

บทที่ 2

แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ มีแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้คือ

2.1 อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2546)

อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่น ๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องถิ่น ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวและทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น และความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นนี้จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบการอาชีพธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) ก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ

ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวได้แก่

1) ปัจจัยผลักดัน คือ ปัจจัยภายนอกที่สนับสนุนหรือเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้เกิดอุปสงค์ ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มขึ้น การพัฒนาการทางด้านคมนาคมขนส่ง และการ

สื่อสาร ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงด้านต่างๆในยุค โลกาภิวัตน์ ซึ่งปัจจัยต่างๆเหล่านี้ช่วยเพิ่มอุปสงค์ การท่องเที่ยวให้สูงขึ้น

2) ปัจจัยดึงดูด คือ ปัจจัยภายในที่เกิดจากตัวสถานที่ท่องเที่ยวเองที่ดึงดูดให้เกิดอุปสงค์ การท่องเที่ยว ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาของการ ท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เมื่อปัจจัยต่างๆเหล่านี้เอื้ออำนวยต่อ การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวก็จะมีความต้องการท่องเที่ยวมากขึ้นส่งผลให้อุปสงค์ของการ ท่องเที่ยวสูงขึ้น

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดและการประชาสัมพันธ์สำหรับธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้ แนวคิดเกี่ยวกับการตลาดด้วยหลัก 8P's (รัชเชต วิสเพ็ญ, 2547)

เป็นตัวแปรทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่ กลุ่มเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดบริการจะประกอบด้วยเครื่องมือดังต่อไปนี้

1) องค์ประกอบของ ผลิตภัณฑ์ (Product Element) หมายถึง สินค้าและบริการ ท่องเที่ยวทุกอย่างที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ในทางทฤษฎีจะแบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 อย่าง คือ ผลิตภัณฑ์หลักกับผลิตภัณฑ์เสริม ยกตัวอย่าง รีสอร์ท ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ห้องพักรีสอร์ท ผลิตภัณฑ์เสริม คือ การจัดสวน ร้านอาหาร สปา นวดแผนโบราณ

2) ช่องทางการจัดจำหน่าย และการตรงต่อเวลา (Place and Time) หมายถึง กระบวนการหรือช่องทางจำหน่ายสินค้าและบริการท่องเที่ยวไปให้นักท่องเที่ยว โดยรวดเร็วและ สะดวกที่สุด ส่วนตรงต่อเวลา คือทำอะไรให้ตรง

3) กระบวนการ (Process) หมายถึง การศึกษาข้อมูลทางตลาดเพื่อให้ทราบถึง กระบวนการซื้อของนักท่องเที่ยว และการเลือกสรรผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่ม ตลาดนักท่องเที่ยว

4) ผลผลิตและคุณภาพ(Productivity and Quality) หมายถึง การบริการนักท่องเที่ยว อย่างมีมาตรฐาน การบริการที่ดีและสร้างความประทับใจ บางคนเน้นผลผลิตอย่างเดียวผลิตออกมา ปริมาณมากที่สุดแต่ลืมเรื่องคุณภาพ การมีพนักงานบริการหลายๆบางครั้งก็ดีแต่ถ้าอบรมไม่ดีก็จบ แทนที่จะดีในเชิงบริการ กลับทำดูแลพนักงานไม่ทั่วถึง เมื่อมีผลผลิตมากก็ต้องควบคู่กับคุณภาพ ต้องอบรมคนเรื่องบริการด้วยหัวใจ

5) บุคลากร (People) หมายถึง การมีบุคลากรทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ มีความรู้ ความสามารถในการอำนวยความสะดวกได้อย่างรวดเร็วไม่ผิดพลาด

6) การส่งเสริมการตลาด (Promotion and Education Promotion) หมายถึงวิธีการที่จะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยว ต้องการซื้อ สินค้าและบริการจำนวนมากขึ้นในททลขณมี 6 วิธี

- 1) การโฆษณา (Advertising) คือ การสร้างแรงจูงใจให้คนคล้อยตามและเชื่อว่าผลิตภัณฑ์ของเราดี น่าสนใจพอที่เขาจะมาใช้บริการ
- 2) การประชาสัมพันธ์ (Information) คือ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้เกิดต่อผลิตภัณฑ์และองค์กร เช่น แลงข่าวจัดงานการกุศลเพื่อนำเงินช่วยเหลือเด็ก
- 3) การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) เรียกอีกอย่างว่าการ ลด แลก แจก แถม
- 4) การขายโดยพนักงาน (Personal Selling)
- 5) การตลาดทางตรง (Direct Marketing) เป็นการสื่อสารไปยังผู้บริโภคโดยตรง เช่น สื่อสารทางอินเทอร์เน็ต โทรศัพท์ เป็นต้น
- 6) การให้การศึกษา (Education) คือ ธุรกิจในการบริการจะสมบูรณ์ที่สุดเมื่อผู้ให้บริการกับผู้รับบริการเข้าใจในผลิตภัณฑ์ไปทิศทางเดียวกัน

7) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) หมายถึง บรรยากาศขณะซื้อขายสินค้าและบริการ และขณะที่นักท่องเที่ยวบริโภคสินค้า ซึ่งจะสามารสรสร้างความรู้สึกรพอใจหรือไม่พอใจได้ในทันที เช่น ลักษณะทางกายภาพที่ลูกค้าสัมผัส ร้านกาแฟ Starbucks กำเนิดที่อเมริกา ขณะนี้เป็นร้านอันดับที่หนึ่งของโลกมีสาขาทั่วโลกแ้วละ 80-90 บาทแต่คนก็ยังดื่มกัน ถามว่าทำไมถึงขายได้ คำตอบก็คือลูกค้าเข้าไปสัมผัสบรรยากาศ หรือเรียกอีกอย่างว่าการตลาดเชิงประสบการณ์

8) ราคา (Price and Cost) หมายถึง ราคาของสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่เสนอขายแก่นักท่องเที่ยวมีองค์ประกอบ 3 ประการคือ

8.1) ต้นทุน

8.2) คู่แข่ง หากเราตั้งราคาสูงกว่าคู่แข่ง เราก็เหนื่อยต้องคำนึงถึงผลของการแข่งขัน การตั้งราคา เพราะเสียทั้งคู่

8.3) คุณค่าที่ให้กับลูกค้า

2.3 การวิเคราะห์แบบจำแนกพหุ (Multiple Classification Analysis; MCA)

Multiple Classification Analysis (MCA) เป็นเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์รูปแบบและลักษณะของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามและตัวแปรอิสระ โดยที่ตัวแปรตามจะมีระดับการวัดแบบอัตราภาคขั้น หรือช่วง (Interval variable) และข้อมูลต้องมีการกระจายเป็น โค้งปกติ และถ้าเป็นตัวแปรหุ่น (dummy variable) การจำแนกสองกลุ่มควรมีการกระจายที่สม่ำเสมอ สำหรับตัวแปรอิสระเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดแบบนามมาตร (nominal scale) หรืออันดับ (ordinal scale) โดยที่ตัวแปรอิสระสามารถมีความสัมพันธ์กันเองได้ (correlation) และความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามอาจเป็นความสัมพันธ์ที่ไม่เป็นเส้นตรงก็ได้ (non-linear relationship) แต่มีข้อตกลงเบื้องต้นว่า ความคลาดเคลื่อนของประชากรในแต่ละกลุ่มต้องมีความแปรปรวนคงที่ (homogeneity of variance) และตัวแปรอิสระแต่ละตัวต้องไม่มีอิทธิพลร่วมหรือมีผลกระทบร่วมกัน (interaction effect) หรือต้องมีรูปแบบเชิงบวก (additive model) ดังนั้นก่อนที่จะนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วย MCA จะต้องวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ANOVA เพื่อตรวจสอบว่าข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ห้อยู่ภายใต้ข้อตกลงทั้งสองหรือไม่ วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย MCA สามารถชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่างๆ ที่มีต่อตัวแปรตาม ซึ่งพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระที่แสดงถึงความเบี่ยงเบนไปจากค่ากลาง (grand mean) และสามารถคำนึงถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระอื่นๆ ไปพร้อมๆ กันได้ด้วย (มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ 2550)

การวิเคราะห์โดยวิธี MCA นี้สามารถชี้ให้เห็นถึงอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่างๆ ซึ่งพิจารณาได้จากค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรที่แสดงถึงความเบี่ยงเบนจากค่าตัวกลาง (grand mean) อันเนื่องมาจากอิทธิพลของตัวแปรอิสระ ความสามารถในการอธิบายอิทธิพลดังกล่าวของแบบจำลองพิจารณาได้จากค่า η^2 ซึ่งแสดงถึงความสามารถของตัวแปรอิสระแต่ละตัวหรือแต่ละกลุ่ม (classification) ที่จะอธิบายความเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม ส่วนค่า β เป็นสถิติระบุอัตราความสัมพันธ์เช่นเดียวกับ η^2 แต่จะวัดถึงความสามารถของตัวแปรอิสระตัวหนึ่งในการอธิบายการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรตาม โดยควบคุมผลของตัวแปรอื่นแล้ว (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์ และคณะ 2521)

จากแบบจำลอง MCA สมมติให้ตัวแปรอิสระที่ต้องการทำการศึกษามีอยู่ 2 ตัวแปร นั่นคือตัวแปร X กับตัวแปร Z และมี Y_i เป็นตัวแปรตาม

แบบจำลองของ MCA

$$Y_i = \bar{Y} + \sum_{j=1}^r \alpha_j \sum_{j=1}^r X_{ji} + \sum_{k=1}^s \beta_k Z_{ki} + e_i \quad (1)$$

$$\sum_{j=1}^r X_{ji} = \sum_{k=1}^s Z_{ki} = 1; \forall_i \quad (2)$$

$$\sum_{j=1}^r \alpha_j \bar{X}_j = \sum_{k=1}^s \beta_k \bar{Z}_k = 0 \quad (3)$$

Y_i = ตัวแปรตามของ observation ที่ i

\bar{Y} = grand mean ของตัวแปรตาม

X_{ji} = ตัวแปรอิสระ X ซึ่งอยู่ในกลุ่ม (category) j ของ observation i

α_j = สัมประสิทธิ์ของกลุ่มที่ j ของตัวแปร X

r = จำนวนกลุ่มของตัวแปร X

Z_{ki} = ตัวแปรอิสระ Z ซึ่งอยู่ในกลุ่ม (category) k ของ observation i

β_k = สัมประสิทธิ์ของกลุ่มที่ k ของตัวแปร Z

s = จำนวนกลุ่มของตัวแปร Z

e_i = error of estimate

สมการที่ 1 แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของกลุ่มตัวแปรอิสระแต่ละตัวในลักษณะของความเบี่ยงเบน (deviation) จาก grand mean โดยมีได้คำนึงถึงผลของกลุ่มของตัวแปรอิสระตัวอื่น

สมการที่ 2 กำหนดเงื่อนไขว่า ตัวแปรทั้ง 2 ชุด (classifications) คือทั้ง X และ Z มี

คุณสมบัติว่าผลรวมของแต่ละชุด (classification) ของแต่ละตัวอย่าง (observation) จะเท่ากับหนึ่ง ตัวอย่างเช่น ผู้ตอบคนหนึ่ง คือ observation หนึ่ง ถ้าคนนั้นเป็นสมาชิกของกลุ่มใดแล้วจะเป็นสมาชิกของกลุ่มอื่นในชุด (classification) เดียวกันไม่ได้ สมมติว่า

$$X_{11} = 1, X_{22} = 0$$

$$\text{ดังนั้น} \quad \sum_{j=1}^2 X_{ji} = 1 + 0 = 1$$

สมการที่ 1 ด้วยตัวแปรกลุ่ม คือ $\sum_{j=1}^n X_{ji}$ และ $\sum_{k=1}^n Z_{ki}$ แต่เนื่องจากทุก observation

มีค่าเป็น 0 หรือ 1 ดังนั้นคือ $\sum_{i=1}^n X_{ji}^2 = \sum_{i=1}^n Z_{ki}^2$ และถ้าสมการที่ (2) เป็นจริง

พร้อมทั้ง $\sum_{j=1}^n X_{ji} = X_{mi} = 0, j \neq m$ แล้ว จะได้ชุดของสมการ (1) ดังต่อไปนี้

ชุดของ X_j

$$\left\{ \begin{aligned} \sum_{j=1}^n X_{ji} Y_j &= \bar{Y} \sum_{j=1}^n X_{ji} + \alpha_1 \sum_{j=1}^n X_{ji} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{ji} Z_{ki}) \\ \sum_{j=1}^n X_{ji} Y_i &= \bar{Y} \sum_{j=1}^n X_{ji} + \alpha_j \sum_{j=1}^n X_{ji} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{ji} Z_{ki}) \\ \sum_{r=1}^n X_{ri} Y_i &= \bar{Y} \sum_{r=1}^n X_{ri} + \alpha_r \sum_{r=1}^n X_{ri} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{ri} Z_{ki}) \end{aligned} \right.$$

ยกตัวอย่างเช่น

$$\sum_{i=1}^n X_{ii} Y_i = \bar{Y} \sum_{i=1}^n X_{ii} + \alpha_1 \sum_{i=1}^n X_{ii} \sum_{i=1}^n X_{ii} + \alpha_2 \sum_{i=1}^n X_{ii} \sum_{i=1}^n X_{2i} + \dots + \alpha_r \sum_{i=1}^n X_{ii} \sum_{i=1}^n X_{ri} + \sum_{k=1}^s \beta_k (\sum_{i=1}^n X_{ii} Z_{ki})$$

เทอมที่ 2 ของทางขวามือ $\alpha_1 \sum X_{ij}^2 = \alpha_1 \sum X_{ij}$

เทอมที่ 3 จนกระทั่งเทอมก่อนเทอมสุดท้ายจะกลายเป็นศูนย์ไปหมด ดังนั้น

$$\sum_{r=1}^n X_{ri} Y_i = \bar{Y} \sum_{r=1}^n X_{ri} + \alpha_r \sum_{r=1}^n X_{ri} + \sum_{k=1}^s \beta_k (X_{ri} Z_{ki})$$

ชุดของ Z_k

$$\left\{ \begin{aligned} \sum_{k=1}^n Z_{ki} Y_j &= \bar{Y} \sum_{k=1}^n Z_{ki} + \sum_{j=1}^r \alpha_j (\sum_{k=1}^n Z_{ki} X_{ji}) + \beta_1 \sum_{j=1}^n Z_{ji} \\ \sum_{k=1}^n Z_{ki} Y_j &= \bar{Y} \sum_{k=1}^n Z_{ki} + \sum_{j=1}^r \alpha_j (\sum_{k=1}^n Z_{ki} X_{ji}) + \beta_k \sum_{j=1}^n Z_{ji} \\ \sum_{s=1}^n Z_{si} Y_j &= \bar{Y} \sum_{s=1}^n Z_{si} + \sum_{j=1}^r \alpha_j (\sum_{s=1}^n Z_{si} X_{ji}) + \beta_1 \sum_{j=1}^n Z_{si} \end{aligned} \right.$$

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright © by Chiang Mai University
All rights reserved

$$\sum_{j=1}^n X_{ji} = n_j \quad (4)$$

แต่เนื่องจากสมการ (4) ผลรวมของค่าตัวแปร ในกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งก็คือ จำนวนคน ในกลุ่มนั้น โดยที่

n_j = จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ j ของตัวแปร X

n_k = จำนวนสมาชิกในกลุ่มที่ k ของตัวแปร Z

$$\sum_{j=1}^n X_{ji} Z_{ki} = n_{jk} \quad (5)$$

สมการ (5) ผลรวมของผลคูณของ dummy variables 2 กลุ่ม (ที่ไม่ใช่ classification เดียวกัน) ก็คือ จำนวนคนที่มีคุณสมบัติทั้ง 2 ประเภท ซึ่งก็คือจำนวนคนที่เป็นสมาชิกของทั้ง 2 กลุ่ม ดังนั้น

$$\sum_{r=1}^n X_{rj} Y_j = \sum_{j=1}^n Y_j = n_j \bar{Y}_j \quad (6)$$

โดยแทนค่าสมการที่ 6 แล้วย้ายเทอมที่ 1 ทางขวามือไปข้างซ้ายมือ normal equation ชุดใหม่ก็จะมีลักษณะดังนี้

$$\left\{ \begin{array}{l} n_1 (\bar{Y}_1 - \bar{Y}) = n_1 \alpha_1 + \sum_{k=1}^s n_{1k} \beta_k \\ \text{ชุดของ } X_j \\ n_j (\bar{Y}_j - \bar{Y}) = n_j \alpha_j + \sum_{k=1}^s n_{jk} \beta_k \end{array} \right.$$

$$n_r (\bar{Y}_r - \bar{Y}) = n_r \alpha_r + \sum_{k=1}^s n_{rk} \beta_k$$

$$\left. \begin{aligned} \text{ชุดของ } Z_k & \left\{ \begin{aligned} n_{i_1}(\bar{Y}_{i_1} - \bar{Y}) &= \sum_{j=1}^r \alpha_{i_1 n_{j1}} + n_{i_1} \beta_1 \\ n_{i_j}(\bar{Y}_{i_j} - \bar{Y}) &= \sum_{k=1}^r \alpha_{i_j n_{jk}} + n_{i_j} \beta_k \\ n_{i_s}(\bar{Y}_{i_s} - \bar{Y}) &= \sum_{k=1}^r \alpha_{i_s n_{ks}} + n_{i_s} \beta_s \end{aligned} \right. \end{aligned}$$

อย่างไรก็ดี ระบบของสมการข้างต้นนี้ไม่สามารถหาคำตอบได้ เพราะมีลักษณะ linearly dependent ในแต่ละชุด ดังนั้นจึงจำเป็นต้องทิ้งสมการในแต่ละชุดไปหนึ่งสมการแล้ว แทนที่ด้วยสมการที่ 3 จะได้ normal equation ชุดใหม่อีกดังนี้

$$\left. \begin{aligned} \text{ชุดของ } X_j & \left\{ \begin{aligned} n_{i_1}(\bar{Y}_{i_1} - \bar{Y}) &= n_{i_1} \alpha_{i_1} + \sum_{k=1}^s n_{i_1 k} \beta_k \\ n_{i_j}(\bar{Y}_{i_j} - \bar{Y}) &= n_{i_j} \alpha_{i_j} + \sum_{k=1}^s n_{i_j k} \beta_k \\ n_{i_{r-1}}(\bar{Y}_{i_{r-1}} - \bar{Y}) &= n_{i_{r-1}} \alpha_{i_{r-1}} + \sum_{k=1}^s n_{i_{r-1} k} \beta_k \end{aligned} \right. \end{aligned}$$

r

j=1

$$\begin{aligned}
 n_j \alpha_j &= 0 = \sum \\
 \left. \begin{aligned}
 n_1 (\bar{Y}_1 - \bar{Y}) &= \sum_{j=1}^r \alpha_j n_{j1} + n_1 \beta_1 \\
 n_k (\bar{Y}_k - \bar{Y}) &= \sum_{j=1}^{j+1} \alpha_j n_{jk} + n_k \beta_k \\
 n_{s-1} (\bar{Y}_{s-1} - \bar{Y}) &= \sum_{j=1} \alpha_j n_{i(s-1)} + n_{s-1} \beta_{s-}
 \end{aligned} \right\} \text{ชุดของ } Z_k \\
 n_k \beta_k &= 0 = \sum_{j=1}
 \end{aligned}$$

โดยการหาค่าจากสมการข้างต้นนี้ ก็จะได้สัมประสิทธิ์ α_j, β_k ของ MCA โดยตรง

2.4 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รัชดาพรรณ สุวรรณมาโจ (2548) ทำการศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกาม อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะทั่วไปและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกามและศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวรวมทั้งปัญหาที่นักท่องเที่ยวพบในการท่องเที่ยว โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามแบบเจาะจง 300 ตัวอย่าง จากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกามโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 52.7 สถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบธุรกิจส่วนตัว รายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน โดยมากเดินทางมาเที่ยวกันเป็นครอบครัว เดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัว ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวสนใจ

ที่จะต้องการทราบถึงประวัติท้องถิ่น ค่าใช้จ่ายในการเดินทางประมาณ 200 บาทใช้เวลาในการเที่ยวชมโบราณสถานประมาณ 2 ชั่วโมง และปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการมาเที่ยวโบราณสถานเวียงกุมกามได้แก่ ด้านการคมนาคม ด้านการบริการ ด้านความปลอดภัย ด้านบทบาทของภาครัฐ

อัญชลี นัสสาธา (2548) ทำการศึกษาการวิเคราะห์รายจ่ายของนักท่องเที่ยวในเทศบาลลพกระทงจังหวัดเชียงใหม่เพื่อศึกษาลักษณะต่างๆ ของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อการใช้จ่ายทั้งในและนอกเทศบาลและเพื่อศึกษาการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปสู่ธุรกิจต่างๆ ในช่วงเทศกาลลพกระทงซึ่งเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลลพกระทง 200 คน และช่วงนอกเทศกาล 200 คน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก 30 รายการโดยใช้แบบจำลอง MCA ในการพยากรณ์ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มีคุณลักษณะต่างๆ คือ อายุ อาชีพและเพศ ผลการศึกษา พบว่า ในช่วงนอกเทศกาลนั้นตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายมากที่สุดคือ ระดับรายได้ ต่อเดือน และอาชีพ ส่วนในช่วงเทศกาลตัวแปรที่มีผลต่อค่าใช้จ่ายมากที่สุดคือ ระดับรายได้ต่อเดือน ส่วนการกระจายรายได้ในช่วงเทศกาลลพกระทง รายได้จากการท่องเที่ยวเท่ากับ 641.76 ล้านบาท เพิ่มจากนอกเทศกาลประมาณ 1 เท่าตัวโดยธุรกิจยานพาหนะจะได้รับรายได้มากที่สุดประมาณ 250.29 ล้านบาทรองลงมาคือธุรกิจที่พักประมาณ 153.31 ล้านบาท

เอกลักษณ์ อริยวัจน์ (2549) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักฟาร์มของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักฟาร์มของนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเป็นชายร้อยละ 58.5 ระดับการศึกษาปริญญาตรีร้อยละ 55.25 มีอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนร้อยละ 34 นักท่องเที่ยวมีอายุเฉลี่ย 31.27 ปีมีรายได้เฉลี่ย 19,620 บาทต่อเดือนนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่พักอาศัยในจังหวัดเชียงใหม่ไม่น้อยกว่า 4 วันและร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวใช้รถส่วนตัวนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เห็นว่าราคาที่เข้าชมในปัจจุบันสูงเกินไป โดยเสนอค่าเข้าชมของเด็กอายุต่ำกว่า 51 บาทและของผู้ใหญ่ควรอยู่ในช่วง 51-100 บาทจากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 18.75 ที่เคยไปท่องเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักฟาร์ม และมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 7.5 ที่เดินทางมาเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักฟาร์ม กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ชื่นชอบมากที่สุดคือ ชาววันนา ชาวฟาร์ม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแบบโลจิตพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวสวนสัตว์เชียงใหม่ในที่พักฟาร์มมากขึ้นถ้า นักท่องเที่ยวมีรายได้สูงขึ้น มีการศึกษาสูงขึ้น มีระยะเวลาการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากขึ้น

มีความชอบในการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ เดินทางมาเที่ยวเป็นกลุ่มหรือเป็นครอบครัว มีความเห็นว่าราคาค่าเข้าชมเหมาะสม และใช้รถยนต์ส่วนตัวในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นหลัก ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ส่วนอิทธิพลของอายุของนักท่องเที่ยวไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ กล่าวคือนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะเลือกเที่ยวสวนสัตว์ในซาฟารีน้อยลงหากมีอายุเพิ่มขึ้น สำหรับปัจจัยที่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติเลยคือ เพศของนักท่องเที่ยว

สุคนธ์ธาร สุรเดชพิภพ (2549) ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพความเป็นมาทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่และวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ ทำการศึกษาโดยการสุ่มแบบบังเอิญจำนวน 400 ตัวอย่าง โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ผลการศึกษาปรากฏว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 56.75 สถานภาพโสด อายุระหว่าง 21-40 ปี ร้อยละ 53.50 ระดับการศึกษาปริญญาตรี ร้อยละ 47 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่ประเป็นพนักงานบริษัทเอกชน ร้อยละ 28.75 รายได้อยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาทต่อเดือน โดยมากเดินทางมาเที่ยวกันเป็นครอบครัว ร้อยละ 48.25 ระยะเวลาในการเที่ยวชม 2-4 ชั่วโมง ค่าใช้จ่ายในการเที่ยวต่ำกว่า 500 บาทต่อวัน และพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเมืองประวัติศาสตร์เชียงใหม่ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านความปลอดภัย ด้านคมนาคม ด้านบริการ ด้านของที่ระลึก ด้านราคาสินค้าและบริการ ด้านบทบาทของภาครัฐ และด้านรายได้ของนักท่องเที่ยว

นัฐพงศ์ กุมา (2549) ทำการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางมาเที่ยวอำเภอป่าสัก จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในการท่องเที่ยวอำเภอป่าสัก และวิเคราะห์ความคิดของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเดินทางมาเที่ยวและศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออำเภอป่าสัก ดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามจำนวน 389 ตัวอย่างทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ผลการศึกษาพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง สถานภาพโสดอายุ 21-50 ปี ส่วนมากเป็นกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน รายได้ 30,000 บาทต่อเดือน โดยมากเดินทางมาเพื่อพักผ่อนหย่อนใจและมาพักผ่อนกับกลุ่มเพื่อน เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว มาพักแบบเกสต์เฮาส์ โดยระยะเวลาที่มาพักผ่อน 2-3 วัน ช่วงเวลาที่มาเที่ยวคือช่วงพฤศจิกายนจนถึงกุมภาพันธ์ โดยกิจกรรมที่ชื่นชอบมากคือการเที่ยวไปนั่งร้อนน้ำร้อนค่าใช้จ่ายต่อวันอยู่ที่ 2194.90 บาท ปัจจัยที่มีผลทำให้

นักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวก็คือ ปัจจัยด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ปัจจัยด้านความ
ชื่นชอบธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นของอำเภอปาย ด้านอรรถาสัยของคนในท้องถิ่น

มาลินี ปิ่นแก้ว (2552) ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเดินทางท่องเที่ยว ศึกษา
พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ และ ศึกษาถึงค่าใช้จ่าย
ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศประเภทต่างๆของนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ โดยเก็บข้อมูล
จากแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างโดยการเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญจำนวน 300 ตัวอย่าง วิเคราะห์
ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21-30 ปี
สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพเป็นข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ โดยมี
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท มีภูมิลำเนาอยู่ใน อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ ปัจจัยที่มี
ผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวภายในประเทศในภาพรวม อันดับที่หนึ่ง คือ ค่าใช้จ่ายในการ
ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมหรือสอดคล้องกับงบประมาณที่มีอยู่ รองลงมาคือต้องการหา
ประสบการณ์ในแหล่งท่องเที่ยว การได้รับการชักชวนจากเพื่อนหรือญาติ สิ่งดึงดูดใจจากแหล่ง
ท่องเที่ยว ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่ง
ท่องเที่ยว และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ตามลำดับ จากศึกษา
พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวเชียงใหม่ พบว่ากลุ่ม
ตัวอย่างส่วนใหญ่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศปีละ 2 ครั้ง วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวคือการ
พักผ่อน โดยมีการจัดการท่องเที่ยวด้วยตนเอง บุคคลร่วมเดินทางส่วนใหญ่คือญาติพี่น้อง
แหล่งข้อมูลที่มีผลต่อการท่องเที่ยวมากที่สุดคือเพื่อนและคนรู้จัก พาหนะที่ใช้คือรถยนต์ส่วนบุคคล
มีระยะเวลาในการท่องเที่ยวคือ 1-2 วัน สถานที่พักระหว่างการท่องเที่ยวคือโรงแรมโดยจังหวัดที่
นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปมากที่สุดคือ กระบี่ ภูเก็ต และชลบุรี