

บทที่ 2

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและการทบทวนวรรณกรรม

ในการการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษารื่อง “การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจในการพัฒนาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” บทที่ 2 จะแบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย 1) สภาพทั่วไปของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา และนโยบายสามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน 2) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว 3) ทฤษฎีและแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์สำหรับการการท่องเที่ยว และ 4) การทบทวนวรรณกรรม

2.1. สภาพทั่วไปของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา และนโยบายสามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

เบตง เป็นอำเภอหนึ่งในจังหวัดยะลา และอยู่ทางใต้สุดของประเทศไทย ห่างจากอำเภอเมือง จังหวัดยะลา ประมาณ 140 กิโลเมตร เป็นอำเภอใต้สุดของประเทศไทย มีอาณาเขตติดต่อกับรัฐเปรักของประเทศมาเลเซีย คำว่า “เบตง” เป็นภาษามลายู แปลว่า ไม้ไผ่หรือต้นไม้ ซึ่งในอำเภอเบตงมีต้นไม้ไผ่อยู่เป็นจำนวนมาก จนกลายเป็นสัญลักษณ์ของอำเภอเบตงในที่สุด ในส่วนของภูมิประเทศของอำเภอเบตง พื้นที่ส่วนใหญ่ของอำเภอเบตง เป็นภูเขาสูงเรียงรายสลับซับซ้อน มีพื้นที่ราบเพียงแค่อ้อยละ 10 เท่านั้น ดังนั้นตัวเมืองเบตงอยู่ในหุบเขา ส่งผลให้กลางวันจะมีอากาศร้อนชื้น ส่วนกลางคืนจะมีอากาศเย็นสบาย ช่วงเช้าจะมีหมอกปกคลุม จึงทำให้เบตงได้รับฉายาว่า เมืองในหมอก โดยมีคำขวัญประจำอำเภอที่ว่า “เมืองในหมอก ดอกไม้งาม ใต้สุดสยาม เมืองงามชายแดน”

2.1.1 อาณาเขตและพื้นที่

จากแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเมืองเบตง ของเทศบาลเมืองเบตง (2558) ให้อำเภอเบตงไว้ว่า

ทิศเหนือ ตั้งแต่หลักเขตเทศบาลที่ 1 ซึ่งตั้งอยู่ที่เส้นเขตตำบลเบตงตัดกับเส้นเขตตำบลตานะแมเราะ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เลียบเส้นเขตตำบลเบตง ตำบลตานะแมเราะ ด้านใต้ไปทางทิศ ตะวันตกหลัก เขตเทศบาลที่ 2

ทิศตะวันตก ตั้งแต่หลักเขตเทศบาลที่ 2 เลียบเส้นปีกบินเขตแดนระหว่างประเทศไทยกับประเทศ มาเลเซีย (รัฐเคดาห์และรัฐเปรัก) ไปทางทิศใต้จรดหลักเขตเทศบาลที่ 3 ซึ่งตั้งอยู่ที่เส้นเขตตำบลติดกับเส้นเขต ตำบลยะรม อำเภอเบตง จังหวัดยะลา

ทิศใต้ ตั้งแต่หลักเขตเทศบาลที่ 3 เลียบเส้นเขตตำบลยะรมด้านเหนือไปทางทิศตะวันออก จรดหลัก เขตเทศบาลที่ 4 ซึ่งตั้งอยู่ที่เส้นเขตตำบลติดกับเส้นเขตตำบลยะรม และจรดกับรัฐเปรัก ประเทศมาเลเซีย

ทิศตะวันออก ตั้งแต่หลักเขตเทศบาลที่ 4 เลียบเส้นเขตตำบลยะรมด้านทิศใต้ไปทางทิศเหนือ บรรจบ หลักเขตเทศบาลที่ 1 และรัฐเปรัก ประเทศมาเลเซีย

2.1.2 ลักษณะภูมิประเทศและลักษณะภูมิอากาศ

สภาพภูมิประเทศ เทศบาลเมืองเบตง ตั้งอยู่ในแนวเทือกเขาสันการาศีร์ทางตอนใต้สุดของประเทศไทยลักษณะของ พื้นที่คล้ายหัวทอกที่พุ่งไปอยู่ในดินแดนประเทศอื่น พื้นที่ประกอบด้วยพื้นที่ราบสูง เนินเขา ลุ่มน้ำ โดยสภาพทั่วไปพื้นที่สูงกว่าระดับน้ำทะเลโดยเฉลี่ย 1,900 ฟุต พื้นที่ของอำเภอเบตงตั้งอยู่ในหุบเขามี ลักษณะเหมือนแอ่งกระทะ ที่โอบล้อมด้วยหุบเขาน้อยใหญ่ มีลำคลองสำคัญไหลผ่านใจกลางเมืองเบตง คือ คลองเบตง ไหล จากทิศตะวันตกไปทางทิศตะวันออก แล้วบรรจบกับแม่น้ำปัตตานี จากลักษณะภูมิประเทศที่เป็นภูเขา จึงเป็นจุดกำเนิดของแม่น้ำสายสำคัญของจังหวัดยะลาและภาคใต้ คือ แม่น้ำปัตตานีเป็นที่ตั้งของ เขื่อนบางลางมีความสำคัญ คือผลิตกระแสไฟฟ้าให้พื้นที่จังหวัดสามชายแดน ภาคใต้และแก้ปัญหาน้ำท่วมเมือง ยะลา

สภาพภูมิอากาศ สภาพภูมิอากาศโดยทั่วไปอยู่ภายใต้อิทธิพลของลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้และลม มรสุม ตะวันออกเฉียงเหนือ มีอากาศร้อนชื้นตลอดปีโดยเฉลี่ยประมาณ 27.5 –28.5 องศาเซลเซียส มี 2 ฤดู คือ ฤดูร้อน และฤดูฝน โดยฤดูร้อนอยู่ในช่วงเดือนมกราคม – เมษายน ส่วนฤดูฝนอยู่ในช่วงเดือนพฤษภาคม – ธันวาคม

สภาพเศรษฐกิจและสังคม สภาพเศรษฐกิจของอำเภอเบตง โครงสร้างเศรษฐกิจขึ้นอยู่กับการค้า การ บริการ การเกษตร ประชากรกว่าร้อยละ 80 มีอาชีพการเกษตร โดยเฉพาะอาชีพการทำสวนยางพาราซึ่งเป็น พืชเศรษฐกิจ อาชีพรองลงมา คือการประกอบอาชีพทางธุรกิจการท่องเที่ยวและสวนผลไม้

สภาพทางสังคม สภาพสังคมของอำเภอเบตง ประกอบด้วยชนกลุ่มใหญ่ 2 กลุ่มคือ คนไทยนับถือ ศาสนาอิสลาม ประมาณร้อยละ 51 มีภษาชาติท้องถิ่นใช้สื่อสารในชีวิตประจำวัน ร้อยละ 47 เป็นกลุ่มคนไทย ซึ่งนับถือ ศาสนาพุทธ และไทยเชื้อสายจีน นอกจากนั้นอีกประมาณร้อยละ 2 เป็นกลุ่มนับถือศาสนาคริสต์และ

อินดูซึ่ง เป็นการผสมผสานทางวัฒนธรรมที่หลากหลายแต่สามารถอยู่ด้วยกันอย่างสงบสุข และปัจจุบันในเขตเทศบาล มีประชากรจำนวน 26,687 คน จำนวนครัวเรือน 10,469 ครัวเรือน และ 27 ชุมชน (เทศบาลเมืองเบตง, 2559)

2.1.3 ลักษณะทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน

การคมนาคม ในเขตเทศบาลมีการคมนาคมขนส่งที่สำคัญ 1 เส้นทาง คือทางบกตามเส้นทางหลวงหมายเลข 410 ถนนสุขยางค์ ส่วนถนนในเขตเทศบาล มีจำนวน 119 สาย รวมความยาว ทั้งสิ้น 58,548 เมตรรวม เนื้อที่ประมาณ 341,288 ตร.ม.

การสัญจรทางน้ำ ที่ใช้เป็นทางสัญจรไม่มีเนื่องจากสภาพของแม่น้ำลำคลองไม่สามารถให้การคมนาคมได้

การประปา เทศบาลเมืองเบตง อาศัยน้ำประปาจากสำนักงานประปาเบตง แหล่งน้ำดิบที่ใช้ในการผลิต และแหล่งน้ำสำรองจากคลองเบตง และน้ำประปาภูเขาจากหมู่บ้านกุงจนอง

2.1.4 ข้อมูลการคมนาคม

ทางรถยนต์ รถตู้ปรับอากาศ หาดใหญ่-เบตง-หาดใหญ่ ใช้เวลาเดินทาง 4 ชั่วโมง ระยะทาง 260 กิโลเมตร ราคา 230 บาท/คน (กรณีวิ่งเส้นทางในประเทศ) รถตู้ปรับอากาศ ยะลา-เบตง-ยะลา ใช้เวลาเดินทาง 2 ชั่วโมง 15 นาที ระยะทาง 140 กิโลเมตร ราคา 120 บาท/คน

ทางรถไฟ การรถไฟแห่งประเทศไทยเปิดบริการเดินรถ กรุงเทพฯ-ยะลา ทุกวัน ทั้งรถด่วนและรถเร็ว

ทางอากาศ ปัจจุบันกรมการบินพลเรือนกำลังก่อสร้างสนามบินเบตง ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2561) รายงานว่า ภายใต้มติจากคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม 2558 เห็นชอบให้ก่อสร้างท่าอากาศยานเบตง ในกรอบวงเงิน 1,900 ล้านบาท ระยะเวลาในการดำเนินการก่อสร้าง 3 ปี โดยในปีงบประมาณ 2552-2555 ได้ดำเนินการจัดซื้อที่ดิน จำนวน 920 ไร่ และในปีงบประมาณ 2559 ดำเนินการว่าจ้าง บริษัทเนวาร์ธน์พัฒนาการ จำกัด (มหาชน) ก่อสร้างทางวิ่ง ทางขับ ลานจอดเครื่องบิน ระบบไฟฟ้าสนามบิน ถนนภายในและองค์ประกอบอื่นๆ โดยมีค่างานตามสัญญาเป็นจำนวนทั้งสิ้น 1,316 ล้านบาท โดยเริ่มสัญญาเมื่อวันที่ 29 ตุลาคม 2559 และสิ้นสุดสัญญาวันที่ 15 กรกฎาคม 2562 รวมระยะเวลาในการก่อสร้าง 990 วัน เมื่อดำเนินการแล้วเสร็จ จะมีขนาดทางวิ่งกว้าง 30 เมตร และยาว 1,800 เมตร สามารถรองรับอากาศยาน แบบ ATR 72 และ Q-400 (จำนวน 80 ที่นั่ง) ขณะนี้การก่อสร้างคืบหน้าไปมา แสดงได้ดังรูปที่ 2.7, 2.8, 2.9 ตามลำดับ



รูปที่ 2.1 มุมสูงสนามบินเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ในขณะกำลังก่อสร้าง



รูปที่ 2.2 อาคารผู้โดยสาร ทำอากาศยานเบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
ที่มา : ทำอากาศยานเบตง Betong Airport (2560)

โครงการก่อสร้างอาคารที่พักผู้โดยสาร และอาคารประกอบในวงเงิน 338 ล้านบาท ซึ่งโครงการจะแล้วเสร็จในปีงบประมาณ 2562 อาคารสามารถรองรับผู้โดยสารในชั่วโมงเร่งด่วน 300 คนต่อชั่วโมง รองรับผู้โดยสารได้ 500,000 คนต่อปี คาดว่าจะสามารถเปิดให้บริการท่าอากาศยานเบตงได้ในปี 2563 เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้โดยสารในเขตพื้นที่เศรษฐกิจพิเศษ และบริเวณจังหวัดใกล้เคียงทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

2.1.5 นโยบายสามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน

ตามมติคณะรัฐมนตรี เมื่อวันที่ 4 ตุลาคม 2559 มีมติเห็นชอบในหลักการโครงการเมืองต้นแบบ “สามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยมีแนวทางการดำเนินงานตามที่ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเสนอ เพื่อพัฒนาพื้นที่ในจังหวัดชายแดนภาคใต้ให้เป็นพื้นที่เศรษฐกิจเฉพาะ ด้วยการกระตุ้นให้เกิดการลงทุนจาก ภาคเอกชน ให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียง โดยนำร่องในพื้นที่อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี อำเภอสุไหงโกลก จังหวัดนราธิวาส และอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ให้เป็นเมืองต้นแบบ โดยมีแผนการดำเนินงานโครงการเมืองต้นแบบฯ จำนวน 63 โครงการ ด้วยวงเงิน 5,175.389 ล้านบาท พร้อมทั้งเห็นชอบให้จัดตั้งคณะกรรมการขับเคลื่อนโครงการเมืองต้นแบบ “สามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” เพื่อทำหน้าที่กำหนดนโยบายและแผนยุทธศาสตร์การพัฒนา รวมทั้งติดตามและประเมินผล โดยมีเป้าหมายให้อำเภอหนองจิก จังหวัดปัตตานี เป็นเมืองต้นแบบการพัฒนา "เกษตรอุตสาหกรรมก้าวหน้าผสมผสาน" (Agricultural Industry City) อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เป็นเมืองต้นแบบการพัฒนาที่พึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (Sustainable Development City) และอำเภอสุไหงโกลก จังหวัดนราธิวาส เป็นเมืองต้นแบบการค้าชายแดนระหว่างประเทศ (International Border City) (เรวัตี แก้วมณี, 2560)

ในส่วนของทิศทางการพัฒนา เพื่อให้อำเภอเบตงไปสู่บทบาทการเป็นเมืองแห่งการพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน สามารถแบ่งประเด็นการพัฒนาได้ 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

ก) ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างการพัฒนาคุณภาพชีวิตและพัฒนาเศรษฐกิจอำเภอเบตงอย่างยั่งยืน โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ต่างๆ เช่น ส่งเสริมการดำเนินชีวิตภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างอาชีพเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม สร้างเครือข่าย เชื่อมโยงผู้ผลิตผู้ประกอบการและผู้บริโภค สินค้าเกษตร ส่งเสริมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติและวัฒนธรรม การ

ลงทุนในการท่องเที่ยวเชิงกีฬา พัฒนาสินค้าและบริการทางด้านสุขภาพ ส่งเสริมการค้าชายแดน การพัฒนาบุคลากร การยกระดับการบริการการท่องเที่ยว ส่งเสริมและพัฒนาด้านการประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่น สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเบตง (Premium Betong Brand) การส่งเสริมการปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์เพื่อเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหารให้กับประชาชนในพื้นที่ รวมถึงการผลิตและพัฒนาอาหารซึ่งเป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ เพื่อตอบสนองความต้องการและรองรับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น ซึ่งตรงกับสิ่งที่ทางคณะวิจัยต้องการศึกษา

ข) ยุทธศาสตร์ที่ 2 เร่งรัดเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ โดยมีประเด็นที่สำคัญได้แก่ การก่อสร้างสนามบินเบตง เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ พัฒนาเครือข่ายเส้นทางคมนาคมที่ง่ายและลดระยะเวลาในการเดินทางเข้าสู่อำเภอเบตง การวางผังเมืองเบตงให้มีความสวยงาม ปลอดภัย สอดคล้องกับภูมิประเทศ เพื่อสร้างบรรยากาศทางท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง

ค) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนากลไกระบบบริหารจัดการเพื่อส่งเสริมการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนของอำเภอเบตง โดยมีประเด็นที่สำคัญได้แก่ เสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างภาครัฐกับประชาชนในเรื่องของการพัฒนาอำเภอเบตงตามแนวทางสามเหลี่ยมมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เร่งรัดและขับเคลื่อนประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนาอำเภอเบตงเพื่อนำไปสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรมและมีธรรมาภิบาล เร่งรัดปรับปรุงการทำงานโดยการบูรณาการร่วมกันในรูปแบบประชารัฐ เสริมสร้างบุคลากรและพัฒนาบุคลากรทั้งภาครัฐและเอกชนในอำเภอเบตง เพื่อนำพาอำเภอเบตงไปสู่เมืองที่เติบโตอย่างยั่งยืน การสนับสนุนให้ประชาชนหรือภาคเอกชนลงทุนในโครงการที่เกี่ยวข้องกับพลังงานทดแทน เช่น โรงไฟฟ้าชีวมวล โรงไฟฟ้าพลังงานทดแทน เพื่อรองรับการขยายตัวของเมือง เนื่องจากในปัจจุบัน อำเภอเบตงมีการใช้ไฟฟ้าเป็นจำนวนมาก และบางปีเขื่อนบางลางไม่สามารถผลิตไฟฟ้าได้เพียงพอกับความต้องการ

2.1.6 สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา รวบรวมโดย เทศบาลเมืองเบตง (2558)

ก) พระมหาธาตุเจดีย์ พระพุทธธรรมประกาศ ตั้งอยู่ที่วัดพุทธาธิวาส ถนนรัตนกิจ อำเภอเบตง องค์เจดีย์ตั้งอยู่บนเนินเขา มีความกว้าง 39 เมตร ความสูง 39.9 เมตร เป็นมหาธาตุเจดีย์ที่สวยงามและใหญ่ที่สุดในภาคใต้ ภายในพระมหาธาตุเจดีย์ บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ศิลปะการก่อสร้างเป็นสถาปัตยกรรมแบบศรีวิชัยประยุกต์

ข) อุโมงค์ปิยะมิตร ตั้งอยู่หมู่ 2 บ้านปิยะมิตร 1 ตำบลตะเนาะแมเราะ ทางเข้าเดียวกับบ่อน้ำร้อนเบตง อยู่ห่างจากน้ำตกอินทสรไปอีก 3 กิโลเมตร เป็นอุโมงค์ดินซึ่งอดีตขบวนการโจรคอมมิวนิสต์มลายา (จคม.) สร้างขึ้นบนเนินเขาในป่าที่บสำหรับเป็นฐานปฏิบัติการต่อสู้ทางการเมือง ปัจจุบันเป็นสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจอีกแห่งหนึ่ง

ค) หมู่บ้านจุฬารัตน์พัฒนา 10 ตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 10 ตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง ซึ่งอยู่ในหุบเขา เนื่องจากในอดีตเป็นพื้นที่เคลื่อนไหวกบฏและฐานปฏิบัติการของโจรจีนคอมมิวนิสต์มลายา (จคม.) จากการที่พรรคคอมมิวนิสต์ มลายา ได้ยุติการต่อสู้ด้วยอาวุธและสลายกองทัพออกมาเป็นผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย ตามข้อตกลงลงนามสัญญาสันติภาพ 3 ฝ่าย เมื่อวันที่ 2 ธันวาคม 2532 ปัจจุบันได้มีการจัดตั้งพิพิธภัณฑ์วีระชน มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอาทิ ผืนป่าฮาลา-บาลา ต้นกำเนิดแม่น้ำปัตตานี ต้นไม้พันธุ์ไม้ที่ใหญ่ที่สุดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ คือ ต้นสมพง หรือต้นกำนัไม้ขีด และเป็นแหล่งท่องเที่ยวประวัติศาสตร์การเมืองในอดีตที่น่าสนใจ และควรค่าแก่การอนุรักษ์

ง) ตู๊ไปรษณีย์ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย ตั้งอยู่ที่อำเภอเบตงในเขตเทศบาล มุมนถนนสุขยางค์ สร้างขึ้นเมื่อปี 2467 โดยคุณสงวน จีระจินดา อดีตนายไปรษณีย์โทรเลขอำเภอเบตง เพื่อให้เป็นสัญลักษณ์ของอำเภอเบตง ในเรื่องการติดต่อสื่อสารลักษณะของตู๊เป็นคอนกรีตเสริมเหล็ก เป็นรูปกลมทรงกระบอก แยกได้เป็น 2 ส่วนคือ ส่วนฐานและส่วนตัวตู๊ ส่วนสูงของตู๊คือ 290 เซนติเมตร นับจากฐานขึ้นไปรวมความสูงของตู๊ด้วย วัดได้ 320 เซนติเมตร ปัจจุบันตู๊ไปรษณีย์ใบนี้ยังใช้งานอยู่

จ) ไม้ดอกเมืองหนาว เป็นโครงการในพระราชดำริของสมเด็จพระเทพราชสุทธาสยามบรมราชกุมารี มีเนื้อที่ 60 ไร่ ตั้งอยู่ที่บ้านปิยะมิตร 2 หมู่ 2 ตำบลตะเนาะแมเราะ อำเภอเบตง ในบริเวณพื้นที่ ซึ่งผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย อาศัยทำกิน

ฉ) จุดชมทะเลหมอกอัยเยอร์เวง เป็นทะเลหมอกที่ใหญ่และสวยงามที่สุดในภาคใต้ เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เพิ่งสำรวจพบใหม่ติดกับน้ำตกละออกรุง ซึ่งกำลังจะประกาศเป็นอุทยานแห่งชาติบางลาง อยู่ห่างจากตัวอำเภอเบตงประมาณ 40 กิโลเมตร รถยนต์สามารถเข้าถึงโดยใช้ถนนทางแยกขึ้นสถานีทวนสัญญาณโทรคมนาคมที่กิโลเมตรที่ 32 บ้านธารมะลิ ตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง สูงจากระดับน้ำทะเลปานกลางประมาณ 600 เมตรในช่วงเดือนตุลาคม - มีนาคม ยามเช้าตรู่สามารถชมทะเลหมอกที่ใหญ่และสวยงามที่สุดในภาคใต้ได้แทบทุกวัน ส่วนเวลากลางวันก็สามารถใช้เป็นจุดชมวิวทิวทัศน์ขุนเขาและทะเลสาบเหนือเขื่อนบางลางอันสวยงาม

ข) บ่อน้ำร้อนเบตง ตั้งอยู่ที่ตำบลตาเนาะแมเราะ อำเภอเบตง ห่างจากถนนใหญ่ 8 กิโลเมตร เป็นบ่อน้ำร้อนที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติ ปัจจุบันอำเภอเบตง ได้ปรับปรุงสถานที่ท่องเที่ยว มีห้องอาบน้ำแร่ ที่พัก และร้านอาหารไว้บริการนักท่องเที่ยว

ช) บ่อน้ำพุร้อนนากอ บ่อน้ำร้อนนากอเป็นแหล่งท่องเที่ยวแห่งใหม่ ในตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง มีแผนการก่อสร้างอาคารที่พักแบบศิลปะมลายู ซึ่งมีแห่งเดียวในประเทศไทย

2.1.7 ข้อมูลอาหารในอำเภอเบตง รวบรวมโดย เทศบาลเมืองเบตง (2558)

ก) ไก่สับเบตง เป็นอาหารที่เลิศรสและขึ้นชื่อของอำเภอเบตง เป็นเมนูเด็ดที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด และนอกจากไก่สับแล้ว ไก่เบตงยังสามารถปรุงเป็นอาหารรสเลิศได้อีกหลายชนิด เช่น ไก่ตุ๋นเครื่องยาจีน ไก่ตุ๋นมะนาวดองต้มยำไก่ โดยไก่เบตงเป็นไก่ที่เลี้ยงเฉพาะท้องถิ่นเบตง เนื้อจะหวานนุ่ม ไม่เปื่อยยุ่ยเหมือนไก่ทั่วไป ลักษณะเด่นของไก่เบตง คือตัวผู้มีปากสีเหลืองอ่อน ส่วนตัวเมียมีปากสีน้ำตาลเข้มตามุน แจ่มใส หงอนจักรหัวกว้างคอดตั้งแข็งแรง มีขนสีเหลืองทองที่หัว ปีกสั้น ออกกว้าง ขาใหญ่หน้าแข้งกลม และเล็บสีเทาอมเหลือง และด้วยเป็นการเป็นไก่จึงได้เปรียบเป็นเอกลักษณ์ของเมืองเบตง

ข) กบภูเขาเบตง เป็นกบที่อาศัยอยู่ตามธรรมชาติ ในป่าเบญจพรรณที่มีความอุดมสมบูรณ์สูง มีขนาดใหญ่กว่ากบทั่วไป ขนาดของน้ำหนักอยู่ที่ 0.5-1.0 กิโลกรัมต่อกตัว ชาวเบตงนิยมนำกบเบตงมาผัด หรือทอดกระเทียมพริกไทย หรืออาจใช้น้ำอวกแทนเนื้อหมูใส่ในโจ๊ก หรือที่เรียกว่าโจ๊กกบ

ค) เฉาก๊วยโบราณหรือวุ้นดำของเบตงขึ้นชื่อ ซึ่งตั้งอยู่ ณ บ้าน บริเวณกิโลเมตรที่ 4 มีรสชาติของเฉาก๊วยโบราณแท้ๆ ที่ได้นำเอาหญ้าวุ้นดำจากประเทศจีนมาเป็นส่วนผสมที่สำคัญ ทำให้เฉาก๊วยมีสีดำกลับเหนียวและนุ่มการทำเฉาก๊วยนั้นเริ่มแรก ให้เอาหญ้าวุ้นดำมาต้มน้ำแล้วกรองด้วยผ้าขาวบาง เพื่อแยกวุ้นดำออกจากน้ำซึ่งกลายเป็นสีดำ จากนั้นนำแป้งมันสำปะหลังผสมกับน้ำที่ได้จากการกรองในขณะที่ยังร้อนอยู่และทิ้งไว้จนกว่าจะกลายเป็นวุ้น เวลารับประทานก็ตัดตามขนาดที่ต้องการนิยมรับประทานกับน้ำเชื่อมและอาจเติมน้ำสีสัณกลิ่นสละ แล้วเติมน้ำแข็ง รสชาติอร่อยชื่นใจทีเดียว แถมยังมีสรรพคุณด้านการแก้ร้อนในได้อีกด้วย อีกทั้งยังสามารถเป็นของฝากที่ถูกใจผู้รับอีกต่างหาก

ง) เคาหยก เป็นอาหารที่มีชื่อเสียงของเบตง ทำจากเนื้อหมูกับเผือก มีวิธีการปรุงพิถีพิถันสลับซับซ้อน โดยจะเริ่มจากการนำเนื้อหมู 3 ชั้น มาต้มให้สุก จากนั้นจึงนำขึ้นมาสะเด็ดน้ำในรังหนึ่ง และใช้ช้อนส้อมจิ้มที่หนังหมูเพื่อให้ไขมันไหลออกมาทิ้งไว้สักพัก แล้วนำเกลือมาคลุกให้ทั่วหนัง จากนั้นนำไปทอดในน้ำมันที่เดือดปาน

กลาง จนสังเกตเห็นว่าเนื้อหมูเริ่มพอง แล้วจึงนำขึ้นมาสะเด็ดน้ำมันและต่อด้วยการต้มอีกครั้ง เมื่อนำขึ้นมาจากหม้อต้มให้นำมาผ่านความเย็นทันที เพื่อเพิ่มความกรอบ จากนั้นนำมาหั่นเป็นชิ้นเล็กๆ หมักกับเครื่องยาจีน เพื่อเพิ่มคุณค่าทางอาหารให้ร่างกาย และนำมาจัดวางสลับกับเผือกทอด แต่ก่อนที่จะรับประทานต้องนำไปนึ่งอีกครั้ง แล้วจึงโรยหน้าด้วยผักชีเพื่อดับกลิ่นคาว

จ) ส้มโชกุน เป็นไม้ผลเศรษฐกิจของเบตง ลักษณะคล้ายส้มเขียวหวาน รสชาติเข้มข้นและเนื้อนุ่ม อร่อยผลมีขนาดกว้าง 6.8 เซนติเมตร ส่วนผลที่มีขนาดโตจะสูงประมาณ 6.5 เซนติเมตรกว้าง 7.5 เซนติเมตร ด้านปลายผลราบเป็นแอ่งตื้น ๆ ฐานผลส่วนใหญ่มน ผิวผลเรียบมีตุ่มน้ำมันเกิดถี่ เต็มผิวผล ผิวผลแก่จัดมีสีเขียวอมเหลือง เปลือกบาง ล่อนปอกง่าย กลีบแยกจากกันได้ง่าย มีกลีบ ประมาณ 11 กลีบต่อผล ผนังกลีบบาง มีรกน้อย ฉ่ำน้ำ เนื้อผลสีส้มแดง เมล็ดมีน้อยไม่เกิน 12 เมล็ดต่อผล

สำหรับที่มาของชื่อ "ส้มโชกุน" คำว่า "โชกุน" เป็นตำแหน่งเจ้าเมืองโบราณของญี่ปุ่นเป็นผู้ที่มีความสามารถ เนื่องจากส้มพันธุ์ใหม่นี้มีลักษณะที่เหนือกว่าส้มเขียวหวานธรรมดา จึงเหมาะที่จะเป็นส้มสำหรับโชกุน รับประทาน จึงได้ตั้งชื่อพันธุ์ว่า "โชกุน" และเป็นชื่อเรียกจนติดปากของคนทั่วไป ต่อมาผู้ว่าราชการจังหวัดยะลาและเกษตรจังหวัดยะลานั้น ได้จัดให้มีการประกวดการตั้งชื่อให้ส้มพันธุ์ใหม่นี้ว่า "เพชรยะลา" เพื่อให้เป็นเอกลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของทางจังหวัดแต่คนทั่วไปนิยมเรียกชื่อเดิมมากกว่า เพราะเรียกจนติดปากส่วนคุณสมชายผู้ค้นคว้าพันธุ์ ยินดีที่จะเรียกส้มพันธุ์ของตนนี้ว่า "โชกุนเพชรยะลา"

ฉ) หมีเบตง เป็นหมีเหลืองชนิดหนึ่งเหมือนทั่วไป และชนิดสีขาวเรียกว่า "หมีขั้ว" เป็นอาหารที่มีชื่ออีกอย่างหนึ่งนิยมชื่อเป็นของฝากจากเบตง สินค้าเรามีตราฮาลาลรับรองทำให้สามารถขยายตลาดไปได้ทุกกลุ่ม โดยเฉพาะพี่น้องมุสลิมทั่วประเทศที่นิยมรับประทานหมีเบตง ส่วนตลาดหลักของ "หมีเบตง" นอกจากจะอยู่ในพื้นที่ชายแดนภาคใต้เป็นส่วนมากแล้วยังมีลูกค้ากระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศโดยเฉพาะผู้บริโภคมุสลิม รวมไปถึงลูกค้าในจังหวัดสมุทรปราการ ที่จะสั่งสินค้าเป็นจำนวนมากประจำทุกเดือนและที่สำคัญยังมีลูกค้าประจำจากประเทศมาเลเซีย ทั้งที่เดินทางเข้ามาสั่งซื้อถึงที่กับกลุ่มที่ให้ส่งไปถึงบ้าน

ช) ผักน้ำ มีลักษณะการปลูกและการเจริญคล้ายผักบุงที่ขึ้นในน้ำ ปลูกได้โดยเอาต้นไปปักดินในน้ำ ตื้นๆ ต้นจะแตกขยายหลังปลูกประมาณ 1 เดือน ก็สามารถตัดมารับประทานได้แล้ว ต้นตอก็จะแตกขยายใหม่ ผักน้ำชอบอากาศเย็นจึงขึ้นได้ดีในหน้าฝนและหน้าหนาว ส่วนหน้าร้อนจะเติบโตได้ไม่ดีใบจะหยิก "ผักน้ำ" เป็นพืชพื้นเมืองเฉพาะถิ่นที่ปลูกอยู่ในอำเภอเบตงมาช้านาน ซึ่งนานพอๆ กับที่ชาวจีน อพยพมาสู่ประเทศไทย เดิม นั้น "ผักน้ำ" มีถิ่นกำเนิดอยู่แถบประเทศฝรั่งเศส ต่อมานำมาปลูกในประเทศจีนและชาวจีนอพยพ นำเข้ามา

ปลูกในประเทศไทยแถบทางภาคเหนือและภาคใต้ สำหรับที่อำเภอเบตงเริ่มปลูก ผักน้ำตั้งแต่ครานั้นเป็นต้นมา ลักษณะการเจริญเติบโตของผักน้ำ คล้ายๆ กับผักบุ้ง มีใบเล็ก ลำต้นมีลักษณะอวบน้ำ ขอบขึ้นในที่ที่มีอากาศ เย็น อุณหภูมิไม่เกิน 25 องศาเซลเซียส มีน้ำไหลผ่านตลอดเวลาและต้องเป็นน้ำที่ไหลมาจากภูเขา โดยเฉพาะ น้ำที่ไหลมาจากชอกหิน ซึ่งจะใสเย็นไม่มีสนิม การปลูกผักน้ำในสมัยแรกๆ ปลูกบริเวณกันในหมู่ชาวจีนเท่านั้น แต่ปัจจุบัน "ผักน้ำ"เป็นที่รู้จักและบริโภคกันแพร่หลายในหมู่คนทั่วไป ซึ่งทุกวันนี้ชาวเบตงนิยมนำผักน้ำมา ประกอบเป็นอาหารหลายอย่าง เช่น ผัดผักน้ำ ทำแกงจืด ต้มจิ้มกับน้ำพริก นำมาต้มกับกระดุกหมู เป็นต้น นอกจากนี้จะนำมาประกอบอาหารแล้ว ผักน้ำยังเป็นยาแก้ร้อนในได้อีกด้วย

ข) จิ้งจอกฟัน เป็นอาหารพื้นเมืองอีกชนิดหนึ่งของชาวเบตง บ้างก็เรียกว่าหมีขาวหรือหมีถั่งแตก มี ลักษณะคล้ายๆ เส้นกวยเตี๋ยว ทำจากการเอาข้าวเจ้ามาโม่ให้เป็นแป้ง ก่อนจะนำมาผสมกับน้ำให้เหลว แล้ว นำไปเข้าเครื่องหนึ่งทำแผ่นแต่แผ่นจะมีความบางกว่าแผ่นกวยเตี๋ยว เมื่อสุกจนได้ที่ ก็จะนำออกมาหั่นเป็นเส้น เล็กๆ กว้างไม่เกิน 1 ซม. เรียกว่าหมีขาวหรือหมีถั่งแตก จากนั้นนำเส้นหมีขาวหรือหมีถั่งแตกที่พร้อมแล้วมา ประุงด้วยซีอิ้วขาว ก่อนโรยงาขาว และกระเทียมเจียวลงไปหน้าตาน่าลิ้มลองรับประทานเลยทีเดียว

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว

2.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

ในส่วนของความหมายของการท่องเที่ยว มีผู้นิยามความหมายไว้หลายท่าน โดย อนันต์ วัฒนกุลจรัส (2555, น.11) ได้ให้คำนิยามของ การท่องเที่ยว (Tourism) คือ กิจกรรมที่นำพานักเดินทางออกจาก สภาพแวดล้อมปกติของตนเองไปยังสถานที่หนึ่ง เป็นระยะเวลาไม่เกิน 1 ปี ด้วยวัตถุประสงค์หลักใดๆ ก็ตามที่ ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้ในสถานที่เดินทางไปเยี่ยมเยือน โดยมีเงื่อนไข 3 ประการ ตามที่ บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556, น.15) เขียนไว้คือ

2.2.1.1 การเดินทาง (Travel) หมายถึง การเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพิ่มค่าจ้าง โดยมีการ วางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และใช้ยานพาหนะนำทางไปเป็นระยะทางไกลหรือไกลก็ได้

2.2.1.2 จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง จุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราว แล้ว ต้องเดินทางกลับภูมิลำเนา โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่

นั้น มีสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

2.2.1.3 ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึง วัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าหนึ่งอย่างก็ได้

2.2.2 วัตถุประสงค์การท่องเที่ยว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556, น.23-24) ได้กล่าวถึงวัตถุประสงค์ของการเดินทางหรือการท่องเที่ยว โดยแบ่งได้เป็น 13 ประเภทคือ

2.2.2.1 การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) เป็นการเดินทางในวันหยุดหรือพักผ่อนโดยไม่ทำอะไร อันเป็นการขจัดความเมื่อยล้าทางร่างกายและจิตใจจากการทำงานให้หมดไป และเรียกพลกำลังกลับคืนมาสำหรับเริ่มต้นทำงานในวันใหม่ บางคนอาจจะไปพักผ่อนเพราะป่วยใช้มักจะถือเอาภาวะอากาศเป็นเกณฑ์ตัดสินใจว่าจะไปท่องเที่ยวที่ใด เช่น สถานที่ชายทะเล หรือสถานที่บนเขาที่อากาศหนาวเย็น หรืออาจจะรักษาโรคผิวหนังใกล้บริเวณบ่อน้ำร้อน อ.เบตง จ.ยะลา

2.2.2.2 การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของประเทศต่างๆที่น่าสนใจ เช่น การศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน ชมศิลปะ ในหอศิลป์ ชมการแสดงดนตรีหรือละครของประเทศต่างๆ นมัสการศูนย์ศาสนาที่สำคัญ เพื่อร่วมปฏิบัติศาสนกิจ เช่น ทัวร์ไหว้พระ 9 วัด การท่องเที่ยวเพื่อเดินทางไปยังสถานที่ประสูติของพระพุทธเจ้า ณ ประเทศอินเดีย ฯลฯ

2.2.2.3 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) เป็นการเดินทางเพื่อทำการวิจัยหรือสอนหนังสือหรือเข้าศึกษาหรือดูงานในประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่งมักจะพักอยู่ในประเทศนั้นเป็นเวลานานนับเดือน เช่น ไปทำวิจัย ณ ประเทศญี่ปุ่น ไปบรรยายพิเศษ ณ ประเทศจีน หรือการเดินทางหาความร่วมมือทางด้านงานวิจัยกับมหาวิทยาลัยในประเทศมาเลเซีย

2.2.2.4 การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาและความบันเทิง (Sport and Recreation) เป็นการเดินทางที่ปรารถนาจะไปชมการแข่งขันกีฬาหรือเข้าร่วมการแข่งขันกีฬา หรือเล่นกีฬาในท้องถิ่นนั้น เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันซีเกมส์ การเข้าร่วมการแข่งขันกีฬาแห่งชาติ การไปเล่นสกีในฤดูหนาวที่ญี่ปุ่น การไปชมการแข่งขันวอลเลย์บอลหญิงชิงแชมป์โลกที่ประเทศญี่ปุ่น หรือการไปเที่ยว Disney Land ฮองกง การเดินทางไปดูคอนเสิร์ตศิลปินเกาหลี

2.2.2.5 การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการไปชมโบราณสถานที่เกี่ยวข้องกับข้อเท็จจริงทางประวัติศาสตร์ เช่น เยี่ยมชมมรดกโลกอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย หรืออุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา หรือการตามรอยละครเรื่องบุพเพสันนิวาส

2.2.2.6 การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) เป็นการเดินทางเพื่อทำงานอดิเรก เช่น เดินทางไปวาดรูปภูเขาไฟฟูจิ เดินทางไปภูกระดึงเพื่อถ่ายภาพ การเป็นแอดมินเว็บไซต์หรือเพจท่องเที่ยว

2.2.2.7 การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/Relation) เป็นการเดินทางเพื่อเยี่ยมญาติพี่น้อง เพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดี เช่น การเดินทางไปเยี่ยมญาติที่ประเทศจีน ในช่วงเทศกาลตรุษจีน

2.2.2.8 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) เป็นการเดินทางของนักธุรกิจที่จัดเวลาให้เหลือหรือว่างจากการติดต่อธุรกิจในประเทศนั้น เพื่อถือโอกาสท่องเที่ยวต่ออีกช่วงเวลาหนึ่ง เช่น การไปเจรจาการค้าที่ประเทศออสเตรเลีย แล้วหลังจากเจรจาการค้าเรียบร้อย เลยถือโอกาสท่องเที่ยวต่อก่อนที่จะเดินทางกลับประเทศ

2.2.2.9 การท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress) เป็นการเดินทางเพื่อประชุมสัมมนา โดยปกติการจัดรายการประชุมสัมมนา ผู้จัดมักมีรายการนพเที่ยวอย่างน้อย 1 ครั้ง ทำให้ผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนาเป็นนักท่องเที่ยวสมบูรณ์แบบ และเมืองใดที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยว มักจะได้รับการคัดเลือกให้เป็นที่ประชุมสัมมนาอยู่บ่อยครั้ง เช่น เชียงใหม่ พัทยา หัวหิน กรุงเทพฯ สิงคโปร์ เป็นต้น

2.2.2.10 การท่องเที่ยวเพื่อชาติพันธุ์ (Ethnic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อการสังเกตการณ์แสดงออกทางวัฒนธรรม และแบบแผนการใช้ชีวิตประจำวันของชนต่างสังคม ต่างเผ่าพันธุ์รวมทั้งการเดินทางไปเยี่ยมบ้านเกิดเมืองนอน

2.2.2.11 การท่องเที่ยวเพื่อสิ่งแวดล้อม (Environment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยว โดยใช้สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) ประเพณีธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การชื่นชมต่อความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้คนและสภาพแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การไปศึกษาความอุดมสมบูรณ์ของป่าฮาลาบาลา จังหวัดนราธิวาส

2.2.2.12 การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพและอนาามัย (Health Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อบำรุงสุขภาพอนาามัยของตนเองให้มีอายุยืนยาว เช่น นักท่องเที่ยวชาวตะวันออกเดินทางมารักษาโรคในโรงพยาบาลเอกชนในกรุงเทพมหานคร เพราะค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าในประเทศของตนเอง

2.2.2.13 การท่องเที่ยวเพื่อประโยชน์ทางการเมือง (Political Tourism) เป็นการเจริญสัมพันธไมตรีกับประเทศต่างๆ เพื่อมิตรภาพและเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เช่น การเดินทางไปประชุมสุดยอดผู้นำอาเซียน เพื่อเจรจาความสัมพันธ์ในเรื่องต่างๆกับประเทศในภูมิภาคอาเซียน

2.2.3 ประเภทของการท่องเที่ยว

ในหัวข้อนี้ จะกล่าวถึงประเภทการท่องเที่ยว เพื่อให้ทราบว่า แต่ละประเภทของการท่องเที่ยวมีลักษณะอย่างไร โดยบุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2556, น.24-27) ซึ่งสามารถแบ่งประเภทการท่องเที่ยวออกได้ 5 ประเภทดังนี้

2.2.3.1 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทาง สามารถแบ่งออกได้ 2 ประเภทย่อยๆ คือ

2.2.3.1.1 การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ที่ต่างไปจากประเทศของตน และต้องผ่านกระบวนการระหว่างประเทศหลายอย่าง เช่น ศุลกากร ด้านตรวจคนเข้าเมือง โดยใช้ภาษาต่างประเทศเป็นภาษาหลักที่ใช้ในการท่องเที่ยว โดยส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศมักต้องการไปสัมผัสสิ่งใหม่ๆที่แตกต่างจากที่ประเทศที่เราพำนักอยู่ เช่น นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางไปสัมผัสบรรยากาศที่ประเทศญี่ปุ่นหรือรัสเซีย สามารถแบ่งการท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้ 2 ประเภทคือ

- การท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourism) คือ การเดินทางออกจากประเทศที่เป็นถิ่นพำนักถาวรของตน เพื่อไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่น เช่น คนไทยเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศญี่ปุ่นเกาหลีใต้ เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ เรียกว่า นักท่องเที่ยวขาออก (Outbound tourists) และประเทศที่จัดส่งนักท่องเที่ยวออกไปท่องเที่ยวยังประเทศต่างๆ เรียกว่า ประเทศต้นทาง (Origin country)
- การท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourism) คือ การเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของบุคคลซึ่งไม่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศนั้นๆ เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศจีนเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่มีการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เรียกว่า นักท่องเที่ยวขาเข้า (Inbound tourists) และเรียกประเทศที่รับนักท่องเที่ยวว่า ประเทศจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว (Destination country)

2.2.3.1.2 การท่องเที่ยวในประเทศ (Domestic Tourism) เป็นการท่องเที่ยวไปตามสถานที่ต่างๆภายในประเทศ การท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องมีสิ่งจูงใจหลายๆอย่างๆ เช่น ความสวยงามของภูมิประเทศ

ความสะดวกสบายในการเดินทาง ความปลอดภัย หรือมีสิ่งจูงใจเฉพาะของสถานที่นั้นๆ เช่น การเดินทางไป ดอยอินทนนท์เพื่อสัมผัสอากาศหนาว การเดินทางไปศึกษาธรรมชาติที่อุทยานแห่งชาติภูกระดึง จังหวัดเลย

2.2.3.2 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการเดินทาง สามารถแบ่งย่อยได้ 3 ประเภทคือ

2.2.3.2.1 การท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน (Leisure Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการที่จะหลีกเลี่ยงจากสภาพชีวิตประจำวันที่จำเจ หรือหลีกเลี่ยงอากาศร้อนในประเทศของตนเอง เป็นการเดินทางเพื่อการพักผ่อนและหาประสบการณ์แปลกใหม่

2.2.3.2.2 การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อไปติดต่อธุรกิจหรือไปประชุม โดยมีระยะเวลา 2-3 วัน เพื่อใช้ในการท่องเที่ยว

2.2.3.2.3 การท่องเที่ยวเพื่อความสนใจพิเศษ (Special Interest Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากความสนใจกิจกรรมพิเศษ ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 4 รูปแบบคือ

ก) การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ (Natural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการพักผ่อนหย่อนใจ ความสนุกสนาน ความชื่นชมในแหล่งธรรมชาติและการศึกษาในแหล่งธรรมชาติ

ข) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อมุ่งการใช้ความรู้และความภาคภูมิใจที่มุ่งเน้นเสนอลักษณะวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ โบราณคดีและสถานที่ต่างๆ ที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ของสังคม

ค) การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง (Sport and Entertainment Tourism) เป็นการท่องเที่ยวเพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจในการพักผ่อน สนุกสนาน รื่นเริงบันเทิงใจ การออกกำลังกาย โดยมุ่งเน้นการได้รับบริการที่เหมาะสม

ง) การท่องเที่ยวเชิงธุรกิจและประชุมสัมมนา (Business and Convention Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดจากผลพลอยได้ในการเดินทางไปติดต่อธุรกิจหรือประชุมสัมมนา ซึ่งอาจมีหรือไม่มีการศึกษาดูงานและการทัศนศึกษารวมอยู่ด้วยก็ได้ หรือมีเวลาว่างจากการติดต่อธุรกิจและประชุมสัมมนา ก็อาจเดินทางไปดูงานหรือทัศนศึกษาเองก็ได้

2.2.3.3 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามลักษณะการเดินทาง สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทดังนี้

ก) การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเหมาจ่าย (Group Inclusive Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวขายรายการท่องเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Package Tour) ให้กับนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะ โดยบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้จัดการเกี่ยวกับยานพาหนะ ที่พัก อาหาร และการแนะนำการเที่ยวให้กับลูกค้า โดยดำเนินการอำนวยความสะดวกเต็มรูปแบบ (Full Package) หรืออาจจะจัดการบริการเที่ยวบางสิ่งบางอย่างให้ก็ได้

ข) การท่องเที่ยวแบบส่วนตัว (Foreign Individual Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยววางแผนจัดการเดินทางด้วยตนเองทุกอย่าง หรืออาจจะใช้บริการธุรกิจนำเที่ยวบางอย่างเพื่ออำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว

2.2.3.4 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการตลาด สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทดังนี้

ก) การท่องเที่ยวตลาดหรูหร่า (Elite Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องจ่ายค่าบริการในอัตราสูง เพราะมุ่งให้บริการทางการท่องเที่ยวชนิดหรูหร่า

ข) การท่องเที่ยวตลาดมวลชน (Mass Market Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่บริการทางการท่องเที่ยวแบบพื้นฐาน ในราคาที่ถูกลง โดยต้องการให้บริการผู้เดินทางที่มีรายได้น้อย แต่มีปริมาณมาก

2.2.3.5 การแบ่งประเภทการท่องเที่ยวตามการจัดการ สามารถแบ่งได้ 2 ประเภทคือ

ก) การท่องเที่ยวแบบประเพณีนิยม (Conventional Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความพึงพอใจและปริมาณของนักท่องเที่ยวเป็นหลัก โดยไม่คำนึงถึงผลกระทบต่อทรัพยากรท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อม

ข) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) เป็นการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการจัดการอย่างดีเยี่ยม เพื่อสามารถดำรงไว้ซึ่งทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความดึงดูดใจอย่างไม่เสื่อมคลาย และธุรกิจท่องเที่ยวมีการปรับปรุงคุณภาพให้มีผลกำไรอย่างเป็นธรรม ในขณะที่เดียวกันก็ให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมได้รับผลประโยชน์ตอบแทนอย่างเหมาะสม และมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนสม่ำเสมอเพียงพอ แต่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมน้อยที่สุด ซึ่งสามารถแบ่งย่อยได้อีก 2 ประเภทคือ

- การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และแหล่งวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องเนื่องกับระบบนิเวศ โดยได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลินและมีกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของผู้ที่เกี่ยวข้อง ภายใต้การจัดการสิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างดีและการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงศึกษาธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงเกษตรกรรม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางธรณีวิทยา

- การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) เป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมหรือชมงานประเพณีต่างๆที่ชุมชนท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้น เพื่อให้ได้รับความสนุกสนานเพลิดเพลิน พร้อมทั้งได้ศึกษาความเชื่อ ความเข้าใจต่อสภาพสังคมและวัฒนธรรม มีประสบการณ์ใหม่ๆเพิ่มขึ้น มีจิตสำนึกต่อการรักษาสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวทางานประเพณีและศิลปวัฒนธรรม การท่องเที่ยวควิลิในชนบท การท่องเที่ยวเชิงกีฬาและบันเทิง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทางวัฒนธรรม

2.2.4 การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

จากการที่รัฐบาลไทยให้ความสำคัญและกำหนดนโยบาย ในเรื่องเกี่ยวกับการพัฒนาศูนย์กลางบริการ ทางด้านการแพทย์ (Medical Hub) และศูนย์กลางการใช้บริการทางด้านสุขภาพ (Wellness Hub) เมื่อปี พ.ศ.2556 โดยนโยบายดังกล่าว ยังเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลาง สุขภาพนานาชาติ (พ.ศ.2559-2568) ในระยะเวลา 10 ปี รัฐบาลเล็งเห็นการพัฒนาขีดความสามารถของ ประเทศไทยในด้านสุขภาพด้วยการเติมเต็มขั้นพื้นฐานของสุขภาพ ยกระดับให้ได้มาตรฐานสากล และสุขภาพ ในเชิงการท่องเที่ยว รวมทั้งสร้างงาน สร้างอาชีพ โดยนโยบายดังกล่าวสอดคล้องการนโยบายไทยแลนด์ 4.0 ที่ ต้องการยกระดับประเทศไทยให้หลุดพ้นจากประเทศที่ติดอยู่ในสภาวะกับดักรายได้ปานกลาง ไปสู่ประเทศที่มี รายได้สูงหรือประเทศที่พัฒนาแล้ว ซึ่ง 2 ใน 10 กลุ่มอุตสาหกรรมเป้าหมายของนโยบายไทยแลนด์ 4.0 คือ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ดีและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กับอุตสาหกรรมทางการแพทย์ครบวงจร โดยอุตสาหกรรมทั้ง 2 กลุ่มนี้จะเป็นกลไกที่สำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ

โดยในปัจจุบันนักท่องเที่ยวรู้จักประเทศไทยในนามของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับ การตื่นตัวของประชากรโลก ที่ให้ความสนใจในการรักษาสุขภาพมากขึ้น รวมทั้งการแสวงหาสถานพยาบาล การบริการทางการแพทย์ที่ถูกและดี มีคุณภาพ ยกตัวอย่างเช่น ประเทศเกาหลีใต้ซึ่งโด่งดังในเรื่องของการ ทำศัลยกรรม หรือประเทศไทยที่โด่งดังในเรื่องของการผ่าตัดแปลงเพศ ทำให้ประเทศในแถบอาเซียนมีนโยบาย การเป็นศูนย์กลางบริการทางการแพทย์กันในหลายประเทศเช่น สิงคโปร์ที่เน้นการรักษาพยาบาลด้วย เทคโนโลยีขั้นสูง แต่ค่ารักษาพยาบาลก็แพงตามคุณภาพ ประเทศมาเลเซียที่เน้นกลุ่มลูกค้ามุสลิม โดยเฉพาะ ประเทศในตะวันออกกลาง รวมถึงประเทศไทยที่มีนโยบายส่งเสริมการเป็น Medical Hub ชัดเจน โดยเฉพาะ ในจังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา หัวหิน เชียงใหม่ เนื่องจากเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามารักษาพยาบาลแล้ว ก็จะท่องเที่ยวเที่ยวต่อในจังหวัดนั้นๆ เพื่อเป็นการพักผ่อนพักผ่อนไปในตัวก่อนที่จะเดินทางกลับประเทศ ในส่วนของศูนย์กลางการใช้บริการทางด้าน สุขภาพ ประเทศยังไม่ได้มีการส่งเสริมหรือยังไม่โดดเด่นมากนัก แต่การให้บริการทางด้านสุขภาพบางอย่างของ ไทย มีความพร้อม มีจุดเด่นเพียงแต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมเท่าที่ควร เช่น การนวดแผนไทย การทำสปา ฯลฯ

ดังนั้น ก่อนที่จะศึกษาเรื่อง การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ทางคณะผู้วิจัยได้ให้คำ นิยามหรือคำจำกัดความของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไว้ดังนี้

ก) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) คือ การที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา รักษาพยาบาลเป็นหลักหรือเข้ามาท่องเที่ยวและมีกิจกรรมบางส่วนที่เกี่ยวกับการรักษาพยาบาลอาการเจ็บป่วย โดยเน้นการรักษาโรคที่มีความซับซ้อน

ปัจจุบันตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ทั้งโลกมีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ประมาณ 7-8 ล้านคน ใน ส่วนของประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ 1.2 ล้านคน เป็นอันดับหนึ่งของโลก และคาดว่าจะขยายตัวอย่างต่อเนื่อง สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยไม่ต่ำกว่า 100,000 ล้านบาท มีสัดส่วน รายได้จากผู้รับบริการชาวไทยต่อชาวต่างชาติ ประมาณร้อยละ 75:25 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหลังจากการเปิด ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กลุ่มลูกค้าที่เป็น Medical Tourism ร้อยละ 80 เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจาก ประเทศเมียนมา ญี่ปุ่น ตะวันออกกลางและยุโรป และตลาด CLMV ซึ่งเป็นตลาดหลักของประเทศไทยและมี แนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง ส่วนอีกร้อยละ 20 เป็นกลุ่มลูกค้า Expatriate หรือกลุ่มนักลงทุนต่างชาติที่เข้า มาลงทุนและทำงานในประเทศไทย รวมทั้งสมาชิกในครอบครัว คู่สมรส บุตรหลานที่มาพำนักในประเทศไทย ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นชาวญี่ปุ่น เกาหลีใต้และสหรัฐอเมริกา (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2559)

สาเหตุที่ทำให้ประเทศไทยมีศักยภาพในการแข่งขันตลาดการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เนื่องจาก ประการแรก ประเทศไทยมีบริการที่ได้มาตรฐาน การดูแลเอาใจใส่ มีอัธยาศัยดี เป็นมิตรกับชาวต่างชาติ ประการที่สอง เทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย พร้อมทั้งมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีคุณภาพ เห็นได้จาก ปัจจุบันโรงพยาบาลเอกชนของไทย ไม่ว่าจะเป็นโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ โรงพยาบาลกรุงเทพ ต่างเป็นที่รู้จัก ของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ทั่วโลก แม้กระทั่งโรงพยาบาลในสังกัดมหาวิทยาลัยเช่น โรงพยาบาลศิริราช โรงพยาบาลรามาธิบดี โรงพยาบาลจุฬาลงกรณ์ โรงพยาบาลมหาราช มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โรงพยาบาล สงขลานครินทร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ โรงพยาบาลศรีนครินทร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ต่างก็เป็นที่รู้จัก ของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และเป็นโรงเรียนแพทย์ที่ผลิตบุคลากรทางการแพทย์ที่มีคุณภาพสูง รองรับ การขยายตัวของนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในปัจจุบัน ประการที่สาม บุคลากรทางการแพทย์มีคุณภาพสูง ใกล้เคียงกับประเทศสิงคโปร์ แต่ค่าใช้จ่ายสูงกว่าสิงคโปร์เป็นอย่างมาก ประการที่ห้า โรงพยาบาลในประเทศไทยหลายแห่งได้รับรองมาตรฐานนานาชาติแบบ JCI (Joint Commission International) จำนวน 53 แห่ง ทั่วประเทศ เช่น ซึ่งเป็นมาตรฐานที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติจากสหรัฐอเมริกา ประเทศไทยได้เริ่มมี การรับรองมาตรฐานนี้มาตั้งแต่ พ.ศ. 2545 โดยโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์เป็นแห่งแรกที่ได้รับการรับรอง ประเภท Hospital care/International Clinic เกาะช้าง จังหวัดตราด เป็นแห่งแรกที่ได้รับการรับรอง

ประเภท Ambulatory care โรงพยาบาลกล้วยน้ำไท 2 เป็นแห่งแรกที่ได้รับการรับรองประเภท Long term care และ Home care โรงพยาบาลศิริราชปิยมหาราชการุณย์ ซึ่งเป็นโรงพยาบาลภาครัฐแห่งแรกที่ได้รับการรับรองประเภท Hospital Care รวมทั้งโรงพยาบาลชลบุรี เป็นโรงพยาบาลภาครัฐแห่งแรกที่ได้รับการรับรองประเภท academic medical center hospital program (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข, 2559) ประการสุดท้าย ค่าใช้จ่ายในการบริการต่ำ ใกล้เคียงกับประเทศอินเดีย แต่นักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะให้ความสนใจเดินทางมารักษาพยาบาลในประเทศไทยมากกว่า เนื่องจากการบริการโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณสุขที่ดีกว่าประเทศอินเดีย แถมยังมีสถานที่ท่องเที่ยวให้เดินทางท่องเที่ยวต่อในช่วงรักษาพยาบาลเรียบร้อยแล้วหรือในช่วงพักฟื้น

ข) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) คือ การที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาใช้บริการเชิงสุขภาพที่ช่วยฟื้นฟูร่างกายจากการเจ็บปวดหรือทำให้สุขภาพแข็งแรง โดยเป็นส่วนที่นอกเหนือจากการบริการทางการแพทย์ ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในที่นี้จะหมายรวมถึง การนวดแผนไทย การทำสปา การใช้อาหารบำบัด การอาบน้ำแร่ การนั่งสมาธิตามวิธีทางพุทธเข้าบำบัดสุขภาพ การใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรซึ่งเป็น จุดขายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย ฯลฯ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเกี่ยวเนื่องและส่งเสริมการท่องเที่ยวรูปแบบอื่นเฉพาะกลุ่มประเภทอื่นๆ ที่รักษาสุขภาพให้แข็งแรง ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม (Cultural Tourism) การท่องเที่ยวเชิงการทำอาหาร (Culinary Tourism) หรือการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sport Tourism) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ (Eco Tourism) การท่องเที่ยวแนวผจญภัย (Adventure Tourism) การออกกำลังกาย (Fitness & Mind-Body) เนื่องจากนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ อาจมีวัตถุประสงค์รองของการเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประเภทอื่น

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโลกเติบโตเป็นอย่างมาก มีมูลค่าตลาดสูงถึง 1,604 พันล้านบาท โดยธุรกิจสปา มีมูลค่าตลาดสูงถึง 305 พันล้านบาทและน้ำพุร้อน มีมูลค่าตลาด 162 พันล้านบาท จากการสำรวจของ Global Wellness Institute พบว่า ในปี พ.ศ.2556 ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 13 ของตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโลก มีการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเท่ากับ 28.5 พันล้านบาท โดย 3 ประเทศแรกที่ติดอันดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงที่สุดของโลกคือ สหรัฐอเมริกา เยอรมันและฝรั่งเศส ส่วนในทวีปเอเชียประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 4 เป็นรองแค่ ญี่ปุ่น จีน อินเดียเท่านั้น นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จะมีการใช้จ่ายสูงกว่าค่าเฉลี่ย ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะมีการใช้จ่ายประมาณร้อยละ 59 แต่ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศจะมีค่าใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สูงกว่า

ค่าเฉลี่ยมาก โดยมีการใช้จ่ายสูงถึงร้อยละ 159 ที่มากกว่านั้น พบว่า นักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จะมีฐานะปานกลางถึงระดับสูง มีการศึกษาดีและใช้เวลากับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนาน ก่อให้เกิดการใช้จ่ายค่อนข้างมาก ตามที่ได้กล่าวไปแล้ว (สำนักงานปลัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

สำนักงานปลัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) รายงานภาพรวมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทยว่า ส่วนหนึ่งเป็นการต่อยอดการนำภูมิปัญญาตามแนวทางและศาสตร์ในการดูแลสุขภาพดั้งเดิมมาใช้เป็นส่วนหนึ่งในการบริการทางสุขภาพ ส่งผลให้การบริการเชิงสุขภาพของไทยมีความหลากหลายและมีความโดดเด่น จนเป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นแนวทางการดูแลสุขภาพองค์รวม การนำเอาแนวปฏิบัติไทย ฤๅษีดัดตน การฟื้นฟูจิตใจและร่างกาย ควบคู่ไปกับการดูแลสุขภาพองค์รวม ตลอดจนถึงการล้างพิษและการชิมลองอาหารการกินตามธาตุเจ้าเรือน สิ่งเหล่านี้ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยมีบริบทเฉพาะ ซึ่งแตกต่างจากประเทศอื่นๆ สามารถรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ทุกระดับ ตั้งแต่ระดับ High-end, Elite tourism จนกระทั่งผู้ใช้บริการทั่วไป สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศไทยเป็นอย่างมาก แต่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยยังไม่ใช้การท่องเที่ยวหลักและยังไม่แพร่หลายเท่าที่ควร แต่เป็นเพียงการท่องเที่ยวหรือโปรแกรมเสริม โดยผนวกเข้ากับการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทอื่นเข้าด้วยกัน เช่น การทัวร์แพทย์แผนไทย แพทย์แผนจีน ทัวร์อาหารสมุนไพร ทัวร์เกษตรธรรมชาติ ทัวร์ประวัติศาสตร์ ทัวร์ธรรมชาติ ทัวร์น้ำพุร้อน บ่อน้ำแร่ ฯลฯ ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทยที่โดดเด่นและได้รับความนิยมจากทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศ ยกตัวอย่างเช่น

สปา กลายเป็นบริการเชิงสุขภาพหลักของประเทศไทย ที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงทั้งในตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากตอบสนองความต้องการและรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบันที่ให้ความใส่ใจในสุขภาพมากขึ้น ประกอบกับสปาไทยมีเอกลักษณ์ที่ใช้ภูมิปัญญาไทย รวมทั้งผู้ให้บริการมีอัธยาศัยไมตรี การบริการที่เอาใจใส่ของคนไทย ทำให้สปาไทยเป็นที่สนใจของนักท่องเที่ยว และส่งผลต่ออุตสาหกรรมต่อเนื่องอื่นๆ เช่น สมุนไพร โรงแรม ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มาจากธรรมชาติ จากการจัดอันดับของ Booking.com พบว่า 10 อันดับสปาไทยที่ติดอันดับโลกคือ Phothala Leisure Park, Mulberry Spa, Divana Spa, The Oasis Spa, Spa ten, Let's Relax Spa, Banyan Tree Spa, S medical Spa, Pranali Wellness Spa และ Chiva Spa (สำนักงานปลัด กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2559)

นวดไทย เป็นอีกหนึ่งทางเลือกของบริการเชิงสุขภาพที่โดดเด่น นวดไทยถือว่าเป็นภูมิปัญญาด้านการแพทย์แผนไทย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้อาการ ผ่อนคลาย โดยการแก้อาการจะเป็นการนวดเพื่อรักษา

ในขณะที่การนวดเพื่อผ่อนคลายก็เป็นรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยว โดยปัจจุบันตามแหล่งท่องเที่ยวทุกที่ในประเทศไทย จะมีสถานบริการนวดแผนไทยอยู่เกือบทุกแห่ง

การแพทย์ทางเลือก เป็นอีกทางเลือกหนึ่งของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ปัจจุบันการรักษาด้วยแพทย์ทางเลือกได้รับการยอมรับจากคนทั่วโลกมากขึ้น เห็นได้จากการนำแพทย์ทางเลือกมาเป็นส่วนหนึ่งในการรักษาทางการแพทย์แบบป้องกัน โดยมีการผสมผสานระหว่างแผนสมัยใหม่กับแพทย์ทางเลือก เช่น การอาบน้ำร้อน การใช้วารีบำบัดด้วยน้ำแร่ การทำสปาเชิงการแพทย์ เป็นต้น

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพด้วยธรรมชาติภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิถีไทยได้รับความนิยมมากขึ้น การท่องเที่ยวประเภทนี้จะผสมผสานการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยที่ชุมชนนั้นๆมีทรัพยากรที่สอดรับ มีองค์ความรู้ในการดูแลสุขภาพ ทำให้ชุมชนมีการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีลักษณะที่โดดเด่น เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง เช่น สปาสมุนไพร สปาโคลนร้อน ทิวทัศน์น้ำพุร้อนและการอาบน้ำแร่ การใช้โคลนมาขัดผิว นอกจากนี้ยังมีผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อปต่อเนื่องจากการท่องเที่ยวอีกด้วย เช่น สบู่โคลน ยาสระผมโคลน การท่องเที่ยวประเภทนี้มีคล้ายคลึงกับการท่องเที่ยววิถีพื้นบ้าน แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติที่ให้ชุมชนบริหารจัดการเอง ร่วมกับการได้รับบริการส่งเสริมสุขภาพด้วยภูมิปัญญา

ในส่วนของการวิเคราะห์ SWOT Analysis ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของไทย สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2559) รายงานว่า

จุดแข็ง (Strength)

ก) สปา นวดแผนไทยมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ช่วยผ่อนคลายและรักษาโรคได้ ซึ่งมีผลการรักษาที่เป็นเชิงประจักษ์และมีผลการวิจัยรองรับในบางส่วนแล้ว

ข) การให้บริการที่มีน้ำใจไมตรี การมีอัธยาศัยไมตรี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีมารยาทอย่างไทย (Thainess) เป็นจุดขายในการให้บริการ ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของผู้รับบริการทั้งคนไทยและชาวต่างชาติ

ค) ประเทศไทยและพื้นที่ต่างๆในประเทศไทยมีความหลากหลายจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จนกลายเป็นอัตลักษณ์ เช่น การนวดประคบ การรักษาโรคหรือการดูแลสุขภาพด้วยสมุนไพรท้องถิ่น ที่สามารถนำมาพัฒนาและเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาเป็นโปรแกรมหรือเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เป็นลักษณะเฉพาะตนได้

จุดอ่อน (Weak)

ก) สถานบริการด้านสุขภาพมีขนาดเล็ก ไม่ว่าจะป็นสปาหรือนวดแผนไทย ทำให้มีข้อจำกัดด้านมาตรฐานการให้บริการ บางครั้งมีบริการแอบแฝง ซึ่งเป็นภาพลักษณ์ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยิ่ง

ข) ขาดการสนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของการบริการด้านสุขภาพ

ค) ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะน้ำพุร้อนมีข้อจำกัดในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สร้างสรรค์ สร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างประโยชน์ทางด้านเศรษฐกิจได้ไม่มากเท่าที่ควร

ง) ผู้ดูแลและให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ มีข้อจำกัด ขาดความรู้ งบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและขาดศักยภาพในด้านการบริหารจัดการ แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งถูกบริหารจัดการโดยองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งไม่มีความรู้ความสามารถในการบริหารเพื่อก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มได้

จ) มีการแข่งขันด้านราคาค่อนข้างสูง พร้อมกับการลดคุณภาพบริการ ทำให้ภาพลักษณ์บริการไม่เป็นมาตรฐานและส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการอื่น ๆ ที่มีมาตรฐาน

โอกาส (Opportunity)

ก) ตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกประเทศ

ข) การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย ทำให้ตลาดการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพเติบโตมากขึ้น เพื่อรองรับกลุ่มลูกค้าผู้สูงอายุเพื่อฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ

ค) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ทำให้ภูมิภาคอาเซียนเดินทางถึงกันได้สะดวก ทั้งทางบก ทางน้ำและทางอากาศ

ง) การได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐบาล โดยมีหน่วยงานต่างๆของรัฐบาลทั้งหน่วยงานเล็กๆ ระดับตำบลจนถึงระดับรัฐบาลให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น

อุปสรรค (Treat)

ก) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีรูปแบบการบริการที่หลากหลาย ทำให้หน่วยงานจำนวนมากเข้ามาเกี่ยวข้องในการส่งเสริมและพัฒนา จนบางครั้งเกิดการซ้ำซ้อน เกิดความขัดแย้งจนกลายเป็นอุปสรรคในที่สุด

ข) การนำนโยบายสู่การปฏิบัติยังขาดเอกภาพในการดำเนินการทั้งในส่วนกลางและส่วนภูมิภาค ในด้านต่างๆ ได้แก่ การสื่อสาร การขับเคลื่อนการพัฒนา และการสนับสนุนด้านงบประมาณ

ค) มีการแข่งขันในตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตลาดนานาชาติสูง แต่แต่ละประเทศพยายามดึงกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ไปยังประเทศตนเอง เนื่องจากเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง และการบริการหรือผลิตภัณฑ์บางอย่างมีความใกล้เคียงกัน ดังนั้นลูกค้าจึงเปรียบเทียบเรื่องราคาเป็นสำคัญ

จากที่กล่าวมาทั้งหมด สามารถแบ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นักท่องเที่ยวแสวงหาได้ดังรูปที่ 2.6



รูปที่ 2.3 บริการที่ผู้รับบริการแสวงหาใน Wellness Tourism

จากรูปที่ 2.3 แสดงการบริการที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแสวงหา ซึ่งประกอบไปด้วย 6 ด้านหลักๆ เช่น

ก) ด้านกายภาพ (Physical) สิ่งที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการคือ การตรวจสุขภาพ การตรวจเช็คอาการต่อเนื่อง การดูแลสุขภาพโรคเรื้อรัง การทำสปา นวดแผนไทย นวดตัว Body Treatment การนวดหน้า ทำสปาผม สปาเล็บ การเข้าฟิตเนส เข้าคลาสเพื่อยืดเส้น ยืดกล้ามเนื้อ การใช้น้ำพุร้อน น้ำแร่บำบัด ฯลฯ

ข) ด้านจิตใจ (Mental) สิ่งที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการแสวงหาคือ การเล่นโยคะ ไทเก๊ก หรือ Biofeedback ซิงก ในส่วนของการบำบัด ฟันฟู รักษาสุขภาพจิตใจ

ค) ด้านความคิด การสงบจิตใจ (Spiritual) สิ่งที่นักท่องเที่ยวแสวงหาในด้านนี้คือ การนั่งสมาธิ การเป็นอาสาสมัคร การใช้เวลาอยู่กับครอบครัวและเพื่อน หรือการให้เวลากับตนเอง ทบทวนตนเอง

ง) ด้านอารมณ์ (Emotional) สิ่งที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพต้องการคือ การลดความเครียดที่สั่งสมมาจากการทำงานประจำ การ Life Coaching จากวิทยากรมืออาชีพ การใช้เสียงเพลงและงานศิลปะบำบัด

จ) ด้านสิ่งแวดล้อม (Environmental) สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ การเดินป่าเพื่อศึกษาธรรมชาติ การได้สัมผัสกับธรรมชาติ ดอกไม้ หรือท่องเที่ยวในเชิงประวัติศาสตร์

ง) ด้านอาหารเพื่อสุขภาพ (Healthy Eating) สิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการคือ การได้ลองทำอาหารเพื่อสุขภาพ การได้ช้อปปิ้ง อาหารพื้นเมือง อาหารเพื่อสุขภาพและการทำ Detox

จากทั้งหมดที่กล่าวมาทั้ง 6 ด้านที่นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแสวงหา สามารถหาได้ในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา เพราะในอำเภอเล็กๆ แห่งนี้มีความพร้อมหลายๆ ด้านเช่น มีอาหารที่เลิศรส เป็นที่ถูกปากของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะไก่เบตง ซึ่งเป็นไก่พื้นเมืองท้องถิ่นที่น่าทาน มีลักษณะที่เฉพาะเจาะจงในพื้นที่นี้เท่านั้น ผักน้ำที่ทั้งหวานและกรอบ ยังไม่นับรวมถึงอำเภอเบตง ซึ่งเป็นอำเภอที่มีชุมชนชาวไทยเชื้อสายจีนอยู่เป็นจำนวนมาก มีสถาบันขงจื้อ มีโรงเรียนจีน มีศาสตร์ความรู้ของจีนมากมายเช่น การรำไทเก๊ก ซิงก การแพทย์แผนจีน การฝังเข็ม สามารถส่งเสริมให้เป็นรูปธรรมได้ นอกจากนี้ ยังมีแหล่งน้ำพุร้อน น้ำแร่และอูโมงค์ปิยะมิตร ซึ่งเป็นอูโมงค์ประวัติศาสตร์ที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ประวัติศาสตร์ วัฒนาอารามต่างๆที่สามารถให้นักท่องเที่ยวได้ทำบุญ นั่งสมาธิ สงบจิตใจได้ สวนดอกไม้เมืองหนาว ที่รอคอยให้นักท่องเที่ยวไปเยี่ยมชม สิ่งต่างๆเหล่านี้มีอยู่แล้วในอำเภอเบตง เพียงแต่ยังไม่ได้รับการส่งเสริมและฟันฟูให้เป็นรูปธรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม ก่อให้เกิดรายได้กับประชาชนในพื้นที่ ดังนั้นในงานวิจัยชิ้นนี้จึงได้ทำงานศึกษาอุปทานการท่องเที่ยว

เชิงคุณภาพในอำเภอเบตง ว่ามีความสามารถหรือความเป็นไปได้ในทางเศรษฐกิจที่อำเภอเบตง จังหวัดยะลาจะกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงคุณภาพได้หรือไม่

2.3 ทฤษฎีและแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์สำหรับการวิเคราะห์อุปสงค์การท่องเที่ยว

2.3.1. อุปสงค์การท่องเที่ยว

อุปสงค์การท่องเที่ยว คือ ความต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆ ของนักท่องเที่ยวโดยในการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวทางด้านเศรษฐศาสตร์ นิยมใช้ข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานต่างๆ ที่แบ่งรูปแบบของการท่องเที่ยวตามสภาพภูมิศาสตร์การเดินทางและถิ่นพำนักของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นรูปแบบที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนการตลาดของการท่องเที่ยว และการศึกษาผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากนักท่องเที่ยวที่มีถิ่นพำนักแตกต่างกัน สำหรับการวัดอุปสงค์ของการท่องเที่ยวสามารถวัดได้หลายรูปแบบ โดยมีงัสสรพ์ ชาวสะอาด และคณะ (2556, น.43-44) กล่าวว่า รูปแบบที่นิยมใช้สำหรับการศึกษาและพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์การท่องเที่ยวมี 4 รูปแบบสำคัญ ดังนี้

2.3.1.1 จำนวนนักท่องเที่ยว (Tourist arrivals) ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น หรืออาจพิจารณาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณชายแดน เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซียที่เดินทางผ่านด่านพรมแดนสะเดา เข้ามาท่องเที่ยวใน อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา เป็นต้น หรือจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในสถานที่พักแรม เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้าพักในสถานที่พักแรมของเมืองพัทยา จ.ชลบุรี เป็นต้น ข้อมูลประเภทนี้นิยมใช้ในการพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวม (Aggregate demand models)

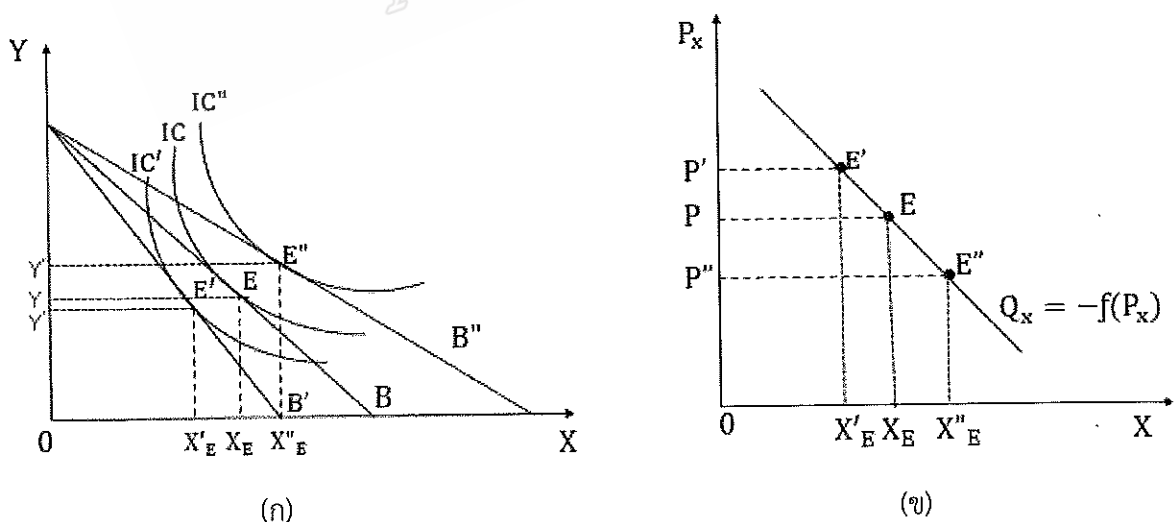
2.3.1.2 เวลาที่แหล่งท่องเที่ยวหรือจำนวนคืนที่พัก (Overnights) เช่นจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาเลเซีย ณ อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา หรือระยะเวลาพำนักเฉลี่ย ณ สถานที่พักแรมของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น ข้อมูลอุปสงค์ของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ส่วนใหญ่ได้จากการสำรวจจากสถานที่พักแรม หรือจากการสำรวจจากนักท่องเที่ยวโดยตรง

2.3.1.3 จำนวนครั้งในการท่องเที่ยว (Number of trip) เช่น จำนวนครั้งนักท่องเที่ยวมาเลเซียในการมาท่องเที่ยวประเทศไทยในแต่ละปีของนักท่องเที่ยวแต่ละคน เป็นต้น ข้อมูลอุปสงค์ประเภทนี้นิยมใช้ศึกษาเพื่อประเมินมูลค่าการใช้ประโยชน์เชิงนันทนาการของทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อม ด้วยวิธีการประเมินต้นทุนการเดินทาง (Travel cost method: TCM)

2.3.1.4 ค่าใช้จ่ายของการท่องเที่ยว (Tourism expenditure) ซึ่งได้จากการสำรวจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวตามหมวดหมู่ที่กำหนด เช่น ค่าใช้จ่ายสำหรับการเดินทาง ที่พัก อาหาร ของที่ระลึก เป็นต้น ข้อมูลอุปสงค์ในลักษณะนี้นิยมใช้ศึกษาและพัฒนาเป็นแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist expenditure models) ซึ่งอาจจะใช้ตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output table) หรือบัญชีเมตริกซ์สังคม (Social Account Matrix: SAM) เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ผลกระทบการเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายทางด้านการท่องเที่ยวได้

2.3.2 การวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยว

แนวคิดเศรษฐศาสตร์จุลภาคที่ใช้อธิบายอุปสงค์ของการท่องเที่ยวเป็นแนวคิดที่พิจารณาบนพื้นฐานทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Theory of consumer behavior) โดยมีข้อสมมติว่า ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีเหตุผล (Rational) เมื่อกำหนดรายได้และราคาสินค้าหรือบริการมาให้ ผู้บริโภคจะวางแผนการใช้จ่ายจากรายได้ที่เป็นตัวเงิน (Money income) ของตนเองเพื่อให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด (Maximize utility) ภายใต้แนวคิดของนักเศรษฐศาสตร์ดั้งเดิม ที่ว่าอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคสามารถวัดจากการจัดลำดับความชอบในตัวสินค้า ดังนั้นผู้บริโภคจะเปรียบเทียบอรรถประโยชน์ที่ได้รับจากชุดของสินค้า (Basket or bundle of goods) ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าที่สร้างความพอใจสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดของรายได้ที่อยู่ (Budget constraint) (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ, 2556, น.44-47)



รูปที่ 2.4 อุปสงค์ของสินค้าตัวอย่าง (X)

ที่มา : มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ (2556, น.44)

จากรูปที่ 2.4 .ในรูป (ก) กำหนดให้แกนตั้งแทนสินค้า Y แกนนอนแทนสินค้า X เส้น B, B', B'' คือ เส้น เส้นงบประมาณ(Budget line: B) ส่วนเส้นโค้งที่ลากจากมุมบนซ้ายมาล่างขวา คือเส้น ความพึงพอใจเท่ากัน (Indifferent curve: IC) โดยเส้นที่อยู่ทางขวามือ จะให้ความพึงพอใจมากกว่าเส้นที่อยู่ทางซ้ายมือ ดังนั้นจากรูป เส้น IC'' ให้ความพึงพอใจมากกว่าเส้น IC' และเส้น IC เมื่อสมมติให้ผู้บริโภคต้องตัดสินใจเลือกการบริโภคระหว่างสินค้า X และ Y ภายใต้รายได้ที่มีอยู่และอาศัยแนวคิดเส้นความพอใจเท่ากัน ดังนั้นดุลยภาพของผู้บริโภค (Equilibrium of the consumer) คือ จุดที่เส้นความพอใจเท่ากันสัมผัสกับเส้นงบประมาณ หรือที่จุด E ณ จุดนี้ผู้บริโภคจะบริโภคสินค้า X เท่ากับ X_E ณ ระดับราคา P ในรูป (ข) ถ้าสมมติให้ราคาสินค้า X เพิ่มขึ้นจาก P เป็น P' จะทำให้ประชาชนมีอำนาจซื้อน้อยลง เส้นงบประมาณของผู้บริโภคจะเลื่อนจากเส้น B เป็น B' และสัมผัสกับเส้นความพอใจเท่ากันเส้นใหม่ (เส้น IC') ที่จุด E' ณ จุดนี้ผู้บริโภคจะลดการบริโภคสินค้า X จาก X_E เป็น X'_E ในรูป (ก) ในทางตรงกันข้าม หากสินค้า X มีราคาตกลงจาก P เป็น P'' ทำให้เส้นงบประมาณของผู้บริโภคเลื่อนจากเส้น B เป็น B'' และสัมผัสกับเส้นความพอใจเท่ากันเส้นใหม่ (เส้น IC'') ที่จุด E'' ณ จุดนี้ผู้บริโภคจะเพิ่มการบริโภคสินค้า X จาก X_E เป็น X''_E เมื่อลากเส้นเชื่อมจุด E' E และ E'' จะได้เส้นอุปสงค์ของสินค้า X [$Q_X = -f(P_X)$] ดังรูปที่ 2.1 (ข) จากการวิเคราะห์ด้วยกราฟ สามารถใช้การวิเคราะห์ทางคณิตศาสตร์ (Mathematically) ในการหาฟังก์ชันอุปสงค์ได้ดังนี้

สมมติให้ผู้บริโภคต้องการความพอใจสูงสุดจากการบริโภคสินค้า X และ Y ภายใต้ราคาสินค้า X เท่ากับ P_X และราคาสินค้า Y เท่ากับ P_Y และรายได้เท่ากับ M ดังนั้นปัญหาทางคณิตศาสตร์ที่ต้องพิจารณา คือ

$$\text{Objective} \quad \text{Maximize } U(X, Y) = f(X, Y)$$

$$\text{Subject to} \quad P_X * X + P_Y * Y < M$$

ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านรายได้ผู้บริโภคต้องเลือกบริโภคสินค้า X และ Y ในสัดส่วนที่ทำให้ได้รับอรรถประโยชน์สูงสุด โดยการหาค่าสูงสุดของสมการ Lagrange นี้

$$L = U(X, Y) - \lambda(P_X * X + P_Y * Y - M)$$

หาอนุพันธ์ครั้งแรก (First partial derivative) ของสมการ Lagrange เทียบกับ X, Y and λ (Lagrange multiplier) และกำหนดให้เท่ากับ 0 ดังนั้นสามารถแก้ปัญหาคณิตศาสตร์หาฟังก์ชันอุปสงค์ของ X และ Y ได้ดังนี้

$$Q_X = -f(P_X) \text{ และ } Q_Y = -f(P_Y)$$

ฟังก์ชันอุปสงค์ข้างต้น คือ ฟังก์ชันที่แสดงว่า ปริมาณการบริโภคสินค้า X และ Y ขึ้นอยู่กับราคาสินค้า X และ Y ตามลำดับ โดยปริมาณการบริโภคและราคาสินค้ามีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ตามกฎของอุปสงค์ (Law of demand) ที่ว่า ปริมาณการบริการสินค้าแปรผกผันกับราคาสินค้า ฟังก์ชันอุปสงค์ข้างต้นเป็นอุปสงค์ทางตรง (Direct demand) ที่เรียกว่า Marshallian demand functions

ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ (Elasticity of demand) คือเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงปริมาณซื้อต่อเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่กำหนดปริมาณซื้อ การพิจารณาค่าความยืดหยุ่นเป็นการพิจารณาการตอบสนองของปริมาณซื้อว่า มีความไวต่อการเปลี่ยนแปลงของตัวแปรที่กำหนดปริมาณซื้อมากน้อยเพียงใด หากค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า ปริมาณซื้อมีการเปลี่ยนแปลงมากเมื่อราคาเปลี่ยนแปลงไป (Elastic) หากมีค่าน้อยกว่า 1 แสดงว่า ปริมาณซื้อมีการเปลี่ยนแปลงน้อยเมื่อราคาเปลี่ยนแปลงไป (Inelastic) และหากมีค่าเท่ากับ 0 แสดงว่า ปริมาณซื้อไม่มีการเปลี่ยนแปลงใดๆ หรือไม่มี ความยืดหยุ่น (Perfectly inelastic)

การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความยืดหยุ่นต่อราคาและรายได้ (Price and Income elasticity) โดยอธิบายได้ดังนี้

ก) ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (Price elasticity of demand) คือ ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อต่อร้อยละการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้น ดังนั้นเมื่อกำหนดให้ฟังก์ชันอุปสงค์หรือปริมาณความต้องการซื้อสินค้า X เท่ากับ Q_x ขึ้นอยู่กับราคา P_x และรายได้ (M) [$Q_x = f(P_x, M)$] สามารถคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา (ϵ_{P_x}) ได้ดังนี้

$$\epsilon_{P_x} = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta P_x} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta P_x} \cdot \frac{P_x}{Q_x}$$

หาก ϵ_{P_x} มากกว่า 1 แสดงว่า ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า X ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาหรือสินค้า X มีความยืดหยุ่นมาก ในทางตรงกันข้าม หาก ϵ_{P_x} น้อยกว่า 1 แสดงว่า ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า X ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของราคาน้อยหรือสินค้า X มีความยืดหยุ่นน้อย

ปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดความยืดหยุ่นต่อราคาของอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว (Travel purpose) เช่น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาประชุมสัมมนาจะมีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักผ่อน เป็นต้น ประเภทของวันหยุด (Type of holiday) เช่น หากเป็นวันหยุดพักผ่อนประจำปีของนักท่องเที่ยวจะมีความยืดหยุ่นต่อราคาน้อยกว่าวันหยุดประเภทอื่นๆ เป็นต้น จำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่ทดแทนได้ (Number of substitutes of destination) หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มี

แหล่งท่องเที่ยวทดแทนได้น้อย เช่น กำแพงเมืองจีนจะมีค่าความยืดหยุ่นต่อราคาน้อยกว่าแหล่งท่องเที่ยวที่มีแหล่งท่องเที่ยวอื่นทดแทนได้มาก เช่น แหล่งท่องเที่ยวประเภทชายหาดและทะเล เป็นต้น

ข) ความยืดหยุ่นต่อรายได้ (Income elasticity of demand) คือ ร้อยละการเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อต่อร้อยละการเปลี่ยนแปลงรายได้ของผู้บริโภครายนั้น จากฟังก์ชันอุปสงค์ข้างต้น $[Q_x = f(P_x, M)]$ สามารถคำนวณหาค่าความยืดหยุ่นของ อุปสงค์ต่อรายได้ (ϵ_M) ได้ดังนี้

$$\epsilon_M = \frac{\% \Delta Q_x}{\% \Delta M} = \frac{\Delta Q_x}{\Delta M} \cdot \frac{M}{Q_x}$$

หาก ϵ_M มากกว่า 1 หมายความว่า ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า X ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้มาก หรือสินค้า X มีความยืดหยุ่นต่อรายได้มาก ในทางตรงกันข้าม หาก ϵ_M น้อยกว่า 1 แสดงว่า ปริมาณความต้องการซื้อสินค้า X ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของรายได้น้อย หรือสินค้า X มีความยืดหยุ่นต่อรายได้น้อย

นอกจากนี้สามารถใช้ความยืดหยุ่นต่อรายได้ แบ่งประเภทของสินค้าหรือรูปแบบการท่องเที่ยวได้คือ หากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่ามากกว่า 0 แสดงว่า สินค้าหรือรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นเป็นสินค้าปกติ (Normal goods) หมายความว่า เมื่อนักท่องเที่ยวมีรายได้เพิ่มขึ้น จะท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นด้วย แต่จะท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราที่น้อยกว่าการเพิ่มขึ้นของรายได้ หากค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่ามากกว่า 1 แสดงว่า สินค้าหรือรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury goods) หมายความว่า นักท่องเที่ยวจะท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นในอัตราที่มากกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น เช่น การท่องเที่ยวในต่างประเทศซึ่งมองว่าเป็นการท่องเที่ยวขาออก (Outbound Tourism) เป็นต้น ส่วนกรณีที่ค่าความยืดหยุ่นต่อรายได้มีค่าน้อยกว่า 0 แสดงว่าสินค้าหรือรูปแบบการท่องเที่ยวนั้นเป็นสินค้าด้อยคุณภาพ (Inferior goods) หมายความว่า นักท่องเที่ยวจะไม่ท่องเที่ยวหรือใช้บริการสินค้าหรือรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าว เมื่อมีรายได้เพิ่มขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแบบแบคแพคเกอร์ เป็นต้น

2.3.1.1 แนวคิดการเลือกระหว่างเวลาพักผ่อนกับการบริโภค

แนวคิดการเลือกระหว่างเวลาพักผ่อนกับการบริโภค เป็นการพิจารณาการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกระหว่างเวลาพักผ่อนกับการบริโภค โดยผู้บริโภคจะต้องตัดสินใจเลือกระหว่างใช้เวลาในการทำงาน (L) เพื่อให้ได้มาซึ่งรายได้เพื่อการบริโภคสินค้าหรือบริการ (C) กับเลือกใช้เวลาเพื่อการพักผ่อนหรือท่องเที่ยว (R) ซึ่งไม่ก่อให้เกิดรายได้หรือไม่ได้รับค่าจ้าง โดยผู้บริโภคจะต้องได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดจากการตัดสินใจ

ดังกล่าว ภายใต้ข้อจำกัดทางด้านรายได้ ที่ขึ้นอยู่กับรายได้จากการทำงาน (wL) โดยที่ w คือค่าจ้างและ L คือเวลาในการทำงาน บวกด้วยรายได้อื่นๆ ที่ไม่ได้จากการทำงาน (C_m) เช่น ดอกเบี้ย โบนัส การถูกรางวัล กำไรจากตลาดหุ้น ฯลฯ (มีงสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ, 2556, น.48-52) จากแนวคิดดังกล่าวสามารถใช้คณิตศาสตร์ในการพิจารณา ดังนี้

Objective Maximize $U(C, R)$ ผู้บริโภคต้องทำการเลือกระหว่างการบริโภคสินค้ากับการพักผ่อน

Subject to $C = wL + C_m$ งบประมาณทางด้านรายได้

ผู้บริโภคแต่ละคนจะเลือกใช้เวลาในการทำงานและเพื่อการพักผ่อนไม่เท่ากัน แต่ผู้บริโภคแต่ละคนมีเวลารวม (T) คือ 2224 ชั่วโมงเท่ากันทุกคนที่เป็นข้อจำกัดเหมือนกัน คือ เวลารวม (T) เท่ากับ เวลาทำงาน (L) บวก เวลาเพื่อการพักผ่อน (R) ดังนี้

$$T = L + R$$

ดังนั้น

$$L = T - R$$

แทนสมการ

$$L = T - R \text{ ลงในสมการงบประมาณทางด้านรายได้}$$

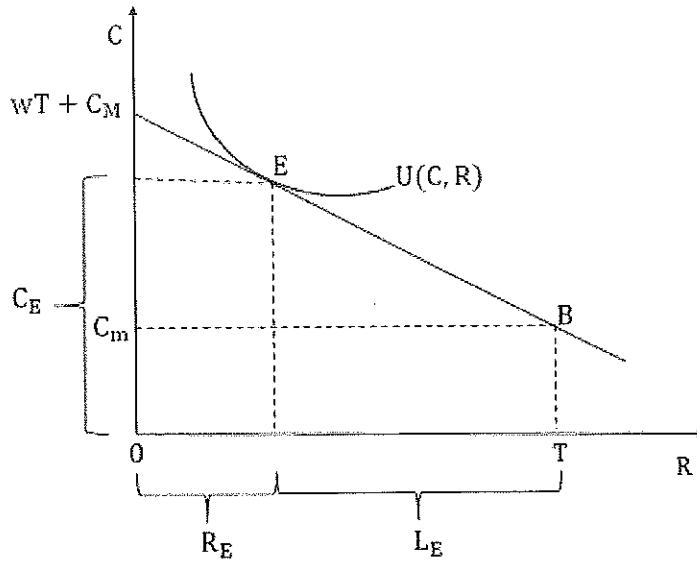
จะได้ว่า

$$C = w(T - R) + C_m$$

หรือ

$$C = wT + C_m - wR$$

โดยที่ $-wR$ คือ การเปลี่ยนแปลงระหว่างการบริโภคกับเวลาเพื่อการพักผ่อนของผู้บริโภคแต่ละคน โดยการบริโภคกับเวลาเพื่อการพักผ่อนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม และมีค่าจ้างเป็นตัวแสดงถึงขนาดของความสัมพันธ์ ดังนั้นหากผู้บริโภคจัดสรรเวลาเพื่อการพักผ่อนเพิ่มขึ้นก็จะลดการบริโภคของตนเองลง ($R \uparrow \rightarrow C \downarrow$) ในทางตรงกันข้าม หากผู้บริภคลดเวลาเพื่อการพักผ่อนก็จะสามารถบริโภคได้เพิ่มขึ้น ($R \downarrow \rightarrow C \uparrow$) เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงเวลาเพื่อการพักผ่อนมีผลกระทบต่อเวลาในการทำงาน และนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงรายได้ที่ได้รับเพื่อใช้ในการบริโภค

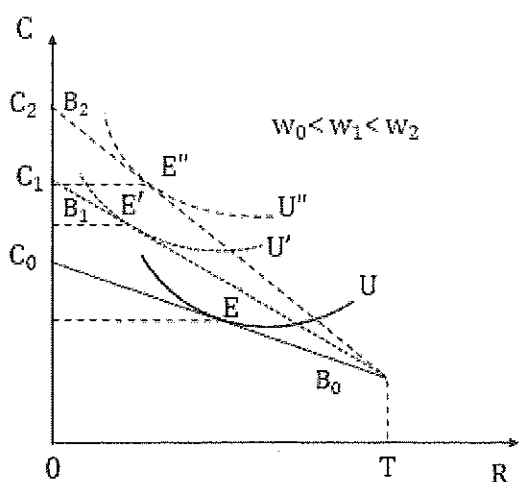


รูปที่ 2.5 ดุลยภาพของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกระหว่างเวลาในการทำงานและการพักผ่อน

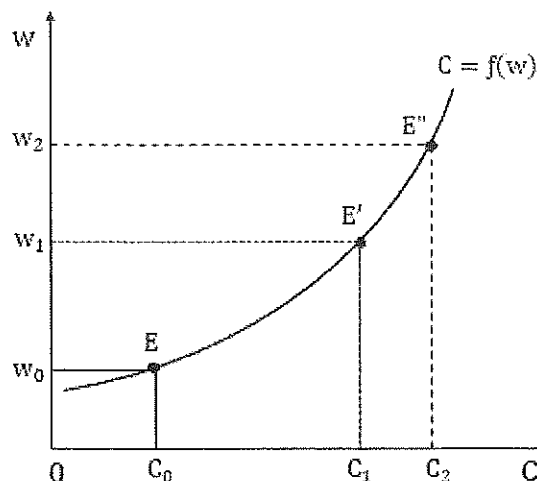
จากรูปที่ 2.5 (มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ, 2556, น.50) ได้อธิบายไว้ว่า ให้แทนตั้งแทนการบริโภค (C) ส่วนแทนนอนแทนเวลาเพื่อการพักผ่อน (R) ซึ่งอยู่ภายใต้งบประมาณตั้งสมการ $wT + C_m$ ถ้าบุคคลคนนี้อาเวลาทั้งหมด 24 ชั่วโมงที่มีอยู่ (T) ไปทำงานทั้งหมด ดังนั้น $T = L$ หรือไม่มีเวลาพักผ่อนเลย ($R=0$) เส้นงบประมาณจะตัดกับแกนตั้งที่จุด $wT + C_m$ ดังรูป ซึ่งเป็นจุดสูงสุดของการบริโภค ในทางตรงกันข้ามถ้าบุคคลคนนี้อาเวลา 24 ชั่วโมงเพื่อการพักผ่อนหรือท่องเที่ยว ดังนั้น $T = R$ หรือไม่ทำงานเลย ณ จุดนี้ผู้บริโภคจะมีรายได้เพื่อการบริโภคเท่ากับ C_m คือ รายได้ที่ไม่ได้มาจากการทำงาน สำหรับเส้นงบประมาณจะมีค่าความชันเป็นลบ โดยมีค่าเท่ากับ $-w$ ขณะที่เส้นความพอใจเท่ากันของการใช้เวลาในการทำงานและเวลาเพื่อการพักผ่อน คือ เส้น $U(C, R)$

ดังนั้นดุลยภาพของผู้บริโภค คือ จุดที่เส้น $U(C, R)$ สัมผัสกับเส้นงบประมาณทางรายได้ ที่จุด E ณ จุดนี้ผู้บริโภคจะได้รับอรรถประโยชน์สูงสุดจากการเลือกเวลาในการทำงานและการพักผ่อน ภายใต้งบประมาณของรายได้เพื่อการบริโภค โดยผู้บริโภคจะใช้เวลาในการทำงานเท่ากับ L_E และใช้เวลาเพื่อการพักผ่อนเท่ากับ R_E โดยมีการบริโภคเท่ากับ C_E ดังแสดงในรูปที่ 2.5

จากรูปพบว่า การเปลี่ยนแปลงของค่าจ้าง (w) จะมีผลต่อการบริโภค เวลาในการทำงานและเวลาเพื่อการพักผ่อน กล่าวคือ การบริโภค เวลาในการทำงาน และเวลาเพื่อการพักผ่อนขึ้นอยู่กับค่าจ้าง จากความสัมพันธ์ดังกล่าว สามารถนำมาหาอุปสงค์ของการบริโภค เวลาในการทำงานและเวลาเพื่อการพักผ่อนได้ดังนี้



(ก)

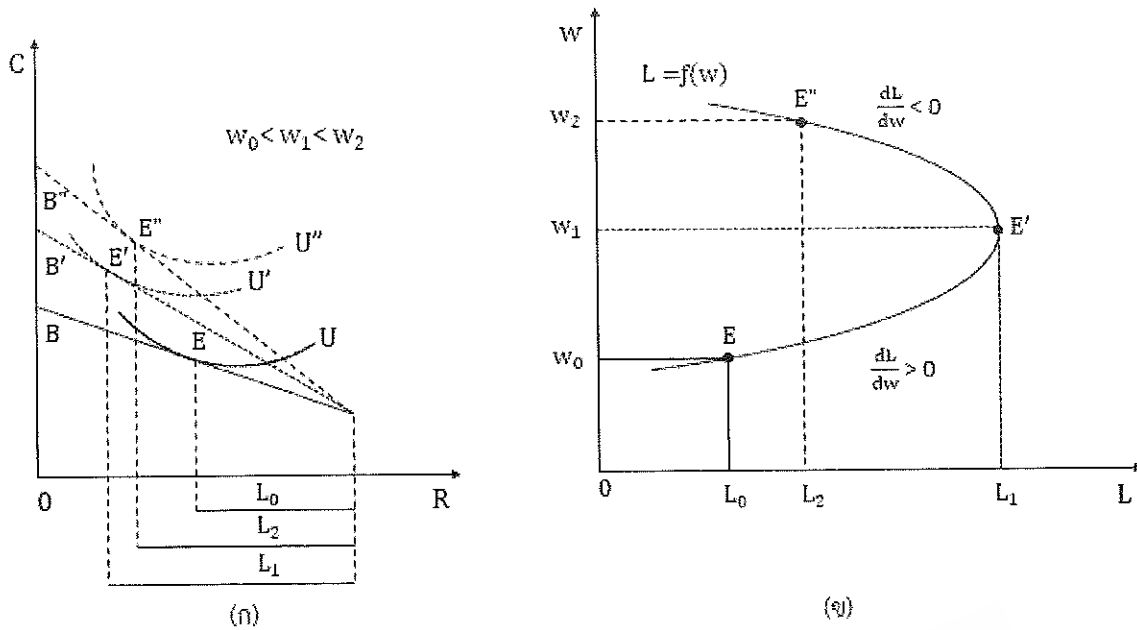


(ข)

รูปที่ 2.6 อุปสงค์ของการบริโภค

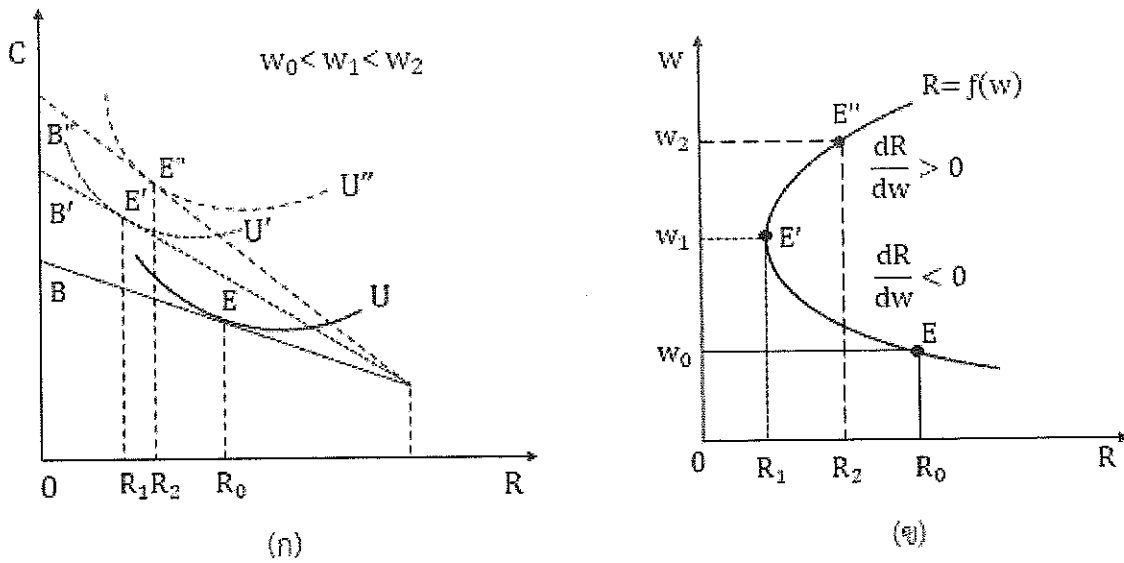
ที่มา : มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ (2556, น.51)

จากรูปที่ 2.6 (ก) กำหนดให้แกนตั้งแทน การบริโภค (C) ส่วนแกนนอนแทนการพักผ่อน (R) ที่ระดับค่าจ้างเท่ากับ w_0 ณ ระดับค่าจ้างนี้ ผู้บริโภคจะมีเส้นงบประมาณเท่ากับ B_0 ซึ่งสัมผัสกับเส้นความพอใจเท่ากันที่เส้น U โดยมีจุด E เป็นจุดดุลยภาพของผู้บริโภค ณ จุดดุลยภาพนี้ ผู้บริโภคจะบริโภคเท่ากับ C_0 ต่อมาเมื่อผู้บริโภคได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นจาก w_0 เป็น w_1 ทำให้เส้นงบประมาณของผู้บริโภคมีความชันเพิ่มขึ้นจาก B_0 เป็น B_1 เกิดดุลยภาพใหม่ที่จุด E' ที่เส้นงบประมาณ B_1 สัมผัสกับเส้นความพึงพอใจ U' ณ จุดนี้ผู้บริโภคจะบริโภคเท่ากับ C_1 และหากผู้บริโภคได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นอีกจาก w_1 เป็น w_2 เส้นงบประมาณก็จะเลื่อนจาก B_1 เป็น B_2 เกิดดุลยภาพใหม่ที่จุด E'' ที่เส้นความพอใจ U'' สัมผัสกับเส้นงบประมาณ B_2 โดยที่ผู้บริโภคจะบริโภคเท่ากับ C_2 เมื่อลากเส้นเชื่อมจุดดุลยภาพทั้ง 3 จุดเข้าด้วยกัน จะได้เส้นอุปสงค์การบริโภค $[C = f(w)]$ ในรูปที่ 2.3 (ข) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง ระดับค่าจ้าง (w) กับการบริโภค (C) โดยตัวแปรทั้ง 2 มีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ เมื่อผู้บริโภคได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นก็จะบริโภคเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน



รูปที่ 2.7 อุปสงค์ของการใช้เวลาในการทำงาน (L)

จากรูปที่ 2.7 (ก) (มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด และคณะ, 2556, น.51) สามารถอธิบายได้เช่นเดียวกันกับรูป 2.6 (ก) ดังที่ได้อธิบายไปแล้วก่อนหน้านี้ แต่รูปที่ 2.4 (ข) จะแตกต่างกับรูป 2.3 (ข) ดังนี้ ให้แกนตั้งแทนค่าจ้าง (w) ส่วนแกนนอนแทน เวลาในการทำงาน (L) เมื่อค่าจ้างเท่ากับ w_0 จะทำให้ผู้บริโภครีหรือแรงงานทำงาน L_0 ณ จุดดุลยภาพ E เมื่อค่าจ้างเพิ่มขึ้นจาก w_0 เป็น w_1 จะจูงใจให้แรงงานทำงานมากขึ้น โดยแรงงานจะทำงานเท่ากับ L_1 หรือที่จุดดุลยภาพ E' โดยที่จุดดุลยภาพนี้ เป็นจุดสูงสุดของการเพิ่มขึ้นค่าจ้าง ที่ยังจูงใจให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น หากค่าจ้างเพิ่มขึ้นมากกว่าจุดนี้จะไม่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภครีมีรายได้เพียงพอที่จะตอบสนองต่อปริมาณของรายได้เพื่อการบริโภคแล้ว ดังนั้น เมื่อค่าจ้างเพิ่มขึ้นจาก w_1 เป็น w_2 ผู้บริโภคจะลดเวลาในการทำงานลงจาก L_1 เป็น L_2 ทำให้เส้นอุปสงค์ของเวลาที่ใช้ในการทำงานมีลักษณะที่เป็นอุปสงค์หักงอ (Kinked demand curve) ดังแสดงในรูปที่ 2.7 (ข)



รูปที่ 2.8 อุปสงค์ของการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน (R)

จากรูปที่ 2.8 (ก) (มิ่งสรรพ ชาวสะอาด และคณะ, 2556, น.52) ยังคงอธิบายได้เช่นเดียวกับรูปที่ 2.6 (ก) แต่ในส่วนรูปที่ 2.8 (ข) จะเป็นการอธิบายเส้นอุปสงค์ของการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อน โดยให้แทนด้วยค่าจ้าง (w) ส่วนแกนนอนแทนการพักผ่อน (R) ที่ค่าจ้างเท่ากับ w_0 แรงงานจะพักผ่อนมาก เนื่องจากค่าแรงที่น้อย โดยแรงงานจะพักผ่อนที่ระดับ R_0 โดยเกิดดุลยภาพที่จุด E แต่เมื่อค่าจ้างเพิ่มจาก w_0 เป็น w_1 จะจูงใจให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการทำงานมากขึ้น ดังนั้นเวลาในการพักผ่อนจะลดลงจาก R_0 เป็น R_1 เกิดดุลยภาพที่ E' เส้นอุปสงค์ของการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อนจะมีลักษณะโค้งงอในทิศทางตรงกันข้ามกับอุปสงค์ของการใช้เวลาในการทำงาน แต่ถ้าค่าจ้างยังเพิ่มขึ้นอีกจาก w_1 เป็น w_2 ผู้บริโภคจะลดเวลาในการทำงานและหันมาใช้เวลาเพื่อการพักผ่อนเพิ่มขึ้นจาก R_1 เป็น R_2 เนื่องจากผู้บริโภคมียาได้เพียงพอที่จะตอบสนองต่อข้อจำกัดของรายได้เพื่อการบริโภค การเพิ่มขึ้นของค่าจ้างจึงไม่จูงใจให้ผู้บริโภคใช้เวลาในการทำงานเพิ่มขึ้น หรืออาจกล่าวได้ว่าถึงแม้ค่าจ้างจะเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคเลือกที่จะไม่ทำงานเพิ่มขึ้น แต่ต้องการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อนหรือท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นดังแสดงในรูปที่ 2.8 จากเส้นอุปสงค์ของเวลาเพื่อการพักผ่อน [$R=f(w)$] แสดงให้เห็นว่า ค่าจ้างกับเวลาเพื่อการพักผ่อนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้าม ในระดับที่ค่าจ้างต่ำกว่า w_1 ซึ่งเป็นระดับค่าจ้างสูงสุดที่ผู้บริโภคพึงมีเพื่อตอบสนองการบริโภคของตนเอง หากค่าจ้างสูงกว่าระดับดังกล่าว ผู้บริโภคจะใช้เวลาในการทำงานน้อยลง ดังนั้นค่าจ้างกับเวลาเพื่อการพักผ่อนมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน จึงทำให้เส้นอุปสงค์ของการใช้เวลาเพื่อการพักผ่อนมีลักษณะหักงอ

2.3.3 แบบจำลองอุปสงค์การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

การพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อการกำหนดกำลังการผลิตของอุตสาหกรรมหรือนโยบายการพัฒนาอุปทานที่สอดคล้องกับความต้องการของอุปสงค์ ขณะที่การศึกษาขนาดและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวสามารถลดความไม่แน่นอนของอุปสงค์ของการท่องเที่ยวได้ (มิ่งสรรพ ขาวสอาด, อัครพงศ์ อั่นทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ, นกุล เครือฟู, 2556, น.63-67) นอกจากนี้สามารถประยุกต์ใช้การศึกษาอุปสงค์ประเมินผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้น ทั้งทางตรงและทางอ้อมได้อีกด้วย ที่ผ่านมานิยมศึกษาหรือวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวในเชิงปริมาณที่เป็นการศึกษาแบบพฤติกรรมของอุปสงค์ที่อธิบายด้วยปัจจัยต่างๆ ทางทฤษฎีหรือกรอบแนวคิดรวมทั้งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างอุปสงค์กับปัจจัยกำหนดต่างๆ โดยสามารถแสดงแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวโดยทั่วไปได้ดังนี้

$$D = f(X_1, \dots, X_n, \varepsilon)$$

โดยที่ D คือ อุปสงค์ของการท่องเที่ยว เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว เป็นต้น

X_1, \dots, X_n คือ ปัจจัยที่กำหนดอุปสงค์ เช่น ราคา รายได้ เป็นต้น

ε คือ ตัวแปรเชิงสุ่ม

โดยทั่วไปแบ่งการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวออกเป็น 2 ประเภท คือ

ก) การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่แท้จริง (Actual tourism demand) เป็นการศึกษาโดยใช้ข้อมูลอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจริง เช่น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ข้อมูลที่ใช้ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลอนุกรมเวลา และนิยมพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์เพื่อการพยากรณ์หรือเพื่อศึกษาในประเด็นต่างๆ ที่สำคัญ เช่น ความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาหรือต่อรายได้การประเมินผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤต เป็นต้น

ข) การศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ (Potential tourism demand) เป็นการศึกษาอุปสงค์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การศึกษาเรื่องที่คณะผู้วิจัยกำลังดำเนินการอยู่ในขณะนี้ เช่น อุปสงค์ความต้องการท่องเที่ยวใน อ.เบตง จ.ยะลา ถ้า อ.เบตงกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวจะเลือกใช้บริการหรือไม่ หรือการศึกษาโอกาสในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยว เป็นต้น นอกจากนี้ยังสามารถศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มที่ได้วางแผนการท่องเที่ยวไว้แล้ว แต่ยังไม่ได้ออกท่องเที่ยวตามแผนที่วางไว้ การศึกษาตามแนวทางนี้สามารถใช้อธิบายพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวได้อย่าง

สมเหตุสมผล ภายใต้ตัวแปรทางสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว รวมทั้งตัวแปรคุณภาพและสภาพแวดล้อมต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว สำหรับการวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยว แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

ก) การวิเคราะห์ในระดับบุคคล (Individual) เป็นการศึกษาหรือวิเคราะห์พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในระดับตัวบุคคล เช่น การวิเคราะห์การตัดสินใจเลือกท่องเที่ยว การวิเคราะห์จำนวนเงินหรือจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวใช้ในการท่องเที่ยว การวิเคราะห์ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เป็นข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross section data)

ข) การวิเคราะห์ในภาพรวม (Aggregate) เป็นการศึกษาหรือวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวในภาพรวม ทั้งในระดับประเทศหรือภูมิภาค เช่น การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การวิเคราะห์ในระดับนี้ส่วนใหญ่จะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาและนิยมพัฒนาแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวม (Aggregate demand models) สำหรับใช้พยากรณ์และ/หรือเพื่อทราบค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ที่มีต่อราคาและรายได้ในระดับประเทศ

ส่วนรูปแบบของอุปสงค์ของการท่องเที่ยว แบ่งออกได้เป็น 2 รูปแบบ คือ

ก) รูปแบบที่มีหน่วยเป็นจำนวน (Volume) คือ อุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีหน่วยวัดเป็นจำนวนเช่น จำนวนนักท่องเที่ยว จำนวนวันพัก จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแต่ละปี เป็นต้น

ข) รูปแบบที่มีหน่วยเป็นเงิน (Monetary) คือ อุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีหน่วยวัดเป็นหน่วยของเงินตรา เช่น รายได้จากการท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

จากข้างต้น จะเห็นได้ว่าการศึกษาหรือวิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวต้องพยายามตอบคำถามเบื้องต้นว่า จะศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวประเภทใด ในลักษณะใด และรูปแบบใด เนื่องจากสิ่งต่างๆเหล่านี้ มีความสำคัญต่อการเลือกแบบจำลองและวิธีที่ใช้ศึกษา ดังนั้นในบทที่ 2 นี้จะนำเสนอแบบจำลองที่นิยมใช้วิเคราะห์อุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่สำคัญ 3 แบบจำลอง คือ แบบจำลองการเลือกแหล่งท่องเที่ยว (Destination choice models) โดยในการวิจัยครั้งนี้จะใช้แบบจำลอง Logit model เพื่อศึกษาว่า ถ้าอำเภอเบตง จังหวัดยะลา กลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและมาเลเซียที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน อ.เบตง จ.ยะลาจะเลือกซื้อหรือใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพหรือไม่ แบบจำลองที่สอง แบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist expenditure models) แบบจำลองนี้จะกล่าวถึงในกรณีที่นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อหรือใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพใน อ.เบตง จ.ยะลา นักท่องเที่ยวมี

ความเต็มใจหรือความสามารถที่จะจ่ายเท่าไร และสุดท้ายแบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยวรวม (Aggregate demand models) โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.3.3.1 แบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

การศึกษาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist expenditure) มีการศึกษาหลายรูปแบบ สามารถแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม ดังนี้

2.3.3.1.1) การศึกษาประเภทและองค์ประกอบของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อทราบประเภทและรายละเอียดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวว่า มีการใช้จ่ายในหมวดหมู่ใด และจำนวนมากน้อยเพียงใด โดยทั่วไปจะแบ่งหมวดหมู่ของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวออกเป็น ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง ค่าบริการนำเที่ยว ค่าพาหนะในการเดินทางและค่าใช้จ่ายอื่นๆ

2.3.3.1.2) การศึกษาปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว โดยนิยมพัฒนาแบบจำลองหรือฟังก์ชันการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (Tourist expenditure function) บนทฤษฎีอุปสงค์ทางอ้อม (Indirect demand) ที่ว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวจะขึ้นอยู่กับรายได้และปัจจัยกำหนดอื่นๆ เช่น ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว ตัวอย่างการศึกษาในกลุ่มนี้ เช่นการศึกษาการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย โดยใช้ข้อมูลการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน เป็นต้น

2.3.3.1.3) การศึกษาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ภายใต้คุณลักษณะที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเปรียบเทียบการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ เช่น เปรียบเทียบระหว่างเพศ อาชีพ ระดับรายได้หรือแต่ละประเทศ รวมทั้งการค้นหานักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีการใช้จ่ายสูงสุด โดยประยุกต์ใช้เครื่องมือทางสถิติ เช่น Multiple Classification Analysis (MCA) ตัวอย่างการศึกษาลักษณะนี้เช่นการวิเคราะห์พฤติกรรม การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวไทย

2.3.3.1.4) การศึกษาการจัดสรรค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือน เป็นการศึกษาเพื่ออธิบายการจัดสรรค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือน รวมทั้งการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการจัดสรรค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือน การศึกษาตามแนวทางนี้นิยมใช้แบบจำลอง Almost Idea Demand System (AIDS) เนื่องจากเป็นแบบจำลองที่สามารถสะท้อนอุปสงค์ทางอ้อม (Indirect demand) ของครัวเรือนที่มีต่อการท่องเที่ยว และทำให้ทราบค่าความยืดหยุ่นของค่าใช้จ่ายที่แสดงถึงประเภท

ของสินค้า รวมทั้งความยืดหยุ่นของราคา โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อค่าใช้จ่ายสำหรับการท่องเที่ยวของครัวเรือน ส่วนใหญ่พิจารณาจากรายได้ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจของครัวเรือน

ค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายที่ประเทศต้นทาง เช่น ค่าตัวเครื่องบิน ค่าซื้อประกันการเดินทาง การซื้อสินค้าและบริการต่างๆเพื่อเตรียมตัวไปท่องเที่ยว เช่น เสื้อกันหนาว ซิมการ์ด กล้องถ่ายรูป ฯลฯ บวกค่าใช้จ่ายในสถานที่ท่องเที่ยว เช่น ค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทาง ค่าธรรมเนียมในการเข้าเยี่ยมชม โดยทั่วไปแบ่งค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวออกเป็น 4 แบบ คือ

2.3.3.2.1) ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดต่อครั้งต่อกลุ่ม เป็นค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง โดยเป็นค่าใช้จ่ายที่รวมถึงการใช้จ่ายของบุคคลอื่นๆ ที่เดินทางท่องเที่ยวพร้อมกัน ในกรณีเดินทางเป็นกลุ่ม เช่น คู่สมรส บุตร ญาติพี่น้อง เพื่อน ฯลฯ ค่าใช้จ่ายลักษณะนี้มีหน่วยเป็น หน่วยเงิน/ครั้ง/กลุ่ม

2.3.3.2.2) ค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดต่อครั้งต่อคน เป็นค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดต่อคน ที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยนำค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดต่อครั้งต่อกลุ่มหารด้วยจำนวนคนที่เดินทางพร้อมกับนักท่องเที่ยว หรืออาจเป็นค่าใช้จ่ายของนักเที่ยวเพียงคนเดียว ถึงแม้ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือหมู่คณะ แต่เป็นการคิดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวคนใดคนหนึ่งเท่านั้น

2.3.3.2.3) ค่าใช้จ่ายในแต่ละวันต่อครั้งต่อกลุ่ม เป็นค่าใช้จ่ายต่อวันของนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยรวมค่าใช้จ่ายของบุคคลทุกคนที่เดินทางพร้อมกัน สามารถคำนวณโดยนำค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดต่อครั้งต่อกลุ่มหารด้วยจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางพร้อมกันในการท่องเที่ยวครั้งนี้

2.3.3.2.4) ค่าใช้จ่ายในแต่ละวันต่อครั้งต่อคน เป็นค่าใช้จ่ายต่อคนที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายในแต่ละวันของการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยนำค่าใช้จ่ายในแต่ละวันต่อครั้งต่อกลุ่มหารด้วยจำนวนคนที่เดินทางพร้อมกับนักท่องเที่ยว

สำหรับกรณีของการศึกษาเพื่อพัฒนาแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่า Tourist expenditure models ที่เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกับปัจจัยกำหนดต่างๆ มีแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยทั่วไปได้ดังนี้

$$TE = f(X_1, \dots, X_n, \epsilon)$$

ให้ TE คือ ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เช่น ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันต่อครั้ง

X_1, \dots, X_n คือ ปัจจัยที่กำหนดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เช่น รายได้ อายุ เพศ

ε คือ ตัวแปรเชิงสุ่ม

แบบจำลองข้างต้นพัฒนามาบนพื้นฐานทฤษฎีอุปสงค์ทางอ้อม ส่วนใหญ่นิยมใช้เพื่อการพยากรณ์หรือค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองดังกล่าวเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับการวางนโยบาย เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพิ่มขึ้น สิ่งหนึ่งที่สำคัญสำหรับการพัฒนาแบบจำลองนี้คือ ผู้ศึกษาจะต้องกำหนดตัวแปรในแบบจำลองก่อนการศึกษา โดยตัวแปรอิสระที่นิยมใช้ประกอบด้วย รายได้ อายุ การศึกษา เพศ สัญชาติ ขนาดของครัวเรือน ระยะเวลาในการพำนัก ชนิดของสถานที่พักแรมและตัวแปรอื่นๆ ที่สะท้อนความแตกต่างทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว สำหรับตัวแปรตามที่นิยมใช้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม และในแต่ละกลุ่มมีวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแตกต่างกันดังนี้

2.3.3.3.1) กรณีที่เป็นตัวแปรต่อเนื่อง (Continuous variable) เช่น ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันต่อครั้ง ฯลฯ ตัวแปรประเภทนี้มีลักษณะแตกต่างกัน เช่น ข้อมูลภาคตัดขวาง ข้อมูลอนุกรมเวลา ข้อมูล Pool หรือ Panel ที่มีลักษณะต่อเนื่อง หรือตัดปลาย หรือสัดส่วน ดังนั้นจะต้องเลือกวิธีการวิเคราะห์ข้อมูลให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูล เช่น หากค่าใช้จ่ายเป็นข้อมูลภาคตัดขวาง ที่มีลักษณะต่อเนื่องและมีตัวแปรอิสระหลายตัวแปร ควรใช้แบบจำลอง Multiple regression เช่น การศึกษาการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวกลุ่มนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Mass tourism) หรือหากค่าใช้จ่ายเป็นข้อมูลสัดส่วนค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมด ควรใช้ Almost Idea Dem and System (AIDS) เช่น การใช้ AIDS ศึกษาการใช้จ่ายของผู้มาเยี่ยมเยือนเกาะฮาวาย โดยแบ่งสัดส่วนการใช้จ่ายของผู้มาเยี่ยมเยือนออกเป็น 6 กลุ่มคือ ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าเสื้อผ้า ค่าใช้บริการขนส่ง และอื่นๆ

2.3.3.3.2) กรณีที่เป็นตัวแปรสองทางเลือก (Binary choice variable) เช่น นักท่องเที่ยวจะจ่ายหรือไม่จ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ตัวแปรลักษณะนี้มีค่าเพียง 2 ค่าคือ 0 กับ 1 โดยทั่วไปเรียกว่าตัวแปรหุ่น (Dummy variables) ดังนั้น หากตัวแปรตามของแบบจำลองการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็นตัวแปรสองทางเลือก วิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสม คือ Binary discrete choice models ทั้งที่เป็นแบบจำลองโลจิส (Logit) ซึ่งใช้ในกรณีที่ตัวแปรตามมีการแจกแจงแบบ Logistic และแบบจำลองโพรบิต (Probit) ซึ่งใช้ในกรณีที่ตัวแปรตามมีการแจกแจงแบบปกติ (Normal)

2.3.3.3.3) กรณีที่เป็นตัวแปรหลายทางเลือก (Multiple choice variable) เช่น มีการใช้จ่ายหรือไม่ใช้จ่ายค่าที่พัก ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าบริการนำเที่ยว ค่าพาหนะในการเดินทาง ตัวแปรลักษณะนี้เป็นตัวแปรที่มีค่ามากกว่า 2 ค่า เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีทางเลือกในการใช้จ่ายมากกว่า 2 ทางเลือก การศึกษาในกรณีนี้มีทั้งที่ให้นักท่องเที่ยวเรียงลำดับการใช้จ่ายของตนเอง การตัดสินใจเลือกที่จะใช้จ่ายในแต่ละรายการ

ดังนั้นวิธีการวิเคราะห์แบบจำลองจึงมีความแตกต่างกันตามลักษณะของตัวแปรตาม เช่น หากตัวแปรตามมีลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวเรียงลำดับการใช้จ่ายจะใช้แบบจำลอง Order Probit ในการศึกษา แต่ถ้าหากตัวแปรตามมีลักษณะที่ให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเลือก โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเป็นปัจจัยส่วนบุคคล (Individual characteristic) จะใช้แบบจำลอง Multinomial Logit แต่หากเป็นคุณลักษณะของทางเลือก (Attribute alternative) จะใช้แบบจำลอง Conditional Logit เป็นต้น

2.3.4 แบบจำลองการเลือกแหล่งท่องเที่ยว

ในการศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยวในระดับบุคคล ที่เป็นการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ การศึกษาตามแนวทางนี้ จะทำให้เข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวมากกว่าการวิเคราะห์ในภาพรวมที่เป็นการศึกษาอุปสงค์ของการท่องเที่ยวที่แท้จริง เนื่องจากการวิเคราะห์ตามแนวทางนี้ จะให้ความสำคัญกับกระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ตามที่ (มิ่งสรรพ ขาวสะอาด, อัครพงศ์ อันทอง, พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์, กุลดา เพ็ชรวรรณ, นุกูล เครือฟู, 2556, น.67-69) ได้กล่าวไว้ 5 ข้อดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การตัดสินใจท่องเที่ยว ผู้บริโภคจะตัดสินใจระหว่างท่องเที่ยวหรือไม่ท่องเที่ยว ตัวแปรตามในขั้นตอนนี้ จึงมีลักษณะสองทางเลือก หรือตัวแปรทวินามที่มีค่า 0 และ 1 คือ เที่ยวหรือไม่เที่ยว โดยตัวแปรอิสระที่นิยมใช้อธิบายการตัดสินใจของผู้บริโภคในขั้นตอนนี้ ได้แก่ ตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของผู้บริโภคและครอบครัว เช่น आय รายได้ขนาดของครอบครัว เป็นต้น เนื่องจากตัวแปรตามในขั้นตอนนี้มีลักษณะสองทางเลือก ดังนั้นวิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสม คือ Binary choice model

ขั้นตอนที่ 2 การกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาการตัดสินใจและการจัดสรรค่าใช้จ่ายหรืองบประมาณของนักท่องเที่ยวที่ใช้ในการท่องเที่ยว ดังนั้นตัวแปรตามในขั้นตอนนี้จึงมี 2 ลักษณะคือประการที่หนึ่ง ตัวแปรต่อเนื่อง เช่น ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว หรือสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่อค่าใช้จ่ายทั้งหมดในการบริโภค ประการที่สอง ตัวแปรไม่ต่อเนื่อง (Discrete variable) เช่น ระดับหรือช่วงของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคน สำหรับตัวแปรอิสระที่นิยมใช้ทั่วไป ได้แก่ ตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว เช่น รายได้ आय ฯลฯ รวมทั้งตัวแปรทางการท่องเที่ยว เช่น ระยะเวลาในการท่องเที่ยว ส่วนวิธีการวิเคราะห์ที่ใช้ในขั้นตอนนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของตัวแปรตาม หากตัวแปรตามเป็นตัวแปรต่อเนื่องนิยมใช้ Regression models และ Tobit models แต่ถ้าตัวแปรตามเป็นตัวแปรไม่ต่อเนื่องนิยมใช้ Multinomial Logit models หรือ Order Probit models หรือ Conditional Logit models ขึ้นอยู่กับลักษณะของตัวแปรตาม วัตถุประสงค์ของการศึกษา และแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

อย่างไรก็ตามโดยทั่วไปนิยมใช้วิธีการ Limited-dependent models วิธีใดวิธีหนึ่งในการวิเคราะห์แบบจำลอง
ในขั้นตอนนี้

ขั้นตอนที่ 3 การกำหนดระยะเวลาในการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาถึงจำนวนวันที่นักท่องเที่ยวจะใช้ในการ
การท่องเที่ยว รวมทั้งการศึกษาถึงความถี่ในการท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ เช่น จำนวนครั้งในการ
ท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ตในแต่ละปี โดยทั่วไปนิยมศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดจำนวนวันหรือจำนวน
ครั้งในการท่องเที่ยว ตัวแปรตามในขั้นตอนนี้ คือ จำนวนวันหรือจำนวนครั้งในการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็น
จำนวนนับ ส่วนตัวแปรอิสระที่นิยมใช้ ได้แก่ ตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของนักท่องเที่ยว เช่น รายได้
อายุ เพศ การศึกษา รวมทั้งเงื่อนไขทางสุขภาพของนักท่องเที่ยว และคุณลักษณะต่างๆของแหล่งท่องเที่ยว
เนื่องจากตัวแปรตามในขั้นตอนนี้ มีลักษณะเป็นจำนวนนับดังนั้นวิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสม คือ Count data
models ที่แบ่งออกเป็น 3 แบบจำลอง คือ Poisson regression models ซึ่งใช้ในกรณีที่ค่าเฉลี่ยและความ
แปรปรวนของตัวแปรตามมีค่าเท่ากัน หากค่าทั้งสองมีค่าแตกต่างกันจะต้องใช้ Negative binomial
regression models แทน และหากตัวแปรตามมีค่าศูนย์จำนวนมาก หรือในสัดส่วนที่สูงจะใช้ Zero-inflated
Poisson/ Negative binomial models แทนนอกจากนี้กรณีที่เป็นการศึกษาระยะเวลาที่ใช้พำนัก ณ แหล่ง
ท่องเที่ยว นิยมใช้ Duration models ในการวิเคราะห์แบบจำลองดังกล่าว

ขั้นตอนที่ 4 การกำหนดประเภทของแหล่งท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเพื่อค้นหาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ
กำหนดประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจ ในขั้นตอนนี้นักท่องเที่ยวจะต้องตัดสินใจ 2 สิ่งพร้อมๆ
กันคือ ลักษณะของการท่องเที่ยว เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และประเภท
ของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ชายหาด ภูเขาธรรมชาติ ตัวเมือง ชนบท โดยลักษณะของการท่องเที่ยวแต่ละลักษณะ
จะมีประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่เหมือนและแตกต่างกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ณ แหล่งท่องเที่ยว
ประเภทชายหาด ภูเขา ตัวเมือง หรือชนบท ดังนั้นตัวแปรตามในขั้นตอนนี้ คือ ประเภทของแหล่งท่องเที่ยวที่มี
ลักษณะ Multinomial dummy variables ขณะที่ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ตัวแปรทางด้านสังคมและเศรษฐกิจ
ของนักท่องเที่ยว ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ของบุคคลและตัวแปรทางกายภาพของแหล่งเที่ยว ส่วนวิธีการ
วิเคราะห์ที่เหมาะสม คือ Multinomial Logit models, Conditional Logit models และ Nested
Multinomial Logit models ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และข้อจำกัดของแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

ขั้นตอนที่ 5 การตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยว เป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือก
แหล่งท่องเที่ยว บางครั้งรวมถึงวิธีการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ตัวแปรตามในขั้นตอนนี้ เป็นชุดทางเลือก
(Choice set) ของแหล่งท่องเที่ยวหรือวิธีการเดินทางที่มีลักษณะ Multinomial dummy variables ส่วนตัว

แปรอิสระที่นิยมใช้แบ่งออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มที่หนึ่ง ตัวแปรอิสระประเภทคุณลักษณะของนักท่องเที่ยวหรือครัวเรือน เช่น รายได้ งบประมาณในการท่องเที่ยว กลุ่มที่สอง ตัวแปรอิสระประเภทคุณลักษณะของทางเลือก เช่น ราคา สิ่งอำนวยความสะดวก กลุ่มสุดท้าย ตัวแปรอิสระที่ผสมทั้งสองคุณลักษณะเข้าด้วยกัน เช่น ต้นทุนค่าเดินทางต้นทุนของเวลา ดังนั้นวิธีการวิเคราะห์ที่เหมาะสมคือ Multinomial Logit models, Conditional Logit models และ Nested Multinomial Logit models ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และข้อจำกัดของแบบจำลองที่ใช้ในการศึกษา

2.3.5 การท่องเที่ยวกับเศรษฐกิจมหภาค

หลังจากที่ประเทศไทยเผชิญกับภาวะวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจในปี 2540 หรือที่เรารู้จักกันในชื่อวิกฤติการณ์ต้มยำกุ้ง เกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำภายในภูมิภาคเอเชีย ประเทศไทย อินโดนีเซียและเกาหลีใต้จำเป็นต้องขอความช่วยเหลือทางการเงินจากกองทุนการเงินระหว่างประเทศ หรือ IMF และนโยบายการเงินการคลังของประเทศไทยตกอยู่ภายใต้การดูแลของ IMF จากวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้น ทำให้ประเทศไทยประกาศให้ค่าเงินบาทลอยตัวในวันที่ 2 กรกฎาคม พ.ศ.2540 ค่าเงินบาทของไทยอ่อนค่าลงอย่างมาก ทำสถิติต่ำสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 52 บาทต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ แต่จากสาเหตุที่ค่าเงินบาทอ่อนค่าลงนี้ ส่งผลดีต่อประเทศไทยท่ามกลางวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจ เนื่องจากเมื่อค่าเงินบาทอ่อนลง สินค้าไทยในสายตาของชาวต่างชาติถูกลงเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศอื่น ส่งผลให้ประเทศไทยส่งออกได้มากขึ้น ทำให้ประเทศไทยค่อยๆ เกินดุลบัญชีเดินสะพัดเพิ่มขึ้นเรื่อยๆ ในเวลาต่อมา ในขณะเดียวกัน เมื่อค่าเงินบาทอ่อนค่าลง เกิดการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างของภาคเศรษฐกิจหนึ่ง ที่น่าสนใจซึ่งเป็นความหวังของเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันและอนาคต นั่นคือ เกิดการเติบโตอย่างต่อเนื่องในภาคบริการการท่องเที่ยว และกลายเป็นแรงขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจไทยในปัจจุบัน และช่วยพยุงเศรษฐกิจไทยในช่วยที่การส่งออกมีการแข่งขันที่รุนแรงจากประเทศอื่นๆ ที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ดีกว่าไทย จากสาเหตุค่าเงินบาทอ่อนตัว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว (Inbound Tourism) ในประเทศมากขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถใช้จ่ายเงินเท่าเดิม แต่ใช้เวลาท่องเที่ยวได้นานขึ้น ค่าใช้จ่ายต่างๆถูกลง เป็นเหตุผลที่ทำให้นักท่องเที่ยวเพิ่มจำนวนขึ้นเรื่อยๆ รัฐบาลไทยในขณะนั้น เล็งเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวว่าสามารถช่วยเพิ่มรายได้ให้กับประเทศไทยในช่วงที่เกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจได้ จึงได้แปรวิกฤติให้เป็นโอกาส โดยการออกแคมเปญการท่องเที่ยวเพื่อเชิญชวนนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็น “Amazing Thailand” และ “Unseen Thailand” ในเวลาต่อมา จากสาเหตุดังกล่าว ทำให้ภาคบริการ กลายเป็นภาคเศรษฐกิจหนึ่งที่สำคัญและเป็นความหวังและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของไทยในอนาคต จากสมการรายได้ประชาชาติ ทางด้านรายจ่าย

$$Y = GDP = C + I + G + (X - M)$$

โดยที่ Y = รายได้ประชาชาติหรือผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP)

C = ค่าใช้จ่ายของภาคเอกชน (Consumer expenditure)

I = การลงทุนภาคเอกชน (Investment expenditure)

G = ค่าใช้จ่ายของรัฐบาล (Government expenditure)

$(X-M)$ = การส่งออกสุทธิ (Net export)

ปัจจุบันการท่องเที่ยวมีบทบาทและมีอิทธิพลอย่างมากกับระบบเศรษฐกิจมหภาค เนื่องจากสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก ยกตัวอย่างเช่น ในปี 2560 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากถึง 35.4 ล้านคน โดยมีการขยายตัวถึงร้อยละ 8.8 จากปี 2559 ซึ่ง 5 ประเทศที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากที่สุดได้แก่ นักท่องเที่ยวจากประเทศจีน 9.81 ล้านคน อันดับสอง นักท่องเที่ยวจากมาเลเซีย 3.35 ล้านคน อันดับสาม นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ 1.71 ล้านคน อันดับสี่ นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนลาว 1.61 ล้านคน และสุดท้ายนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น 1.54 ล้านคน (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2561) โดยในปีที่ผ่านมา ภาคการท่องเที่ยวสามารถทำรายได้คิดเป็นร้อยละ 19.53 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Gross Domestic Product: GDP) สามารถสร้างงานได้ถึง 4.33 ล้านคน และสร้างรายได้ให้กับรัฐบาลในรูปแบบของภาษีได้ถึง 7.9 หมื่นล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

สาเหตุที่ทำให้การท่องเที่ยวไทยมีความได้เปรียบในด้านการท่องเที่ยว มีด้วยกันหลายสาเหตุเช่น ประเทศไทยมีภูมิศาสตร์การท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเช่น จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย แม่ฮ่องสอน น่าน ฯลฯ ซึ่งมีประวัติศาสตร์ มีวัฒนธรรมเป็นของตนเอง ที่สั่งสมมานาน หรือการท่องเที่ยวทางทะเล ก็มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามติดระดับโลกเช่น อ่าวเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี อ่าวหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี หรือแม้กระทั่งจังหวัดภูเก็ต ฯลฯ หรือการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ โบราณสถานที่สวยงามที่ได้ขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกอย่างอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย และเมืองบริวาร ฯลฯ รวมถึงอาหารไทย เอกลักษณะความเป็นไทย โดยเฉพาะอัญมณีอัญมณีไมตรี ซึ่งล้วนแต่เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาสัมผัส อีกทั้งประเทศไทยเป็นจุดเชื่อมโยงหรือศูนย์กลางการขนส่งทางด้านการท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่เป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวนิยมมาแวะพักเพื่อเดินทางไปยังประเทศ

CLMV หรือ เมียร์มาร์ สปป.ลาวและกัมพูชา เวียดนามต่อไป การท่องเที่ยวก่อให้เกิดรายได้ในรูปแบบของเงินตราต่างประเทศ เพราะการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของภาคบริการที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ นอกจากนี้ ภาคการท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดการจ้างงาน สร้างอาชีพ ในส่วนของธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ

ดังนั้น การทำความเข้าใจระหว่างภาคการท่องเที่ยวกับระบบเศรษฐกิจมหภาค จะทำให้เข้าใจความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมของอุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวที่มีผลต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวม เพราะอย่างไรแล้ว ทั้งในแง่อุปสงค์และอุปทานการท่องเที่ยวจะมีผลต่อ GDP ด้วยกันทั้งสิ้น

ในด้านอุปสงค์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือชาวต่างชาติจะต้องมีการใช้จ่ายเพื่อการบริโภค (Consumer expenditure) ในช่วงที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็น ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่ายานพาหนะ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการนำเที่ยวภายในประเทศ ค่าของที่ระลึก ฯลฯ ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะถูกรวมอยู่ในค่าใช้จ่ายในการบริโภคภาคเอกชนหรือ C ในสมการ GDP หรือผลทางตรง (Direct contribution) นั้นเอง ในทางตรงกัน ด้านอุปทานการท่องเที่ยว ก็ต้องมีค่าใช้จ่ายเกิดขึ้นด้วยเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนเช่น ในส่วนของภาคเอกชน ก็ต้องมีการจับจ่ายใช้สอยเพื่อซื้อวัตถุดิบ เพื่อนำมาผลิตเป็นสินค้าและบริการ ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้ามา ร้านอาหารจำเป็นต้องซื้อวัตถุดิบเพื่อปรุงอาหารขายให้กับนักท่องเที่ยว หรือในส่วนของการลงทุนภาคเอกชน (Investment: I) นักลงทุนอาจจะลงทุนก่อสร้างโรงแรมหรือขยายกิจการบริษัทนำเที่ยวเพิ่มขึ้น ซึ่งค่าใช้จ่ายเหล่านี้จะถูกรวมไว้ในการลงทุนภาคเอกชน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของ GDP เช่นกัน ซึ่งค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายทางอ้อม (Indirect contribution) จากภาคบริการท่องเที่ยวที่ส่งผลเชื่อมโยงไปยังสาขาการผลิตอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ซึ่งธนาคารแห่งประเทศไทย โดยเสาวณี จันทะพงษ์ และกัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล (2015) ได้กล่าวว่า ขนาดของผลทางอ้อมมีมากกว่าผลทางตรง โดยในช่วง 20 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ.2538-2558) ผลประโยชน์จากการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่เศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อมไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก เฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 16 โดยเฉพาะทางตรงที่ยังอยู่ในระดับที่ไม่สูงนัก สอดคล้องกับตัวเลขค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติเฉลี่ยอยู่ที่ 146 ดอลลาร์สหรัฐอเมริกา/คน/วัน ซึ่งต่ำกว่าหลายประเทศในภูมิภาคเดียวกัน สะท้อนถึงโอกาสที่ไทยจะสามารถยกระดับกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของไทยให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้นได้ ยังไม่นับรวมถึงภาคบริการการท่องเที่ยวยังเป็นแหล่งการจ้างงานสำคัญขนาดใหญ่ โดยมีสัดส่วนสูงสุดเทียบกับภาคบริการอื่นๆ และยิ่งสูงกว่าการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนการจ้างแรงงานเพียง 13.6 โดยเป็นรองเพียงภาคเกษตรกรรมที่มีการจ้างงานร้อยละ 38 (เสาวณี จันทะพงษ์ และกัมพล พรพัฒน์ไพศาลกุล, 2015)

ในส่วนของการใช้จ่ายของรัฐบาล (Government expenditure) รัฐบาลเข้ามาส่วนในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจโดยเฉพาะภาคการท่องเที่ยว โดยที่การใช้จ่ายของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางและการท่องเที่ยวเป็นการใช้จ่ายของภาครัฐเพื่อจัดการและสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว แบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ

ก) การใช้จ่ายของรัฐบาลในระดับวงแคบ เป็นการให้บริการของภาครัฐแก่ผู้มาเยือนโดยตรง (Individual non-market services) เช่น การจัดบริการสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกทางวัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์หรือการจัดบริการนันทนาการในอุทยานแห่งชาติ

ข) การใช้จ่ายของภาครัฐในระดับวงกว้าง เป็นการให้บริการของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในสังคมหรือสาธารณะ (Collective non-market services) เช่น โปรแกรมส่งเสริมการท่องเที่ยว การบริการด้านการบิน การบริหารจัดการท่องเที่ยว การบริการด้านความปลอดภัยและสวัสดิภาพและการบริการด้านสุขอนามัย พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเช่น สนามบิน รถไฟฟ้า รถไฟรางคู่ เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว หรือการลงทุนเฉพาะกิจ เช่น การแข่งขันกีฬานานาชาติ กีฬาซีเกมส์ เอเชียนเกมส์ กีฬาโอลิมปิก ฟุตบอลโลกหรือการประชุมนานาชาติที่สำคัญ เป็นต้น (อนันต์ วัฒนกุลจรัส, 2555, น.17)

ในส่วนของการส่งออก (Export) สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทคือ ประเภทแรก ผู้มาเยือนโดยตรง (Direct visitor export) การส่งออกผู้มาเยือนโดยตรงเป็นค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการบริโภคสินค้าและบริการภายในประเทศที่อ้างอิงโดยตรง (Inbound tourism spending) ซึ่งก็คือการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของผู้มาเยือนที่มีถิ่นพำนักถาวรในประเทศอ้างอิง การใช้จ่ายด้านนี้จัดว่าเป็นประเภทหนึ่งของการส่งออกสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากการส่งออกตามปกติทั่วไป กล่าวคือ นักท่องเที่ยวต่างชาติจำเป็นต้องแลกเปลี่ยนเงินสกุลต่างชาติให้เป็นเงินสกุลของประเทศที่อ้างอิงที่กำลังจะเดินทางมาท่องเที่ยวและจะต้องเดินทางเข้าประเทศอ้างอิงเพื่อจะได้บริโภคสินค้าและบริการตามที่ต้องการโดยตรงภายใต้สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติ วัฒนธรรม ประเพณี และสิ่งแวดล้อมต่างๆของประเทศอ้างอิงนั้นๆ

ประเภทที่สอง การส่งออกอื่นๆ แก่ผู้ที่ไม่ได้มาเยือนโดยตรง (Other non-visitor exports) การส่งออกอื่นๆ แก่ผู้ที่ไม่ได้มาเยือนโดยตรงเป็นการส่งออกสินค้าบริโภคและอุปโภคให้กับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อยู่ในต่างประเทศทางอ้อม เช่น เสื้อผ้า เครื่องใช้ไฟฟ้า น้ำมันเชื้อเพลิง รองเท้า กระเป๋า ฯลฯ รวมทั้งการส่งออกสินค้าทุนเพื่อใช้ในธุรกิจบริการเดินทางและการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในต่างประเทศ เช่น รถยนต์ เครื่องบิน เรือ เป็นต้น (อนันต์ วัฒนกุลจรัส, 2555, น.21-22)

นอกจากภาคการท่องเที่ยวจะเป็นฟันเฟืองที่สำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ส่งผลให้อัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) สูงขึ้น สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอย่างมาก มากไปกว่านั้น รายได้จากการท่องเที่ยวยังส่งผลให้ประเทศเกินดุลบัญชีการชำระเงินระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน โดยดุลการชำระเงินระหว่างประเทศจะประกอบไปด้วยการบันทึกรายการซื้อขายสินค้าและบริการ การลงทุน การบริจาค การโอนหรือการกู้ยืม โดยรายการดุลการชำระเงินระหว่างประเทศจะประกอบด้วยรายการดังต่อไปนี้

ก) บัญชีเดินสะพัด (Current Account) เป็นบัญชีที่บันทึกรายการเกี่ยวกับสินค้าและบริการ ประกอบด้วย 2 บัญชีคือ บัญชีสินค้า ซึ่งเป็นบัญชีที่บันทึกการนำเข้าส่งออกสินค้า ซึ่งแสดงให้เห็นถึงดุลการค้าระหว่างประเทศ ถ้าเป็นรายการขาดดุลการค้า จะมีเครื่องหมายเป็นลบ ถ้าเกินดุลการค้าจะมีเครื่องหมายเป็นบวก ส่วนอีกบัญชีคือ บัญชีบริการ เป็นการบันทึกรายการเกี่ยวกับบริการระหว่างประเทศ ทั้งในส่วนของค่าระวาง ค่าประกัน ค่าเดินทางเข้าออก ซึ่งบัญชีบริการจะเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงคือเป็นบัญชีที่แสดงรายรับที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและรายจ่ายที่นักท่องเที่ยวไทยเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยส่วนใหญ่บัญชีบริการมักจะเกินดุลเสมอ

ข) บัญชีเงินโอนหรือเงินบริจาค เป็นบัญชีที่บันทึกรายการเกี่ยวกับเงินโอนหรือเงินบริจาคระหว่างประเทศทั้งของภาครัฐและเอกชน

ค) บัญชีทุนเคลื่อนย้าย เป็นบัญชีที่บันทึกรายการเกี่ยวกับการเคลื่อนย้ายเงินทุนระหว่างประเทศ เช่น คนไทยนำเงินไปลงทุนตั้งโรงงานในเวียดนาม หรือชาวญี่ปุ่นนำเงินมาลงทุนในประเทศไทย เป็นต้น

ง) บัญชีทุนสำรองระหว่างประเทศ ประกอบด้วยรายการที่เป็นหลักทรัพย์ เช่น ทองคำ สิทธิถอนเงินพิเศษ เงินตราต่างประเทศ เงินตราสกุลใดสกุลหนึ่ง เพื่อใช้เป็นเงินทุนสำรองระหว่างประเทศ

จากการที่ประเทศไทยมีภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ นอกจากจะทำให้อัตราการเจริญเติบโตของประเทศเพิ่มขึ้นแล้วจากรายได้จากนักท่องเที่ยว ยังทำให้ดุลการชำระเงินของประเทศเพิ่มขึ้นด้วย เนื่องจากประเทศจะได้เกินดุลบัญชีบริการอยู่เสมอ ทำให้ประเทศไทยเกินดุลการชำระเงินหรือขาดดุลการชำระเงินน้อยลง (อเนก เขียรถาวร, 2535, น. 440-442)

จากการทบทวนแนวคิดและแบบจำลองทางเศรษฐศาสตร์ที่กล่าวมาทั้งหมด ในงานวิจัยชุดนี้คือ “การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจในการพัฒนาอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” ทางคณะผู้วิจัยจะใช้แบบจำลอง Logit หรือ Probit Models เพื่อสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวมาเลเซีย ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ว่าถ้าอำเภอเบตง จังหวัดยะลา กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวจะ “เลือก” หรือ “ไม่เลือก” ใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้หรือไม่ ถ้านักท่องเที่ยว “เลือก” ที่จะซื้อหรือใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ทางคณะผู้วิจัยจะสอบถามในขั้นตอนต่อไปว่า แล้วค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวเต็มใจจะจ่ายหรือมีค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจะอยู่ที่เท่าไร เพราะศึกษาด้านอุปสงค์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา นอกจากนี้ทางคณะผู้วิจัยยังใช้แบบจำลองทางด้านเศรษฐศาสตร์คือ SARIMA with Intervention เพื่อศึกษาว่าสถานการณ์ความไม่สงบมีผลต่ออุปสงค์ความต้องการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในอำเภอเบตง จังหวัดยะลาหรือไม่ ซึ่งทั้งหมดเป็นขอบเขตของงานวิจัยชุดนี้ภายใต้งบประมาณบูรณาการปีงบประมาณ 2562 ซึ่งเมื่อได้ตัวเลขค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแล้วนั้น ในปีงบประมาณ 2563 จะเป็นการศึกษาด้านอุปทานแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา เพื่อหาทรัพยากรท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับงบประมาณหรือข้อจำกัดของรายได้ของนักท่องเที่ยว และเวลาที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอำเภอเบตง จังหวัดยะลา ต่อไป

2.4 การทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในส่วนของการทบทวนวรรณกรรมหรืองานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทางผู้วิจัยแบ่งการทบทวนวรรณกรรมออกเป็น 4 เรื่องดังนี้

2.4.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็นลำดับ การท่องเที่ยวประเภทนี้เป็นการเดินทางเพื่อแสวงหาการบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสนใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังพื้นที่นอกถิ่นอาศัยหรือต่างประเทศ ซึ่งแตกต่างไปจากท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อรับบริการรักษาโรคร้ายไข้เจ็บ

นักท่องเที่ยวยังสุขภาพเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพต่างๆ หลากหลายรูปแบบ (Global Wellness Institute, 2014) โดยสามารถแยกออกได้เป็น

- บริการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกาย เช่น ฟิตเนส อาหารสุขภาพ สปาและเสริมความงาม
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะ ไทชี
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสังคม เช่น เครือข่ายสังคมฟิตเนส
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านอารมณ์ เช่น บำบัดอารมณ์ กำจัดความเครียด
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม เช่น บำบัดด้วยป่าไม้

ณัฐพล สีสาวณานันท์ (2559) ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวสุขภาพนั้น เริ่มเป็นที่รู้จักในประเทศไทย นับตั้งแต่มีนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการผลักดันให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการให้บริการทางการแพทย์ และการให้บริการด้านสุขภาพของภูมิภาคในปี พ.ศ. 2546 ทำให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีความโดดเด่นในระดับโลก แตกต่างจากการท่องเที่ยวสุขภาพที่เติบโตไม่มากนัก การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เป็นการเข้ามาเพื่อการรักษาพยาบาลเป็นหลัก หรือเข้ามาท่องเที่ยวและมีกิจกรรมบางส่วนที่เกี่ยวข้องกับการรักษาพยาบาลอาการเจ็บป่วย ส่วนการท่องเที่ยวสุขภาพนั้น เป็นการมาใช้บริการเชิงสุขภาพที่ช่วยฟื้นฟูร่างกายจากการเจ็บป่วย หรือทำให้สุขภาพร่างกายแข็งแรง การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาและศาสตร์ในการดูแลสุขภาพดั้งเดิมในการสร้างสรรค์บริการท่องเที่ยวสุขภาพทำให้เกิดความโดดเด่นเป็นที่ยอมรับและรู้จักของนักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นแนวทางการดูแลสุขภาพองค์รวม การนำเอาแนวคิดไทย ฤๅษี ดัดตน การฟื้นฟูจิตใจ และร่างกาย การล้างพิษและการบริโภคอาหารตามธาตุเจ้าเรือน ซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ในทุกระดับ ทำให้ผู้ประกอบการนำเที่ยวและผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก จัดให้การท่องเที่ยวสุขภาพเป็นส่วนหนึ่งของรายการท่องเที่ยวที่เสนอขายให้นักท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นกิจกรรมหลักและกิจกรรมเสริมร่วมกับกิจกรรมการท่องเที่ยวประเภทอื่น การท่องเที่ยวสุขภาพของประเทศไทย มีสปาเป็นบริการหลักที่เป็นที่รู้จักในระดับดีเยี่ยมและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้สูง การนวดแผนไทยเป็นทางเลือกที่โดดเด่นเป็นลำดับต่อมา และมีโอกาสที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวสุขภาพด้วยธรรมชาติ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีไทย ในลักษณะการเข้าชมวิถีชีวิตพื้นบ้าน และการใช้บริการท่องเที่ยวจากภูมิปัญญาท้องถิ่น จากสถิติ ในปี 2556 พบว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีตลาดท่องเที่ยวสุขภาพใหญ่เป็นอันดับที่ 13 ของโลก มีมูลค่าการใช้จ่ายประมาณ 28.5 พันล้านบาท ในขณะที่ตลาดท่องเที่ยวสุขภาพโลกมีมูลค่าประมาณ 494.1 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นการเดินทางกว่า 586.5 ล้านครั้งใน 211 ประเทศทั่วโลก ซึ่งรายจ่ายเพื่อบริการท่องเที่ยวสุขภาพคิดเป็นร้อยละ 14.6 ของค่าใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวทั้งหมด

เนื่องจากบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีลักษณะการให้บริการที่ใกล้เคียงกับบริการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ในระยะแรกงานวิจัยส่วนใหญ่ จึงเป็นศึกษาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงบริการทางด้านสุขภาพที่มีอยู่ในสถานพยาบาลเพื่อให้สามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ วัชรีย์ คำศรี และชนกันต์ หิรัญพันธ์ (2548) ได้ศึกษาศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของสถานพยาบาลในจังหวัดภูเก็ต พบว่าโรงพยาบาลในจังหวัดภูเก็ตก็มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โรงพยาบาลภาคเอกชนในจังหวัดภูเก็ตมีผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้บริการนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าว เป็นการนำผลิตภัณฑ์บริการทางการแพทย์ที่ให้บริการอยู่เดิม มาปรับปรุงใหม่ให้เหมาะสมกับตลาดนักท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการร่วมกับการทำกิจกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ ได้อย่างกลมกลืน พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศมีความสนใจให้บริการนวดแผนไทย และเมดิคอลสปา เช่นเดียวกับ ศุภสิน สุริยะ และชัยวัฒน์ ทองอินทร์ (2550) ที่ศึกษาศักยภาพการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเชียงราย พบว่า ในจังหวัดเชียงรายก็มีโรงพยาบาลและสถานศึกษาที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอยู่เช่นกัน โดยเปิดให้บริการด้านการฝังเข็ม นวดแผนไทย การรักษาโรคด้วยสมุนไพร การรักษาและดูแลสุขภาพแบบแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก อย่างไรก็ตามยังไม่มีความพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เนื่องด้วยข้อจำกัดด้านงบประมาณในการขยายพื้นที่ให้บริการ ขาดแคลนบุคลากร นอกจากนี้สถานศึกษาที่ให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ยังมีเป้าหมายเพื่อให้นักศึกษาแก่นักศึกษามากกว่าการให้บริการการรักษา ทำให้ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่

งานวิจัยอีกเรื่องหนึ่งที่ศึกษาแนวทางการพัฒนาสถานพยาบาลให้รองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ชัญญูชิตา อนุชาติ และฐิธิชญา มณีเนตร (2558) งานวิจัยนี้ได้ศึกษาถึงแนวทางในการพัฒนาโรงพยาบาลแพทย์แผนไทยสกลนคร หลวงปู่แพ็บ สุภัทโท ให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากการวิเคราะห์ที่ได้จากการสำรวจผลการศึกษาพบว่า โรงพยาบาลฯ มีองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวและการดำเนินการที่สามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ เพราะที่ตั้งของโรงพยาบาลอยู่ใกล้เคียงกับแหล่งท่องเที่ยวสำคัญในจังหวัดสกลนคร มีความสะดวกในการเดินทาง มีสิ่งอำนวยความสะดวก มีที่พัก และมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ อย่างไรก็ตาม จำเป็นต้องพัฒนาการตลาดและผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถขยายบริการ และสามารถรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้มากยิ่งขึ้น

นอกจากการให้บริการแพทย์แผนไทยและการนวดแผนไทยในสถานพยาบาลแล้ว บริการสปาในสถานที่ท่องเที่ยวและโรงแรมยังเป็นบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกประเภทหนึ่งที่ได้รับ ความสนใจจากนักท่องเที่ยว มโน เลหาวิช และคณะ (2557) ชี้ให้เห็นความนิยมในบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยได้ศึกษาความพึงพอใจและความภักดีต่อตราของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจสุขภาพพองค์รวมของไทย จากการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและการวิเคราะห์เชิงปริมาณ ผลการศึกษา พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวหลักทั้ง 6 แห่งของประเทศไทย ได้แก่ สมุย ภูเก็ต เชียงใหม่ หัวหิน พัทยา และกรุงเทพฯ นั้น มักใช้บริการธุรกิจสุขภาพพองค์รวมในสปาของโรงแรม/รีสอร์ท ยกเว้นในพัทยาและกรุงเทพฯ ที่มีการใช้บริการเดย์สปา หรือสปาแบบไม่มีการพักแรมมากที่สุด โดยนิยมใช้บริการนวดไทยแบบเชลยศักดิ์ การนวดน้ำมันหอม การนวดเท้า การนวดด้วยลูกประคบ การขัดตัวและประคบผิว การนวดไทยแบบราชสำนัก การนวดหน้า การนวดกล้ามเนื้อ การทำเล็บมือเล็บเท้า และการนวดโดยใช้หินร้อนตามลำดับ

สถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวยังมีบทบาทในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นิชยา ศีลบุตร (2558) ได้ศึกษาถึงการพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของโรงแรมระดับ 5 ดาวในกลุ่มแอ็คทีฟบีช ซึ่งเป็นกลุ่มคลัสเตอร์ภูมิสังคมการท่องเที่ยว อันได้แก่ จังหวัดระยอง ชลบุรี และตลาด ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่สนใจศึกษาประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในสปาเพื่อสุขภาพ การนวดอบประคบสมุนไพร การบริการส่วนบุคคลและวาริบำบัด การอาบน้ำแร่หรือน้ำพุร้อน การบริการอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ผลการศึกษา พบว่า รูปแบบและบริการของสปาที่ได้รับความนิยม คือ การนวดร่างกาย การอบซาวน่าหรืออบสมุนไพร การขัดผิว การประคบผิว วาริบำบัด และโภชนบำบัด ตามลำดับ โดยผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับบริการสปา 3 กลุ่มได้แก่ ผลิตภัณฑ์บำรุงเรือนร่าง เช่น น้ำมันนวด ครีมอาบน้ำ ผลิตภัณฑ์บำรุงเรือนผม เช่น ยาสระผม น้ำมันนวดผม และผลิตภัณฑ์ที่ให้ความสดชื่น เช่น น้ำมันหอมระเหย ส่วนผลิตภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่มที่มีให้บริการ คือ เครื่องดื่มสมุนไพรขงร้อน และอาหารแบบโภชนบำบัด

ในด้านความสำคัญทางเศรษฐกิจของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย สุเนตรตรา จันทบุรี (2559) พบว่ามูลค่าตลาดของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย มีมูลค่าถึง 3,459 ล้านบาทในปี 2556 โดยมีมูลค่าเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.27 เมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่าในปี 2555 ซึ่งมีมูลค่าตลาดเท่ากับ 3,117 ล้านบาท ธุรกิจสปาแบ่งได้เป็น 3 แบบ ตามพระราชบัญญัติสถานบริการ พ.ศ.2546 ได้แก่

- 1) กิจการสปาเพื่อสุขภาพ
- 2) กิจการนวดเพื่อสุขภาพ และ
- 3) กิจการนวดเพื่อเสริมสวย

จากการสำรวจ พบว่า กิจการส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดเล็ก มีพนักงานอยู่ 1-5 คน เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างต่อเนื่องทั้งในกลุ่มลูกค้าชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างไรก็ตาม ยังพบว่า ผู้ประกอบการประสบปัญหาในการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ปัญหาการบังคับใช้กฎหมายกับธุรกิจแอบแฝงที่ทำลายภาพลักษณ์ของธุรกิจสปาและนวดแผนไทย

แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอีกกลุ่มหนึ่งที่ได้รับการสนับสนุนและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง เป็นการสร้างตลาดการท่องเที่ยวใหม่เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในอนาคต บ่อน้ำพุร้อน เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ที่มีศักยภาพในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ฉัตรชนก มัทธนวนรณก (2557) ชี้ให้เห็น ศักยภาพของบ่อน้ำพุร้อนพระร่วง ตำบลลานดอกไม้ อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร โดยได้ศึกษาสภาพแวดล้อม พฤติกรรมและความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนพระร่วง เพื่อกำหนดแนวทางการกำหนดกลยุทธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และกลยุทธ์ส่งเสริมการตลาดการท่องเที่ยว เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า บ่อน้ำพุร้อน มีศักยภาพในการเป็นแหล่งให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากเป็นบ่อน้ำพุร้อนที่ไม่มีกลิ่นกำมะถัน มีแร่ธาตุที่มีคุณสมบัติรักษาโรคได้ และมีการให้บริการห้องอาบน้ำแร่แยกชาย - หญิง การกำหนดค่าบริการมีความเหมาะสม ทั้งบริการแช่เท้า บริการอาบน้ำแร่ ค่าบริการบ้านพักรับรอง ค่าบริการห้องสัมมนา ค่าบริการจักรยานน้ำ ค่าบริการนวดแผนไทย-นวดฝ่าเท้า และค่าบริการอาหารและเครื่องดื่มในแหล่งท่องเที่ยว ส่วน อริศรา ทองทรัพย์ (2557) ศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแหล่งน้ำพุร้อนในภูมิภาคทางตอนเหนือของประเทศไทย ประกอบด้วยแหล่งน้ำพุร้อน 10 แห่งใน 5 จังหวัดทางภาคเหนือตอนบน ได้แก่ น้ำพุร้อนผาเสด็จ น้ำพุร้อนโป่งพระบาท น้ำพุร้อนป่าตึง น้ำพุร้อนโป่งปุเพื่อ่ง น้ำพุร้อนห้วยทรายขาว ในจังหวัดเชียงราย น้ำพุร้อนคอยสะเกิด น้ำพุร้อนหนองครก ในจังหวัดเชียงใหม่ น้ำพุร้อนฝางบ่อ ในจังหวัดแม่ฮ่องสอน น้ำพุร้อนบ้านโป่งน้ำร้อน ในจังหวัดลำปาง และน้ำพุร้อนแม่จอก ในจังหวัดแพร่ จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า แหล่งน้ำพุร้อนโดยส่วนใหญ่ยังขาดโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น บริการขนส่งสาธารณะ บริการที่พักในพื้นที่ใกล้เคียง เป็นต้น กิจกรรมในแหล่งน้ำพุร้อนที่นักท่องเที่ยวนิยม ได้แก่ การแช่เท้าในบ่อน้ำพุร้อน การต้มไข่ บริการร้านจำหน่ายสินค้า/อาหาร การแช่ตัวในบ่อน้ำพุร้อน ทั้งในห้องส่วนตัวและห้องรวม

นอกจากนี้ พื้นที่ย่านชุมชน ก็เป็นแหล่งท่องเที่ยวอีกแหล่งหนึ่งที่มีศักยภาพในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จิตติณชุลี บุญช่วย และพะยอม ธรรมบุตร (2561) จากการศึกษาแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบบูรณาการอย่างยั่งยืนในกรุงเทพมหานคร ประเทศไทย ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า

ศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นในกรุงเทพมหานคร เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า กรุงเทพมหานครเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่โดดเด่นของโลก มีพื้นที่ย่านชุมชนที่มีสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม แหล่งภูมิปัญญาแพทย์แผนไทย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวธรรมชาติเชิงสุขภาพ มีกิจกรรมเชิงสุขภาพที่หลากหลาย ทั้งร้านสปา สถานออกกำลังกาย การปฏิบัติจิต และการแพทย์ทางเลือก

ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระดับภูมิภาค รุ่งชัย ชวนไชยะกุล และคณะ (2557) ได้ศึกษาบริบทการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและเชิงนิเวศในเขต 4 จังหวัดภาคตะวันตก อันได้แก่ ราชบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม และกาญจนบุรี ซึ่งประกอบด้วย 2 โครงการย่อย ได้แก่ การศึกษาสำรวจเพื่อพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในโครงการย่อยที่ 2 มีวัตถุประสงค์ เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศึกษาพฤติกรรม ทักษะคติ ความพึงพอใจ และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ จากการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ทั้งที่เป็น ผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร เครื่องดื่ม ผ้าและเครื่องแต่งกายนั้น ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มาตรฐานองค์การอาหารและยา มาตรฐาน GMP และได้รับการรับรองเครื่องหมาย HALAL แต่ในการผลิตยังขาดอุปกรณ์เครื่องจักรที่ทันสมัย และจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ ราคาสินค้ายังไม่จูงใจในการซื้อ และยังคงขาดบุคลากรทางด้านการตลาด ทำให้ไม่สามารถทำการตลาดได้อย่างเต็มที่ เมื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ที่เดินทางมาท่องเที่ยวใน 4 จังหวัดที่ดำเนินการศึกษา พบว่า จังหวัดราชบุรี เป็นจังหวัดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งมีแนวโน้มว่าจะกลับมาท่องเที่ยวอีกครั้งถึงร้อยละ 92 เพราะประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว มีทัศนคติที่ดีและเห็นถึงประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดอื่นๆ เป็นนักท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่

ส่วนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในระดับจังหวัดให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อุษณีย์ ผาสุข และคณะ (2561) ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของภูมิปัญญาด้านสมุนไพรในการให้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ความพึงพอใจในส่วนประสบการณ์การตลาดของบริการเมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรี เนื่องจากจังหวัดปราจีนบุรีมีความพร้อมทางด้านแพทย์แผนไทย และผลิตภัณฑ์ส่งเสริมสุขภาพต่างๆ และยังเป็น 1 ใน 4 จังหวัดเป้าหมายในการจัดตั้งเมืองสมุนไพร ตามแนวทางของกระทรวงสาธารณสุข จากการศึกษา พบว่า เมืองสมุนไพรในจังหวัดปราจีนบุรี มีแหล่งท่องเที่ยวสมุนไพร

ควบวงจร ตั้งแต่ การผลิต การแปรรูป และการนำมาใช้ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย กิจกรรมที่นักท่องเที่ยวนิยม ได้แก่ การซื้อสินค้าสมุนไพรเพื่อบำรุง/ส่งเสริมสุขภาพ การใช้บริการสถานบริการส่งเสริมสุขภาพ การเที่ยวชมแหล่งธรรมชาติ การเรียนรู้ชีวิต และการรักษาบำบัดด้วยสมุนไพร นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความพึงพอใจระดับที่มากในด้านสินค้าบริการ และพนักงานผู้ให้บริการ ในขณะที่ การส่งเสริมการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่าย สินค้า ราคา และกระบวนการให้บริการนั้น นักท่องเที่ยวพึงพอใจในระดับปานกลาง ส่วนกระบวนการสื่อสารทางการตลาดยังไม่ดีเท่าที่ควร โครงสร้างพื้นฐานยังไม่เอื้ออำนวยต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในบางจุด

โดยสรุปการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยนั้น ในระยะแรกเป็นบริการการท่องเที่ยวที่พัฒนามากจากการให้บริการทางการแพทย์ในสถานพยาบาล และบริการสปาในโรงแรมและรีสอร์ทที่มีอยู่เดิม ให้เหมาะสมกับการให้บริการในลักษณะบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มากขึ้น เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การยกระดับมาตรฐานการให้บริการสปา เป็นต้น ระยะเวลาต่อมาเป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติเพื่อให้มีมาตรฐานสนับสนุนเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติส่วนใหญ่ แม้มີศักยภาพที่จะพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ แต่ก็ยังขาดโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการให้บริการการท่องเที่ยว นอกจากนี้ในปัจจุบัน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพโดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ เกิดบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในแต่ละท้องถิ่น สอดรับกับการท่องเที่ยววิถีชุมชน ทำให้เกิดการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

ส่วนปัจจัยที่กำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น มีอยู่หลายประการด้วยกัน แรงจูงใจของนักท่องเที่ยว เป็นปัจจัยหนึ่งที่กำหนดพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยว Voit C., et al. (2010) ได้ศึกษาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในออสเตรเลีย โดยแบ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกเป็น 3 กลุ่มย่อย ได้แก่ บริการสปาเสริมความงาม บริการที่พักรักษาสุขภาพ และบริการฟื้นฟูสภาพจิตใจ จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจำนวน 509 คน และการวิเคราะห์ความแปรปรวนหลายตัวแปร (Multivariate analysis of variance) พบว่าปัจจัยที่เป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมี 6 ประการด้วยกัน ได้แก่

- เพื่อหลีกเลี่ยงจากความจำเจในชีวิตประจำวันและเพื่อการพักผ่อน
- เพื่อสุขภาพจิตที่ดีขึ้น
- เพื่อสุขภาพและรูปลักษณ์ทางกายภาพที่ดีขึ้น
- เพื่อปลดปล่อยตัวเอง

- เพื่อการพบปะผู้อื่น
- เพื่อสร้างกำลังใจให้ตัวเอง

นอกจากนี้ ยังพบว่า ปัจจัยที่เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ คุณภาพของการให้บริการ ลักษณะสิ่งแวดล้อมโดยรอบ ซึ่งสอดคล้องกับ Mak, Wong และ Chang (2009) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวในฮ่องกงใช้บริการสปา เพื่อการพักผ่อน เพื่อหลีกเลี่ยงจากแรงกดดันในชีวิตประจำวัน เพื่อให้รางวัลกับตัวเอง เพื่อสุขภาพและความงามและเพื่อมิตรภาพ ตามลำดับ เช่นเดียวกัน วรินทรา ศิริสุทธิกุล และคณะ (2557) ที่ได้ศึกษาความพึงพอใจและความภักดีต่อตราของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อธุรกิจสุขภาพองค์รวม เพื่อการพัฒนานักกลยุทธ์สู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกลุ่มประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน โดยเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติใน 6 แหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย กรุงเทพมหานคร พัทยา หัวหิน ภูเก็ต สมุย และเชียงใหม่ พบว่า วัตถุประสงค์หลักของการมาใช้บริการธุรกิจสุขภาพองค์รวม คือ ต้องการผ่อนคลายบำบัดความเครียด เป็นลำดับแรก ลำดับต่อมา คือ ต้องการดูแลสุขภาพโดยรวม และต้องการฟื้นฟูสุขภาพจิตใจ ส่วนชนิดอากาศ แก้วฉลุย (2554) ซึ่งศึกษาการพัฒนารูปแบบกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา บ่อน้ำพุร้อนพระร่วง จังหวัดกำแพงเพชร ก็พบว่า แรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวบ่อน้ำพุร้อนพระร่วง คือ ความต้องการผ่อนคลายความเครียด เป็นลำดับแรก ลำดับต่อมา คือ ความต้องการท่องเที่ยวแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ ความต้องการได้รับความสนุกสนาน ความต้องการท่องเที่ยวไปกับครอบครัว และความต้องการรู้จักผู้คนตามลำดับ

นอกจากแรงจูงใจแล้ว ระดับความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แตกต่างกันยังส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยว Tezak A., et al. (2011) ศึกษาความแตกต่างในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีระดับความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่แตกต่างกัน ซึ่งมาท่องเที่ยวในเขตอิสเทีย ประเทศโครเอเชียโดยแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 กลุ่ม ตามความต้องการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่เก็บรวบรวมจากแบบสอบถามจำนวน 1,130 ชุด ด้วยสถิติ ANOVA และ Chi square พบว่า บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพนั้น มีให้บริการอยู่ทั่วไปตามโรงแรมที่พักในเขตอิสเทีย โดยนักท่องเที่ยวที่นิยมใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพส่วนใหญ่จะมีวิถีการใช้ชีวิตที่แตกต่างไปจากนักท่องเที่ยวที่ไม่นิยมใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทำให้นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นผู้บริโภคในกลุ่มตลาดพิเศษ (Niche market) โดยนักท่องเที่ยวที่นิยมใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูง จากเป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษและรัสเซีย มีระดับการศึกษาที่สูง และมีความรู้เกี่ยวกับบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่เป็นอย่างดี นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวที่นิยมใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสูงจะใช้เวลาในการท่องเที่ยวยาวนานกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่ค่อยนิยมใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

นอกจากนี้ปัจจัยเชิงประชากรและลักษณะการใช้จ่าย ก็ส่งผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเช่นกัน พิษณุภรณ์ ภูมิภินันท์ และณาริญา วีระกิจ (2561) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยเชิงประชากรและพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยอาศัยค่าสถิติ Independent Sample t-test ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกับตัวแปรต่างๆ จากวิเคราะห์ข้อมูลที่เกิดขึ้นรวบรวมจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต พบว่า บริการทางส่งเสริมสุขภาพที่นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจเป็น 3 อันดับแรก คือ บริการสปา โยคะ และอาหารเพื่อสุขภาพ โดยค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการใช้บริการส่งเสริมสุขภาพ เป็นค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จ่ายเพิ่มเติม นอกเหนือไปจากค่าใช้จ่ายที่จ่ายตามโปรแกรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ธรรมชาติ ความผ่อนคลาย และการหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมเดิม เป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวส่งเสริมสุขภาพเดินทางมายังภูเก็ต โดยนักท่องเที่ยวเพศหญิงให้ความสำคัญกับแรงจูงใจด้านความผ่อนคลายสูงกว่าเพศชาย ส่วน จินณพัช ปทุมพร (2560) ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการเพื่อสุขภาพของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ณ อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย สัญชาติอังกฤษ มีรายได้ระหว่าง 2,000-2,499 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนใหญ่เดินทางมาพักผ่อน และเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นครั้งแรก นักท่องเที่ยวร้อยละ 23.9 เคยใช้บริการกิจกรรมเพื่อสุขภาพ โดยกิจกรรมที่ใช้บริการมากที่สุด คือ สปา ลำดับรองลงมา คือ การอาบน้ำแร่ น้ำพุร้อน นักท่องเที่ยวที่ใช้บริการกิจกรรมเพื่อสุขภาพส่วนใหญ่จ่ายค่าบริการเอง ทั้งหมดมีเพียงร้อยละ 19 ที่บริษัทประกันสุขภาพสนับสนุน ค่าใช้จ่ายบางส่วน ส่วนปัจจัยที่ส่งผลต่อเลือกใช้บริการกิจกรรมเชิงสุขภาพ ได้แก่ ปัจจัยด้านบริการเกี่ยวกับสุขภาพ ได้แก่ เทคโนโลยีเพื่อที่ทันสมัย ปัจจัยด้านราคา ได้แก่ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการย่อมเยากว่าราคาในภูมิลำเนาของนักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอาจส่งผลกระทบต่อกันและกันเอง อัครพงศ์ อันทอง (2558) อาศัยตัวแบบสมการโครงสร้าง Structural Equation Modeling หรือ SEM เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาพลักษณ์และแรงจูงใจที่มีต่อประสบการณ์การใช้บริการสปาไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยแบบจำลองประกอบด้วยตัวแปรแฝง 6 ตัวแปร 2 กลุ่ม ได้แก่ ภาพลักษณ์ของสปาไทย และแรงจูงใจในการใช้สปาไทย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวแปรแฝงภายนอก และ คุณภาพการใช้บริการ คุณค่าที่ได้รับ ความพึงพอใจรวม และพฤติกรรมในอนาคต เป็นกลุ่มตัวแปรแฝงภายใน โดยแบ่งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ พฤติกรรมก่อนการใช้บริการ พฤติกรรมหลังการใช้บริการ และพฤติกรรมในอนาคต โดยมีสมมุติฐานว่า แรงจูงใจและภาพลักษณ์เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสปาไทย

และมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมหลังใช้บริการ รวมถึงพฤติกรรมการณ์ในอนาคต นอกจากนี้ หลังการใช้บริการ นักท่องเที่ยวจะประเมินคุณภาพ คุณค่า และความพึงพอใจรวมที่เกิดขึ้น ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมในอนาคต ทำให้ตัวแปรแฝงทั้ง 6 ตัวแปรมีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุซึ่งกันและกัน เมื่อวิเคราะห์ผลที่ได้จากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ใช้บริการสปาไทยในกรุงเทพฯ ภูเก็ต และเชียงใหม่ จำนวน 526 ตัวอย่าง ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง ผลการศึกษา พบว่า ภาพลักษณ์ของสปาไทย มีอิทธิพลต่อการประเมินคุณภาพและคุณค่าที่ได้รับ เช่นเดียวกับ แรงจูงใจในการใช้สปาไทย ส่วนคุณภาพการให้บริการมีอิทธิพลต่อการประเมินคุณค่าที่ได้รับและความพึงพอใจรวม การประเมินคุณค่าที่ได้รับมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจรวม และความพึงพอใจรวมมีอิทธิพลโดยตรงกับพฤติกรรมในอนาคต นอกจากนี้ผลการศึกษาายังพบว่า แรงจูงใจมีอิทธิพลต่อประสบการณ์และพฤติกรรมในอนาคตมากกว่าภาพลักษณ์ ดังนั้นการส่งเสริมการตลาดของสปาไทย ควรให้ความสำคัญต่อการสร้างแรงจูงใจในการใช้สปา มากกว่าการสร้างภาพลักษณ์เพียงประการเดียว เช่นเดียวกับ สิริกร เลิศลักษณ์ธาร และคณะ (2560) ที่ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยอาศัยตัวแบบสมการโครงสร้าง โดยรวบรวมข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามนักท่องเที่ยวที่ห้างสรรพสินค้าใกล้สวนจตุจักร และแหล่งท่องเที่ยวรอบเกาะรัตนโกสินทร์ จำนวน 400 แบบสอบถาม จากการวิเคราะห์ด้วยตัวแบบสมการโครงสร้าง พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญต่อสิ่งดึงดูดใจในภาพรวม ความคุ้มค่าในการใช้จ่าย ความเหมาะสมของการเดินทาง

นอกจากปัจจัยข้างต้นแล้ว การจัดการท่องเที่ยวที่ผสมผสานการท่องเที่ยวหลายรูปแบบยังเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการใช้บริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ธันยา พรหมบุรุษย์ และนฤมล กิมภากรณ์ (2558) ได้ศึกษาพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อประสบการณ์นักท่องเที่ยวในการเที่ยวเชิงนิเวศ เชียงวัฒนธรรม และเชิงสุขภาพ ของกลุ่มจังหวัดภาคเหนือตอนบน 1 ได้แก่ เชียงใหม่ ลำพูน ลำปาง และแม่ฮ่องสอน จากการศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 24 ราย และการศึกษาเชิงปริมาณด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำนวน 600 ราย พบว่า เมื่อแบ่งกิจกรรมการท่องเที่ยวออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ทำกิจกรรมการท่องเที่ยว หากแต่ทำกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบผสมผสาน นักท่องเที่ยวไทยเน้นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศผสมเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพ โดยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่นิยม คือ การนวดแผนโบราณ การแช่น้ำพุร้อน และการฝึกสมาธิ ซึ่งนิยมมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับกลาง

โดยการเดินทางและบริการขนส่งได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ผลการวิเคราะห์สมการถดถอย พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลให้นักท่องเที่ยวชาวไทยมาเที่ยวและมีประสบการณ์ที่ดีต่อการท่องเที่ยว ได้แก่ ความคุ้มค่าของเงิน ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่พัก และการเดินทาง ในกรณีนักท่องเที่ยวต่างชาติ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมาเที่ยวและประสบการณ์ที่ดี ได้แก่ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศในแหล่งท่องเที่ยว ความคุ้มค่าของเงิน กิจกรรมการท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม บุคลากรแนะนำเที่ยว และที่พัก

2.4.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

รายได้จากการท่องเที่ยว เกิดจากอุปสงค์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ปวรพัชร รัตน์รุ่งเรืองยศ และ รุ่งระวี วีระเวสส์ (2559) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ โดยแบ่งอุปสงค์การท่องเที่ยวเป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร และค่าใช้จ่ายด้านของที่ระลึก ส่วนปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์ประกอบด้วย เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และวัตถุประสงค์การเดินทาง จากข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้จากแบบสอบถามจำนวน 170 ชุด ผลการวิเคราะห์ทางสถิติ พบว่า การใช้จ่ายทั้ง 3 ประเภทแปรผันโดยตรงกับรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มอาเซียน ในขณะที่ค่าใช้จ่ายด้านที่พักแปรผันโดยตรงกับอายุของนักท่องเที่ยวในกลุ่มอาเซียนด้วยเช่นกัน นักท่องเที่ยวกลุ่มชาวจีนและเอเชียตะวันออกเฉียงใต้จะมีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายด้านอาหารสูง ส่วนนักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรป อเมริกาและโอเชียเนียให้ความสำคัญกับการใช้จ่ายด้านที่พักและแหล่งใช้จ่ายใช้สอย นอกจากนี้ กฤษดา อุดมสุข และลีลา เตียงสูงเนิน (2561) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยวชาวอาเซียนในประเทศไทย โดยเก็บข้อมูลการนักท่องเที่ยวจำนวน 100 คน จาก 5 ประเทศ ได้แก่ กัมพูชา ลาว เมียนมาร์ มาเลเซีย และฟิลิปปินส์ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติไคสแควร์พบว่า ความแตกต่างทางด้านประชากรศาสตร์ อันได้แก่ เพศ อายุ และเชื้อชาติ ทำให้พฤติกรรมการซื้อแตกต่างกัน นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ระหว่าง 500 – 1,500 ดอลลาร์สหรัฐ จะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวประมาณ 200-100 ดอลลาร์สหรัฐ ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ประมาณ 2,500 ดอลลาร์สหรัฐขึ้นไป จะใช้จ่ายประมาณ 2,000 ดอลลาร์สหรัฐ จะให้ได้ว่า นักท่องเที่ยวที่มีรายได้มาก มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อย นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวกัมพูชา พม่า และมาเลเซีย สนใจที่จะใช้จ่ายใช้สอยในห้างสรรพสินค้า ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวลาวสนใจท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ

กรมการท่องเที่ยว (2557ก) ได้ดำเนินการสำรวจสัดส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย พบว่า ผู้เยี่ยมเยือนชาวไทยในจังหวัดยะลาจากร้อยละ 70 มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคใต้ ในขณะที่ผู้เยี่ยมเยือนจากต่างประเทศจากร้อยละ 90 มีถิ่นที่อยู่อาศัยในทวีปเอเชีย สัดส่วนของผู้เยี่ยมเยือนเมื่อจำแนกตามเพศมีสัดส่วน

ที่ใกล้เคียงกัน ร้อยละ 60 ของผู้เยี่ยมชมมีอายุในช่วง 25-44 ปี นอกจากนี้ การสำรวจดังกล่าวยังพบว่า วัตถุประสงค์หลักของการเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดยะลา คือ การท่องเที่ยว/พักผ่อน โดยมีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจลำดับแรก รองลงมาคือ สินค้าราคาถูก อาหารอร่อย ตามลำดับ ผู้เยี่ยมชมส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 90 จัดการเดินทางเอง โดยพาหนะที่ใช้เดินทางมากที่สุด คือ รถส่วนตัว รองลงมาเป็นรถโดยสาร และรถไฟ ผู้เยี่ยมชมกว่าร้อยละ 80 มาท่องเที่ยวพร้อมกับครอบครัว/ญาติ/เพื่อน และผู้เยี่ยมชมกว่าร้อยละ 80 พักแรมในโรงแรม จำนวนวันเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวไทยอยู่ที่ 2.01 วัน ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศอยู่ที่ 2.15 วัน การสำรวจเดียวกันนี้ ยังพบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน ของผู้เยี่ยมชมชาวไทยอยู่ระหว่าง 980.74 – 1,639.82 บาท ในขณะที่ผู้เยี่ยมชมชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย/คน/วัน อยู่ระหว่าง 1,390.71 – 2,220.06 บาท โดยค่าใช้จ่ายประเภทค่าที่พักมีสัดส่วนมากที่สุด ลำดับถัดมาเป็น ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึก ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง ค่าพาหนะ และค่าบริการท่องเที่ยวภายในจังหวัด ตามลำดับ

รายได้จากการท่องเที่ยว ส่งผลต่อการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจและการจ้างงาน ภัทรมนต์ คงแจ่ม และธนาวุธ แสงภาศนี. (2560) ศึกษาการใช้จ่ายและผลกระทบของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพักบูติกโฮเต็ลในจังหวัดสงขลาที่มีต่อระบบเศรษฐกิจของชุมชน จากการรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด แบ่งออกเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย 160 ชุดและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ 40 ชุด พบว่า ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนของนักท่องเที่ยวชาวไทยเท่ากับ 3,371.62 บาท เป็นค่าที่พักร้อยละ 36.18 ค่าอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 23.02 ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกร้อยละ 15 ค่าเดินทางร้อยละ 13.37 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง 11.77 และค่าบริการการการท่องเที่ยวร้อยละ 0.66 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันต่อคนเท่ากับ 4,480.86 เป็นค่าที่พักร้อยละ 34.76 ค่าอาหารและเครื่องดื่มร้อยละ 25.78 ค่าซื้อสินค้าและของที่ระลึกร้อยละ 13.14 ค่าเดินทางร้อยละ 17.10 ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง 8.39 และค่าบริการการการท่องเที่ยวร้อยละ 0.83 ซึ่งนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจะมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อวันสูงกว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยในทุกหมวดค่าใช้จ่าย โดยเฉพาะค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่าเดินทางและค่าบริการการท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวชาวไทยมีระยะพำนักเฉลี่ยมากกว่านักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่เมื่อพิจารณาค่าใช้จ่ายตลอดระยะเวลาการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้จ่ายเท่ากับ 7,215.27 บาทในขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้จ่ายเท่ากับ 9,100.81 บาท เมื่อวิเคราะห์ผลกระทบต่อเศรษฐกิจชุมชนในจังหวัดสงขลา โดยใช้ตารางผลผลิตและปัจจัยการผลิต สัมประสิทธิ์มูลค่าเพิ่มและสัมประสิทธิ์การจ้างงาน ในปี 2547 เนื่องจากข้อมูลจัดเก็บในปี 2557 ผู้วิจัยจึงใช้ดัชนีราคาผู้บริโภคของจังหวัดสงขลาในการปรับข้อมูลค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้เป็นมูลค่า ณ ราคาของปี 2557 ผลการวิเคราะห์พบว่า รายได้ที่เกิดขึ้นจากค่าใช้จ่ายของ

นักท่องเที่ยวจำนวน 143.47 ล้านบาทก่อให้เกิดรายได้ในภาคเศรษฐกิจรวมทั้งสิ้น 61.41 ล้านบาท ส่งผลให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น 931 คน

2.4.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการนักท่องเที่ยว โดยการใช้แบบจำลอง SARIMA with intervention

โดยทั่วไปการประมาณการรายได้จากบริการการท่องเที่ยวจำเป็นต้องอาศัยการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ แล้วนำจำนวนนักท่องเที่ยวที่พยากรณ์ได้มาคำนวณร่วมกับข้อมูลค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน และจำนวนวันที่พักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยว ก็จะได้เป็นรายได้จากการท่องเที่ยวที่คาดว่าจะเกิดขึ้นในอนาคต จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องดังแสดงในตารางที่ 2.1 พบว่า งานวิจัยในอดีตนั้นพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวด้วยแบบจำลองในหลายรูปแบบด้วยกัน ทั้งนี้แบบจำลองที่เลือกใช้ต้องมีความเหมาะสมกับลักษณะของข้อมูลอนุกรมเวลาจำนวนนักท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งข้อมูลความถี่รายเดือน รายไตรมาส และรายปี ฦฎฐนันท์ มุขมา, บุญอ้อม โฉมที และประสิทธิ์ พยัคฆพงษ์ (2561) แสดงให้เห็นว่า แบบจำลองบอซ-เจนกินส์ (Autoregressive integrated moving average, ARIMA) สามารถพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวรายเดือนและรายไตรมาสได้อย่างสมเหตุสมผล ในขณะที่แบบจำลองวิธีปรับให้เรียบแบบเอ็กโปเนนเชียล (Exponential smoothing) พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวรายปีที่แม่นยำที่กว่าวิธีอื่นที่นำมาเปรียบเทียบกัน

เนื่องจากข้อมูลที่ ฦฎฐนันท์ มุขมา, บุญอ้อม โฉมที และประสิทธิ์ พยัคฆพงษ์ (2561) ได้ทำการศึกษาข้อมูลที่มีลักษณะเป็นอนุกรมเวลาที่ไม่มีความเป็นฤดูกาล ทำให้แบบจำลองบอซ-เจนกินส์สามารถพยากรณ์ข้อมูลดังกล่าวได้ดี อย่างไรก็ตาม ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวโดยทั่วไป โดยเฉพาะที่มีความถี่เป็นรายเดือนหรือรายไตรมาส มักมีอิทธิพลของแนวโน้มและอิทธิพลของฤดูกาล ดังนั้นนอกจากจะต้องแปลงข้อมูลอนุกรมด้วยการใช้ผลต่างของอนุกรมเวลา (Differencing) เพื่อขจัดอิทธิพลของแนวโน้มแล้ว ยังจำเป็นต้องใช้ผลต่างแบบฤดูกาล (Seasonal differencing) เพื่อขจัดอิทธิพลของฤดูกาลด้วย (นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ และ นลินี พานสายตา, 2559) จากตารางที่ 2.1 จะเห็นได้ว่า งานวิจัยส่วนใหญ่จึงเลือกใช้แบบจำลอง Seasonal autoregressive integrated moving average (SARIMA) ซึ่งเป็นแบบจำลองบอซ-เจนกินส์ที่มีการทำ Seasonal differencing ในการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งที่เป็นจำนวนนักท่องเที่ยวรายเดือน และจำนวนนักท่องเที่ยวรายไตรมาส ดังนั้น แบบจำลอง SARIMA สามารถเขียนได้ดังสมการต่อไปนี้ (ลักขณา เศรษฐะนันท์, สุลณี ทวีสกุลวัชระ, ยุพิน กาญจนะศักดิ์ดา และบุญหญิง สมร่าง, 2557)

$$\phi_p(B)\Phi_p(B^s)(1-B)^d(1-B^s)^D Y_t = \mu + \theta_q(B)\Theta_q(B^s)\varepsilon_t$$

โดยที่ Y_t คือ จำนวนนักท่องเที่ยวรายเดือน

t คือ เวลา (เดือนที่ 1, 2, 3 ... t)

B คือ Backward shift operator $B^m(Y_t) = Y_{t-m}$

$\phi_p(B)$ เป็น autoregressive term (AR) $\phi_p(B) = 1 - \phi_1 B - \dots - \phi_p B^p$

$\Phi_p(B^s)$ เป็น seasonal autoregressive term (SAR) $\Phi_p(B^s) = 1 - \Phi_1 B^s - \dots - \Phi_p B^{sp}$

$\theta_q(B)$ เป็น moving average term (MA) $\theta_q(B) = 1 - \theta_1 B - \dots - \theta_q B^q$

$\Theta_Q(B^s)$ เป็น seasonal moving average term (SMA) $\Theta_Q(B^s) = 1 - \Theta_1 B^s - \dots - \Theta_Q B^{sQ}$

ε_t คือ ตัวแปรสุ่มอิสระที่มีการแจกแจงแบบปกติ

μ คือ ค่าคงที่

d คือ จำนวนครั้งของการทำผลต่าง (Differencing) เพื่อให้อนุกรมเวลา Y_t เป็นอนุกรมเวลาที่อยู่ในสถานะคงที่ในค่าเฉลี่ย

D คือ จำนวนครั้งของการทำผลต่างในส่วนที่มีฤดูกาล (Seasonal differencing)

ตารางที่ 2.1 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประมาณการนักท่องเที่ยว

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ข้อมูล	ความถี่ข้อมูล	แบบจำลอง
ณัฐนันท์ มุขมา บุญอ้อม, โฉมทิ และประสิทธิ์ พยัคฆพงษ์ (2561)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	รายเดือน รายไตรมาส และรายปี	ARIMA, Regression และ Brown's Double Exponential Smoothing
ลักขณา เศรษฐะนันท์, สุณี ทวีสกุลวัชร, ยุพิน กาญจนะศักดิ์ดา และบุญหญิง สมร่าง (2551)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	รายเดือน	SARIMA และ Multiplicative Winter's method
นิตินัย รุ่งจินดารัตน์ และ นลินี พานสายตา (2559)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวรัสเซียที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	รายเดือน	SARIMA

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	ข้อมูล	ความถี่ข้อมูล	แบบจำลอง
Christine Lim and Michel McAleer (2002)	จำนวนนักท่องเที่ยวฮ่องกง มาเลเซีย และสิงคโปร์ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศออสเตรเลีย	รายไตรมาส	SARIMA
Tea Daldigara and Maja Manula (2015)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวเยอรมันที่เข้ามาท่องเที่ยวในโครเอเชีย	รายไตรมาส	SARIMA
อัศรพงศ์ อันทอง และ ปวีณา คำพุกกะ (2552)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรายประเทศและรายภูมิภาคที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	รายเดือน	SARIMA with intervention
อัศรพงศ์ อันทอง, วิเชนเต้ รามอส, ฮาเวีย เรย์-มัคติเอระ และ มิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2554)	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติรายประเทศและรายภูมิภาคที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย	รายเดือน	SARIMA with intervention และ X-12-ARIMA
Muhammad H.L., Suhartono and Bahrom S. (2010)	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศอินโดนีเซีย ผ่านสนามบิน Soekarno-Hatta	รายเดือน	SARIMA with intervention
Min C.H.J., Lim C. and Kung H.H. (2011)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นที่เข้ามาท่องเที่ยวในไต้หวัน	รายเดือน	SARIMA with intervention
Rati Wongsathan (2018)	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทย และนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	รายเดือน	SARIMA และ SARIMA with intervention

การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง SARIMA ประกอบด้วย 3 ขั้นตอนด้วยกัน คือ 1) การกำหนดลักษณะหรือระบุแบบจำลอง 2) ประมาณค่าสัมประสิทธิ์ และ 3) ตรวจสอบแบบจำลอง (Min C.H.J., Lim C. and Kung H.H., 2011)

1) การกำหนดลักษณะของแบบจำลอง เริ่มด้วยการทดสอบความนิ่งของอนุกรมเวลา หากอนุกรมเวลามีความนิ่ง ค่าเฉลี่ย ค่าความแปรปรวน และค่าความแปรปรวนร่วมของอนุกรมจะมีค่าคงที่ การทดสอบ unit root เป็นการทดสอบความนิ่งของอนุกรมเวลาที่ใช้อย่างแพร่หลาย หากอนุกรมเวลามีแนวโน้มเป็น stochastic อนุกรมเวลานั้นก็จะมี unit root การนำอนุกรมเวลาที่มี unit root ไปใช้ประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง ก็อาจจะทำให้ค่าประมาณการที่ได้จากแบบจำลองนั้น มีความผิดพลาดได้ วิธีที่ให้ทดสอบ unit root วิธีหนึ่งคือ วิธีทดสอบแบบ augmented Dickey-Fuller (ADF test)

หากอนุกรมเวลาไม่ผ่านการทดสอบความนิ่ง การใช้ผลต่างของอนุกรมเวลา ก็เป็นวิธีหนึ่งที่ใช้ขจัดอิทธิพลของแนวโน้มออกจากอนุกรมเวลา ในกรณีที่มีอิทธิพลของฤดูกาลเข้ามาเกี่ยวข้องจำเป็นต้องทดสอบนัยสำคัญของค่า Autocorrelation หากค่าสถิติซึ่งแสดงความสัมพันธ์ระหว่างอนุกรมเวลา ณ เวลาที่วิเคราะห์กับค่าอนุกรมเวลาย้อนหลังมีค่ามากอย่างมีนัยสำคัญ ที่อนุกรมเวลา ณ 12 24 36 และ 48 เดือนย้อนหลัง แสดงว่า ข้อมูลอนุกรมมีอิทธิพลของฤดูกาลเข้ามาเกี่ยวข้อง ดังนั้นจำเป็นต้องใช้ผลต่างแบบฤดูกาล เพื่อขจัดอิทธิพลของฤดูกาลจากอนุกรมเวลา ก่อนนำไปวิเคราะห์ในขั้นตอนต่อไป

2) การประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง สามารถประมาณการได้ด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด หรือวิธี maximum likelihood โดยมีเป้าหมายเพื่อที่จะทำให้ผลต่างของการประมาณการกำลังสองมีค่าน้อยที่สุด

3) การตรวจสอบแบบจำลอง หากแบบจำลองที่ใช้มีความเหมาะสม ส่วนเหลือหรือผลต่างของการประมาณการ (Residuals) ย่อมมีคุณสมบัติเป็น white noise ซึ่งสามารถทดสอบได้ด้วย Ljung-Box Q-statistic หากผลต่างของการประมาณการไม่ผ่านการทดสอบ ก็จำเป็นต้องระบุแบบจำลองใหม่ ทำการประมาณค่าสัมประสิทธิ์ และตรวจสอบแบบจำลองจนกว่า ผลต่างของการประมาณการจะผ่านการทดสอบ หรือมีคุณสมบัติเป็น white noise

นอกจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปตามฤดูกาลแล้ว อิทธิพลของเหตุการณ์บางประเภท (Intervention) ยังส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวอีกด้วย อัครพงศ์ อ้นทองและปวีณา คำพุกกะ (2552) และ อัครพงศ์ อ้นทอง, วิเชนเต้ งามอส, ฮาเวีย เรย์-มัดดิเอระและมิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2554) พบว่า การเกิดโรคระบาด ภัยธรรมชาติ เหตุวินาศภัย ความไม่สงบทางการเมือง การรัฐประหารและวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ โลก ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สอดคล้องกับ Rati Wongsathan (2018) ที่พบว่า ความไม่สงบทางการเมือง ภัยธรรมชาติ มลภาวะทางอากาศ วิกฤตการณ์ทาง

เศรษฐกิจโลก ส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เช่นเดียวกับ Muhammad H.L., Suhartono and Bahrom S. (2010) และ Min C.H.J., Lim C. and Kung H.H. (2011) ที่พบว่า วิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจ ภัยก่อการร้าย และการเกิดโรคระบาด ส่งผลต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศอินโดนีเซียและไต้หวัน

ในกรณีที่มีอิทธิพลจากเหตุการณ์ที่เข้ามากระทบ แบบจำลองที่ใช้พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องคำนึงถึงอิทธิพลเหล่านี้ด้วยงานวิจัยหลายชิ้น จึงใช้แบบจำลอง seasonal autoregressive integrated moving average with intervention หรือ SARIMA with intervention ในการพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยว แบบจำลอง SARIMA with intervention สามารถเขียนได้ดังสมการต่อไปนี้ (อัครพงศ์ อันทอง และ ปวีณา คำพุกกะ, 2552, อัครพงศ์ อันทอง, วิเชนเต้ รามอส, ฮาเวีย เรย์-มัคคีเอระ และมิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด, 2554, Muhammad H.L., Suhartono and Bahrom S., 2010, Min C.H.J., Lim C. and Kung H.H., 2011 และ Rati Wongsathan, 2018)

$$Y_t = f(X_{i,t}) + N_t$$

โดยที่ Y_t คือ จำนวนนักท่องเที่ยวรายเดือน $X_{i,t}$ คือ ตัวแปรเหตุการณ์ มีค่าเป็น 1 เมื่อเกิดเหตุการณ์ และ 0 เมื่อไม่เกิดเหตุการณ์ N_t คือ ค่าความแปรปรวน ซึ่งอธิบายได้ด้วยตัวแบบ SARIMA model ดังนี้

$$(1 - B)^d(1 - B^s)^p N_t = \frac{\theta(B)\Theta(B^s)}{\phi(B)\Phi(B^s)} \varepsilon_t$$

โดย $\phi(B)$ และ $\Phi(B^s)$ คือส่วนที่เป็นตัวแปร autoregressive term (AR) แบบปกติและแบบฤดูกาลตามลำดับ โดยมี ϕ และ Φ เป็นค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร ในขณะที่ $\theta(B)$ และ $\Theta(B^s)$ เป็นตัวแปร moving average term (MA) แบบปกติและแบบฤดูกาล ซึ่งมี θ และ Θ เป็นค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร อัครพงศ์ อันทอง และ ปวีณา คำพุกกะ (2552) กำหนด $f(X_{i,t})$ อยู่ในรูปของ Pulse function $P(t)$ หรือ step function $S(t)$ โดยที่ ถ้าเหตุการณ์ส่งผลกระทบชั่วคราว จะอยู่ในรูปแบบ Pulse function

$$P(t) = \begin{cases} 0 & t \neq T \\ 1 & t = T \end{cases}$$

ในกรณีที่เหตุการณ์ส่งผลกระทบถาวร จะอยู่ในรูปแบบ Step function

$$S(t) = \begin{cases} 0 & t < T \\ 1 & t \geq T \end{cases}$$

ส่วน อัครพงษ์ อ้นทอง, วิเชนเต้ รามอส, ฮาเวีย เรย์-มัดดิเอระ และมิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2554), Muhammad H.L., Suhartono and Bahrom S. (2010), Min C.H.J., Lim C. and Kung H.H. (2011) และ Rati Wongsathan (2018) กำหนด $f(X_{i,t})$ อยู่ในรูป $\sum_{i=1}^k \frac{\omega_{st(B)} B^b}{\delta_{st(B)}} X_{i,t}$ โดยที่ $\omega_s(B)$ และ $\delta_r(B)$ อยู่ในรูปของสมการดังต่อไปนี้

$$\omega_s(B) = \omega_0 - \omega_1 B - \dots - \omega_s B^s$$

$$\delta_r(B) = \omega_0 - \delta_1 B - \dots - \delta_r B^r$$

ตัวแปร b , s และ r แสดงขนาดและระยะเวลาของผลกระทบที่เกิดขึ้นกับเหตุการณ์ โดยที่ b คือระยะเวลาที่เหตุการณ์ส่งผลกระทบ s คือระยะเวลาที่ใช้จนกว่าจะกลับสู่เสถียรภาพ ส่วน r คือรูปแบบของผลกระทบที่เกิดขึ้น

อัครพงษ์ อ้นทอง, วิเชนเต้ รามอส, ฮาเวีย เรย์-มัดดิเอระ และมิ่งสรรพ์ ขาวสะอาด (2554) ใช้วิธี X-12-ARIMA ในการประเมินช่วงเวลาการเกิดผลกระทบจากเหตุการณ์วิกฤตพบว่า วิกฤตการณ์ทั้ง 9 เหตุการณ์ส่งผลกระทบต่อนักท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ไม่เหมือนกันเช่น การแพร่ระบาดของโรคและภัยพิบัติมีผลกระทบนานที่สุดคือ 3-4 เดือน การก่อการร้าย 9-11 ส่งผลกระทบ 2 เดือน เช่นเดียวกับการปฏิวัติและการปิดสนามบิน เป็นต้น ส่วนตลาดที่ได้รับผลกระทบนานที่สุดคือ ตลาดเอเชียตะวันออกและตะวันออกกลาง โดยมีตลาดแอฟริกาที่เกิดผลกระทบสั้นที่สุด

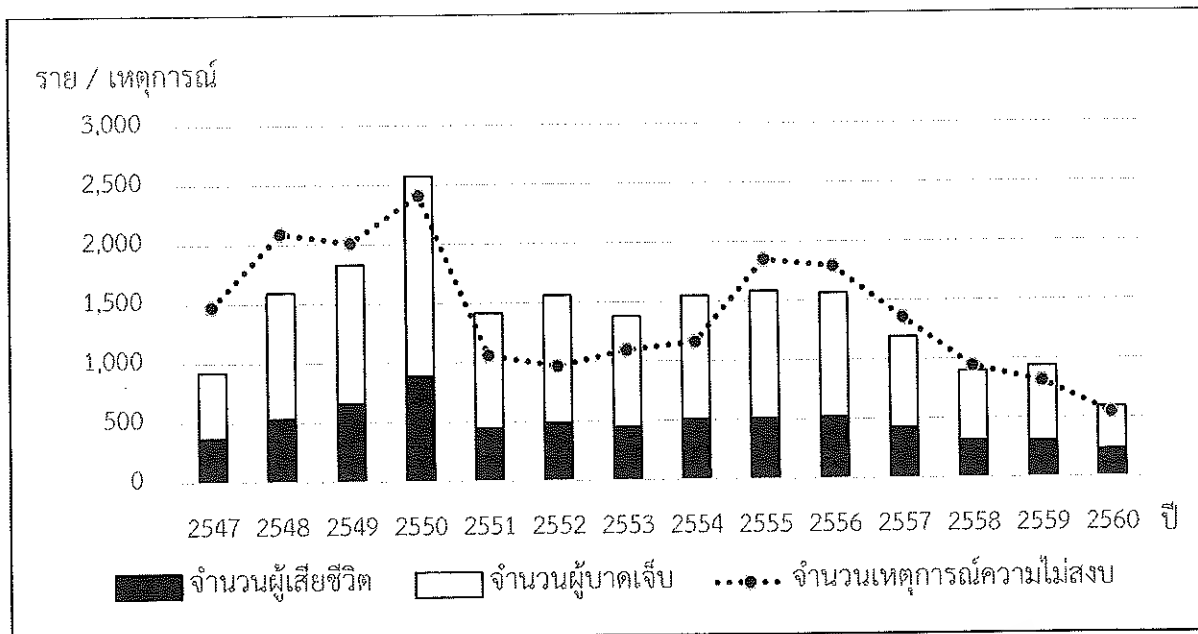
ในขณะที่ Rati Wongsathan (2018) แบ่งการประมาณแบบจำลองออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกใช้ข้อมูลระหว่างปี 2000-2008 ในการประมาณการแบบจำลอง SARIMA แล้วใช้แบบจำลองที่ได้เพื่อประมาณค่าสำหรับข้อมูลระหว่างปี 2009-2014 โดยใช้ค่าความคาดเคลื่อนที่ได้จากแบบจำลองนี้ในการระบุลักษณะฟังก์ชันของเหตุการณ์ต่างๆ ที่ส่งกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยว ในส่วนที่สองนั้นอาศัยลักษณะฟังก์ชันของเหตุการณ์ต่างๆ ที่ได้จากการประมาณค่าแบบจำลองส่วนแรก มาใช้ประมาณค่าสัมประสิทธิ์ของแบบจำลอง SARIMA with intervention โดยอาศัยผลรวมของค่าความคาดเคลื่อนยกกำลังสอง (Sum square error: SSE) และค่า Akaike Information Criteria (AIC) ในการคัดเลือกแบบจำลองที่เหมาะสม

2.4.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ความไม่สงบในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้

ปัญหาความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ มีมาอย่างยาวนาน นับตั้งแต่สมัยต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ที่อาณาจักรปัตตานีถูกผนวกเข้าเป็นส่วนหนึ่งของราชอาณาจักรสยาม หลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองใน พ.ศ. 2475 เหตุการณ์ความไม่สงบยังคงปะทุขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนกระทั่งใน พ.ศ. 2524 รัฐบาลพลเอกเปรม ติณสูลานนท์ ได้จัดตั้งศูนย์ดำเนินการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) และกองบัญชาการผสมพลเรือน ตำรวจ ทหารที่ 43 (พตท.43) ทำให้เหตุการณ์ความไม่สงบลดลงจนคืนกลับสภาวะปกติ (วัชรารภรณ์ จุ้ยลำเพ็ญ, 2558)

เหตุการณ์บุกโจมตีและปล้นปืนที่กองพันทหารพัฒนาที่ 4 ค่ายกรมหลวงนราธิวาสราชนครินทร์ อำเภोजะเอย์ จังหวัดนราธิวาส เมื่อวันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2547 นับเป็นจุดเริ่มต้นของการใช้ความรุนแรงระลอกใหม่ ในปีเดียวกันนี้ยังเกิดเหตุการณ์ที่สำคัญอีก 2 เหตุการณ์ ซึ่งมีผู้เสียชีวิตเป็นจำนวนมาก คือ 1) การปิดล้อมและจับกุมผู้ก่อความไม่สงบในมัสยิดกรือเซะ จังหวัดปัตตานี ในเหตุการณ์นี้มีผู้เสียชีวิตรวม 32 ราย (คณะกรรมการอิสระไต่สวนข้อเท็จจริงกรณีเหตุการณ์มัสยิดกรือเซะ, 2547) และ 2) การสลายการชุมนุมประท้วงที่หน้าสถานีตำรวจภูธร อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส ในเหตุการณ์นี้มีผู้เสียชีวิต ๗ ที่เกิดเหตุการณ์ 7 คน มีผู้ประท้วงถูกควบคุมตัว 1,370 คน ในจำนวนนี้มีผู้ประท้วงที่เสียชีวิตระหว่างการควบคุมตัวอีก 78 คน (คณะกรรมการอิสระสอบข้อเท็จจริงกรณีผู้เสียชีวิตในเหตุการณ์อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส, 2547) นอกจากนี้ ยังเกิดเหตุการณ์การความไม่สงบเป็นรายวันอย่างต่อเนื่อง เพราะระงับยับยั้งความไม่สงบที่เกิดขึ้น รัฐบาลในสมัยนั้น จึงตั้งหน่วยงานเฉพาะกิจเพื่อแก้ไขปัญหาขึ้นหลายหน่วยงาน เช่น กองอำนวยการเสริมสร้างสันติสุขจังหวัดชายแดนภาคใต้ (กสชต.) คณะกรรมการบูรณาการแก้ไขปัญหาจังหวัดชายแดนภาคใต้ เป็นต้น ตลอดจนการประกาศกฎอัยการศึกในพื้นที่ 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ และการส่งกำลังพลเข้าไปควบคุมความไม่สงบในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง (วัชรารภรณ์ จุ้ยลำเพ็ญ, 2558)

ถึงแม้รัฐบาลได้ส่งกำลังพลเข้าไปควบคุมเหตุการณ์ในพื้นที่เป็นจำนวนมาก อีกทั้งยังได้จัดสรรงบประมาณลงในพื้นที่เพื่อแก้ไขปัญหา แต่จำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบกลับเพิ่มสูงขึ้นมากในช่วงปี 2547-2550 จากสถิติของกองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 4 (สำนักข่าว ไอ.เอ็น.เอ็น., 2561) แสดงให้เห็นว่า จำนวนเหตุการณ์เพิ่มขึ้นจาก 1,474 เหตุการณ์ในปี 2547 ไปเป็นกว่า 2,409 เหตุการณ์ในปี 2550 จำนวนผู้เสียชีวิตและได้รับบาดเจ็บก็เพิ่มขึ้นเช่นเดียวกับจำนวนเหตุการณ์ที่เพิ่มขึ้น ในปี 2547 มีจำนวนผู้เสียชีวิตและได้รับบาดเจ็บ 373 และ 553 รายตามลำดับ ขณะที่ปี 2550 ผู้เสียชีวิตและผู้ได้รับบาดเจ็บมีจำนวนมากถึง 892 และ 1,681 รายตามลำดับ ดังแสดงในรูปที่ 2.9



รูปที่ 2.9 แผนภาพแสดงจำนวนผู้เสียชีวิต จำนวนผู้บาดเจ็บ และจำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ ระหว่าง พ.ศ. 2547-2560

ที่มา : กองอำนวยการรักษาความมั่นคงภายในภาค 4

ในปี 2551 จำนวนเหตุการณ์ลดลงอย่างเห็นได้ชัด เหลือเพียง 1,063 เหตุการณ์ เหตุการณ์ความไม่สงบกลับเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้งในปี 2555 จาก 1,161 เหตุการณ์ในปี 2554 เป็น 1,852 เหตุการณ์ในปี 2555 อย่างไรก็ตามหลังปี 2556 ถึงปัจจุบัน จำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบ มีแนวโน้มลดลงอย่างเห็นได้ชัด จาก 1,793 เหตุการณ์ในปี 2556 จนเหลือเพียง 545 เหตุการณ์ในปี 2560 ในขณะที่จำนวนผู้บาดเจ็บและผู้เสียชีวิต มีแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเช่นเดียวกับจำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบ

จากการศึกษาของศูนย์เฝ้าระวังสถานการณ์ภาคใต้ สถาบันวิจัยความขัดแย้งและความหลากหลายทางวัฒนธรรมภาคใต้ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี (ศรีสมภพ, 2560) พบว่า จำนวนเหตุการณ์ความไม่สงบที่มากที่สุดกว่าร้อยละ 40.19 ของจำนวนเหตุการณ์ทั้งหมดในช่วงปี 2547 - 2559 คือ การยิงลำดับรองลงมา คือ การโจมตีด้วยระเบิด ร้อยละ 16.24 จังหวัดนราธิวาสเป็นจังหวัดที่มีเหตุการณ์ความไม่สงบมากที่สุด คือ 6,959 เหตุการณ์ (ร้อยละ 36) รองลงมาคือจังหวัดปัตตานีมี 6,279 เหตุการณ์ (ร้อยละ 33) ในขณะที่จังหวัดยะลา มี 5,357 เหตุการณ์ (ร้อยละ 28) ส่วนที่จังหวัดสงขลามี 683 เหตุการณ์ (ร้อยละ 3) เหตุการณ์แม่เกิดกระจายไปทั่วทุกพื้นที่ภายในจังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส และพื้นที่บางส่วนของจังหวัดสงขลา แต่พบว่า เหตุการณ์ความไม่สงบเกิดขึ้นกระจุกในบางอำเภอ ได้แก่ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา อำเภอรวยแงะ จังหวัดนราธิวาส อำเภอรามัน จังหวัดยะลา อำเภอรือเสาะ จังหวัดนราธิวาส อำเภอบันสตา จังหวัดยะลา และอำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี

การก่อเหตุความไม่สงบเกิดขึ้นจากหลายสาเหตุด้วยกัน ประทับจิต นีละไพจิตร (2560) พบว่า ความรู้สึกไม่ได้รับความยุติธรรม การเลือกปฏิบัติทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยอคติทางชาติพันธุ์ของเจ้าหน้าที่รัฐ และการละเมิดสิทธิมนุษยชนที่ปราศจากการรับผิดชอบใดๆ โดยเจ้าหน้าที่รัฐ สอดคล้องกับ บุญเอื้อ บุญฤทธิ์ (2556) ที่พบว่า สาเหตุการก่อความไม่สงบ เกิดจากการขาดการเหลียวแล การเลือกปฏิบัติ และการไม่ได้รับความยุติธรรม อັตลักษณ์ของคนในพื้นที่ที่ถูกเน้นให้เห็นความแตกต่างระหว่างรัฐสยามและรัฐปัตตานี นโยบายและการปฏิบัติของเจ้าหน้าที่ที่คนในพื้นที่ส่งผ่านความเห็นไปยังผู้นำทางศาสนาว่า ชัดต่อวิถีชีวิตตามหลักศาสนาที่คนในพื้นที่นับถือ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง นโยบายชาตินิยม มาลानำไทย ในช่วงทศวรรษที่ 2480 ทั้ง พระราชบัญญัติบำรุงวัฒนธรรมแห่งชาติ พ.ศ. 2485 พระราชกำหนดวัฒนธรรมซึ่งประชาชนชาวไทย ต้องปฏิบัติตาม พ.ศ. 2484 เป็นต้น พฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของเจ้าหน้าที่รัฐ เนื่องจากเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ปฏิบัติในพื้นที่บางคนยังไม่เข้าใจวิถีชีวิตของคนมุสลิมตลอดจนวัฒนธรรมท้องถิ่น จึงเลือกปฏิบัติ กลั่นแกล้ง ข่มขู่คุกคาม ไม่ให้ความยุติธรรม ใช้ความรุนแรงเกินขอบเขต ไม่ซื่อสัตย์ คดโกง ใช้อำนาจแสวงหาผลประโยชน์ โดยตั้งตนเป็นผู้มีอิทธิพล เรียกเก็บส่วยจากรุกรกิจผิดกฎหมาย สร้างสถานการณ์อึมครำผู้บริหารสุทธิ ตลอดจนไม่เป็นแบบอย่างที่ดีของความเป็นไทย

เหตุการณ์ความไม่สงบส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผู้ประกอบการในพื้นที่จำเป็นต้องปรับตัวเพื่อที่จะอยู่รอดได้ ปาริฉัตร ตู่ดำ และคณะ (2560) ศึกษาสถานการณ์ กลยุทธ์และการปรับตัวของผู้ประกอบการธุรกิจที่พักในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการธุรกิจที่พักที่จดทะเบียนกับสำนักงานปกครองจังหวัดปัตตานี นราธิวาส และยะลา ผลการศึกษาพบว่า สถานการณ์ความรุนแรงในพื้นที่เป็นเงื่อนไขสำคัญในการกำหนดลักษณะและรูปแบบการขยายตัวของธุรกิจที่พักในพื้นที่ อุปสงค์ด้านที่พักในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ไม่ได้เกิดจากอุปสงค์ด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังคงมีความต้องการที่พักจากคนในพื้นที่ สำหรับพักร่มระหว่างเดินทางทำธุระภายในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีความต้องการห้องพักราคาถูกลงมากขึ้น ทำให้ธุรกิจที่พักขนาดเล็กเกิดการขยายตัวอย่างเห็นได้ชัดในทุกจังหวัด ส่วนธุรกิจโรงแรมที่พักขนาดใหญ่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ความรุนแรง รายได้จากห้องพักลดลง แต่มีรายได้จากการให้เช่าห้องประชุมสัมมนาจากหน่วยงานราชการเข้ามาทดแทน ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักจึงปรับปรุง เพิ่มจำนวนห้องประชุม เพื่อรองรับความต้องการของลูกค้ากลุ่มราชการ และเพิ่มบริการอื่นให้ครบวงจรมากขึ้น เช่น มีคาราโอเกะ สถานบันเทิง นวดแผนโบราณ ร้านอาหาร เพื่อให้โรงแรมเป็นศูนย์รวมความบันเทิงในรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มรายได้ของโรงแรม

ในกรณีการท่องเที่ยวในพื้นที่อำเภอเบตง เหตุการณ์ความไม่สงบส่งผลต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแตกต่างกัน ธนินทร์ สังขดวง และรัชชิตา สังขดวง (2559) ซึ่งได้ศึกษาถึงปฏิกิริยาของชาวเบตงและผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์ไฟใต้ การจากรรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากประชาชนภายในพื้นที่และการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียส่วนใหญ่มีความเชื่อมั่นในระบบการรักษาความปลอดภัย ต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีจำนวนน้อยมาก จำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่น้อยมากมีสาเหตุมาจากความหวาดกลัวเหตุความไม่สงบ

Prince of Songkla University
Pattani Campus