74)
2558	45,923,464 (10.20)
2559	47,534,371 (3.51)



กราฟที่ 4.17 จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2549-2559



กราฟที่ 4.18 อัตราการขยายตัวของจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2550-2559



กราฟที่ 4.19 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้

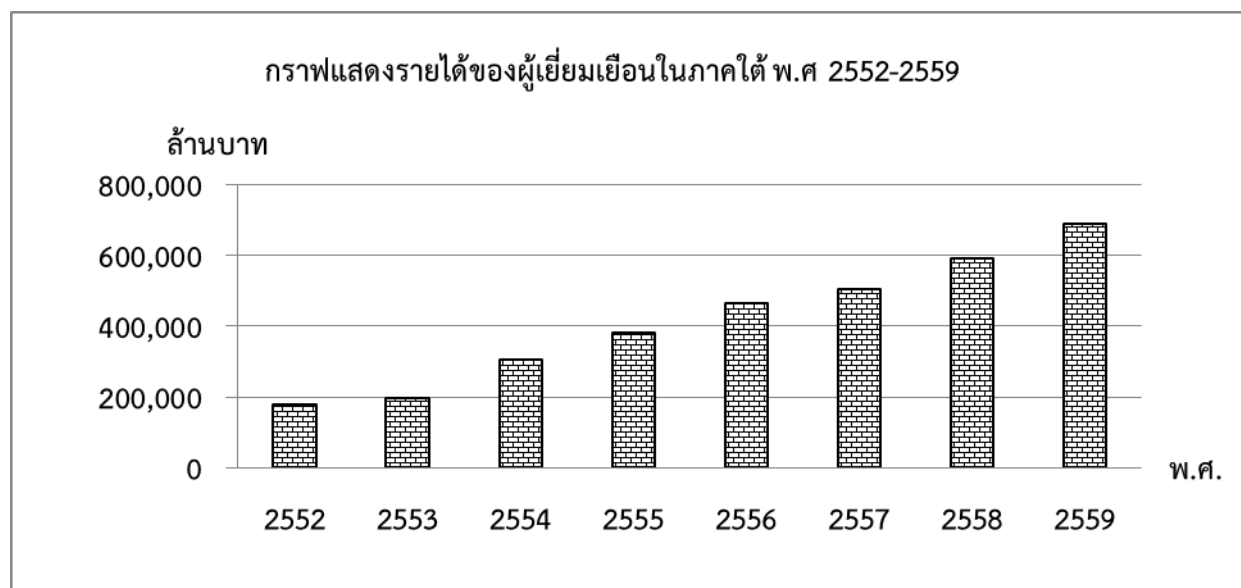
ตารางที่ 4.2 แสดงรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 166,735 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับ ร้อยละ 7.46 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 155,162 ล้านบาท ส่วนรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 525,710 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 20.32 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเท่ากับ 436,912 ล้านบาท และรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 692,443 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2558 เท่ากับร้อยละ 16.95 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 592,076 ล้านบาท

ตารางที่ 4.2 แสดงรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้

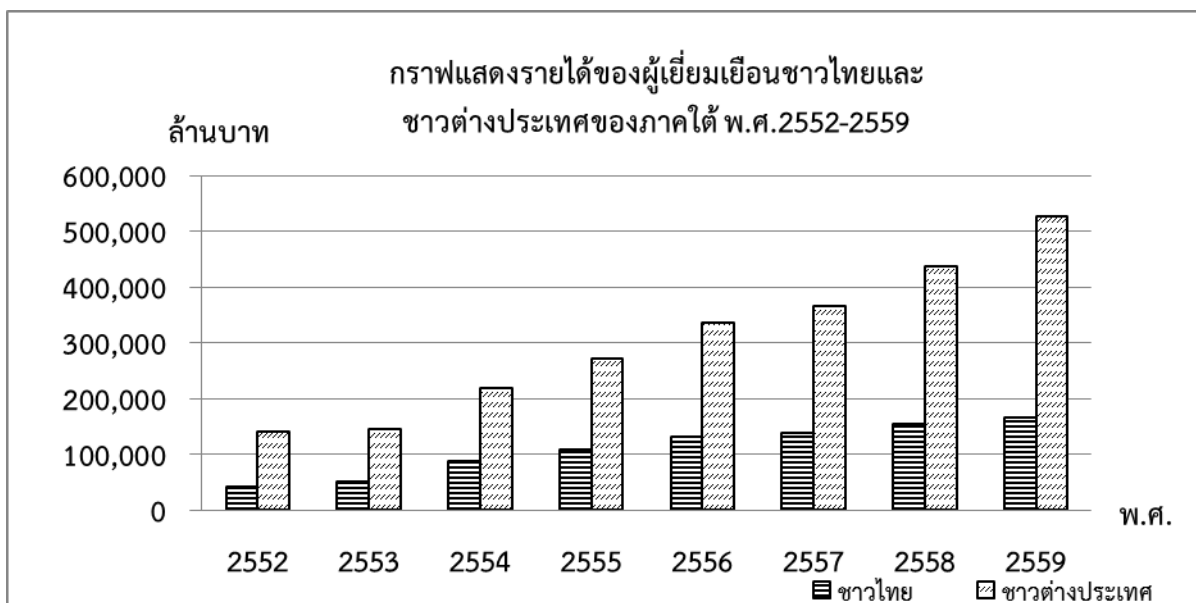
ปี พ.ศ.	ผู้เยี่ยมเยือน		
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
2552	42,266	140,027	182,293
	-	-	-
2553	51,054 (20.79)	146,330 (4.50)	197,385 (8.28)
2554	87,697 (71.77)	219,543 (50.03)	307,239 (55.65)
2555	109,418 (24.77)	272,816 (24.27)	382,232 (24.41)

ปี พ.ศ.	ผู้เยี่ยมเยือน		
	ไทย	ต่างประเทศ	รวม
2556	132,283 (20.90)	336,228 (23.24)	468,512 (22.57)
2557	139,587 (5.52)	365,969 (8.85)	505,560 (7.91)
2558	155,162 (11.16)	436,912 (19.38)	592,076 (17.11)
2559	166,735 (7.46)	525,710 (20.32)	692,443 (16.95)

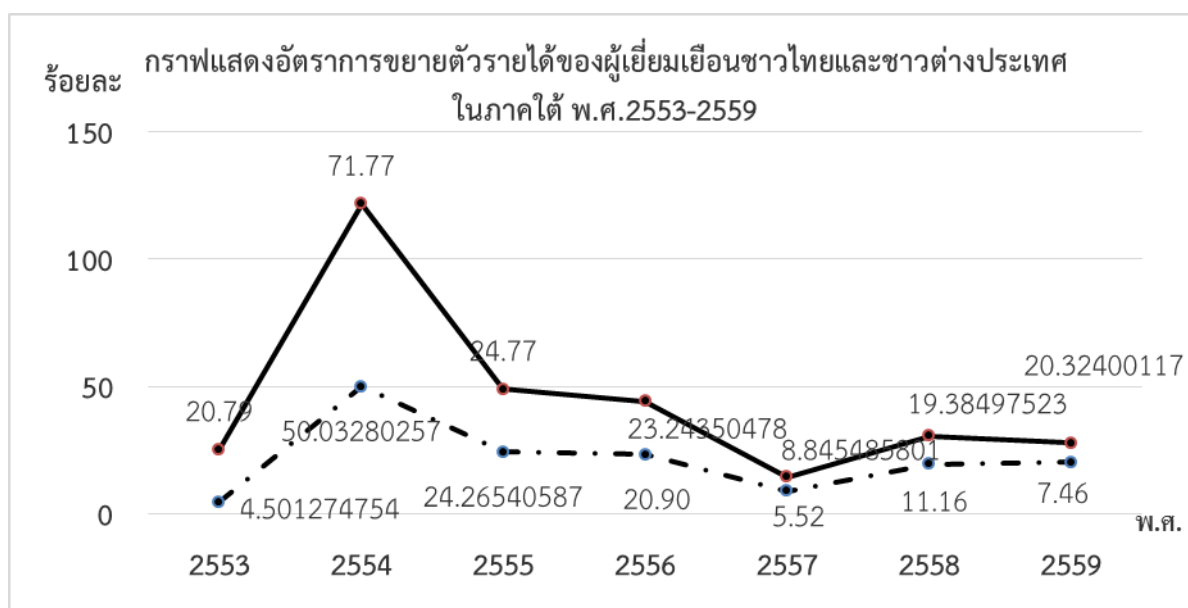
ที่มา:สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา



กราฟที่ 4.20 รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2552-2559



กราฟที่ 4.21 รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและชาวต่างประเทศของภาคใต้ พ.ศ.2552-2559



กราฟที่ 4.22 อัตราการขยายตัวรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและชาวต่างประเทศในภาคใต้ พ.ศ.2553-2559

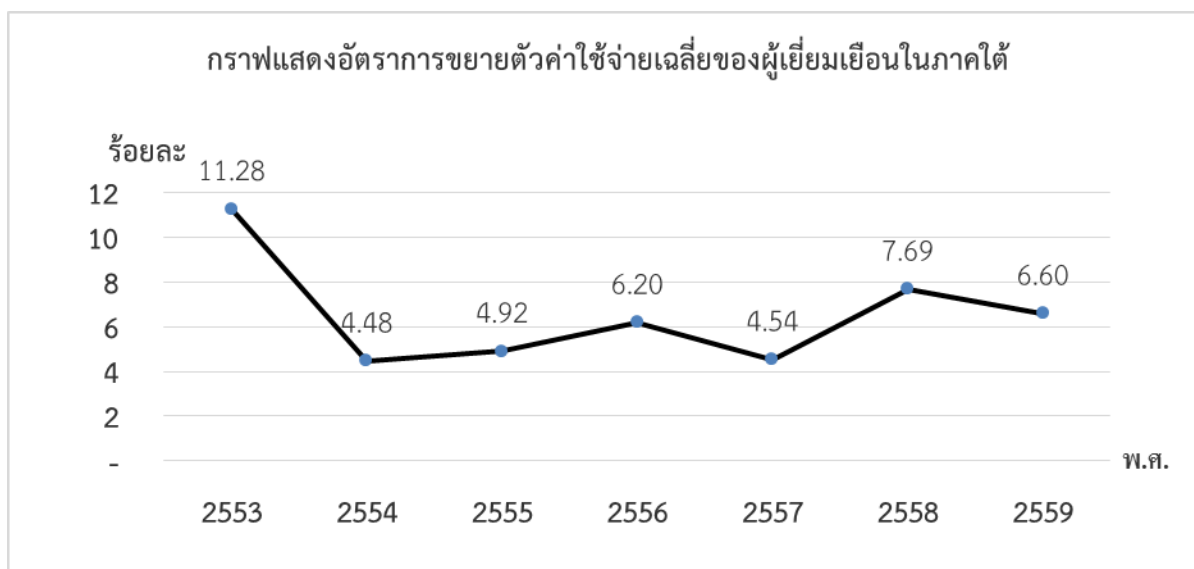
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ. 2559 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2,965 บาทต่อคนต่อวัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 6.42 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2,786 บาทต่อคนต่อวัน ส่วน ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 2,489 บาทต่อคนต่อวัน มีอัตราการ

ขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 4.38 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเท่ากับ 2,384 บาทต่อคนต่อวัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 3,277 บาทต่อคนต่อวัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 6.60 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 3,074 บาทต่อคนต่อวัน

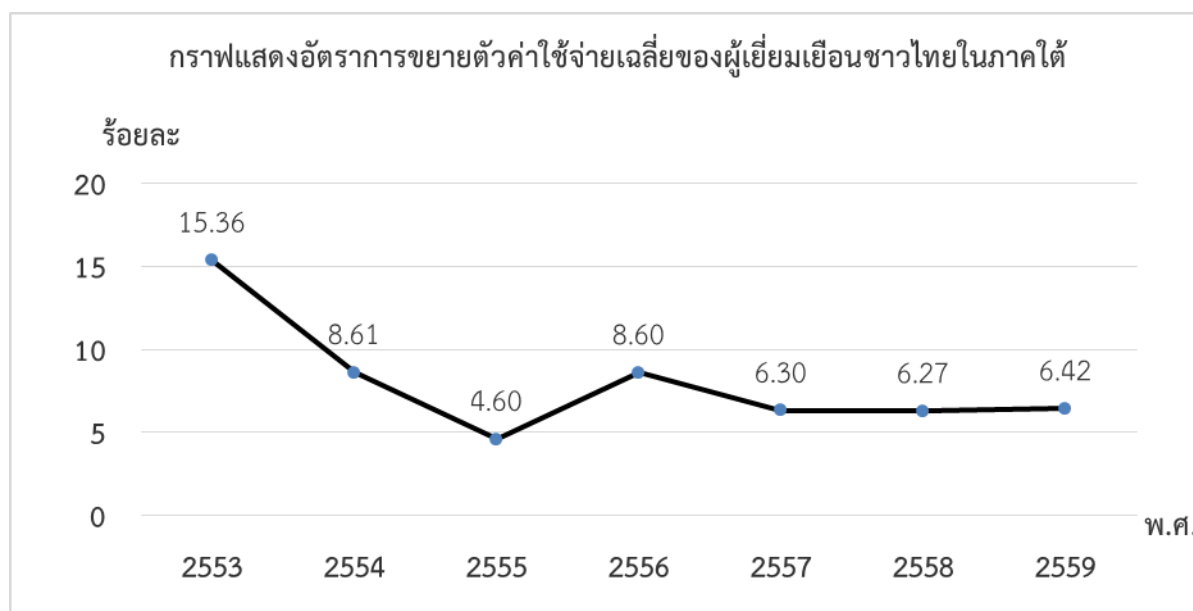
ตารางที่ 4.3 แสดงค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้

ปี พ.ศ.	ผู้เยี่ยมเยือน (บาทต่อคนต่อวัน)		
	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2552	1733	1,418	2,108
	-	-	-
2553	1,999	1,648	2,346
	(15.36)	(16.26)	(11.28)
2554	2,171	1,870	2,451
	(8.61)	(13.46)	(4.48)
2555	2,271	1,977	2,572
	(4.60)	(5.72)	(4.92)
2556	2,466	2,157	2,731
	(8.60)	(9.12)	(6.20)
2557	2,621	2,246	2,855
	(6.30)	(4.09)	(4.54)
2558	2,786	2,384	3,074
	(6.27)	(6.17)	(7.69)
2559	2,965	2,489	3,277
	(6.42)	(4.38)	(6.60)

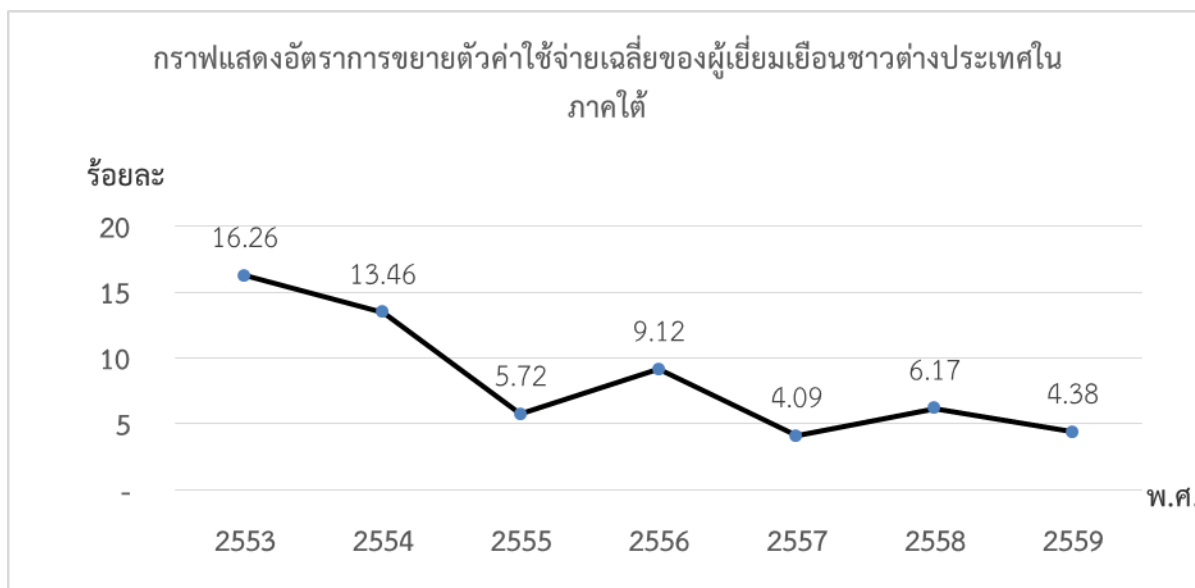
ที่มา:สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา



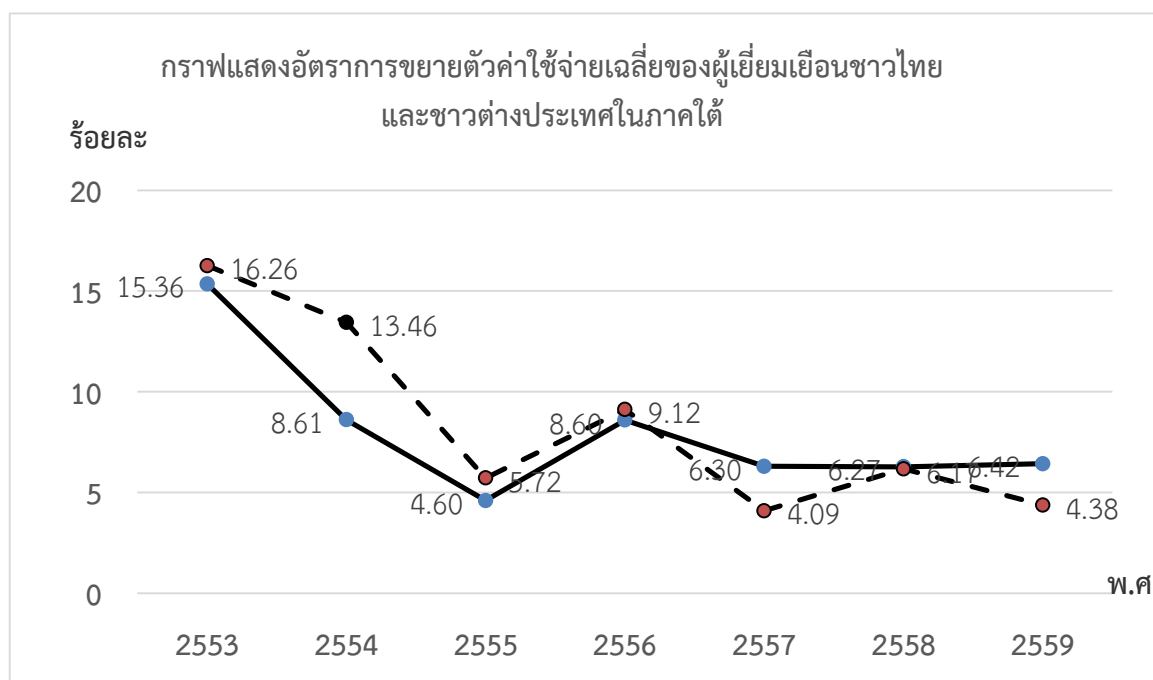
กราฟที่ 4.23 อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้



กราฟที่ 4.24 อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในภาคใต้



กราฟที่ 4.25 อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในภาคใต้



กราฟที่ 4.26 อัตราการขยายตัวค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยและชาวต่างประเทศในภาคใต้

ตารางที่ 4.4 แสดงระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2.56 วัน มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2558 เท่ากับร้อยละ 0.67 ซึ่งมีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2.57 วัน ส่วนระยะเวลา

พำนักระยะของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 3.34 วัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 2.03 ซึ่งมีระยะเวลาพำนักระยะของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเท่ากับ 3.28 วัน และระยะเวลาพำนักระยะของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 3.02 วัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 1.22 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 2.99 วัน

ตารางที่ 4.4 แสดงระยะเวลาพำนักระยะของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว		
	ชาวไทย	ชาวต่างประเทศ	รวม
2552	3.68 -	5.08 -	4.37 -
2553	2.59 (-29.66)	3.11 (-38.65)	2.88 (-34.04)
2554	2.74 (5.86)	3.28 (5.37)	3.00 (4.19)
2555	2.78 (1.46)	3.39 (3.18)	3.06 (2.00)
2556	2.74 (-1.26)	3.21 (-5.23)	2.99 (-2.40)
2557	2.64 (-3.88)	3.31 (3.16)	3.02 (1.08)
2558	2.57 (-2.30)	3.28 (-0.97)	2.99 (-1.11)
2559	2.56 (-0.67)	3.34 (2.03)	3.02 (1.22)

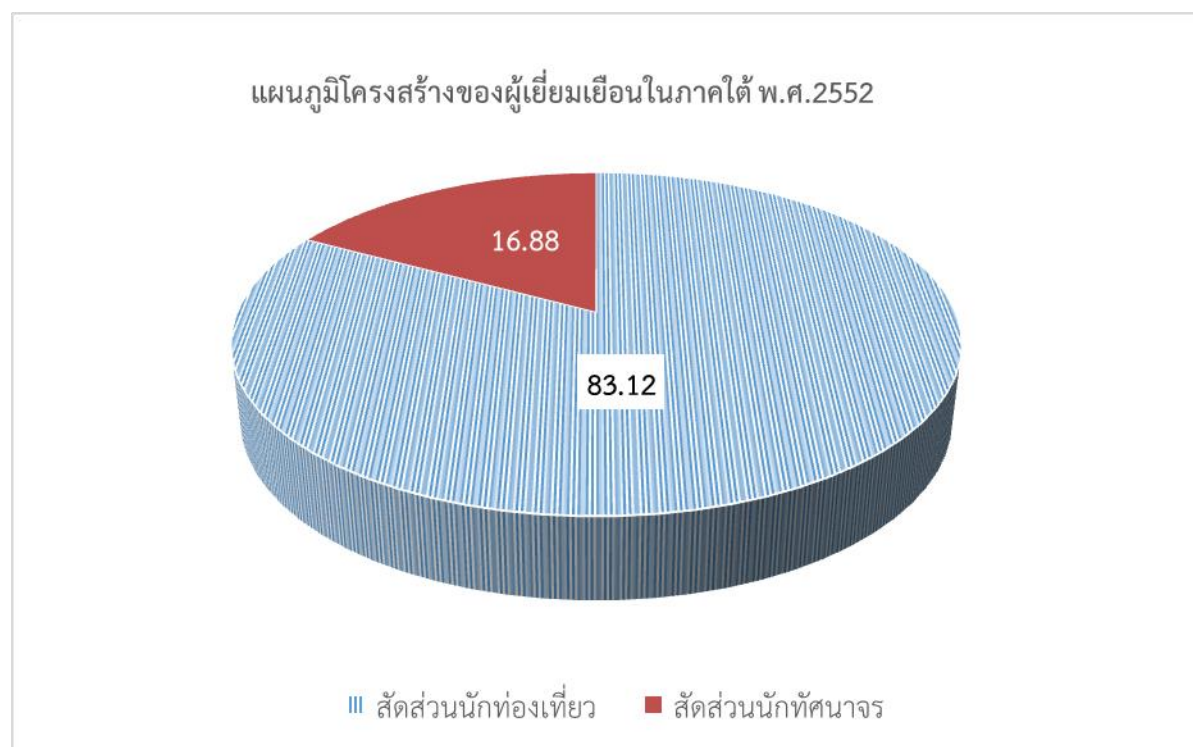
ที่มา:สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

ตารางที่ 4.5 แสดงโครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 27,029,570 คน คิดเป็น 84.97% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2552 (จากร้อยละ 83.12 เป็น 84.97) และมีจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 4,779,778 คน คิดเป็น 15.03% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2552 (จากร้อยละ 16.88 เป็น 15.03) และในปี พ.ศ.2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 36,917,557 คน คิดเป็น 77.66% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2555 (จากร้อยละ 84.97 เป็น 77.66) และมีจำนวนนักท่องเที่ยว เท่ากับ 10,616,814 คน คิดเป็น 22.34% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2555 (จากร้อยละ 15.03 เป็น 22.34)

ตารางที่ 4.5 แสดงโครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้

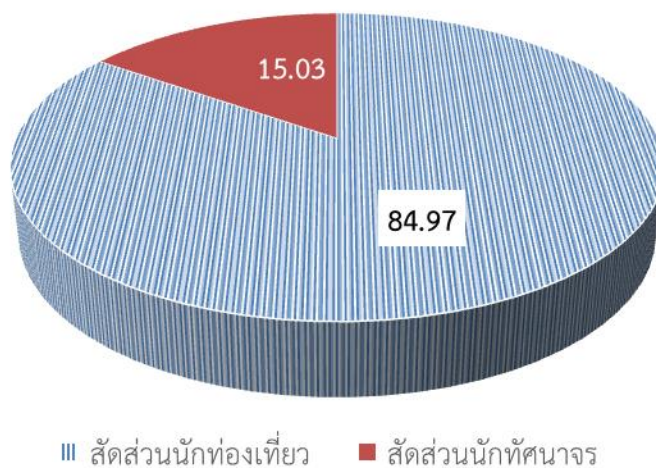
ปี พ.ศ.	นักท่องเที่ยว	สัดส่วน นักท่องเที่ยว	นักทัศนอาจร	สัดส่วนนัก ทัศนอาจร	ผู้เยี่ยมเยือน	สัดส่วนผู้ เยี่ยมเยือน
2552	14,137,697	83.12	2,870,995	16.88	17,008,692	100
2553	17,089,073	83.74	3,317,683	16.26	20,406,756	100
2554	23,382,241	85.59	3,937,259	14.41	27,319,500	100
2555	27,029,570	84.97	4,779,778	15.03	31,809,348	100
2556	32,093,243	85.28	5,538,718	14.72	37,631,961	100
2557	33,110,294	79.45	8,562,678	20.55	41,672,972	100
2558	35,974,228	78.34	9,949,236	21.66	45,923,464	100
2559	36,917,557	77.66	10,616,814	22.34	47,534,371	100

ที่มา:สำนักงานสถิติแห่งชาติ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา



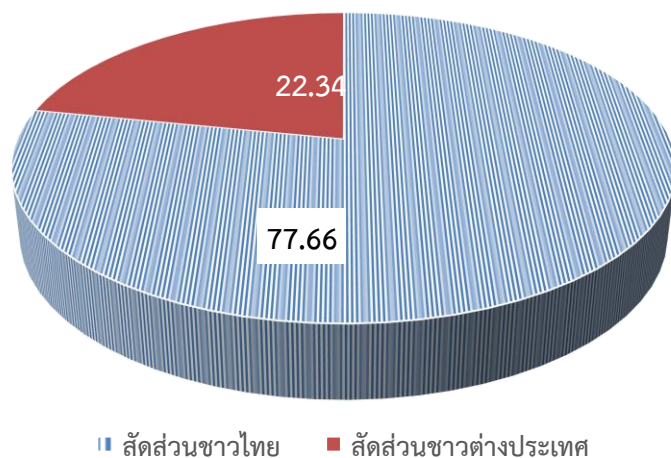
แผนภูมิที่ 4.27 โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2552

แผนภูมิโครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2555



แผนภูมิที่ 4.28 โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2555

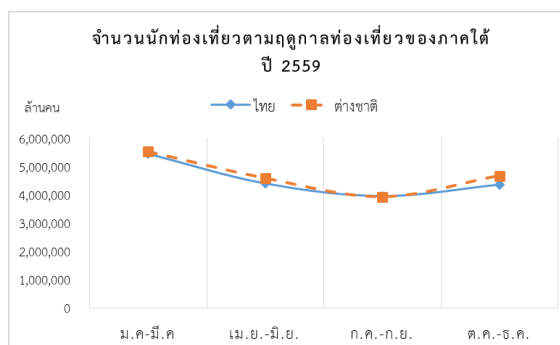
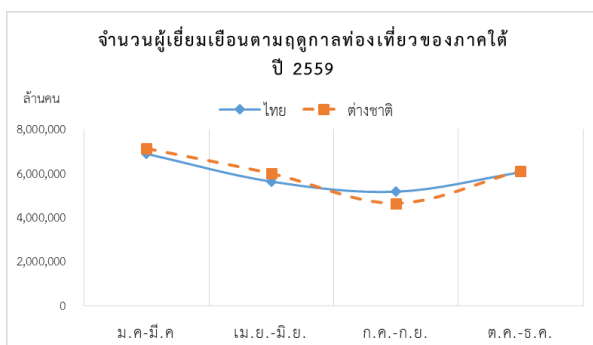
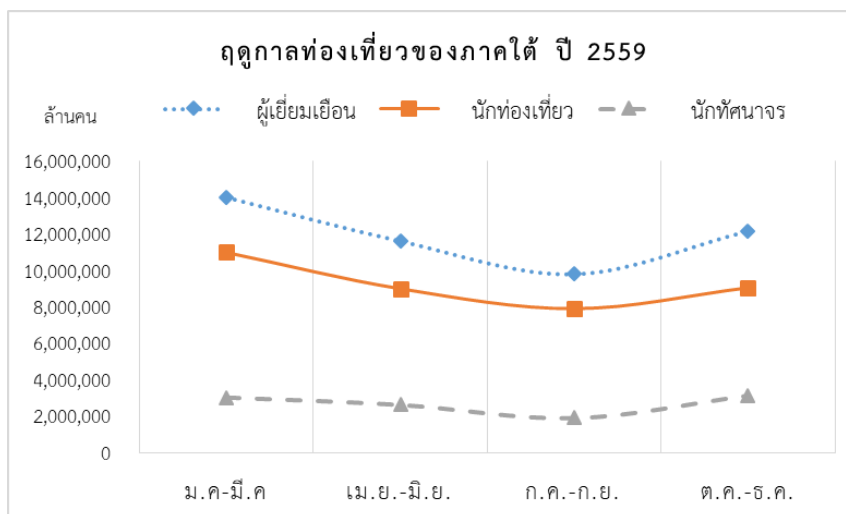
แผนภูมิโครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2559

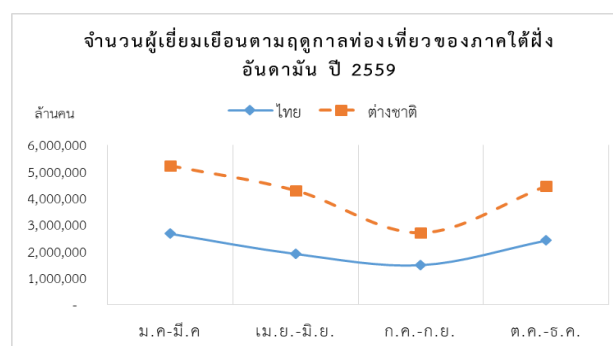
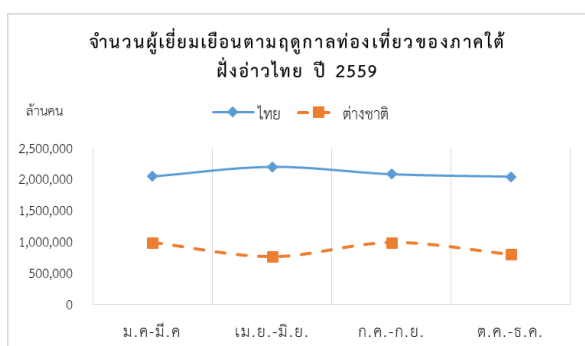
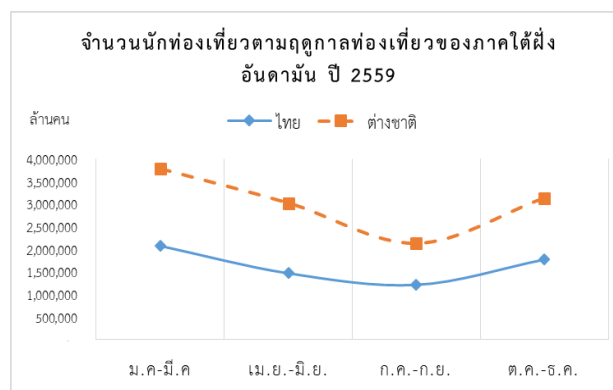
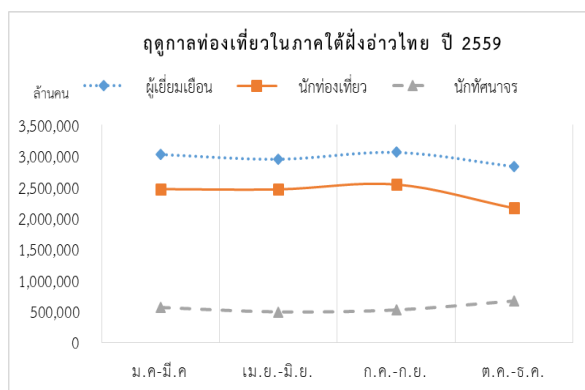


แผนภูมิที่ 4.29 โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ พ.ศ.2559

ฤดูกาลท่องเที่ยวของภาคใต้

การท่องเที่ยวในภาคใต้ในภาพรวมมีความเป็นฤดูกาลสูง โดยเฉพาะภาคใต้ฝั่งอันดามัน มีความเป็นฤดูกาลการท่องเที่ยวมากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับฝั่งอ่าวไทย จำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนจะสูงในไตรมาสแรกและลดลงต่ำสุดในไตรมาสที่ 3 หลังจากนั้นปรับตัวเพิ่มขึ้น





กราฟที่ 4.30 ฤดูกาลการท่องเที่ยวของภาคใต้

ภาคการท่องเที่ยวกำลังทวีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของภาคใต้ โดยจากการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคใต้และปัจจัยอุปสงค์ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในภาคใต้ พบว่า การท่องเที่ยวในภาคใต้กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคใต้หลักๆ เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ปัจจัยที่สำคัญคือเรื่องความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีเรื่องสถานการณ์ความไม่สงบ และภัยพิบัติธรรมชาติ

4.1.2 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ แบ่งออกเป็น ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1.2.1 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ตารางที่ 4.6 แสดงผลการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยแยกตามรายหมวด

ค่าใช้จ่ายต่อหัวแยกตามรายหมวด	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยรวม	
	ค่าเฉลี่ย	S.D
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว (N=824)	1,856.67	2,367.29
	N=803	
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	1,648.35	1,519.29
- ค่าใช้จ่ายหมวดที่พัก	299.18	496.09
- ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	474.07	583.57
- ค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง	574.77	611.79
- ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	115.45	229.93
- ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	67.78	190.82
- ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อรักษาพยาบาล	1.73	17.36
- ค่าใช้จ่ายหมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว	14.04	53.62
- ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	101.33	277.86
	N=21	
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	9,822.34	8,347.45
- ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด	4,411.64	3,444.26
- ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	888.20	558.06
- ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	595.38	1029.99
- ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	765.94	1,234.55
- ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	3,161.17	3,888.63

จากตารางที่ 4.6 แสดงผลการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,856.67 บาทต่อคนต่อวัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,648.35 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยเท่ากับ 9,822.34 บาทต่อคนต่อวัน

เมื่อพิจารณาแยกตามรายหมวดพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง มีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดค่าที่พัก หมวดของที่ระลึก หมวดเพื่อความบันเทิง หมวดอื่นๆ หมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว และหมวดเพื่อรักษาพยาบาล ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หมวดอื่นๆ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม หมวดความบันเทิง และหมวดของที่ระลึก ตามลำดับ

4.1.2.2 ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 4.7 แสดงผลการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน

ตัวแปร	Total	
	$\bar{x}$	S.D.
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว (N=800)	5,105.45	5,485.05
	(N=687)	
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	4,239.27	4,425.03
- ค่าใช้จ่ายหมวดที่พัก	1,194.46	1,663.98
- ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	1,249.48	1,423.75
- ค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง	1,085.00	1,370.87
- ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	126.97	309.96
- ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	190.06	491.74
- ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อรักษาพยาบาล	48.43	420.34
- ค่าใช้จ่ายหมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว	48.99	145.79
- ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	295.89	755.70
	(N=113)	
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	10,132.79	8,008.27
- ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด	5,101.79	3,982.53
- ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	1,832.55	1,376.60
- ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	666.20	540.62
- ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	1,311.89	1,110.37
- ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	1,220.37	1,835.77

จากตารางที่ 4.7 แสดงผลการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน พบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันเท่ากับ 5,105.45 บาทต่อคนต่อวัน โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเองมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 4,239.27 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเท่ากับ 10,132.79 บาทต่อคนต่อวัน

เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง พบว่า ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่มมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุดคือ 1,249.48 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายเพื่อรักษาพยาบาลมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 48.43 บาทต่อคนต่อวัน

สำหรับค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว พบว่า ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวทั้งหมดมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยมากที่สุดคือ 5,101.79 บาทต่อคนต่อวัน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึกมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 666.20 บาทต่อคนต่อวัน

4.1.3 ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ แบ่งออกเป็น ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

4.1.3.1 ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย

ตารางที่ 4.8 แสดงความถี่ร้อยละของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายและไม่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ

ความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ	เต็มใจจ่ายเพิ่ม		ไม่เต็มใจจ่ายเพิ่ม		ความเต็มใจจ่าย (บาท/คน/วัน)	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	เฉลี่ย	S.D.
กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและ กิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมท่านยินดีจะ จ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	184	22.33	640	77.67	959.45	2311.69
กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าถ้าโปรแกรมและกิจกรรม ท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวัน ท่องเที่ยวอีก 1 วัน ท่านจะเต็มใจจ่ายเงินเพิ่มขึ้น หรือไม่	321	38.96	503	61.04	1,061.03	2,109.70
กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการ ท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิมท่าน ยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	345	41.87	479	58.13	1,028.40	2,301.64
กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการ ท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวัน ท่องเที่ยวอีก 1 วันท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	406	49.27	418	50.73	1,196.39	2,346.22

จากตารางที่ 4.8 ในกรณีที่จำนวนโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมนักท่องเที่ยวกลุ่ม ตัวอย่างร้อยละ 77.6 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 22.3) จะจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 959.45 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่โปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่เพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 61.04 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 38.96) จะจ่าย เพิ่มเฉลี่ย 1,061.03 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ยังคงจำนวนวันพักเท่าเดิม มีนักท่องเที่ยวเพียง ร้อยละ 41.87 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มขึ้น โดยจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,028.40 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่เพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน มีนักท่องเที่ยว เพียงร้อยละ 49.27 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม โดยจ่ายเพิ่ม 1,196.39 บาทต่อคนต่อวัน

เพื่อคำนวณหามูลค่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยซึ่งสามารถพิจารณาจากรายได้ที่เกิดขึ้นจาก กิจกรรมการท่องเที่ยว โดยผลการประเมินมูลค่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยปัจจุบัน (Tourism Income

1: TIN1) เกิดจากมูลค่าการท่องเที่ยวเริ่มต้น (Tourism Income 0: TIN0) บวกกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในการมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (ΔWTP) ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$TIN1 = TIN0 + \Delta WTP$$

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมินมูลค่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

	สถานการณ์ที่ 1	สถานการณ์ที่ 2	สถานการณ์ที่ 3	สถานการณ์ที่ 4
TIN1	13,116.07	13,718.41	13,829.90	14,177.51

ที่มา : จากการคำนวณ (ล้านบาท)

จากข้อมูลตารางที่ 4.9 แสดงผลการประเมินมูลค่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีโอกาสเกิดขึ้น จากการจำลองกรณีศึกษา 4 กรณีผลพบว่าหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวต้องการกระตุ้นมูลค่าการท่องเที่ยวในกรณีที่ 4 จะก่อให้เกิดมูลค่าการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นสูงสุดโดยเท่ากับ 14,177.51 ล้านบาทต่อจากเดิมมูลค่าการท่องเที่ยวภาคใต้ 4 จังหวัดฝั่งอ่าวไทย เท่ากับ 12,361.20 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา; 2561)

4.1.3.2 ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 4.10 แสดงความถี่ร้อยละของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายและไม่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ

ความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ	เต็มใจจ่ายเพิ่ม		ไม่เต็มใจจ่ายเพิ่ม		ความเต็มใจจ่าย (บาทต่อคนต่อวัน)	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	เฉลี่ย	S.D.
กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและ กิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมท่านยินดีจะ จ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	95	11.9	705	81.1	1,243.42	1,205.47
กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าโปรแกรมและกิจกรรม ท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวัน ท่องเที่ยวอีก 1 วัน ท่านจะเต็มใจจ่ายเงินเพิ่มขึ้น หรือไม่	205	25.6	595	74.4	1,011.77	1,001.90
กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุง การท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	195	24.4	605	75.6	1,323.99	1,255.37
กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุง การท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวัน ท่องเที่ยวอีก 1 วันท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้น หรือไม่	253	31.6	547	68.4	1,486.42	1,515.65

พบว่าในกรณีที่จำนวน โปรแกรมและกิจการการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง ร้อยละ 88.1 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 11.9) จะจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,243.42 บาท

จากตารางที่ 4.10 กรณีที่โปรแกรมและกิจการการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่เพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 74.4 ไม่เต็มใจที่จะจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม (ร้อยละ 25.6) จะจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,011.77 บาท กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ยังคงจำนวนวันพักเท่าเดิม มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 24.4 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มขึ้น โดยจ่ายเพิ่มเฉลี่ย 1,323.99 บาท

จากตารางที่ 4.22 และ 4.23 กรณีที่มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่เพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 31.6 เท่านั้นที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่ม โดยจ่ายเพิ่ม 1,486.42 บาท

เพื่อคำนวณมูลค่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันซึ่งสามารถพิจารณาจากรายได้ที่เกิดขึ้นจากกิจการการท่องเที่ยว โดยผลการประเมินมูลค่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันปัจจุบัน (Tourism Income 1: TIN1) เกิดจากมูลค่าการท่องเที่ยวเริ่มต้น (Tourism Income 0: TIN0) บวกกับรายจ่ายที่เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในการมาท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น (ΔWTP) ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสูตร

$$TIN1 = TIN0 + \Delta WTP$$

ตารางที่ 4.11 ประเมินการรายได้ด้านการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามัน (ล้านบาท)

	กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
<i>TIN1</i>	75,729.99	76,054.29	76,238.85	76,623.32

จากข้อมูลตารางที่ 4.11 แสดงประมาณการมูลค่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันที่มีโอกาสเกิดขึ้น ทั้งนี้จากข้อมูลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาพบว่า ปี 2561 ภาคใต้ฝั่งอันดามันซึ่งประกอบด้วย จ.ภูเก็ต จ.พังงา จ.กระบี่ และ จ.ตรัง มีรายได้จากการท่องเที่ยว (TIN0) เท่ากับ 75,301.22 ล้านบาท ทั้งนี้ประมาณการรายได้จากการท่องเที่ยวที่มีโอกาสเกิดขึ้นได้ทั้ง 4 กรณี พบว่ากรณีที่ 4 จะเป็นการกระตุ้นให้เกิดรายได้ด้านการท่องเที่ยวสูงที่สุดคือ เท่ากับ 76,623.32 ล้านบาทโดยภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว พร้อมทั้งหามาตรการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไปพร้อมกัน

4.1.3 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาทำการประมาณค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่สนใจกับรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวโดยใช้สมการถดถอย (Regression) ทำการวิเคราะห์โดยรูปแบบความสัมพันธ์ตามแนวคิดของอุปสงค์การท่องเที่ยว ทั้งนี้อุปสงค์การท่องเที่ยว (Actual Demand) ที่เกิดขึ้นจริง สามารถพิจารณาถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริงของนักท่องเที่ยวสามารถเขียนรูปแบบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาได้ดังสมการถดถอยต่อไปนี้

$$TE_i = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \alpha_2 Y_i + \alpha_3 Z_i + \varepsilon_i \quad (1)$$

โดย TE_i คือ อุปสงค์การท่องเที่ยวซึ่งวัดได้จากรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน

X_i คือ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพ สัญชาติ

Y_i คือ ปัจจัยทางการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนวันของทริป ความพึงพอใจด้านผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านราคาการท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านช่องทางจัดจำหน่ายการท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านกระบวนการให้บริการการท่องเที่ยว ความพึงพอใจด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และความพึงพอใจด้านลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยว

Z_i คือ ปัจจัยทางด้านเศรษฐศาสตร์ ได้แก่ รายได้ส่วนบุคคลต่อเดือน

ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ประกอบด้วย ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

4.1.3.1 ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ตารางที่ 4.12 การประมาณการสมการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายการท่องเที่ยว

Independent Variables	Coefficients
Constant	3056.529***
Age	7.249*
Gender	212.576**
Marital status	
Nationality	-973.126***
Income	0.004***
Number of Day Trip	-8.818***
Product	
Price	
Place	
Promotion	-258.708***
People	
Process	
Physical	
Adjusted - R^2	0.135
Durbin-Watson Statistics	1.892
White Statistics	23.697 (0.537)

หมายเหตุ: ***, **, * แสดงถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, 0.05 และ 0.1 ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.12 แสดงผลการประมาณการค่าสัมประสิทธิ์ที่ได้จากการประมาณการของสมการถดถอย โดยอาศัยแนวคิดอุปสงค์ท่องเที่ยวเพื่อหาปัจจัยที่กำหนดรายจ่ายด้านการท่องเที่ยว จากผลการประมาณของ

สมการถดถอยพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยที่สำคัญ คือ อายุ เพศ สัญชาติ รายได้ จำนวนวันท่องเที่ยว และการส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ และพบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมดมีความสามารถในการอธิบายลักษณะของตัวแปรตามได้น้อยในช่วง 12-13% ซึ่งรายละเอียดของขนาดผลกระทบแต่ละตัวแปรแสดงได้ดังต่อไปนี้

- 1) อายุ โดยหากนักท่องเที่ยวอายุเพิ่มขึ้น 1 ปีจะส่งผลให้มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7.249 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 90% ในทางสถิติ
- 2) เพศ โดยหากนักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวมากกว่าเพศหญิงเท่ากับ 212.576 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ในทางสถิติ
- 3) สัญชาติ โดยหากนักท่องเที่ยวมีสัญชาติไทยจะมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลงเท่ากับ 973.126 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ
- 4) รายได้ ถ้านักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาทจะส่งผลให้มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.004 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ
- 5) จำนวนวันท่องเที่ยว หากอยากให้นักท่องเที่ยวอยู่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะต้องมีรายจ่ายลดลง 8.818 บาทต่อวันจึงจะจูงใจให้นักท่องเที่ยวอยู่พักเพื่อท่องเที่ยวเพิ่ม ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ
- 6) การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวลดความสำคัญของการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยวจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 258.708 บาทต่อวัน ที่ระดับความเชื่อมั่น 99% ในทางสถิติ

4.1.3.2 ปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 4.13 การประมาณการสมการถดถอยของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายการท่องเที่ยว

Independent Variables	Coefficients
Constant	9882.436***
Age	-
Gender	-
Marital status	-
Nationality	-3306.969***
Income	0.002**
Number of Day Trip	-47.524**
Product	-1160.289***
Price	-
Place	-
Promotion	-
People	-581.204*
Process	-

Independent Variables	Coefficients
<i>Physical</i>	700.228**
Adjusted R-squared	0.166
F - Test	26.085***
DW - Test	1.574

หมายเหตุ: ***, **, * แสดงถึง นัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01, 0.05 และ 0.1 ตามลำดับ

จากตารางที่ 4.13 แสดงผลการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยโดยอาศัยแนวคิดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่กำหนดรายจ่ายของนักท่องเที่ยว จากผลการประมาณการพบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และเป็นตัวกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ สัญชาติ รายได้ ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

การคำนวณหาค่าอนุพันธ์บางส่วน (Partial Derivative) ของสมการอุปสงค์การท่องเที่ยว (Actual Demand) ที่เกิดขึ้นจริงเป็นการทำเพื่อพิจารณาขนาดของความสัมพันธ์ หรือการวิเคราะห์ขนาดของผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีต่อรายจ่ายการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริง ทั้งนี้ผลการหาค่าอนุพันธ์บางส่วนสามารถอธิบายได้ว่า

- 1) นักท่องเที่ยวที่มีสัญชาติไทยมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น เท่ากับ 3306.96 บาทต่อวันที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%
- 2) หากนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาทเป็นผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เท่ากับ 0.002 บาทต่อวันที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%
- 3) หากนักท่องเที่ยวเพิ่มระยะเวลาท่องเที่ยวอีก 1 วันมีผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 47.52 บาทต่อวันจากเดิมที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%
- 4) ด้านการให้ความสำคัญต่อปัจจัยทางด้านการท่องเที่ยวพบว่าถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 1160.28 บาทต่อวันที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%
- 5) ด้านการให้ความสำคัญต่อบุคลากรด้านการท่องเที่ยวพบว่าถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อบุคลากรด้านการท่องเที่ยวลดลงจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 581.20 บาทต่อวันที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%
- 6) ด้านการให้ความสำคัญต่อลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวพบว่าถ้านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 700.23 บาทต่อวันที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

4.1.4 ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

เพื่อกำหนดแนวทางในการกระตุ้นการท่องเที่ยวผ่านรายจ่ายของนักท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสอบถามความเต็มใจจ่ายที่นักท่องเที่ยวจะจ่ายในการท่องเที่ยวในทริปอาศัยการตั้งคำถามในลักษณะของการจำลองสถานการณ์ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 สถานการณ์ ซึ่งประกอบด้วย

- 1) ท่านมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือไม่ หากกำหนดให้ทรัพย์สินของการท่องเที่ยวของท่านทุกอย่างยังคงเหมือนเดิม
- 2) ท่านมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือไม่ หากกำหนดให้กำหนดให้ทรัพย์สินของการท่องเที่ยวของท่านทุกอย่างยังคงเหมือนเดิม แต่อยู่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน
- 3) ท่านมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือไม่ หากกำหนดให้มีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักผ่อนเดิม
- 4) ท่านมีความเต็มใจจ่ายเงินเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นหรือไม่ หากกำหนดให้มีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นและอยู่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน

4.1.4.1 ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวภาคใต้

เพื่อกำหนดแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยให้ชัดเจนยิ่งขึ้น การที่ภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ทราบถึงปัจจัยหรือสาเหตุที่มีอิทธิพลให้นักท่องเที่ยวเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวในการศึกษารุ่นนี้ใช้วิธีการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวโดยทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่ศึกษาด้วยสมการถดถอยจากสถานการณ์ทั้ง 4 ซึ่งสามารถเขียนลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระที่สนใจกับความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวได้ดังสมการถดถอยดังต่อไปนี้

$$WE_i = \alpha_0 + \alpha_1 X_i + \alpha_2 Y_i + \alpha_3 Z_i + \varepsilon_i \quad (2)$$

โดย WE_i คือ อุปสงค์การท่องเที่ยวซึ่งกำหนดจากความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันที่มีต่อการท่องเที่ยวในกลุ่มจังหวัดฝั่งทะเลอ่าวไทย โดยแบ่งออกเป็น 4 สมการตามสถานการณ์ที่สมมุติทั้ง 4 กรณีข้างต้น แต่เนื่องจากข้อมูลในการศึกษารุ่นนี้มีลักษณะเป็นตัวแปรแฝง (Latent Variable) เนื่องจากสาเหตุที่นักท่องเที่ยวบางคนไม่เต็มใจจ่ายหรือไม่จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มเติมจากรายจ่ายจริงที่เกิดขึ้นดังนั้นอาจทำให้ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมีการกระจายตัวไม่ปกติ ดังนั้นเพื่อให้การวิเคราะห์ความเต็มใจจ่ายให้มีความถูกต้องและแม่นยำมากขึ้นในการศึกษารุ่นนี้เลือกประมาณการปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวด้วยสมการถดถอยแบบ Tobit เพื่อสามารถเซ็นเซอร์นักท่องเที่ยวที่ไม่เต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มเติม ซึ่งผลการประมาณค่าความสัมพันธ์แสดงดังตารางที่ 4.14

ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ประกอบไปด้วย ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และ ปัจจัยกำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

4.1.4.2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ตารางที่ 4.14 สัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายของการท่องเที่ยวซึ่งประมาณการโดย Tobit Model

Independent Variables	สถานการณ์ที่ 1		สถานการณ์ที่ 2		สถานการณ์ที่ 3		สถานการณ์ที่ 4	
	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect
Constant	-2919.914**	-559.039**	-1987.494**	-656.049**	1108.726	382.959	496.146	202.533
Age			26.055***	8.600***				
Gender	495.682*	94.902*	380.849*	125.714*	543.504**	187.729**	562.825***	229.751***

Independent Variables	สถานการณ์ที่ 1		สถานการณ์ที่ 2		สถานการณ์ที่ 3		สถานการณ์ที่ 4	
	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect
<i>Marital status</i>			-483.955*	-159.748*				
<i>Nationality</i>								
<i>Income</i>								
<i>Number of Day Trip</i>			11.312**	3.734**	22.620***	7.813***	21.406***	8.738***
<i>Product</i>					-589.659**	-203.670**		
<i>Price</i>			376.198*	124.179*				
<i>Place</i>	-719.485 ***	-137.750***						
<i>Promotion</i>			-393.25*	-129.809*				
<i>People</i>								
<i>Process</i>	749.664**	143.529**					-350.511*	-143.082*
<i>Physical</i>								
<i>Sigma</i>	2898.841		2528.521		2600.276		2679.148	
<i>Pseudo R²</i>	0.0031		0.0037		0.0048		0.0031	
<i>Log-Likelihood</i>	-1957.303		-3231.368		-3458.663		-4032.654	

จากตารางที่ 4.14 แสดงผลการประมาณของสมการถดถอย Tobit เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริง ทั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 สถานการณ์ ได้แก่ 1) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวยังคงมีโปรแกรมการท่องเที่ยวคงเดิม 2) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวยังคงมีโปรแกรมการท่องเที่ยวคงเดิม หากอยู่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน 3) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และ 4) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว จากทั้ง 4 สถานการณ์พบว่าเพศและระยะเวลาของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวตามลำดับ จากการประมาณจากค่า Marginal Effect ของสมการถดถอย Tobit เพื่ออธิบายผลการศึกษาในลักษณะของอนุพันธ์บาง (Partial derivative) ได้ดังนี้

กรณีที่ 1 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างแปรที่ศึกษาได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 94.90 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

1.2 ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 137.75 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

1.3 กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญกับกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 143.529 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

กรณีที่ 2 มีหลายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ราคาด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 อายุ หากนักท่องเที่ยวมีอายุสูงขึ้น 1 ปีจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8.6 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

2.2 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 125.714 บาทเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิงที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

2.3 สถานภาพสมรส โดยถ้านักท่องเที่ยวมีสถานภาพสมรสจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวน้อยกว่าผู้ที่มีสถานภาพอื่น เท่ากับ 159.748 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

2.4 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 3.734 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

2.5 ราคาของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ด้านราคาการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 124.179 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

2.6 การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อการส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวลดลง จะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 129.809 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

กรณีที่ 3 มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 187.729 บาทเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

3.2 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7.813 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

3.3 ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 203.670 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

กรณีที่ 4 มีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.1 เพศของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นเพศชายจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 229.751 บาทเมื่อเปรียบเทียบกับเพศหญิง ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.2 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8.738 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.3 กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 143.082 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 4.15 สัมประสิทธิ์ของปัจจัยที่ส่งผลต่อรายจ่ายของการท่องเที่ยวซึ่งประมาณการโดย Tobit Model

Independent Variables	กรณีที่ 1		กรณีที่ 2		กรณีที่ 3		กรณีที่ 4	
	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect	Coef.	Marginal Effect
Constant	-983.52	-160.32	-1246.36*	-305.38*	-1353.88	-432.12*	-362.86	-107.72
Age					23.66***	7.55***		
Gender							402.87*	119.59*
Marital status								
Nationality	606.54***	98.87***	300.44*	73.61*	552.75***	176.43***	-656.39***	-194.85***
Income								
Number of Day Trip							-93.66**	-27.80**
Product			-691.94***	-169.53***	-576.09***	-183.87***	-908.39***	-269.66***
Price	-452.49**	-73.75**						
Place			338.17**	82.86**			644.84***	191.42***
Promotion					337.04*	107.57*		
People	-553.33**	-90.19**			-354.87*	-113.26*	-436.88*	-129.69*
Process								
Physical	670.10**	109.22***	327.71*	80.29*	460.21**	146.88**	641.46**	190.42**
Sigma	2102.03		1787.38		2001.52		2428.44	
Log-Likelihood	-1472.473		-2075.77		-2689.050		-2593.75	

จากตารางที่ 4.15 แสดงผลการประมาณของสมการถดถอย Tobit เพื่อหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริง ทั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 สถานการณ์ ได้แก่ 1) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวยังคงมีโปรแกรมการท่องเที่ยวคงเดิม 2) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวยังคงมีโปรแกรมการท่องเที่ยวคงเดิม หากอยู่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน 3) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว และ 4) ความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวที่จ่ายเพิ่มขึ้นจากรายจ่ายที่เกิดขึ้นจริงหากนักท่องเที่ยวต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาด้านการท่องเที่ยว จากทั้ง 4 สถานการณ์พบว่าเพศและระยะเวลาของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจจ่ายในการท่องเที่ยวตามลำดับ จากการประมาณจากค่า Marginal Effect ของสมการถดถอย Tobit เพื่ออธิบายผลการศึกษาในลักษณะของอนุพันธ์บาง (Partial derivative) ได้ดังนี้

กรณีที่ 1 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ ราคาของการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างแปรในลักษณะของการอนุพันธ์บางส่วน (Partial derivative) ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 สัญชาติของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นผู้มีสัญชาติไทยจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 98.87 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

1.2 ราคาของการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ด้านราคาการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 73.75 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

1.3 บุคลากรด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 90.19 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

1.4 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 109.22 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

กรณีที่ 2 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ สัญชาติ ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างแปรในลักษณะของการอนุพันธ์บางส่วน (*Partial derivative*) ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 สัญชาติของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นผู้มีสัญชาติไทยจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 73.61 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

2.2 ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 169.53 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

2.3 ช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ถ้าทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 82.86 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

2.4 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 80.29บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

กรณีที่ 3 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ อายุ สัญชาติ ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถอธิบายขนาดของความสัมพันธ์ระหว่างแปรในลักษณะของการอนุพันธ์บางส่วน (*Partial derivative*) ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

3.1 อายุ หากนักท่องเที่ยวมีอายุเพิ่มขึ้น 1 ปีจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 7.55 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

3.2 สัญชาติของนักท่องเที่ยว โดยถ้านักท่องเที่ยวเป็นผู้มีสัญชาติไทยจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 176.43 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

3.3 ผลิตรณธ์ด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญด้านผลิตรณธ์ด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 183.87 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

3.4 การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 107.57 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

3.5 บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญทางด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 113.26 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

3.6 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น จะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 146.88 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

กรณีที 4 ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ เพศ สัญชาติ ระยะเวลาของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลิตรณธ์ด้านการท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งอธิบายผลของความสัมพันธ์ระหว่างแปรในลักษณะของการอนุพันธ์บางส่วน (*Partial derivative*) ได้ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 เพศ หากนักท่องเที่ยวนเป็นเพศชายจะมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวสูงกว่าเพศหญิงอยู่เท่ากับ 119.59 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

4.2 สัญชาติของนักท่องเที่ยวน โดยถ้านักท่องเที่ยวไม่ได้เป็นผู้มีสัญชาติไทยจะมีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 194.85 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.3 ระยะเวลาของการท่องเที่ยว หากนักท่องเที่ยวนขยายระยะเวลาการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเพิ่มขึ้นอีก 1 วันจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 27.80 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

4.4 ผลิตรณธ์ด้านการท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญด้านผลิตรณธ์ด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 269.66 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.5 ช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญต่อช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 191.42 บาทที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 99%

4.6 บุคลากรด้านการท่องเที่ยว เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญทางด้านบุคลากรด้านการท่องเที่ยวลดลงจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 129.69 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 90%

4.7 ลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว หากทำให้นักท่องเที่ยวเห็นความสำคัญในลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะมีผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 190.42 บาท ที่ระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ 95%

4.2 ผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยว (ค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่าย) ระหว่างภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลการศึกษาสรุปได้ดังนี้

ผลการศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวในภาพรวมของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ภาคการท่องเที่ยวกำลังทวีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของภาคใต้ โดยจากการวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคใต้และปัจจัยอุปสงค์ที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวในภาคใต้ พบว่า การท่องเที่ยวในภาคใต้กระจุกตัวอยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักหรือแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม การขยายตัวของภาคการท่องเที่ยวในภาคใต้หลายๆ เป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้โดยปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ปัจจัยที่สำคัญคือเรื่องความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีเรื่องสถานการณ์ความไม่สงบ และภัยพิบัติธรรมชาติ

นักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยทั้งในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองและการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,856.67 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 5,105.45 บาทต่อคนต่อวัน

ตารางที่ 4.16 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว	อ่าวไทย		อันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1,856.67	2,367.29	5,105.45	5,485.05	-15.417*
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเฉลี่ย (บาทต่อคนต่อวัน)	1,648.35	1,519.29	4,239.27	4,425.03	-14.627*
-ค่าใช้จ่ายหมวดที่พัก	299.18	496.09	1,194.45	1,663.98	-13.595*
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	474.07	583.57	1,249.48	1,423.76	-13.348*
-ค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง	574.77	611.79	1,085.01	1,370.87	-9.018*
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	115.45	229.93	126.97	309.96	-0.803
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	67.78	190.82	190.06	491.74	-6.134*
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อรักษาพยาบาล	1.73	17.36	48.43	420.34	-2.910*

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว	อ่าวไทย		อันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
-ค่าใช้จ่ายหมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว	14.04	53.62	48.99	145.79	-5.949*
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	101.33	277.86	295.89	755.70	-6.389*
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉลี่ย (บาทต่อคนต่อวัน)	9,822.34	8,347.45	10,132.79	8,008.27	-0.162
-ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด	4,411.64	3,444.26	5,101.79	3,982.53	-0.744
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	888.20	558.06	1,832.55	1,376.60	-5.312*
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	595.38	1029.99	666.20	540.62	-0.466
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	765.94	1,234.55	1,311.89	1,110.37	-2.033*
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	3,161.17	3,888.63	1,220.37	1,835.77	2.241*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเอง

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในทุกๆ หมวดสูงกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมากที่สุด รองลงมาได้แก่หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ในขณะที่นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด รองลงมาได้แก่หมวดที่พัก

โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวด้วยตัวเองในฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,648.35 บาทต่อคนต่อวัน ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 4,239.27 ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัททัวร์ในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยเท่ากับ 9,822.34 บาทต่อคนต่อวัน ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยเท่ากับ 10,132.79 บาทต่อคนต่อวัน

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอ่าวไทย โดยค่าใช้จ่ายต่อหัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยแตกต่างจากฝั่งอันดามันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน
ตารางที่ 4.17 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

รายการ	นักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทย		นักท่องเที่ยวไทยฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1,433.86	1,326.49	2,405.26	2,661.64	-6.818*
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	1,409.35	1,299.45	2,187.62	2,251.90	-6.147*
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	3,790.48	1,860.28	5,536.39	5,292.03	-0.850

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

ตารางที่ 4.17 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน นักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเกือบสองเท่าตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในกรณีการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์โดยนักท่องเที่ยวไทยในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน
ตารางที่ 4.18 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว	3,853.27	4,362.74	7,805.64	6,208.38	-8.268*
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	2,885.65	1,927.04	6,705.19	5,090.90	-11.432*
-ค่าใช้จ่ายหมวดที่พัก	826.00	836.25	2,009.92	1,893.68	-9.114*
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	541.77	469.82	1,884.38	1,710.70	-12.756*
-ค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง	938.68	736.19	1,778.82	1,717.68	-7.197*
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	86.42	166.17	183.73	382.47	-3.728*
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	200.42	252.98	272.29	587.48	-1.798
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อรักษาพยาบาล	10.67	42.16	94.77	616.83	-2.395*
-ค่าใช้จ่ายหมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว	50.96	103.20	48.19	139.13	0.205

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ ฝั่งอ่าวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ ฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	230.74	385.41	433.09	894.23	-3.324*
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับ บริษัทนำเที่ยวเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	12,838.27	8,730.18	11,438.59	8,187.79	0.589
-ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัท นำเที่ยวทั้งหมด	5,669.85	3,568.87	5,719.29	4,093.90	-0.043
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	1,042.42	569.52	2,057.52	1,407.61	-4.749*
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	759.74	1,237.44	748.51	517.17	0.034
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	1,038.20	1,442.08	1,524.66	1,064.16	-1.509
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	4,328.06	4,325.58	1,388.61	2,010.76	2.500*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

นักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอันดามันสูงกว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในกรณีการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันตามปัจจัยประชากรศาสตร์
ตารางที่ 4.19 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามเพศ

เพศ	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ชาย	2,025.83	2,187.89	5,648.70	5,851.42	-11.157*
หญิง	1,722.81	2,494.38	4,635.65	5,107.69	-10.683*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.19 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามเพศ พบว่านักท่องเที่ยวเพศชายและเพศหญิงฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่าฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.20 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามช่วงอายุ

อายุ	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ฝั่งอ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
0 – 23 ปี (Gen Z)	1,273.07	1,130.91	4,041.02	4,930.24	-5.953*
24 – 35 ปี (Gen Y)	2,080.65	2,979.09	5,177.27	5,749.35	-9.968*
36 – 55 ปี (Gen X)	1,898.80	2,005.10	5,586.97	5,178.07	-9.737*
56 ปีขึ้นไป (Baby Boomer)	1,815.03	1,653.42	4,263.89	4,509.44	-1.859

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.20 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันตามช่วงอายุ พบว่า นักท่องเที่ยว Gen X มีค่าใช้จ่ายสูงสุดในฝั่งอันดามัน รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยว Gen Y ในขณะที่นักท่องเที่ยว Gen Y มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุดในฝั่งอ่าวไทย รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยว Gen X โดยค่าใช้จ่ายต่อหัวในช่วงวัย Gen Z, Gen Y และ Gen X มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.21 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแยกตามสถานภาพสมรส

อายุ	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่ง อ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
สถานภาพสมรส					
โสด	1,686.30	1,669.65	4,780.67	5,128.10	-12.059*
สมรส	2,126.58	3,124.16	5,463.81	6,027.17	-8.849*
หย่า	1,933.59	1,703.65	6,075.55	4,647.96	-3.961*
หม้าย	1,041.53	1,641.44	5,358.59	4,065.73	-3.642*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.21 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันในสถานภาพต่างๆ โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานะโสด สมรส หย่า หม้าย ในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่าฝั่งอ่าวไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกสถานภาพของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.22 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละระดับการศึกษาในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ระดับการศึกษา	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ฝั่งอ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	1,957.22	3,950.91	4,385.03	5,188.29	-2.639*
มัธยมศึกษาตอนปลาย	1,529.12	1,749.86	3,934.13	5,055.05	-5.443*
อนุปริญญา	1,813.08	1,780.44	5,204.98	5,625.10	-5.560*
ปริญญาตรี	1,878.64	2,265.68	5,451.60	5,709.49	-12.575*
สูงกว่าปริญญาตรี	2,195.61	2,317.10	5,805.52	3,530.65	-6.078*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

ผลการศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันตามพฤติกรรมการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4.22 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในแต่ละระดับการศึกษาในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน โดยในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันนักท่องเที่ยวที่จบสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุด ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวของทั้งสองฝั่งในแต่ละระดับการศึกษามีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.23 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามวัตถุประสงค์การเดินทาง

วัตถุประสงค์การเดินทาง	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่ง อันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
การพักผ่อน	1,789.78	1,904.12	4,622.93	4,556.42	-13.783*
เชิงธุรกิจ ทำงาน	1,775.63	1,409.10	7,542.90	8,255.92	-6.219*
เพื่อสุขภาพ	2,571.16	4,404.47	6,323.65	5,525.13	-4.815*
กิจกรรมกีฬา	2,746.97	1,377.95	8,842.20	5,454.63	-6.602*
ประชุม สัมมนา	1,351.56	973.57	5,290.26	7,030.12	-4.657*
ชมทิวทัศน์	1,921.54	2,712.89	4,268.42	4,438.81	-6.595*
เยี่ยมญาติ เพื่อน	1,581.28	1,440.88	4,573.77	4,925.50	-6.855*
ชมวัฒนธรรม	1,996.05	2,858.67	7,076.04	5,169.27	-7.859*
อื่นๆ (งานบวช, งานบุญ, จิตอาสา, งาน กรมหลวงฯ, งานศพ, งานแต่งงาน)	1,361.29	858.89	1,005.22	400.74	1.505

*ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.23 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามวัตถุประสงค์การเดินทาง จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อกิจกรรมกีฬาและเพื่อสุขภาพมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุดในฝั่งอ่าวไทย ในขณะที่ฝั่งอันดามันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อกิจกรรมกีฬา เจริญธุรกิจ และชมวัฒนธรรมมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุดตามลำดับในฝั่งอันดามัน จะเห็นได้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อกิจกรรมกีฬานักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงสุดในทั้งสองฝั่ง ในภาพรวมค่าใช้จ่ายต่อหัวในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามวัตถุประสงค์การเดินทางมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.24 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามผู้ร่วมเดินทาง

ผู้ร่วมเดินทาง	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
คนเดียว	2,443.84	2,502.17	5,274.74	5,663.32	-4.943*
ครอบครัว/ญาติ	1,827.51	2,787.28	5,557.08	6,090.60	-8.507*
เพื่อน	1,473.15	1,353.08	5,179.31	5,339.52	-11.378*
กลุ่มทัวร์	2,104.46	1,823.53	7,068.96	5,233.65	-4.448*
คู่รัก	2,343.72	2,983.46	4,096.92	4,810.67	-3.407*
บุคลากรที่ทำงาน	1,704.97	1,331.40	2,139.07	1,729.17	-1.357
อื่นๆ	-	-	-	-	-

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.24 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามผู้ร่วมเดินทาง พบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่ร่วมเดินทางมากับครอบครัวหรือญาติมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุดในฝั่งอันดามัน ส่วนในฝั่งอ่าวไทย นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวคนเดียวมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด

ตารางที่ 4.25 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามจำนวนครั้งที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว

จำนวนครั้ง	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ครั้งแรก	2,203.24	2,894.60	5,944.94	5,629.65	-11.194*
ครั้งที่สอง	1,945.97	2,295.53	5,700.05	5,133.42	-8.693*
มากกว่าสองครั้ง	1,427.48	1,507.76	3,552.66	5,207.05	-6.395*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.25 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวผิวดำไทยและผิวดำอินเดียแบ่งตามจำนวนครั้งที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่มาเยือนเป็นครั้งแรกมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุดในผิวดำไทยและผิวดำอินเดีย รองลงมาได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวครั้งที่สอง โดยจะเห็นว่านักท่องเที่ยวผิวดำไทยและผิวดำอินเดียมีค่าใช้จ่ายต่อหัวแบ่งตามจำนวนครั้งที่เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.26 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในผิวดำไทยและผิวดำอินเดียแบ่งตามช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว

ช่วงเวลาที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว ที่นี่	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวผิวดำไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ผิวดำอินเดีย		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
วันหยุดเทศกาล	2,586.99	3,797.05	6,725.82	7,095.62	-6.179*
วันหยุดสุดสัปดาห์	1,443.94	1,496.55	4,206.44	4,407.79	-10.784*
วันลา	2,485.45	3,178.79	5,484.41	5,073.56	-7.511*
อื่นๆ (เวลารว่าง, มาทำงาน, ทางผ่าน, ดูงาน)	1,652.31	1,405.54	1,970.90	2,451.96	-0.806

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.26 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในผิวดำไทยและผิวดำอินเดียแบ่งตามช่วงเวลาเดินทางมาท่องเที่ยว โดยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวทั้งในผิวดำไทยและผิวดำอินเดียในช่วงวันหยุดเทศกาลมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ วันลา โดยค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลาระหว่างผิวดำไทยและผิวดำอินเดียแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 4.27 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในผิวดำไทยและผิวดำอินเดียแบ่งตามประเภทที่พัก

ที่พัก	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวผิวดำไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ผิวดำอินเดีย		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
โรงแรม					
โรงแรมระดับ 1 ดาว	1,563.75	1,370.68	5,307.58	3,408.56	-2.095
โรงแรมระดับ 2 ดาว	2,225.78	1,733.22	3,318.36	2,547.13	-1.572
โรงแรมระดับ 3 ดาว	2,531.59	2,333.26	6,088.38	5,383.10	-7.042*
โรงแรมระดับ 4 ดาว	3,982.22	4,676.78	7,001.40	4,838.85	-3.697*
โรงแรมระดับ 5 ดาว	5,045.95	4,563.89	10,825.84	6,985.93	-4.291*

ที่พัก	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว ฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
โอสเทล	1,490.45	1,004.47	2,953.19	2,640.27	-3.991*
ที่พักในอุทยาน	1,725.00	912.76	7,371.09	7,105.92	-1.349
รีสอร์ท บังกะโล	2,071.12	2,510.45	5,414.05	6,490.10	-5.823*
เกสเฮาส์	1,704.64	779.30	4,711.63	5,651.58	-2.449*
โฮมสเตย์	1,443.29	1,200.98	3,586.36	3,362.60	-2.093
บ้านญาติ บ้านเพื่อน	1,348.41	2,119.98	2,526.54	2,794.12	-3.314*
ไม่ได้พักค้างคืน	1,130.61	937.07	1,800.37	1,935.95	-3.011*
อื่นๆ (วัด, เติร์ท, โรงพยาบาล)	1,728.00	1,421.87	NA	NA	NA

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

NA = ไม่มีคำตอบ

จากตารางที่ 4.27 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันแบ่งตามประเภทที่พัก พบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวแบ่งตามประเภทที่พักมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าใช้จ่ายต่อหัวแบ่งตามประเภทที่พัก พบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุดเมื่อนักท่องเที่ยวพักที่โรงแรมระดับ 5 ดาว ทั้งในฝั่งอ่าวไทยฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 4.28 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทยแบ่งตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	1,571.77	1,725.24	5,520.35	4,860.43	-8.053*
แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ	1,924.43	2,695.74	8,536.07	5,617.48	-7.660*
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	1,971.17	2,651.98	7,955.78	5,654.23	-8.306*
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	1,970.32	2,520.17	6,655.76	5,630.55	-8.561*
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	2,296.88	2,453.21	5,531.43	6,726.94	-5.361*
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	1,839.85	1,704.74	6,964.09	5,752.22	-8.338*
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	2,171.46	1,911.26	5,255.66	5,758.61	-5.956*
แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด	2,478.80	3,104.33	4,874.03	4,730.18	-9.093*
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก	2,502.04	3,366.00	5,054.69	5,219.26	-5.920*
แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ	2,135.50	1,453.90	5,204.06	5,067.27	-7.978*

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน		ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน		T
	Mean	S.D	Mean	S.D	
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ	2,932.48	3,682.46	5,968.89	5,049.36	-7.555*
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง	1,403.07	771.00	6,370.19	5,889.57	-5.679*
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประชุม สัมมนา	1,838.30	1,460.07	2,885.20	2,935.84	-2.240*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.28 แสดงค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอันดามันและฝั่งอ่าวไทย แบ่งตามประเภทของแหล่งท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุดในฝั่งอ่าวไทย และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวิทยากรเป็นอันดับหนึ่ง

ในส่วนของคุณสมบัติทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างได้ถูกนำเสนอไว้ในภาคผนวก ก

โดยสรุปค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน แบ่งตามลักษณะประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยวกรณีนักท่องเที่ยวสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

- นักท่องเที่ยวเพศชายมีค่าใช้จ่ายต่อหัวมากกว่านักท่องเที่ยวหญิงทั้งในฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน
- นักท่องเที่ยว Gen X มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุดรองลงมาได้แก่ Gen Y ทั้งในฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน
- นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด
- นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ทั้งในฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อกิจกรรมกีฬา สุขภาพ ธุรกิจ ชมวัฒนธรรม ฝั่งอ่าวไทย
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุดทั้งในฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงวันลา มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด รองลงมาวันหยุดเทศกาล และวันหยุดสุดสัปดาห์ ตามลำดับในฝั่งอ่าวไทย ในฝั่งอันดามันนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงวันหยุดเทศกาลมีค่าใช้จ่ายสูงสุด

โดยสรุปกรณีนักท่องเที่ยวเดินทางมากับบริษัททัวร์

- นักท่องเที่ยวเพศหญิงมีค่าใช้จ่ายต่อหัวมากกว่านักท่องเที่ยวเพศชาย
- นักท่องเที่ยว Gen Y มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด
- นักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพสมรสมีค่าใช้จ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มีสถานภาพโสด
- นักท่องเที่ยวที่จบการศึกษาดำรงตำแหน่งมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพเจ้าของกิจการมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด รองลงมาได้แก่ลูกจ้าง รับจ้าง
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งที่สองมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงที่สุด
- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาในช่วงวันลา มีค่าใช้จ่ายสูงที่สุด รองลงมาวันหยุดเทศกาล และวันหยุดสุดสัปดาห์ ตามลำดับ

ตารางที่ 4.29 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันตามลักษณะประชากร กรณีเดินทางมาด้วยตนเอง

ปัจจัย	ค่าใช้จ่ายรวม	ค่าที่พัก	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	ค่าเดินทาง	ค่าของที่ระลึก/ฝาก	ค่าความบันเทิง	ค่ารักษาพยาบาล	ค่าธรรมเนียมสถานที่	อื่น ๆ
เพศ	✓x	✓x	✓			✓			
สัญชาติ	✓x	✓x	✓	✓x	✓	✓x	✓x	✓	✓x
อายุ	✓	✓		✓✓	✓				
สถานภาพ							✓		
การศึกษา	✓	✓			✓	✓x			
อาชีพ	✓x	✓		✓x	✓	✓x	✓	✓	
จำนวนครั้งที่มา	✓x	✓x		x	✓x	✓	✓	✓x	
ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว	✓x	✓x	✓	✓x	✓	✓x	✓	✓	✓
สถานที่พัก	✓x	✓x	✓	✓x	✓	✓x	✓	✓	✓

จากตารางที่ 4.29 ค่าใช้จ่ายต่อหัวแบ่งตาม สัญชาติ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ จำนวนครั้งที่มา ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว และ สถานที่พัก มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ในขณะที่มีเพียงปัจจัยสถานภาพเท่านั้นที่ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติของค่าใช้จ่ายต่อหัวทั้งในฝั่งอ่าวไทย(✓) และฝั่งอันดามัน(x)

ตารางที่ 4.30 ผลการวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน แบ่งตามลักษณะประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยว กรณีเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว

ปัจจัย	ค่าใช้จ่ายรวม	ค่าเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว	ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	ค่าของที่ระลึก	ค่าความบันเทิง	อื่นๆ
เพศ						
สัญชาติ	✓ x	✓ x	✓ x	✓	✓ x	✓
อายุ						
สถานภาพ	✓	✓			✓	✓
การศึกษา						
อาชีพ					✓	
จำนวนครั้งที่มา						✓
ช่วงเวลาที่มาท่องเที่ยว						
สถานที่พัก						

จากตารางที่ 4.30 ในส่วนของฝั่งอ่าวไทยกรณีเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว ค่าใช้จ่ายแบ่งตาม สัญชาติ และสถานภาพ มีผลก่อให้เกิดความแตกต่างของค่าใช้จ่ายต่อหัว ในขณะที่ค่าใช้จ่ายต่อหัวแบ่งตามปัจจัยอื่นๆ มีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของฝั่งอันดามันในกรณีเดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว มีเพียงปัจจัยด้านสัญชาติ อาชีพ และจำนวนครั้งที่มาท่องเที่ยวเท่านั้นที่มีผลก่อให้เกิดความแตกต่างของค่าใช้จ่ายต่อหัว ในขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ ไม่ส่งก่อให้เกิดความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

จากการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและภาคใต้ฝั่งอันดามัน แบ่งตามกรณีความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว 4 กรณี โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
2. กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าถ้าโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน ท่านจะเต็มใจจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
3. กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่

4. กรณีที่ 4 สำหรับทริบนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วันท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่

ตารางที่ 4.31 เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ย	อ่าวไทย			อันดามัน			t
	ร้อยละ	Mean	S.D	ร้อยละ	Mean	S.D	
ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	22.33	959.45	2311.69	11.90	1,243.42	1,205.47	-1.121
สำหรับทริบนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	38.96	1,061.03	2,109.70	25.60	1,011.77	1,001.90	0.360
สำหรับทริบนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	41.87	1,028.40	2,301.64	24.40	1,323.99	1,255.37	-1.659
สำหรับทริบนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	49.27	1,196.39	2,346.22	31.60	1,486.42	1,515.65	-1.751

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.31 แสดงความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 4 สูงที่สุด รองลงมาได้แก่กรณีที่ 2 ในขณะที่ฝั่งอันดามัน พบว่านักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายมากที่สุดในกรณีที่ 4 รองลงมาได้แก่ กรณีที่ 3

ตารางที่ 4.32 แสดงความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวไทย	อ่าวไทย		อันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	527.60	537.72	870.11	893.43	-2.479*
สำหรับทริบนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	704.26	760.45	718.20	690.30	-0.177
สำหรับทริบนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	543.56	551.10	879.58	1,096.19	-2.932*

ความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวไทย	อ่าวไทย		อันดามัน		T
	Mean	S.D	Mean	S.D	
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	733.30	784.63	826.60	766.87	-1.184

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.32 แสดงความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันพบว่า นักท่องเที่ยวไทยมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 4 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ กรณีที่ 2 ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยในฝั่งอันดามันมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 3 สูงที่สุดรองลงมาได้แก่ กรณีที่ 1

ตารางที่ 4.33 เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ยนักท่องเที่ยวต่างชาติ	อ่าวไทย		อันดามัน		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	5,201.76	6087.06	1,593.88	1,355.91	2.423*
สำหรับทริปนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะ让您เพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	4,521.77	5,446.35	1,489.74	1,227.24	3.020*
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักค้างเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	4,725.33	5,338.87	1,782.29	,249.25	3.447*
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	5,209.84	5,524.58	2,229.41	1,786.60	3.433*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

ตารางที่ 4.33 แสดงความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติในฝั่งอ่าวไทย มีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 4 สูงสุดรองลงมาได้แก่กรณีที่ 1 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอันดามันมีความเต็มใจจ่ายกรณีที่ 4 สูงที่สุดรองลงมาได้แก่กรณีที่ 1 ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอันดามันมีความเต็มใจจ่ายกรณีที่ 4 สูงที่สุด รองลงมากรณีที่ 3

ตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติฝั่งอ่าวไทย

ความเต็มใจจ่าย	อ่าวไทยไทย		อ่าวไทยต่างชาติ		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	527.60	537.72	5,201.76	6087.06	-3.165*
สำหรับทริปนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะ让您เพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	704.26	760.45	4,521.77	5,446.35	-3.835*
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	543.56	551.10	4,725.33	5,338.87	-4.950*
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	733.30	784.63	5,209.84	5,524.58	-5.245*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.34 เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติฝั่งอ่าวไทยพบว่า ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกกรณี ในส่วนของฝั่งอ่าวไทย นักท่องเที่ยวไทยมีความเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 4 รองลงมาได้แก่กรณีที่ 2 นักท่องเที่ยวต่างชาติเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 4 รองลงมาได้แก่กรณีที่ 1

ตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติฝั่งอันดามัน

ความเต็มใจจ่าย	อันดามันไทย		อันดามันต่างชาติ		t
	Mean	S.D	Mean	S.D	
ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	870.11	893.43	1,593.88	1,355.91	-3.090*
สำหรับทริปนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะ让您เพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	718.20	690.30	1,489.74	,227.24	-5.081*
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	879.58	1,096.19	1,782.29	1,249.25	-5.357*
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	826.60	766.87	2,229.41	1,786.60	-7.940*

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 4.35 เปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติฝั่งอันดามันพบว่า ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในทุกกรณี ในส่วนของฝั่งอันดามัน นักท่องเที่ยวไทยมีความเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 3 รองลงมาได้แก่กรณีที่ 1 ในส่วนของฝั่งอันดามัน นักท่องเที่ยวต่างชาติเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 4 รองลงมาได้แก่ กรณีที่ 3

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ตามลักษณะประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการท่องเที่ยวและการปัจจัยการตลาด

จากตารางที่ 4.36 แสดงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ พบว่าในภาพรวมลักษณะทางประชากรของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ คล้ายคลึงกันทั้งในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 4.36 แสดงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ

ความเต็มใจ	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	เพศชาย (Gen Y) การศึกษาปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด	เพศหญิง (Gen Y) ปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด
กรณีที่ 2	เพศหญิง (Gen Y) การศึกษาปริญญาตรีพนักงาน บริษัทเอกชน สถานภาพโสด	เพศหญิง (Gen Y) ปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด
กรณีที่ 3	เพศหญิง (Gen Y) การศึกษาปริญญาตรีพนักงาน บริษัทเอกชน สถานภาพโสด	เพศชาย (Gen Y) ปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด
ความเต็มใจ	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 4	เพศหญิง (Gen Y) การศึกษาปริญญาตรีพนักงาน บริษัทเอกชน สถานภาพโสด	เพศหญิง (Gen Y) ปริญญาตรี พนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพโสด

พฤติกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ

ตารางที่ 4.37 แสดงพฤติกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ

ความเต็มใจจ่าย	ฝั่งชาวไทย	ฝั่งอินเดีย
กรณีที่ 1	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มากับครอบครัว/ญาติ รถยนต์ส่วนตัว มามากกว่าสองครั้ง วันหยุดสุดสัปดาห์ แหล่งข้อมูลครัวเรือน/เพื่อน โฮมสเตย์ แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มาคนเดียว เครื่องบิน มาครั้งแรก วันหยุดเทศกาล แหล่งข้อมูลครัวเรือน/เพื่อน รีสอร์ท บังกะโล โรงแรมระดับ 4 ดาว แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก
กรณีที่ 2	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มากับครอบครัว/ญาติ รถยนต์ส่วนตัว มามากกว่าสองครั้ง วันหยุดสุดสัปดาห์ แหล่งข้อมูลครัวเรือน/เพื่อน ไม่ได้พักค้างคืน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มากับเพื่อน รถยนต์ส่วนตัว มาครั้งแรก วันหยุดสุดสัปดาห์ แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต โรงแรมระดับ 3 ดาว แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก
กรณีที่ 3	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มากับครอบครัว/ญาติ รถยนต์ส่วนตัว มามากกว่าสองครั้ง วันหยุดสุดสัปดาห์ แหล่งข้อมูลครัวเรือน/เพื่อน ไม่ได้พักค้างคืน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มากับเพื่อน รถยนต์ส่วนตัว มาครั้งแรก วันหยุดสุดสัปดาห์ แหล่งข้อมูลครัวเรือน/เพื่อน โรงแรมระดับ 3 ดาว แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก

ความเต็มใจจ่าย	ฝั่งอำเภอไทย	ฝั่งอัมมานัน
กรณีที่ 4	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มากับครอบครัว/ญาติ รถยนต์ส่วนตัว มามากกว่าสองครั้ง วันหยุดสุดสัปดาห์ แหล่งข้อมูลครัวเรือน/เพื่อน ไม่ได้พักค้างคืน แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก	การเดินทางเพื่อพักผ่อน เดินทางด้วยตัวเอง มากับเพื่อน รถยนต์ส่วนตัว มาครั้งแรก วันหยุดสุดสัปดาห์ แหล่งข้อมูลอินเทอร์เน็ต โรงแรมระดับ 3 ดาว แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด ไม่ซื้อของฝาก ของที่ระลึก

จากตารางที่ 4.37 แสดงให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายของทั้ง 2 ฝั่ง

ความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดและปัจจัยอื่นๆ ของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ

นักท่องเที่ยวฝั่งอำเภอไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาด ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยว ด้านราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการของพนักงาน ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะกายภาพที่สำคัญต่อการเดินทางมาท่องเที่ยว และด้านอื่นๆ สามารถสรุปความสำคัญของปัจจัยทางการตลาดได้ดังนี้

ตารางที่ 4.38 แสดงปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ

ความเต็มใจ	ฝั่งอำเภอไทย	ฝั่งอัมมานัน
กรณีที่ 1	ลักษณะทางกายภาพที่สำคัญ ต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน	ลักษณะทางกายภาพที่สำคัญ ต่อการเดินทางท่องเที่ยวของท่าน
กรณีที่ 2	การให้บริการของพนักงาน	การให้บริการของพนักงาน
กรณีที่ 3	การให้บริการของพนักงาน	การให้บริการของพนักงาน
กรณีที่ 4	การให้บริการของพนักงาน	การให้บริการของพนักงาน

จากตารางที่ 4.38 แสดงปัจจัยทางการตลาดที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีที่ 1 ให้ความสำคัญในเรื่องลักษณะทางกายภาพต่อการเดินทางเป็นลำดับแรก ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีที่ 2 กรณีที่ 3 และกรณีที่ 4 ให้ความสำคัญในเรื่องการให้บริการของพนักงานเป็นลำดับแรก

รายละเอียดของปัจจัยการตลาดที่กลุ่มนักท่องเที่ยวฝั่งอำเภอไทยที่มีความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ในแต่ละด้านมีดังนี้ (โดยในส่วนของการให้รายละเอียดการให้ความสำคัญในแต่ละด้านสามารถดูเพิ่มเติมได้ในภาคผนวก ข)

ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวผิ้วชาวไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.39 แสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญลำดับแรก

	ผิ้วชาวไทย	ผิ้วอินเดีย
กรณีที่ 1	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	ชื่อเสียงของแหล่งท่องเที่ยว
กรณีที่ 2	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
กรณีที่ 3	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว
กรณีที่ 4	ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	คุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4.39 แสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกจะเห็นได้ว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในทุกๆ กรณี ให้ความสำคัญในเรื่องความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก

ราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวผิ้วชาวไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.40 แสดงปัจจัยราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก

	ผิ้วชาวไทย	ผิ้วอินเดีย
กรณีที่ 1	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม
กรณีที่ 2	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม
กรณีที่ 3	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม
กรณีที่ 4	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม	อาหารและเครื่องดื่มมีราคาเหมาะสม

จากตารางที่ 4.40 ปัจจัยราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในแต่ละกรณี ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรกจะเห็นได้ว่าในภาพรวมในทุกๆ กรณี ที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่าย นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายให้ความสำคัญในเรื่องอาหารและเครื่องดื่มมีราคาที่เหมาะสมเป็นอันดับแรก

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.41 แสดงปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	มีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทางของแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทางด้านที่พัก	มีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทาง ของแหล่งท่องเที่ยว
กรณีที่ 2	การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทาง ของแหล่งท่องเที่ยว ระยะเวลาเปิดปิดแหล่งท่องเที่ยว
กรณีที่ 3	มีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทางของแหล่งท่องเที่ยว	มีช่องทางทั้งออนไลน์และ ออฟไลน์ของแหล่งท่องเที่ยว
กรณีที่ 4	การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	มีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทาง ของแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทางด้านที่พัก การเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.41 แสดงปัจจัยช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก จะเห็นได้ว่าในภาพรวมในกรณีที่ 1 และกรณีที่ 3 ที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจ่าย นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายให้ความสำคัญในเรื่องการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ในกรณีที่ 2 และ กรณีที่ 4 นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายให้ความสำคัญกับการมีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทางด้านที่พัก มีแหล่งข้อมูลหลากหลายช่องทางด้านแหล่งท่องเที่ยว เป็นอันดับแรก นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับมีช่องทางทั้งออนไลน์และออฟไลน์ของแหล่งท่องเที่ยว

ด้านการส่งเสริมการตลาด

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจะจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.42 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยว	โฆษณาประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว
กรณีที่ 2	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยว	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยว
กรณีที่ 3	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยว	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยว
กรณีที่ 4	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยว	ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4.42 แสดงปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายในทุกกรณีให้ความสำคัญกับปัจจัย ความน่าเชื่อถือของข้อมูลการท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก ข้อมูลจากแหล่งข้อมูลในเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นอันดับสอง และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ของกิจกรรมท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยว เป็นอันดับ 3

ด้านการให้บริการของพนักงาน

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.43 แสดงปัจจัยด้านการให้บริการของพนักงานที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวมีความรู้	พนักงานโรงแรมและภัตตาคารเป็นมิตร
กรณีที่ 2	พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวมีความรู้	พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวให้บริการด้วยความรวดเร็ว
กรณีที่ 3	พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวมีความรู้	พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวเป็นมิตร
กรณีที่ 4	พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวมีความรู้	พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวเป็นมิตร

ตารางที่ 4.43 แสดงปัจจัยด้านการให้บริการในกลุ่มนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่มีความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 อันดับแรก จะเห็นได้ว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายในทุกกรณี ให้ความสำคัญกับพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวมีความรู้เป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ พนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวมีทักษะแก้ปัญหาดี

ด้านกระบวนการบริการ

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการของพนักงานด้านต่างๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.44 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	โรงแรมและภัตตาคารมีการบริการถูกต้องแม่นยำ	ขั้นตอนบริการของแหล่งท่องเที่ยวที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย
กรณีที่ 2	ขั้นตอนบริการของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนเข้าใจง่าย	โรงแรมและภัตตาคารมีการบริการถูกต้องแม่นยำ
กรณีที่ 3	โรงแรมและภัตตาคารมีการบริการถูกต้องแม่นยำ	โรงแรมและภัตตาคารมีการบริการถูกต้องแม่นยำ
กรณีที่ 4	โรงแรมและภัตตาคารมีการบริการถูกต้องแม่นยำ	โรงแรมและภัตตาคารมีการบริการถูกต้องแม่นยำ

จากตารางที่ 4.44 แสดงปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก พบว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 1 กรณีที่ 3 และกรณีที่ 4 ให้ความสำคัญกับโรงแรมและภัตตาคารมีบริการที่ถูกต้องแม่นยำเป็นอันดับแรก ในส่วนของกรณีที่ 2 ให้ความสำคัญกับ ขั้นตอนบริการของแหล่งท่องเที่ยวชัดเจนเข้าใจง่าย เป็นอันดับแรก

ด้านลักษณะทางกายภาพที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 4.45 แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	พนักงานและเจ้าหน้าที่แต่งกายดีและสุภาพ	สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักร
กรณีที่ 2	พนักงานและเจ้าหน้าที่แต่งกายดีและสุภาพ	สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักร
กรณีที่ 3	ระบบสาธารณสุขในแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักร
กรณีที่ 4	ระบบสาธารณสุขในแหล่งท่องเที่ยว	สิ่งอำนวยความสะดวกของที่พักร

จากตารางที่ 4.45 แสดงปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก จะเห็นได้ว่าในภาพรวมนักท่องเที่ยวเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 1 และ 2 ให้ความสำคัญกับพนักงานและเจ้าหน้าที่แต่งกายดีและสุภาพ ในกรณีที่ 3 และกรณีที่ 4 ให้ความสำคัญกับโรงแรมและภัตตาคารมีบริการที่ถูกต้องแม่นยำเป็นอันดับแรก ในส่วนของกรณีที่ 2 ให้ความสำคัญกับระบบสาธารณสุขในแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก

ด้านอื่นๆ

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านอื่นๆ โดยมีรายละเอียดดังนี้ ตารางที่ 4.46 แสดงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก

ตารางที่ 4.46 แสดงปัจจัยด้านอื่นๆ

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	ช่วงเวลาวันหยุดของท่าน
กรณีที่ 2	ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	ช่วงเวลาวันหยุดของท่าน
กรณีที่ 3	ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	ช่วงเวลาวันหยุดของท่าน
กรณีที่ 4	ความปลอดภัยในการท่องเที่ยว	ช่วงเวลาวันหยุดของท่าน

จากตารางที่ 4.46 แสดงปัจจัยด้านอื่นๆ ที่สำคัญต่อการเดินทางท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ให้ความสำคัญ 3 ลำดับแรก พบว่านักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายใน 4 กรณีให้ความสำคัญกับ ความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยวเป็นอันดับแรก

แรงจูงใจแบบหลัก

ตารางที่ 4.47 แสดงแรงจูงใจแบบหลักของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	ด้านการพักผ่อน	ด้านการพักผ่อน
กรณีที่ 2	ด้านการพักผ่อน	ด้านการพักผ่อน
กรณีที่ 3	ด้านการพักผ่อน	ด้านการพักผ่อน
กรณีที่ 4	ด้านการพักผ่อน	ด้านการพักผ่อน

จากตารางที่ 4.47 แสดงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทแรงจูงใจแบบหลัก พบว่า ในภาพรวมทั้ง 4 กรณี นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านการพักผ่อนเป็นอันดับแรก ประเภทแรงจูงใจแบบหลักในเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

แรงจูงใจแบบดิ่ง

ตารางที่ 4.48 แสดงแรงจูงใจแบบดิ่งของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	อากาศดี	วิวทิวทัศน์
กรณีที่ 2	อากาศดี	อากาศดี
กรณีที่ 3	อากาศดี	วิวทิวทัศน์
กรณีที่ 4	วิวทิวทัศน์	อากาศดี

จากตารางที่ 4.48 แสดงแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยว ประเภทแรงจูงใจแบบดิ่ง พบว่า ในภาพรวมในกรณีที่ 1 กรณีที่ 2 และกรณีที่ 3 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับแรงจูงใจในการเดินทางมาท่องเที่ยวอากาศดีมากที่สุด ในขณะที่กรณีที่ 4 ให้ความสำคัญในวิวทิวทัศน์ที่มากที่สุด โดยในกรณี 3 และ 4 ให้ความสำคัญกับอาหารประจําถิ่น เป็นอันดับสาม

ทัศนคติต่อราคา

ตารางที่ 4.49 แสดงทัศนคติต่อราคาของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	แพคเกจท่องเที่ยวราคาถูกคุ้มค่ากับปัญหาและความยุ่งยากที่เกิดขึ้น	ราคาที่สูงกว่ามีคุณภาพที่ดีกว่า

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 2	แพคเกจท่องเที่ยวที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	แพคเกจท่องเที่ยวที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
กรณีที่ 3	แพคเกจท่องเที่ยวที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	แพคเกจท่องเที่ยวที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ
กรณีที่ 4	โดยทั่วไปท่านจะซื้อแพคเกจท่องเที่ยวที่ราคาเหมาะสมกับคุณภาพ	แพคเกจท่องเที่ยวที่มีราคาเหมาะสมกับคุณภาพ

จากตารางที่ 4.49 แสดงทัศนคติต่อราคาของนักท่องเที่ยวพบว่า ในภาพรวม กรณีที่ 2 กรณีที่ 3 และกรณีที่ 4 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการซื้อแพคเกจท่องเที่ยวที่มีราคาถูกโดยไม่ให้ความสำคัญกับปัญหาและยุ่งยากที่จะเกิดขึ้น รองลงมาพยายามจะซื้อแพคเกจการท่องเที่ยวที่คุ้มค่าที่สุดเป็นอันดับสอง

การรับรู้คุณค่าการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.50 แสดงการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรก

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	การท่องเที่ยวครั้งนี้มีประโยชน์	การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความสุข
กรณีที่ 2	การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความรู้ที่ดี	การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความสุข
กรณีที่ 3	การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความรู้ที่ดี	การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความสุข
กรณีที่ 4	การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความรู้ที่ดี	การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความสุข

จากตารางที่ 4.50 แสดงการรับรู้คุณค่าของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ 3 ลำดับแรกพบว่า ในภาพรวม กรณีที่ 2 กรณีที่ 3 และกรณีที่ 4 นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความรู้ที่ดี เป็นอันดับหนึ่ง การท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ความสุข เป็นอันดับสอง ในกรณีที่ 1 ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวครั้งนี้ให้ประโยชน์เป็นอันดับหนึ่ง

ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตารางที่ 4.51 ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ

ตัวแปร	กรณีที่ 1		กรณีที่ 2		กรณีที่ 3		กรณีที่ 4	
	mean	Sd.	mean	Sd.	mean	Sd.	mean	Sd.
ความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.92	0.80	3.95	0.74	3.92	0.78	3.92	0.78
1. ท่านสนใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 12 เดือนข้างหน้า	3.98	0.87	3.99	0.86	3.94	0.94	3.94	0.94
2. ท่านมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 12 เดือนข้างหน้า	3.97	0.90	3.99	0.85	3.93	0.93	3.91	0.94

ตัวแปร	กรณีที่ 1		กรณีที่ 2		กรณีที่ 3		กรณีที่ 4	
	mean	Sd.	mean	Sd.	mean	Sd.	mean	Sd.
3. ท่านสนใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 3 ปีข้างหน้า	3.95	0.91	3.93	0.87	3.96	0.89	3.95	0.89
4. ท่านมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 3 ปีข้างหน้า	3.92	.93	3.93	0.88	3.94	0.91	3.93	0.92
5. ท่านสนใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 5 ปีข้างหน้า	3.86	1.03	3.95	0.94	3.89	0.97	3.91	0.96
6. ท่านมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 5 ปีข้างหน้า	3.81	1.09	3.89	0.94	3.86	0.98	3.85	0.98

จากตารางที่ 4.51 แสดงความตั้งใจกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว พบว่า ในภาพรวม พบว่า กรณีที่ 1 และกรณีที่ 2 นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 12 เดือนข้างหน้ามากที่สุด กรณีที่ 3 และกรณีที่ 4 นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 3 ปีข้างหน้ามากที่สุด

ตารางที่ 4.52 ตารางเปรียบเทียบการมีโอกาสกลับมาเที่ยวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย และฝั่งอันดามัน

	ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
กรณีที่ 1	มีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 12 เดือนข้างหน้า	มีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 12 เดือนข้างหน้า
กรณีที่ 2	มีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 12 เดือนข้างหน้า	นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 5 ปีข้างหน้ามากที่สุด
กรณีที่ 3	นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 3 ปีข้างหน้ามากที่สุด	นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 3 ปีข้างหน้ามากที่สุด
กรณีที่ 4	นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 3 ปีข้างหน้ามากที่สุด	นักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะกลับมาท่องเที่ยวที่นี่อีกครั้งในอีก 5 ปีข้างหน้ามากที่สุด

ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวผิ้อาวไทยและผิ้อันดามัน

ตารางที่ 4.53 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของภาคใต้ผิ้อาวไทยและผิ้อันดามัน

อ่าวไทย	อันดามัน
อายุ	สัญชาติ
เพศ	รายได้
สัญชาติ	จำนวนวันท่องเที่ยว
รายได้	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
จำนวนวันท่องเที่ยว	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
การส่งเสริมทางการตลาด	ลักษณะทางกายภาพ

จากตารางที่ 4.53 จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของภาคใต้ในภาพรวม และภาคใต้ผิ้อาวไทย และผิ้อันดามันมีความคล้ายคลึงกันในปีปัจจัยเรื่องสัญชาติ รายได้ และจำนวนวันท่องเที่ยว นอกจากนี้มีความแตกต่างกันในส่วนของการตลาดผิ้อาวไทย การส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญ ผิ้อันดามันเป็นเรื่องของการท่องเที่ยวและลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 4.54 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวผิ้อาวไทยและผิ้อันดามัน กรณีที่ 1

อ่าวไทย	อันดามัน
เพศ	สัญชาติ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ราคา
กระบวนการให้บริการ	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
	ลักษณะทางกายภาพ

จากตารางที่ 4.54 กรณีที่ 1 จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายแตกต่างกันในภาคใต้ผิ้อาวไทยและปัจจัยสำคัญคือเพศ ช่องทางการจำหน่าย การให้บริการ ผิ้อันดามันคือสัญชาติ ราคา บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ

กรณีที่ 2

อ่าวไทย	อันดามัน
อายุ	สัญชาติ
เพศ	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
สถานภาพสมรส	ช่องทางการจัดจำหน่าย
ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ลักษณะทางกายภาพ
ราคา	
การส่งเสริมทางการตลาด	

จากตารางที่ 4.54 กรณีที่ 2 จะเห็นได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย และภาคใต้ฝั่งอันดามัน มีความแตกต่างกัน โดยฝั่งอ่าวไทยปัจจัยสำคัญคือ อายุ เพศ สถานภาพสมรส ระยะเวลาทางการท่องเที่ยว ราคา และการส่งเสริมการตลาดฝั่งอันดามันปัจจัยสำคัญคือ สัญชาติ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่าย ลักษณะทางกายภาพ

กรณีที่ 3

อ่าวไทย	อันดามัน
เพศ	อายุ
ระยะเวลาการท่องเที่ยว	สัญชาติ
ผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยว	ผลลัพธ์ด้านการท่องเที่ยว
	การส่งเสริมการตลาด
	บุคลากรการท่องเที่ยว
	ลักษณะทางกายภาพ

จากตารางที่ 4.54 กรณีที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย คือ เพศ ระยะเวลาการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ ฝั่งอันดามันคือ อายุ สัญชาติ ผลลัพธ์ การส่งเสริมตลาด บุคลากร กายภาพ

กรณีที่ 4

อ่าวไทย	อันดามัน
อายุ	เพศ
เพศ	สัญชาติ
ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ระยะเวลาการท่องเที่ยว
กระบวนการให้บริการ	ผลลัพธ์การท่องเที่ยว
	ช่องทางการจัดจำหน่าย
	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
	ลักษณะกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

จากตารางที่ 4.54 กรณีที่ 4 ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายฝั่งอ่าวไทย คือ อายุ เพศ ระยะเวลา การท่องเที่ยว การให้บริการซึ่งแตกต่างจากกรณีฝั่งอันดามัน

4.3 ผลการวิเคราะห์ที่ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

เสนอแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้โดยอ้างอิงจากผลการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1,2 และผลการวิจัยจากโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 สามารถนำเสนอแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ฝั่งอันดามัน และภาคใต้โดยรวม ดังนี้

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในหมวดที่มีศักยภาพ

โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเองโดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง รองลงมาได้แก่ค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายในหมวดที่พัก โดยมีค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 7 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในขณะที่โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว โดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยว (ค่าแพคเกจทัวร์) รองลงมาได้แก่ค่าใช้จ่ายในหมวดอื่นๆ ค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง และค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึกคิดเป็นร้อยละ 6 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

เมื่อพิจารณาโครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวพบว่า ค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกและของฝากคิดเป็นสัดส่วนที่ไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับค่าใช้จ่ายทั้งหมด นอกจากนี้จากผลการวิจัยเชิงปริมาณพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ซื้อของฝากของที่ระลึก ดังนั้นควรมุ่งเน้นในการส่งเสริมให้มีการกระตุ้นค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกและของฝาก นอกจากนี้ในส่วนที่ซื้อของฝากของที่ระลึกยังซื้อสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูงมากนัก เช่น อาหารแห้ง ขนม จึงควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าเหล่านี้ ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาและเพิ่มมูลค่าของที่ระลึกและของฝากเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาจับจ่ายใช้สอยซื้อของฝากหรือของที่ระลึกกลับไป

การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มพบว่าค่าใช้จ่ายในหมวดค่าที่พักผู้ประกอบการมีการใช้กลยุทธ์หั่นราคาที่พักเพื่อดึงดูดลูกค้าทำให้ราคาที่พักมีราคาถูกกว่าที่ควรจะเป็นซึ่งส่งผลโดยตรงต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว การหลีกเลี่ยงการแข่งขันกันตัดราคาจะช่วยให้ค่าใช้จ่ายในหมวดที่พักเพิ่มขึ้นสะท้อนมูลค่าที่แท้จริงของราคาที่พัก การแย่งกันตัดราคาทำให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีราคาสินค้าท่องเที่ยวถูกในสายตาของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ และทำให้เกิดการบิดเบือนต้นทุนให้ต่ำกว่าความเป็นจริง

ผลการวิจัยความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ จะเห็นว่าในกรณีที่ 1 ทุกอย่างเหมือนเดิมมีนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายบางส่วน สะท้อนให้เห็นว่าสินค้าท่องเที่ยวยังสามารถขยับราคาขึ้นไปได้อีก โดยเฉพาะ 941 บาทต่อคนต่อวัน เช่นเดียวกันกรณีที่ 4 หากมีการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้น และอยู่เพิ่มขึ้นอีก 1 วัน มีนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่าย หากสินค้าท่องเที่ยวมีการพัฒนาให้เกิดความยั่งยืน ในท้ายที่สุดผู้ประกอบการจะสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องเน้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวไทยเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 3,4 คือการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้น ผู้ประกอบการสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว

การขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากโครงสร้างนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยเกือบ 2 เท่าตัว และมีค่าใช้จ่ายต่อหัวในภาพรวมสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกๆ หมวด

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่บนบกยังมีจำนวนไม่มากนัก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยส่วนใหญ่จะกระจุกตัวในพื้นที่เกาะและชายหาดในพื้นที่ เกาะสมุย เกาะพะงัน และเกาะเต่า ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี หากพิจารณาความเต็มใจที่จ่าย ผลการวิจัยความเต็มใจจ่ายสะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเต็มใจที่จะจ่ายสูงกว่านักท่องเที่ยวไทย โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ยสูงสุดในกรณีที่ 1 จำนวนวันโปรแกรม และทุกอย่างเหมือนเดิม รองลงมาคือ กรณีที่ 4 หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้น และเพิ่มจำนวนวันพัก 1 วัน

นอกจากนี้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความเต็มใจจ่ายสูงสุดในกรณีที่ 1 ทุกอย่างเหมือนเดิมสะท้อนให้เห็นว่าราคาสินค้าท่องเที่ยวในปัจจุบันยังไม่สะท้อนมูลค่าที่แท้จริงในสายตานักท่องเที่ยวต่างชาติ แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนหนึ่งมีความเต็มใจจ่ายในราคาที่สูงกว่าโดยไม่ต้องปรับปรุงอะไร แสดงให้เห็นว่าการปรับราคาขึ้นให้สอดคล้องกับความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวจะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นและรายได้แก่ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นในที่สุด จึงควรมุ่งเน้นในการขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยพร้อมกับยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวสะท้อนความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม GenX และกลุ่ม GenY

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวควรมุ่งขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม GenX ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และ กลุ่ม GenY ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการออกไปท่องเที่ยวบ่อย และเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงอีกกลุ่มหนึ่ง (ภาคผนวก จ) ผลการวิจัยพบว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวของนักท่องเที่ยวกลุ่ม GenX มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวสูงสุด รองลงมาได้แก่ Baby Boomer และ GenY ตามลำดับ แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวควรขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม GenX เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยทำงาน ที่มีกำลังซื้อสูง ในขณะที่หากพิจารณาโครงสร้างนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพบว่านักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว GenY ผลการวิจัยความเต็มใจจ่ายพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความเต็มใจจ่ายในกรณีต่างๆ ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่ม GenY โดยความเต็มใจที่จ่ายสูงกว่ากลุ่มอื่นๆ การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวสามารถมุ่งเน้นกลุ่ม GenY ที่มีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น

การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (กลุ่ม First Visitor)

ผลการวิจัยพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเป็นครั้งแรกสูงกว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่เคยมาท่องเที่ยวเป็นครั้งที่สองและกลุ่มที่เคยมามากกว่าสองครั้ง การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวอาจดำเนินการในลักษณะเชิงรุก ในส่วนของนักท่องเที่ยวไทยสามารถดำเนินการตลาดเชิงรุกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามภาคในเมืองหลักและเมืองรอง ทั้งในการให้เข้ามาในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก และการส่งเสริม

การเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองรองของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติควรดำเนินการในลักษณะเชิงรุกในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัวในกลุ่มประชาคมอาเซียน นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง นักท่องเที่ยวมุสลิมในกลุ่มประชาคมอาเซียน รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากตลาดใหม่ที่นิยมเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยเฉพาะในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

การเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาวพักผ่อน

จากผลการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันลาหรือ วันหยุดยาวพักผ่อนมีค่าใช้จ่ายต่อหัวที่สูงที่สุด รองลงมาคือการเดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล นักท่องเที่ยวกลุ่มหลักที่เดินทางเข้ามาในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไรก็ตามส่วนใหญ่กลุ่มที่เดินทางมาวันหยุดปลายสัปดาห์ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่น้อยที่สุด โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวันหยุดเทศกาลและวันลา เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวควรหันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาล โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย และการท่องเที่ยววันหยุดยาวพักผ่อนในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกเหนือจากเทศกาลหลักๆ ที่มีอยู่ในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวหลักของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยควรดำเนินการส่งเสริมให้มีการจัดเทศกาลต่างๆ ในเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองรองเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและนอกฤดูท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ตลอดปี

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษและมีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยในปัจจุบันยังพึ่งพิงแหล่งท่องเที่ยวประเภทเกาะ และชายหาด ทั้งนี้จากผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา ซึ่งทั้ง 2 กลุ่มมีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูง รวมทั้งนักท่องเที่ยวแบบคู่รักเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายสูง แนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา รวมทั้งการทำตลาดคู่รัก

การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนวันพักเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความเต็มใจที่จะจ่าย การเพิ่มจำนวนวันพักในพื้นที่ด้วยการเสนอขายสินค้าท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพ่วงกับพื้นที่เมืองหลักหรือเมืองรองข้างเคียง เพื่อสร้างความน่าสนใจของสินค้าการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการขยายระยะเวลาวันพักและดึงดูดให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ เมืองรองศักยภาพ เส้นทางเมืองหลัก เชื่อมเมืองรอง เส้นทางเมืองรองเชื่อมเมืองรอง กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนวันพัก

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวคุณภาพ

ผลการศึกษาความเต็มใจจ่ายพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยินดีจ่ายมากที่สุดในกรณีที่ 4 มีการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้น สะท้อนให้เห็นว่าหากมีการจัดการด้านอุปทานของสินค้าท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวจะสามารถสร้าง

รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยการจัดการด้านอุปทานได้จะทำให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวและใช้กลไกราคาในการคัดกรองนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและมีคุณภาพเข้ามาในพื้นที่

หากพิจารณาตามความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กรณี ดังที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้ข้างต้น เพื่อให้แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีความชัดเจนขึ้น โครงการย่อยที่ 1นำเสนอแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวแยกเป็นรายกรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 สำหรับทริปปริโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 22.33 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 959.45 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวยังคงได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรมและจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม โดยมีปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว และกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ควรส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การมีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายช่องทางด้านที่พัก

2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่การส่งเสริมให้โรงแรมและร้านอาหารมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 754.87 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,116.07 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 2 สำหรับทริปปริโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 38.96 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,061.03 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรม โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยว และการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม โดยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ราคาการเดินทาง และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม

2. การมุ่งเน้นส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสื่อสารและสร้างความรับรู้ด้านท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยแก่นักท่องเที่ยว และเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการมาและการกลับมาท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยว อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายด้านที่พัก แหล่งข้อมูลหลากหลายแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,357.21 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 41.87 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,028.40 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวยังคงมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยเฉพาะความสวยงามและความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งชาวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,467.89 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 49.27 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1196.39 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ คือ กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพร้อมกำหนดขั้นตอนการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย โรงแรมและภัตตาคารมีการให้บริการที่แม่นยำถูกต้อง และแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและมีคุณภาพที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งชาวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,816.32 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 14,177.51 ล้านบาทต่อปี)

กล่าวโดยสรุปแนวทางการส่งเสริมการเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวภาคฝั่งชาวไทยจากกลยุทธ์การเพิ่มรายจ่ายกรณีที่ 4 เป็นแนวทางที่เพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวฝั่งชาวไทยได้สูงสุด และจาก 4 กรณีปัจจัยที่มีความสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ดังนั้น แนวทางเพื่อการเพิ่มรายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งชาวไทย คือ การพัฒนากระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ให้มีคุณภาพและความรวดเร็วมากขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวนักท่องเที่ยวฝั่งอันดามัน

1. สำหรับภาคใต้ฝั่งอันดามัน พบว่า หากมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะทำให้มีค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย 3,306.96 บาท ซึ่งหากพิจารณาในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวจากจีนรวมฮ่องกงและไต้หวัน มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวตลอดทั้งทริปที่สูงที่สุด คือ 36,234.29 บาทต่อคนต่อทริป

รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เช่น แคนาดา เยอรมนี ฟินแลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 34,546.67 บาทต่อคนต่อทริป ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยนั้นมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยเพียง 5,940.74 บาทต่อคนต่อทริปเท่านั้น อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียและสิงคโปร์มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปน้อยที่สุด คือ มีค่าใช้จ่ายเพียง 21,860.38 บาทต่อคนต่อทริปเท่านั้น

2. การท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันควรเน้นที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง เนื่องจากพบว่า หากรายได้เพิ่มขึ้น 1 บาท จะส่งผลให้มีรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 0.002 บาท ดังนั้นการจับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะเป็นการช่วยให้เกิดการใช้จ่ายได้มากขึ้นกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป ซึ่งหากพิจารณาศักยภาพความสามารถจ่ายได้ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชีย (เช่น ญี่ปุ่น ซาอุดีอาระเบีย อินเดีย เป็นต้น) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เช่น แคนาดา เยอรมนี ฟินแลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น

3. หากต้องการเพิ่มค่าใช้จ่ายตลอดทั้งทริปในภาพรวม สามารถดำเนินการได้โดยเพิ่มจำนวนวันพำนักรับรองขึ้น ซึ่งหากพิจารณาจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวแยกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศอื่น ๆ เช่น แคนาดา เยอรมนี ฟินแลนด์ สวิสเซอร์แลนด์ เป็นต้น มีจำนวนวันพักเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากอเมริกา โดยมีวันพักเฉลี่ย 8.25 และ 8.23 วันตามลำดับ ในขณะที่วันพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันคือ 4.90 วัน ซึ่งจะสามารถเพิ่มวันพักให้กับนักท่องเที่ยวจากชาติอื่น ๆ ได้อีกประมาณ 3.33-3.35 วัน

4. ควรดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งในประเด็นต่าง ๆ เช่น ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากพบว่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งในกรณีที่ต้องการให้เที่ยวเพิ่มหรือกรณีที่มีการปรับปรุงโปรแกรมและกิจกรรมการท่องเที่ยว อีกทั้งพบว่าหากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง 1,160.28 บาทต่อวัน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังคงมีการรับรู้เกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวไม่สอดคล้องกับที่ตนเองต้องการ จึงทำให้นักท่องเที่ยวลดค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวลง ทั้งนี้หากพิจารณาการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันแยกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากอเมริกาจะให้ความสำคัญกับประเด็นนี้มากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากจีน (รวมฮ่องกงและไต้หวัน) ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้น้อยที่สุด

5. ควรมีการตรวจสอบและกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสม เนื่องจากพบว่าในกรณีที่ไม่มีกรปรับปรุงเปลี่ยนแปลงใด ๆ ของการท่องเที่ยว ราคาจะเป็นปัจจัยหลักที่มีผลกระทบต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ซึ่งกล่าวได้ว่า ปัจจุบันนักท่องเที่ยวยังคงรับรู้ราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันนั้นยังไม่เหมาะสม เช่น ราคาอาหารและเครื่องดื่ม ค่าพาหนะในการเดินทาง ค่าที่พัก ค่าแพ็คเกจทัวร์ ค่าของที่ระลึก และค่าประกันการเดินทาง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับผล

จากการประชุมเชิงปฏิบัติการที่ผู้วิจัยได้นำเสนอแผนการตลาดให้กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องพิจารณาที่จังหวัดกระบี่ โดยผู้เข้าร่วมประชุมได้แสดงความคิดเห็นและเป็นห่วงต่อการแข่งขันด้านราคาของผู้ประกอบการในพื้นที่เนื่องจากมีการลดราคาแข่งกันทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความไม่มั่นใจต่อราคามาตรฐานของการท่องเที่ยวในพื้นที่ จึงชะลอการตัดสินใจและเพื่อแสวงหาข้อมูลเพิ่มเติมสำหรับการตัดสินใจซื้อ ณ ระดับราคาที่คุ้มค่าหรือถูกที่สุด ทั้งนี้ หากพิจารณาการให้ความสำคัญกับระดับราคาแยกตามสัญชาติของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวจากอเมริกา จะให้ความสำคัญกับเรื่องราคาสูงที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย

6. ควรมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและยินดีกับการจ่ายค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น เนื่องจากพบว่า พนักงานให้บริการและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวในนั้นมีผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในเกือบทุกกรณี และพบว่าหากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะส่งผลให้รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจุบันนักท่องเที่ยวรับรู้ว่าคุณภาพด้านการท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันมีระดับคุณภาพที่ต่ำกว่าที่คาดหวังเอาไว้ จึงทำให้ลดค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องลง ดังนั้นจึงจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากรพนักงานด้านการท่องเที่ยวในประเด็นต่าง ๆ เช่น ความเป็นมิตร ความรวดเร็วในการให้บริการ ทักษะการแก้ปัญหา ความรู้ และการสื่อสารภาษาต่างประเทศ เป็นต้น ทั้งนี้ หากพิจารณาระดับการให้ความสำคัญกับพนักงานของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันแยกตามสัญชาติ พบว่า นักท่องเที่ยวจากอเมริกาจะให้ความสำคัญกับประเด็นนี้สูงที่สุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวชาวไทย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีน (รวมฮ่องกงและไต้หวัน) ให้ความสำคัญกับประเด็นนี้น้อยที่สุด

หากพิจารณาตามความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กรณี ดังที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้ข้างต้น เพื่อให้แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีความชัดเจนขึ้น โครงการย่อยที่ 2 นำเสนอแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวแยกเป็นรายกรณี ดังนี้

กรณีที่ 1 สำหรับทริปโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมหรือกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม การคมนาคม เป็นต้น ให้มีความเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย เนื่องจากพบว่า ปัจจัยด้านราคาการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 11.88 เต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 1,243.42 บาทต่อคน ส่งผลให้ภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 428.77 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเป็น 75,729.99 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปี

กรณีที่ 2 สำหรับทริปโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

ข้อเสนอแนะสำหรับกรณีที่ 2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อาทิ ชื่อเสียง คุณภาพ ความสวยงาม และส่งเสริมการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เช่น การพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายระบบออนไลน์ที่เชื่อถือได้และมีความปลอดภัย เป็นต้น รวมทั้งควร

พัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ในกรณีนี้มีนักท่องเที่ยวร้อยละ 25.63 มีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 1,011.77 บาทต่อคน โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม ซึ่งหากดำเนินการได้ดังข้างต้น จะทำให้พื้นที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 753.07 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเป็น 76,054.29 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปี

กรณีที่ 3 สำหรับทริปนั้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

ข้อเสนอแนะสำหรับกรณีที่ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น คุณภาพ ความสะอาดสบาย ความสวยงาม ความหลากหลายของกิจกรรม ความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยใช้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันและเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รวมทั้งควรมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ และพัฒนาปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ของการท่องเที่ยวด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่มของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว จะทำให้นักท่องเที่ยวร้อยละ 24.38 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,323.99 บาทต่อคน และในภาพรวมจะทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 937.64 ล้านบาทต่อปี หรือ เพิ่มขึ้นเป็น 76,238.85 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปี

กรณีที่ 4 สำหรับทริปนั้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

ข้อเสนอแนะสำหรับกรณีที่ 4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่นเดียวกันกับกรณีก่อนหน้านี้ ทั้งในประเด็นด้านคุณภาพ ความสะอาดสบาย ความสวยงาม ที่พัก ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งควรพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาระบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวออนไลน์ที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้ เป็นต้น รวมทั้งควรส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ และปรับปรุงพัฒนาลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวร่วมด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยดังกล่าวมานั้นมีผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่มของนักท่องเที่ยว และหากดำเนินการได้สำเร็จจะทำให้มีรายได้ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,322.09 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเป็น 76,623.32 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ต่อปี

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

โดยสรุปเปรียบเทียบแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ตารางที่ 4.55 แสดงแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในหมวดที่มีศักยภาพ	มุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ
การขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X และ กลุ่ม Gen Y	มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวรายได้สูง
การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (กลุ่ม First Visitor)	การเพิ่มจำนวนวันพัก
การขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติ	การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว
การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว	การตรวจสอบและกำหนดราคาสินค้าและบริการ
	การท่องเที่ยวให้เหมาะสม
การเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาวพักผ่อน	การพัฒนายกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว
การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษและมีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง	
การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย	
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว	

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวของภาคใต้

หากพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ทั้งในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันพบว่าค่าใช้จ่ายในบางหมวด เช่น หมวดที่พัก หมวดของฝากของที่ระลึก เป็นต้น โดยเฉพาะหมวดที่พักสามารถปรับเพิ่มขึ้นได้ เนื่องจากในปัจจุบันมีการแข่งขันกันตัดราคาในธุรกิจโรงแรมที่พักส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากการเกิดขึ้นของโรงแรมที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้องในพื้นที่ภาคใต้เกิดขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้จากนักท่องเที่ยว โดยในภาพรวมโรงแรมเน้นการแข่งขันกลยุทธ์ทางด้านราคามากกว่าคุณภาพทำให้สูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวที่ควรจะได้จากนักท่องเที่ยว แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวที่ต้องดำเนินการคือการกำกับดูแลผู้ประกอบการในธุรกิจที่พักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง รวมถึงการกำกับควบคุมดูแลมาตรฐานที่พัก เนื่องจากหากพิจารณาความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวพบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวนหนึ่งยินดีจ่ายเพิ่มหากมีการปรับปรุงที่พักให้ได้มาตรฐานและมีสิ่งอำนวยความสะดวก โดยลักษณะของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายทั้ง 2 ฝั่งมีความคล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวต่างชาติในฝั่งอ่าวไทยมีความยินดีจ่ายเพิ่มมากกว่าฝั่งอันดามัน สะท้อนให้เห็นว่าฝั่งอ่าวไทยฝั่งมีช่องให้ยกระดับราคาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

การวิจัยพัฒนาของที่ระลึกหรือของฝากเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันพบว่าค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกไม่สูงมากนัก ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวควรมุ่งเน้นในการส่งเสริมให้มีการกระตุ้นค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกและของฝาก นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน ส่วนใหญ่ไม่ซื้อของที่ระลึกของนักท่องเที่ยว

ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันที่ซื้อของฝากของที่ระลึกยังซื้อสินค้าที่มีมูลค่าไม่สูงมากนัก จึงควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าเหล่านี้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาและเพิ่มมูลค่า ของที่ระลึกและของฝากเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาจับจ่ายใช้สอยซื้อของฝากหรือของที่ระลึกกลับไป

การปรับปรุง ดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในภาคใต้ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

การท่องเที่ยวในภาคใต้มีลักษณะของการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง โดยเฉพาะพื้นที่เกาะและพื้นที่ชายหาด ทำให้เกิดความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว มีการใช้ทรัพยากรท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับ ซึ่งในปัจจุบันได้เริ่มมีการปิดแหล่งท่องเที่ยวบางแหล่งเพื่อฟื้นฟูสภาพธรรมชาติ หากพิจารณาค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว ในส่วนของค่าใช้จ่ายต่อหัวพบว่าค่าใช้จ่ายในหมวดค่าธรรมเนียมในการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวยังไม่สูงมากนัก ประกอบกับนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่หากมีการปรับปรุงให้ทุกอย่างดีขึ้นสูงกว่ากรณีอื่น ดังนั้นแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายควรมีการปรับปรุง ดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมเพื่อนำมาดูแลพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ประโยชน์ทรัพยากรในพื้นที่ ยกเว้นมูลค่าสินค้าท่องเที่ยวซึ่งสร้างรายได้เพิ่มขึ้นมหาศาลมากกว่าการเน้นที่ปริมาณนักท่องเที่ยว

การเน้นการทำตลาดในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา เป็นนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวเชิงธุรกิจ นักท่องเที่ยวชมวัฒนธรรมกลุ่มมีแนวโน้มเป็น นักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูง รวมทั้งนักท่องเที่ยวแบบคู่รักเป็นอีกกลุ่มหนึ่งที่มีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่ใช้จ่ายสูง การจับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะเป็นการช่วยให้เกิดการใช้จ่ายได้มากขึ้นกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป นอกจากนี้พิจารณาศักยภาพความสามารถจ่ายได้ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันจากรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า นักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชีย (เช่น ญี่ปุ่น ชาติอาหรับ เอเชีย อินเดีย เป็นต้น) เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงที่สุด โดยเน้นการส่งเสริมการตลาดในฝั่งอ่าวไทย และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยวในฝั่งอันดามัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

นอกจากนี้หากพิจารณาความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน สามารถดำเนินการได้ดังนี้

ฝั่งอ่าวไทย

หากพิจารณาตามความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวทั้ง 4 กรณี ดังที่ได้ทำการวิเคราะห์ไว้ข้างต้น เพื่อให้แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีความชัดเจนขึ้น ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวแยกเป็นรายกรณี ดังนี้

ผลการศึกษาการเพิ่มความเต็มใจจ่ายของการท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางในการหาแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยว สามารถแบ่งแนวทางการเพิ่มรายจ่ายได้เป็น 4 แนวทางกล่าวโดยสรุปดังต่อไปนี้

กรณีที่ 1 สำหรับทริปปริโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 22.33 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 959.45 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวยังคงได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรมและจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม โดยมีปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว และกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ควรส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว ได้แก่ การพัฒนาการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การมีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายช่องทางด้านที่พัก

2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่การส่งเสริมให้โรงแรมและร้านอาหารมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งชาวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 754.87 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,116.07 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 2 สำหรับทริปปริโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 38.96 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,061.03 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรม โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยว และการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม โดยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ราคาการเดินทาง และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม

2. การมุ่งเน้นส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสื่อสารและสร้างความรู้ด้านท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งชาวไทยแก่นักท่องเที่ยว และเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการมาและการกลับมาท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยว อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายด้านที่พัก แหล่งข้อมูลหลากหลายแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งชาวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,357.21 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 3 สำหรับทริปปริหากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 41.87 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,028.40 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวยังคงมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและ

เครื่องมือ ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยเฉพาะความสวยงามและความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,467.89 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 49.27 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1196.39 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ คือ กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพร้อมกำหนดขั้นตอนการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย โรงแรมและภัตตาคารมีการให้บริการที่แม่นยำถูกต้อง และแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและมีคุณภาพที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,816.32 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 14,177.51 ล้านบาทต่อปี)

กล่าวโดยสรุปแนวทางการส่งเสริมการเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวภาคฝั่งอ่าวไทยจากกลยุทธ์การเพิ่มรายจ่ายกรณีที่ 4 เป็นแนวทางที่เพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยได้สูงสุด และจาก 4 กรณีปัจจัยมีความสำคัญที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น คือ กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ดังนั้น แนวทางเพื่อการเพิ่มรายจ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย คือ การพัฒนากระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยวด้านต่างๆ ให้มีคุณภาพและความรวดเร็วมากขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ฝั่งอันดามัน

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากงานวิจัยนี้แบ่งแยกความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวเป็น 4 กรณีหลัก ๆ ดังที่กล่าวไว้ข้างต้น ดังนั้น เพื่อให้แนวทางการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดมีความชัดเจนมากขึ้น ผู้วิจัยจึงนำเสนอแยกเป็นรายกรณี ดังนี้

กรณีที่ 1: ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 11.88 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1243.42 บาทต่อคนโดยกรณีของนักท่องเที่ยวชาวไทย มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น หากนักท่องเที่ยวยังคงได้สัมผัสกิจกรรมโปรแกรมและจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม โดยมีปัจจัยทางการตลาด ด้านราคาการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่ม โดยกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ควรส่งเสริมได้แก่

1. การควบคุมหรือการกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว อันได้แก่ ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ราคาการเดินทาง และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม
 2. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ
 3. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว
- หากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่า รายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 428.77 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 75,729.99 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 2: โปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่เพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 25.63 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1011.77 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรม โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลผลิตทางด้านการท่องเที่ยว ช่องทางจัดจำหน่ายด้าน การท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม โดยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. สนับสนุนการพัฒนาผลผลิตทางด้านการท่องเที่ยว ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักรับและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว
 2. ส่งเสริมการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย อันได้แก่ ทำเลที่ตั้ง จุดการจัดจำหน่ายของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาระบบการจองที่พักและการเดินทาง ตลอดจนการพัฒนาผ่านช่องทางการขายที่หลากหลาย เช่น การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต ฯลฯ
 3. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยว
- ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 753.07 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 76,054.29 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 3: มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 24.38 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1323.99 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวยังคงมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลผลิตทางด้านการท่องเที่ยว การส่งเสริมทางการตลาดด้านการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่ง ทั้งนี้กลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ส่งเสริมการพัฒนาผลผลิตทางด้านการท่องเที่ยว ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักรับและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว

2. การมุ่งเน้นการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยว เพื่อสื่อสารและสร้างความรับรู้การท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันแก่นักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการมาและการกลับมาท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยว
3. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ
4. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยว
ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 937.64 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 76,238.85 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 4: มีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้เพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 31.62 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1486.42 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลผลิตด้านการท่องเที่ยว ช่องทางจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหาร และเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว
2. สนับสนุนการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย อันได้แก่ ทำเลที่ตั้ง จุดจำหน่ายของสถานบริการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาระบบการจองที่พักและการเดินทาง ตลอดจนการพัฒนาผ่านช่องทางการขายที่หลากหลาย เช่น การขายตรง การขายผ่านอินเทอร์เน็ต ฯลฯ
3. ส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ
4. ส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยว
ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,322.09 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 76,623.32 ล้านบาทต่อปี)

การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

จำนวนวันพักเป็นปัจจัยที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ทั้งฝั่งอ่าวไทยและอันดามัน แนวทางในการเพิ่มจำนวนวันพัก ด้วยการเสนอขายสินค้าท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพ่วงกับพื้นที่เมืองหลักหรือเมืองรองข้างเคียง เพื่อสร้างความน่าสนใจของสินค้าการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการขยายระยะเวลาวันพักและดึงดูดให้เกิด การใช้จ่ายมากขึ้น ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่ เมืองรอง เมืองรอง กระจายพื้นที่และช่วงเวลาในการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มจำนวนวันพัก นอกจากนี้ต้องมีการ

พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในการท่องเที่ยวเพื่อเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลักกับแหล่งท่องเที่ยวรองซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้นานขึ้น

การพัฒนาคุณภาพของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของภาคใต้

ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวในฝั่งอันดามันโดยส่วนใหญ่เต็มใจจ่ายเพิ่มหากมีบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีคุณภาพ โดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวในภาคใต้ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ดังนั้นการพัฒนาและเตรียมบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมารองรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของภาคใต้ที่กำลังเติบโตจึงเป็นสิ่งสำคัญ หากบุคลากรด้านการท่องเที่ยวมีคุณภาพ ราคาสินค้าท่องเที่ยวในภาคใต้สามารถยกระดับเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ได้ ในส่วนของฝั่งอ่าวไทยให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย โดยเฉพาะในกรณีที่ทุกอย่างมีการปรับปรุงซึ่งเป็นกรณีที่นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้นมากที่สุด จึงควรให้ความสำคัญกับการให้โรงแรม และภัตตาคารมีบริการที่ถูกต้องแม่นยำ โดยการพัฒนาคุณภาพบุคลากรของโรงแรม และภัตตาคาร

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว

ควรดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งในประเด็นต่าง ๆ เช่น ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักรับและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น เพื่อให้สอดคล้องกับระดับการให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เนื่องจากพบว่าผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวมีผลต่อความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในกรณีที่ 3 มีการปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเพื่อดำรงไว้รับความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยเรื่องแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ มุ่งค้นหาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ พื้นที่ศึกษาโครงการย่อย 1 และโครงการย่อย 2 สามารถสรุปผลการศึกษาในภาพรวมได้ ดังนี้

5.1 สรุปผลวิจัย

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

สถานการณ์การท่องเที่ยวและปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาภาคการท่องเที่ยวของภาคใต้มีการขยายตัวอย่างมาก ดัชนีการเจริญเติบโตของ GRP ของภาคใต้สะท้อนให้เห็นการเจริญเติบโตของภาคการท่องเที่ยวในภาคใต้ โดยภาคการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญกับเศรษฐกิจของกลุ่มภาคใต้ฝั่งอันดามันเมื่อเทียบกับฝั่งอ่าวไทย

เมื่อพิจารณาโครงสร้างของผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคใต้พบว่า เศรษฐกิจภาคใต้พึ่งพิงภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก อย่างไรก็ตามในช่วงต้นปี พ.ศ.2548 ภาคการท่องเที่ยวได้ทวีความสำคัญเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 4 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 12 ในปี พ.ศ.2558

ภาคใต้ฝั่งอันดามัน ผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมและภัตตาคารคิดเป็นร้อยละ 10 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 25 ในปี 2558 ในขณะที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ภาคการท่องเที่ยวมีความสำคัญน้อยกว่าฝั่งอันดามัน โดยผลิตภัณฑ์มวลรวมสาขาโรงแรมและภัตตาคาร คิดเป็นร้อยละ 3 ในปี พ.ศ.2548 เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 9 ในปี 2548

จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2549-2559 พบว่าในปี พ.ศ. 2559 จำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 47,534,371 คน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 3.51 ซึ่งมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 45,923,464 คน ซึ่งจากการนำข้อมูลจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้มาทำการพยากรณ์ โดยใช้เทคนิค Moving average 3 ปีเคลื่อนที่จะแสดงให้เห็นว่า ในปี พ.ศ. 2559 จะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้โดยเฉลี่ย เท่ากับ 41,742,799 คน และในปี พ.ศ. 2560 จะมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น เท่ากับ 45,045,602 คน

รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 รายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 166,735 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 7.46 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 155,162 ล้านบาท ส่วนรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 525,710 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 20.32 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเท่ากับ 436,912 ล้านบาท และรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 692,443 ล้านบาท มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 16.95 ซึ่งมีรายได้ของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 592,076 ล้านบาท

โครงสร้างของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2555 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 27,029,570 คน คิดเป็น 84.97% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2552 (จากร้อยละ 83.12 เป็น 84.97) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 4,779,778 คน คิดเป็น 15.03% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2552 (จากร้อยละ 16.88 เป็น 15.03) และในปี พ.ศ. 2559 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 36,917,557 คน คิดเป็น 77.66% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่ลดลงเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2555 (จากร้อยละ 84.97 เป็น 77.66) และมีจำนวนนักท่องเที่ยวเท่ากับ 10,616,814 คน คิดเป็น 22.34% ของจำนวนผู้เยี่ยมเยือน มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับปี พ.ศ.2555 (จากร้อยละ 15.03 เป็น 22.34)

ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2,965 บาทต่อคนต่อวัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 6.42 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2,786 บาท/คน/วัน ส่วนค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 2,489 บาท/คน/วัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 4.38 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเท่ากับ 2,384 บาทต่อคนต่อวัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 3,277 บาทต่อคนต่อวัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 6.60 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 3,074 บาทต่อคนต่อวัน

ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนในภาคใต้ระหว่างปี พ.ศ.2552-2559 พบว่าในปี พ.ศ.2559 ระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2.56 วัน มีอัตราการขยายตัวลดลงจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 0.67 ซึ่งมีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย เท่ากับ 2.57 วัน ส่วนระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 3.34 วัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 2.03 ซึ่งมีระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนชาวต่างประเทศเท่ากับ 3.28 วัน และระยะเวลาพำนักรเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศในปี พ.ศ.2559 เท่ากับ 3.02 วัน มีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2558 เท่ากับร้อยละ 1.22 ซึ่งมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ เท่ากับ 2.99 วัน

ปัจจัยที่มีผลกระทบด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวของภาคใต้ขยายตัวเพิ่มขึ้นตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในภาคใต้ โดยเฉพาะภาคใต้ฝั่งอันดามัน กลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนการท่องเที่ยวในภาคใต้คือกลุ่มนักท่องเที่ยวจีน นอกจากนี้ในส่วนของกลุ่มนักท่องเที่ยวไทยมีการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรองมากขึ้น ปัจจัยทั้งสองส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวในภาคใต้เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ความปลอดภัยเป็นปัจจัยเสี่ยงที่ส่งผลในด้านลบกับการท่องเที่ยวในภาคใต้ รวมถึงสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ภาคใต้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบสถานการณ์การท่องเที่ยวระหว่างภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ผลการศึกษาเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน ตารางที่ 5.1 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว	อ่าวไทย		อันดามัน	
	Mean	S.D	Mean	S.D
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1,856.67	2,367.29	5,105.45	5,485.05
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	1,648.35	1,519.29	4,239.27	4,425.03
-ค่าใช้จ่ายหมวดที่พัก	299.18	496.09	1,194.45	1,663.98
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	474.07	583.57	1,249.48	1,423.76
-ค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง	574.77	611.79	1,085.01	1,370.87
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	115.45	229.93	126.97	309.96
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	67.78	190.82	190.06	491.74
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อรักษาพยาบาล	1.73	17.36	48.43	420.34
-ค่าใช้จ่ายหมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว	14.04	53.62	48.99	145.79
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	101.33	277.86	295.89	755.70
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	9,822.34	8,347.45	10,132.79	8,008.27
-ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวทั้งหมด	4,411.64	3,444.26	5,101.79	3,982.53
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	888.20	558.06	1,832.55	1,376.60
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	595.38	1029.99	666.20	540.62
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	765.94	1,234.55	1,311.89	1,110.37
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	3,161.17	3,888.63	1,220.37	1,835.77

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของการท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

นักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยทั้งในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองและการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 1,856.67 บาทต่อคนต่อวัน นักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ย 5,105.45 บาทต่อคนต่อวัน ในภาพรวมนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยทั้งในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองและการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองในภาคใต้ฝั่งอันดามันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในทุกๆ หมวดสูงกว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมากที่สุด ในขณะที่นักท่องเที่ยวฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มมากที่สุด

ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ในภาพรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัว บาทต่อคนต่อวัน 10,132.79 บาทต่อคนต่อวัน สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอ่าวไทย 9,822.34 บาทต่อคนต่อวัน โดยค่าใช้จ่ายต่อหัวในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยแตกต่างจากฝั่งอันดามันอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

นักท่องเที่ยวทั้งฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายในหมวดการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำเที่ยวมากที่สุด รองลงมาได้แก่ หมวดอาหารและเครื่องดื่ม ตามลำดับ

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

นักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเกือบสองเท่าตัวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในกรณีการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์โดยนักท่องเที่ยวไทยในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตารางที่ 5.2 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

รายการ	นักท่องเที่ยวไทยฝั่งอ่าวไทย		นักท่องเที่ยวไทยฝั่งอันดามัน	
	Mean	S.D	Mean	S.D
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว	1,433.86	1,326.49	2,405.26	2,661.64
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองเฉลี่ย (บาทต่อคนต่อวัน)	1,409.35	1,299.45	2,187.62	2,251.90
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวเกี่ยวกับบริษัทนำเที่ยวเฉลี่ย (บาทต่อคนต่อวัน)	3,790.48	1,860.28	5,536.39	5,292.03

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 5.3 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ ฝั่งอ่าวไทย		นักท่องเที่ยวต่างชาติ ฝั่งอันดามัน	
	Mean	S.D	Mean	S.D
ค่าใช้จ่ายทั้งหมดที่เดินทางมาท่องเที่ยว	3,853.27	4,362.74	7,805.64	6,208.38
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ตัวเองเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	2,885.65	1,927.04	6,705.19	5,090.90
-ค่าใช้จ่ายหมวดที่พัก	826.00	836.25	2,009.92	1,893.68
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	541.77	469.82	1,884.38	1,710.70
-ค่าใช้จ่ายหมวดการเดินทาง	938.68	736.19	1,778.82	1,717.68
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	86.42	166.17	183.73	382.47
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	200.42	252.98	272.29	587.48
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อรักษาพยาบาล	10.67	42.16	94.77	616.83
-ค่าใช้จ่ายหมวดค่าธรรมเนียมสถานที่ท่องเที่ยว	50.96	103.20	48.19	139.13
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	230.74	385.41	433.09	894.23
ค่าใช้จ่ายรวมในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัท นำเที่ยวเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	12,838.27	8,730.18	11,438.59	8,187.79
-ค่าใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวโดยบริษัทนำ เที่ยวทั้งหมด	5,669.85	3,568.87	5,719.29	4,093.90
-ค่าใช้จ่ายหมวดอาหารและเครื่องดื่ม	1,042.42	569.52	2,057.52	1,407.61
-ค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก	759.74	1,237.44	748.51	517.17
-ค่าใช้จ่ายหมวดเพื่อความบันเทิง	1,038.20	1,442.08	1,524.66	1,064.16
-ค่าใช้จ่ายหมวดอื่นๆ	4,328.06	4,325.58	1,388.61	2,010.76

นักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยสูงกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยในกรณีที่เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตัวเองค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอันดามันสูงกว่าค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในกรณีการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัททัวร์โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติในฝั่งอันดามันมีค่าใช้จ่ายต่อหัวเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวไทยในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการศึกษาเปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ความเต็มใจจ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

จากการสุ่มตัวอย่างจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและภาคใต้ฝั่งอันดามัน แบ่งตามกรณีความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว 4 กรณี โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
2. กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน ท่านจะเต็มใจจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
3. กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิมท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่
4. กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วันท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่

ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

ความเต็มใจจ่ายแบ่งตามกรณีออกเป็น 4 กรณี พบว่า

กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 22.33 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 959.45 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 28.96 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,061.03 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 41.87 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,028.40 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 49.27 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,196.39 บาทต่อคนต่อวัน

ในภาพรวมสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เต็มใจจ่ายเพิ่มเพิ่มขึ้นจากกรณีที่ 1 ไปถึง กรณีที่ 4 ความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่ำที่สุดในกรณีทุกอย่างเหมือนเดิม ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยสูงที่สุดในกรณีมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นและเพิ่มจำนวนวันพัก 1 วัน

ความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ความเต็มใจจ่ายแบ่งตามกรณีออกเป็น 4 กรณี พบว่า

กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอันดามันเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 11.9 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,243.42 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอันดามันเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 25.6 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,011.77 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอันดามันเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 24.4 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,323.99 บาทต่อคนต่อวัน

กรณีที่ 4 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยเต็มใจจ่าย คิดเป็นร้อยละ 31.6 ทั้งนี้ในกรณีที่เต็มใจจะจ่ายเพิ่มเติมใจจ่ายเพิ่มเติมเฉลี่ย 1,486.42 บาทต่อคนต่อวัน

ผลการศึกษาเปรียบเทียบความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

นักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน มีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 4 มากที่สุด รองลงมาได้แก่ กรณีที่ 2 ในขณะที่นักท่องเที่ยวไทยในฝั่งอันดามันมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 3 สูงที่สุดรองลงมาได้แก่ กรณีที่ 1

ตารางที่ 5.4 แสดงความเต็มใจจ่ายนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ความเต็มใจจ่ายโดยเฉลี่ย	อ่าวไทย			อันดามัน			t
	ร้อยละ	Mean	S.D	ร้อยละ	Mean	S.D	
ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	22.33	959.45	2311.69	11.90	1,243.42	1,205.47	-1.121
สำหรับทริปนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	38.96	1,061.03	2,109.70	25.60	1,011.77	1,001.90	0.360
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	41.87	1,028.40	2,301.64	24.40	1,323.99	1,255.37	-1.659
สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นเฉลี่ย (บาท)	49.27	1,196.39	2,346.22	31.60	1,486.42	1,515.65	-1.751

* ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($P \leq 0.05$)

จากตารางที่ 5.4 แสดงความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายในกรณีที่ 4 สูงที่สุด รองลงมาได้แก่กรณีที่ 2 ในขณะที่ฝั่งอันดามัน พบว่านักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายมากที่สุดในกรณีที่ 4 รองลงมาได้แก่ กรณีที่ 3

ผลการศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่าย

ตารางที่ 5.5 ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและภาคใต้ฝั่งอันดามัน

ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน
อายุ	สัญชาติ
เพศ	รายได้
สัญชาติ	จำนวนวันท่องเที่ยว
รายได้	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
จำนวนวันท่องเที่ยว	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
การส่งเสริมทางการตลาด	ลักษณะทางกายภาพ

ตารางที่ 5.6 ปัจจัยที่มีผลต่อความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

กรณีที่ 1 จำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

อ่าวไทย	อันดามัน
เพศ	สัญชาติ
ช่องทางการจัดจำหน่าย	ราคา
กระบวนการให้บริการ	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว

กรณีที่ 2 กิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

อ่าวไทย	อันดามัน
อายุ	สัญชาติ
เพศ	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
สถานภาพสมรส	ช่องทางการจัดจำหน่าย
ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ลักษณะทางกายภาพ
ราคา	
การส่งเสริมทางการตลาด	

กรณีที่ 3 การพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

อ่าวไทย	อันดามัน
เพศ	อายุ
ระยะเวลาการท่องเที่ยว	สัญชาติ
ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว	ผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว
	การส่งเสริมการตลาด
	บุคลากรการท่องเที่ยว
	ลักษณะทางกายภาพ

กรณีที่ 4 หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

อ่าวไทย	อันดามัน
อายุ	เพศ
เพศ	สัญชาติ
ระยะเวลาการท่องเที่ยว	ระยะเวลาการท่องเที่ยว
กระบวนการให้บริการ	ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว
	ช่องทางการจัดจำหน่าย
	บุคลากรด้านการท่องเที่ยว
	ลักษณะกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อหาแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ผลการศึกษาแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ แบ่งออกเป็นแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน และแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวในภาคใต้ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย

การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในหมวดที่มีศักยภาพ มุ่งเน้นในการส่งเสริมให้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นของค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกและของฝากเนื่องจากยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงมากนัก

การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว การร่วมมือกันหลีกเลี่ยงการแข่งขันกันตัดราคาจะช่วยให้ค่าใช้จ่ายในหมวดที่พักเพิ่มขึ้นสะท้อนค่าใช้จ่ายที่แท้จริงการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อยกระดับราคาสินค้าให้สอดคล้องกับความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยว ซึ่งในท้ายที่สุดผู้ประกอบการสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น โดยไม่ต้องเน้นการเพิ่มขึ้นของปริมาณนักท่องเที่ยว

การขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติ นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวไทยและมีความเต็มใจจ่ายในราคาที่สูงกว่าโดยไม่ต้องปรับปรุงอะไร แสดงให้เห็นว่าการปรับราคาขึ้นให้สอดคล้องกับความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวจะทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวเพิ่มขึ้นและรายได้แก่ผู้ประกอบการเพิ่มขึ้นในที่สุด จึงควรมุ่งเน้นในการขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติให้เข้ามาท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยให้เพิ่มมากขึ้น

การขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X และ กลุ่ม Gen Y ควรมุ่งขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X เนื่องจากเป็นกลุ่มวัยทำงาน ที่มีกำลังซื้อสูง และ กลุ่ม Gen Y ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการออกไปท่องเที่ยวบ่อยกว่ากลุ่มอื่นๆ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen Y มีความเต็มใจที่จ่ายและเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวควรขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (กลุ่ม First Visitor) ในส่วนของนักท่องเที่ยวไทยมีการดำเนินการตลาดเชิงรุกในการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามภาค ทั้งในการให้เข้ามาในพื้นที่ท่องเที่ยวหลัก และการส่งเสริมการเข้ามาท่องเที่ยวในเมืองรองของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติควรดำเนินการในลักษณะเชิงรุกในการส่งเสริมนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง

เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวครอบครัวในกลุ่มประชาคมอาเซียน นักท่องเที่ยวจีนกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง นักท่องเที่ยวมุสลิมในกลุ่มประชาคมอาเซียน รวมทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาจากตลาดใหม่

การเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาวพักผ่อน โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาวันหยุดเทศกาลและวันลา เป็นกลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวควรหันมาส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลโดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวไทย และการท่องเที่ยววันหยุดยาวพักผ่อนในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติ ควรดำเนินการส่งเสริมให้มีการจัดเทศกาลต่างๆ ในเมืองท่องเที่ยวหลักและเมืองรองเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวและการจัดกิจกรรมและเทศกาลนอกฤดูท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ได้ตลอดปี

การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษและมีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา คู่รัก ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มมีแนวโน้มเป็นนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูง แนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ควรมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและการท่องเที่ยวเพื่อกิจกรรมกีฬา รวมทั้งการทำตลาดคู่รัก

การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย การเพิ่มจำนวนวันพักในพื้นที่ด้วยการเสนอขายสินค้าท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยพ่วงกับพื้นที่เมืองหลักหรือเมืองรองข้างเคียง ส่งผลต่อการขยายระยะเวลาวันพักและดึงดูดให้เกิดการใช้จ่ายมากขึ้น ส่งเสริมการกระจายตัวของนักท่องเที่ยวสู่พื้นที่รองตามศักยภาพของพื้นที่

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการท่องเที่ยวคุณภาพ การจัดการด้านอุปทานจะทำให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยสามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวและใช้กลไกราคาในการคัดนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายสูงและมีคุณภาพ

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

เพื่อนำเสนอแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน สามารถนำเสนอแนวทางได้ดังนี้ หากต้องการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ทางหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนควรมุ่งเน้นที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะทำให้มีค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวต่อหัวสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีรายได้สูงเนื่องจากรายได้ที่สูงขึ้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นรวมทั้งยังสามารถเพิ่มจำนวนวันพำนักรับรองได้อีกด้วย พร้อมกันนี้ควรดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวทั้งในประเด็นต่างๆ เช่น ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ควรมีการตรวจสอบและกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เหมาะสม อีกทั้งยังต้องมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและยินดีกับการจ่ายค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ สามารถนำเสนอแนวทางได้ดังนี้

การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวของภาคใต้

ในปัจจุบันมีการแข่งขันกันตัดราคาในธุรกิจโรงแรมที่พัก ทำให้เกิดการสูญเสียรายได้ที่ควรจะได้จากนักท่องเที่ยว แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวที่ต้องดำเนินการคือการกำกับดูแลผู้ประกอบการในธุรกิจที่พักในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีการปฏิบัติตามกฎหมายอย่างถูกต้อง รวมถึงการกำกับควบคุมดูแลมาตรฐานที่พัก

การวิจัยพัฒนาของที่ระลึกหรือของฝากเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

มุ่งเน้นในการส่งเสริมให้มีการกระตุ้นค่าใช้จ่ายใน หมวดของที่ระลึกและของฝาก จึงควรส่งเสริมให้มีการเพิ่มมูลค่าสินค้าเหล่านี้ดำเนินการส่งเสริมพัฒนาและเพิ่มมูลค่า ของที่ระลึกและของฝากเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้ามาจับจ่ายใช้สอยซื้อของฝากหรือของที่ระลึกกลับไป

การปรับปรุง ดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในภาคใต้ ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายควรมีการปรับปรุง ดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว รวมทั้งการจัดเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมเพื่อนำมาดูแลพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืน เพื่อให้เกิดการสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้ประโยชน์ทรัพยากรในพื้นที่ ยกย่องมูลค่าสินค้าท่องเที่ยวซึ่งสร้างรายได้เพิ่มขึ้นมหาศาลมากกว่าการเน้นที่ปริมาณนักท่องเที่ยว

การเน้นการตลาดในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง

การจับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะเป็นการช่วยให้เกิดการใช้จ่ายได้มากขึ้นกว่านักท่องเที่ยวทั่วไป โดยเน้นการส่งเสริมการตลาดในฝั่งอ่าวไทย และผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของการท่องเที่ยวในฝั่งอันดามัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ตารางที่ 5.7 แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ฝั่งอันดามันและภาคใต้

ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน	ภาคใต้
การกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในหมวดที่มีศักยภาพ	มุ่งเน้นตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติ	การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวของภาคใต้
การขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่ม Gen X และ กลุ่ม Gen Y	มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวรายได้สูง	การวิจัยพัฒนาของที่ระลึกหรือของฝากเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว
การเจาะตลาดและขยายฐานนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย (กลุ่ม First Visitor)	การเพิ่มจำนวนวันพัก	การปรับปรุง ดูแล พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในภาคใต้ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความยั่งยืน
การขยายฐานนักท่องเที่ยวต่างชาติ	การดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยว	การเน้นการตลาดในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวมีศักยภาพในการใช้จ่ายสูง
การยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยว	การตรวจสอบและกำหนดราคาสินค้าและบริการการท่องเที่ยวให้เหมาะสม	การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ฝั่งอ่าวไทย	ฝั่งอันดามัน	ภาคใต้
การเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยการส่งเสริมการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลและวันหยุดยาวพักผ่อน	การพัฒนายกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว	การพัฒนาลักษณะทางกายภาพและการให้บริการของบุคลากรในภาคการท่องเที่ยวของภาคใต้
การส่งเสริมการท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจพิเศษและมีแนวโน้มเป็นกลุ่มที่มีค่าใช้จ่ายต่อหัวสูง		
การเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย		
การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว		

5.2 อภิปรายผล

ผลการศึกษาค่าใช้จ่ายต่อหัวและความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ พบว่าสินค้าท่องเที่ยวในภาคใต้ยังสามารถยกระดับราคาสินค้าขึ้นได้อีกเพื่อให้สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงที่ผ่านกลไกราคา เนื่องจากการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคใต้ในบางพื้นที่เป็นการแข่งขันด้านราคามากกว่าด้านคุณภาพ นอกจากนี้การกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวหลักทำให้เกิดความแออัดและส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยว การจัดเก็บค่าธรรมเนียมซึ่งจะส่งผลทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจะเป็นการช่วยสะท้อนต้นทุนที่แท้จริงที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ โดยใช้การจัดเก็บค่าธรรมเนียมเพื่อนำมาดูแล พื้นฟู และรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้มีความยั่งยืน โดยนักท่องเที่ยวมีความเต็มใจจ่ายหรือจ่ายเพิ่มขึ้นหากมีการปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาความเต็มใจจ่ายสะท้อนให้เห็นว่าผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในภาคใต้สามารถยกระดับราคาสินค้าท่องเที่ยวขึ้นได้อีกหากมีการปรับปรุงทุกอย่างให้ดีขึ้นโดยเฉพาะการสร้างการท่องเที่ยวได้มาตรฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพซึ่งมุ่งเน้นคัดกรองคุณภาพนักท่องเที่ยวซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อหรือแนวโน้มในการใช้จ่ายสูงมากกว่าการเน้นปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่ ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบยั่งยืนจะช่วยสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้เพิ่มขึ้นควบคู่ไปกับการรักษาสมดุลให้กับธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยว

เพื่อให้เห็นภาพแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวในแต่ละกรณีของฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน

ฝั่งอ่าวไทย

กรณีที่ 1 สำหรับทริปนี้ ถ้าจำนวนวัน โปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 22.33 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 959.45 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวยังคงได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรมและจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม โดยมีปัจจัยทางการตลาด ได้แก่ ช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว และกระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม ทั้งนี้กลยุทธ์ทางการตลาดที่ควรส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของการท่องเที่ยว อันได้แก่ การพัฒนาการเดินทางเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การมีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายช่องทางด้านที่พัก

2. ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ได้แก่การส่งเสริมให้โรงแรมและร้านอาหารมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 754.87 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,116.07 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 2 สำหรับทริปนี้ถ้าโปรแกรมและกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมแต่ให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 38.96 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,061.03 บาทต่อคน หากนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกิจกรรม โปรแกรม โดยมีจำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ราคาการท่องเที่ยว และการส่งเสริมทางการตลาดของการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม โดยกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มรายจ่ายด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่

1. การกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ราคาที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม ราคาการเดินทาง และราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสม

2. การมุ่งเน้นส่งเสริมการตลาดของการท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสื่อสารและสร้างความรับรู้ด้านท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยแก่นักท่องเที่ยว และเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการมาและการกลับมาท่องเที่ยว รวมถึงการส่งเสริมการขายด้านการท่องเที่ยว อันได้แก่ ความน่าเชื่อถือของข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว มีแหล่งข้อมูลที่หลากหลายด้านที่พัก แหล่งข้อมูลหลากหลายแหล่งท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,357.21 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 3 สำหรับทริปนี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม

นักท่องเที่ยวร้อยละ 41.87 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,028.40 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวยังคงมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเหมือนเดิม ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ได้แก่ ผลลัพธ์ทางการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว คือ กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ในประเด็นต่างๆ ได้แก่ ชื่อเสียง คุณภาพ สภาพความสะดวกสบาย ความสวยงาม คุณภาพของที่พักและบริการ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว รสชาติของอาหารและเครื่องดื่ม ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยวเป็นต้น โดยเฉพาะความสวยงามและความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,467.89 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 13,718.41 ล้านบาทต่อปี)

กรณีที่ 4 สำหรับทริปปี้หากมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่ให้ท่านเพิ่มจำนวนวันท่องเที่ยวอีก 1 วัน

นักท่องเที่ยวร้อยละ 49.27 มีความเต็มใจด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,196.39 บาทต่อคน หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงด้านการท่องเที่ยวทุกอย่างให้ดีขึ้น โดยนักท่องเที่ยวมีจำนวนวันที่ได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 วัน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ คือ กระบวนการให้บริการของการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวพร้อมกำหนดขั้นตอนการบริหารของแหล่งท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย โรงแรมและภัตตาคารมีการให้บริการที่แม่นยำถูกต้อง และแหล่งท่องเที่ยวมีการให้บริการที่ถูกต้องแม่นยำ ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ควรมีการพัฒนากระบวนการในการให้บริการด้านต่างๆ ให้มีความรวดเร็วและมีคุณภาพที่ดีขึ้นเพื่อสร้างความประทับใจและความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว

ดังนั้นหากทางภาครัฐและผู้ที่เกี่ยวข้องได้ดำเนินการทำตามกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวข้างต้น คาดการณ์ได้ว่ารายจ่ายด้านการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในฝั่งอ่าวไทยจะมีรายจ่ายเพิ่มขึ้น 1,816.32 ล้านบาทต่อปี (หรือจากเดิม 12,361.20 ล้านบาทต่อปีเพิ่มขึ้นเป็น 14,177.51 ล้านบาทต่อปี)

ฝั่งอันดามัน

1.ข้อเสนอแนะสำหรับกรณีที่ 1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการควบคุมหรือกำหนดราคาของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เช่น ที่พัก อาหาร เครื่องดื่ม การคมนาคม เป็นต้น ให้มีความเหมาะสม รวมทั้งส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยว โรงแรม ภัตตาคาร และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องทุกระดับ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย เนื่องจากพบว่า ปัจจัยด้านราคาการท่องเที่ยว บุคลากรด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว มีผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งมีนักท่องเที่ยวร้อยละ 11.88 เต็มใจจ่ายเพิ่มขึ้น 1,243.42 บาทต่อคน ส่งผลให้ภาคใต้ฝั่งอันดามันจะมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 428.77 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเป็น 75,729.99 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปี

2.ข้อเสนอแนะสำหรับกรณีที่ 2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว อาทิ ชื่อเสียง คุณภาพ ความสวยงาม และส่งเสริมพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยวให้สามารถเข้าถึงได้ง่ายขึ้น เช่น การพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายระบบออนไลน์ที่เชื่อถือได้และความปลอดภัย เป็นต้น รวมทั้งควรพัฒนาและปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวประกอบด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ในกรณีนี้มีนักท่องเที่ยวร้อยละ 25.63 มีความเต็มใจที่จะจ่ายเพิ่มขึ้น 1,011.77 บาทต่อคน โดยมีปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ช่องทางการจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยว และลักษณะทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่ม ซึ่งหากดำเนินการได้ดังข้างต้น จะทำให้พื้นที่ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 753.07 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเป็น 76,054.29 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปี

3.ข้อเสนอแนะสำหรับกรณีที่ 3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่น คุณภาพ ความสะอาดสบาย ความสวยงาม ความหลากหลายของกิจกรรม ความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติ

ในแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น โดยใช้การส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสร้างการรับรู้การท่องเที่ยวของภาคใต้ฝั่งอันดามันและเพื่อเพิ่มแรงจูงใจในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ รวมทั้งควรมีการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ และพัฒนาปรับปรุงลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบต่างๆ ของการท่องเที่ยวด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยดังกล่าวส่งผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่มของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน ซึ่งการดำเนินการดังกล่าว จะทำให้นักท่องเที่ยวร้อยละ 24.38 มีความเต็มใจจ่ายด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,323.99 บาทต่อคน และในภาพรวมจะทำให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 937.64 ล้านบาทต่อปี หรือ เพิ่มขึ้นเป็น 76,238.85 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ล้านบาทต่อปี

4.ข้อเสนอแนะสำหรับกรณีที่ 4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว เช่นเดียวกันกับกรณีก่อนหน้านี้ ทั้งในประเด็นด้านคุณภาพ ความสะดวกสบาย ความสวยงาม ที่พัก ความหลากหลายของกิจกรรม และความสมบูรณ์ของทรัพยากรธรรมชาติในแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งควรพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายทางการท่องเที่ยว เช่น การพัฒนาระบบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวออนไลน์ที่ปลอดภัยและเชื่อถือได้ เป็นต้น รวมทั้งควรส่งเสริมการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานและเจ้าหน้าที่ด้านการท่องเที่ยวทุกระดับ และปรับปรุงพัฒนาลักษณะทางกายภาพขององค์ประกอบทางการท่องเที่ยวร่วมด้วย เนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยดังกล่าวมามีผลต่อการตัดสินใจจ่ายเพิ่มของนักท่องเที่ยว และหากดำเนินการได้สำเร็จจะทำให้มีรายได้ทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1,322.09 ล้านบาทต่อปี หรือเพิ่มขึ้นเป็น 76,623.32 ล้านบาทต่อปี จากเดิม 75,301.22 ต่อปี

ผลการศึกษาแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้สะท้อนให้เห็นว่าแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ควรดำเนินการควบคู่ไปกับการปรับปรุงด้านอุปทานการท่องเที่ยว โดยมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับเพื่อคัดกรองนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีแนวโน้มในการใช้จ่ายสูงและมีความเต็มใจจ่าย ดังนั้นเพื่อให้ภาคการท่องเที่ยวของภาคใต้มีค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเพื่อสร้างรายได้เข้าประเทศควรให้ความสำคัญในการดำเนินนโยบายด้านอุปทานการท่องเที่ยวคู่ไปกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กรกฎ สุขสถิตย์. (2546). *ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของการท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในประเทศไทย*, (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์.
- กัลยา บุปผา. (2545). *ปัจจัยที่กำหนดจำนวนและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย กรณีศึกษา: นักท่องเที่ยวญี่ปุ่น*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์.
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- จุฬารัตน์ โฆษโก, สุนีย์ วรกุลชัยวัฒน์, จุฬารัตน์ คชสารทักษิณ และ จิตรา ช่วยพันธ์. (2558). การพัฒนาภาคการท่องเที่ยวเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจภาคใต้. สืบค้นเมื่อ 1 สิงหาคม 2561, จาก <https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/DocLib.pdf>
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2556). *การวางแผนและการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 11) กรุงเทพมหานคร : มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ณัฐพร เกิดกลาง, ชมพูนุช เพิ่มพูนวิวัฒน์ และ พิสมัย จารุกิตติพันธ์ (2553). พฤติกรรมการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา*, 2(1), 78-88.
- ตุลยา วุฒิปรีชา (2549). *พฤติกรรมการเดินทางและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้สายการบินต้นทุนต่ำในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, คณะเศรษฐศาสตร์.
- ธงชัย ฐิบัติวิริยะ. (2541). *อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวภายในปี พ.ศ. 2530-2540*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- น้ำฝน จันทรนวล. (2555). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาท่องเที่ยวเมืองไทย*. กรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยนานาชาติแอสแตมฟอร์ด.
- นิตา ชัยกุล. (2551). *อุตสาหกรรมท่องเที่ยว*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2543). *การจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว*. เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปวิธ วิชชุตา. (2539). *ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.
- ปวีณา โทณแก้ว. (2542). *ปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย*. (วิทยานิพนธ์), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ปุนณรัตน์ มณีบุตร. (2547). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์.

- ภูษณิศ สุพัฒน์. (2549). *การวิเคราะห์รายจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยในเทศกาลสงกรานต์*. (วิทยานิพนธ์), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มาลีรัตน์ สุขศรี. (2540). *การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้ามาสู่ประเทศไทยโดยทางอากาศ*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- มิ่งสรรพ ขาวสะอาด และคณะ. (2556). *เศรษฐศาสตร์ว่าด้วยการท่องเที่ยว*. เชียงใหม่ : สถาบันศึกษานโยบายสาธารณะ.
- รุจิรา คุณเลิศ. (2550). *ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติภายในจังหวัดเชียงใหม่*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- วรรณาสีลปออาษา. (2545) *การแบ่งส่วนตลาด การกำหนดตลาดเป้าหมาย และการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว หน่วยที่ 3 เอกสารการสอนชุดวิชา กลยุทธ์การตลาดใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช นนทบุรี 2545. สืบค้นเมื่อ 10 เมษายน 2560, จาก*
<http://lib.dtc.ac.th/article/tourism/0004.pdf>
- วสุวัฒน์ หลักฐาน. (2554). *การประเมินมูลค่าความเต็มใจจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพื่อการอนุรักษ์อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย จังหวัดเชียงใหม่*. ((วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สมชาย เกษศรี. (2550). *การศึกษาอุปสงค์ของนักท่องเที่ยวสำหรับจังหวัดสิงห์บุรี*. (วิทยานิพนธ์), มหาวิทยาลัยขอนแก่น, วิทยาลัยการปกครองส่วนท้องถิ่น.
- สุนันท์ ประสิทธิ์วัฒนเสรี (2538). *สถิติวิเคราะห์ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือประเทศไทย*. (วิทยานิพนธ์). เชียงใหม่. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- สุจิตรา เจริญศุภกร. (2546). *ปัจจัยกำหนดอุปสงค์การท่องเที่ยวของคนไทยในจังหวัดขอนแก่น*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาเศรษฐศาสตร์.
- สุธาทิพย์ สุขพັນศรีกุล. (2549). *การวิเคราะห์ผลของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยที่มีต่อเศรษฐกิจไทย: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามภูมิภาค*. (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- อดุลย์ จาตุรงค์กุล. (2546). *การบริหารการตลาด กลยุทธ์และยุทธวิธี*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อักรพงศ์ อินทอง และ มิ่งสรรพ ขาวสะอาด. (2554). *การวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาว วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์ 29 (2), 1-34.*
- อัจฉรา สมบัตินนทนา. (2555). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย*. (สารนิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การจัดการ.
- อุบลรัตน์ จันทรังษ์, กัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล รัตติยากร ลิ้มณตชัย และ ประภัสสร แสงสุขสันต์. (2558). *ทำอย่างไรให้ภาคการท่องเที่ยวขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยได้อย่างยั่งยืน*. สืบค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2562, จาก
https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/EconomicConditions/AAA/Paper_TourismEngineGrowth.pdf
- เอกวัฒน์ เดชสกุล. (2550). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย: กรณีศึกษานักท่องเที่ยวเกาหลีใต้และญี่ปุ่น*. (วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต), มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

- Agarwal, V.B., and Yochum, G.R. (1999). Tourist spending and race of visitors. *Journal of Travel Research*, 38(2) 173–176
- Craggs, R., and Schofield, P. (2009). Expenditure-based segmentation and visitor profiling at The Quays in Salford, UK. *Tourism Economics*, 15 (1). 243-260.
- Crouch, G.I. (1994). The Study of international tourism demand: a review of findings. *Journal of Travel Research*, 33(1). 41-54
- Gyte, D., and Phelps, A. (1989). Patterns of destination repeat business: British tourists in Mallorca, Spain', *Journal of Travel Research*, 28(1) 24–28
- Jang, S., and Ham, S. (2009). A double-hurdle analysis of travel expenditure: baby boomer seniors versus older seniors. *Tourism Management*, 30(3). 372–380.
- Kim, W.G., Kim, T., Gazzoli, G., Park, Y., Kim, S.H. and Park, S.S. (2011). Factors affecting the travel expenditure of visitors to Macau, China. *Tourism Economics*, 17 (4). 1-27.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and Buyer behavior* (The Millennium). New Jersey: Prentice Hall.
- Laesser, C., and Crouch, G.I. (2006). Segmenting markets by travel expenditure patterns: the case of international visitors to Australia. *Journal of Travel Research*, 44(4) 397–406.
- Mok, C., and Iverson, T. J. (2000). Expenditure-based segmentation: Taiwanese tourists to Guam. *Tourism Management*, 21(2000). 299-305.
- Perez, E. A., and Juaneda, S. C. (2000). Tourist expenditure for mass tourism markets, *Annals of Tourism Research*, 27(3). 624-637.
- Song, H., Witt, S.F. and Li, G. (2003). Modelling and forecasting the demand for Thai tourism. *Tourism Economics*, 9(4). 363-387.
- Spotts, D.M., and Mahoney, E.M. (1991). Segmenting visitors to a destination region based on the volume of their expenditures. *Journal of Travel Research*, 29(1) 24–31.
- Soteriades, M.D., and Arvanitis, S.E. (2006). Expenditure patterns by travel party size: British and German tourists on Crete, Greece. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 17(2) 169–187
- Wang, Y., Rompf, P., Severt, D., and Peerapatdit, N. (2006). Examining and identifying the determinants of travel expenditure patterns. *International Journal of Tourism Research*, 8(5) 333–346
- Wang, Y. and Davidson, M.C.G. (2010) Chinese holiday makers' expenditure: Implications for marketing and management. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 19 (4). 373-396.

ภาคผนวก ก

แนวทางการสนทนากลุ่ม

แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อยอดของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

คำนำ: แนวทางการสนทนากลุ่มฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ในกำหนดแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อยอดของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ 8 จังหวัด ได้แก่ ชุมพร สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ภูเก็ต พังงา กระบี่ และตรัง ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานวิจัยเรื่องแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อยอดของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ โดยได้รับสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) โดยมี ดร. ภาสกร ธรรมโชติ เป็นหัวหน้าแผนงานวิจัย ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่มครั้งนี้จะนำเสนอเฉพาะผลผ่านการวิเคราะห์ประมวลผลแล้วเท่านั้น จะไม่นำเสนอข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบ ดังนั้นข้อมูลส่วนบุคคลของท่านเก็บเป็นความลับ ผู้วิจัยจึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความร่วมมือในการร่วมสนทนากลุ่มจากท่านเป็นอย่างดี ขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

คำถาม: แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวพำนักรถเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

คำถาม: แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มสตรี แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวกลุ่มสตรี ในปัจจุบันมีอะไรบ้าง และควรมีการดำเนินการอย่างไร

[illegible]

คำถาม: แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว กลุ่มที่มีการใช้จ่ายน้อยเพื่อกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นควรเป็นอย่างไร

This image shows a single sheet of white paper with horizontal ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

คำถาม: แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว การเพิ่มค่าใช้จ่ายในหมวดของที่ระลึกของฝากควรดำเนินการอย่างไร

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

คำถาม: แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว การเชื่อมโยงการท่องเที่ยวชุมชนกับแหล่งท่องเที่ยวหลักเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวควรดำเนินการอย่างไร

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is no handwriting or other markings on the paper.

คำถาม: 1. แพกเกจการท่องเที่ยวที่คุ้มค่า ควรเป็นอย่างไร

2. แพกเกจการท่องเที่ยวที่ปลอดภัยสะดวกสบาย ควรเป็นอย่างไร

3. แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวข้ามภาคควรเป็นอย่างไร

This image shows a single sheet of white paper with horizontal blue or grey ruling lines. The lines are evenly spaced and run across the width of the page. There is a vertical margin line on the left side, creating a narrow left margin. The paper appears to be from a notebook or a standard writing template.

การประชุมเชิงปฏิบัติการแผนงานวิจัย
วันที่ 22 พฤษภาคม 2561
ณ ห้องโทรทอง โรงแรมกระบี่รีสอร์ท จ.กระบี่



แผนการดำเนินการ

1. ประชุมกลุ่มย่อย และสัมภาษณ์เชิงลึก
 2. เก็บข้อมูลภาคสนาม 8 จังหวัด 1,600 ตัวอย่าง
 3. วิเคราะห์เชิงคุณภาพ
 4. วิเคราะห์ประมวลผลข้อมูล
 - ค่าใช้จ่ายต่อหัว และปัจจัยกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัว
 - ความเต็มใจที่จะจ่าย Willingness to pay
 - อุปสงค์นักท่องเที่ยว
 5. แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว และข้อเสนอแนะเชิงตลาด

ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้



ปัจจัยประชากรศาสตร์



1. รายได้



2. สภาพคล่อง



3. รูปแบบการใช้จ่าย



4. อาชีพ



5. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้



ปัจจัยท่องเที่ยว



1. ราคาสินค้าและบริการ



2. ระยะเวลาพำนักร



3. ความปลอดภัย



4. ประเภทที่พัก



5. แอปพลิเคชันท่องเที่ยว

ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้



ปัจจัยอื่นๆ



1. สภาพเศรษฐกิจ



2. ฤดูกาล



3. นโยบายรัฐบาล



4. สถานการณ์การเมือง



5. ราคาสัมพัทธ์

ปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้

ฝั่งอำเภอไทย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยท่องเที่ยว	ปัจจัยอื่นๆ
1. รายได้	1. ความปลอดภัย	1. สภาพเศรษฐกิจ
2. สภาพคล่อง	2. ราคาสินค้าและบริการ	2. ฤดูกาล
3. อาชีพ	3. สิ่งอำนวยความสะดวก	3. นโยบายของรัฐบาล
4. จำนวนสมาชิกในครัวเรือน	4. ประเภทของที่พัก	4. สถานการณ์การเมือง
5. รูปแบบการใช้จ่าย	5. ระยะเวลาพำนักร	5. อัตราอาชญากรรม



ฝั่งอันดามัน

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	ปัจจัยท่องเที่ยว	ปัจจัยอื่นๆ
1. รายได้	1. ราคาสินค้าและบริการ	1. ฤดูกาล
2. รูปแบบการใช้จ่าย	2. ระยะเวลาเข้าพัก	2. สภาพเศรษฐกิจ
3. อาชีพ	3. แหล่งการท่องเที่ยว	3. นโยบายของรัฐบาล
4. ประเทศที่อาศัย	4. ประเภทของที่พัก	4. สถานการณ์การเมือง
5. อาชีพ	5. ช่วงเวลาวันหยุด	5. ราคาสัมพัทธ์





กิจกรรมที่ 1 การประชุมวางแผนงานวิจัยร่วมกับโครงการย่อย

การประชุมชี้แจงโครงการแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ จัดขึ้นเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2560 ที่โรงแรมวังใต้ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีหัวหน้าแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการย่อยที่ 1 หัวหน้าโครงการย่อยที่ 2 นักวิจัยร่วมโครงการย่อยที่ 1 และโครงการย่อยที่ 2 และผู้ช่วยวิจัยของแผนงานวิจัยและโครงการย่อยเข้าร่วมการประชุม โดยในการประชุมวางแผนงานวิจัยร่วมกับโครงการย่อยมีการชี้แจงแผนงานวิจัย โครงการย่อย พิจารณาแผนงานของแต่ละโครงการ และประเด็นต่างๆ ที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับแผนงานวิจัยดังนี้

- (1) แผนงานวิจัย
- (2) แผนงานของโครงการย่อย
- (3) ระเบียบวิธีวิจัยของแผนงานวิจัย และโครงการย่อย
- (4) การใช้อุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นแบบจำลองในการหาปัจจัยที่กำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว
- (5) ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าใช้จ่ายต่อหัว ประกอบไปด้วยปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว และปัจจัยอื่นๆ
- (6) ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวโดยใช้เทคนิค CVM ความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวต่อการท่องเที่ยวในลักษณะต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เป็นต้น
- (7) แนวทางการจัดเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ประกอบไปด้วยการประชุมกลุ่มย่อยและการสัมภาษณ์เชิงลึก
- (8) การเตรียมการรายงานความก้าวหน้า 2 เดือน

ทั้งนี้หัวหน้าแผนงานวิจัยได้ชี้แจงให้ที่ประชุมทราบเกี่ยวกับแนวทางการดำเนินการเพิ่มค่าใช้จ่ายในปัจจุบันของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจากการสัมภาษณ์และเข้าพบหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วย (1) การส่งเสริมการท่องเที่ยววันธรรมดา (2) การขยายวันพัก (3) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม เช่น กลุ่มสูงวัย กลุ่มสตรี กลุ่ม Gen Y ในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละจังหวัดมีโครงการ The LINK ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

แผนงานวิจัย

ระยะเวลา	กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาการดำเนินงาน
เดือน 1-2	1. จัดประชุมวางแผนการดำเนินงานร่วมกับโครงการย่อยทั้งหมด	ธันวาคม 2560
	2. จัดประชุมแนะนำโครงการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	ธันวาคม 2560- มกราคม 2561
	3. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและบทความวิชาการ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ	ธันวาคม 2560- มกราคม 2561
	4. จัดทำเครื่องมือการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ได้แก่ แนวทางการสนทนากลุ่ม แนวทางการสัมภาษณ์เชิงลึก	ธันวาคม 2560- มกราคม 2561

ระยะเวลา	กิจกรรม	ช่วงระยะเวลาการดำเนินงาน
เดือน 3-6	1.การรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นจากโครงการย่อย 2.การรวบรวมข้อมูลเชิงลึกโดยการสัมภาษณ์และการประชุม กลุ่มย่อยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจาก - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย - สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด - ตัวแทนผู้ประกอบการภาคเอกชน เป็นต้น 3.การประชุมเชิงปฏิบัติการผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยว แห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด ตัวแทนผู้ประกอบการภาคเอกชน เป็นต้น	กุมภาพันธ์ – มีนาคม 2561 กุมภาพันธ์-เมษายน 2561 เมษายน-พฤษภาคม 2561
เดือน 7-12	1.สรุปผลการวิจัยจากโครงการย่อย 2. จัดทำร่างแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของ นักท่องเที่ยวในภาคใต้ 3 .การประชุมเพื่อนำเสนอร่างแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อ หัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ แก่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัด ตัวแทนผู้ประกอบการภาคเอกชน 4. วิเคราะห์ผลและปรับปรุงร่างแนวทางในการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อ หัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้	มิถุนายน-สิงหาคม 2561 สิงหาคม – กันยายน 2561 ตุลาคม – พฤศจิกายน 2561 พฤศจิกายน – ธันวาคม 2561

การประชุมชี้แจงและวางแผนการดำเนินงานร่วมกับโครงการย่อย
แผนการวิจัย “แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวภาคใต้” เมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2560



กิจกรรมที่ 2 การจัดประชุมแนะนำโครงการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินการในการจัดประชุมแนะนำโครงการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อแสวงหาความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการดำเนินแผนงานวิจัย แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ประกอบด้วยกิจกรรม (1) การเข้าพบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอคำแนะนำ และความร่วมมือในการดำเนินโครงการ ซึ่งประกอบไปด้วย การท่องเที่ยวและกีฬา และสำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในพื้นที่จังหวัดต่างๆ ที่อยู่ในพื้นที่วิจัยทั้งในฝั่งอ่าวไทยและฝั่งอันดามัน และ (2) การจัดประชุมแนะนำโครงการกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยมีการจัดประชุมแนะนำโครงการในพื้นที่ฝั่งอ่าวไทย ซึ่งประกอบไปด้วย สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช ชุมพร และพัทลุง ในส่วนของพื้นที่ฝั่งอันดามันซึ่งจะจัดขึ้นที่จังหวัดภูเก็ต และจังหวัดตรัง ตามข้อเสนอแนะของโครงการย่อย แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน

กิจกรรม 2.1 เข้าพบผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภูมิภาคภาคใต้

หัวหน้าแผนงานวิจัยและหัวหน้าโครงการย่อยที่ 1 และหัวหน้าโครงการย่อยที่ 2 เข้าพบผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภูมิภาคภาคใต้ ณ สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพมหานคร เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560 เพื่อชี้แจงโครงการและขอคำแนะนำและความร่วมมือในการดำเนินแผนงานวิจัย

ประเด็นสำคัญ

- (1) การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยให้ความสำคัญในการเพิ่มค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว
- (2) นโยบายหลักในปัจจุบันคือ การกระจายการท่องเที่ยวเมืองหลักไปสู่เมืองรองเพื่อให้เกิดการกระจายรายได้
- (3) กลุ่มที่เข้ามาท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเยอะ คือ กลุ่ม First Visit มากกว่า Revisit
- (4) กลุ่มที่มีศักยภาพในการใช้จ่าย ได้แก่ กลุ่มฮันนีมูน กลุ่มลักซารี และกลุ่ม GLBT กลุ่มเหล่านี้จะมีระยะเวลาในการพักที่ยาว
- (5) การนำเสนอสินค้าท่องเที่ยวแบบใหม่ คือ การท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งเป็นจุดขายของการท่องเที่ยวเมืองรอง
- (6) การมุ่งเพิ่มรายได้ต้องคำนึงถึงศักยภาพและความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน
- (7) หยอดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีแนวโน้มดีคือ หยอดค่าอาหารและค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า
- (8) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในบางพื้นที่อาจทำให้เกิดการตกราคาห้องพัก ทำให้นำไปสู่การท่องเที่ยวที่ไม่มีคุณภาพ
- (9) ภาคใต้มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงมีสินค้าทางการท่องเที่ยวที่ดีโดยเฉพาะฝั่งอันดามัน เรามีสินค้าที่มีคุณภาพสูงทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวสูงด้วยภาคใต้ฝั่งอันดามัน เริ่มต้นไว้ดีโรงแรมก็มีศักยภาพและราคาที่สูงแม้ว่าจะมีโรงแรมที่ตกราคากันบ้าง
- (10) ภาคใต้ในฝั่งอ่าวไทยจะมีราคาที่แตกต่างกันจะมีราคาที่ค่อนข้างถูกกว่าฝั่งอันดามันและนักท่องเที่ยวฝั่งอ่าวไทยส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมากกว่านักท่องเที่ยวต่างประเทศแต่สัดส่วนรายได้ทั้งหมดของภาคใต้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติอยู่มากถึง 70% ที่เหลือก็เป็นชาวไทยต่างชาติจะอยู่นานกว่าทำให้ค่าใช้จ่ายต่อหัวสูงกว่า เรื่องปัจจัยที่จะเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวคือการเพิ่มกิจกรรมให้มีการใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้น
- (11) ภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย ชุมพรเป็นปัญหาที่คนไม่พำนักรเพราะไม่ชัดเจนว่าจะเน้นทางด้านไหน ภาพของชุมพรเป็นเมืองเกษตรมีวัฒนธรรมของภาคใต้และภาคกลางผสมกัน ควรเน้นเรื่องกาแฟ ให้มีความโดดเด่นเพื่อเป็นเมืองแห่งกาแฟ เราควรนำเสนอตัวเองในเรื่องของการท่องเที่ยวเชิงเกษตร ที่จริงชุมพรมีผลไม้เยอะมาก แต่ไม่ยอมเปิดตัว พอทางจันทบุรีเปิดตัวเป็นเมืองผลไม้ก็ติดตลาดขึ้นมาเลย ทำให้ภาคอื่นกลายเป็นเมืองเสริมเรื่องผลไม้ ชุมพรควรเน้นเรื่องกาแฟ เช่นขนมไทย วัฒนธรรมต่างๆ

ต้องให้โดดเด่น ตอนนี้มีสายการบินกำลังจะลงที่ชุมพรและระนองเพิ่มขึ้น สุราษฎร์ธานียังไม่ชัดเจนว่าตัวเองอยากเป็นเมืองอะไร ยังไม่มีคำตอบ เราต้องได้มาจากพฤติกรรมจากท้องถิ่น แต่ก็ยังหาจุดที่เป็นเมืองท่องเที่ยวที่ยังมองไม่เห็นเพราะเดิมมีเกาะสมุยเป็นหลัก มีนักท่องเที่ยวเข้ามาที่เดินทางลงไปเกาะสมุยหมด ช่วงนี้ให้ทำโปรโมชั่นโรงแรมในวันธรรมดาดำรงร่วมกับสายการบิน อาหารการกิน เรื่องวิถีชุมชน ว่าเด่นทางด้านไหน พัทลุงไม่น่าเป็นห่วงเพราะเขามีความชัดในด้านวิถีชีวิตที่ชัดเจนทุกอย่างไม่น่าเป็นห่วง

(12) ฝั่งอันดามันไม่น่าเป็นห่วงทุกจังหวัด ทุกอย่างเขาดีอยู่แล้ว พังงาเป็นเมืองแห่งหุบเขาซึ่งครั้งหนึ่งต้องเดินทางมา และมีองค์ประกอบที่สวยงาม ภูเก็ต ไม่ต้องพูดถึงเพราะเขาคือไข่มุกแห่งอันดามัน ตรงเน้นเรื่องอาหารอร่อย

(13) ไม่จำเป็นทุกจังหวัดต้องเป็นแหล่งท่องเที่ยว

การเข้าพบผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภูมิภาคภาคใต้ เมื่อวันที่ 4 ธันวาคม 2560



กิจกรรมที่ 2.2 เข้าพบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือและเตรียมการประชุมชี้แจงโครงการ

หัวหน้าแผนงานวิจัยและนักวิจัยเข้าพบหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขอความร่วมมือและเตรียมการประชุมชี้แจงโครงการ เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดชุมพร สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชุมพร การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดพัทลุง สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดภูเก็ต สำนักงานการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจังหวัดกระบี่ และสำนักยุทธศาสตร์กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย เป็นต้น



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดชุมพร



การท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช



เข้าพบการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จังหวัดชุมพร เมื่อวันที่ 29 พฤศจิกายน 2560



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานนครศรีธรรมราช



การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดพัทลุง



กลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอ่าวไทย



การท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

กิจกรรมที่ 2.3 การประชุมชี้แจงแผนงานวิจัย

การประชุมชี้แจง “โครงการแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้”
เมื่อวันที่ 11 มกราคม 2561 เวลา 13.00-16.00 น. โรงแรมมรกต จ. ชุมพร

การประชุมชี้แจงแผนงานวิจัย “แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้”



ประเด็นสำคัญ

- (1) การจัดประชุมในแต่ละจังหวัดควรมีข้อมูลรายละเอียดของแต่ละจังหวัด
- (2) ความไม่สอดคล้องของตัวเลขข้อมูลของกระทรวงท่องเที่ยวและกีฬาและการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
- (3) สนามบินและจำนวนสายการบินเป็นปัจจัยสำคัญต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในแต่ละจังหวัด รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่อหัว
- (4) การเปิดเส้นทางบินใหม่ของสายการบินต้นทุนต่ำจะทำให้ราคาดั่วนายเดิมลดลงและจูงใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรมากขึ้น

- (5) การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในตัวเมืองจังหวัดชุมพรไม่สูงมากนัก จำนวนวันพักน้อย
- (6) แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของชุมพร คือ การท่องเที่ยวทางทะเล และการท่องเที่ยวชุมชน การท่องเที่ยวชุมชนที่มีชื่อเสียงกว่า 40 ชุมชน
- (7) ขาดการเก็บตัวเลขของการท่องเที่ยวชุมชน ทำให้ตัวเลขของจังหวัดชุมพรไม่สูงมากนัก
- (8) การเชื่อมโยงระหว่างชุมพรและจังหวัดระนอง**
- (9) ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ปัจจัยทางเศรษฐกิจเป็นสำคัญ รองลงมาได้แก่ปัจจัยทางภัยธรรมชาติ
- (10) กลุ่มนักท่องเที่ยวในจังหวัดชุมพรไม่ใช่กลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูง
- (11) ในการเพิ่มค่าใช้จ่ายควรหันมามองทางด้านอุปทานด้วยว่ามีคุณภาพที่ดึงดูดให้เกิดการเข้ามาใช้จ่ายหรือไม่

การประชุมชี้แจง “โครงการแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้”
เมื่อวันที่ 9 มกราคม 2561 เวลา 13.00-16.00 น. โรงแรมชัยคณธานี จ. พัทลุง



ประเด็นสำคัญ

- (1) การสร้างมูลค่าเพิ่มทางศิลปวัฒนธรรมเพื่อเพิ่มค่าใช้จ่าย เช่น หนังสติ่ง
- (2) การเน้นการทำกิจกรรมในตลาดประชารัฐ
- (3) จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ
- (4) รายได้จากนักท่องเที่ยวของจังหวัดพัทลุงมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น
- (5) รายได้ที่เพิ่มขึ้นไม่สอดคล้องกับจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น
- (6) ค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวไม่สูงมาก เนื่องจากค่าครองชีพต่ำ
- (7) จำนวนวันพักไม่สูง เนื่องจากเป็นการมาในลักษณะ one day trip
- (8) พึงพินักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นหลักควรมีการโปรโมทนักท่องเที่ยวต่างชาติ
- (9) ปัญหามาตรฐานที่พักของในแต่ละพื้นที่โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชน
- (10) การตั้งราคาต่ำเกินไป
- (11) ราคาไม่สัมพันธ์กับมูลค่าของสถานที่ท่องเที่ยว การตั้งราคา (ต่ำเกินไป) ไม่สอดคล้องกับคุณภาพสินค้า ต้องหันมาคุยกันเพื่อตั้งราคาที่เหมาะสม
- (12) นักท่องเที่ยวในชุมชนเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มาดูงานของหน่วยงานราชการ
- (13) นักท่องเที่ยวต่างชาติในพื้นที่ จินมาเลย์ ญี่ปุ่น รัสเซีย เยอรมัน โดยกลุ่ม เยอรมันมีค่าใช้จ่ายเยอะที่สุด

การประชุมชี้แจง “โครงการแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้”
เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2561 เวลา 13.00-16.00 น. ณ ห้องประชุม โรงแรมเมืองลิเกอร์ จ.นครศรีธรรมราช





ประเด็นสำคัญ

- (1) การส่งเสริมการใช้บริการมัคคุเทศก์เพื่อให้ความรู้และเพิ่มค่าใช้จ่ายเนื่องจากมัคคุเทศก์จะเป็นตัวกลางในการกระจายการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวไปยังจุดต่างๆ
- (2) การเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยไม่ใช้มัคคุเทศก์มีแนวโน้มในการใช้จ่ายน้อยกว่าใช้มัคคุเทศก์
- (3) ขนอมมีจำนวนห้องพักเพิ่มขึ้นมาก จำนวนห้องพักกว่า 2000 ห้อง
- (4) ปัจจัยทางเศรษฐกิจทำให้การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวน้อย
- (5) ควรขยับกลุ่มลูกค้าของนักท่องเที่ยวชุมชนซึ่งส่วนใหญ่เป็นกลุ่มหน่วยงานภาครัฐเป็นกลุ่มเจนวายหรือกลุ่มอื่นๆ
- (6) ปัญหาของราคากับมาตรฐานสินค้าไม่สอดคล้องกัน ราคาที่แพงเกินไปแต่คุณภาพห้องพักไม่สอดคล้องกับราคาโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่เป็นที่นิยม อาจส่งผลเสียในระยะยาว
- (7) นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ไม่ค้างคืนและมีกำลังซื้อไม่มาก
- (8) นักท่องเที่ยวที่อยู่ในพื้นที่จะมีจำนวนวันพักน้อยกว่านักท่องเที่ยวต่างภูมิภาคและมีกำลังซื้อมากกว่า
- (9) ควรโปรโมทแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความสะดวกสบายในพื้นที่ เช่น ขนอม ในช่วง high season ชายหาดจะไม่สวย มีขยะ แต่ช่วง เมษายน ถึง พฤษภาคม ชายหาดสวยงาม คลื่นลมสงบ
- (10) การเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวในหมวดของที่ระลึก
- (11) นักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นนักท่องเที่ยวมาเลเซียและจีน และมีกลุ่มอิสราเอลที่น่าสนใจ
- (12) นักท่องเที่ยวชาวยุโรปบางส่วนรู้จักสมุยและผ่านมาจากขนอมและนครศรีธรรมราช

การประชุมชี้แจง “โครงการแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้”
เมื่อวันอังคารที่ 19 ธันวาคม 2560 ณ ห้องประชุมตึก 4 ศาลากลางจังหวัดสุราษฎร์ธานี



ประเด็นสำคัญ

- (1) การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวของสุราษฎร์ธานี โจทย์สำคัญคือการพัฒนาพื้นที่บนฝั่ง
- (2) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กระจุกตัวในพื้นที่เกาะ
- (3) มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวกระจายตัวมาอยู่บนฝั่งและใช้พื้นที่ทรัพยากรบนฝั่งให้เกิดประโยชน์สูงสุด
- (4) แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดสุราษฎร์ธานี บนฝั่ง เช่น คลองร้อยสาย พระธาตุศรีสุราษฎร์ พระบรมธาตุไชยา สวนโมกข์ ฟ้าไหมพุมเรียง
- (5) วิสัยทัศน์ของจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีอยู่ 2 เรื่องหลักๆ ก็คือในเรื่องของเมืองเกษตรคุณภาพและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน สังคมที่เป็นสุข ซึ่งจะเน้นในด้านการท่องเที่ยวเป็นหลัก
- (6) ทำอย่างไรให้นักท่องเที่ยวอยู่บนฝั่ง และใช้เวลาพำนักและท่องเที่ยวอยู่บนฝั่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานีให้มากขึ้น
- (7) เน้นกลุ่มร้านอาหารพื้นถิ่นที่เชิญชวนให้นักท่องเที่ยวไปทานในพื้นที่
- (8) ทำตลาดสดให้เป็นตลาดนักท่องเที่ยว มีการสร้างกิจกรรมการเที่ยวกลางคืน มีการสร้างกิจกรรมในเรื่องการล่องเรือชมวิวดูสองข้างลำน้ำตาปี มีการสร้างเมืองท่องเที่ยวชุมชนที่สามารถสร้างอัตลักษณ์ให้คงอยู่ไม่เปลี่ยนแปลง
- (9) นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดสุราษฎร์ธานีได้แก่ เยอรมนี มาเลเซีย จีน สหรัฐอเมริกา และอังกฤษ และนิยมเดินทางมาด้วยตนเอง
- (10) การท่องเที่ยวบนฝั่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานีแบ่งออกเป็น 1) แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนา วัฒนธรรม และโบราณสถาน เช่น สวนโมกขพลาราม 2) แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติ เช่น อุทยานแห่งชาติเขาสกที่ อุทยานแห่งชาติคลองพนม อุทยานแห่งชาติแก่งกรุง 3) แหล่งท่องเที่ยวชุมชน เช่น หมู่บ้านพุมเรียง กลุ่มท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์บ้านถ้ำผึ้ง ชุมชนท่องเที่ยวลิเล็ด ชุมชนท่องเที่ยวบางใบไม้ 4) แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ตามธรรมชาติ เช่น เขื่อนรัชชประภา

- (11) การท่องเที่ยวชุมชนควรเปลี่ยนจากการดูแล้วกลับ มาเป็นดูแล้วพัก เพื่อเพิ่มค่าใช้จ่าย
- (12) แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรจะต้องแยกก่อนว่าการท่องเที่ยวของเราที่มีอยู่อยู่ในระดับใด ระยะใด เช่น เพิ่งเริ่มต้น กำลังจะดีรอฟล็กดัน หรือดีแล้วมีมาตรฐานแล้ว และจะต้องรู้ว่าสินค้าเรา เหมาะกับลูกค้าประเภทไหน ระดับไหน
- (13) สุราษฎร์ธานีพื้นที่บนบก ฐานข้อมูลไม่แน่น ไม่ชัด ไม่มีโอกาสนำเสนอการท่องเที่ยวบนบกกับกลุ่ม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

การเข้าพบเพื่อชี้แจง “โครงการแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน” การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานภูเก็ต เมื่อวันที่ 15 มกราคม 2561



ประเด็นสำคัญ

- (1) ปัจจุบันเน้นการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อกระจายรายได้ และให้มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น
- (2) สินค้าชุมชนมีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวหรือไม่

- (3) การท่องเที่ยวชุมชนแบบจัดตั้งจะส่งผลเสียในระยะยาว
- (4) บางสถานที่ท่องเที่ยวตั้งราคาสูง แต่คุณภาพไม่สอดคล้องกับราคา
- (5) แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายควรมีความสอดคล้องกับพื้นที่ นโยบายในภาพรวมอาจไม่ตอบโจทก์
- (6) ภูเก็ตจะมีกลุ่มลูกค้าที่เน้นการใช้จ่าย เช่น กลุ่มกอล์ฟ กลุ่มเวเลนเนส กลุ่มลักซูรี
- (7) เน้นสร้างภาพลักษณ์ภูเก็ตไม่แพงอย่างที่ดี
- (8) นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มหลัก จีน รัสเซีย ออสเตรเลีย
- (9) ความปลอดภัยเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อนักท่องเที่ยว
- (10) ปัจจัยทางเศรษฐกิจไม่มีผลมากนัก
- (11) การท่องเที่ยวชุมชนที่โดดเด่น คือ ชุมชนย่านเมืองเก่า
- (12) ค่าใช้จ่ายหมวดค่าเข้าชมและอาหารการกิน สามารถดึงเงินจากนักท่องเที่ยวได้ง่าย
- (13) การปรับราคาเราทำได้ยาก
- (14) สนามบินภูเก็ตแน่นทำให้มีการกระจายนักท่องเที่ยวไปยังจังหวัดต่างๆ ในฝั่งอันดามัน

การเข้าพบเพื่อชี้แจง“โครงการแนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ฝั่งอันดามัน”เมื่อ
วันที่ 16 มกราคม 2561 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่



ประเด็นสำคัญ

- (1) จังหวัดกระบี่ได้อานิสงค์จากจังหวัดภูเก็ต
- (2) ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือ ความสวยงามของธรรมชาติ
- (3) กระแสการท่องเที่ยวส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
- (4) ปัจจัยทางเศรษฐกิจไม่มีผลเท่าไรต่อการท่องเที่ยว
- (5) ปัจจัยความปลอดภัยมีผลกับจำนวนนักท่องเที่ยว
- (6) ปัจจัยทางธรรมชาติมีผลต่อการท่องเที่ยวแต่นักท่องเที่ยวมีความรู้สามารถปรับตัวได้
- (7) การเพิ่มค่าใช้จ่ายโดยการเพิ่มวันพักต้องเพิ่มกิจกรรม
- (8) กระบี่มีเรื่องราวของประวัติศาสตร์ที่สามารถพัฒนากิจกรรมเมืองสปา ที่คลองท่อม
- (9) ปัจจุบันเน้นกลุ่มผู้หญิงและนักท่องเที่ยว Gen Y เส้นทางกระบี่อีกครั้ง เพื่อดึงดูดให้คนมาเที่ยว
กระบี่อีกครั้ง เคยมาแล้วชอบแต่ไม่ซื้อ
- (10) แหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม เกาะพีพี เกาะลันตา อ่าวนาง

กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ “แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ ฝั่งอ่าวไทย



กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการ “แนวทางการเพิ่มค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวในภาคใต้
ฝั่งอันดามัน



ภาคผนวก ข

ผลการศึกษาภาพรวมของนักท่องเที่ยวภาคใต้

โครงสร้างค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยว

โครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในภาคใต้ สำหรับนักท่องเที่ยวที่วางแผนการเดินทางด้วยตนเอง (ตารางที่ 1) โดยส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่ายในหมวดอาหารและเครื่องดื่มเป็นร้อยละ 29.22 รองลงมาได้แก่หมวดค่าเดินทาง ร้อยละ 28.40 และหมวดค่าที่พัก ร้อยละ 25.13 หมวดเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 4.44 หมวดค่าของที่ระลึก ของฝาก ร้อยละ 4.24 ใช้จ่ายในการเดินทางมาท่องเที่ยวกับบริษัทท่องเที่ยว ร้อยละ 49.52 รองลงมาได้แก่หมวดค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ร้อยละ 15.12 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง ร้อยละ 12.16 และค่าใช้จ่ายหมวดของที่ระลึก ของฝาก ร้อยละ 6.50 (ตารางที่ 4.29)

โครงสร้างทางประชากรศาสตร์

• เพศ

จากการสำรวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 889 คน คิดเป็นร้อยละ 54.74 เพศชาย จำนวน 735 คน คิดเป็นร้อยละ 45.26 (ตารางที่ 4.8)

• สัญชาติ

สัดส่วนนักท่องเที่ยวกลับตัวอย่างของภาคใต้เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 1,080 คนเป็นร้อยละ 66.50 นักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 544 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 (ตารางที่ 4.9)

• ช่วงวัย

จากการสำรวนักท่องเที่ยวภาคใต้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว Gen Y จำนวน 820 คน คิดเป็นร้อยละ 50.49 รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยว Gen X จำนวน 456 คน คิดเป็นร้อยละ 28.08 นักท่องเที่ยว Gen Z จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 (ตารางที่ 4.10)

• สถานภาพสมรส

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 908 คน คิดเป็นร้อยละ 55.91 รองลงนามีสถานภาพสมรส จำนวน 651 คน คิดเป็นร้อยละ 40.09 (ตารางที่ 4.11)

• อาชีพ

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างภาคใต้โดยส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 490 คน คิดเป็นร้อยละ 30.17 รองลงมาเจ้าของกิจการ จำนวน 295 คน คิดเป็นร้อยละ 18.17 (ตารางที่ 4.13)

• ระดับการศึกษา

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างภาคใต้โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ปริญญาตรีจำนวน 912 คน คิดเป็นร้อยละ 56.16 รองลงนามัธยมศึกษาตอนปลาย 290 คน คิดเป็นร้อยละ 17.86 (ตารางที่ 4.12)

พฤติกรรมทางการท่องเที่ยว

• วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวในทริปนี้

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างในภาคใต้มีวัตถุประสงค์การเดินทางเพื่อการพักผ่อน จำนวน 1,230 คน คิดเป็นร้อยละ 45.76 รองลงนามีวัตถุประสงค์เพื่อชมทิวทัศน์ 455 คน คิดเป็นร้อยละ 16.93

- รูปแบบการเดินทาง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ในภาคใต้เดินทางด้วยตัวเอง จำนวน 1,485 คน ร้อยละ 91.44 ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว 134 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 (ตารางที่ 4.15)

- ผู้ร่วมเดินทาง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่เดินทางกับเพื่อน จำนวน 558 คน คิดเป็นร้อยละ 33.12 รองลงมาเดินทางกับครอบครัวและญาติ จำนวน 509 คน คิดเป็นร้อยละ 30.12 เดินทางคนเดียว จำนวน 204 คน คิดเป็นร้อยละ 12.11

- พาหนะในการเดินทาง

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 971 คน คิดเป็นร้อยละ 46.15 รองลงมาเดินทางโดยเครื่องบิน จำนวน 527 คน คิดเป็นร้อยละ 25.05

- จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก จำนวน 728 คน คิดเป็นร้อยละ 44.83 รองลงมาเดินทางมากกว่า 2 ครั้ง จำนวน 589 คน คิดเป็นร้อยละ 36.27 และเดินทางมาเป็นครั้งที่ 2 จำนวน 307 คน คิดเป็นร้อยละ 18.90

- ช่วงเวลาในการเดินทางมาท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ จำนวน 732 คน คิดเป็นร้อยละ 45.07 รองลงมาได้แก่ ช่วงวันลา จำนวน 451 คน คิดเป็นร้อยละ 27.77 และวันหยุดเทศกาล จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 17.18

- แหล่งข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำจากครัวเรือน/เพื่อน จำนวน 861 คน คิดเป็นร้อยละ 53.02 รองลงมาได้แก่อินเทอร์เน็ต จำนวน 625 คน ร้อยละ 38.49

- สถานที่พัก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้พักค้างคืน จำนวน 356 คน คิดเป็นร้อยละ 21.92 หากพักค้างคืน นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่พักรีสอร์ท บังกะโล จำนวน 288 คน คิดเป็นร้อยละ 17.73 รองลงมาโรงแรมระดับ 3 ดาว จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 15.09 บ้านญาติและบ้านเพื่อน จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 11.88

- ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวชายหาด จำนวน 885 คน คิดเป็นร้อยละ 20.24 รองลงมาได้แก่แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จำนวน 556 คน คิดเป็นร้อยละ 12.72 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ ประเภทเกาะ จำนวน 475 คน คิดเป็นร้อยละ 10.86 แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ จำนวน 448 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25

- ของฝากของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างของภาคใต้ฝั่งอ่าวไทยโดยส่วนใหญ่ไม่ซื้อของฝากของที่ระลึก จำนวน 977 คน คิดเป็นร้อยละ 60.16 ซื้อของฝากของที่ระลึก จำนวน 647 คน ร้อยละ 39.84

- ประเภทของฝากของที่ระลึก

นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในภาคใต้โดยส่วนใหญ่ซื้อขนม จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 27.61 รองลงมาได้แก่ อาหารแห้ง จำนวน 222 คน คิดเป็นร้อยละ 24.42 และอาหารสด จำนวน 156 คน คิดเป็นร้อยละ 17.16

•ความเต็มใจที่จะจ่าย

กรณีที่ 1

นักท่องเที่ยวกู้กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ระบุว่า ไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม จำนวน 1,098 คน คิดเป็นร้อยละ 67.61 ยินดีจ่ายเพิ่ม จำนวน 526 คน คิดเป็นร้อยละ 32.29 (ตารางที่ 4.25)

กรณีที่ 2

นักท่องเที่ยวกู้กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม จำนวน 1,084 คน คิดเป็นร้อยละ 67.75 ยินดีจ่ายเพิ่ม 540 คน คิดเป็นร้อยละ 33.25 (ตารางที่ 4.26)

•กรณีที่ 3

นักท่องเที่ยวกู้กลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม จำนวน 1,345 คน คิดเป็นร้อยละ 82.82 ยินดีจ่ายเพิ่ม จำนวน 279 คน คิดเป็นร้อยละ 17.18 (ตารางที่ 4.27)

•กรณีที่ 4

นักท่องเที่ยวกู้กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ระบุว่าไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม จำนวน 965 คน คิดเป็นร้อยละ 59.42 ยินดีจ่ายเพิ่ม จำนวน 659 คน คิดเป็นร้อยละ 40.58 (ตารางที่ 4.28)

ตารางที่ 1 แสดงเพศ (n=1,624)

เพศ	ความถี่	ร้อยละ
ชาย	735	45.26
หญิง	889	54.74

ตารางที่ 2 แสดงสัญชาติ (n=1,624)

สัญชาติ	ความถี่	ร้อยละ
ไทย	1,080	66.50
ต่างชาติ	544	33.50

ตารางที่ 3 แสดงอายุ (n=1,624)

อายุ	ความถี่	ร้อยละ
0 – 23 ปี (Gen Z)	268	16.50
24 – 35 ปี (Gen Y)	820	50.49
36 – 55 ปี (Gen X)	456	28.08
56 ปีขึ้นไป (Baby Boomer)	80	4.93

ตารางที่ 4 แสดงสถานภาพสมรส (n=1,624)

สถานภาพสมรส	ความถี่	ร้อยละ
โสด	908	55.91
สมรส	651	40.09
หย่า	39	2.40
หม้าย	26	1.60

ตารางที่ 5 แสดงระดับการศึกษา (n=1,624)

การศึกษาสูงสุดจบแล้ว	ความถี่	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนปลาย	118	7.27
มัธยมศึกษาตอนปลาย	290	17.86
อนุปริญญา	166	10.22
ปริญญาตรี	912	56.16
สูงกว่าปริญญาตรี	138	8.50

ตารางที่ 6 แสดงอาชีพ (n=1,624)

อาชีพหลัก	ความถี่	ร้อยละ
ข้าราชการ	203	12.50
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	89	5.48
เจ้าของกิจการ	295	18.17
พนักงานบริษัทเอกชน	490	30.17
ลูกจ้าง รับจ้าง	196	12.07
เกษตรกร	84	5.17
แม่บ้าน	54	3.33
นักเรียน นักศึกษา	204	12.56
อื่นๆ (งานอิสระ, นักดนตรี, NGO, ว่างาน)	9	0.55

ตารางที่ 7 แสดงวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยว (n=1,624)

วัตถุประสงค์ของการเดินทางมาท่องเที่ยวครั้งนี้	ความถี่	ร้อยละ
การพักผ่อน	1,230	45.76
เชิงธุรกิจ ทำงาน	151	5.62
เพื่อสุขภาพ	173	6.44
กิจกรรมกีฬา	56	2.08
ประชุม สัมมนา	120	4.46
ชมทิวทัศน์	455	16.93
เยี่ยมญาติ/ เพื่อน	216	8.04
ชมวัฒนธรรม	247	9.19
อื่นๆ (งานบวช, งานบุญ, จิตอาสา, งานกรมหลวงฯ, งานศพ, งานแต่งงาน)	40	1.49

ตารางที่ 8 แสดงรูปแบบการเดินทาง(n=1,624)

รูปแบบการเดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
เดินทางด้วยตนเอง	1,485	91.44
ใช้บริการบริษัทนำเที่ยว	134	8.25
อื่นๆ เช่น ที่ทำงานจัดมา	5	0.31

ตารางที่ 9 แสดงผู้ร่วมเดินทาง (n=1,624)

ผู้ร่วมเดินทาง	ความถี่	ร้อยละ
คนเดียว	204	12.11
ครอบครัว/ญาติ	509	30.21
เพื่อน	558	33.12
กลุ่มทัวร์	41	2.43
คู่รัก	265	15.73
บุคลากรที่ทำงาน	108	6.41
อื่นๆ	-	-

ตารางที่ 10 แสดงพาหนะในการเดินทาง (n=1,624)

พาหนะในการเดินทางจากต้นทางมาเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
เครื่องบิน	527	25.05
รถไฟ	51	2.42
รถโดยสารประจำทาง	234	11.12
รถยนต์ส่วนตัว	971	46.15
รถของบริษัทนำเที่ยว	142	6.75
เรือ	118	5.61
อื่นๆ (รถบริษัท, รถเช่า, จักรยานยนต์)	61	2.90

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว (n=1,624)

จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
ครั้งแรก	728	44.83
ครั้งที่สอง	307	18.90
มากกว่าสองครั้ง	589	36.27

ตารางที่ 12 แสดงช่วงเวลาที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยว (n=1,624)

ช่วงเวลาที่ท่านเดินทางมาท่องเที่ยวที่นี่	ความถี่	ร้อยละ
วันหยุดเทศกาล	279	17.18
วันหยุดสุดสัปดาห์	732	45.07
วันลา	451	27.77
อื่นๆ (เวลาว่าง, มาทำงาน, ทางผ่าน, ดูกาน,)	162	9.98

ตารางที่ 13 แสดงข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว (n=1,624)

ท่านทราบข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของที่นี่จากแหล่งใด	ความถี่	ร้อยละ
คำแนะนำจากครัวเรือน/เพื่อน	861	53.02
บริษัทนำเที่ยว/เว็บไซต์บริษัทนำเที่ยว	96	5.91
อินเทอร์เน็ต	625	38.49
วารสาร นิตยสาร หนังสือพิมพ์	28	1.72
อื่นๆ (เครือข่ายท่องเที่ยว, เคยมา)	14	0.86

ตารางที่ 14 แสดงสถานที่พักในการท่องเที่ยว (n=1,624)

สถานที่พักในการท่องเที่ยวของท่าน	ความถี่	ร้อยละ
โรงแรม		
โรงแรมระดับ 1 ดาว	15	0.92
โรงแรมระดับ 2 ดาว	56	3.45
โรงแรมระดับ 3 ดาว	245	15.09
โรงแรมระดับ 4 ดาว	140	8.62
โรงแรมระดับ 5 ดาว	87	5.36
โฮสเทล	99	6.10
ที่พักในอุทยาน	24	1.48
รีสอร์ท บังกะโล	288	17.73
เกสเฮาสต์	33	2.03
โฮมสเตย์	83	5.11
บ้านญาติ บ้านเพื่อน	193	11.88
ไม่ได้พักค้างคืน	356	21.92
อื่นๆ (วัด, เต็นท์, โรงพยาบาล)	5	0.31

ตารางที่ 15 แสดงประเภทของแหล่งท่องเที่ยว (n=1,624)

ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว	ความถี่	ร้อยละ
แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ	556	12.72
แหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวิทยาการ	121	2.77
แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์	323	7.39
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	448	10.25
แหล่งท่องเที่ยวเพื่อนันทนาการ	232	5.31
แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม	253	5.79
แหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	220	5.03
แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาด	885	20.24
แหล่งท่องเที่ยวประเภทน้ำตก	398	9.10
แหล่งท่องเที่ยวประเภทถ้ำ	289	6.61
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทเกาะ	475	10.86
แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติประเภทแก่ง	69	1.58
แหล่งท่องเที่ยวเชิงประชุม สัมมนา	103	2.36

ตารางที่ 16 แสดงการซื้อของฝาก ของที่ระลึก (n=1,624)

ของฝาก ของที่ระลึก	ความถี่	ร้อยละ
ซื้อ	647	39.84
ไม่ซื้อ	977	60.16

ตารางที่ 17 แสดงประเภทของฝากของที่ระลึก (n=1,624)

ของฝาก ของที่ระลึกที่ซื้อ	ความถี่	ร้อยละ
อาหารสด	156	17.16
อาหารแห้ง	222	24.42
ขนม	251	27.61
ของใช้	125	13.75
เครื่องตกแต่งบ้าน	45	4.95
เครื่องประดับ	75	8.25
อื่นๆ	35	3.85

ตารางที่ 18 ความเต็มใจที่จะจ่าย (n=1,624)

ถ้าจำนวนวัน โปรแกรม และกิจกรรมท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิมท่าน ยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	ความถี่	ร้อยละ
ไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม	1345	82.82
ยินดีจ่ายเพิ่ม	279	17.18

ตารางที่ 19 ความเต็มใจที่จะจ่าย (n=1,624)

สำหรับทริปนี้ ถ้าโปรแกรม และกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกอย่างเหมือนเดิม แต่จะให้ท่านเพิ่มวันท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 1 วัน ท่านยินดีจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	ความถี่	ร้อยละ
ไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม	1,098	67.61
ยินดีจ่ายเพิ่ม	526	32.39

ตารางที่ 20 ความเต็มใจที่จะจ่าย (n=1,624)

สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันพักคงเดิม ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	ความถี่	ร้อยละ
ไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม	1,084	66.75
ยินดีจ่ายเพิ่ม	540	33.25

ตารางที่ 21 ความเต็มใจที่จะจ่าย (n=1,624)

สำหรับทริปนี้ หากจะมีการพัฒนาปรับปรุงการท่องเที่ยวทุกอย่างดีขึ้นแต่จำนวนวันท่องเที่ยวเพิ่มอีก 1 วัน ท่านยินดีจะจ่ายเงินเพิ่มขึ้นหรือไม่	ความถี่	ร้อยละ
ไม่ยินดีจ่ายเพิ่ม	965	59.42
ยินดีจ่ายเพิ่ม	659	40.58