บทที่ 2
ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.1.1 ทฤษฎีอุปสงค์

รองศาสตราจารย์นวลทิพย์ ควกุล (2541) อุปสงค์ (Demand) หมายถึง ปริมาณสินค้าหรือบริการชนิดใดชนิดนั้นๆ ที่ผู้บริโภคประสงค์จะซื้อ ณ ระดับราคาต่างๆ ในช่วงเวลาหนึ่งๆ

เมื่อกล่าวถึงอุปสงค์ จะหมายถึงความต้องการที่สามารถทำให้สำเร็จได้จริง และมีความตั้งใจจริงที่จะทำด้วย กล่าวคือ มีเงินเพียงพอที่จะซื้อสินค้าหรือบริการชนิดนั้นๆ หากมีแต่เพียงความต้องการสินค้าหรือบริการแต่ไม่มีเงินที่จะซื้อ ความต้องการดังกล่าวจะไม่นับเป็นอุปสงค์ทางเศรษฐศาสตร์

จากความหมายดังกล่าวจะเห็นได้ว่าอุปสงค์ที่มีประสิทธิผล (Effective Demand) ประกอบด้วย 3 ส่วนที่สำคัญ คือ

1. ความต้องการซื้อ (Wants) ลำดับแรกผู้บริโภคจะต้องมีความอยากได้ในสินค้าหรือบริการเหล่านั้นก่อน อย่างไรก็ตามการมีความต้องการไม่ถือว่าเป็นอุปสงค์ เพราะอุปสงค์จะต้องเป็นความต้องการที่สามารถซื้อได้และเกิดการซื้อขายขึ้นจริงๆ

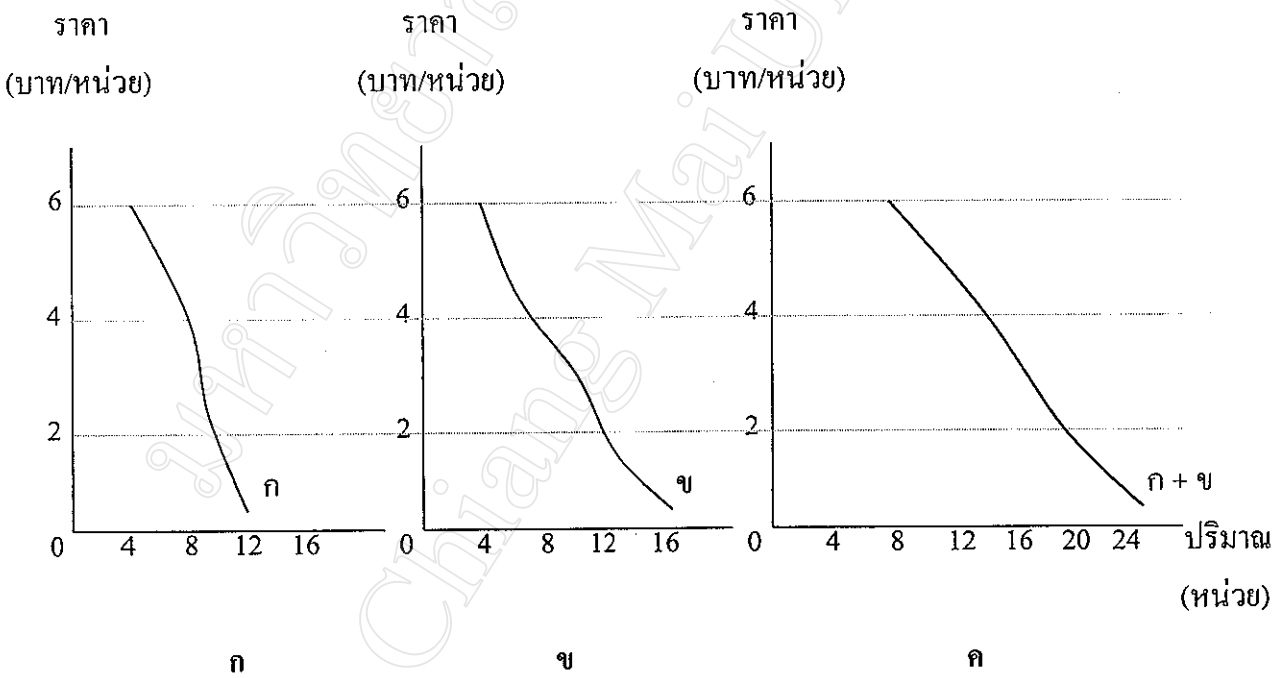
2. ความเต็มใจที่จะจ่าย (Willingness to pay) คือ การที่ผู้บริโภคมีความยินดีที่จะยอมเสียสละเงินหรือทรัพย์สินที่ตนมีอยู่ เพื่อแลกเปลี่ยนกับสินค้าและบริการต่างๆ เหล่านั้นมาเพื่อใช้ในการบำบัดความต้องการของตน

3. ความสามารถที่จะซื้อ (Purchasing power or ability to pay) ถือว่าเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญ คือไม่ว่าบุคคลนั้นจะมีความอยากได้หรือความต้องการในสินค้าหรือบริการมากน้อยเพียงใดก็ตาม ถ้าปราศจากความสามารถที่จะซื้อหรือจัดหามาได้แล้ว การขายจริงๆ จะไม่เกิดขึ้น นั่นคือจะเป็นเพียงแต่ความต้องการที่มีแนวโน้มจะซื้อ (Potential Demand) เท่านั้น ซึ่งความสามารถที่จะซื้อโดยปกติจะถูกกำหนดจากขนาดของทรัพย์สินหรือรายได้ที่บุคคลนั้นมีหรือ

หามาได้ โดยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ ถ้ามีรายได้หรือทรัพย์สินมากความสามารถที่จะซื้อจะมีสูง ถ้ามีน้อยจะมีความสามารถที่จะซื้อต่ำ

อุปสงค์ของครัวเรือนหรือผู้บริโภคคนใดคนหนึ่งสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งนั้น เราเรียกว่าอุปสงค์ส่วนบุคคล (Individual demand) เมื่อรวมอุปสงค์ส่วนบุคคลของผู้บริโภคทุกคนสำหรับสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งเข้าด้วยกันแล้ว ผลรวมที่ได้เรียกว่า อุปสงค์ตลาด(Market demand) สำหรับสินค้าชนิดนั้น หรือกล่าวอีกนัยหนึ่ง ปริมาณรวมของสินค้าที่ผู้บริโภคต้องการซื้อในตลาด ณ ราคาหนึ่ง ก็คือ ผลรวมของปริมาณสินค้าที่ผู้บริโภคแต่ละคนต้องการซื้อ ณ ราคานั้นนั่นเอง การเจาะลึกถึงความสัมพันธ์อุปสงค์ของตลาดจะต้องเข้าใจธรรมชาติของอุปสงค์ส่วนบุคคล

ภาพที่ 2.1 : เส้นอุปสงค์ส่วนบุคคลและเส้นอุปสงค์ตลาด



ก ข ค

จากภาพที่ 2.1 แสดงถึงปริมาณเสนอซื้อของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งในตลาดแห่งหนึ่ง ซึ่งสมมติว่ามีผู้บริโภค 2 คน ภาพที่ 2.1.ก แสดงถึงอุปสงค์ส่วนบุคคลของนาย ก. ภาพที่ 2.1.ข แสดงอุปสงค์ส่วนบุคคลของนาย ข. ส่วนภาพที่ 2.1.ค เป็นอุปสงค์ของตลาดซึ่งได้จากผลรวมของปริมาณสินค้าในภาพที่ 2.1.ก และภาพที่ 2.1.ข

ประเภทของอุปสงค์

1. อุปสงค์ต่อราคา (Price Demand) เป็นความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการที่สามารถซื้อได้ ณ ระดับราคาต่างๆ ของตลาด

2. อุปสงค์ต่อรายได้ (Income Demand) เป็นความต้องการซื้อที่สามารถซื้อได้ ณ ระดับรายได้ต่างๆ ของผู้บริโภคนั้นๆ

3. อุปสงค์ไขว้ (Cross Demand) หรืออุปสงค์ต่อราคาสินค้าชนิดอื่น เป็นความต้องการซื้อที่สามารถซื้อได้ของราคาสินค้าชนิดหนึ่งต่อราคาสินค้าอีกชนิดหนึ่ง ตัวอย่างเช่น อุปสงค์ของปากกาต่อราคาของยางลบ หรืออุปสงค์ของกาแฟต่อราคาของน้ำตาล

กฎของอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวว่า ภายใต้ข้อสมมติว่าปัจจัยตัวอื่นๆ ที่มีผลต่ออุปสงค์มีค่าคงที่ (Other-things being equal) ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (ผกผัน) กับราคาของสินค้าชนิดนั้น กล่าวคือ เมื่อราคาลดลงปริมาณอุปสงค์จะเพิ่มขึ้นและเมื่อราคาสูงขึ้นปริมาณอุปสงค์จะลดลง ลักษณะทั่วไปของเส้นอุปสงค์จึงเป็นเส้นทอดลงจากซ้ายไปขวา (สินค้าปกติ) ทั้งนี้สืบเนื่องมาจากผลรวมของ

1. ผลทางรายได้ (Income Effect) การที่ระดับราคาสินค้าหรือบริการมีการเปลี่ยนแปลงจะส่งผลต่อระดับรายได้ที่แท้จริง (Real Income) ของแต่ละบุคคล กล่าวคือ เมื่อราคาสูงขึ้นคนเราจะรู้สึกว่าตนเองมีรายได้ที่แท้จริงลดลง ทั้งๆ ที่รายรับที่เป็นตัวเงิน (Money Income) มิได้เปลี่ยนแปลงไปแต่อย่างใด เนื่องจากรายได้ที่เป็นตัวเงินจำนวนเท่าเดิมซื้อหาสินค้าและบริการได้ในจำนวนที่น้อยลง และในทางกลับกันถ้าราคาสินค้าลดลง รายได้ที่เป็นตัวเงินจำนวนเท่าเดิมจะซื้อสินค้าและบริการได้ในจำนวนมากขึ้น ซึ่งเท่ากับว่ามีรายได้ที่แท้จริงเพิ่มขึ้น

2. ผลทางด้านการทดแทน (Substitution Effect) โดยทั่วไปคนเรามีแนวโน้มที่จะซื้อสินค้าหรือบริการที่มีราคาลดลง ทดแทนสินค้าหรือบริการที่ราคาสูงขึ้นหรือไม่เปลี่ยนแปลง นั่นคือ เมื่อราคาของสินค้าหรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่งลดลง ปริมาณความต้องการซื้อหรืออุปสงค์ในสินค้าหรือบริการนั้นจะเพิ่มขึ้น ตรงกันข้ามถ้าราคาสูงขึ้นอุปสงค์จะลดลง

อุปสงค์หรือปริมาณความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาของสินค้าหรือบริการแต่เพียงอย่างเดียว ยังขึ้นอยู่กับปัจจัยตัวอื่นๆ ซึ่งได้แก่

1. ราคาสินค้าชนิดอื่น
2. ระดับรายได้ของผู้บริโภค
3. รสนิยมของผู้บริโภค
4. ระดับการศึกษาของผู้บริโภค

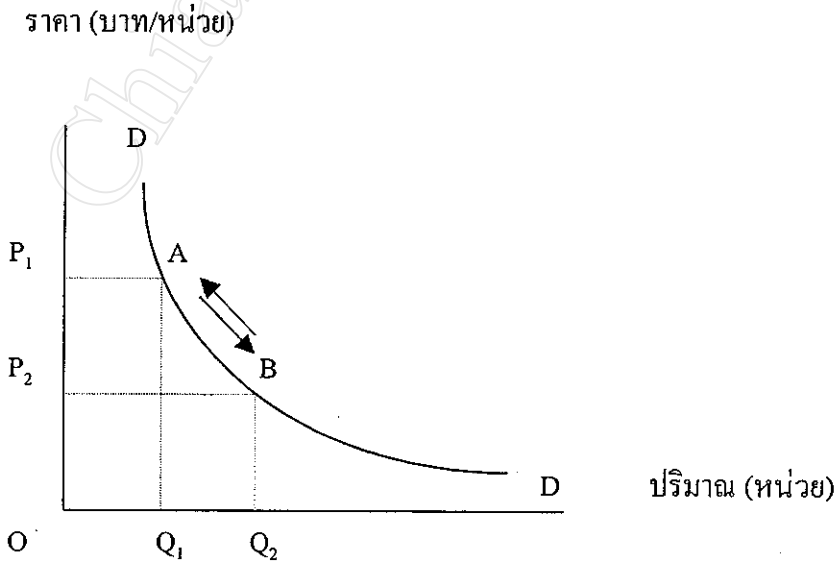
5. การคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของระดับราคา
6. การคาดคะเนการเปลี่ยนแปลงของรายได้ของผู้บริโภค
7. ความต้องการเก็บเงินของผู้บริโภค
8. ฤดูกาล
9. วัฒนธรรมประเพณี
10. จำนวนของประชากร
11. ลักษณะการกระจายรายได้
12. งบประมาณในการโฆษณา

ฯลฯ

การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์มีอยู่ 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ (Change in quantity demanded) เป็นการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากราคาของสินค้าหรือบริการนั้นเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผลของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเป็นไปตามกฎอุปสงค์ที่ว่า ปริมาณอุปสงค์จะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับการเปลี่ยนแปลงของราคา กล่าวอีกนัยหนึ่งการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์ ก็คือ การเคลื่อนที่จากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่งบนเส้นอุปสงค์เดียวกัน

ภาพที่ 2.2 : การเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์

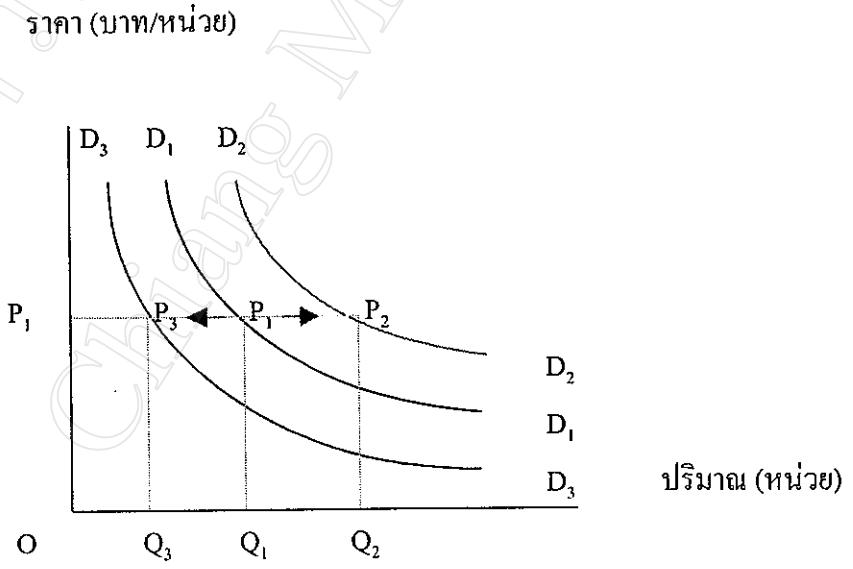


จากภาพที่ 2.1 แสดงถึงเส้นอุปสงค์ DD ถ้าราคาสินค้าชนิดหนึ่งในขณะนี้เป็น OP_1 ปริมาณเสนอซื้อจะเป็น OQ_1 แต่ถ้าราคาลดลงเหลือ OP_2 ปริมาณเสนอซื้อจะเพิ่มขึ้นเป็น OQ_2 การเปลี่ยนแปลงในปริมาณเสนอซื้อจะเคลื่อนที่จากจุด A ไปยังจุด B นั่นเอง เรียกว่าการเปลี่ยนแปลงปริมาณอุปสงค์

2. การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์ (Change in demand) เป็นการเปลี่ยนแปลงของปริมาณซื้อในขณะที่ราคาสินค้าและบริการยังคงเท่าเดิม การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์เป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยต่างๆ ที่เป็นตัวกำหนดอุปสงค์ (ยกเว้นราคาสินค้า) เช่น รายได้ รสนิยมของผู้บริโภค ราคาสินค้าอื่นที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น

ผลแห่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะทำให้เส้นอุปสงค์ทั้งเส้นเคลื่อนย้ายไปจากตำแหน่งเดิม ถ้าผลการเปลี่ยนแปลงทำให้ระดับอุปสงค์เพิ่มขึ้น เส้นอุปสงค์ก็จะเคลื่อนย้ายไปทางขวามือ แต่ถ้าผลการเปลี่ยนแปลงทำให้ระดับอุปสงค์ลดลง เส้นอุปสงค์ก็จะเคลื่อนย้ายไปทางซ้ายมือของเส้นอุปสงค์เดิม

ภาพที่ 2.3 : การเปลี่ยนแปลงระดับอุปสงค์



จากภาพที่ 2.3 เส้นอุปสงค์ D_1D_1 แสดงปริมาณการเสนอซื้อสินค้าชนิดหนึ่ง ณ ระดับราคาต่างๆ สมมติว่า ที่ราคา OP_1 ปริมาณเสนอซื้อจะเป็น OQ_1 แต่ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงในระดับอุปสงค์เกิดขึ้น สมมติว่า รสนิยมของผู้บริโภคเกิดเปลี่ยนไปในทิศทางที่นิยมสินค้ามากขึ้น ผู้บริโภคก็จะพากันซื้อสินค้าชนิดนั้นเพิ่มขึ้นทั้งๆ ที่ราคายังคงเท่าเดิม เส้นอุปสงค์ก็จะเคลื่อนย้ายจาก

ตำแหน่งเดิมไปทางขวามือ เป็นเส้น D_2D_2 ซึ่ง ณ ราคา OP_1 ปริมาณเสนอซื้อเดิม OQ_1 ก็จะเพิ่มขึ้นเป็น OQ_2 ในทางตรงกันข้าม ถ้ารสนิยมในสินค้าชนิดนั้นของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในทางที่นิยมลดลง เส้นอุปสงค์ก็จะเคลื่อนย้ายไปทางซ้ายมือ เป็น D_3D_3 ปริมาณเสนอซื้อก็จะลดลงจาก OQ_1 เหลือ OQ_3 ณ ราคา OP_1

2.1.2 อุปสงค์ของการท่องเที่ยว

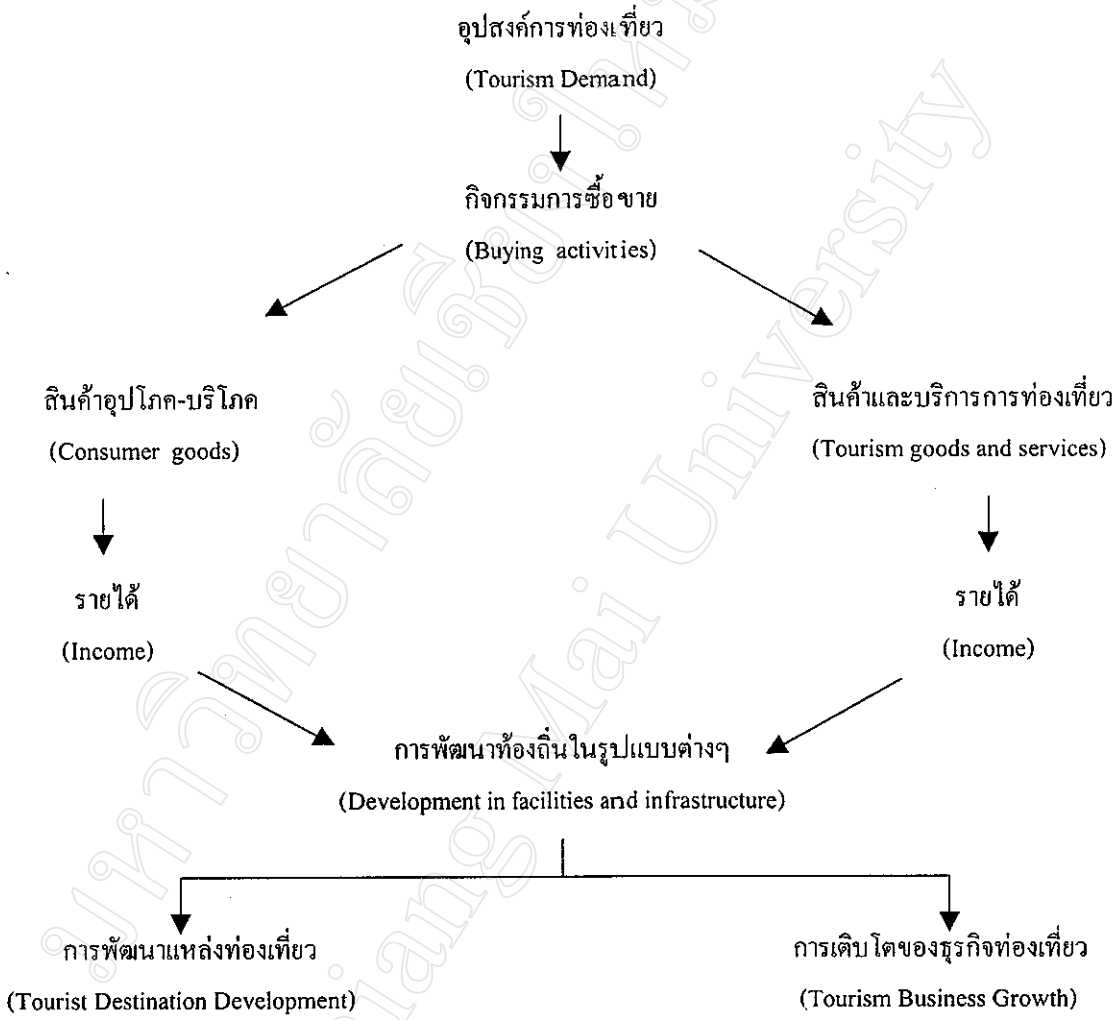
ศาสตราจารย์หม่อมหลวง ตุ้ย ชุมสาย (2527) ได้นิยามไว้ว่า "อุปสงค์ของการท่องเที่ยว" หมายถึง ความปราถนาของคนที่จะจ่ายเงินจำนวนหนึ่งเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยว

ฉลองศรี พิมลสมพงศ์ (2542) ได้นิยาม "อุปสงค์ของการท่องเที่ยว" หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการ หรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว หรือจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวของตน โดยนักท่องเที่ยวจะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ ปริมาณสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นหรือลดลง ย่อมหมายถึงการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยวด้วย

อุปสงค์การท่องเที่ยวมีความสำคัญ เนื่องจากอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นตัวผลักดันสำคัญที่ทำให้เกิดการซื้อขายสินค้าทั่วไป และสินค้าการท่องเที่ยวอย่างอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจย่อยที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม บริษัทนำเที่ยว สายการบิน ช่วยเพิ่มการสร้างรายได้ให้แก่ท้องเถิ่น ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้มีความพร้อมในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว และทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการขยายตัวมากขึ้น

ความเจริญก้าวหน้าของท้องถิ่นโดยเฉพาะในเรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกและสาธารณูปโภคต่างๆ จะเป็นสิ่งจูงใจให้นักลงทุนสนใจมาลงทุนทางธุรกิจมากขึ้น ทั้งประชาชนและนักลงทุนต่างก็พยายามให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้นเพื่อผลทางด้านรายได้ และรายได้จากการท่องเที่ยวนี้สามารถกระจายไปสู่ผู้ประกอบอาชีพธุรกิจย่อยในลักษณะทวีคูณ (Multiplier Effect) อันก่อให้เกิดการเพิ่มรายได้และนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ

ภาพที่ 2.4 : แสดงอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ช่วยพัฒนาท้องถิ่น แหล่งท่องเที่ยว และการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยว



ปัจจัยที่ทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยว

การเดินทางท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของสังคมในปัจจุบัน ปัจจัยที่สำคัญทำให้เกิดอุปสงค์การท่องเที่ยวได้แก่

1. ปัจจัยผลักดัน ได้แก่ ความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี การสร้างบ้านแปลงเมือง การมีรายได้และระดับชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น อาชีพและการมีเวลาว่างเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาการทางด้านการคมนาคมขนส่ง และการสื่อสาร ตลอดจนการแลกเปลี่ยนด้านต่างๆ ในยุคโลกาภิวัฒน์

2. ปัจจัยดึงดูด ได้แก่ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยว ราคาการท่องเที่ยว กฎหมาย และระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

2.1.3 อุปทานของการท่องเที่ยว

ศาสตราจารย์หม่อมหลวง ตุ้ย ชุมสาย (2527) ได้นิยามไว้ว่า "อุปทานของการท่องเที่ยว" หมายถึง สินค้าและบริการทุกชนิดที่เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจัดให้มีเพื่อตอบสนองอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นอุปทานที่ปรากฏในลักษณะที่เป็นนามธรรมหรือรูปธรรม สิ่งมีชีวิตหรือไม่มีชีวิต เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติหรือเป็นสิ่งที่มนุษย์คิดขึ้นมา อุปทานนี้เองจะเป็นตัวการสำคัญในการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวยังสถานที่นั้นๆ

ลักษณะของอุปทานทางการท่องเที่ยว

1. เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ผลผลิตสุดท้ายจะเป็น "ความรู้สึก" การซื้อขายเป็นการตกลงกันล่วงหน้า ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพได้เหมือนกับการซื้อขายสินค้าอย่างอื่น

2. เป็นอุตสาหกรรมส่งออกที่ไร้รอยหรือสินค้าส่งออกจำบัง ในการขายสินค้าและบริการจะไม่มีตัวตนสินค้า ไม่มีค่าใช้จ่ายในการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค แต่ผู้บริโภคจะเป็นฝ่ายเดินทางไปยังแหล่งผลิตสินค้าเอง

3. ความไม่แน่นอนของคุณภาพสินค้าและบริการ เนื่องจากการท่องเที่ยวเกิดจากการผสมผสานสินค้าและบริการต่างชนิดต่างประเภทเข้าด้วยกัน จึงเป็นผลทำให้การควบคุมคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าทำได้ยาก เนื่องจากมีปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น สภาพดินฟ้าอากาศ การจลาจล สถานการณ์ทางการเมือง เป็นต้น

4. ปริมาณคุณภาพและกรรมสิทธิ์ ในส่วนของปริมาณและคุณภาพของสินค้าและบริการจะไม่ลดลงตามจำนวนที่ขายแต่จะคงสภาพและปริมาณเท่าเดิม หากมีการจัดการ การพัฒนาและการอนุรักษ์ที่เหมาะสม ส่วนในเรื่องของกรรมสิทธิ์จะไม่ถูกเปลี่ยนมือไปเป็นของผู้ซื้อเหมือนสินค้าชนิดอื่นๆ

5. ผลผลิตไม่สามารถเก็บกักไว้ใช้ต่างเวลาได้ เช่น ปริมาณจำนวนห้องพักและแรงงานจะมีปริมาณคงที่ในช่วงเวลา ณ ขณะนั้น ไม่สามารถสะสมจำนวนห้องพักและแรงงานที่เหลือนำไปใช้ในช่วงเวลาอื่นได้ ดังนั้นการคาดคะเนแนวโน้มจึงเป็นวิธีที่จะช่วยให้การจัดเตรียมสินค้าและบริการอยู่ในระดับที่เหมาะสม จะนำไปสู่ดุลยภาพที่อุปสงค์และอุปทานของการท่องเที่ยวเท่ากัน

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.2.1 ทัศนคติของนักท่องเที่ยว

ร้อยตำรวจเอก หญิง สุระภี แพรสกุล (2542) ศึกษาเรื่องทัศนคติของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อโครงการปีรณรงค์ท่องเที่ยวไทย ปี 2451-2542 ในจังหวัดเชียงใหม่ โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม คือนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ได้เดินทางมาจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 200 คน และบุคลากรปฏิบัติตามนโยบายการรณรงค์ส่งเสริมปีท่องเที่ยวไทย ระดับเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 120 คน และในระดับผู้บริหารของหน่วยงาน จำนวน 30 คน เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าไคสแควร์ และนำมาผนวกกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ได้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่ไม่ได้เดินทางมาเนื่องจากการประกาศเป็นปีรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ปี2541-2542 นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนมากเป็นกลุ่มที่เคยเดินทางมาประเทศไทยและจังหวัดเชียงใหม่มาก่อนแล้ว โดยมีทัศนคติโดยรวมต่อทรัพยากรการท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมวัฒนธรรมประเพณี ชนพื้นเมือง ชาวไทยภูเขา สิ่งอุปโภคบริโภค ตลอดจนอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราของไทยในขณะที่มาท่องเที่ยวอยู่ในระดับพึงพอใจอย่างมาก บุคลากรที่ปฏิบัติงานในกิจการที่เกี่ยวเนื่องกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่เป็นผู้มีทัศนคติโดยรวม โดยมีระดับความพึงพอใจ ความเห็นด้วย และความพร้อมในระดับมาก ต่อการปฏิบัติตามนโยบายรณรงค์ส่งเสริมการท่องเที่ยวไทยปี 2541-2542

การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยจึงจำเป็นต้องมีการสำรวจแนวคิดทัศนคติของนักท่องเที่ยวเป็นประจำและอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงแก้ไขและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้สอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริงโดยทั่วไปของนักท่องเที่ยว และมีความจำเป็นจะต้องปรับปรุงพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในด้านการบริหารจัดการโดยให้ภาคเอกชนซึ่งเป็นผู้เสนอขายและเป็นผู้ที่สร้างให้เกิดมูลค่าที่แท้จริงได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายและวิธีการดำเนินการให้มากขึ้น อีกทั้งภาครัฐควรให้การสนับสนุนการปฏิบัติอย่างแท้จริง

2.2.2 การใช้จ่ายในการท่องเที่ยว

ปวีณา โทนแก้ว (2542) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่กำหนดรูปแบบการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกับตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส การศึกษา อาชีพ รายได้ และระยะเวลาพำนักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 900 ตัวอย่าง ที่ได้จากแหล่งท่องเที่ยวที่มีรายได้จากค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวสูงสุด 6 อันดับแรกของประเทศ ซึ่งได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ หาดใหญ่ นครราชสีมา กาญจนบุรี และพัทยา ตามลำดับ โดยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณา และเชิงปริมาณแบบการคำนวนถดถอยพหุแล้วทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์และค่าคงที่ โดยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (ordinary least square : OLS)

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยกับตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวดังกล่าวพบว่า ตัวแปรที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 มี 5 ตัวดังนี้คือ เพศของนักท่องเที่ยว จะมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวกล่าวคือ นักท่องเที่ยวเพศหญิงจะมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวมากกว่าเพศชาย อายุของนักท่องเที่ยว จากค่าสถิติพบว่าอายุมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว หมายความว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น การศึกษาของนักท่องเที่ยว กล่าวคือนักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ อาชีพของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวที่มีอาชีพลูกจ้าง/พนักงานเอกชน อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ อาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว และอาชีพแม่บ้าน/ทำงานในครอบครัว จะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มอาชีพอื่นๆ และรายได้ของนักท่องเที่ยวพบว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นเขาจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย

2.2.3 นโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2540) ทำการวิจัยในเรื่องโครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นการศึกษาถึงการใช้จ่ายสำหรับการเดินทางและการท่องเที่ยวของครัวเรือนไทย โดยทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของครัวเรือน ด้วยการใช้เทคนิคทางสถิติ Tobit Regression ซึ่งตัวแปรส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

รายได้เป็นตัวแปรสำคัญและมีความสัมพันธ์กับค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ถ้าครัวเรือนมีรายได้มากขึ้นค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของครัวเรือนจะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ส่วนการศึกษาที่สูงขึ้นมีผลทำให้ครัวเรือนใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ในขณะที่อายุไม่ค่อยมีผลต่อการใช้จ่ายมากนัก ผลการประมาณการในระดับประเทศพบว่า เมื่อรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้น 100 บาท จะมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5 บาท ในขณะที่เมื่อการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 ปี จะทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 284 บาทต่อคนต่อปี คนในเมืองใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าคนในชนบท 5,891 บาทต่อคนต่อปี หัวหน้าครัวเรือนที่แต่งงานแล้วใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่าหัวหน้าครัวเรือนที่ยังไม่แต่งงาน 2,244 บาทต่อคนต่อปี และลูกจ้างเอกชนใช้จ่ายมากกว่าผู้ไม่ทำงาน/ว่างงาน 1,314 บาทต่อคนต่อปี และเมื่อรายได้ของคนกรุงเทพฯเพิ่มขึ้น 100 บาท จะทำให้มีการใช้จ่ายท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 8 บาท ในขณะที่อายุของหัวหน้าครัวเรือนที่มากขึ้นมีผลทำให้การใช้จ่ายของครัวเรือนเพื่อการท่องเที่ยวลดลง

รวิภา หอมเศรษฐี (2541) ศึกษาเรื่องประสิทธิผลของการนำนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวไปปฏิบัติในจังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเป็นนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงรายจำนวน 400 คน และบุคลากรที่นำนโยบายไปปฏิบัติจำนวน 87 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนัก ค่าไคสแควร์ และวิเคราะห์อนุกรมเวลา ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ระดับประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ พิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงรายและปริมาณรายได้จากการท่องเที่ยวในช่วงครึ่งปีแรกสูงกว่าเป้าหมาย ระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่เกี่ยวกับนโยบายและการบริหารที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิผลของการนำนโยบายไปปฏิบัติ ได้แก่ ความชัดเจนของวัตถุประสงค์ ความพร้อมของอุปทานการท่องเที่ยว ความเพียงพอของทรัพยากรทางการบริหาร ความรู้ความสามารถของบุคลากร การประชาสัมพันธ์ กระบวนการติดต่อสื่อสารกับบุคลากร และการสนับสนุนของบุคลากร รวมทั้งปัจจัยสภาวะทางสังคม แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงรายในเดือนกรกฎาคม ถึง ธันวาคม พ.ศ.2541 พยากรณ์จำนวนได้ 395,338 คน จำนวนนักท่องเที่ยวดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงร้อยละ 20.1 เมื่อเปรียบเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีพ.ศ.2540 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสภาพเศรษฐกิจที่ตกต่ำทำให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาน้อยลง (ร้อยละ70 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดเชียงรายเป็นคนไทย) ปัญหาในการนำนโยบายไปปฏิบัติเรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ขาดแคลนสิ่งอำนวยความสะดวกบริเวณแหล่งท่องเที่ยว สิ่งแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม

การเอารัดเอาเปรียบนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับราคาสินค้าและบริการ การประชาสัมพันธ์ไม่เพียงพอ และความไม่ปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะและแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขนโยบายโดยให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้ความสำคัญกับความพร้อมของอุปทานโดยเฉพาะในด้านสิ่งอำนวยความสะดวกของแหล่งท่องเที่ยว

2.2.4 ผลกระทบจากการท่องเที่ยว

พันตำรวจโท พิเชฐ พิมลศรี (2536) ศึกษาเรื่องผลกระทบของการท่องเที่ยวเดินป่าในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ โดยออกแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์กับบุคคล 5 กลุ่มได้แก่ กลุ่มเจ้าหน้าที่ของรัฐ กลุ่มผู้ประกอบกิจการท่องเที่ยวเดินป่า กลุ่มนักท่องเที่ยวเดินป่า กลุ่มนโยบายระดับจังหวัดและกลุ่มประชาชนผู้อาศัยอยู่ในบริเวณเส้นทางท่องเที่ยวเดินป่า นอกจากนี้ยังได้นำข้อมูลอื่นๆ ที่มีอยู่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเดินป่ามาใช้ประกอบการวิจัยในครั้งนี้ด้วย การศึกษานี้ได้ทำในพื้นที่ อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่เดือน มกราคม 2536 ถึงเดือน กันยายน 2536

จากการวิจัยดังกล่าวพบว่า การท่องเที่ยวเดินป่าในอำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ มีแนวโน้มขยายตัวทุกปี เนื่องจากได้รับความนิยมจากกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่ชอบความสวยงามของธรรมชาติ วัฒนธรรมท้องถิ่นและการผจญภัย

ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเดินป่า คือ ประชาชนในท้องถิ่นได้มีโอกาสในการหารายได้พิเศษจากการท่องเที่ยว แต่ก็มีผลเสียทางด้านกายภาพ ด้านสังคมและวัฒนธรรม การเกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การตัดไม้ทำลายป่า การทิ้งขยะมูลฝอย และการก่อกองไฟซึ่งอาจทำให้เกิดไฟป่าได้ ทั้งนี้เพราะขาดการควบคุมและกำหนดเส้นทางเดินป่า รวมทั้งขาดการปฏิบัติตามกฎข้อบังคับและระเบียบปฏิบัติ นอกจากนี้ยังพบว่าขาดนโยบายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเดินป่าระดับจังหวัดและระดับชาติ

2.2.5 การจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์

ธวัชชัย รัตนซ้อน (2542) ศึกษาเรื่องการจัดการด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนพื้นที่สูง ศึกษาแนวคิดและระบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศของชุมชนที่สัมพันธ์กับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และศึกษาการจัดการองค์กรและการจัดสรรผลประโยชน์ของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พื้นที่ทำการวิจัยคือ บ้านห้วยฮี้ ตำบลห้วยปูลิง อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเป็นชุมชนชาวเขาเผ่ากะเหรี่ยง

จากการวิจัยในด้านผลการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางวัฒนธรรมของชุมชนด้านระบบคุณค่า ระบบการผลิต และระบบความสัมพันธ์ พบว่า โครงสร้างหลักทางวัฒนธรรมของชุมชนปกาเกอะญอมิได้เปลี่ยนแปลงไปมากนัก เพียงแต่ได้มีการปรับตัวที่สำคัญหลายประการเพื่อให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมรอบด้าน อีกทั้งระบบความสัมพันธ์ของชุมชนก็ยังคงเป็นความสัมพันธ์แบบเครือญาติที่มีความเอื้อเฟื้อแบ่งปัน มีความสามัคคีช่วยเหลือกันเป็นอย่างดี ในด้านแนวคิดของชุมชนต่อการจัดการด้านการท่องเที่ยวนั้น ชุมชนได้ใช้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเพื่อเป็นเครื่องมือในการรักษาระบบนิเวศและรักษาทรัพยากรความหลากหลายทางชีวภาพ รวมทั้งเพื่อการอนุรักษ์ฟื้นฟูภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนมากกว่าการดำเนินการท่องเที่ยวเพื่อแสวงหารายได้เพียงอย่างเดียว ชุมชนมีการจัดการองค์กรโดยใช้ระบบความสัมพันธ์แบบเครือญาติ และความเป็นพี่น้องผสมผสานกับระบบการจัดการธุรกิจที่มีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่และการแบ่งงานกันทำ ชุมชนมีระบบการจัดสรรประโยชน์ครอบคลุมทั้งระดับครัวเรือน ระดับกลุ่มและระดับชุมชน โดยมีการจัดสรรรายได้ให้สมาชิกครัวเรือนร้อยละ 80 ระดับกลุ่มร้อยละ 15 และระดับชุมชนร้อยละ 5 ชุมชนบนพื้นที่สูงมีศักยภาพทั้งทางธรรมชาติ ทางวัฒนธรรม ตลอดถึงบุคลากรของชุมชนที่สามารถจัดการการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เป็นกิจกรรมทางเลือกสำหรับการพัฒนาเศรษฐกิจในลักษณะธุรกิจชุมชนพร้อมๆกับการอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่น

ปรีชา ผ่องเจริญกุล (2542) ศึกษาเรื่องการส่งเสริมรถสามล้อแรงคนเพื่อการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเมืองเชียงใหม่ เพื่อสำรวจความเป็นไปได้ในการส่งเสริมและอนุรักษ์สามล้อแรงคนด้วยการสำรวจความคิดเห็นของผู้ที่ต้องการใช้บริการรถสามล้อแรงคน ซึ่งได้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นักท่องเที่ยวชาวไทย และชาวเมืองเชียงใหม่ และสำรวจความคิดเห็นทางด้านผู้จัดหาบริการรถสามล้อแก่นักท่องเที่ยวอันได้แก่ บริษัทนำเที่ยว ผู้ให้เช่ารถสามล้อและคนขับขี่สามล้อ

ผลการศึกษาสรุปได้ว่าทางฝ่ายผู้ต้องการใช้บริการรถสามล้ออยากให้มีการพัฒนาเมืองเชียงใหม่ให้ดี และจัดระบบจราจรมีทางเฉพาะรถสามล้อ จัดให้มีการพัฒนากิจการรถสามล้อ ทางฝ่ายผู้หาบริการรถสามล้อต้องมีความสามารถและพร้อมที่จะพัฒนาบริการรถสามล้อ ถ้ามีความต้องการและมีการสนับสนุนช่วยเหลืออย่างจริงจังจากภาคราชการและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

วีระชัย มงคลพันธ์ (2542) ศึกษาเรื่องความต้องการและการพร้อมของประชาชนท้องถิ่นในการเข้าร่วมพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน การวิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ได้แก่ หัวหน้าครัวเรือนในตำบลก้อ อำเภอลี้ จังหวัดลำพูน จำนวน 220 คน การวิเคราะห์ข้อมูลกระทำโดยใช้ค่าสถิติร้อยละ และ ค่าเฉลี่ย

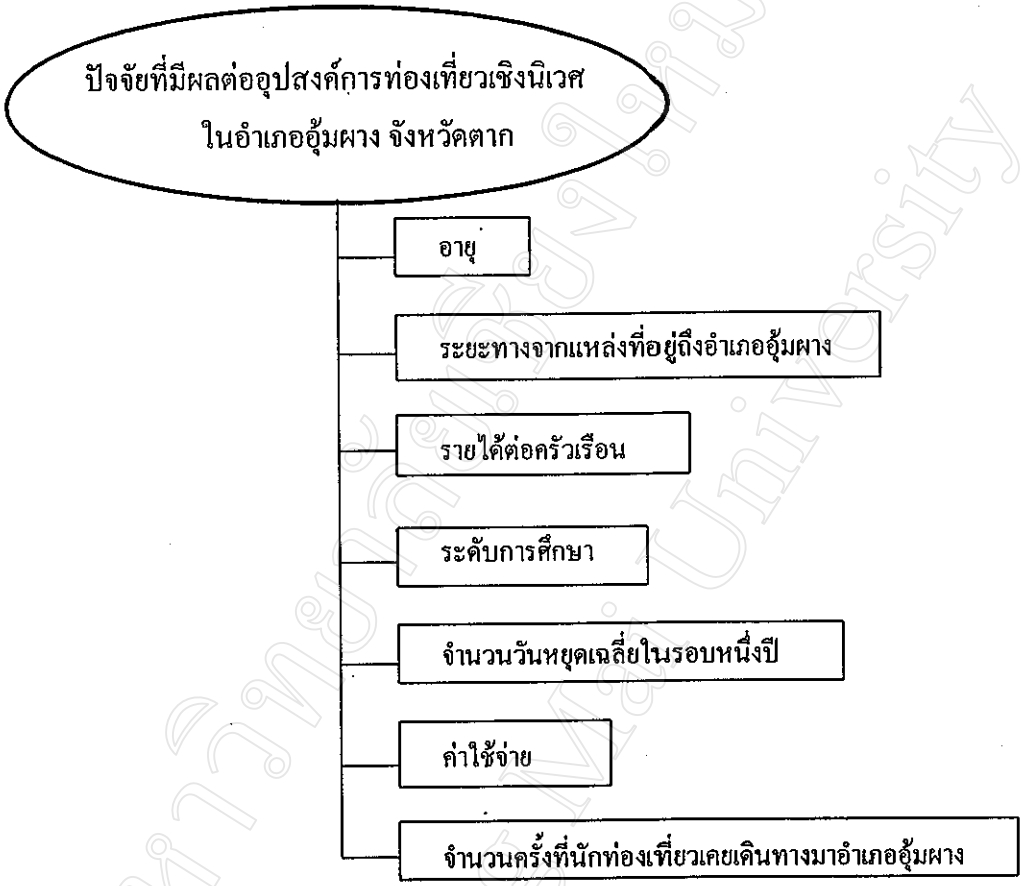
ผลการศึกษาพบว่า

1. ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความต้องการเป็นมัคคุเทศก์นำเที่ยวธรรมชาติ
2. ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้บริการด้านพาหนะรับ-ส่ง นักท่องเที่ยว
3. ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่ต้องการให้บริการด้านที่พักแก่นักท่องเที่ยว
4. ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ไม่ต้องการจัดบริการขายอาหารและเครื่องดื่มแก่นักท่องเที่ยว
5. ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์
6. ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ด้านสถานที่ท่องเที่ยวในเขตอุทยานแห่งชาติแม่ปิง
7. ประชาชนท้องถิ่นส่วนใหญ่ขาดความพร้อมด้านเงินทุนและทรัพยากรที่ใช้ประกอบการให้บริการด้านการท่องเที่ยว
8. ประชาชนท้องถิ่นไม่มีใบอนุญาตประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

2.3 กรอบแนวความคิด

จากทฤษฎีกฎของอุปสงค์และงานวิจัยที่ได้ศึกษามา ทำให้ทราบว่าปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ อายุ ระยะทางจากที่อยู่อาศัยถึงแหล่งท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ย การศึกษา จำนวนวันหยุดในรอบปีของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว ดังนั้น ในการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ในครั้งนี้จึงได้กำหนดกรอบแนวความคิดไว้ดังนี้

ภาพที่ 2.5 : กรอบแนวความคิด



2.4 สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้ตั้งข้อสมมติฐานในการวิจัยเมื่อกำหนดให้ปัจจัยอื่นๆ คงที่ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว) ในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ประกอบไปด้วยปัจจัยใดบ้าง โดยพิจารณาถึงอายุ ระยะทางจากที่อยู่อาศัยถึงแหล่งท่องเที่ยว รายได้เฉลี่ย การศึกษา จำนวนวันหยุดในรอบปีของนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยว และจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาอำเภออุ้มผาง ว่ามีความสัมพันธ์ต่ออุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ในลักษณะดังนี้

2.3.1 จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว (Average length of stay)

ระยะเวลาในการพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่แสดงถึงปริมาณความต้องการ (อุปสงค์) ของนักท่องเที่องเที่ยวในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก

2.3.2 อายุของนักท่องเที่ยว

จากการทบทวนงานวิจัยพบว่าอายุไม่ค่อยมีผลต่อการใช้จ่าย[1]มากนัก ในขณะที่อายุของหัวหน้าครัวเรือนที่มากขึ้นมีผลในทางลบกับการใช้จ่ายของครัวเรือนเพื่อการท่องเที่ยว (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2540) แต่อีกงานวิจัยพบว่าอายุมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว หมายความว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีอายุมากขึ้นจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากขึ้น (ปวีณา โทนแก้ว, 2542) ในการวิจัยครั้งนี้คาดว่าอายุน่าจะมีผลต่อการกำหนดรูปแบบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักการผจญภัย มีกิจกรรมการเดินป่า การล่องแพ เป็นต้น ซึ่งอาจจะไม่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวที่สูงอายุจึงคาดว่าอายุน่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว)

2.3.3 ที่อยู่ของนักท่องเที่ยว

ในการวิจัยครั้งนี้คาดว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยอยู่ไกลจากแหล่งท่องเที่ยวจะมีเวลาในการพำนักเฉลี่ย(Average length of stay) น้อยกว่านักท่องเที่ยวที่มีถิ่นอาศัยอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยว จึงคาดว่าระยะทางจากที่อยู่อาศัยถึงแหล่งท่องเที่ยวน่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว)

---

[1] จากการทบทวนงานวิจัยพบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่กำหนดให้อุปสงค์การท่องเที่ยว หมายถึง ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว แต่ในการวิจัยครั้งนี้กำหนดให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก หมายถึง จำนวนวันพักเฉลี่ย และจากสมการ

ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว = ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการท่องเที่ยวต่อวัน x จำนวนวันพักเฉลี่ย

จากสมการดังกล่าว จะเห็นได้ว่า จำนวนวันพักเฉลี่ย จะเปลี่ยนแปลงในทิศทางเดียวกันกับค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว นั่นคือ หากจำนวนวันพักเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และหากจำนวนวันพักเฉลี่ยลดลงจะทำให้ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวลดลงเช่นเดียวกัน

2.3.4 รายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของนักท่องเที่ยว

จากการทบทวนงานวิจัยพบว่ารายได้เป็นตัวแปรสำคัญและมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ ถ้าครัวเรือนมีรายได้มากขึ้นค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวของครัวเรือนจะเพิ่มมากขึ้นตามไปด้วย ในขณะที่ผลการประมาณการในระดับประเทศพบว่า เมื่อรายได้ของครัวเรือนเพิ่มขึ้น 100 บาท จะมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 5 บาท (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2540) และอีกงานวิจัยพบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้นเขาจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นด้วย (ปวีณา โทนแก้ว, 2542) ในการวิจัยครั้งนี้คาดว่ารายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนของนักท่องเที่ยวน่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว) ซึ่งเป็นไปตามกฎทางเศรษฐศาสตร์ที่ว่า การบริโภคจะเป็นฟังก์ชั่นที่ขึ้นอยู่กับรายได้ การท่องเที่ยวถือได้ว่าเป็นการบริการซึ่งเปรียบเสมือนสินค้าชนิดหนึ่ง โดยปรกติแล้วเมื่อคนเรามีรายได้เพิ่มขึ้นก็จะทำให้ความต้องการการบริโภคสินค้าทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น

2.3.5 ระดับการศึกษาของนักท่องเที่ยว

จากการทบทวนงานวิจัยพบว่าระดับการศึกษาที่สูงขึ้นมีผลทำให้ครัวเรือนใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น ในขณะที่เมื่อการศึกษาของหัวหน้าครัวเรือนเพิ่มขึ้น 1 ปี จะทำให้ค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 284 บาทต่อคนต่อปี (สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, 2540) อีกงานวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวที่มีการศึกษาในระดับอนุปริญญาและปริญญาตรีจะมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวมากกว่าระดับการศึกษาอื่นๆ (ปวีณา โทนแก้ว, 2542) ในการวิจัยครั้งนี้คาดว่าจำนวนปีที่ศึกษาของนักท่องเที่ยวน่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว) เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศต้องอาศัยกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้องรวมถึงนักท่องเที่ยว ภายใต้การจัดการที่มีส่วนร่วมของท้องถิ่น เพื่อมุ่งให้เกิดจิตสำนึกต่อการรักษาระบบนิเวศอย่างยั่งยืน ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวมีความรู้มากน่าจะส่งผลให้อุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ มีมากขึ้นตามไปด้วย

2.3.6 จำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบหนึ่งปีของนักท่องเที่ยว

จำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบหนึ่งปีเป็นปัจจัยสำคัญที่จะสร้างโอกาสในการเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวต้องพักค้างคืน (ไม่สามารถเดินทางแบบไปเช้า-เย็นกลับ) และหากต้องการเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงต้องใช้เวลาในการท่องเที่ยวหลายวัน จึงคาดว่าจำนวนวันหยุดเฉลี่ยในรอบปีน่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว)

2.3.7 ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อวัน

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อวันแสดงถึงระดับการใช้จ่ายและการซื้อบริการของการท่องเที่ยวอันประกอบไปด้วย ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก การเดินทาง อาหาร และการบันเทิง และการซื้อของที่ระลึก เป็นต้น หรือสามารถกล่าวได้ว่าเป็นราคาของสินค้าทางด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ตามกฎของอุปสงค์ (Law of Demand) กล่าวว่า ภายใต้ข้อสมมติว่าปัจจัยตัวอื่นๆ ที่มีผลต่ออุปสงค์มีค่าคงที่ ปริมาณอุปสงค์ของสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม (ผกผัน) กับราคาของสินค้าชนิดนั้น ดังนั้นค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวน่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงลบกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว)

2.3.8 จำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก

ประสบการณ์ของนักท่องที่ยวที่เคยเดินทางมายังสถานที่ท่องเที่ยย่อมสร้างความประทับใจและเป็นปัจจัยหนึ่งที่น่าจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาใหม่อีกครั้ง ดังนั้นจำนวนครั้งที่นักท่องเที่ยวเคยเดินทางมาอำเภออุ้มผาง จังหวัดตาก น่าจะมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว)