

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

ปาริชาติ ราชประดิษฐ์, ศิริเพ็ญ ดาบเพชร * และ เกษวดี พุทธภูมิพิทักษ์
คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร, มหาวิทยาลัยนเรศวร

วันที่รับบทความ 6 พฤษภาคม พ.ศ.2563

วันที่แก้ไขบทความ 22 พฤษภาคม พ.ศ.2563

วันที่ตอบรับบทความ 24 พฤษภาคม พ.ศ.2563

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวต่างประเทศเป็นกิจกรรมที่ใช้งบประมาณสูงทำให้ต้องมีการจัดสรรงบประมาณอย่างระมัดระวัง จึงเป็นที่คาดว่าที่มาของเงินที่นำมาใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศมีความสัมพันธ์กับรูปแบบพฤติกรรมในยามเดินทางท่องเที่ยว งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสิ้น 451 ราย และใช้สถิติ chi-square ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ผลการวิจัยพบว่า การมีเงินออมของบุคคลมีความสัมพันธ์กับวิธีการจัดการการเดินทาง ระยะเวลาการพำนักในประเทศไทย การเลือกที่พักและวิธีการเดินทางในประเทศ ในขณะที่แรงจูงใจในการออมมีความสัมพันธ์กับขนาดของกลุ่มผู้ร่วมเดินทาง การเลือกที่พักและวิธีการเดินทางในประเทศ ผลที่ได้จากงานวิจัยสามารถนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

คำสำคัญ: พฤติกรรมการออม, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยวต่างชาติ

The Relationship Between Saving Behavior and Tourism Behavior of Foreign Tourists in Thailand

Parichart Rachapradit, Siripen Dabphet * and Ketwadee Buddhabhumbhitak
Faculty of Business, Economics and Communications, Naresuan University

Received 6 May 2020

Received in revised 22 May 2020

Accepted 24 May 2020

Abstract

Spending a holiday overseas involves large amount of expenditure and thus requires careful budgetary planning. Sources of funds are therefore expected to affect behavior while travelling. This study aims to investigate the relation between saving behavior and tourist behavior of foreign tourists in Thailand. Quantitative study method with opinion survey is adopted by using questionnaires as data collection tools with 451 respondents. Chi-square test is employed to detect the relationship between variables. The results reveal that having voluntary saving influences trip arrangement, length of stay, and choices of accommodations and mode of local transportation. Also, saving motives affect size of travel party, as well as choices of accommodations and mode of local transportation. The research results could be used to designate marketing strategy implication for tourism industry.

Keyword: Saving Behavior, Travel Behavior, Foreign Tourists

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญในด้านของระบบเศรษฐกิจทั้งในระดับมหภาคและระดับท้องถิ่นจึงถูกนำมาใช้เป็นกลยุทธ์ในการพัฒนาเศรษฐกิจของหลายๆ ประเทศ สำหรับแนวโน้มของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นมีการเติบโตที่ดีทั้งในด้านจำนวนและรายได้จากนักท่องเที่ยว จากข้อมูลของกองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา (2562) พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ. 2561 นั้นมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ถึงร้อยละ 7.54 และมีรายได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 9.63 อันเป็นผลจากภาวะเศรษฐกิจโลกที่เริ่มฟื้นตัว และการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างก้าวกระโดดของภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะกลุ่มประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ อาทิ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน และประเทศอินเดีย ที่มีอัตราการเติบโตของเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่องในระดับที่สูงทำให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคมากยิ่งขึ้น อาจกล่าวได้ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวนั้นสามารถนำมาพัฒนาประเทศ ตลอดจนสร้างงาน สร้างความเจริญในชุมชนได้อย่างมากมาย

สำหรับประเทศไทยนั้นได้มีการพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้ การที่จะทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนและมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่องนั้น ความเข้าใจอย่างลึกซึ้งในเรื่องความต้องการ และพฤติกรรม การบริโภคของนักท่องเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากการศึกษาพฤติกรรม การบริโภคของนักท่องเที่ยวนั้นสามารถศึกษาได้ในหลายปัจจัย เช่น ลักษณะประชากรศาสตร์ รูปแบบการดำรงชีวิตและค่านิยม ซึ่งความเข้าใจดังกล่าวจะสามารถช่วยกำหนดกิจกรรมการท่องเที่ยว และการออกแบบผลิตภัณฑ์บริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความต้องการ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวต่างประเทศสำหรับนักท่องเที่ยวแล้วต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวจึงมักกำหนดงบประมาณในการท่องเที่ยว (Wang, 2014) แนวคิดหรือวิธีการในการกำหนดงบประมาณจะมีผลกระทบต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยว (Eugenio-Martin, 2003; Jang, et al., 2004) ดังเช่นที่มาของเงินที่ใช้ในการท่องเที่ยวจะมีผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยวเช่นกัน โดยเฉพาะการเก็บออมงบประมาณในการท่องเที่ยวล่วงหน้า ลักษณะการออมของบุคคลนั้นมีความเกี่ยวข้องกับปัจจัยหลายด้าน เช่น ความเชื่อ ความรู้ รายได้ อิทธิพลจากสังคม รวมทั้งวินัยส่วนบุคคล (Ismaila, et al., 2013; Xiao and Fan, 2002) นอกจากนี้ นักวิชาการหลายท่าน (Hong, Kim and Lee, 1999; Jang, Ismail and Ham, 2001; Wang, 2014; Xiao and Fan, 2002) เห็นพ้องกันว่า พฤติกรรมการออมส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอย ดังนั้นบุคคลที่มีเป้าหมายในการออมที่ชัดเจน และมีการจัดสรรเงิน

อ้อมไว้ตามวัตถุประสงค์ต่างๆ น่าจะมีพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยในยามเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างไปจากบุคคลที่ไม่มีเป้าหมายในการอ้อมอย่างชัดเจน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีพฤติกรรมการอ้อมแตกต่างกันย่อมมีพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังความเห็นของ Sonuga-Barke and Webley (1993) ที่กล่าวว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของบุคคลที่มีพฤติกรรมการอ้อมนั้นจะขึ้นอยู่กับค่าใช้จ่ายและความคุ้มค่าของสินค้าและบริการที่ได้รับ ส่งผลให้บุคคลที่มีพฤติกรรมการอ้อมแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยที่แตกต่างกัน ลักษณะดังกล่าวสามารถส่งผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น ประเทศไทยถ้าผู้ประกอบการมีความเข้าใจในพฤติกรรมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวเนื่องจากเหตุผลด้านงบประมาณจะทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่องบประมาณของนักท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสม

อย่างไรก็ตาม การศึกษาถึงความเชื่อมโยงระหว่างพฤติกรรมในการอ้อม และพฤติกรรมการท่องเที่ยวยังมีค่อนข้างจำกัด และยังสามารถที่จะค้นพบประเด็นอื่นๆ ที่น่าสนใจอันจะยังประโยชน์ให้เกิดขึ้นแก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้ (Wang, 2014) ดังนั้น การศึกษารั้งนี้ จึงมุ่งศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ้อมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งความเข้าใจในพฤติกรรมการจับจ่ายใช้สอยของบุคคลนั้นเป็นสิ่งสำคัญต่อนักนโยบายและวางแผนทางการท่องเที่ยวทั้งในระดับมหภาคและจุลภาค และจะช่วยให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงสามารถคาดการณ์ถึงลักษณะรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในมุมมองใหม่ ส่งผลให้สามารถวางแผนพัฒนาและบริการที่คุ้มค่าในการรับรู้ของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้นอีกด้วย

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการอ้อมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แรงจูงใจในการอ้อม

การอ้อมเป็นแนวทางสำคัญทางหนึ่งที่จะทำให้ครอบครัวมีความมั่นคงทางการเงิน (Kumarasinghe and Munasinghe, 2016) แต่พฤติกรรมการอ้อมของแต่ละบุคคลหรือครอบครัวนั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ โดยเฉพาะวัฒนธรรมส่วนบุคคล การศึกษาถึงแรงจูงใจในการอ้อมเป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจจากนักวิชาการเป็นอย่างมาก โดยมีการศึกษาของ Keynes (1936) เป็นต้นแบบที่อธิบายถึงลักษณะของแรงจูงใจในการอ้อม โดยกล่าวว่า แต่ละบุคคล

มีแรงจูงใจในการออมที่แตกต่างกัน และได้สรุปแรงจูงใจในการออมออกเป็น 8 เหตุผลด้วยกัน ได้แก่ (1) การออมเพื่อฉุกเฉิน (Precautionary) สำหรับเหตุการณ์ไม่คาดฝันในอนาคต (2) การออมสำหรับการคาดการณ์ล่วงหน้า (Foresight) สำหรับความต้องการใช้ในอนาคต (3) การออมเนื่องจากการคำนวณ (Calculation) เพื่อให้ได้รับดอกเบี้ย (4) การออมเพื่อการปรับปรุง (Improvement) เพื่อปรับปรุงมาตรฐานการครองชีพให้ดีขึ้น (5) การออมเพื่อความเป็นอิสระ (Independence) เพื่อให้สามารถกระทำการที่ต้องการโดยอิสระ (6) การออมเพื่อการลงทุน (Enterprise) เพื่อให้สามารถลงทุนได้เมื่อต้องการ (7) การออมเพื่อเป็นมรดก (Bequest) เพื่อเป็นมรดกตกทอดให้ทายาท และ (8) การออมเพื่อสะสมความร่ำรวย (Avarice or Pure Miserliness) หรือการออมเพราะความโลภ Browning and Lusardi (1996) ได้เพิ่มเติมเหตุผลในการออมต่อจาก Keynes (1936) ได้แก่ การออมเพื่อซื้อสิ่งของราคาแพง (Down Payment) เช่น บ้าน หรือรถยนต์

นอกจากนี้ ทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิต (The Life-Cycle Model of Consumption and Saving) ได้กล่าวถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายของบุคคลโดยเห็นว่า ปริมาณการใช้จ่ายเพื่อบริโภคของบุคคลในช่วงเวลาใดเวลาหนึ่งจะขึ้นอยู่กับราคาคะเนของรายได้ในช่วงอายุของตน โดยบุคคลมีความปรารถนาที่จะรักษามาตรฐานการครองชีพไว้ให้อยู่ในระดับเดิมตลอดช่วงชีวิตแม้เมื่อเลิกทำงานและไม่มีรายได้แล้วก็ตาม (Ando and Modigliani, 1963; Modigliani, 1986; Modigliani and Brumberg, 1954) ซึ่ง Feldstein (1974, 1995) ได้ใช้ทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิตในการศึกษาผลกระทบของประกันสังคมที่มีต่อการออมโดยสมัครใจในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีแนวคิดที่ว่าประกันสังคมจะให้รายได้หลังเกษียณและจะทำให้ลดแรงจูงใจในการออมภาคสมัครใจ ผลการศึกษายืนยันแนวคิดดังกล่าว และยังมีผลเชิงประจักษ์ที่สอดคล้องกันในประเทศอื่นๆ ด้วย เช่น จากการศึกษาของ Feldstein (1980) และ Attanasio and Rohwedder (2003) อย่างไรก็ตาม มีงานวิจัยเชิงประจักษ์ (เช่น Feldstein, 1974; Katona, 1964) ที่ให้ผลขัดแย้งกัน โดยพบว่าบุคคลที่มีกองทุนบำเหน็จบำนาญไม่ได้ออมน้อยลง หรืออาจออมมากขึ้นเมื่อเทียบกับผู้ไม่มีกองทุนบำเหน็จบำนาญ ซึ่งอาจอธิบายได้ด้วยเหตุผลว่าการเป็นสมาชิกกองทุนบำเหน็จบำนาญทำให้เกิดความตระหนักถึงความสำคัญของการออมเพื่อเกษียณ ดังนั้น ทฤษฎีการบริโภคในวัฏจักรชีวิตนี้จึงเชื่อว่าการออมเพื่อการเกษียณเป็นแรงจูงใจหลักสำหรับบุคคล

สำหรับการออมเพื่อการท่องเที่ยวต่างประเทศนั้น เป็นอีกแรงจูงใจหนึ่งที่สำคัญที่ทำให้บุคคลมีการออม การศึกษาของ Harris, Loundes and Webster (2002) พบว่า การออมเพื่อการท่องเที่ยว และเมื่อเวลาที่ขาดแคลนเป็นแรงจูงใจหลักในการออมของคนในประเทศออสเตรเลีย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Canova, Rattazz and Webley (2005) ที่ศึกษาถึงการจัดอันดับความสำคัญก่อนหลังของวัตถุประสงค์ในการออมของชาวอังกฤษ ผลการศึกษาพบว่า ชาวอังกฤษ

จะออมเพื่อการพักผ่อนท่องเที่ยวเป็นลำดับต้นๆ และงานวิจัยของ Zanin (2017) พบว่า ในประเทศอิตาลี การออมเพื่อการท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจที่มีความสำคัญในอันดับแรกๆ อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน (Fredman, 2008; Wang, 2014) พบว่า ผู้ที่มีการออมเพื่อการท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวที่แตกต่างไปจากผู้ที่ไม่มีการออมเพื่อการท่องเที่ยว ดังนั้น ในการศึกษาพฤติกรรมการออมของนักท่องเที่ยวจะทำให้เข้าใจในพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

พฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว

ในการศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว ประเด็นหนึ่งที่เป็นที่มักเป็นที่สนใจของนักวิชาการคือ การศึกษาถึงสาเหตุการใช้จ่ายใช้สอยของบุคคลเกี่ยวกับสินค้าทางการท่องเที่ยว และการตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าว ซึ่งหมายถึงการศึกษาเกี่ยวกับแรงจูงใจ ประเภทของนักท่องเที่ยว กระบวนการตัดสินใจ และการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว (Hudson, 1999; Schiffman and Kanuk, 2007) ทั้งนี้ ในการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวนั้นมักเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัยด้วยกัน เช่น แรงจูงใจภายในและภายนอก ปัจจัยที่มีอิทธิพลในการซื้อสินค้าและบริการ Wang (2014) ได้แบ่งแรงจูงใจในการเดินทางออกเป็น 3 ด้านด้วยกัน ได้แก่ แรงจูงใจทางจิตวิทยา แรงจูงใจทางวัฒนธรรม และแรงจูงใจทางเศรษฐกิจ แรงจูงใจดังกล่าวมักได้รับผลกระทบจากปัจจัยภายนอกต่างๆ เช่น สังคม เศรษฐกิจ และการเมือง สำหรับในปัจจัยด้านเศรษฐกิจนั้นมีความเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยงบประมาณหลักในการใช้จ่ายใช้สอยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยววัยผู้ใหญ่มาจากรายได้หลังจากหักภาษี (Disposable Income) (Wang, 2014) ในขณะที่งบประมาณที่นำมาใช้ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนจะมาจากการเก็บออมเงินจากการกู้ยืมเพื่อการศึกษา ผู้ปกครอง และแม้กระทั่งจากคนรัก (Carr, 2005) ดังนั้น ความเข้าใจในรูปแบบการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว เช่น วิธีการซื้อสินค้าทางการท่องเที่ยว กระบวนการซื้อ-วิธีการจ่ายเงิน สื่อกลางทางการเงิน (Usage of Different Intermediaries) จะช่วยให้เข้าใจถึงกระบวนการเก็บออมเงินเพื่อการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจนขึ้น (Lawson, et al., 1999)

องค์การการท่องเที่ยวโลก (1994, p. 85) ได้ให้นิยามของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว (Tourism Expenditure) ไว้ดังนี้ “ค่าใช้จ่ายการบริโภคทั้งหมดที่นักท่องเที่ยวได้ใช้ไปในระหว่างการเดินทางและในขณะที่อยู่ในจุดหมายปลายทาง” ซึ่งค่าใช้จ่ายในสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นแต่ละประเภท นอกจากจะช่วยให้เข้าใจถึงขนาดของตลาดในทางเศรษฐศาสตร์ได้มากขึ้นแล้ว ยังช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวด้วย Wang (2014) แสดงความเห็นว่าการตั้งงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยหลักในการกำหนดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Eugenio-Martin (2003)

ที่กล่าวว่า การตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวมักจะขึ้นอยู่กับงบประมาณที่มีและมักจะต้องมีการวางแผนก่อน Jang และคณะ (2004) อธิบายเพิ่มเติมว่า การวางแผนการท่องเที่ยวมักจะเป็นการวางแผนเกี่ยวกับรูปแบบค่าใช้จ่าย (Expenditure Pattern) ที่เกิดขึ้นในแต่ละทริป ซึ่งก็คือการจัดสรรค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว และโดยทั่วไปนั้นค่าใช้จ่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าอาหารและเครื่องดื่ม ค่ากิจกรรมการท่องเที่ยว และสินค้าและของที่ระลึก (Kim and Jogaratnam, 2003; Swanson and Horridge, 2006) ซึ่งจากการศึกษาของนักวิชาการหลายท่าน (Cai, 1998; Kincade and Wooddard, 2001) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ได้แก่ รายได้ เชื้อชาติ ระดับการศึกษา สถานะการจ้างงาน จำนวนบุตร อายุ และสถานะการสมรส

ในการแบ่งประเภทค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวสามารถทำได้หลายวิธีทั้งในส่วนของการซื้อสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยว รวมถึงการซื้อสินค้าเล็กๆ น้อยๆ เพื่อการใช้งานส่วนตัว ของที่ระลึกและของขวัญสำหรับครอบครัวและเพื่อน องค์การท่องเที่ยวโลก (1994) ได้จำแนกประเภทค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวโดยแบ่งเป็นค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นก่อน ระหว่าง และหลังการท่องเที่ยว ได้แก่ ค่าใช้จ่ายที่ต้องเตรียมก่อนเดินทาง ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นระหว่างเดินทาง และขณะที่อยู่ที่แหล่งท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นหลังจากกลับจากการท่องเที่ยว จากข้อมูลข้างต้นสามารถสรุปได้ว่า สินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวต้องใช้จ่ายออกเป็นแพคเกจทัวร์ ที่พัก อาหาร-เครื่องดื่ม ค่าเดินทาง ค่าทำกิจกรรมและนันทนาการ และการซื้อของต่างๆ Lawson และคณะ (1999) แสดงความเห็นเพิ่มเติมว่า ประเภทของค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับประเภทของนักท่องเที่ยว จากการศึกษาพบว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีพฤติกรรมในการใช้จ่ายใช้สอยที่แตกต่างกันทั้งในเรื่องของกิจกรรมการท่องเที่ยว การเลือกที่พักและการคมนาคม การหาข้อมูล การจองและวิธีการจ่ายเงิน เช่นเดียวกับความเห็นของ Grigolon, Kemperman and Timmermans (2012) ที่ศึกษานักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนและพบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความระมัดระวังในเรื่องของราคา ซึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนคือ ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง สอดคล้องกับการศึกษาของ Swarbrooke and Horner (2001) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มเยาวชนมักจะเลือกพักกับเพื่อนหรือญาติ เพื่อประหยัดงบประมาณ แต่จะใช้เงินส่วนใหญ่ไปกับค่าอาหาร-เครื่องดื่ม การซื้อของ และกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ แต่อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะไม่ค่อยซื้อของที่ระลึก และไม่ทำกิจกรรมที่ต้องซื้อบัตรผ่านประตู และการซื้อทัวร์ไปยังที่ต่างๆ (Lim, et al., 2015) Peerapatdit (2004) อธิบายเพิ่มเติมว่า วัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการใช้จ่ายด้วยเช่นกัน เช่น นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยือนเพื่อนหรือญาตินั้นมักมีค่าใช้จ่ายในด้านที่พักน้อยหรือไม่มีเลย เนื่องจากจะอาศัยอยู่กับเพื่อนหรือญาติ นอกจากนี้การศึกษาของ Hsieh,

Lang and O’Leary (1997) ยังพบว่า ความแตกต่างในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมทริป จากข้อมูลข้างต้นสรุปได้ว่าปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวมี 2 ประเภท ได้แก่ ปัจจัยทางประชากรศาสตร์ เช่น ประเทศต้นทางของนักท่องเที่ยว ระดับการศึกษา อาชีพ เพศ อายุ และสถานการณ์สมรส (Becken and Gnoth, 2004; Legohérel, 1998; Pizam and Sussmann, 1995) ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการกับเดินทาง ได้แก่ ขนาดของผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาในการพำนักรัก วัตถุประสงค์ในการเดินทาง/แรงจูงใจในการเดินทาง ประสบการณ์ก่อนหน้า และพาหนะที่เดินทาง (Becken and Gnoth, 2004; Jang, Ismail and Ham, 2001; Legohérel, 1998; Mok and Iverson, 2000)

ทั้งนี้ นักวิชาการหลายท่าน (Lehto, O’Leary and Morrison, 2002; Mayo and Jarvis, 1981; Um and Crompton, 1990) เห็นว่า การศึกษารูปแบบการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวไม่สามารถศึกษาเพียงแค่ปัจจัย 2 ประเภทดังกล่าว เนื่องจากบุคคลที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ และมีสภาพเศรษฐกิจที่เหมือนกันยังเลือกแหล่งท่องเที่ยวและมีการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ซึ่งความเข้าใจในปัจจัยทางจิตวิทยาอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น เหตุผลการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว การเลือกวิธีการเดินทาง ตลอดจนความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมทางการท่องเที่ยวต่างๆ และพฤติกรรมการออมจะทำให้นักการตลาดการท่องเที่ยวเข้าใจถึงการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยวได้ชัดเจนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวยังมีอยู่จำกัด มีเพียงงานของ Wang (2014) ซึ่งนำแนวคิดของ Hofstede (1993) มาใช้ในการสำรวจความแตกต่างของการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวต่างประเทศในประเทศที่มีลักษณะการออมที่แตกต่างกัน โดยกำหนดให้ประเทศในเอเชียเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับอนาคตในระยะยาว และมีระดับการออมที่สูง ส่วนกลุ่มประเทศยุโรปและอเมริกาเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับอนาคตระยะสั้น และมุ่งการออมสำหรับระยะสั้น ผลการศึกษาพบว่า ในกลุ่มประเทศที่ให้ความสำคัญกับอนาคตระยะสั้น การท่องเที่ยวต่างประเทศจะเพิ่มขึ้นเมื่อรายได้ประชาชาติต่อหัวเพิ่มขึ้น ในขณะที่ในกลุ่มประเทศที่ให้ความสำคัญกับอนาคตระยะยาว ระดับการออมจะเพิ่มขึ้นหากรายได้ประชาชาติต่อหัวเพิ่มขึ้น นอกจากนี้พฤติกรรมการออมยังส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของบุคคลระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เนื่องจากรายได้ของบุคคลส่งผลต่องบประมาณในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน จึงทำให้บุคคลมีพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยที่แตกต่างกัน (Fredman, 2008; Nicolau and Más, 2005; Wang, et al., 2006) ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้ได้ประยุกต์ใช้ปัจจัยด้านการออมในการศึกษารูปแบบการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ และการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้ใช้สูตรการหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างแบบทราบจำนวนประชากร ซึ่งในปี 2561 มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมายังประเทศไทยจำนวน 21,699,898 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2561) กำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% โดยคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) ได้ผลลัพธ์ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคือ 400 ราย และเพื่อป้องกันความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถามได้เก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างจำนวน 451 คน มีลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีอายุอย่างน้อย 20 ปีบริบูรณ์ เนื่องจากถือว่าบรรลุนิติภาวะและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการการเงินของตนได้

ในการเก็บข้อมูลนั้นได้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ระบุไว้แล้วข้างต้น พื้นที่ในการเก็บข้อมูลคือ จังหวัดกรุงเทพมหานคร (100 ราย) จังหวัดสุโขทัย (100 ราย) จังหวัดชลบุรี (100 ราย) และจังหวัดเชียงใหม่ (151 ราย) เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีนักท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก การแจกแบบสอบถามทำในสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของแต่ละจังหวัด ได้แก่ วัดและทะเล แบบสอบถามเป็นลักษณะปลายปิดที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามกรอกคำตอบเอง (self-administered questionnaire) ช่วงระยะเวลาของการเก็บข้อมูลได้แก่ เดือนสิงหาคม ถึงกันยายน พ.ศ. 2561

สำหรับตัวแปรที่ศึกษานั้น ตัวแปรต้น ได้แก่ พฤติกรรมการออม ส่วนตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการท่องเที่ยว สำหรับพฤติกรรมการออมนั้นมุ่งประเด็นไปที่กลุ่มตัวอย่างที่มีการระบุว่ามีการออมภาคสมัครใจ (Voluntary Saving) ซึ่งเป็นการออมเพิ่มเติมจากการออมภาคบังคับ (Compulsory Saving) เนื่องจากการออมที่สามารถนำเงินออกมาใช้ได้เมื่อต้องการ ในขณะที่การออมภาคบังคับ เช่น ประกันสังคม หรือกองทุนบำนาญ (Pension Funds) ผู้ออมจะได้รับเงินเมื่อครบกำหนด เช่น เกษียณอายุจากการทำงาน เท่านั้น ส่วนพฤติกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ จำนวนผู้ร่วมเดินทาง ระยะเวลาการพำนักรในประเทศไทย ระยะเวลาการวางแผนการท่องเที่ยว ประเภทของที่พัก วิธีการเดินทางในประเทศ และการจัดการการท่องเที่ยว ในการเก็บแบบสอบถามมิได้มีการกำหนดสัดส่วนจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามระหว่างผู้มีและไม่มีเงินออมภาคสมัครใจ แต่ผลการเก็บแบบสอบถามพบว่าในกลุ่มตัวอย่างมีผู้มีเงินออมภาคสมัครใจจำนวน 202 ราย

การวิเคราะห์ข้อมูลได้ใช้การวิเคราะห์ทางสถิติ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ และสถิติเชิงพรรณนาในการอธิบายลักษณะประชากรศาสตร์ และพฤติกรรมการท่องเที่ยว และทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามด้วยการทดสอบไคสแควร์ ซึ่งเป็นสถิติแบบ Non

Parametric ซึ่งเป็นสถิติที่ไม่คำนึงถึงลักษณะการแจกแจงของประชากร เพื่ออธิบายพฤติกรรมการออม และพฤติกรรมการใช้จ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว

ผลการศึกษา

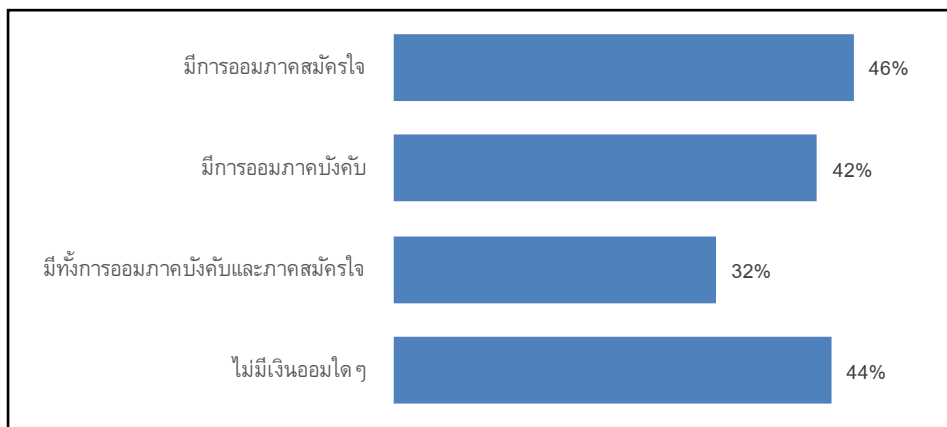
จากการเก็บข้อมูล มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 451 คน โดยมีเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และส่วนใหญ่เป็นสถานะโสด การศึกษาขั้นต่ำคือ ระดับปริญญาตรี ถึงร้อยละ 71.5 อายุเฉลี่ยผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ที่ 33 ปี ซึ่งถือเป็นผู้ใหญ่เต็มตัว (Full Adult) ร้อยละ 74.4 มีงานทำแล้ว โดยกลุ่มตัวอย่างมาจาก 31 ประเทศ กว่าครึ่งหนึ่งของผู้ตอบแบบสอบถามมาจากประเทศในเอเชีย (ร้อยละ 61.8) ซึ่งในจำนวนนี้มีมาจากประเทศจีน 241 ราย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 53.4 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่าง รองลงมาคือ ร้อยละ 27.9 มาจากยุโรป สถิติเชิงพรรณนาอื่น ๆ ของกลุ่มตัวอย่างถูกแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 สถิติเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่าง (N=451)

ลักษณะประชากรศาสตร์	สัดส่วน	ลักษณะประชากรศาสตร์	สัดส่วน	ลักษณะประชากรศาสตร์	สัดส่วน
เพศ		ระดับการศึกษา		ประเทศ	
ชาย	43.6%	ต่ำกว่าปริญญาตรี	28.5%	เอเชีย	61.8%
หญิง	56.4%	ปริญญาตรี	54.0%	ยุโรป	27.9%
สถานะ		สูงกว่าปริญญาตรี	17.5%	อเมริกาเหนือ	7.5%
โสด	51.8%	อาชีพ		ออสเตรเลีย	1.8%
แต่งงาน	37.1%	ทำงาน	74.4%	อเมริกาใต้	0.7%
คู่รัก	11.2%	ว่างงาน	9.3%		
อายุเฉลี่ย	32.55 ปี	เกษียณ	3.5%		
		นักเรียน	12.8%		

พฤติกรรมการออมของนักท่องเที่ยว

ภาพประกอบ 1 แสดงสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามแยกตามประเภทการออม ซึ่งเป็นข้อคำถามที่เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ โดยการออมภาคบังคับ (Compulsory Saving) ได้แก่ การออมเพื่อเกษียณที่จัดให้โดยภาครัฐ หรือนายจ้างภาคเอกชน ซึ่งในที่นี้รวมถึงประกันสังคม ส่วนการออมด้วยตนเองหรือการออมภาคสมัครใจ (Voluntary Saving) ได้แก่ การออมโดยผู้ตอบแบบสอบถามเองด้วยวิธีที่ตนพอใจ จากการศึกษาถึงพฤติกรรมการออมของนักท่องเที่ยวในภาพรวม พบว่า นักท่องเที่ยวจำนวน 46% มีการออมเงินภาคสมัครใจ และนักท่องเที่ยว จำนวน 42% เป็นสมาชิกในการออมภาคบังคับอย่างน้อย 1 โปรแกรม ซึ่งเป็นของภาครัฐหรือเอกชน 44% ของนักท่องเที่ยวไม่มีการออมแบบใด ๆ ทั้งสิ้น และ 32% ของนักท่องเที่ยวมีทั้งการออมภาคบังคับ และการออมด้วยตนเอง



ภาพประกอบ 1 พฤติกรรมการออมของกลุ่มตัวอย่าง

ตาราง 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามแบ่งตามพฤติกรรมการออม (N=451)

	การออมภาคสมัครใจ	
	มี	ไม่มี
อายุ		
ไม่เกิน 30 ปี	46%	71%
31-60 ปี	51%	28%
มากกว่า 60 ปี	3%	1%
เพศ		
ชาย	46%	42%
หญิง	54%	58%
สถานะ		
โสด	43%	60%
สมรส	41%	32%
คู่รัก	16%	8%
ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	31%	26%
ปริญญาตรีหรือสูงกว่า	69%	74%

ตาราง 2 แสดงลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีและไม่มี การออมภาคสมัครใจ ซึ่งจากตารางสามารถระบุได้ว่ากลุ่มผู้ไม่มีการออมภาคสมัครใจเป็นกลุ่มที่ส่วนใหญ่อยู่ในวัยไม่เกิน 30 ปี และสถานภาพโสด

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว

ในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว กลุ่มตัวอย่างถูกแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่มี และกลุ่มที่ไม่มีการออมเงินภาคสมัครใจ ผลการวิเคราะห์ไคสแควร์ถูกแสดงในตาราง 3

ตาราง 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว

	ทั้งหมด	การอมภาคสมัครใจ		Chi-square
		มี	ไม่มี	
Panel 1 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง (Travel party) (N=434)				
ไม่มี	90 (20.7%)	45 (22.3%)	45 (19.4%)	10.946
1 คน	139 (32.0%)	55 (27.2%)	84 (36.2%)	
2 คน	205 (47.2%)	102 (50.5%)	103 (44.4%)	
Panel 2 ระยะเวลาพำนักในประเทศไทย (Length of stay in Thailand) (N=435)				
ไม่เกิน 5 วัน	77 (17.7%)	29 (14.3%)	48 (20.7%)	12.707**
6-10 วัน	208 (47.8%)	90 (44.3%)	118 (50.9%)	
11-15 วัน	57 (13.1%)	26 (12.8%)	31 (13.4%)	
นานกว่า 15 วัน	93 (21.4%)	58 (28.6%)	35 (15.1%)	
Panel 3 ระยะเวลาการวางแผนการเดินทาง (Planning period) (N=439)				
ไม่เกิน 1 เดือน	242 (55.1%)	106 (52.5%)	136 (57.4%)	6.688
1-3 เดือน	111 (25.3%)	57 (28.2%)	54 (22.8%)	
นานกว่า 3 เดือน	86 (19.6%)	39 (19.3%)	47 (19.8%)	
Panel 4 ประเภทของที่พัก (Types of accommodation) – ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (N=437)				
โรงแรม (Hotel)	258 (59.0%)	116 (56.9%)	142 (60.9%)	0.749
โฮสเทล (Hostel)	82 (18.8%)	28 (13.7%)	54 (23.2%)	6.373*
เกสต์เฮาส์ (Guesthouse)	81 (18.5%)	48 (23.5%)	33 (14.2%)	6.319*
รีสอร์ท (Resort)	39 (8.9%)	27 (13.2%)	12 (5.2%)	8.748**
บ้านเช่า (Rental house)	21 (4.8%)	8 (3.9%)	13 (5.6%)	0.653
อื่นๆ (Others)	15 (3.4%)	7 (3.4%)	8 (3.4%)	0.000
Panel 5 วิธีการเดินทางในประเทศไทย (Mode of transportation in Thailand) - ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (N=444)				
ระบบขนส่งสาธารณะ (รถบัส รถไฟ เรือ)	250 (56.4%)	118 (57.6%)	132 (55.5%)	0.197
โดยสารรถยนต์/รถตู้	93 (20.9%)	44 (21.5%)	49 (20.5%)	0.911
ขับรถยนต์/รถตู้	59 (13.3%)	32 (15.6%)	27 (11.3%)	1.781
จักรยาน/จักรยานยนต์	56 (12.6%)	15 (7.3%)	41 (17.2%)	9.690**
อื่นๆ	30 (6.8%)	17 (8.3%)	13 (5.4%)	1.460

ตาราง 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

	ทั้งหมด	การออมภาคสมัครใจ		Chi-square
		มี	ไม่มี	
Panel 6 การจัดการการเดินทาง (Trip arrangement) - ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (N=442)				
ใช้ตัวแทนทั้งหมด	69 (15.6%)	27 (13.2%)	42 (17.6%)	1.623
ใช้ตัวแทนบางส่วน	61 (13.8%)	23 (11.3%)	38 (16.0%)	2.033
ด้วยตนเอง	314 (71.0%)	155 (76.0%)	159 (66.8%)	4.493*

หมายเหตุ: *p-value < .10, **p-value < .05, ***p-value < .01

ตัวเลขแสดงความถี่และสัดส่วนแสดงในวงเล็บ

ค่า N ในแต่ละ panel ไม่เท่ากัน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามบางรายตอบคำถามไม่ครบทุกข้อ

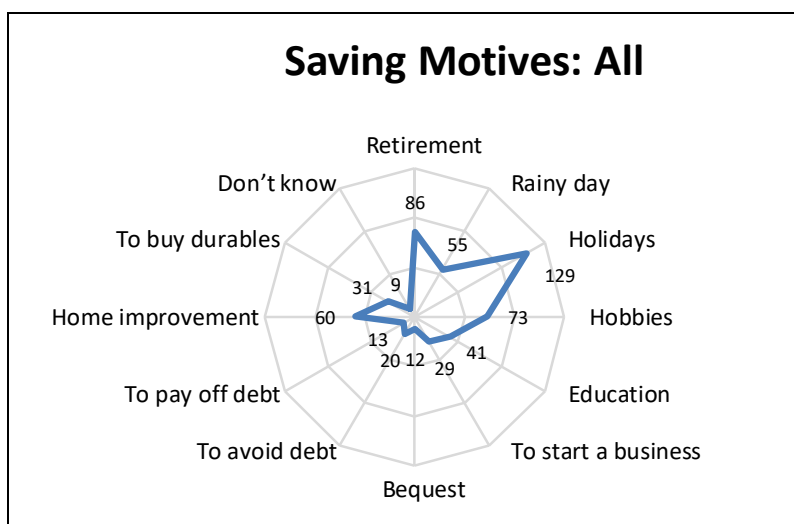
ค่า Chi-square แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร กรณีข้อคำถามที่ให้เลือกเพียงคำตอบเดียวจะมีค่า Chi-square เพียงค่าเดียว

ตาราง 3 แสดงข้อมูลพฤติกรรมการท่องเที่ยวของกลุ่มตัวอย่างและการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จากตารางจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามมีผู้ร่วมเดินทางตั้งแต่ 2 คนขึ้นไป มากที่สุด (47.2%) และส่วนใหญ่มีระยะเวลาพำนักรในประเทศไทย 6- 10 วัน (47.8%) ใช้เวลาวางแผนการเดินทางไม่เกิน 1 เดือน (55.1%) โรงแรมเป็นที่พักที่นิยมที่สุด (59%) และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ (56.4%) ส่วนการจัดการการเดินทางผู้ตอบแบบสอบถามถึง 71% ระบุว่าวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง

ในส่วนของการวิเคราะห์ผลของความแตกต่างในพฤติกรรมการออม ผลของการวิเคราะห์ Chi-square พบว่า ผู้ที่ไม่มีการออมเงินภาคสมัครใจ มีแนวโน้มที่จะพักในประเทศไทย ไม่เกิน 10 วัน ในขณะที่ผู้มีการออมเงินโดยสมัครใจ มีแนวโน้มที่จะพักในประเทศไทยเป็นเวลานานกว่า ส่วนขนาดของคณะผู้เดินทาง และระยะเวลาการวางแผนการเดินทางนั้น ผลการวิเคราะห์ด้วยไคสแควร์ ไม่พบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวสองกลุ่ม

ในแง่ของการเลือกที่พัก ผู้ไม่มีเงินออมภาคสมัครใจมีแนวโน้มที่จะพักโฮสเทลมากกว่าผู้ที่มีเงินออมภาคสมัครใจ ผู้มีเงินออมภาคสมัครใจมีแนวโน้มที่จะพักที่เกสต์เฮาส์และพักรีสอร์ทในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ที่ไม่มีการออม และในประเด็นทางเลือกของวิธีการเดินทางในประเทศไทย การวิเคราะห์ด้วย Chi-square ใน Panel 5 ชี้ให้เห็นว่าผู้ไม่มีเงินออมภาคสมัครใจ มีการระบุการเดินทางด้วยรถจักรยานและรถจักรยานยนต์ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ที่มีเงินออมภาคสมัครใจอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนการจัดการการเดินทาง Panel 6 ผลการวิเคราะห์ Chi-square แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีเงินออมภาคสมัครใจจะมีแนวโน้มที่จะจัดการการเดินทางด้วยตนเองสูงกว่า

ในส่วนของคำถามด้านพฤติกรรมการออมซึ่งผู้ตอบแบบสอบถามจะได้รับคำถามว่ามีเงินออมที่ออมด้วยตนเอง (ภาคสมัครใจ) หรือไม่ หากตอบว่ามี จะถูกขอให้ระบุแรงจูงใจในการออม โดยในข้อนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถระบุแรงจูงใจได้มากกว่า 1 รายการ ภาพประกอบ 2 แสดงให้เห็นว่า จากผู้ที่ตอบว่ามีการออมภาคสมัครใจ การออมเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นแรงจูงใจที่ถูกเลือกมากที่สุดในกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวม (129 ราย หรือร้อยละ 62.9) รองลงมาคือ การเกษียณ (86 ราย) งานอดิเรก (73 ราย) และการปรับปรุงบ้าน (60 ราย)



ภาพประกอบ 2 ประเภทของแรงจูงใจในการออมของนักท่องเที่ยว

ตาราง 4 ผลของแรงจูงใจในการออมที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว

	ออมเพื่อการท่องเที่ยว		Chi-square
	มี	ไม่มี	
Panel 1 จำนวนผู้ร่วมเดินทาง (Travel party) (N=201)			15.560**
ไม่มี	29 (23.2%)	16 (21.1%)	
1 คน	42 (33.6%)	13 (17.1%)	
2 คน	54 (43.2%)	47 (61.8%)	
Panel 2 ระยะเวลาพำนักในประเทศไทย (Length of stay in Thailand) (N=202)			5.884
ไม่เกิน 5 วัน	19 (15.2%)	10 (13.0%)	
6-10 วัน	47 (37.6%)	42 (54.5%)	
11-15 วัน	19 (15.2%)	7 (9.1%)	
นานกว่า 15 วัน	40 (32.0%)	18 (23.4%)	

ตาราง 4 ผลของแรงจูงใจในการออมที่มีต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยว (ต่อ)

	ออมเพื่อการท่องเที่ยว		Chi-square
	มี	ไม่มี	
Panel 3 ระยะเวลาการวางแผนการเดินทาง (Planning period) (N=200)			
ไม่เกิน 1 เดือน	61 (49.2%)	43 (56.6%)	3.972
1-3 เดือน	40 (32.3%)	17 (22.4%)	
นานกว่า 3 เดือน	23 (18.5%)	16 (21.1%)	
Panel 4 ประเภทของที่พัก (Types of accommodation) - ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (N=202)			
Hotel	64 (51.2%)	51 (66.2%)	4.392*
โรงแรม (Hotel)	18 (14.4%)	9 (11.7%)	0.303
โฮสเทล (Hostel)	41 (32.8%)	6 (7.8%)	16.691***
เกสต์เฮาส์ (Guesthouse)	21 (16.8%)	6 (7.8%)	3.339
รีสอร์ท (Resort)	3 (2.4%)	5 (6.5%)	2.099
บ้านเช่า (Rental house)	2 (1.6%)	5 (6.5%)	3.411
Panel 5 วิธีการเดินทางในประเทศไทย (Mode of transportation in Thailand) - ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (N=202)			
ระบบขนส่งสาธารณะ (รถบัส รถไฟ เรือ)	87 (69.6%)	31 (40.3%)	16.886***
โดยสารรถยนต์/รถตู้	27 (21.6%)	15 (19.5%)	0.13
ขับรถยนต์/รถตู้	11 (8.8%)	20 (26.0%)	10.818***
จักรยาน/จักรยานยนต์	7 (5.6%)	8 (10.4%)	1.59
อื่นๆ	7 (5.6%)	9 (11.8%)	2.514
Panel 6 การจัดการการเดินทาง (Trip arrangement) - ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ (N=201)			
ใช้ตัวแทนทั้งหมด	12 (9.6%)	14 (18.4%)	3.265
ใช้ตัวแทนบางส่วน	16 (12.8%)	7 (9.2%)	0.601
ด้วยตนเอง	98 (78.4%)	55 (72.4%)	0.946

หมายเหตุ: *p-value < .10, **p-value < .05, ***p-value < .01

ตัวเลขแสดงความถี่และสัดส่วนแสดงในวงเล็บ

ค่า N ในแต่ละ panel ไม่เท่ากัน เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามบางรายตอบคำถามไม่ครบทุกข้อ

ค่า Chi- square แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร กรณีข้อคำถามที่ให้เลือกเพียงคำตอบเดียว จะมีค่า Chi- square เพียงค่าเดียว

ในการวิเคราะห์ขั้นต่อมาผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่ามีการออมเงินภาคสมัครใจ จำนวน 205 ราย ถูกแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ระบุ และไม่ระบุถึงการท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจในการออม ซึ่งผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของแรงจูงใจในการออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวถูกแสดงในตาราง 4 โดยผลการวิเคราะห์ Chi-square แสดงให้เห็นว่า ผู้ที่ไม่ได้ออมเงินเพื่อการท่องเที่ยว มีแนวโน้มที่จะเดินทางเป็นกลุ่มโดยมีผู้ร่วมเดินทางมากกว่า 2 คนขึ้นไป มากกว่าผู้ที่มีการออมเงินสำหรับการท่องเที่ยวซึ่งมักเดินทางคนเดียวหรือมีผู้ร่วมเดินทางไม่เกินหนึ่งคน ส่วนระยะเวลาการพำนักในประเทศไทย และระยะเวลาการวางแผนการเดินทางนั้น การวิเคราะห์ด้วยไคสแควร์ไม่พบความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวสองกลุ่ม

ผลการวิเคราะห์ Chi-square ใน Panel 4 และ 5 ยังพบอีกว่า มีความแตกต่างในการเลือกที่พัก และวิธีการเดินทางในประเทศ โดยผู้ที่ระบุถึงแรงจูงใจในการออมเพื่อการท่องเที่ยว จะมีสัดส่วนในการระบุที่พักเป็นโรงแรมต่ำกว่า และเป็นเกสต์เฮาส์สูงกว่าผู้ที่ไม่ได้ระบุถึงแรงจูงใจในการออมเพื่อการท่องเที่ยว นอกจากนี้ จะระบุวิธีการเดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ที่ไม่ได้ระบุถึงแรงจูงใจในการออมเพื่อการท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ที่ไม่ได้ระบุถึงแรงจูงใจในการออมเพื่อการท่องเที่ยวจะระบุถึงการขับรถเที่ยวเองสูงกว่าผู้ที่ออมเพื่อการท่องเที่ยว ส่วนการจัดการการเดินทาง การวิเคราะห์ด้วย Chi-square ไม่พบความแตกต่างระหว่างผู้ตอบแบบสอบถามทั้งสองกลุ่ม

สรุปและอภิปรายผล

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ซึ่งจากผลการวิจัยที่แสดงในข้างต้นพบว่า พฤติกรรมการออมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และจะเห็นได้ว่าแรงจูงใจในการออมของแต่ละบุคคลนั้นมีความแตกต่างกัน โดยแรงจูงใจในการออมด้านการท่องเที่ยวนี้เป็นอีกรูปแบบการออมที่เพิ่มเติมจากการศึกษาของ Keynes (1936) และ Browning and Lusardi (1996) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นสอดคล้องกับวรรณกรรมว่า พฤติกรรมการออมส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Fredman, 2008; Nicolau & Más, 2005; Wang, et al., 2006) โดยนักท่องเที่ยวที่มีการออมภาคสมัครใจมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการออมภาคสมัครใจ โดยเฉพาะแนวโน้มพฤติกรรมที่สามารถท่องเที่ยวในระดับที่อิสระมากกว่า เช่น ท่องเที่ยวได้ในระยะเวลาที่นานกว่า และมีความเป็นไปได้มากกว่าที่จะเลือกที่พักที่มีความเป็นส่วนตัว เช่น เกสต์เฮาส์และรีสอร์ต ในขณะที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่มีการออมภาคสมัครใจมีสัดส่วนในการเข้าพักในโฮสเทล ซึ่งมีลักษณะในการแบ่งปันสิ่งอำนวยความสะดวก (Shared Facilities) กับนักท่องเที่ยวอื่นสูง ซึ่งเป็นที่สังเกตว่าความนิยมในการเข้าพักโฮสเทลดังกล่าวนี้คล้ายคลึงกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวกลุ่มวัยรุ่น (Youth traveler) ซึ่งก็สอดคล้อง

กับการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่มีการออมภาคสมัครใจ มีอายุโดยเฉลี่ยน้อยกว่าคือ มีอายุโดยเฉลี่ยน้อยกว่า 30 ปี และสอดคล้องกับความเห็นของนักวิชาการหลายท่าน (Grigolon, Kemperman & Timmermans, 2012; Lim, et al., 2015; Swarbrooke & Horner, 2001) ที่พบความสัมพันธ์ระหว่างอายุกับทัศนคติเรื่องการเงินและพฤติกรรมการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ในด้านการเดินทางภายในประเทศ นักท่องเที่ยวที่ไม่มีการออมเงินภาคสมัครใจมีพฤติกรรมการเดินทางโดยยานพาหนะขนาดเล็ก เช่น รถจักรยาน และจักรยานยนต์ในสัดส่วนที่สูงกว่า ส่วนรูปแบบการจัดการการเดินทางนั้นผู้ที่มีเงินออมภาคสมัครใจมีการจัดการการเดินทางด้วยตนเอง (Self-organized Trip) ในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ไม่มีเงินออมภาคสมัครใจ ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่มีการออมภาคสมัครใจมีลักษณะของการเดินทางที่เป็นอิสระในการจัดการมากกว่า มีระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวยาวนานกว่า แต่ก็มีคามพึงพอใจที่จะเลือกใช้ระดับของที่พักและยานพาหนะที่เป็นทางการมากกว่า นักท่องเที่ยวที่ไม่มีการออมภาคสมัครใจ

เมื่อพิจารณาถึงแรงจูงใจในการออมนักท่องเที่ยวที่ระบุว่ามีการออมเพื่อการท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมที่จะเที่ยวในรูปแบบอิสระมากกว่านักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการออมเพื่อการท่องเที่ยวเช่นกัน โดยมีแนวโน้มจะออกเดินทางเพียงคนเดียวหรือเที่ยวเป็นคู่มากกว่าที่จะไปเป็นลักษณะกลุ่มที่มากกว่า 2 คน ซึ่งในประเด็นนี้สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Hsieh, Lang and O'Leary (1997) ที่ระบุว่า ความแตกต่างในการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับจำนวนผู้ร่วมทริป หากผู้ร่วมทริปมีจำนวนมากอาจทำให้ค่าใช้จ่ายมากกว่า นักท่องเที่ยวที่มีการออมอาจคำนึงถึงประเด็นนี้และต้องการที่จะเดินทางด้วยจำนวนผู้ร่วมทริปที่น้อยกว่า และมีการเลือกที่พักที่มีความเป็นส่วนตัว อีกทั้งมีแนวโน้มที่จะสามารถจัดการหรือวางแผนการใช้บริการการขนส่งสาธารณะในสัดส่วนที่สูงกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีการออมเพื่อการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่จะไม่ได้เตรียมความพร้อมในการเดินทางด้วยรถสาธารณะเลยทำให้ต้องใช้รถส่วนตัวมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะที่ต้องการเดินทางเป็นหมู่คณะมากกว่าสองคนมากกว่า

ข้อเสนอแนะต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

แม้ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงในการชี้นำพฤติกรรมการออมของบุคคล แต่สิ่งที่ได้จากงานวิจัยชิ้นนี้สามารถใช้ประโยชน์กับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยผ่านช่องทางที่เกี่ยวข้องกับการออมดังแนวทางต่อไปนี้

- 1) การทำการตลาดการท่องเที่ยว (Tourism Marketing) โดยมุ่งเน้นไปที่การผลิตเนื้อหา (Content) เพื่อการสื่อสารการตลาดที่แสดงให้เห็นถึง ความสำคัญของการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นเป้าหมายของชีวิต ความคุ้มค่า ความมีค่าของการได้ใช้ชีวิตเพื่อการท่องเที่ยวหลังจากการเก็บออม

หรือเตรียมตัวมาเป็นระยะเวลาหนึ่ง ซึ่งเนื้อหาดังกล่าวคาดว่าจะสามารถดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการออมภาคสมัครใจ ซึ่งการออมเพื่อการท่องเที่ยวถือเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่สุด (62%)

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยว โดยบริษัทรับจัดนำเที่ยว (Tour Operator) สามารถทำความร่วมมือกับองค์กรทางการเงิน เช่น ธนาคาร บริษัทประกัน โดยเชื่อมโยงกับการออกผลิตภัณฑ์การออมเพื่อการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น การสร้างแพ็คเกจวางแผนการลงทุนหรือการทำประกันสำหรับผู้ที่เห็นความสำคัญในการออมเพื่อการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ การออมเงินแบบเผื่อใช้ ซึ่งมีทางเลือกให้ถอนเงินออกไปใช้ในการท่องเที่ยวได้ตามช่วงเวลาที่กำหนดหรือสัมพันธ์กับช่วงเวลาที่ เป็น High Season หรือแพ็คเกจการออมเพื่อทริปท่องเที่ยวในฝัน (Dream Destination Saving) ที่ออกแบบผลตอบแทนการออมเป็นทริปท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลสำหรับผู้เกษียณอายุ เป็นต้น นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถทำความร่วมมือกับบริษัทด้านการเงินในต่างประเทศที่จะนำเสนอรูปแบบการออมเงินเพื่อการท่องเที่ยวที่มีจุดหมายปลายทางในประเทศไทย โดยนำเสนอโอกาสที่จะสามารถท่องเที่ยวพักผ่อนได้อย่างอิสระ (ใช้เวลาได้นานกว่า) หรือข้อเสนอพิเศษจากโรงแรมและโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เน้นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความเป็นส่วนตัวมากกว่า

3) การให้คำปรึกษาการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับระบบการออมเงิน โดยตัวแทนจัดการท่องเที่ยว (Travel Agent) แม้ว่าแนวโน้มในอนาคตนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากกว่าจะใช้บริการของตัวแทนจัดการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นที่สังเกตว่าสัดส่วนการจัดการการท่องเที่ยวด้วยตนเองจะสูงขึ้นในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีการออมภาคสมัครใจ และสูงถึงร้อยละ 80 ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ออมเงินโดยมีการท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจสำคัญ ยิ่งไปกว่านั้น นักท่องเที่ยวกลุ่มหลังนี้มีแนวโน้มที่จะใช้จ่ายอย่างระมัดระวัง เห็นได้จากการเลือกที่พักเป็นโรงแรมในสัดส่วนที่น้อยกว่า และมีแนวโน้มที่จะเดินทางในประเทศไทยด้วยระบบขนส่งสาธารณะมากกว่า แต่อย่างไรก็ตามข้อมูลนี้น่าจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับธุรกิจการให้คำปรึกษาการท่องเที่ยว โดยเริ่มตั้งแต่การเชื่อมโยงดิจิทัลแพลตฟอร์ม เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชันที่เกี่ยวข้องกับการออมเงิน การวางแผนทางการเงินและการทำประกันภัยประกันชีวิต นำเสนอการให้คำปรึกษาในการวางแผนการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งรวมไปถึงการเลือกที่พักและการเดินทางในประเทศที่แสดงราคาค่าใช้จ่ายที่ชัดเจนและช่วยคำนวณงบประมาณที่จะเกิดขึ้นอย่างครบถ้วน

4) การส่งเสริมรูปแบบการทำการตลาดแบบใช้วิธีการกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจฉับพลัน (Spontaneous Decision) น่าจะเป็นวิธีการที่ได้ผล และตอบสนองกับนักท่องเที่ยวกลุ่มที่ไม่มี การออมภาคสมัครใจ หรือมีการออมโดยไม่ได้มีการท่องเที่ยวเป็นแรงจูงใจหลัก เพราะผลการวิจัยระบุว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีระยะเวลาการท่องเที่ยวที่สั้นกว่า และมีการเลือกการพักโรงแรมในสัดส่วนที่สูงกว่า ซึ่งในขณะเดียวกันหากงบประมาณไม่พอจะพักโฮสเทล ซึ่งเป็นทางเลือกที่สอดคล้องกับ

ข้อมูลที่ระบุว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีอายุเฉลี่ยน้อย มีแนวโน้มเป็นคนโสด และมักเที่ยวเป็นกลุ่ม ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป นอกจากนั้นยังมีสัดส่วนในการใช้ขนส่งสาธารณะในประเทศน้อยกว่า และมีแนวโน้มที่จะขับรถเที่ยวเองมากกว่า ซึ่งจะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีพฤติกรรมที่ใช้จ่ายเต็มที่ในช่วงเวลาสั้นๆ และเป็นไปได้ว่าการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวอาจเกิดขึ้นในเวลาสั้นๆ คือไปตามคำชวน ดังนั้นข้อเสนอเกี่ยวกับบริการที่สามารถจองได้แบบ Last Minute Deal ซึ่งเป็น Spontaneous Decision Marketing แบบหนึ่ง จะตอบสนองกับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการออมได้มากกว่า

ปัจจัยมบท

เนื่องด้วยช่วงเวลาที่คุณะนักวิจัยพัฒนาบทความวิจัยชิ้นนี้มีสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 (COVID-19) ขึ้น ซึ่งน่าจะเป็นสถานการณ์ที่จะเป็นจุดเปลี่ยนสำคัญของพฤติกรรมมนุษย์ในหลายๆ ด้าน รวมถึงพฤติกรรมด้านการออมและการท่องเที่ยว หลักสากลที่กล่าวไว้ว่าบุคคลควรมีการออมเงินเพื่อสถานการณ์ฉุกเฉินในจำนวนเท่ากับค่าใช้จ่ายต่อเดือนรวมกันอย่างน้อย 6 เดือน จะแสดงให้เห็นถึงความสำคัญอย่างยิ่งในช่วงนี้ เนื่องจากมีผู้ที่ได้รับผลกระทบในการตกงานจำนวนมากและจำเป็นต้องใช้จ่ายจากเงินออมที่สะสมไว้ สถานการณ์นี้ยังไม่สามารถคาดเดาได้ว่าจะใช้เวลาานเท่าใด แต่เมื่อเหตุการณ์คลี่คลายลงเป็นที่คาดการณ์ได้ว่า บุคคลจะให้ความสำคัญในการออมเงินยิ่งไปกว่าเดิม และหลักสากลที่กล่าวว่า ควรมีการออมเงินสำหรับฉุกเฉินให้เพียงพอสำหรับ 6 เดือน อาจถูกเปลี่ยนเป็น 9 เดือนหรือ 1 ปี นอกจากนี้ การท่องเที่ยวที่อาจจะฟื้นตัวได้ช้าอาจจะเผชิญกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว และที่มาของเงินที่ใช้ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากเดิมโดยสิ้นเชิง นอกจากบุคคลจะให้ความสำคัญกับการออมมากขึ้นแล้ว ในการท่องเที่ยวต่างประเทศนั้น บุคคลน่าจะมีแนวโน้มที่จะออมให้พอก่อนแล้วจึงเที่ยวมากขึ้น ดังนั้นข้อค้นพบและข้อเสนอแนะจากงานวิจัยชิ้นนี้จึงเป็นประโยชน์ต่อภาคธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะทำความเข้าใจถึงพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเที่ยวในประเทศไทย แม้ว่าภาคการท่องเที่ยวจะไม่มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะชี้นำพฤติกรรมออมของบุคคลโดยตรง แต่ความเข้าใจถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมออมกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยให้สามารถตอบสนองให้ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมการออมเงินและรูปแบบการใช้จ่ายใช้สอยเพื่อการท่องเที่ยวของกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระในประเทศไทย” ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากมหาวิทยาลัยนเรศวร

เอกสารอ้างอิง

ภาษาไทย

กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา. (2562). *ระบบสถิติท่องเที่ยวของประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2561). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศไทย*. สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2563, จาก <http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/17.aspx>

ภาษาอังกฤษ

Ando, A. & Modigliani, F. (1963). The "life cycle" hypothesis of saving: Aggregate implications and tests. *The American Economic Review*, 53(1), 55-84.

Attanasio, O. P. & Rohwedder, S. (2003). Pension wealth and household saving: Evidence from pension reforms in the United Kingdom. *The American Economic Review*, 93(5), 1499-1521.

Becken, S. & Gnoth, J. (2004). Tourist consumption systems among overseas visitors: Reporting on American, German and Australian visitors to New Zealand. *Tourism Management*, 25(4), 375-385.

Browning, M. & Lusardi, A. (1996). Household saving: Micro theories and micro facts. *Journal of Economic Literature*, 34(4), 1797-1855.

Cai, L. A. (1998). Analyzing household food expenditure patterns on trips and vacations: A tobit model. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 22(4), 338-358.

Canova, L., Rattazzi, A. M. M. & Webley, P. (2005). The hierarchical structure of saving motives. *Journal of Economic Psychology*, 26(1), 21-34.

Carr, N. (2005). Poverty, debt and conspicuous consumption: University students' tourism experience. *Tourism Management*, 26(5), 797-806.

Eugenio-Martin, J. (2003). Modelling determinants of tourism demand as a five stage process: A discrete choice methodological approach. *Tourism and Hospitality Research*, 4(4), 341-354.

Feldstein, M. (1974). Social security, induced retirement, and aggregate capital accumulation. *The Journal of Political Economy*, 82(5), 905-926.

- Feldstein, M. (1980). International differences in social security and saving. *Journal of Public Economics*, 14(2), 225-244.
- Feldstein, M. (1995). Social security and saving: new time series evidence. *National Tax Journal*, 49(2), 151-164.
- Fredman, P. (2008). Determinants of visitor expenditures in mountain tourism. *Tourism Economics*, 14(2), 297-311.
- Grigolon, A. B., Kemperman, A. D. A. M. & Timmermans, H. J. P. (2012). The influence of low-fare airlines on vacation choices of students: Results of a stated portfolio choice experiment. *Tourism Management*, 33(5), 1174-1184.
- Harris, M. N., Loundes, J. & Webster, E. (2002). Determinants of household saving in Australia. *Economic Record*, 78(241), 207-223.
- Hofstede, G. (1993). Cultural constraints in management theories. *The Academy of Management Executive*, 7(1), 81-94.
- Hong, G. S., Kim, S. Y. & Lee, J. (1999). Travel expenditure patterns of elderly households in the U.S.. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 43-52.
- Hsieh, S., Lang, C. & O'Leary, J. T. (1997). Modelling the determinants of expenditure for travellers from France, Germany, Japan and the United Kingdom to Canada. *Journal of International Hospitality, Leisure and Tourism Management*, 1(1), 67-79.
- Hudson, S. (1999). Consumer behavior related to tourism. In A. Pizam and Y. Mansfeld (Eds.), *Consumer behavior in travel and tourism* (pp. 7-32). New York: The Haworth Hospitality Press.
- Ismaila, S., Kamisa, R., Hashima, N., Harunb, H. and Khairuddina, N. S. (2013). An empirical investigation on determinants of attitude towards saving behavior. *Procedia Economics and Finance*, 00(2013) 000-000, 1-11.
- Jang, S. C., Bai, B., Hong, G. S. & O'Leary, J. T. (2004). Understanding travel expenditure patterns: A study of Japanese pleasure travelers to the United States by income level. *Tourism Management*, 25(3), 331-341.
- Jang, S. C., Ismail, J. & Ham, S. (2001). Heavy spenders, medium spenders and light spenders of Japanese outbound pleasure travellers. *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, 9(3/4), 83-106.

- Katona, G. (1964). *Private pensions and individual savings*. Survey Research Center, Institute for Social Research, University of Michigan
- Keynes, J. M. (1936). *The general theory of employment, interest and money*. New York: Harcourt Brace.
- Kim, K. & Jogaratnam, G. (2003). Activity preferences of Asian international and domestic American university students: An alternate basis for segmentation. *Journal of Vacation Marketing*, 9(3), 260-270.
- Kincade, D. & Wooddard, G. (2001). Shopping for souvenir clothing. *Pacific Tourism Review*, 5(3/4), 159-165.
- Kumarasinghe, P. J. & Munasinghe, S. C. (2016). The savings motives: With special reference to households in Kalutara district. *Asian Journal of Business and Management*. 5(2), 81-87.
- Lawson, R., Thyne, M., Young, T. & Juric, B. (1999). Consumer behavior related to tourism. In A. Pizam and Y. Mansfeld (Eds.), *Consumer behavior in travel and tourism* (pp. 449-479). New York: The Haworth Hospitality Press.
- Legoherel, P. (1998). Toward a market segmentation of the tourism trade: Expenditure levels and consumer behaviour instability. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 7(3), 19-39.
- Lehto, X., O'Leary, J. & Morrison, A. (2002). Do psychographics influence vacation destination choices? A comparison of British travellers to North America, Asia and Oceania. *Journal of Vacation Marketing*, 8(2), 109-125.
- Lim, K. C., Kamal, I. R., Noor, S. Y. & Cheah, S. T. (2015). Examining young Malaysians travel behaviour and expenditure patterns in domestic tourism. *Asian Social Science*, 11(9), 77-88.
- Mayo, E. J. & Jarvis, L. P. (1981). *The psychology of leisure travel: Effective marketing and selling travel services*. Boston: MA: CBI Publishing Co.
- Modigliani, F. (1986). Life cycle, individual thrift and the wealth of nations. *The American economic review*, 76(3), 297-313.
- Modigliani, F. & Brumberg, R. (1954). Utility analysis and the consumption function: An interpretation of cross-section data. *Franco Modigliani*, 1, 388-436.

- Mok, C. & Iverson, T. (2000). Expenditure-based segmentation: Taiwanese tourists to Guam. *Tourism Management*, 21(3), 299-305.
- Nicolau, J. L. & Más, F. (2005). Stochastic modeling: A three-stage tourist choice process. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 49-69.
- Peerapatdit, N. (2004). *The impact of selected socio-demographic, travel-related and psychographic variables on the travel expenditures*. Master thesis, University of Central Florida, Orlando.
- Pizam, A. & Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behaviour?. *Annals of Tourism Research*, 22(2), 901-917.
- Schiffman, L. G. & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer behavior* (9th ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sonuga-Barke, E. & Webley, P. (1993). *Children's saving: A study in the development of economic behaviour*. Hove: LEA.
- Swanson, K. K. & Horridge, P. E. (2006). Travel motivations as souvenirs purchase indicators. *Tourism Management*, 27(2006), 671-683.
- Swarbrooke, J. & Horner, S. (2001). *Consumer behaviour in tourism*. Oxford: Butterworth Heinemann.
- Um, S. & Crompton, J. L. (1990). Attitude determinants in tourism destination choice. *Annals of Tourism Research*, 17(3), 432-448.
- United Nations World Tourism Organization. (1994). *Recommendations on tourism statistics*. New York: United Nations.
- Wang, Y., Rompf, P., Severt, D. & Peerapatdit, N. (2006). Examining and identifying the determinants of travel expenditure patterns. *International Journal of Tourism Research*, 8(5), 333-347.
- Wang, Y. S. (2014). Effects of budgetary constraints on international tourism expenditures. *Tourism Management*, 41(April 2014), 9-18.
- Xiao, J. J. & Fan, J. X. (2002). A comparison of saving motives of urban Chinese and American workers. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 30(4), 463-495.
- Yamane, T. (1973). *Statistics an introductory analysis* (Vol. 3rd). New York: Harper and Row.

Zanin, L. (2017). The effects of various motives to save money on the propensity of Italian households to allocate an unexpected inheritance towards consumption. *Quality and Quantity*, 51(4), 1755-1775.