



การวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิกอลระหว่างข้อมูลของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา กับการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย

Analysis of Canonical Correlation Between Data of Asia, Europe and America Tourists with Tourism Spending in Thailand

ปณณพร บุญรังษี และประสพชัย พสุนนท์

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ ภาควิชาอุตสาหกรรมบริการและนวัตกรรมภาษา

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน

เลขที่ 1 หมู่ 6 ต.กำแพงแสน อ.กำแพงแสน จ.นครปฐม 73140

Prinnaporn Bunrangsee and Prasopchai Pasunon

Department of Service Industry and language Innovation. Faculty of Liberal Arts and Science,
Kasetsart University, Kamphaeng Saen Campus.

1 Moo 6, T. Kamphaeng Saen, A.Kamphaeng Saen, Nakhon Pathom 73140

Email : prinnaporn@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูลของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา กับการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิกอล ข้อมูลที่ใช้ คือ สถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา ที่เข้าประเทศ จำนวนเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน จำนวนรายจ่ายต่อคน และค่าใช้จ่ายด้านช้อปปิ้ง ด้านที่พัก และด้านอาหารและเครื่องดื่ม ตั้งแต่เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2561

ผลการวิจัยพบว่าสหสัมพันธ์คาโนนิกอลระหว่างข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย กับการใช้จ่ายรายด้าน มีค่า R^2_C เท่ากับ 0.990 โดยภาพรวมสามารถอธิบายการใช้จ่ายรายด้านได้ในระดับสูงมาก (ร้อยละ 99.02) ในส่วนสหสัมพันธ์คาโนนิกอลระหว่างข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรป และอเมริกา กับการใช้จ่ายรายด้าน มีค่า R^2_C เท่ากับ 0.998 โดยภาพรวมสามารถอธิบายข้อมูลการใช้จ่ายรายด้านได้ในระดับสูงมาก (ร้อยละ 99.80) เช่นเดียวกัน จากข้อมูลทางสถิติทำให้เห็นความเชื่อมโยงกันของปัจจัยที่ก่อให้เกิดการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ และสามารถพัฒนาเป็นนโยบายด้านการท่องเที่ยวได้

คำสำคัญ : รายได้การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว สหสัมพันธ์คาโนนิกอล

Abstract

The purpose of this research is to study the relationship between Asian, European and American tourist data and tourism spending in Thailand. By using the Canonical Correlation Analysis technique, the data used were statistics of the number of Asian, European and American tourists entering the country. Average number of stays per day Amount of expenditure per person and shopping, accommodation, and food and beverage expenses From January - June 2018

The results of the study showed that the canonical correlation between Asian tourist information. With the R_c^2 of 0.990 overall, it can account for a very high level of income (99.02%) in the Canonical correlation between European and American tourist data and spending. On the side with the R_c^2 of 0.998 overall, it can explain the data on the side income expenditure at a very high level (99.80%) as well. Tourism in Thailand of foreign tourists And can be developed into a tourism policy

Keyword : Tourism income, foreign tourists, Canonical Correlation

บทนำ

การท่องเที่ยวถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของหลายประเทศทั่วโลก จากการรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) กล่าวถึงจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 มีเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 จากปี พ.ศ. 2560 คิดเป็น 1.4 พันล้านคน โดยมีนักท่องเที่ยวแอฟริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 7 นักท่องเที่ยวยุโรปเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 นักท่องเที่ยวเอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 6 และนักท่องเที่ยวอเมริกันเพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ทั้งนี้เนื่องจากการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก กับความเจริญก้าวหน้าการขนส่งและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว และการเดินทางท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

ความน่าสนใจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย คือ ประเทศไทยนั้นเป็นประเทศหนึ่งที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาจำนวนมาก ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2561 มีรายได้ประมาณ 3.08 ล้านล้านบาท ซึ่งติดอันดับ 4 ของโลก รองจากสหรัฐอเมริกา สเปน และฝรั่งเศส ตามลำดับ และนอกจากนี้ประเทศไทยยังมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นอันดับ 1 ของอาเซียน ประกอบกับรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนส่งเสริม และขับเคลื่อนยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ปี พ.ศ.2558 ถึง พ.ศ. 2561 โดยใช้ “วิถีไทย” อำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ทั้งการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และกระจายพื้นที่การท่องเที่ยวในเมืองรองเพื่อสร้างรายได้ให้กับประเทศ (สำนักนายกรัฐมนตรี, 2561)

สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยปี พ.ศ. 2561 จำนวน 38.27 ล้านคนซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.54 จากปี พ.ศ. 2560 โดยนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยส่วน



ใหญ่ ได้แก่ เอเชีย ยุโรป อเมริกา เอเชียใต้ โอเชียเนีย และตะวันออกกลางตามลำดับ โดยมีนักท่องเที่ยวชาวจีนมาก ที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับค่าใช้จ่ายต่อหัวของนักท่องเที่ยวทั้งหมดโดยรวมเฉลี่ยจำนวน 5,557 บาทต่อวัน ซึ่ง นักท่องเที่ยวเอเชียมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยมากที่สุด นอกจากนี้ระยะเวลาการพำนักของนักท่องเที่ยวโดยรวมเฉลี่ย จำนวน 9.44 วัน ซึ่งมีนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกาพำนักในประเทศไทยนานที่สุด (กระทรวงการท่องเที่ยวและ กีฬา, 2562)

รายได้จากการท่องเที่ยวเอเชีย แบ่งตามรายด้าน ได้แก่ 1) ด้านการช้อปปิ้ง (Shopping) 2) ด้านที่พัก (Accommodation) และ 3) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) ตามลำดับ ซึ่งมีความแตกต่างกับรายได้ จากการท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา แบ่งตามรายได้ ได้แก่ 1) ด้านที่พัก (Accommodation) 2) ด้านการช้อปปิ้ง (Shopping) และ 3) ด้านอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) ซึ่งสังเกตได้ว่านักท่องเที่ยวเอเชียให้ ความสำคัญกับการช้อปปิ้งเป็นหลัก แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกาให้ความสำคัญกับด้านที่พัก เป็นหลัก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

จุดเด่นของประเทศไทยที่สามารถตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับชั้นได้นั้น เนื่องจากที่ พักระดับ 5 ดาว ไม่ว่าจะเป็นรีสอร์ทที่ติดอันดับของโลก สถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะทางกายภาพที่หลากหลาย ร้านอาหารสตรีทฟู้ดที่มีหลากหลายเมนู และได้ขึ้นชื่อว่าเป็นประเทศแห่งรอยยิ้ม “สยามเมืองยิ้ม” (กวิณ วงศ์ลีดี, สกกุล จริยาแจ่มสิทธิ และ โอปอ พงษ์พานิช สุรารักษ์, 2554) ประเทศไทยได้รับการยอมรับจากต่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านอาหารไทย ซึ่งมีเมนูที่ติดอันดับของโลก ได้แก่ แกงมัสมั่นติดอันดับที่ 1 ส่วนต้มยำกุ้งติดอันดับที่ 8 และส้มตำติดอันดับที่ 48 จากการจัดอันดับ 50 อันดับอาหารยอดนิยมของโลกจากสำนักข่าวต่างประเทศ

ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย เช่น ปัจจัยด้านเศรษฐกิจในต่างประเทศที่มี แนวโน้มชะลอตัว อาจส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวและการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปัจจัยจากการแข่งขัน ด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศของโลก ที่อาจจะส่งผลกระทบต่อ แผนการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ และปัญหาความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวจีนจากกรณี เรือล่มที่ภูเก็ต ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนลดลง ปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้นล้วนเป็นปัจจัยที่ควบคุมได้ยาก จึงเป็น ความท้าทายอย่างมากที่จะต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาข้อมูลของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา กับการใช้จ่ายเพื่อการ ท่องเที่ยวในประเทศไทย ด้วยการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คาโนนิคอล เพื่อเปรียบเทียบระหว่างข้อมูลของ นักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ด้านการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อให้เห็น ความสัมพันธ์ว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศใดนั้น มีความสามารถในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในด้านใด เป็นสำคัญ ทั้งนี้ภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่ตรงต่อความ ต้องการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว และสามารถสร้างความเชื่อมโยงกิจกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้กระจายสู่ชุมชน สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันได้ในระยะยาว ซึ่งยังช่วยกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย มากขึ้น และสามารถสร้างรายได้ต่อเศรษฐกิจของประเทศให้กับสังคมและชุมชนทุกภาคส่วน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์คานอนิคอระหว่างข้อมูลของนักท่องเที่ยวเอเชีย กับการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์คานอนิคอระหว่างข้อมูลของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา กับการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) โดยใช้การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (descriptive analysis) มีแหล่งที่มาของข้อมูล (Source of Data) เป็นข้อมูลประเภททุติยภูมิ (Secondary Data) ในรูปแบบข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative data) ที่อยู่ในรูปแบบตัวเลข (Numerical data) คือ สถิติข้อมูลและค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา เนื่องจากรายได้ส่วนใหญ่มาจากนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มนี้ ซึ่งผู้วิจัยได้ข้อมูลสถิติในช่วงเดือนมกราคมถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2561 ประกอบด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน จำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน ค่าใช้จ่ายด้านข้อปิ้ง ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม

ข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวเอเชีย ประกอบด้วย บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ เวียดนาม จีน ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลี ไต้หวัน บังคลาเทศ อินเดีย เนปาล ปากีสถาน ศรีลังกา เป็นต้น ในส่วนข้อมูลสถิติของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกานั้น ประกอบด้วย ออสเตรเลีย เบลเยียม เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี อิตาลี เนเธอร์แลนด์ นอร์เวย์ รัสเซีย สเปน สวีเดน สวิตเซอร์แลนด์ สหราชอาณาจักร อาร์เจนตินา บราซิล แคนาดา สหรัฐอเมริกา เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากตัวเลขข้อมูลด้านสถิติที่ใช้อ้างอิง แสดงให้เห็นถึงเหตุผลความสำคัญของข้อมูลนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งที่มีรูปแบบวัฒนธรรมและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันและใกล้เคียงกันที่ครอบคลุมทั้งเอเชีย ยุโรปและอเมริกา รวมไปถึงค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวโดยเฉพาะด้านที่เป็นรายได้ส่วนใหญ่ของการท่องเที่ยวในประเทศไทย จนสามารถสังเคราะห์เป็นตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวแปรต้น คือ ข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา ประกอบด้วย 3 ปัจจัย ได้แก่ 1) จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ 2) จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน 3) จำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน และตัวแปรตาม คือ ค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา ประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ค่าใช้จ่ายด้านข้อปิ้ง 2) ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก 3) ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ใช้สถิติเชิงอนุมานในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา กับชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา โดยใช้สหสัมพันธ์คานอนิคอลในการทดสอบเชิงสถิติ

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา กับชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรป และอเมริกา โดยใช้สหสัมพันธ์คานอนิคอล ทำให้ได้ผลการวิเคราะห์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของข้อมูลของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ด้านการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังนี้

ตารางที่ 1 สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย กับชุดตัวแปรการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย

Canonical Function	Canonical Correlation (R_c)	Canonical (R_c^2)	Wilk's Lambda (Λ)	F	df	Error	p-value
1	0.995	0.990	0.009	23.858	9	36.66	0.000**
2	0.232	0.054	0.942	0.24	4	32	0.913
3	0.059	0.003	0.996	0.06	1	17	0.808

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01



จากตารางที่ 1 พบว่าค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคัล (R_c) ระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย กับชุดตัวแปรการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย มีฟังก์ชันคาโนนิคัล 3 ฟังก์ชัน แต่มีเพียงฟังก์ชันที่ 1 ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคัล เท่ากับ 0.995 และมีค่า R_c^2 เท่ากับ 0.990 ผลของค่า Wilk's Lambda Test เมื่อทดสอบสมมติฐานแล้วพบว่ามีความนัยสำคัญ (Significant) แสดงว่ามีค่า R_c อย่างน้อยหนึ่งค่าที่ไม่เท่ากับศูนย์ นั่นแสดงว่ามีตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยหนึ่งตัวในกลุ่มตัวแปรตามสำหรับคาโนนิคัลฟังก์ชันที่ 2 และ 3 มีค่าสหสัมพันธ์คาโนนิคัล เท่ากับ 0.232 และ 0.059 ตามลำดับ ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์คาโนนิคัลมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้างระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย กับชุดตัวแปรการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ คาโนนิคัลมาตรฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์ โครงสร้าง	Square Canonical Correlation (%)
จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ	0.964	0.471	99.02 %
จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน	0.913	0.362	
จำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน	0.909	0.685	
ค่าใช้จ่ายด้านช้อปปิ้ง	0.647	0.996	
ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก	1.346	0.997	
ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม	0.991	0.997	

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวเอเชีย คือ จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน จำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน มีความสัมพันธ์เชิงบวกทุกตัว ส่วนตัวแปรข้อมูลการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย คือ ค่าใช้จ่ายด้านช้อปปิ้ง ค่าใช้จ่ายด้านที่พักและค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม นั้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกทุกตัวเช่นเดียวกัน แสดงว่าถ้ามีจำนวนนักท่องเที่ยวเอเชียเดินทางเข้าประเทศเพิ่มขึ้น มีจำนวนคืนที่เข้าพักโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น และมีจำนวนรายจ่ายต่อคนเพิ่มขึ้น จะทำให้รายได้จากการช้อปปิ้ง รายได้จากที่พัก และรายได้จากอาหารและเครื่องดื่มเพิ่มมากขึ้น โดยภาพรวมของชุดข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชียสามารถอธิบายร่วมกับชุดข้อมูลการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชียได้ในระดับสูงมาก (ร้อยละ 99.02)



ตารางที่ 3 สหสัมพันธ์ค่าโนนิคอลลระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา กับชุดตัวแปรการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา

Canonical Function	Canonical Correlation (R_c)	Canonical (R_c^2)	Wilk's Lambda (Λ)	F	df	Error	p-value
1	0.999	0.998	0.001	50.980	9	36.66	0.000**
2	0.319	0.102	0.886	0.497	4	32	0.737
3	0.113	0.012	0.987	0.223	1	17	0.642

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่าค่าสหสัมพันธ์ค่าโนนิคอลล (R_c) ระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา กับชุดตัวแปรการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา มีฟังก์ชันค่าโนนิคอลล 3 ฟังก์ชัน แต่มีเพียงฟังก์ชันที่ 1 ที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสหสัมพันธ์ค่าโนนิคอลลเท่ากับ 0.999 และมีค่า R_c^2 เท่ากับ 0.998 ผลของค่า Wilk's Lambda Test เมื่อทดสอบสมมติฐานแล้วพบว่า มีนัยสำคัญ (Significant) แสดงว่ามีค่า R_c อย่างน้อยหนึ่งค่าที่ไม่เท่ากับศูนย์ นั่นแสดงว่ามีตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันอย่างน้อยหนึ่งตัวในกลุ่มตัวแปรตาม สำหรับค่าโนนิคอลลฟังก์ชันที่ 2 และ 3 มีค่าสหสัมพันธ์ค่าโนนิคอลล เท่ากับ 0.737 และ 0.642 ตามลำดับ ซึ่งไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

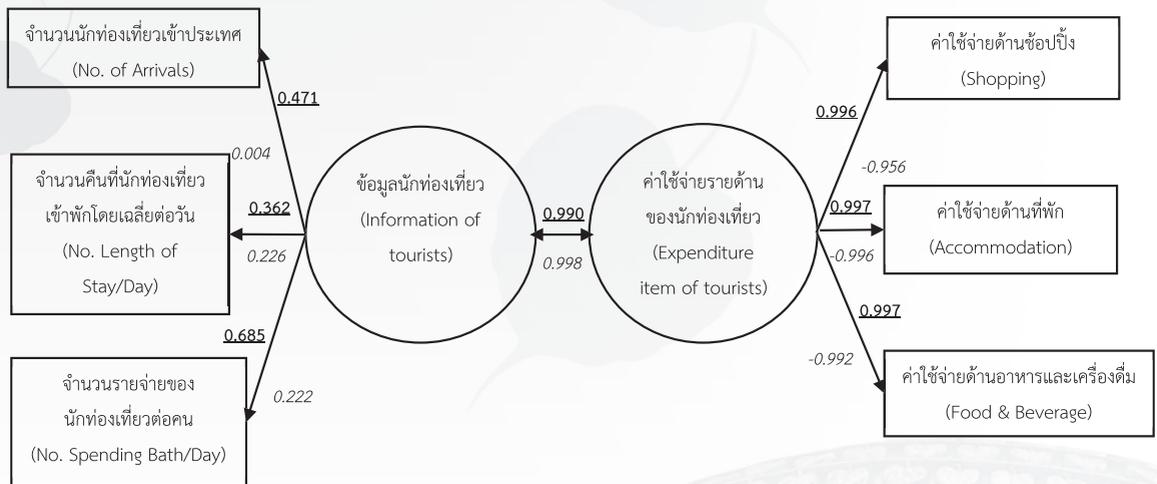
ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์ค่าโนนิคอลลมาตรฐานและค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้างระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา กับชุดตัวแปรการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์ค่าโนนิคอลลมาตรฐาน	ค่าสัมประสิทธิ์โครงสร้าง	Square Canonical Correlation (%)
จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ	2.207	0.004	
จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน	1.893	0.226	
จำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน	2.271	0.222	
ค่าใช้จ่ายด้านช้อปปิ้ง	-0.292	-0.956	99.80 %
ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก	-0.975	-0.996	
ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม	0.254	-0.992	

จากตารางที่ 4 พบว่าตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา คือ จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ จำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน และจำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน มีความสัมพันธ์เชิงบวกทุกตัว ส่วนตัวแปรข้อมูลการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา คือ ค่าใช้จ่ายด้านช้อปปิ้ง ค่าใช้จ่ายด้านที่พักและค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม นั้นมีความสัมพันธ์เชิงลบทุกตัว แสดงว่าถ้ามีจำนวน

นักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกาเดินทางเข้าประเทศเพิ่มขึ้น มีจำนวนคืนที่เข้าพักโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้น และมีจำนวนรายจ่ายต่อคนเพิ่มขึ้น จะทำให้รายได้จากการช้อปปิ้ง รายได้จากที่พัก และรายได้จากอาหารและเครื่องดื่มลดลง โดยภาพรวมของชุดข้อมูลข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกาสามารถอธิบายร่วมกับชุดข้อมูลการใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกาได้ในระดับสูงมาก (ร้อยละ 99.80)

จากผลการศึกษาวิจัยในเบื้องต้น สามารถเขียนเป็นแผนภาพความสัมพันธ์ของคาโนนิคอลฟังก์ชัน ที่ 1 ของทั้งนักท่องเที่ยวเอเชีย กับ ยุโรปและอเมริกา ได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของคาโนนิคอลฟังก์ชันที่ 1

จากภาพที่ 2 นักท่องเที่ยวเอเชีย : ชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชียมีความสัมพันธ์สูงมากกับจำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน จำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศ และจำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน ในทิศทางเดียวกันตามลำดับ ในส่วนของชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย มีความสัมพันธ์สูงมากกับค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายด้านช้อปปิ้ง ในทิศทางเดียวกันตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย ทั้ง 3 ปัจจัย และชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชีย ทั้ง 3 ด้าน มีฟังก์ชันคาโนนิคอล 1 ฟังก์ชัน โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่าชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวเอเชีย มีความสัมพันธ์กับชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวเอเชียอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R_c = 0.990$)

จากภาพที่ 2 นักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา : ชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา มีความสัมพันธ์สูงมากกับจำนวนคืนที่นักท่องเที่ยวเข้าพักโดยเฉลี่ยต่อวัน จำนวนรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคน และจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าประเทศในทิศทางเดียวกันตามลำดับ ในส่วนของชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของ



นักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา มีความสัมพันธ์สูงมากกับค่าใช้จ่ายด้านข้อปึง ค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม และค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ในทิศทางเดียวกันตามลำดับ

แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา ทั้ง 3 ปัจจัย และชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา ทั้ง 3 ด้าน มีฟังก์ชันคานอนิคอล 1 ฟังก์ชัน โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 หมายความว่าชุดตัวแปรข้อมูลนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา มีความสัมพันธ์กับชุดตัวแปรค่าใช้จ่ายรายด้านของนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (R_c) = 0.998

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอลเพื่อศึกษาระหว่างข้อมูลของนักท่องเที่ยวเอเชีย ยุโรปและอเมริกา ด้านการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งสามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวเอเชีย จากสถิติที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวที่มาจากภูมิภาคเอเชีย นักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมีการใช้จ่ายมากที่สุดเป็นอันดับหนึ่ง ซึ่งมีการใช้จ่ายโดยรวมจากค่าใช้จ่ายทุกด้านมาก เนื่องจากมีจำนวนเข้าประเทศและจำนวนคืนที่พำนักในประเทศเป็นจำนวนมาก รองลงมา คือ มาเลเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี และลาว ตามลำดับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ทำให้เกิดการใช้จ่ายจากการท่องเที่ยวซึ่งสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยได้อย่างมาก โดยเริ่มจากการพัฒนาสิ่งที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่สร้างรายได้ เช่น ชาวจีนที่มีอัตราการใช้จ่ายกับการซื้อสินค้าต่างๆ สรรคหที่พักที่ที่เหมาะสมกับระยะเวลาในการเข้าพักในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เมื่อนักท่องเที่ยวเหล่านี้มาเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แล้ว ก็มักจะซื้อของฝากหรือสินค้าที่ระลึก โดยเฉพาะพฤติกรรมของผู้ที่มีเชื้อสายจีนไม่ว่าจะมีสัญชาติใด แต่ก็ยังให้ความสำคัญกับระบบครอบครัว เมื่อไปเยี่ยมชมที่ใดจึงมักจะซื้อหาของที่ระลึกเพื่อเป็นของฝากให้กับญาติมิตรอยู่เสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิ สุขเจริญ (2558) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการออกแบบรายการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบรวม เพื่อหาวิธีออกแบบรายการท่องเที่ยวที่ดีที่สุดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นมักใช้เวลาการท่องเที่ยวประมาณ 8 วัน โดยที่ต้องการแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นลักษณะเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ และใช้เวลาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นประมาณ 3 วัน และยังคงสนใจท่องเที่ยวทะเลและชายหาด ซึ่งใช้เวลาบริเวณแหล่งท่องเที่ยวนั้นประมาณ 3 วัน และยังคงจัดวันให้สำหรับการข้อปึงอีก 2 วัน และพักในโรงแรมระดับ 4 - 5 ดาว รายการนำเที่ยวนี้มีราคามากกว่า 6,000 หยวน แสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของชาวจีนนั้นมีศักยภาพในการจ่ายสูง และต้องการที่พักที่มีคุณภาพเนื่องจากใช้เวลาในการพักหลายวัน

ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนจะเป็นกลุ่มที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยอย่างมาก แต่การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนนั้นเปรียบเสมือนดาบสองคม เห็นได้จากงานวิจัยของ ลีเหมย หลี (2561) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับทัศนคติของชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีนในทัศนคติของคนไทยส่วนใหญ่เป็นทัศนคติทางลบ และที่สำคัญ คือ ชาว



ไทยมีทัศนคติว่านักท่องเที่ยวชาวจีนไม่มีอารยธรรมและศีลธรรม เช่น การถ่มน้ำลายในที่สาธารณะ สูบบุหรี่ไม่เป็นที่ นักท่องเที่ยวชาวจีนละเลยวัฒนธรรมไทย เช่น ไม่ทำตามข้อกำหนดของสถานที่ท่องเที่ยว แต่ในอีกด้านหนึ่งนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสามารถในการจับจ่าย เช่น ความสามารถในการซื้อสินค้าหรูหรา เป็นต้น

นอกเหนือจากนักท่องเที่ยวชาวจีนแล้ว ในแถบประเทศอาเซียน ก็มีการขยายตัวของเศรษฐกิจ รวมไปถึงการเปิดประชาคมอาเซียนอย่างเสรี ทำให้เกิดความร่วมมือทางด้านต่างๆ รวมไปถึงด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครพงศ์ อ้นทอง (2558) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาวของนักท่องเที่ยวอาเซียน โดยพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาวของนักท่องเที่ยวจากประเทศอาเซียน 9 ประเทศ (บรูไน กัมพูชา อินโดนีเซีย สปป.ลาว มาเลเซีย สหภาพเมียนมาร์ ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และเวียดนาม) ซึ่งใช้วิธีทางเศรษฐมิติ ผลการศึกษาวิจัยพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวอาเซียนและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาจากยุโรปนั้นมีความสำคัญในด้านของจำนวนและรายรับที่นักท่องเที่ยวอาเซียนมีแนวโน้มที่เพิ่มจำนวนและใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวยุโรป และเมื่อวิเคราะห์ประเทศกลุ่มอาเซียนพบข้อสังเกต คือ ประเทศที่มีพรมแดนติดประเทศไทยอย่าง สปป.ลาว สหภาพเมียนมาร์ และมาเลเซีย มีความยืดหยุ่นต่อราคการท่องเที่ยวมากกว่าประเทศอื่นๆ และนิยมมาช้อปปิ้ง พักผ่อน และท่องเที่ยวสถานบันเทิงในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์

นักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา มีความแตกต่างจากนักท่องเที่ยวเอเชียในด้านของการใช้จ่าย ซึ่งนักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกาโดยส่วนมากให้ความสำคัญกับ ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม และการเดินทางภายในประเทศ มากกว่าการจับจ่ายซื้อสินค้าเหมือนกับนักท่องเที่ยวเอเชีย ข้อสังเกตที่น่าสนใจจากสถิติ คือ นักท่องเที่ยวยุโรปและอเมริกา ส่วนใหญ่นั้นเป็นการท่องเที่ยวด้วยตนเอง ไม่ใช้บริการทัวร์ จึงมีค่าเดินทางภายในประเทศที่สูงกว่านักท่องเที่ยวเอเชียอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะประเทศที่มีศักยภาพสูงในการใช้จ่าย เช่น รัฐเซีย อังกฤษ อเมริกา เยอรมนี ฝรั่งเศส ตามลำดับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2562) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กวิน วงศ์ลี้ดี, สกุล จริยาแจ่มสิทธิ และ โอปอ พงษ์พาณิชย์ สุรารักษ์ (2554) ความพึงพอใจด้านปัจจัยการตลาด ที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันที่กลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีกครั้ง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมีความพึงพอใจด้านการตลาดในภาพรวมอย่างมาก มีความต้องการกลับมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอีก ภาพพจน์ของประเทศไทยในสายตาของนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันสามอันดับแรก ได้แก่ อาหารไทย วัฒนธรรมไทย และชายหาด

หากพิจารณาเปรียบเทียบกันระหว่างนักท่องเที่ยวเอเชียและยุโรปแล้วนั้นจะเห็นถึงความแตกต่างของค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ที่ใช้ในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง รวมไปถึงจำนวนคืนที่พักและค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะแตกต่างกันไป ดังเช่นงานวิจัยของ แอน โครนีเวล (2555) ที่ศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งนักท่องเที่ยวยุโรปและเอเชีย ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวยุโรปที่ส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีรายได้โดยเฉลี่ย 109,156 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานที่มีจิตบริการ มีการบริการที่รวดเร็วถูกต้อง และเลือก



โรงแรมที่มีราคาห้องพักเฉลี่ย 3,086 บาทต่อวัน และมีระยะเวลาการเข้าพักโดยเฉลี่ย 11 วัน โดยค่าใช้จ่ายในการพักแรมในโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 40 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด ในส่วนของนักท่องเที่ยวเอเชียส่วนใหญ่เป็นเพศชายมีรายได้เฉลี่ย 54,457 บาทต่อเดือน ให้ความสำคัญกับการบริการของพนักงานที่มีจิตบริการ มีการบริการที่รวดเร็วถูกต้องเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวยุโรป และเลือกโรงแรมที่มีราคาห้องพักเฉลี่ย 2,587 บาทต่อวัน และมีระยะเวลาการเข้าพักโดยเฉลี่ย 4 วัน โดยค่าใช้จ่ายในการพักแรมในโรงแรมคิดเป็นร้อยละ 28 ของค่าใช้จ่ายทั้งหมด

การท่องเที่ยวในปัจจุบันมีกิจกรรมทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย รวมไปถึงรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ๆที่กำลังเป็นที่น่าสนใจอย่าง การท่องเที่ยววิถีไทย ทำให้นักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ มีทางเลือกในการทำกิจกรรม ซึ่งกิจกรรมทางการท่องเที่ยวเหล่านั้นยังก่อให้เกิดรายได้และเป็นการนำเสนอความเป็นไทยเอกลักษณ์ที่นักท่องเที่ยวซึ่มซบระหว่างการท่องเที่ยวโดยไม่รู้ตัว ดังเช่นงานวิจัยของ รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาควิชา ภัตติศาสตร์ และ เภยัญญาภา กันทะวงค์ (2559) ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนหย่อนใจ และไม่เคยท่องเที่ยวในรูปแบบวิถีไทยเนื่องจากขาดความรู้ความเข้าใจการท่องเที่ยววิถีไทย แต่มีการรับรู้ถึงการท่องเที่ยววิถีไทยในด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยว และควมมีเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว อยู่ในระดับมากที่สุด ด้วยเหตุนี้จึงควรสร้างความรู้และความเข้าใจในการท่องเที่ยววิถีไทยที่ถูกต้องให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ เพื่อเป็นการเพิ่มรายได้จากการเข้ามาท่องเที่ยววิถีไทยด้วยความเข้าใจมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. จากผลการวิจัยและการทบทวนวรรณกรรมทำให้เห็นความสำคัญและแนวโน้มการเพิ่มจำนวนของนักท่องเที่ยวกลุ่มเอเชียที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวจึงเป็นเรื่องหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้ให้การท่องเที่ยวจากการช้อปปิ้ง ที่เป็นกิจกรรมหนึ่งที่สามารถกระจายรายได้สู่แหล่งท่องเที่ยวและชุมชนท้องถิ่นได้ เช่น การพัฒนาสินค้าของที่ระลึก การพัฒนาและต่อยอดสินค้าจากชุมชนต่างๆ นักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติมีความต้องการและปัจจัยในการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรที่จะเหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละสัญชาติ การวิจัยในอนาคตอาจใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ผ่านกระบวนการวิจัยและพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อไป

2. ประเทศไทยเป็นแหล่งของอาหารและวัตถุดิบที่มีชื่อเสียง นักท่องเที่ยวทั้งต่างประเทศและในประเทศยังต้องการอาหารที่ตอบสนองความต้องการและแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย ดังเช่นอาหารท้องถิ่นที่หาทานได้ยาก การคงไว้ซึ่งความเป็นไทยคือสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ ไม่ใช่การปรับเปลี่ยนวัตถุดิบหรือรสชาติให้เข้ากับพวกเขา รวมไปถึงขั้นตอน กระบวนการ หรือวิธีการทำอาหารที่สะอาดถูกต้องตามหลัก

สุขภาพอาหารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์อาหารไทยมากยิ่งขึ้น การวิจัยในอนาคตนอกเหนือจากการได้ข้อมูลเชิงปริมาณควรเพิ่มการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้นจากนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆในการพัฒนาให้ถูกประเด็นมากยิ่งขึ้น

3. นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เมื่อมาท่องเที่ยวต่างประเทศจะใช้บริการโรงแรม รีสอร์ท หรือที่พักที่เหมาะสมกับงบประมาณที่ตั้งไว้ แต่สิ่งที่ทำให้โรงแรมขนาดใหญ่มีบริการที่ดีกว่าที่พักประเภทอื่นๆ คือ การบริการของพนักงานที่ผ่านการอบรมและมีมาตรฐานงานของแต่ละโรงแรม รวมไปถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ปัจจัยเหล่านี้ทำให้อัตราการเข้าพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวสูงขึ้น แต่ในสภาวะการปัจจุบันที่เศรษฐกิจไม่สู้ดีนักทั้งฝั่งยุโรปและอเมริกา ทำให้นักท่องเที่ยวตั้งงบประมาณที่น้อยลงในการเข้าพัก ประกอบกับรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไป การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นที่นิยมขึ้น การเข้าพักในที่พักของชุมชนเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตเริ่มมีบทบาทมากขึ้น จึงเป็นโจทย์สำคัญที่จะทำอย่างไรให้ทรัพยากรบุคคลในแหล่งชุมชนนั้นบริการได้ดีและมีจิตบริการเหมือนกับพนักงานในอุตสาหกรรมบริการขนาดใหญ่

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยในอนาคตควรเปลี่ยนไปตามบริบทของสถานการณ์การท่องเที่ยวโลกที่มีภาวะต่างกันในแต่ละช่วงเวลา เช่น ผลกระทบโรคโควิด 19 กับอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว หากเกิดการวิจัยและทบทวนผลกระทบให้เป็นปัจจุบันอาจจะมีตัวแปรหรือปัจจัยใหม่ที่ส่งผลกระทบต่อด้านบริการและการท่องเที่ยว อีกทั้งยังสามารถหาแนวทางพัฒนา แก้ไข และป้องกันได้ในอนาคต

บรรณานุกรม

กวิน วงศ์ลีตี, สกฤต จริยาแจ่มสิทธิ, และ โอปอ พงษ์พานิช สุรารักษ์. (2554). ความพึงพอใจด้านปัจจัย

การตลาดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวอเมริกันตัดสินใจที่กลับมาเที่ยวประเทศไทยอีกครั้ง. *วารสารวิจัย*

และพัฒนา ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 3(1), 1-58.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *สถิตินักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย ปี 2561*.

สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2562, เว็บไซต์:

https://www.mots.go.th/more_news.php?cid=502&filename=index

รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร, ภาคภูมิ ภักดีวิภาส, และ เบญญาภา กันทะวงศ์. (2559). พฤติกรรมและส่วนประสมทาง

การตลาดที่มีต่อการท่องเที่ยววิถีไทยของนักท่องเที่ยวต่างประเทศเพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาการ

ท่องเที่ยวในเขตภาคเหนือของประเทศไทย. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยนเรศวร*,

9(3), 127-139.

ลีเหมย หลี. (2561). *ทัศนคติของชาวไทยที่มีต่อภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวชาวจีน*. รายงานวิชาการ

มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (BU RESEARCH), 1-97. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2562, เว็บไซต์:

<http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3826>



วุฒิ สุขเจริญ. (2558). แนวทางการออกแบบรายการท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีนโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ห้องค์ประกอบร่วม, *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 7(พิเศษ), 52-62.

สำนักนายกรัฐมนตรี. (2561). *บทสรุปผู้บริหารผลงานรัฐบาลปีที่ 4 พล.อ.ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี (12 กันยายน 2560 - 12 กันยายน 2561)*. สืบค้นเมื่อ 22 เมษายน 2562, เว็บไซต์:

<http://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2019/20190312-thaiexecutivereport2561.pdf>.

อัศรพงศ์ อันทอง. (2558). ความยืดหยุ่นของอุปสงค์การท่องเที่ยวไทยในระยะยาวของนักท่องเที่ยวอาเซียน.

วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์, 22(2), 77-101.

แอน โครนิเวล . (2555). *พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการใช้บริการโรงแรมในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 1-96. สืบค้นเมื่อ 25 พฤษภาคม 2562, เว็บไซต์:

http://cmuir.cmu.ac.th/bitstream/6653943832/11444/2/econ30555ag_abs.pdf