

บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาในครั้งนี้ เป็นการศึกษาถึงพฤติกรรมและปัจจัยของนักท่องเที่ยวที่เลือกใช้บริการที่พักแรม โดยจะทำการศึกษานักท่องเที่ยวที่พักแรมโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยได้นำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาใช้ในการศึกษาดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีอุปสงค์ (Demand Theory) อุปสงค์ต่อสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่ง (Demand) หมายถึงปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ ณ ราคาสินค้าต่างๆ กันของสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ ในระยะเวลาที่กำหนด โดยความต้องการซื้อของผู้บริโภคต้องมีอำนาจซื้อด้วย (Purchasing Power) กล่าวคือผู้บริโภคต้องมีเงินเพียงพอและมีความเต็มใจที่จะซื้อ (Ability and willingness) สินค้าหรือบริการนั้น เช่น นายสมปอง ต้องการซื้อทีวี และนายสมปอง มีเงินเพียงพอที่จะซื้อทีวี ในกรณีนี้จะเป็นอุปสงค์ที่สัมฤทธิ์ผล แต่ถ้านายสมชาย มีแต่ความต้องการซื้อทีวีแต่ไม่มีเงินเพียงพอ ในกรณีนี้ไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ ปัจจัยที่สำคัญซึ่งเป็นตัวกำหนดว่าผู้ซื้อจะต้องการซื้อสินค้าและบริการเป็นจำนวนเท่าไร มีหลายประการ สามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อสินค้านั้นเปลี่ยนแปลงตามดังนี้

1. **ราคาสินค้าชนิดนั้น** เมื่อราคาสินค้าและบริการเพิ่มขึ้นปริมาณซื้อจะลดลง แต่ถ้าราคาสินค้าหรือบริการนั้นลดลง ปริมาณซื้อจะมีมากขึ้น

2. **ราคาสินค้าและบริการประเภทอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง** ความสัมพันธ์ของปริมาณซื้อ นอกจากจะขึ้นอยู่กับสินค้านั้นแล้วยังขึ้นกับราคาสินค้าชนิดอื่นที่เกี่ยวข้องด้วย ซึ่งแบ่งความสัมพันธ์ของสินค้าได้เป็น 2 ชนิด

2.1 **สินค้าที่ใช้ทดแทนกัน** การที่ผู้บริโภคจะซื้อสินค้าใดมากน้อยเพียงใดจะต้องพิจารณาถึงราคาสินค้าที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น เนื้อไก่กับเนื้อหมู ซากกับกาแฟ เป็นต้น ถ้าราคาเนื้อไก่เพิ่มสูงขึ้นในขณะที่ราคาเนื้อหมูคงเดิม ผู้บริโภคก็จะลดการบริโภคเนื้อไก่ลงแล้วหันมาบริโภคเนื้อหมูเพิ่มขึ้น จึงกล่าวได้ว่า เมื่อราคาสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเพิ่มขึ้นจะทำให้ปริมาณซื้อสินค้าอีกชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันได้เพิ่มขึ้นด้วย แต่ราคาสินค้าชนิดหนึ่งลดลงจะทำให้ปริมาณซื้อของสินค้าอีก

ชนิดหนึ่งที่ใช้ทดแทนกันได้ลดลงด้วย ดังนั้น ความสัมพันธ์ของราคาปริมาณของสินค้าต่างชนิดกันที่ใช้ทดแทนกันจะเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

2.2 สินค้าที่ใช้ประกอบกันหรือใช้ร่วมกัน เช่น รถยนต์กับน้ำมันเชื้อเพลิง รองเท้ากับถุงเท้า เป็นต้น เมื่อราคารองเท้าแพงขึ้น นอกจากปริมาณซื้อรองเท้าลดลงแล้วปริมาณความต้องการซื้อถุงเท้าก็จะลดลงด้วย ทั้งนี้ที่ราคาของถุงเท้าไม่เปลี่ยนแปลงดังนั้นความสัมพันธ์ของราคาและปริมาณซื้อของสินค้าต่างชนิดที่ใช้ประกอบกันจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม

3. รายได้ของผู้บริโภค รายได้ของผู้บริโภคเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในการกำหนดอุปสงค์ การพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับปริมาณความต้องการซื้อสินค้าสามารถแบ่งสินค้าออกเป็น 2 ชนิด คือ

3.1 สินค้าปกติ ปริมาณซื้อสินค้าปกติโดยทั่วไปจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือ ถ้ารายได้ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าปกติก็จะเพิ่มขึ้น แต่ถ้าผู้บริโภครายได้ลดลง ความต้องการซื้อสินค้าปกติก็จะลดลงด้วย

3.2 สินค้าด้อยคุณภาพ สินค้าบางชนิดเป็นสินค้าด้อยคุณภาพในสายตาของผู้บริโภค ปริมาณซื้อสินค้าประเภทนี้จะมีความสัมพันธ์ตรงกันข้ามกับระดับรายได้ของผู้บริโภค กล่าวคือเมื่อผู้บริโภครายได้เพิ่มขึ้น อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะลดลง แต่ถ้าผู้บริโภครายได้ลดลง อุปสงค์ในสินค้าประเภทนี้จะเพิ่มขึ้น สินค้าเหล่านี้ได้แก่ เบหมีกิ่งสำเร็จรูป เสื้อผ้าราคาถูก เป็นต้น

4. ปัจจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ รสนิยมของผู้บริโภค จำนวนประชากร การคาดคะเนสินค้าและปริมาณสินค้าในอนาคต ฤดูกาล และสภาพการกระจายรายได้ในระบบเศรษฐกิจ โดยปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดปริมาณความต้องการซื้อหรืออุปสงค์

2.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

วุฒิเทพ อินทปัญญาและคณะ (2532) ศึกษาถึงเรื่องการกระจายและการไหลออกของรายได้จากการท่องเที่ยวในธุรกิจโรงแรมและธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะและประเภทการใช้จ่ายเงินของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่จ่ายให้กับโรงแรมและบริษัทนำเที่ยว รวมถึงการศึกษาการกระจายตัวของรายได้ของโรงแรมและบริษัทนำเที่ยวที่ได้รับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ระหว่างประเทศ ผลการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ ร้อยละ 55.7 เป็นการเดินทางที่จัดการด้วยตนเอง ร้อยละ 30.5 เป็นการซื้อโปรแกรมเดินทางของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ มีเพียงร้อยละ 13.4 เท่านั้นที่เป็นบริษัทนำเที่ยวในประเทศและในจังหวัด ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวร้อยละ 50 เป็นค่าใช้จ่ายในหมวดยานพาหนะ ทั้งนี้เพราะเป็นการเดินทางโดยเครื่องบิน ส่วนร้อยละ 22.6 เป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก และ ร้อยละ 70.7 จะพักในโรงแรม มีเพียงร้อยละ 28.6 เท่านั้นที่พักตามเกสต์เฮาส์และมีระยะเวลาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เฉลี่ย 4.4 วัน อย่างไรก็ตาม การศึกษาดังกล่าวมิได้แยกแยะแบบแผนค่าใช้จ่ายตามลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยว ตามอาชีพ อายุ เพศ กลุ่มรายได้ ออกมาอย่างชัดเจน ซึ่งทำให้ไม่สามารถบ่งชี้ข้อมูลเกี่ยวกับเป้าหมายการตลาดได้อย่างเด่นชัด

สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์วิทยาลัย (2533) ได้ศึกษาเรื่องสถานการณ์ลงทุนของธุรกิจท่องเที่ยวโดยทำการศึกษาและวิเคราะห์สถานการณ์ลงทุนของธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อเสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อศึกษาสภาพทั่วไปจากแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของ 4 ภาค และศึกษาสภาพรูปแบบและลักษณะของธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวได้แก่ ธุรกิจประเภทที่พักแรม ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหารและสถานบันเทิงต่างๆ โดยใช้แหล่งข้อมูลจากเอกสารและสื่อมวลชนรวมถึงการสอบถามจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ผลการศึกษา สรุปเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวที่สำคัญในภาคเหนือคือจังหวัดเชียงใหม่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเชียงใหม่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยถ้าเข้าเที่ยวในตัวเมืองจะพักในโรงแรมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 47.9 แต่ถ้าเที่ยวในตัวอำเภอส่วนใหญ่จะพักเกสต์เฮาส์ ทางด้านการใช้บริการด้านอาหาร นักท่องเที่ยวชาวไทย ร้อยละ 63.74 ใช้บริการร้านอาหารคอฟฟี่ช็อป แต่สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีการใช้บริการร้านอาหารประเภทคอฟฟี่ช็อป คิดเป็นร้อยละ 20.30 ซึ่งน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนการซื้อของที่ระลึกนั้น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการซื้อของที่ระลึกถึงร้อยละ 41.01 สำหรับข้อเสนอแนะนั้น นักท่องเที่ยวต้องการให้อนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นเอาไว้และควรมีการปรับปรุงด้านการรักษาความสะอาด ส่วนการลงทุนนั้น นักท่องเที่ยวเห็นว่าปริมาณการลงทุนในด้านการขายบริการท่องเที่ยวมีมากเกินไปแล้วควรจะหันมาปรับปรุงคุณภาพมากกว่าการเพิ่มปริมาณ

กฤษฎี กาญจนกิตติ (2541) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้โรงแรมในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ จากผลการศึกษาพบว่า ชาวไทยให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพักเป็นประการสำคัญ ในการเลือกใช้บริการจากโรงแรมใดโรงแรมหนึ่ง ในขณะที่ชาวต่างประเทศกลับมองว่า อัตราค่าห้องพักมิได้เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการตัดสินใจ แต่ให้ความสำคัญกับสภาพห้องพักมากกว่าปัจจัยด้านอื่นและเมื่อจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการตามอายุพบว่า ชาวไทยไม่ว่าจะอยู่ในวัยใดก็ตามต่างให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านอัตราค่าห้องพักเป็นตัวตัดสินใจในการเลือกใช้บริการโรงแรม อายุ ตั้งแต่ 25-55 ปี และกลุ่มที่มีอายุมากกว่า 55 ปี ขึ้นไปเห็นว่าสภาพห้องพักเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการเลือกใช้โรงแรมเมื่อเทียบกับปัจจัยด้านอื่น ส่วนการจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการตามอาชีพพบว่า ชาวไทยทุกประเภทอาชีพมีความเห็นห้องเช่นเดียวกันว่า อัตราค่าห้องพักเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการโรงแรม ส่วนชาวต่างประเทศมีความเห็นแตกต่างกันบ้างบางกลุ่มอาชีพ อาทิเช่น ผู้ที่ประกอบธุรกิจส่วนตัวและผู้ที่ทำงานประเภทห้างร้าน/บริษัทชน มองว่า สภาพห้องพักเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการเลือกใช้บริการโรงแรม แต่ผู้ที่ทำงานประเภทรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ให้ความสำคัญกับระบบรักษาความปลอดภัยมากกว่าในขณะที่กลุ่มอาชีพอื่นๆ ให้ปัจจัยด้านอัตราห้องพักเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด ส่วนการจำแนกกลุ่มผู้ใช้บริการตามรายได้พบว่า ชาวไทยไม่ว่าจะมีระดับรายได้เท่าใดก็ตามต่างมีความคิดเห็นเช่นเดียวกันว่า อัตราค่าห้องพักนั้นเป็นปัจจัยสำคัญประการแรก ส่วนชาวต่างประเทศที่มีรายได้ต่ำกว่า 3,000 เหรียญสหรัฐฯ ต่อเดือน ขึ้นไปเห็นความสำคัญของสภาพห้องพักมากกว่าปัจจัยอื่น

ปวีณา โทณแก้ว (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของคนไทย เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาที่พำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 900 ตัวอย่าง ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้จากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 6 อันดับของประเทศไทย ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ หาดใหญ่ นครราชสีมา กาญจนบุรี และพัทลุง ตามลำดับ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา และเชิงปริมาณแบบการคำนวณถดถอยพหุแล้วทำการประมาณค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่าคงที่ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary least square: OLS) จากผลการศึกษการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวดังกล่าว พบว่าตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มี 5 ตัว ดังนี้ เพศของนักท่องเที่ยวจะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการ

เดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย อายุของนักท่องเที่ยว จากค่าสถิติพบว่าอายุความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว หมายความว่าเมื่อนักท่องเที่ยวอายุมากขึ้น จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น การศึกษาของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ นักท่องเที่ยวมีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ อาชีพของนักท่องเที่ยวพบว่านักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวและอาชีพแม่บ้าน/ทำงานในครอบครัว จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆและรายได้ของนักท่องเที่ยวพบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นเขาจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้นด้วย

The logo of Chiang Mai University is a circular emblem. In the center is a stylized elephant facing left, with a decorative tusk and a flame-like element above its head. The elephant is surrounded by a circular border containing the text 'CHIANG MAI UNIVERSITY 1964'. There are also decorative floral motifs on either side of the elephant.

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved