รายงานการวิจัย

เรื่อง

ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

The Effectiveness of VAT Refund for Tourists Policy in Stimulating Expenditure of Foreign Tourists in Thailand

ธันยกร จันทร์สาส์น

ทุนอุดหนุนการวิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ

พ.ศ. 2550

ชื่อโครงการ	ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย The Effectiveness of VAT Refund for Tourists Policy in Stimulating Expenditure of Foreign Tourists in Thailand
ชื่อผู้วิจัย	ธันยกร จันทร์สาส์น
ระยะเวลาที่ทำวิจัย	กรกฎาคม พ.ศ. 2549 – พฤษภาคม พ.ศ. 2550
ผู้สนับสนุนการวิจัย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวว่าสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยได้หรือไม่ โดยประสิทธิผลของนโยบายจะวัดจากการที่นักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นหลังการนำนโยบายมาใช้ สำหรับระเบียบวิธีวิจัยในงานวิจัยเรื่องนี้แบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ซึ่งทำได้โดยการสร้างกราฟเส้นของข้อมูลอนุกรมเวลาจากแหล่งทุติยภูมิที่เกี่ยวข้อง ทั้งข้อมูลรายปี รายไตรมาส และรายเดือน โดยข้อมูลทุกตัวถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง ทั้งนี้เพื่อดูแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวของตัวแปร รวมทั้งสังเกตการเปลี่ยนแปลงของเส้นกราฟก่อนและหลังการใช้โครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวและการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณซึ่งใช้กับข้อมูลทุติยภูมิรายไตรมาสโดยข้อมูลที่นำมาวิเคราะห์มีจำนวน 32 ไตรมาส ทั้งนี้ได้นำข้อมูลดังกล่าวมาสร้างเป็นสมการถดถอยพหุคูณเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นจำนวน 2 กลุ่ม จำแนกตามวัตถุประสงค์ของการทดสอบ โดยสมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 1 สร้างขึ้นเพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวว่าสามารถทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ ในขณะที่สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 2 สร้างขึ้นเพื่อศึกษาว่านโยบายระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่

ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาไม่สามารถสรุปได้แน่ชัดว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ เนื่องจากในช่วงที่ทำการพิจารณานักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยมีการใช้จ่ายโดยรวมลดลงทำให้มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าลดลงตามไปด้วย ส่งผล

ให้ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของกราฟเส้นไม่เอื้ออำนวยต่อการสรุปผลที่ต้องการ อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยพหุคูณ ทำให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนมากขึ้นสำหรับประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาพบว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยสูงขึ้น รวมทั้งส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวซึ่งทำให้การเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้นเช่นเดียวกันหรืออีกนัยหนึ่งคือ นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในมูลค่าที่มากขึ้นนั่นเอง ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีประสิทธิผลในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

Abstract

This study aims to investigate the effectiveness of the VAT Refund for Tourists (VRT) Policy in stimulating expenditure of foreign tourists in Thailand by examining if shopping expenditure of foreign tourists in Thailand significantly increased after this policy was imposed. The methodology for this study may be divided into 2 ways. The first one is the descriptive statistic analysis which utilizes line charts of several secondary time-series data in real term which is related to the VRT policy to see if there is any evidence to support the increase in shopping expenditure after the VRT policy was imposed. The latter is the multiple regression analysis. Two groups of multiple regression models classified by the purpose of the test are carried out. The first group of multiple regression models aims to examine if shopping expenditure of foreign tourists in Thailand significantly increased after the policy was imposed; whereas, the latter aims to investigate if the influence of the change in the number of foreign tourists on the change in shopping expenditure of foreign tourists increased after the policy was imposed. According to the descriptive statistic analysis, there is no evidence to support the conclusion that the VRT is capable of stimulating shopping expenditure of foreign tourists in Thailand. The study indicates that the total expenditure of foreign tourists in Thailand was declining during the study period causing the shopping expenditure to decrease as well; therefore, the line charts cannot support the effectiveness of the VRT in stimulating shopping expenditure of foreign tourists. Nevertheless, based on the sample of 32 quarters (quarter 1 of 1998 – quarter 4 of 2005), the results of regression analysis show that after the policy was imposed, the shopping expenditure of foreign tourists in Thailand increased. Moreover, the influence of the change in the number of foreign tourists on the change in shopping expenditure of foreign tourists also increased, implying that the VRT is able to make foreign tourists spend more on shopping. Thus, it is reasonable to conclude that the VAT Refund for Tourists policy is effective in stimulating expenditure of foreign tourists in Thailand.

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จได้ด้วยความกรุณาและได้รับคำแนะนำจากบุคคลหลายฝ่าย ซึ่งผู้วิจัยสมควรกราบขอบพระคุณอย่างยิ่ง ได้แก่ ดร. สุธา เจียรนัยกุลวานิช คณบดีคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผศ.วิไลลักษณ์ เสรีดระกูล ผศ.ปราณี สวัสดิสรรพ์ หัวหน้าศูนย์บริการการวิจัย สถาบันวิจัยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ อ.สุธี คทวานิช ผู้ช่วยคณบดีคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ ผศ.กานดาวรรณ แก้วผาบ หัวหน้าภาควิชาหลักการบัญชี คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ อ.จิรพันธ์ สินธุนาวา และ อ.ดรีทิพ บุญแย้ม ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ช่วยเหลือ ชี้แนะและปรับปรุงแก้ไข ด้วยความเอาใจใส่อย่างดียิ่งตลอดมา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง ที่กรุณาให้ข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว ขอขอบคุณกองงานสถิตินักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ธนาคารแห่งประเทศไทย และสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ที่กรุณาให้ข้อมูลและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งข้อมูลต่างๆ เป็นประโยชน์และมีคุณค่าอย่างยิ่งต่องานวิจัยเรื่องนี้ ขอขอบคุณ คุณวรรคพรรณ นาควัชระ ที่เป็นธุระและช่วยเหลือในการเดินทางไปหาและจัดทำข้อมูลให้ในช่วงที่ผู้วิจัยตั้งครรภ์ ขอขอบพระคุณครูอาจารย์ เจ้าของหนังสือ ตำรา บทความที่ผู้วิจัยได้ใช้เป็นแหล่งความรู้ในการค้นคว้าและอ้างอิงเพื่อทำวิจัยครั้งนี้ รวมทั้งผู้ที่ให้ความช่วยเหลือทุกคนและทุกฝ่ายซึ่งผู้วิจัยไม่สามารถกล่าวนามได้ทั้งหมด

ขอขอบคุณ อ.ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น และเด็กชายชญานนท์ จันทร์สาส์น ครอบครัวอันเป็นสุดที่รัก ที่เป็นแรงผลักดัน กำลังใจและให้การสนับสนุนช่วยเหลืออย่างดีที่สุดมาโดยตลอดผู้วิจัยขอขอบพระคุณมาในโอกาสนี้

นอกจากนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณมหาวิทยาลัยกรุงเทพที่ได้สนับสนุนเงินทุนในการทำวิจัยเรื่องนี้ ประโยชน์และคุณค่าที่พึงมีจากงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็นที่ระลึกแก่ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ บิดา มารดา ครู – อาจารย์ ตลอดทั้งผู้มีพระคุณทุกท่าน

ธันยกร จันทร์สาส์น

20 มิถุนายน 2550

สารบัญ

		หน้า
บทคัดย่อ		ข
กิตติกรรมประกาศ		จ
สารบัญ		ฉ
สารบัญตาราง		ช
สารบัญรูปภาพ		ญ
บทที่ 1	บทนำ	1
	1.1 หลักการและเหตุผล	1
	1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	5
	1.3 สมมติฐานในงานวิจัย	5
	1.4 ขอบเขตของงานวิจัย	6
	1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	6
บทที่ 2	การทบทวนวรรณกรรม	7
	2.1 แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	7
	2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	14
บทที่ 3	นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว	19
	3.1 รายละเอียดของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว	19
	3.2 สถานการณ์ปัจจุบันของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว	23
บทที่ 4	ระเบียบวิธีวิจัย	29
	4.1 ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล	29
	4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	32
	4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	34
บทที่ 5	ผลลัพธ์จากการวิจัย	41
	5.1 ผลลัพธ์จากการการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา	41
	5.2 ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ	52
บทที่ 6	ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ	66
บรรณานุกรม		72

สารบัญ

		หน้า
ภาคผนวก 1	สถิติที่เกี่ยวข้อง	74
ภาคผนวก 2	ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย	82
ภาคผนวก 3	ผลลัพธ์จากโปรแกรม SPSS	87
ประวัติผู้วิจัย		97

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

สารบัญตาราง

ตารางที่	ชื่อ	หน้า
1A.6	สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวแยกตามท่าอากาศยาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 - พ.ศ. 2548	80
1A.7	สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวแยกตามประเภทเงินคืน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548	81
2A.1	รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย และดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) รายปี ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548	83
2A.2	รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยรายปี (พันล้านบาท) จำแนกตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548	84
2A.3	จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยรายปี (พันคน) จำแนกตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548	84
2A.4	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย รายปี (บาท) ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548	85
2A.5	รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยรายไตรมาส ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548	86

สารบัญรูปภาพ

รูปที่	ชื่อ	หน้า
5.12	มูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนต่อคน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2548)	49
5.13	จำนวนนิติบุคคลที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2548)	50
5.14	จำนวนสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม ปี พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน ปี พ.ศ. 2548)	51

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ตัวเลขเหล่านี้เองที่แสดงให้เห็นถึงสภาพคล่องของเศรษฐกิจไทย กล่าวคือ ถ้าพิจารณาถึงความสัมพันธ์ของตัวเลขจากในตารางที่ 1A.1 ในภาคผนวก จะสามารถบอกได้ถึงสภาพคล่องของธุรกิจไทย นั่นคือ การที่ดุลบัญชีเดินสะพัดแสดงมูลค่าเป็นบวกย่อมหมายถึงการมีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยจากการส่งออกสินค้าและบริการมากกว่าเงินตราที่ไหลออกนอกประเทศจากการนำเข้าสินค้าและบริการจากต่างประเทศ ซึ่งการที่มีเงินตราต่างประเทศไหลเข้าสู่ประเทศไทยมาก ผู้ที่ได้รับประโยชน์แท้จริงก็คือ ภาคธุรกิจต่างๆ ของไทยที่จะได้รับรายได้จากการขายสินค้าและบริการต่างๆ เพิ่มมากขึ้น สภาพคล่องทางการเงินดีขึ้น ส่งผลให้เกิดการผลิตเพิ่มมากขึ้นและวงจรที่ตามมาคือการขยายธุรกิจ การลงทุนที่เพิ่มขึ้นและเกิดการจ้างงานที่มากขึ้นซึ่งล้วนแล้วแต่ส่งผลในแง่บวกต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไทยทั้งสิ้น

ดังนั้นการทำให้รายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจึงเป็นเป้าหมายหลักอย่างหนึ่งที่รัฐบาลพยายามนำมาใช้กระตุ้นและดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย ดังจะเห็นได้จากตัวเลขในตารางที่ 1A.2 ในภาคผนวก ที่แสดงให้เห็นการเปรียบเทียบของรายได้ที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไหลเข้าสู่ประเทศไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ถึง ปี พ.ศ. 2547 จะพบว่ามูลค่ารายรับจากการท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2540 มูลค่ารวมเพิ่มขึ้นกว่าปีก่อนหน้า ด้วยเหตุนี้รัฐบาลจึงพยายามหานโยบายและกลยุทธ์ต่างๆ เข้ามาใช้สร้างมูลค่ารายรับจากการท่องเที่ยวให้สูงขึ้น และนโยบายสำคัญที่รัฐบาลนำมาใช้นั่นคือ นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว (VAT Refund for Tourist: VRT) ซึ่งเป็นนโยบายที่นำมาใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มีการซื้อสินค้าของไทยในปริมาณและมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้น

นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวเริ่มนำมาใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดึงเงินตราต่างประเทศเข้าฟื้นฟูการขาดสภาพคล่องทางการเงินของภาคธุรกิจไทยซึ่งเป็นผลกระทบจากช่วงที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจทางการเงินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ซึ่งดูจากตัวเลขในตารางที่ 1A.2 ในภาคผนวก จะพบว่ายอดรายรับจากการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ถึง ปี พ.ศ. 2541 เปรียบเทียบกับยอดรายรับจากการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ซึ่งเป็นปีแรกที่รัฐบาลได้นำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้ มูลค่ายอดรายรับจากการท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 ถึงปี พ.ศ. 2547 จะแสดงตัวเลขมีมูลค่าเกือบเป็น 2 เท่าของมูลค่ายอดรายรับจากการท่องเที่ยวที่ได้รับในปี พ.ศ. 2536 ถึงปี พ.ศ. 2541 ซึ่งเป็นผลลัพธ์ที่สร้างความพอใจให้กับรัฐบาลเป็นอย่างมาก แต่การที่ยอดรายรับจากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นนั้น ถ้าพิจารณาโดยทางทฤษฎีแล้วจะมาจากปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ ปัจจัยที่ 1 คือจำนวนผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการ (คน) และ ปัจจัยที่ 2 คือ มูลค่าการใช้จ่ายต่อครั้ง (บาท) ดังนั้นการเพิ่มขึ้นหรือลดลงของยอดรายรับจะเปลี่ยนแปลงไปตามการเปลี่ยนแปลงของปริมาณปัจจัยทั้ง 2 อย่าง ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่า การเพิ่มขึ้นของยอดรายรับอาจจะเกิดขึ้นได้ 3 กรณี คือ

- กรณีที่ 1 จำนวนของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการและมูลค่าการใช้จ่ายต่อครั้ง เพิ่มขึ้นพร้อมกัน
- กรณีที่ 2 จำนวนของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการเพิ่มขึ้นแต่มูลค่าการใช้จ่ายต่อครั้งไม่เพิ่มขึ้น
- กรณีที่ 3 จำนวนของผู้ซื้อหรือผู้ใช้บริการไม่เพิ่มขึ้นแต่มูลค่าการใช้จ่ายต่อครั้งเพิ่มขึ้น

การที่ยอดรายรับจากนักท่องเที่ยวแสดงตัวเลขที่เพิ่มขึ้นจึงอาจเกิดจากปริมาณของปัจจัยทั้ง 2 อย่างเพิ่มขึ้นพร้อมกันหรือมีเพียงปริมาณปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งที่เปลี่ยนแปลงไป เช่น มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่มูลค่าการใช้จ่ายต่อคนยังคงเท่าเดิมหรือลดลงจากเดิม หรือปริมาณนักท่องเที่ยวคงที่ หรือลดลงแต่มูลค่าการใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งเพิ่มขึ้น ต่างเป็นสาเหตุให้ยอดรายรับเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน สาเหตุที่ทำให้ปัจจัยทั้ง 2 อย่างเปลี่ยนแปลงไปอาจมาจากการส่งเสริมของภาครัฐในเรื่องอื่นๆ จนทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวและเกิดการใช้จ่ายเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับตนเองเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากกว่าการใช้จ่ายที่เกิดจากการจูงใจของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนโยบายดังกล่าวมีเงื่อนไขหลายประการที่เป็นข้อจำกัด เช่น นักท่องเที่ยวมักใช้จ่ายไม่ตรงหลักเกณฑ์ของการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการมีไม่มากพอ และไม่ได้กระจายไปตามจุดท่องเที่ยวต่างๆ ของไทย ข้อจำกัดของประเภทของสินค้าและมูลค่าการใช้จ่ายที่สามารถทำเรื่องขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ คุณสมบัตินักท่องเที่ยวที่มีสิทธิขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ เป็นต้น ด้วยข้อจำกัดต่างๆ ของระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวดังกล่าวข้างต้น ทำให้การได้คืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่เกิดจากการใช้จ่ายไปกับการซื้อสินค้าอาจไม่มีผลต่อการตัดสินใจเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย หรืออาจจะมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวเพียงบางกลุ่มที่สนใจที่ต้องการซื้อสินค้าเฉพาะอย่างจากประเทศไทยเท่านั้น จากประเด็นต่างๆ ที่กล่าวถึงสะท้อนไปถึงรายได้ของภาคธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องว่าความจริงนั้นเกิดจากจำนวนผู้ซื้อที่เพิ่มขึ้นหรือเกิดจากการใช้จ่ายต่อคนต่อครั้งที่เพิ่มขึ้นจากกลยุทธ์จูงใจด้านการคืนภาษีให้นักท่องเที่ยวที่รัฐบาลนำมาใช้ช่วยภาคธุรกิจที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นงานวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย" จึงมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาถึงประสิทธิผลของนโยบายระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวที่รัฐบาลใช้อยู่ในปัจจุบัน ว่าสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้หรือไม่ มากน้อยเพียงใด โดยจะทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องทั้งข้อมูลรายปี ข้อมูลรายไตรมาส และข้อมูลรายเดือน ทั้งนี้เพื่องานวิจัยมีความละเอียดมากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ แต่อย่างไรก็ตาม เนื่องจากปัญหาด้านข้อจำกัดของข้อมูลซึ่งเป็นปัญหาที่เกิดขึ้นจากหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยและกลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง ทำให้

ระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ การศึกษาข้อมูลรายปี ครอบคลุม ปี พ.ศ. 2522 ถึง ปี พ.ศ. 2548 การศึกษาข้อมูลรายไตรมาสครอบคลุมไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 ส่วนการศึกษาข้อมูลรายเดือนครอบคลุมปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2548

สำหรับผลการวิจัยเรื่องนี้คาดว่าจะเป็นประโยชน์อย่างสูงต่อภาคธุรกิจในการใช้เป็นข้อมูลเพื่อตัดสินใจเข้าร่วมโครงการและเพื่อประโยชน์ในการวางแผนดำเนินงานให้เกิดกำไรสูงสุด อีกทั้งเพื่อประโยชน์ในการให้ข้อมูลแก่ภาครัฐบาลในการปรับปรุง พัฒนานโยบายระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เพิ่มขึ้นได้อย่างต่อเนื่อง

1.2) วัตถุประสงค์ของงานวิจัย (Objectives of Research)

เพื่อศึกษาว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวได้จริงหรือไม่

1.3) สมมติฐานในงานวิจัย (Assumptions for the Research)

1. ระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. ระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
4. รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและระดับราคาภายในประเทศซึ่งวัดโดยดัชนีราคาผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
5. รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและอัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน
6. รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (Upward Trend)
7. รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation)
8. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (Upward Trend)

9. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมีความแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation)
10. สินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อและได้รับสิทธิในการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นสินค้าที่มีความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand) สูง

1.4) ขอบเขตของงานวิจัย (Scope of the Research)

1. การศึกษาประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว ในที่นี้จะศึกษาแต่เพียงว่า "นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวได้จริงหรือไม่" เท่านั้น
2. ทำการศึกษาทั้งข้อมูลรายปี ข้อมูลรายไตรมาส และข้อมูลรายเดือน
3. กรณีข้อมูลรายปี การศึกษาครอบคลุมระยะเวลา 27 ปี โดยเริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 ถึงปี พ.ศ. 2548
4. กรณีข้อมูลรายไตรมาส การศึกษาครอบคลุมระยะเวลา 32 ไตรมาส โดยเริ่มตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 ถึงไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548
5. กรณีข้อมูลรายเดือน การศึกษาครอบคลุมระยะเวลา 36 เดือน ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548)

1.5) ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ (Expected Benefit)

1. ได้ทราบถึงประสิทธิภาพของนโยบายระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวที่รัฐบาลนำมาใช้ช่วยเพิ่มรายได้ให้แก่ภาคธุรกิจเอกชน
2. เป็นข้อมูลให้ภาคธุรกิจใช้ช่วยในการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการดำเนินงานเพื่อให้เกิดกำไรสูงสุด
3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมสรรพากร สามารถนำไปใช้ในการวางแผนหรือพัฒนานโยบายระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวให้เกิดประโยชน์แก่ภาคธุรกิจเอกชนสูงสุด
4. เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ภาครัฐบาลในการปรับปรุง พัฒนานโยบายระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มากขึ้น

บทที่ 2: การทบทวนวรรณกรรม
(Chapter 2: Literature Reviews)

การทบทวนวรรณกรรมสำหรับงานวิจัยเรื่อง ""ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย" สามารถแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Related Theories)

การวิจัยเรื่องนี้มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องหลายทฤษฎี ได้แก่

2.1.1) ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว
(The Effectiveness of VAT Refund for Tourists Policy)

เพื่อให้เข้าใจถึงจุดมุ่งหมายที่แท้จริงของการวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย" การทำความเข้าใจความหมายที่แท้จริงของคำว่า "ประสิทธิผล (Effectiveness)" มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง ทั้งนี้ เนื่องจากในปัจจุบันมักมีผู้เข้าใจความหมายของคำว่า "ประสิทธิผล" สับสนกับความหมายของคำว่า "ประสิทธิภาพ (Efficiency)" อยู่เสมอ ในที่นี้จึงขอให้คำจำกัดความและความแตกต่างของคำทั้ง 2 ดังนี้

คำว่า "ประสิทธิผล" ตามความหมายในราชบัณฑิตยสถานปี พ.ศ. 2542 หมายถึง ผลสำเร็จ ผลที่เกิดขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ ความสัมฤทธิ์ผลหรือการได้ผลสำเร็จตามที่ต้องการตามแผนที่วางไว้ ในขณะที่ คำว่า "ประสิทธิภาพ" ตามความหมายในราชบัณฑิตยสถานปี พ.ศ. 2542 หมายถึงความสามารถที่ทำให้เกิดผลในการงาน หรืออีกนัยหนึ่งคือ การใช้ทรัพยากรในการดำเนินการใดๆ ก็ตามโดยมุ่งหวังถึงผลสำเร็จ และให้ผลสำเร็จนั้นเป็นไปอย่างประหยัด ได้มาโดยการใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด ไม่ว่าจะเป็นระยะเวลา ทรัพยากร แรงงาน รวมทั้งสิ่งต่างๆ ที่ต้องใช้ในการดำเนินการนั้นๆ ให้เป็นผลสำเร็จ และถูกต้อง ดังนั้นหากจะสรุปความแตกต่างของคำทั้งสองจึงได้ว่า

ประสิทธิผล = ผลสำเร็จ

ประสิทธิภาพ = ผลสำเร็จ + ประหยัด

ดังนั้น จะได้ว่า ประสิทธิภาพ = ประสิทธิผล + ประหยัด

สำหรับงานวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย" มีจุดมุ่งหมายที่จะประเมินประสิทธิผลหรือผลสำเร็จของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติว่าสามารถกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยได้หรือไม่ โดยประสิทธิผลของนโยบายจะวัดจากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นหลังการนำนโยบายมาใช้

ทั้งนี้ การศึกษาประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ทำเพื่อต้องการทราบถึงผลที่ได้รับว่า นโยบายดังกล่าวสามารถช่วยเพิ่มรายรับให้กับภาคธุรกิจและเพิ่มรายรับให้กับประเทศไทยได้จริงหรือไม่ โดยผลที่ได้จากการศึกษาจะเป็นข้อมูลเพิ่มเติมที่สำคัญต่อการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ของร้านค้าทั่วประเทศไทย และยังเป็นข้อมูลสำคัญที่จะช่วยให้หน่วยงานของภาครัฐ และหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้นำไปใช้ในการวางแผนดำเนินงานต่อไป

2.1.2) โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)

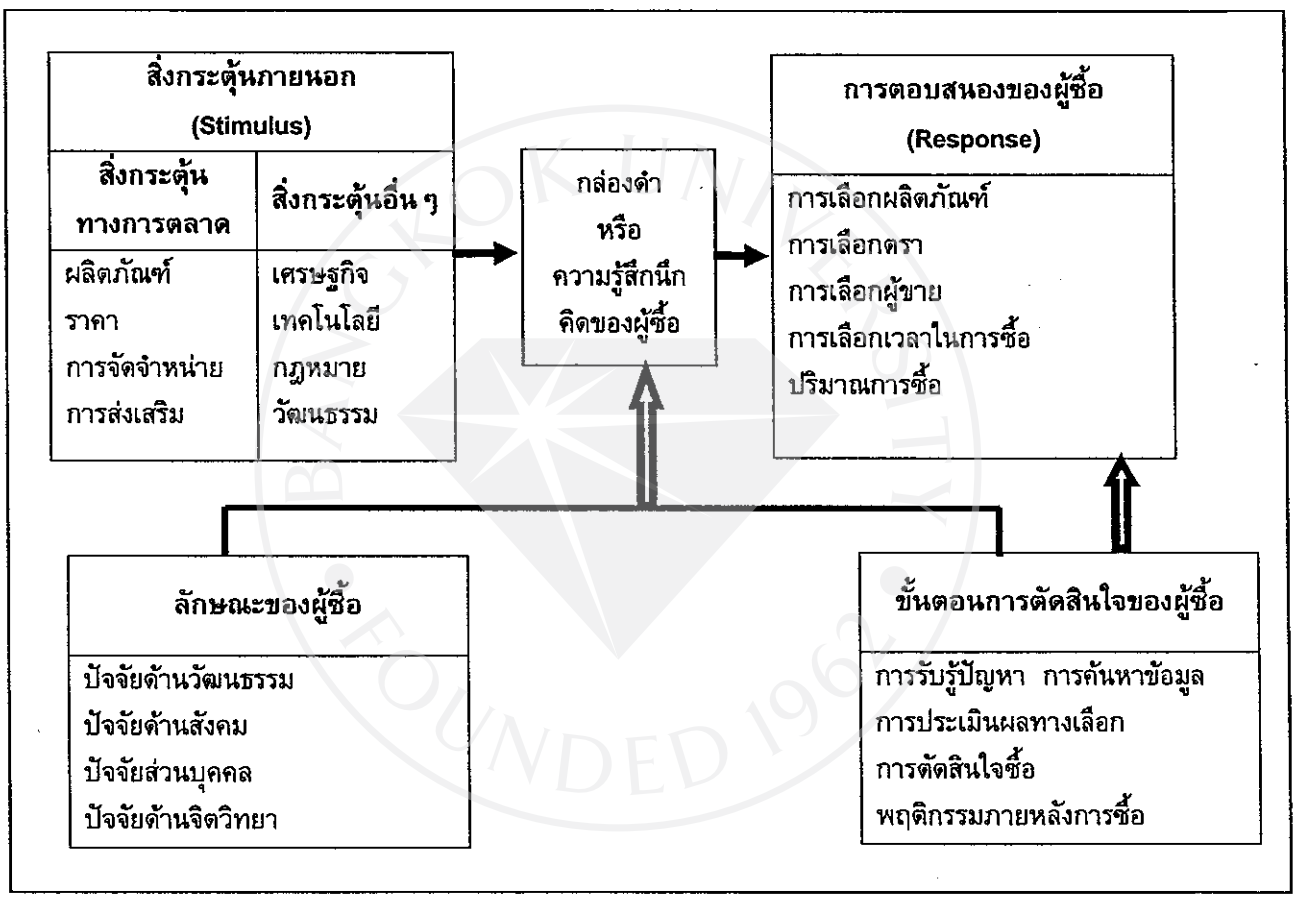
เป็นทฤษฎีที่ศึกษาถึงเหตุจูงใจที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า โดยศึกษาผ่านโมเดลที่เรียกว่า "โมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Model)" (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2539: 68-69) โดยการศึกษาพบว่าจุดเริ่มต้นของพฤติกรรมผู้บริโภคเกิดจากสิ่งกระตุ้น (Stimulus) ที่ทำให้เกิดความต้องการเมื่อสิ่งกระตุ้นผ่านเข้ามาสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ (Buyer's black box) ซึ่งเปรียบเสมือนกล่องดำที่ผู้ขายไม่สามารถคาดคะเนได้ ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ของผู้ซื้อ ซึ่งทำให้ผู้ซื้อเกิดความต้องการก่อนแล้วจึงทำให้เกิดการตอบสนองหรือการตัดสินใจของผู้ซื้อ (Buyer's purchase decision) ดังนั้นโมเดลนี้จึงเรียกว่า S-R Theory

จากรายละเอียดของทฤษฎีที่แสดงในโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค แสดงให้เห็นว่าสิ่งกระตุ้นภายนอกที่ผ่านเข้าสู่ความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อจนทำให้เกิดการตัดสินใจของผู้ซื้อประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

1) สิ่งกระตุ้นทางการตลาด (Marketing Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่นักการตลาดสามารถควบคุมและต้องจัดให้มีขึ้นมักเกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (Marketing mix) ได้แก่ สิ่งกระตุ้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านส่งเสริมช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณาสม่ำเสมอ การลด แลก แจก แถม ซึ่งถือเป็นการกระตุ้นความต้องการซื้อ

2) สิ่งกระตุ้นอื่นๆ (Other Stimulus) เป็นสิ่งกระตุ้นที่อยู่ภายนอกองค์กรซึ่งไม่สามารถควบคุมได้ ได้แก่ สิ่งกระตุ้นทางเศรษฐกิจ เช่น ภาวะเศรษฐกิจ รายได้ของผู้บริโภค สิ่งกระตุ้นทางเทคโนโลยี สิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมืองเช่น กฎหมายเพิ่มลดภาษีของสินค้าใดสินค้าหนึ่งจะมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการของผู้ซื้อสิ่งกระตุ้นทางวัฒนธรรม เช่น ธรรมเนียมประเพณีในเทศกาลต่างๆ

รูปที่ 2.1: โมเดลแสดงรูปแบบพฤติกรรมผู้บริโภค (ผู้ซื้อ) (Model of Buyer Behavior)



จากทฤษฎีแสดงให้เห็นว่า การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นสิ่งกระตุ้นทางกฎหมายและการเมืองซึ่งมีอิทธิพลต่อการเพิ่มหรือลดความต้องการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ดังนั้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับรู้สิ่งกระตุ้นด้านการลดภาษีมูลค่าเพิ่มที่รัฐบาลใช้เป็นตัวกระตุ้นความต้องการแล้ว ก็จะทำให้การตอบสนองของผู้ซื้อเกิดการตอบสนองด้วยการตัดสินใจซื้อในปริมาณหรือมูลค่าที่มากขึ้นได้ ทั้งนี้ต้องขึ้นอยู่กับอิทธิพลจากลักษณะต่างๆ ในปัจจัยด้านวัฒนธรรม สังคม ส่วนบุคคล จิตวิทยาของผู้ซื้อประกอบด้วย

2.1.3) ทฤษฎีความยืดหยุ่น (Elasticity)

โดยทฤษฎีที่นำมาปรับใช้กับการศึกษาในเรื่องนี้คือความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand) (นราทิพย์ ชุติวงศ์, 2542: 67-82) รายละเอียดมีดังนี้

ความหมายของความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคา (Price Elasticity of Demand)

เป็นค่าที่ใช้วัดเปอร์เซ็นต์ (หรืออัตรา) การเปลี่ยนแปลงของปริมาณสินค้าที่จะมีผู้ต้องการเสนอซื้อ ณ ขณะใดขณะหนึ่งต่อเปอร์เซ็นต์ (หรืออัตรา) การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าชนิดนั้นๆ เมื่อกำหนดให้สิ่งอื่นๆ คงที่ ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาจะเขียนได้ว่า

$$\varepsilon_P = \frac{\text{เปอร์เซ็นต์ (หรืออัตรา) การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อ}}{\text{เปอร์เซ็นต์ (หรืออัตรา) การเปลี่ยนแปลงของราคา}}$$

กำหนดให้ ε_P คือ ค่าความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคา

จากการเปรียบเทียบเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณเสนอซื้อและเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าในลักษณะดังกล่าว ค่าความยืดหยุ่นที่คำนวณได้จะมีเครื่องหมายเป็นลบเสมอ เนื่องจากโดยทั่วไปลักษณะการเปลี่ยนแปลงในปริมาณความต้องการซื้อสินค้าและราคาจะเป็นไปในทิศทางตรงกันข้าม อนึ่งเครื่องหมายติดลบเป็นเพียงสิ่งที่บอกให้ทราบว่าตัวแปรทั้งสองคือ ราคาและปริมาณความต้องการซื้อ มีความสัมพันธ์ในทางตรงข้ามกันเท่านั้น ดังนั้นในการพิจารณาค่าความยืดหยุ่นว่ามีค่ามากหรือน้อยจึงพิจารณาเฉพาะตัวเลขเท่านั้น ไม่คำนึงถึงเครื่องหมาย

ตัวอย่างเช่น ถ้าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ – 0.50 หมายถึง เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป 1% ปริมาณความต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงเพียง 0.50% ในทิศทางตรงข้าม แต่ถ้าค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาที่คำนวณได้มีค่าเท่ากับ – 4 นั่นหมายถึง เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป 1% ปริมาณความต้องการซื้อจะเปลี่ยนแปลงไปถึง 4% ในทิศทางตรงข้าม

ลักษณะความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา

เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้ความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในปริมาณที่ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับระดับความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา โดยทั่วไปจะอยู่ระหว่างศูนย์ และอินฟินิตี้ ($0 \leq \varepsilon_P \leq \infty$) ซึ่งแบ่งออกได้เป็น 5 ลักษณะดังนี้

1. **ไม่มีค่าความยืดหยุ่น (Perfectly Inelastic)** ค่าความยืดหยุ่น ($\mathcal{E}_P$) เท่ากับ 0 หมายถึง ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะไม่เปลี่ยนแปลงไป เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป
2. **ค่าความยืดหยุ่นต่ำ (Inelastic Demand)** ค่าความยืดหยุ่น ($\mathcal{E}_P$) มากกว่า 0 แต่น้อยกว่า 1 ($0 < \mathcal{E}_P < 1$) หมายถึง เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะน้อยกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า
3. **ค่าความยืดหยุ่นคงที่ (Unitary Elastic)** ค่าความยืดหยุ่น ($\mathcal{E}_P$) เท่ากับ 1 หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาจะเท่ากับเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าพอดี
4. **ค่าความยืดหยุ่นสูง (Elastic)** ค่าความยืดหยุ่น ($\mathcal{E}_P$) มากกว่า 1 แต่น้อยกว่าอินฟินิตี้ ($1 < \mathcal{E}_P < \infty$) หมายถึง เปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะมากกว่าเปอร์เซ็นต์การเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้า
5. **ค่าความยืดหยุ่นสมบูรณ์ (Perfectly Elastic)** ค่าความยืดหยุ่น ($\mathcal{E}_P$) เท่ากับ อินฟินิตี้ หมายถึง เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไปแม้เพียงเล็กน้อย ปริมาณความต้องการซื้อสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไม่มีที่สิ้นสุด

ความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากับรายรับรวม

การกำหนดนโยบายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการตั้งราคาสินค้าหรือการเปลี่ยนแปลงราคาสินค้าย่อมมีผลกระทบไปถึงรายรับรวมเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของราคาสินค้าย่อมมีผลกระทบต่อปริมาณความต้องการซื้อสินค้าของผู้บริโภค ดังนั้นในการดำเนินนโยบายใดๆ เกี่ยวกับราคาสินค้าเพื่อต้องการให้ยอดรายรับรวม (Total Revenue) มีผลไปในทิศทางใดมากน้อยเพียงใดส่วนหนึ่งมักขึ้นอยู่กับค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา โดยสามารถสรุปความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากับรายรับรวมได้ดังนี้

ค่าของ $\mathcal{E}_P$	ลักษณะความยืดหยุ่นของเส้นอุปสงค์	การเปลี่ยนแปลงของรายรับรวม เมื่อราคาสูงขึ้น	การเปลี่ยนแปลงของรายรับรวม เมื่อราคาลดลง
$\mathcal{E}_P > 1$	ยืดหยุ่นสูง	รายรับรวมลดลง	รายรับรวมเพิ่มขึ้น
$\mathcal{E}_P = 1$	ยืดหยุ่น = 1	รายรับรวมคงที่	รายรับรวมคงที่
$\mathcal{E}_P < 1$	ยืดหยุ่นต่ำ	รายรับรวมเพิ่มขึ้น	รายรับรวมลดลง

ปัจจัยที่กำหนดค่าความยืดหยุ่นขององุปสงค์ต่อราคา

ค่าความยืดหยุ่นขององุปสงค์ต่อราคาของสินค้าทั่วไป จะอยู่ระหว่างมากกว่าศูนย์แต่น้อยกว่าอินฟินิตี้ แต่จะมากน้อยกว่ากันเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่มีผลทำให้ปริมาณความต้องการซื้อเปลี่ยนแปลงไปมากน้อยต่างกันเมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ปัจจัยที่เกี่ยวข้องได้แก่

1. **ความมากน้อยของสินค้าที่สามารถใช้แทนสินค้าที่กำลังพิจารณาอยู่**
   - กรณีสินค้าที่มีสินค้าชนิดอื่นใช้แทนได้เป็นอย่างดีและมีมากชนิด เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคมักหันไปซื้อสินค้าชนิดอื่นแทนสินค้าชนิดนั้นทันที จึงทำให้อุปสงค์ของราคาสินค้าประเภทดังกล่าวมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างสูง
   - กรณีสินค้าที่ไม่มีสินค้าชนิดอื่นใช้แทนได้ดี แม้ราคาสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไป ผู้บริโภคก็ยังคงซื้อสินค้าชนิดเดิมใช้ อุปสงค์ของราคาสินค้าจะมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างต่ำ
2. **ความจำเป็นของสินค้า**
   - กรณีสินค้าที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีพของบุคคล อุปสงค์ของราคาสินค้าจะมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างต่ำ เพราะแม้ราคาสินค้าจะเปลี่ยนแปลงไปมาก ก็จะทำให้จำนวนการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปเพียงเล็กน้อยเท่านั้น เช่น น้ำมัน และยารักษาโรค เป็นต้น
   - กรณีสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย อุปสงค์ของราคาสินค้าจะมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างสูงกล่าวคือ เมื่อราคาสินค้าเปลี่ยนแปลงไป จะทำให้จำนวนการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปมากกว่า มักได้แก่ สินค้าเพื่อความสวยงามและความสะดวกสบาย เช่น น้ำหอม เสื้อผ้า กระเป๋า เป็นต้น เนื่องจากสินค้าประเภทฟุ่มเฟือยส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและจับจ่ายซื้อออกนอกประเทศ ดังนั้นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อในมูลค่าที่มากขึ้น รัฐบาลจึงได้นำมาตรการการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้เป็นกลยุทธ์ในการปรับ
3. **ลักษณะของสินค้าเป็นสินค้าที่ต้องใช้ประกอบกับสินค้าอื่นหรือไม่**

ถ้าสินค้าเป็นประเภทที่จำเป็นต้องใช้ประกอบกับสินค้าอื่น อุปสงค์ของราคาสินค้าจะมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างต่ำ ในทางตรงข้าม ค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างสูงถ้าสินค้านั้นไม่จำเป็นต้องใช้ประกอบกับสินค้าอื่น

4. ประโยชน์การใช้งาน

สินค้าสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากเท่าไร อุปสงค์ของราคาสินค้าจะมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างสูงเท่านั้น นั่นคือเมื่อราคาสินค้าลดลงเพียงเล็กน้อย ผู้บริโภคจะหันมาซื้อสินค้าดังกล่าวในปริมาณที่เพิ่มขึ้นอย่างมาก

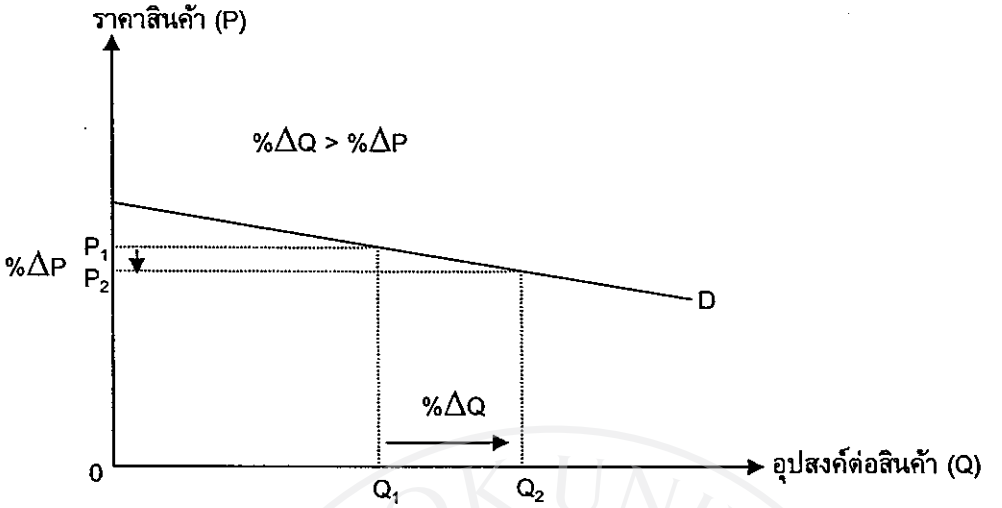
5. ราคาของสินค้าเมื่อเทียบกับรายได้ของผู้บริโภค

ถ้าสินค้ามีราคาสูงและผู้บริโภคต้องใช้เงินรายได้ส่วนใหญ่จัดซื้อมาโดยใช้ความรอบคอบต่อการตัดสินใจซื้อ อุปสงค์ของราคาสินค้าประเภทนี้จะมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างต่ำปัจจัยต่างๆ ที่กล่าวมาในข้างต้นมีส่วนทำให้ความยืดหยุ่นของอุปสงค์สินค้าแต่ละชนิดมีค่าแตกต่างกันไป อันส่งผลกระทบไปถึงรายรับของธุรกิจ ดังนั้น จากปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคา และทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคากับรายรับรวมสามารถสรุปได้ว่า สินค้าที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและจับจ่ายใช้สอยหรือซื้อหากลับไปยังประเทศตน ส่วนใหญ่จะเป็นสินค้าประเภทฟุ่มเฟือย และอุปสงค์ของราคาสินค้าประเภทนี้จะมีค่าความยืดหยุ่นค่อนข้างสูง นั่นหมายความว่า เมื่อมีการลดราคาสินค้าลง จะทำให้จำนวนการซื้อสินค้าของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นมากกว่า

ดังนั้นการที่รัฐบาลนำมาตรการการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวเข้ามาใช้เป็นกลยุทธ์จึงเสมือนเป็นการลดราคาสินค้าให้นักท่องเที่ยว ผลที่ได้รับคือยอดรายรับที่ได้จากนักท่องเที่ยวควรเพิ่มมากขึ้นจากการที่เปอร์เซ็นต์การเพิ่มขึ้นของปริมาณสินค้าที่ขายได้จะมากกว่าเปอร์เซ็นต์การลดลงของราคา

ตัวอย่างเช่น สินค้าชนิดหนึ่งมีความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคาเท่ากับ -10 ซึ่งหมายถึงหากราคาสินค้าลดลง 1% ปริมาณสินค้าที่ขายได้จะเพิ่มขึ้น 10% กำหนดให้ เดิมสินค้าราคา 100 บาทต่อหน่วย ปริมาณที่ขายได้เท่ากับ 1,000 หน่วย ดังนั้นรายรับรวมจะเท่ากับ 100,000 บาท ต่อมาราคาสินค้าลดลง 7% ย่อมทำให้ปริมาณสินค้าที่ขายได้เพิ่มขึ้น 70% (เนื่องจากความยืดหยุ่นเท่ากับ -10) นั่นคือ

- ราคาสินค้าลดลงจาก 100 บาท เป็น 93 บาท [100 - (100 x 7%)]
- ปริมาณขายเพิ่มขึ้นจาก 1,000 หน่วย เป็น 1,700 หน่วย [1,000 + (1,000 x 70%)]
- ดังนั้น รายรับรวมเพิ่มขึ้นจาก 100,000 บาท เป็น 158,100 บาท
  [(ปริมาณ) 1,700 x (ราคา) 93]



รูปที่ 2.2: ผลของการเปลี่ยนแปลงราคาของสินค้าที่มีความยืดหยุ่นอุปสงค์ต่อราคาสูง

2.2) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Related Studies)

เนื่องจากประเทศไทยได้ใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ (VAT Refund for Tourists) เพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติตั้งแต่เดือนมิถุนายน ปี พ.ศ. 2542 ซึ่งถือว่าเป็นเวลายังไม่นานมากนัก จึงทำให้งานวิจัยที่ทำการศึกษาประสิทธิผลของนโยบายดังกล่าวโดยตรงยังมีอยู่เป็นจำนวนน้อยมาก ทั้งนี้ผลงานวิชาการที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะเป็นบทความทางวิชาการเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับนโยบาย ตัวอย่างเช่น ทัศนีย์ มหาธนะกิติวงศ์ (2542: 9-19) สมพงษ์ ตันติรจนาวงศ์ (2543: 60-63) กองบรรณาธิการวารสารภาษี บัญชี และกฎหมายธุรกิจ (2546: 56-59) และพีรวิชญ์ พิชญะ (2547: 64-68)

สำหรับงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรงเท่าที่ได้ศึกษามาได้แก่งานของสันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ (2543) ซึ่งได้ทำการศึกษาการรับรู้และความสนใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งได้ทำการศึกษาสัดส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่ได้ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มและเหตุผลที่ไม่ได้ขอคืนภาษี นอกจากนี้ยังได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้เกี่ยวกับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มและมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าอีกด้วย

ทั้งนี้ งานวิจัยดังกล่าวได้ทำการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติดอนเมือง จำนวน 400 คน โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียจำนวน 283 คน และทวีปยุโรปจำนวน 117 คน ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า มีนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 57.5

ไม่ทราบนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะที่มีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 16.25 ได้รับทราบเกี่ยวกับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มก่อนเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และนักท่องเที่ยวร้อยละ 25 ได้รับทราบเกี่ยวกับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มหลังเดินทางมาถึงประเทศไทยแล้ว และจากผู้ที่รับทราบนโยบายหลังเดินทางมาถึงประเทศไทยแล้วทั้งหมด มีนักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 48.75 รับทราบนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มจากห้างสรรพสินค้า

และจากนักท่องเที่ยวที่ทำการสอบถามทั้ง 400 คน พบว่ามีเพียงร้อยละ 13.5 เท่านั้นที่ได้ทำการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ในขณะที่ร้อยละ 86.5 ไม่ได้ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งสาเหตุหลักสามประการที่นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวไม่ได้ทำการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้แก่ 1) สินค้าที่ซื้อมีมูลค่าน้อยกว่ามูลค่าขั้นต่ำที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ (สินค้าต้องมีมูลค่ารวมไม่น้อยกว่า 2,000 บาท โดยต้องซื้อจากร้านเดียวกันและภายในวันเดียวกัน) 2) ไม่มีเวลาเพียงพอสำหรับการยื่นเอกสารเพื่อขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม และ 3) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อสินค้าจากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น ร้านค้าขนาดเล็ก ตลาดนัด แผงลอย ฯลฯ

งานวิจัยยังพบว่ามูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้ามีความสัมพันธ์กับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม โดยพบว่าร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ไม่ได้ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมีมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าน้อยกว่า 10,000 บาท ตลอดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในขณะที่ร้อยละ 20.21 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมีมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าระหว่าง 10,000 ถึง 20,000 บาท และร้อยละ 31.76 มีมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้ามากกว่า 20,000 บาท ตลอดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยของปริทัศน์ ตรีอินทอง (2546) ซึ่งได้ทำการศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาจากกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาใช้บริการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ โดยรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามจำนวน 200 ชุด แล้วนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยใช้ร้อยละและค่าเฉลี่ยเลขคณิต

ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาเป็นชาวญี่ปุ่นมากที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนประจำปี โดยจะมีระยะเวลาที่พำนักส่วนใหญ่ 1 – 5 วัน โดยมีการใช้จ่ายอยู่ในวงเงิน 20,001 – 25,000 บาท สินค้าที่ซื้อส่วนใหญ่เป็นจำพวกผ้าไหม ทั้งนี้ส่วนใหญ่ทราบข่าวสารเกี่ยวกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวจากการประชาสัมพันธ์บนเครื่องบิน และมีความเข้าใจเกี่ยวกับการคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มพอสมควร สำหรับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ผลการวิจัยพบว่ามีร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการอยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้เนื่องจากการเข้ามายังประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจุดประสงค์เพื่อการพักผ่อน รวมทั้งไม่ได้เข้ามาในประเทศไทยเป็น

ประจำ จึงมีการใช้บริการคืนเงินภาษีให้กับนักท่องเที่ยวไม่มากครั้ง สำหรับความคิดเห็นเรื่องการใช้เวลาในการตรวจสอบสินค้าและเวลาที่รอรับเงินคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติพบว่าใช้เวลาไม่นาน ส่วนเรื่องค่าธรรมเนียมในการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเห็นว่าเหมาะสมดีแล้ว โดยในภาพรวมพบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มีความคิดเห็นเรื่องการใช้บริการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ ในด้านบวก

สำหรับความเห็นด้านการให้บริการของเจ้าหน้าที่ ด้านระยะเวลาในการดำเนินการคืนเงินภาษี ด้านสถานที่ ด้านเอกสารและอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจมาก ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์ พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีระดับความพึงพอใจปานกลาง ทั้งนี้ในภาพรวม นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ณ ท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่ มีความพึงพอใจมากต่อการคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่ม

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้ง 2 เรื่องข้างต้น ทำให้สามารถสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินที่มากขึ้น อย่างไรก็ตาม อุปสรรคสำคัญอย่างแรกของการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้แก่ การที่นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่ยังไม่ทราบถึงนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม อีกทั้งยังมีอุปสรรคในแง่ของกฎเกณฑ์และขั้นตอนในการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม รวมทั้งการที่ยังมีร้านค้าที่เป็นที่สนใจซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติแต่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติอีกเป็นจำนวนมากไม่ได้มีการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ซึ่งอาจส่งผลให้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติดังกล่าวไม่อาจกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับประสิทธิภาพในการดำเนินการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของเจ้าหน้าที่ พบว่าไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินนโยบายแต่อย่างใด

นอกเหนือจากประเทศไทยแล้ว ยังมีประเทศอื่นๆ ในโลกอีกหลายประเทศที่มีการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ ประเทศในกลุ่มสหภาพยุโรป (ประเทศออสเตรีย เบลเยี่ยม โครเอเชีย ไซปรัส สาธารณรัฐเชค เดนมาร์ก ฟินแลนด์ ฝรั่งเศส เยอรมนี กรีซ ฮังการี ไอซ์แลนด์ ไอร์แลนด์ อิตาลี ลิธัวเนีย ลักเซมเบิร์ก เนเธอร์แลนด์ โปแลนด์ โปรตุเกส สโลเวเนีย สโลวาเกีย สเปน สวีเดน และสหราชอาณาจักร) นอกจากนี้ยังมีประเทศอาร์เจนตินา แคนาดา ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ เลบานอน ลิคเคนสไตน์ สิงคโปร์ สวิสเซอร์แลนด์ ตุรกี และแอฟริกาใต้

สำหรับหลักการโดยทั่วไปในการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มในประเทศต่างๆ ข้างต้นจะไม่แตกต่างจากกรณีของประเทศไทย เช่น มีการกำหนดมูลค่าสินค้าขั้นต่ำที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ นักท่องเที่ยวสามารถนำหลักฐานไปทำเรื่องขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ที่ท่าอากาศยานนานาชาติของแต่ละประเทศ ฯลฯ แต่อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งซึ่งถือเป็นข้อแตกต่าง

ระหว่างนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยกับต่างประเทศ ซึ่งน่าจะมีผลต่อประสิทธิผลของนโยบายคือ การดำเนินการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งถ้าเป็นประเทศไทยจะดำเนินการโดยภาครัฐบาล ในขณะที่เกือบทุกประเทศข้างต้น (ยกเว้น ประเทศญี่ปุ่นและแอฟริกาใต้) การดำเนินการตามนโยบายทำโดยบริษัทเอกชนบริษัทเดียวกัน นั่นคือ บริษัท Global Refunds

บริษัท Global Refunds เป็นบริษัทของประเทศเนเธอร์แลนด์ซึ่งเป็นผู้ดำเนินการทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยร้านค้าที่ใช้บริการของบริษัทในทุกประเทศจะมีสัญลักษณ์ Tax Free Shopping เพื่อแสดงให้นักท่องเที่ยวต่างชาติได้รับทราบว่าสามารถขอคืนภาษีมูลคาเพิ่มได้ โดยเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีการซื้อสินค้าในมูลค่าที่ถึงเกณฑ์ที่จะสามารถของคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ ซึ่งอาจแตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ เช่น 25 ดอลลาร์สหรัฐในประเทศสวีเดน จนถึง 340 ดอลลาร์สหรัฐในประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ทางร้านจะออกหลักฐานที่เรียกว่า Tax-Free Shopping Cheque เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถนำหลักฐานดังกล่าวไปขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้เมื่อจะเดินทางออกนอกประเทศที่เคาน์เตอร์ของบริษัทที่เปิดให้บริการอยู่ในท่าอากาศยานนานาชาติ

ทั้งนี้การที่ปล่อยให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติอาจมีข้อได้เปรียบกว่าการที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการในหลายด้าน เช่น มีขั้นตอนในการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ง่ายกว่า มีการประชาสัมพันธ์ที่ดีกว่า เป็นต้น นอกจากนี้ การที่บริษัท Global Refunds เป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่ทุกประเทศในสหภาพยุโรป ทำให้สหภาพยุโรปมีข้อได้เปรียบในการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มตรงที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้จากทุกประเทศที่เป็นปลายทางก่อนเดินทางออกนอกสหภาพยุโรป แม้ว่าจะซื้อสินค้ามาจากประเทศอื่นๆ ก็ตาม ซึ่งลักษณะดังกล่าวน่าจะช่วยให้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีประสิทธิผลในการกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม การที่ปล่อยให้เอกชนเป็นผู้ดำเนินการเกี่ยวกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติก็มีข้อเสียเปรียบกว่าการที่รัฐบาลเป็นผู้ดำเนินการเช่นกัน นั่นคือ บริษัทจะหักส่วนหนึ่งของเงินภาษีมูลค่าเพิ่มที่ขอคืน โดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 10 เป็นค่าธรรมเนียมในการดำเนินการ ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ลดประสิทธิผลของนโยบายในการกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวลงได้

นอกจากนี้ การศึกษานโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของต่างประเทศยังพบว่า นอกจากประเทศญี่ปุ่นและแคนาดาที่เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 5 และร้อยละ 7 ตามลำดับแล้ว ทุกประเทศมีอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มที่สูงมาก โดยประเทศที่เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มสูงที่สุดคือประเทศเดนมาร์ก ที่อัตราร้อยละ 25 ในขณะที่ประเทศส่วนใหญ่ก็จะมีอัตราภาษีมูลค่าเพิ่มมากกว่าร้อยละ 10 ทั้งสิ้น (เยอรมนี ร้อยละ 19 อิตาลี ร้อยละ 20 และแอฟริกาใต้

ร้อยละ 14 เป็นต้น) ซึ่งการที่ภาษีมูลค่าเพิ่มมีอัตราที่สูงมากเช่นนี้อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวเพื่อกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากการที่ภาษีมูลค่าเพิ่มมีอัตราที่สูง ภาษีมูลค่าเพิ่มที่ได้รับคืนก็จะมีมูลค่าสูงตามไปด้วย ซึ่งเมื่อประเทศที่เก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราที่สูงเหล่านี้มีการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว ย่อมทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าตนเองได้ส่วนลดในการซื้อสินค้าในอัตราที่สูง สามารถซื้อสินค้าได้ในราคาที่ถูกลงอย่างมาก ย่อมทำให้เกิดแรงจูงใจในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้ามากกว่ากรณีของประเทศที่มีภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราที่ค่อนข้างต่ำ เนื่องจากการที่ภาษีมูลค่าเพิ่มมีอัตราต่ำ ย่อมทำให้ภาษีมูลค่าเพิ่มที่ได้รับคืนอาจมีจำนวนไม่มากนัก ไม่คุ้มค่ากับเวลาที่เสียไปในการดำเนินการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือไม่คุ้มค่ากับการที่ต้องใช้จ่ายเพื่อให้ได้มูลค่าการซื้อสินค้ารวมถึงเกณฑ์ขั้นต่ำที่จะขอภาษีมูลค่าเพิ่มคืนได้ กรณีดังกล่าวอาจทำให้ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวแตกต่างกันในกรณีของประเทศที่มีภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราที่สูงและในอัตราที่ต่ำ

นอกจากนี้ Zall M. (2002) ยังพบว่า นักท่องเที่ยวจากประเทศสหรัฐอเมริกาขาดการรับรู้และความสนใจที่จะขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ทั้งนี้เนื่องจากประเทศสหรัฐอเมริกาไม่มีนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งเนื่องจากระบบภาษีที่คำนวณจากฐานการบริโภคของประสหรัฐอเมริกาแตกต่างจากประเทศไทยรวมทั้งสหภาพยุโรป โดยในประเทศสหรัฐอเมริกา ภาษีที่คำนวณจากฐานการบริโภคเรียกว่าภาษีขาย หรือ Sales Tax (ในขณะที่ประเทศไทยและสหภาพยุโรปเรียกว่า ภาษีมูลค่าเพิ่ม หรือ Value Added Tax) ซึ่งมูลค่าภาษีที่คำนวณได้จะไม่รวมอยู่ในราคาสินค้าตั้งแต่ต้น โดยภาษีขายดังกล่าวจะถูกคิดจากผู้ซื้อในขั้นตอนการชำระเงินที่แคชเชียร์ ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันมาท่องเที่ยวและใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในประเทศที่มีการรวมภาษีมูลค่าเพิ่มไว้ในราคาสินค้าอยู่แล้วตั้งแต่ต้นดังเช่นประเทศไทยและสหภาพยุโรป นักท่องเที่ยวเหล่านี้มักจะไม่รู้ตัวว่าตนเองได้เสียภาษีมูลค่าเพิ่มไปเป็นที่เรียบร้อยแล้วและมองข้ามการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มไป ดังนั้น ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มในการกระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงอาจไม่สูงดังที่หวังในกรณีของประเทศที่มีการแยกภาษีขายออกจากราคาสินค้าดังเช่นกรณีของประเทศสหรัฐอเมริกา

บทที่ 3: นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว
(Chapter 3: VAT Refund For Tourists Policy: VRT)

ในบทนี้จะกล่าวถึงความเป็นมาและรายละเอียดที่สำคัญเกี่ยวกับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งสถิติที่น่าสนใจเกี่ยวกับนโยบาย เช่น สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยว สถิติจำนวนผู้ประกอบการขายสินค้าให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1) นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว (VAT Refund for Tourist Policy)

นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นมาตรการทางภาษีอากรที่รัฐบาลนำมาใช้ในการกระตุ้นการใช้จ่ายด้านการบริโภคและซื้อสินค้าของชาวต่างชาติโดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ การดึงเงินตราเข้าประเทศในช่วงที่ประเทศเกิดภาวะวิกฤติเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 ซึ่งการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวนั้น ได้นำหลักการการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ที่มีลักษณะการจัดเก็บจากปลายทางการบริโภคสินค้า ซึ่งการซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวและนำออกนอกประเทศถือเสมือนเป็นการส่งออกสินค้าและปัจจุบันมีการเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราร้อยละ 0 ดังนั้นรัฐบาลจึงได้นำหลักการดังกล่าวมากำหนดเป็นนโยบายเพื่อคืนเงินภาษีมูลค่าเพิ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่ซื้อสินค้าในประเทศไทยและได้ถูกเรียกเก็บภาษีไว้แล้ว

การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มจึงเป็นนโยบายที่สอดคล้องกับหลักการจัดเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มจากฐานการบริโภคภายในประเทศและส่งเสริมการส่งออก (ทัศนีย์ มหาธนะกิติวงศ์, 2542) ซึ่งนำมาใช้เพื่อพัฒนาการค้าและเศรษฐกิจ โดยมีสาระสำคัญดังนี้

ภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax: VAT) เป็นภาษีทางอ้อมประเภทหนึ่งที่จัดเก็บจากฐานการบริโภคทั่วไปในประเทศไทย เว้นแต่การให้บริการนำเที่ยวในต่างประเทศ เริ่มใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2535 โดยนำมาใช้แทนภาษีการค้า ซึ่งถูกยกเลิกไปเพราะไม่สอดคล้องกับภาวการณ์ปัจจุบัน เป็นมาตรการที่ให้ความสำคัญต่อระบบเอกสารที่เรียกว่า "ใบกำกับภาษี (Tax Invoice)"

ผู้มีหน้าที่เสียภาษีมูลค่าเพิ่ม ได้แก่ ผู้ขายสินค้าและผู้ให้บริการในทางธุรกิจหรือวิชาชีพในประเทศไทย ที่มีรายรับต่อปีหรือต่อรอบระยะเวลาบัญชีเกิน 1,800,000 บาทและผู้นำเข้าสินค้า ไม่ว่าชนิดใด ทอดใด และไม่ว่าจะประกอบกิจการในรูปแบบบุคคลธรรมดา บริษัท ห้างหุ้นส่วน หรือรัฐวิสาหกิจ ฯลฯ จะต้องเสียภาษีตามอัตราปกติที่ประมวลรัษฎากร

กำหนดไว้คือ อัตราร้อยละ 7 สำหรับการบริโภคทั่วไปในประเทศไทย และอัตราร้อยละ 0 สำหรับการส่งออกสินค้า หรือการให้บริการที่กระทำในประเทศไทยแต่ได้มีการใช้บริการนั้นในต่างประเทศโดยทั่วไปผู้ประกอบการที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มจะคำนวณภาษีมูลค่าเพิ่มที่ต้องชำระหรือขอคืนโดยนำภาษีที่เรียกเก็บจากผู้ซื้อสินค้าหรือรับบริการ (ภาษีขาย) หัก ภาษีที่ผู้ประกอบการถูกผู้ประกอบการจดทะเบียนรายอื่นเรียกเก็บ (ภาษีซื้อ) กรณีภาษีขาย มากกว่าภาษีซื้อ ผู้ประกอบการมีหน้าที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการที่เรียกว่า การยื่นแบบ ภ.พ.30 เพื่อเสียภาษีเป็นรายเดือนภาษี (เดือนปฏิทิน) ภายในวันที่ 15 ของเดือนภาษีถัดไป แต่ในกรณีที่ภาษีขายน้อยกว่า ภาษีซื้อ นั้นหมายถึงภาษีที่เสียไปในการซื้อสินค้าหรือบริการมาใช้ในกิจการมากกว่าภาษีจากการขายสินค้าหรือบริการได้ ดังนั้นกิจการจึงมีสิทธิขอรับคืนส่วนต่างภาษีได้โดยไม่ต้องยื่นเอกสารหลักฐานใดๆ เพิ่มเติม ในกรณีของการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม นอกจากการคืนภาษีให้แก่ผู้ประกอบการที่มีสิทธิได้รับคืนภาษีแล้ว รัฐบาลยังมีนโยบายในการคืนภาษีให้กับผู้เดินทางออกนอกประเทศไทยที่ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบจดทะเบียนเพื่อนำออกไปนอกราชอาณาจักรมีสิทธิขอรับคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกเรียกเก็บไว้แล้วได้อีกด้วย และนอกจากการมีหน้าที่ในการจดทะเบียน หน้าที่ที่ต้องยื่นแบบแสดงรายการเพื่อเสียภาษีเป็นรายเดือนแล้ว ผู้ประกอบยังต้องมีหน้าที่จัดทำรายงานและหลักฐานต่าง ๆ ตามที่กฎหมายกำหนดไว้อีกด้วย ซึ่งถ้าผู้ใดฝ่าฝืนอาจถูกประเมินภาษีพร้อมทั้งเบี้ยปรับ เงินเพิ่ม หรืออาจถูกลงโทษด้วย

นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว เป็นนโยบายที่รัฐบาลออกเป็นพระราชบัญญัติแก้ไขเพิ่มเติมประมวลรัษฎากร (ฉบับที่ 34) พ.ศ. 2541 กำหนดให้อธิบดีกรมสรรพากรมีอำนาจกำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการและเงื่อนไขให้ผู้เดินทางออกนอกประเทศที่ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการจดทะเบียนเพื่อนำออกไปนอกราชอาณาจักรขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกเรียกเก็บไว้แล้วได้ โดยมีผลใช้บังคับตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ. 2542 เป็นต้นไป

ดังนั้นกรมสรรพากรจึงได้มีประกาศอธิบดีกรมสรรพากรที่เกี่ยวกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวออกมา 2 ฉบับคือ ประกาศอธิบดีกรมสรรพากรฉบับที่ 90 เรื่อง กำหนดคุณลักษณะและหลักเกณฑ์ของผู้ประกอบการจดทะเบียน ที่ขายสินค้าให้ผู้เดินทางออกนอกราชอาณาจักร ซึ่งผู้เดินทางออกนอกราชอาณาจักร มีสิทธิขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกเรียกเก็บไว้แล้วได้ ตามมาตรา 84/4 แห่งประมวลรัษฎากร และประกาศอธิบดีกรมสรรพากรฉบับที่ 91 เรื่อง กำหนดหลักเกณฑ์ วิธีการ และเงื่อนไขให้ผู้เดินทางออกไปนอกราชอาณาจักรที่ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการจดทะเบียนเพื่อนำออกไปนอกราชอาณาจักร ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ถูกเรียกเก็บไว้แล้วได้ ตามมาตรา 84/4 แห่งประมวลรัษฎากร โดยทั้ง 2 ฉบับมีผลบังคับใช้ตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน พ.ศ. 2542 เป็นต้นไป มีสาระสำคัญพอสังเขปดังนี้

คุณสมบัติการขอเป็นผู้ประกอบการขายสินค้าในระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ

- ต้องเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มและเสียภาษีในอัตราร้อยละ 7
- เป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งมีเงินทุนจดทะเบียนชำระแล้วไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท สำหรับผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานคร และ ไม่ต่ำกว่า 500,000 บาท สำหรับผู้ประกอบการในเขตจังหวัดอื่น
- มีความมั่นคงต่อเนื่องในการประกอบกิจการ และมีประวัติการเสียภาษีที่ดี
- ผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติครบถ้วนข้างต้น สามารถยื่นคำร้อง (คภท.1) ได้ ณ สำนักงานสรรพากรพื้นที่ ท้องที่ที่สถานประกอบการซึ่งเป็นสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่

คุณสมบัติของนักท่องเที่ยวที่มีสิทธิขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม

- ไม่เป็นผู้มีสัญชาติไทย
- ไม่เป็นผู้มีภูมิลำเนาในประเทศไทยและไม่ได้เป็นผู้อยู่ในประเทศไทยถึง 180 วัน ในปีภาษี
- ไม่เป็นนักบินหรือลูกเรือของสายการบินที่เดินทางออกนอกราชอาณาจักร
- เดินทางออกนอกราชอาณาจักรโดยเครื่องบิน ณ ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ
- ซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการจดทะเบียนที่ได้รับอนุมัติจากอธิบดีกรมสรรพากร

สินค้าที่มีสิทธิขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มต้องมีลักษณะดังต่อไปนี้

- ต้องเป็นสินค้าไม่ใช่ค่าบริการ
- เป็นสินค้าที่ซื้อจากผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มมีเครื่องหมาย "VAT REFUND FOR TOURISTS" และได้ถูกเรียกเก็บภาษีมูลค่าเพิ่มไว้แล้ว
- เป็นสินค้าประเภทที่นำออกไปพร้อมกับการเดินทางได้ โดยต้องนำออกนอกราชอาณาจักรภายใน 60 วันนับแต่วันซื้อสินค้า
- ไม่เป็นสินค้าที่ต้องห้ามนำออกนอกราชอาณาจักร อาวุธปืน วัตถุระเบิด หรือสินค้าที่มีลักษณะทำนองเดียวกัน อัญมณีที่ยังไม่ได้ประกอบขึ้นเป็นตัวเรือนหรือของรูปพรรณ

- ยอดซื้อสินค้ารวมภาษีในแบบ ภ.พ. 10 แต่ละฉบับต้องไม่น้อยกว่า 2,000 บาท ซึ่งเป็นจำนวนเงินที่เกิดจากการซื้อเพียงครั้งเดียวหรือหลายครั้งได้แต่ต้องซื้อจากสถานประกอบการแห่งเดียวกัน และเกิดขึ้นภายในวันเดียวกัน
- ยอดซื้อสินค้ารวมภาษีในแบบ ภ.พ. 10 ทุกฉบับรวมกันต้องไม่น้อยกว่า 5,000 บาท

ขั้นตอนการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มและหลักเกณฑ์การรับเงินคืน

นักท่องเที่ยวที่มีความประสงค์จะขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มจะต้องปฏิบัติตามข้อกำหนดและหลักเกณฑ์ดังนี้

- เมื่อซื้อสินค้าในร้านเดียวกันวันเดียวกัน ตั้งแต่ 2,000 บาทให้แจ้งต่อผู้ประกอบการจดทะเบียนที่ขายสินค้าพร้อมแสดงหนังสือเดินทาง เพื่อจัดทำคำร้องขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ.10)
- ในวันเดินทางออกนอกราชอาณาจักรให้นำสินค้าตามแบบ ภ.พ.10 ให้เจ้าพนักงานศุลกากร ณ ท่าอากาศยานตรวจและประทับตรารับรองในคำร้องขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม
- ในกรณีสินค้าเป็นประเภทอัญมณีที่ประกอบขึ้นเป็นตัวเรือนหรือของรูปพรรณทองรูปพรรณนาพิกา แว่นตา หรือปากกา ที่มีมูลค่าของสินค้าแต่ละชิ้นตั้งแต่ 10,000 บาทขึ้นไป เมื่อผ่านการตรวจของศุลกากร ณ ท่าอากาศยานแล้ว ให้นำสินค้าดังกล่าวติดตัวนักท่องเที่ยวไปให้เจ้าหน้าที่สรรพากรตรวจพร้อมการยื่นขอคืนเงินอีกครั้ง
- การขอรับเงินคืนนักท่องเที่ยวต้องระบุวิธีการขอรับเงินคืนในคำร้องขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (ภ.พ. 10) ตามที่นักท่องเที่ยวมีสิทธิเลือกดังนี้
  - จำนวนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ขอคืนมีจำนวนไม่เกิน 30,000 บาท มีสิทธิเลือกขอรับคืนเป็นเงินสด (สกุลเงินบาทเท่านั้น) ตั๋วแลกเงินผ่านทางไปรษณีย์ หรือโอนเข้าบัญชีบัตรเครดิตโดยจะเสียค่าธรรมเนียม 100 บาทต่อคนต่อการขอคืนหนึ่งครั้ง
  - จำนวนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ขอคืนมีจำนวนเกิน 30,000 บาทขึ้นไป มีสิทธิเลือกขอรับคืนเป็นตั๋วแลกเงินผ่านทางไปรษณีย์ เสียค่าธรรมเนียม 103 บาทต่อคนต่อการขอคืนหนึ่งครั้งหรือโอนเข้าบัญชีบัตรเครดิตโดยเสียค่าธรรมเนียม 107 บาทต่อคนต่อการขอคืนหนึ่งครั้ง
  - ให้ยื่นแบบ ภ.พ.10 ขอคืนเงินภาษีได้ ณ สำนักงานคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวประจำท่าอากาศยานระหว่างประเทศ ทั้ง 5 แห่งดังนี้

1. ท่าอากาศยานกรุงเทพฯ
2. ท่าอากาศยานภูเก็ต
3. ท่าอากาศยานเชียงใหม่
4. ท่าอากาศยานหาดใหญ่
5. ท่าอากาศยานอู่ตะเภา

3.2) สถานการณ์ปัจจุบันของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว (The Overview of VAT Refund for Tourist)

นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว (VAT Refund for Tourists: VRT) เป็นนโยบายสำคัญที่รัฐบาลนำมาใช้กระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวให้มีการซื้อสินค้าของไทยในปริมาณและมูลค่าที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อกระตุ้นและดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวเริ่มนำมาใช้ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการดึงเงินตราต่างประเทศเข้าฟื้นฟูการขาดสภาพคล่องทางการเงินของภาคธุรกิจไทยซึ่งเป็นผลกระทบจากช่วงที่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจทางการเงินตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 ซึ่งหลังจากนำนโยบายดังกล่าวมาใช้ พบว่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มมากขึ้นโดยสังเกตจากสถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 และ พ.ศ. 2548 ดังที่แสดงในตารางที่ 3.1

จากตารางที่ 3.1 จะเห็นว่ามีนักท่องเที่ยวขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นจำนวนมากขึ้นเป็นลำดับ กล่าวคือ ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 มีนักท่องเที่ยวขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มจำนวน 227,606 คน คิดเป็นมูลค่าภาษีที่ขอคืนจำนวน 342,652,969 บาท หรือเฉลี่ยต่อเดือนจะมีนักท่องเที่ยวขอคืนภาษีประมาณ 18,967.17 คน โดยคิดเป็นเงินภาษีมูลค่า 28,554,414.08 บาท ส่วนในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 จำนวนนักท่องเที่ยวที่ขอคืนภาษีเพิ่มขึ้นเป็น 279,941 คน คิดเป็นเงินภาษีมูลค่า 434,975,527 บาท หรือเฉลี่ยต่อเดือนจะมีนักท่องเที่ยวขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มประมาณ 23,328.42 คน คิดเป็นเงินประมาณ 36,247,960.58 บาท จากตัวเลขดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้าภายใต้หลักเกณฑ์ของนโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 เท่ากับ 52,335 คน หรือ โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณเดือนละ 4,362 คน (23,328.42- 18,967.17 คน) และเกิดการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2547 เท่ากับ 92,322,558 บาท หรือ โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณเดือนละ 7,693,546.50 บาท (36,247,960.58 - 28,554,414.08 บาท) อย่างไรก็ตาม จากตัวเลขดังกล่าวข้างต้น ยังไม่สามารถบอกได้แน่ชัดว่าจำนวนการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มในปี พ.ศ. 2548 ที่เพิ่มขึ้นนั้นเกิดจากนโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวเกิดการใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าต่อคน

เพิ่มมากขึ้น หรือ เกิดจากนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจำนวนคนที่มากขึ้นแต่การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนยังคงเท่าเดิมหรืออาจน้อยกว่าปี พ.ศ. 2547

ตารางที่ 3.1: สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยว
ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548

เดือน	ปี พ.ศ. 2547		ปี พ.ศ. 2548	
	ราย (คน)	จำนวนเงิน (บาท)	ราย (คน)	จำนวนเงิน (บาท)
ต.ค.	16,589	24,485,636	23,257	34,118,513
พ.ย.	18,080	26,165,706	23,165	34,910,617
ธ.ค.	19,541	29,109,671	24,322	35,976,664
ม.ค.	21,153	33,735,301	21,981	36,858,416
ก.พ.	16,410	26,468,863	20,438	30,199,432
มี.ค.	15,642	24,244,143	23,121	34,476,175
เม.ย.	15,881	24,272,637	19,736	31,356,276
พ.ค.	18,745	27,926,551	23,848	34,985,101
มิ.ย.	19,232	27,086,569	22,206	33,290,860
ก.ค.	20,953	30,306,643	24,787	39,492,577
ส.ค.	23,631	36,702,861	27,898	46,640,620
ก.ย.	21,749	32,148,389	25,182	42,670,276
รวม	**227,606**	**342,652,969**	**279,941**	**434,975,527**
เฉลี่ย	**18,967.17**	**28,554,414.08**	**23,328.42**	**36,247,960.58**

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว
กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

นอกจากนี้ ตารางที่ 3.2 ยังแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยแยกตามภูมิภาคในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 เดินทางเข้ามาเที่ยวและใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 เกือบทุกภูมิภาค โดยภูมิภาคที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาซื้อสินค้าและขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมากที่สุดได้แก่ ทวีปเอเชีย โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 มีจำนวน 150,327 คน ในปี พ.ศ. 2548 มีจำนวน 172,704 คน หรือเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 14.89 แต่ทวีปที่มีอัตราการเดินทางเข้ามาซื้อสินค้าในประเทศไทยและขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มในอัตราส่วนที่เพิ่มขึ้นมากที่สุด ได้แก่ทวีปแอฟริกา ซึ่งใน

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 เป็นจำนวน 1,369 คน (2,299 – 930 คน) หรือ เพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 147.20

ตารางที่ 3.2: สถิติการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว แยกตามภาคพื้นถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548

ภาคพื้น	ปีงบประมาณ		% เพิ่ม(ลด) จากปีก่อน
	2547 (คน)	2548 (คน)	47/48
เอเชีย	150,327	172,704	14.89
ยุโรป	35,797	41,543	16.05
อเมริกา	16,881	16,363	(3.07)
ออสเตรเลีย	10,850	11,380	4.88
แอฟริกา	930	2,299	147.20
รวม	**214,785**	**244,289**	**13.74**

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

และจากการที่รัฐบาลนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาเป็นกลยุทธ์ในการดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย จึงทำให้กรมสรรพากรพยายามสร้างหลักเกณฑ์หรือเงื่อนไขการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่างๆ ขึ้น เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นกว่าที่ตั้งใจไว้ เช่น นักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำคำร้องขอคืนภาษี (ภ.พ.10) จากร้านค้าได้เมื่อซื้อสินค้าในร้านเดียวกันวันเดียวกัน ตั้งแต่ 2,000 บาท และจะขอคืนภาษีได้ต้องรวมเงินตามแบบ ภ.พ.10 ทุกฉบับได้ไม่ต่ำกว่า 5,000 บาท เป็นต้น นอกจากนี้กรมสรรพากรยังพยายามหาแนวทางในส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบถึงสิทธิประโยชน์ในการซื้อสินค้าภายใต้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว เช่น

- จัดทำป้ายสัญลักษณ์ระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวเพื่อแสดงสิทธิพิเศษให้ร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ
- ให้สิทธิกับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ได้ใช้สัญลักษณ์ระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวมาเผยแพร่ในเอกสาร หรือ Web Site ของทางบริษัทเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขายสินค้า

- เป็นตัวกลางช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานประกอบการ เช่น ภาพถ่ายสถานประกอบการ ภาพถ่ายสินค้า หรือแผนที่ที่ตั้ง เป็นต้น ผ่านเว็บไซต์กรมสรรพากร (www.rd.go.th/vrt)
- จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการขายสินค้าและเอกสารที่เกี่ยวข้องแจกให้ผู้ประกอบการขายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการเพื่อนำไปแจกให้นักท่องเที่ยว
- สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จะได้รับแจกแผ่นพับประชาสัมพันธ์ภาษาต่างประเทศ (Brochure) เพื่อการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าชาวต่างชาติ หรือติดต่อขอรับได้ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ ซึ่งเป็นที่ตั้งสถานประกอบการ
- สถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ สามารถขอรับแผ่นปลิวภาษาอังกฤษ (Hand Bill) แสดงขั้นตอนการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มสำหรับนักท่องเที่ยวเพื่อการสื่อสารทำความเข้าใจกับลูกค้าชาวต่างชาติ โดยติดต่อขอรับได้ที่กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว
- จัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว สติ๊กเกอร์คำเตือนนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการขอคืนภาษี เพื่อแจกให้กับสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการนำไปใช้ยังร้านค้าด้วยตนเอง ซึ่งสามารถขอรับได้ที่กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว
- จัดเจ้าหน้าที่อำนวยความสะดวกให้กับสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ในกรณีต้องการให้พนักงานไปแนะนำการปฏิบัติเกี่ยวกับการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว ณ สถานประกอบการได้ โดยมีหนังสือแจ้งความจำนงได้ที่สำนักงานสรรพากรพื้นที่ หรือเว็บไซต์กรมสรรพากร (www.rd.go.th/vrt)

จากสิทธิพิเศษของผู้ประกอบการในระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวที่กรมสรรพากรจัดไว้ให้จึงส่งผลให้นิติบุคคล ร้านค้า สนใจเข้าร่วมโครงการ เป็นจำนวนมากขึ้น โดยดูได้จากสถิติจำนวนนิติบุคคลและผู้ประกอบการขายสินค้าที่นักท่องเที่ยวขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ ในตารางที่ 3.3 แสดงให้เห็นว่าในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 มีนิติบุคคลร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการเพิ่มขึ้น โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 มีนิติบุคคลที่ได้รับอนุมัติเข้าร่วมโครงการทั้งสิ้น 488 ราย มีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 1,909 ร้านค้า ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 มีนิติบุคคลที่ได้รับอนุมัติเข้าร่วมโครงการ ทั้งสิ้น 583 ราย มีจำนวนร้านค้าทั้งหมด 2,447 ร้านค้า โดยเพิ่มขึ้นในอัตราร้อยละ 28.18

นอกจากนี้เมื่อพิจารณาตัวเลขในตารางที่ 3.4 ซึ่งแสดงการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวแยกตามท่าอากาศยานงบประมาณ พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548 พบว่านักท่องเที่ยว

มาทำเรื่องขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มยังท่าอากาศยานกรุงเทพมากที่สุดโดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 มีจำนวน 215,501 คน คิดเป็นมูลค่า 329,446,965 บาท ปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 มีจำนวนเพิ่มขึ้นเป็น 268,276 คน คิดเป็นมูลค่า 421,993,160 บาท รองลงมาได้แก่ ท่าอากาศยานภูเก็ต โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 มีจำนวน 9,890 คน คิดเป็นมูลค่า 10,052,699 บาทแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 กลับมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนลดลงเป็น 8,600 คนคิดเป็นมูลค่า 8,828,842บาท ส่วนท่าอากาศยานที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มน้อยที่สุดได้แก่ ท่าอากาศยานหาดใหญ่ โดยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 มีจำนวน 262 คนคิดเป็นมูลค่า 218,066 บาท ส่วนปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 มีจำนวนผู้ขอคืนเพิ่มขึ้นเป็น 493 คน คิดเป็นมูลค่า 434,264 บาท

ตารางที่ 3.3: สถิติจำนวนผู้ประกอบการขายสินค้าที่นักท่องเที่ยว ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้สะสม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548

เดือน	2547		พ.ศ. 2548		% เพิ่ม(ลด) จากปีก่อน
	ราย	สถานประกอบการ	ราย	สถานประกอบการ	
ต.ค.	377	1,427	499	1,960	37.35
พ.ย.	389	1,468	515	2,016	37.33
ธ.ค.	408	1,513	527	2,112	39.59
ม.ค.	421	1,578	534	2,135	35.30
ก.พ.	430	1,628	536	2,165	32.99
มี.ค.	436	1,643	545	2,206	34.27
เม.ย.	443	1,670	549	2,221	32.99
พ.ค.	449	1,702	553	2,239	31.55
มิ.ย.	457	1,769	561	2,269	28.26
ก.ค.	467	1,815	572	2,363	30.19
ส.ค.	473	1,831	580	2,428	32.61
ก.ย.	488	1,909	583	2,447	28.18

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว
กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

หมายเหตุ 1. สาเหตุที่จำนวนสถานประกอบการของเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 ต่ำกว่าเดือนมกราคม พ.ศ. 2546 เนื่องจากมีการแจ้งลดสาขาของผู้ประกอบการ
2. ราย หมายถึง จำนวนนิติบุคคลที่ได้รับอนุมัติจากอธิบดีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นๆ
3. สถานประกอบการ หมายถึง จำนวนร้านค้าที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนั้นๆ

ตารางที่ 3.4: สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวแยกตามท่าอากาศยาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2547 – พ.ศ. 2548

ท่าอากาศยาน	ปี พ.ศ. 2547		ปี พ.ศ. 2548	
	ราย	จำนวนเงิน	ราย	จำนวนเงิน
กรุงเทพ	215,501	329,446,965	268,276	421,993,160
เชียงใหม่	1,624	2,223,103	2,199	3,162,215
หาดใหญ่	262	218,066	493	434,264
ภูเก็ต	9,890	10,052,699	8,600	8,828,842
อู่ตะเภา	329	712,136	373	557,046
รวม	**227,606**	**342,652,969**	**279,941**	**434,975,527**

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

บทที่ 4: ระเบียบวิธีวิจัย

(Chapter 4: Research Methodology)

4.1) ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล (Data and Sources of Data)

สำหรับการวิจัยในเรื่อง "ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (The Effectiveness of VAT Refund for Tourists Policy in Stimulating Expenditure of Foreign Tourists in Thailand)" จะใช้ข้อมูลอนุกรมเวลา จากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยแบ่งข้อมูลเป็น 3 ส่วนคือ

1) ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี
2) ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส
3) ข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือน

ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี

1. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. **จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. **ดัชนีราคาผู้บริโภค** (ปี พ.ศ. 2545 เป็นปีฐาน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้าสำนักงานปลัดกระทรวง กระทรวงพาณิชย์
4. **อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ** (บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) ระยะเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ ธนาคารแห่งประเทศไทย
5. **ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย** (บาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
6. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
7. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

8. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
9. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียใต้ในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
10. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจากโซนโอเชียเนียในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
11. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
12. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจากทวีปแอฟริกาในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
13. **จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
14. **จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
15. **จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
16. **จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียใต้ที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
17. **จำนวนนักท่องเที่ยวจากโซนโอเชียเนียที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

18. **จำนวนนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคตะวันออกกลางที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
19. **จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปแอฟริกาที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส

1. **รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย** (พันล้านบาท) ระยะเวลาตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. **จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย** (พันคน) ระยะเวลาตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. **ดัชนีราคาผู้บริโภค** (ปี พ.ศ. 2545 เป็นปีฐาน) ระยะเวลาตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า สำนักงานปลัดกระทรวงกระทรวงพาณิชย์
4. **อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ** (บาท ต่อ 1 ดอลลาร์สหรัฐ) ระยะเวลาตั้งแต่ ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 ที่มาของข้อมูลคือ ธนาคารแห่งประเทศไทย

ข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือน

1. **มูลค่าของเงินภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติขอคืน** (บาท) ระยะเวลาตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – กันยายน พ.ศ. 2548 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548) ที่มาของข้อมูลคือ กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง
2. **จำนวนนักท่องเที่ยวที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม** (คน) ระยะเวลาตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – กันยายน พ.ศ. 2548 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548) ที่มาของข้อมูลคือ กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง

3. **จำนวนของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการนโยบายระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว** ระยะเวลาตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – กันยายน พ.ศ. 2548 (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548) ที่มาของข้อมูลคือ กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง

ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับงานวิจัยเรื่อง "ประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (The Effectiveness of VAT Refund for Tourists Policy in Stimulating Expenditure of Foreign Tourists in Thailand)" สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ส่วน ได้แก่

1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)
2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ในกรณีของข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา ทั้งรายปี รายไตรมาส และรายเดือน ตามที่ได้กล่าวในหัวข้อที่ผ่านมา จะนำมาวิเคราะห์ด้วยการสร้างกราฟเพื่อดูแนวโน้มและทิศทางการเปลี่ยนแปลงในระยะยาวของตัวแปร รวมทั้งศึกษาความสอดคล้องและความสัมพันธ์ของตัวแปรแต่ละตัว นอกจากนี้ยังทำเพื่อสังเกตการเปลี่ยนแปลงของเส้นกราฟก่อนและหลังการใช้โครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี

1. สร้างกราฟเส้นของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยและกราฟเส้นของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548
2. สร้างกราฟเส้นของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ และกราฟเส้นของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก ทวีปยุโรป ทวีปอเมริกา ภูมิภาคเอเชียใต้ โซนโอเชียเนีย ภูมิภาคตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา ระหว่างปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548

3. สร้างกราฟเส้นของมูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยและกราฟเส้นของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548

ทั้งนี้ การวิเคราะห์ข้างต้นทำเพื่อศึกษาแนวโน้มระยะยาวของข้อมูลว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือไม่ รวมทั้งดูการเปลี่ยนแปลงความชันของเส้นกราฟก่อนและหลังการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว (ปี พ.ศ. 2542) โดยข้อมูลรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวและค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวเป็นค่าที่ถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง (Real Value) ซึ่งได้มีการขจัดผลของราคาออกไปแล้ว โดยใช้สูตรดังนี้

$$\text{ค่าที่แท้จริง} = \frac{\text{ค่าที่เป็นตัวเงิน}}{\text{ดัชนีราคาผู้บริโภค}} \times 100$$

ทั้งนี้อาจสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น หากเส้นกราฟมีลักษณะแบบหนึ่งแบบใดต่อไปนี้

- กราฟเส้นของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยความชันของเส้นกราฟหลังใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (หลังปี พ.ศ. 2542) มีค่ามากกว่าก่อนการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม
- กราฟเส้นของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยความชันของเส้นกราฟหลังใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (หลังปี พ.ศ. 2542) มีค่ามากกว่าก่อนการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม
- กราฟเส้นของมูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น โดยความชันของเส้นกราฟหลังใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (หลังปี พ.ศ. 2542) มีค่ามากกว่าก่อนการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม
- กราฟเส้นของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นโดยความชันของเส้นกราฟหลังใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม (หลังปี พ.ศ. 2542) มีค่ามากกว่าก่อนการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม

การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส

ทำการสร้างกราฟเส้นของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยและกราฟเส้นของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4

ปี พ.ศ. 2548 เพื่อศึกษาแนวโน้มระยะยาวของข้อมูลว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือไม่ รวมทั้งดูการเปลี่ยนแปลงความชันของเส้นกราฟก่อนและหลังการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว (หลังไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2542) โดยข้อมูลรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวเป็นค่าที่ถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง (Real Term) ซึ่งได้มีการขจัดผลของราคาออกไปแล้ว ทั้งนี้การสรุปผลว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ สามารถทำได้ดังเช่นวิธีที่ได้อธิบายในการวิเคราะห์ข้อมูลรายปีข้างต้น

การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือน

สร้างกราฟเส้นของข้อมูลมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม และข้อมูลจำนวนผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548) เพื่อศึกษาแนวโน้มระยะยาวของข้อมูลทั้งสามว่ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นหรือไม่ หากข้อมูลทั้งสามมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นก็อาจสรุปได้ว่า นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น (ภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวขอคืนและจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขอคืนภาษีมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นย่อมแสดงว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น) และทำให้ธุรกิจมีรายได้เพิ่มมากขึ้น (นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวทำให้ยอดขายรวมเพิ่มมากขึ้นส่งผลให้ผู้ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการเพิ่มมากขึ้น)

4.3) การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Function) จะใช้กับข้อมูลทุติยภูมิรายไตรมาสเท่านั้น ทั้งนี้เนื่องจากมีข้อจำกัดทางด้านข้อมูลในกรณีข้อมูลทุติยภูมิรายปี โดยข้อมูลรายไตรมาสที่นำมาวิเคราะห์ในงานวิจัยเรื่องนี้มีจำนวน 32 ไตรมาส (8 ปี) ในขณะที่ข้อมูลรายปีมีจำนวนเพียง 27 ปี ซึ่งถือว่าเป็นตัวอย่างขนาดเล็กจึงทำให้ไม่สามารถใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยกับข้อมูลทุติยภูมิรายปีได้

สำหรับสมการถดถอยพหุคูณที่จะใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยเรื่องนี้สามารถแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ตามวัตถุประสงค์ของการทดสอบ ดังนี้

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 1

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 1 มีจุดประสงค์หลักเพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยศึกษาว่านโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ นั่นคือทำเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 ว่า "ระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย" ทั้งนี้ ประกอบด้วยสมการถดถอยพหุคูณ 4 สมการ ได้แก่

สมการที่ 1:

$$shop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 vrt + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \beta_6 Q_2 + \beta_7 Q_3 + \beta_8 Q_4 + \mu$$

สมการที่ 2:

$$rshop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 vrt + \beta_3 forex + \beta_4 t + \beta_5 Q_2 + \beta_6 Q_3 + \beta_7 Q_4 + \mu$$

สมการที่ 3:

$$dshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 vrt + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \mu$$

สมการที่ 4:

$$rdshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 vrt + \beta_3 forex + \beta_4 t + \mu$$

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 2

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 2 มีจุดประสงค์หลักเพื่อศึกษาอิทธิพลของโครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย หรืออีกนัยหนึ่งคือ ศึกษาว่านโยบายระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่นั่นเอง นั่นคือทำเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 2 ว่า "ระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย" ทั้งนี้ ประกอบด้วยสมการถดถอยพหุคูณ 4 สมการ ได้แก่

สมการที่ 1:

$$shop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 (ntour \times vrt) + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \beta_6 Q_2 + \beta_7 Q_3 + \beta_8 Q_4 + \mu$$

สมการที่ 2:

$$rshop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 (ntour \times vrt) + \beta_3 forex + \beta_4 t + \beta_5 Q_2 + \beta_6 Q_3 + \beta_7 Q_4 + \mu$$

สมการที่ 3:

$$dshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 (dntour \times vrt) + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \mu$$

สมการที่ 4:

$$rdshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 (dntour \times vrt) + \beta_3 forex + \beta_4 t + \mu$$

กำหนดให้ *shop* = รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (พันล้านบาท)

rshop = รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (พันล้านบาท) ซึ่งถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง

dshop = รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (พันล้านบาท) ที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้ว

rdshop = รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (พันล้านบาท) ที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วและถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง

ntour = จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (พันคน)

dntour = จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (พันคน) ที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้ว

cpi = ดัชนีราคาผู้บริโภค (Consumer Price Index: CPI)

forex = อัตราแลกเปลี่ยน (บาท/ดอลลาร์สหรัฐ)

vrt = ตัวแปรหุ่น (Dummy variable) ของโครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว

โดย *vrt* = 1 ตั้งแต่ไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2542 และ 0 ก่อนไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ.2542

t = ตัวแปรแนวโน้มเวลา

โดย *t* = 1 ในไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541
= 2 ในไตรมาสที่ 2 ปี พ.ศ. 2541
: : : :
= 32 ในไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548

Q_2 = 1 ในไตรมาสที่ 2 และ 0 ในไตรมาสอื่นๆ

Q_3 = 1 ในไตรมาสที่ 3 และ 0 ในไตรมาสอื่นๆ

Q_4 = 1 ในไตรมาสที่ 4 และ 0 ในไตรมาสอื่นๆ

μ = ค่าความคลาดเคลื่อน

การวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่ม นอกจากจะทำเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ดังที่ได้อธิบายข้างต้นแล้ว ยังทำเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยข้ออื่นๆ อีกด้วย ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์สมการที่ 1 2 3 และ 4 ในสมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่ม ทำเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยจำนวน 3 ข้อ ได้แก่
   1.1 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 3 ว่า "รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน"
   1.2 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 5 ว่า "รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและอัตราแลกเปลี่ยน (บาทต่อดอลลาร์สหรัฐ) มีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน"
   1.3 สมมติฐานการวิจัยข้อที่ 6 ว่า "รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (Upward Trend)"
2. การวิเคราะห์สมการที่ 1 และ 3 ในสมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่ม ทำเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 4 ว่า "รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและระดับราคาภายในประเทศซึ่งวัดโดยดัชนีราคาผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน"
3. การวิเคราะห์สมการที่ 1 และ 2 ในสมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่ม ทำเพื่อตอบสมมติฐานการวิจัยข้อที่ 7 ว่า "รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation)"

จากสมการทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น จะเห็นว่าตัวแปรแนวโน้มเวลา t มีอยู่ในทุกสมการ ทั้งนี้เนื่องจากข้อมูลรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่นำมาวิเคราะห์นั้นเป็นข้อมูลอนุกรมเวลา ซึ่งหมายถึงว่าการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายของนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากแนวโน้ม (Trend) ดังนั้นการรวมตัวแปรแนวโน้มเวลาไว้ในสมการจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ

และเนื่องจากตัวแปรตาม (Dependent Variable) ที่ศึกษาคือรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวซึ่งมีมูลค่าที่วัดเป็นตัวเงิน (Nominal Value) โดยมูลค่าดังกล่าวย่อม

เปลี่ยนแปลงไปตามระดับราคาภายในประเทศ ดังนั้นสมการถดถอยที่ใช้ในเรื่องนี้จึงได้จัดการกับผลของราคาดังกล่าวใน 2 ลักษณะ คือ

1. รวมเอาตัวแปรดัชนีราคาผู้บริโภค (cpi) ไว้ในสมการในฐานะของตัวแปรอิสระ ราคาสินค้าโดยเฉลี่ย โดยค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปร cpi จะเป็นค่าที่บอกให้ทราบถึงความยืดหยุ่นของรายจ่ายต่อราคา รวมทั้งจะช่วยในการประมาณการเปลี่ยนแปลงรายรับของธุรกิจได้ ดังเช่นสมการที่ 1 และสมการที่ 3 ในสมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่ม ข้างต้น

2. ขจัดผลของราคาโดยการปรับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากค่าที่เป็นตัวเงินให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง (Real Value) ดังวิธีที่ได้อธิบายไว้ข้างต้น ดังเช่นสมการที่ 2 และสมการที่ 4 ในสมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่มข้างต้น

นอกจากนี้ เนื่องจากข้อมูลรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส จึงทำให้มีส่วนประกอบของอนุกรมเวลาอีกตัวหนึ่งรวมอยู่ด้วย นั่นคือความแปรผันตามฤดูกาล (Seasonal Variation) ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกจากสมการรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งนี้การขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกจากข้อมูลสามารถทำได้ 2 วิธี ได้แก่

1. การรวมเอาตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) ของไตรมาส (Q_2, Q_3, และ Q_4) ไว้ในสมการถดถอยพหุคูณ โดยตัวแปรหุ่นของไตรมาสทั้ง 3 ตัว จะเป็นตัวแปรที่อธิบายผลของฤดูกาลที่เกิดขึ้นในแต่ละไตรมาส ดังเช่นสมการที่ 1 และสมการที่ 2 ในสมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่ม ข้างต้น

2. การปรับข้อมูลรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยให้เป็นข้อมูลที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกไปแล้ว (Deseasonalized Data) ดังเช่นสมการที่ 3 และสมการที่ 4 ในสมการถดถอยพหุคูณทั้ง 2 กลุ่ม ข้างต้น ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\text{Deseasonalized Data} = \frac{\text{Data}}{\text{Seasonal Variation}}$$

โดย

$$\text{Seasonal Variation} = \frac{\text{Seasonal Index}}{100}$$

กำหนดให้ Deseasonalized Data = ข้อมูลที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้ว

Data = ข้อมูลที่ต้องการขจัดความแปรผันตามฤดูกาล

Seasonal Variation = ความแปรผันตามฤดูกาล

Seasonal Index = ดัชนีฤดูกาลซึ่งคำนวณได้จากวิธีอัตราส่วนต่อค่าเฉลี่ยเคลื่อนที่ (Ratio to Moving average)

หลักในการวิเคราะห์

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 1

ในการศึกษาอิทธิพลของนโยบายระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยศึกษาว่านโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นได้หรือไม่นั้น สามารถทำได้โดยทำการทดสอบนัยสำคัญของค่าพารามิเตอร์ของตัวแปร *vrt* ซึ่งก็คือ β_2 ในสมการทั้ง 4 โดยมีสมมติฐานในการทดสอบคือ

H_0: $\beta_2 \leq 0$

H_1: $\beta_2 > 0$

สำหรับการทดสอบนัยสำคัญดังกล่าวจะทดสอบด้วยค่าสถิติ t ที่ระดับนัยสำคัญ (Significance Level) 5% หากสามารถปฏิเสธ H_0 ได้ นั่นคือ $\beta_2 > 0$ ก็อาจสรุปได้ว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยเพิ่มขึ้นหลังการใช้นโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว ทั้งนี้เนื่องจากการที่ $\beta_2 > 0$ ย่อมทำให้ค่าของจุดตัดแกนตั้ง (Intercept) ของสมการหลังใช้นโยบายเท่ากับ $\beta_0 + \beta_2$ ในขณะที่สมการก่อนใช้นโยบายมีค่าของจุดตัดแกนตั้งเท่ากับ β_0 โดย $\beta_0 + \beta_2 > \beta_0$

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 2

ในการศึกษาอิทธิพลของนโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวที่มีต่อความสัมพันธ์ระหว่างรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยและจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย หรืออีกนัยหนึ่งคือการศึกษาว่านโยบายระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่นั้น สามารถทำได้โดยทำการทดสอบนัยสำคัญของค่าพารามิเตอร์ของตัวแปร $vrt \times ntour$ ในสมการที่ 1 และสมการที่ 2 และค่าพารามิเตอร์ของตัวแปร $vrt \times dntour$ ในสมการที่ 3 และสมการที่ 4 ซึ่งก็คือ β_2 ในสมการทั้ง 4 โดยมีสมมติฐานในการทดสอบคือ

H_0: $\beta_2 \leq 0$

H_1: $\beta_2 > 0$

สำหรับการทดสอบนัยสำคัญดังกล่าวจะทดสอบด้วยค่าสถิติ t ที่ระดับนัยสำคัญ 5% เช่นเดียวกับการวิเคราะห์สมการกลุ่มที่ 1 หากสามารถปฏิเสธ H_0 ได้ นั่นคือ $\beta_2 > 0$ ก็อาจสรุปได้ว่าโดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวแต่ละคนมีการใช้จ่ายมากขึ้นหลังการใช้นโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว หรืออีกนัยหนึ่งคือนโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้ามากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการที่ $\beta_2 > 0$ ย่อมทำให้ค่าพารามิเตอร์ของตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย (*ntour* ในสมการที่ 1 และสมการที่ 2 *dntour* ในสมการที่ 3 และสมการที่ 4) ในสมการหลังใช้นโยบายมีค่าเท่ากับ $\beta_1 + \beta_2$ ในขณะที่สมการก่อนใช้นโยบายมีค่าพารามิเตอร์ของตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ β_1 โดย $\beta_1 + \beta_2 > \beta_1$

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บทที่ 5: ผลลัพธ์จากการวิจัย

(Chapter 5: Empirical Results)

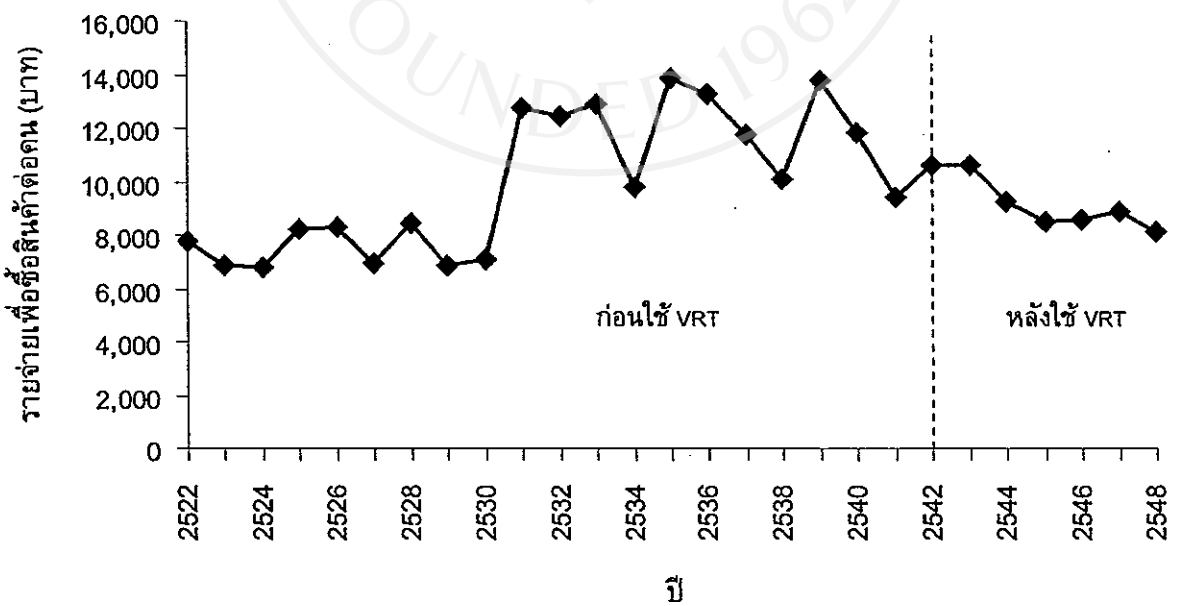
ผลลัพธ์จากการวิจัยอาจแบ่งได้เป็น 2 กรณี ได้แก่ ผลลัพธ์จากการการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และผลลัพธ์การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยมีรายละเอียดดังนี้

5.1) ผลลัพธ์จากการการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

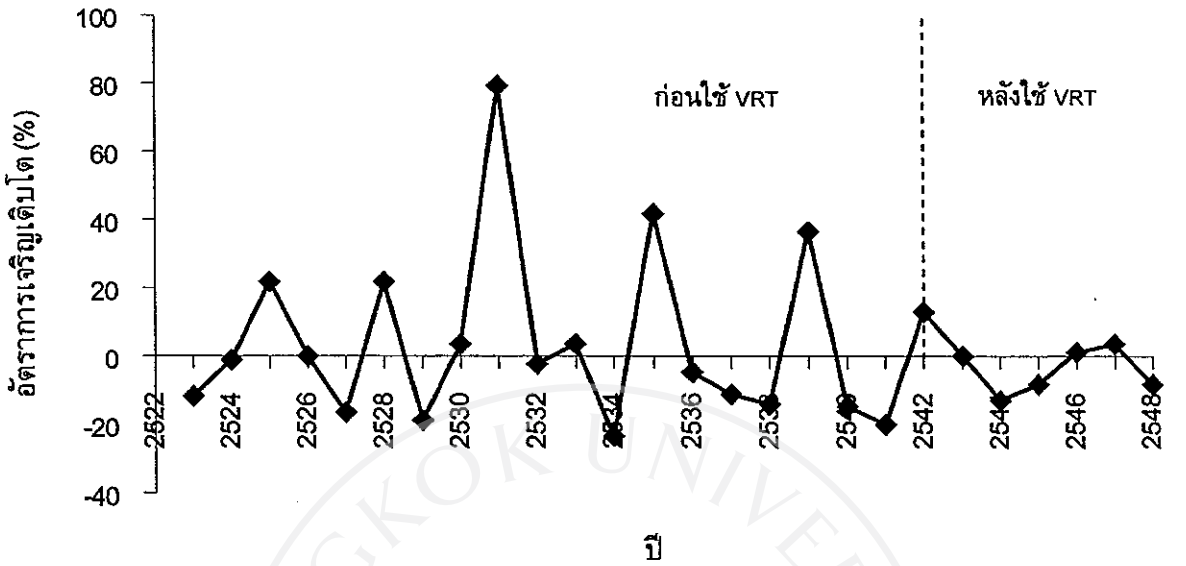
หัวข้อต่อไปนี้เป็นผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ทั้งนี้ได้แบ่งการวิเคราะห์เป็น 3 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี ข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือน และข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส โดยจะแสดงผลการวิเคราะห์ทั้ง 3 ส่วนในรูปของกราฟเส้นซึ่งแสดงการเปรียบเทียบความแตกต่างของข้อมูลที่ศึกษาก่อนและหลังใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว รายละเอียดมีดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลารายปี

รูปที่ 5.1: มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548



รูปที่ 5.2: อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548



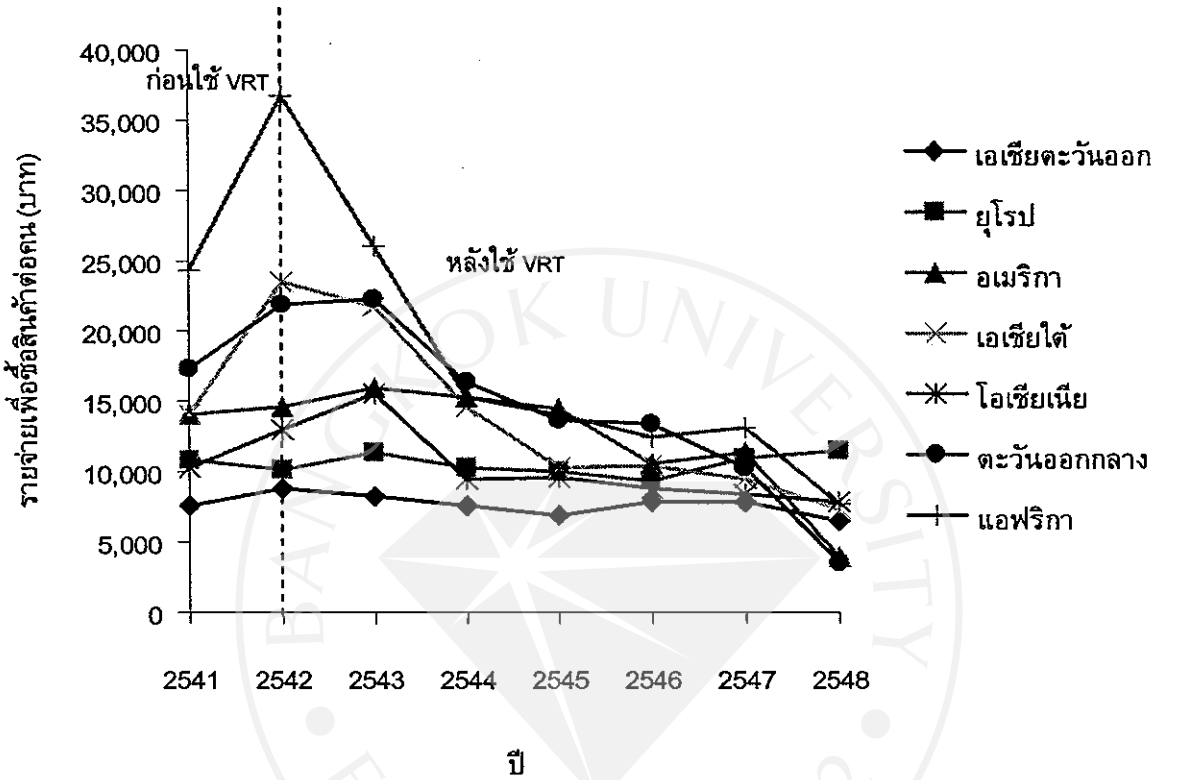
จากรูปที่ 5.1 ข้างต้น จะเห็นว่ากราฟแสดงมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคน (ในรูปของค่าที่แท้จริง) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548 มีลักษณะค่อนข้างผันผวนแสดงแนวโน้มค่อนข้างเป็นเส้นโค้งพาราโบลา โดยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2535 และมีแนวโน้มลดลงในปีต่อ ๆ มา อย่างไรก็ตาม หากจะพิจารณาความแตกต่างของเส้นกราฟก่อนและหลังการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว (ปี พ.ศ. 2542) ลักษณะของเส้นกราฟไม่อาจชี้ชัดได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช่จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น

โดยหากพิจาณาจากข้อมูลรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปตัวเงินในภาคผนวก 3 จะเห็นว่า รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าในรูปตัวเงินเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การเปลี่ยนแปลงรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในรูปตัวเงินให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริงแสดงให้เห็นว่าการเพิ่มขึ้นของรายจ่ายตัวเงินนั้นเพียงแค่เพิ่มขึ้นตามระดับราคาภายในประเทศเท่านั้น นอกจากนี้ การที่รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวอยู่ในรูปรายจ่ายต่อคนทำให้เห็นได้ชัดว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าโดยรวมเพิ่มขึ้นเนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นไม่ได้เกิดจากการที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายมากขึ้น

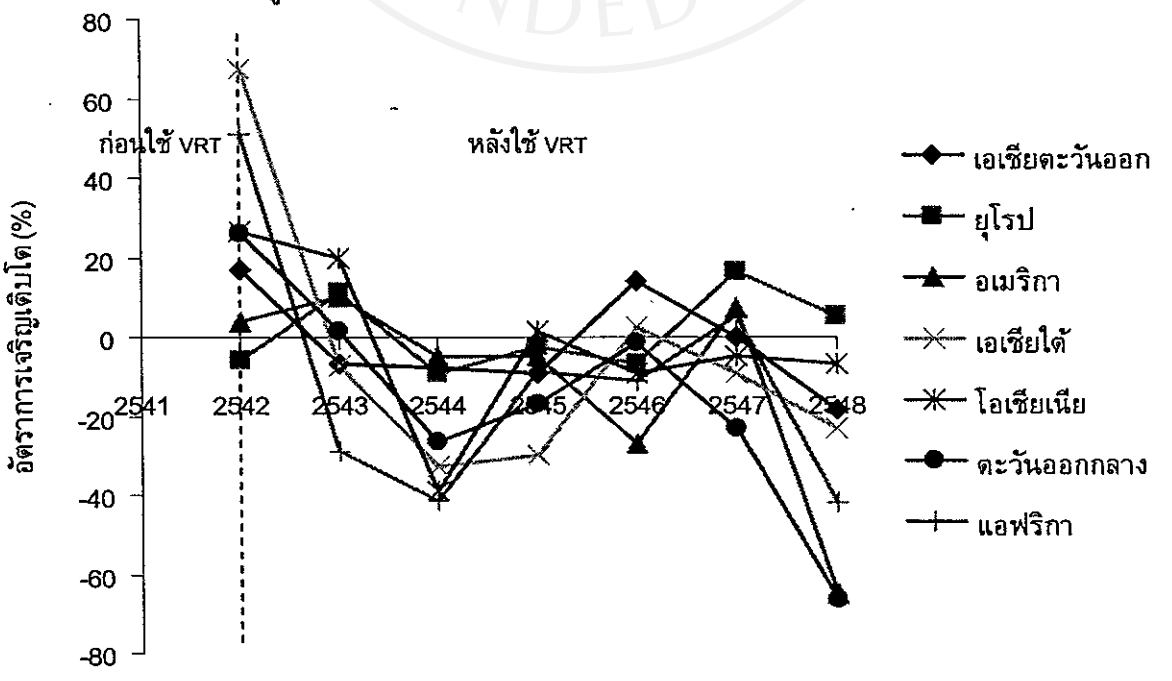
และจากการพิจารณารูปที่ 5.2 จะเห็นว่าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคน (ในรูปของค่าที่แท้จริง) ของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548 แนวโน้มค่อนข้างคงที่ และมีความผันผวนอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงก่อนใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว และมีความผันผวนน้อยลง

หลังการใช้นโยบาย นอกจากนี้ยังคงไม่เห็นหลักฐานใดๆ ที่จะสามารถทำให้สรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้

รูปที่ 5.3: มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548



รูปที่ 5.4: อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวจำแนกตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548

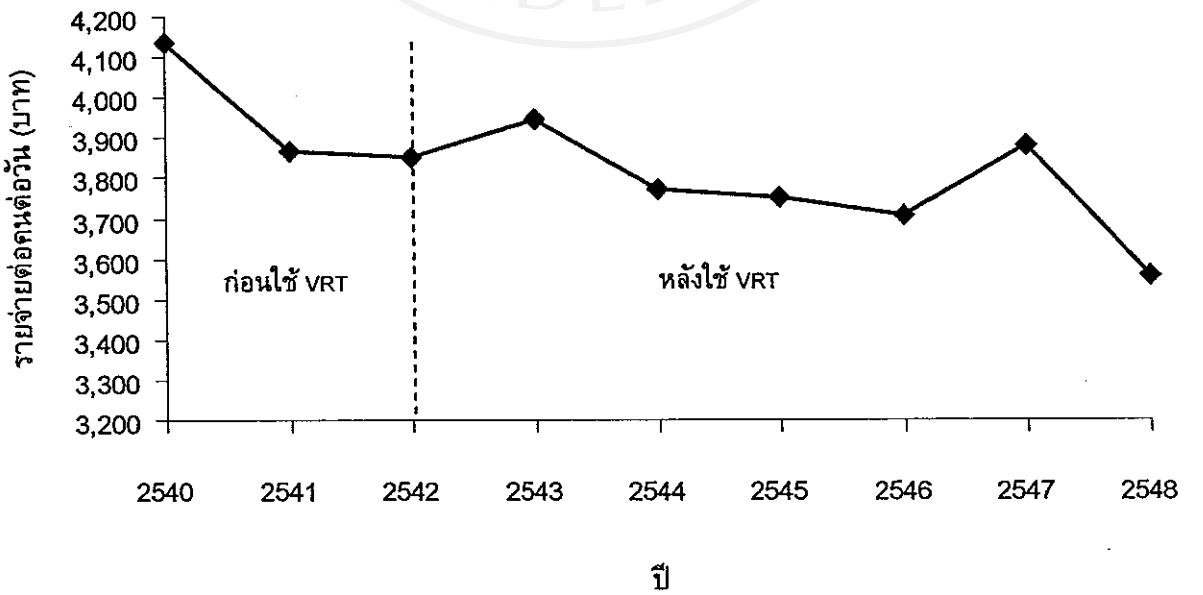


และเมื่อทำการพิจารณาแยกเป็นรายภูมิภาคดังรูปที่ 5.3 ผลลัพธ์ก็ยังคงเหมือนเดิม นั่นคือ เส้นกราฟไม่แสดงลักษณะใดๆ ที่จะชี้ชัดได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้ โดยจากรูปที่ 5.3 จะเห็นว่าในช่วงปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548 นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียตะวันออก จากทวีปยุโรป และจากโซนโอเชียเนีย มีแนวโน้มในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคน (ในรูปของค่าที่แท้จริง) ค่อนข้างคงที่ ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ ได้แก่ ทวีปอเมริกา ภูมิภาคเอเชียใต้ ภูมิภาคตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา มีแนวโน้มในการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนลดลง

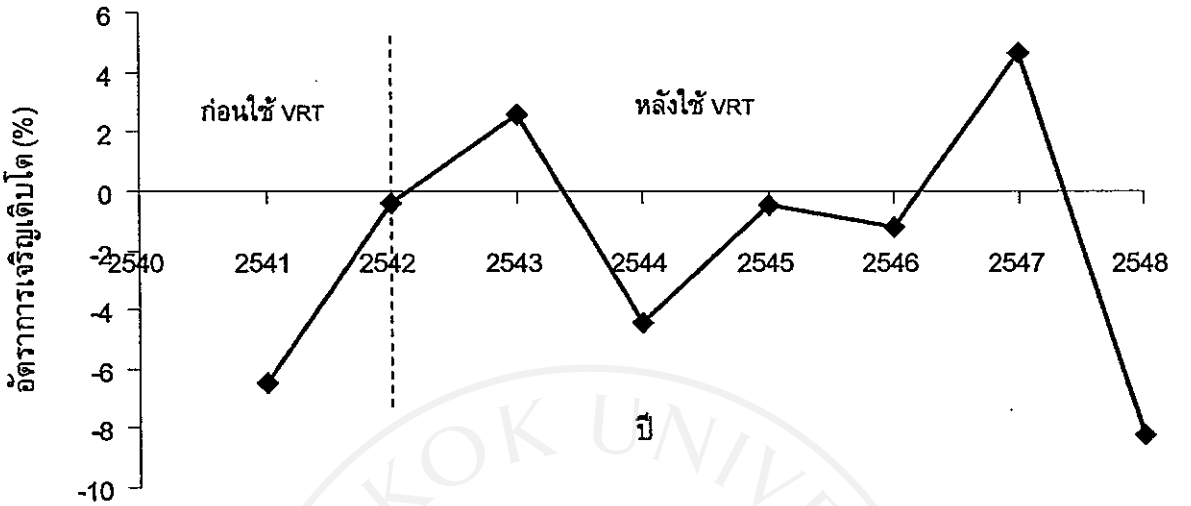
นอกจากนี้ เนื่องจากในรูปที่ 5.4 เป็นการสร้างกราฟของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทำให้ในรูปที่ 5.4 ไม่มีข้อมูลของช่วงก่อนการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ แต่หากพิจารณาช่วงหลังการใช้นโยบายแล้ว จะพบว่าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคน (ในรูปของค่าที่แท้จริง) ของนักท่องเที่ยวจากแต่ละภูมิภาค ระหว่างปี พ.ศ. 2542 – พ.ศ. 2548 มีความผันผวนอย่างมาก แต่พอที่จะเห็นได้ว่า อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติจากหลายภูมิภาคเช่น ทวีปอเมริกา ภูมิภาคเอเชียใต้ ภูมิภาคตะวันออกกลาง และทวีปแอฟริกา มีแนวโน้มลดลง

อย่างไรก็ตาม เนื่องจากการวิเคราะห์ด้วยกราฟในรูปที่ 5.3 และรูปที่ 5.4 มีระยะเวลาค่อนข้างสั้น รวมทั้งมีข้อมูลของช่วงก่อนการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวน้อยมาก จึงเป็นการยากที่จะสรุปว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้หรือไม่

รูปที่ 5.5: มูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548

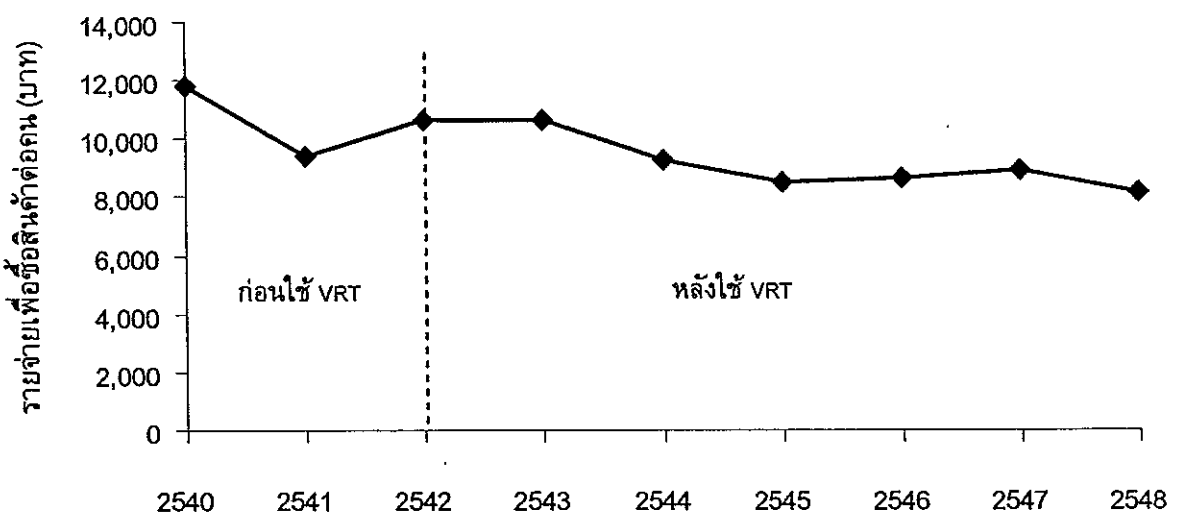


รูปที่ 5.6: อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548



ในรูปที่ 5.5 และรูปที่ 5.6 เป็นการพิจารณามูลค่ารายจ่าย (รายจ่ายโดยรวมในทุกหมวดการใช้จ่าย) ต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปของค่าที่แท้จริงระหว่างปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548 ซึ่งจากการพิจารณากราฟเส้นในรูปที่ 5.5 พบว่ามูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548 มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อย ในขณะที่รูปที่ 5.6 แสดงให้เห็นว่าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548 มีความผันผวนค่อนข้างมาก ซึ่งทำให้เป็นการยากที่จะสรุปแนวโน้มของข้อมูลได้อย่างชัดเจน

รูปที่ 5.7: มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548

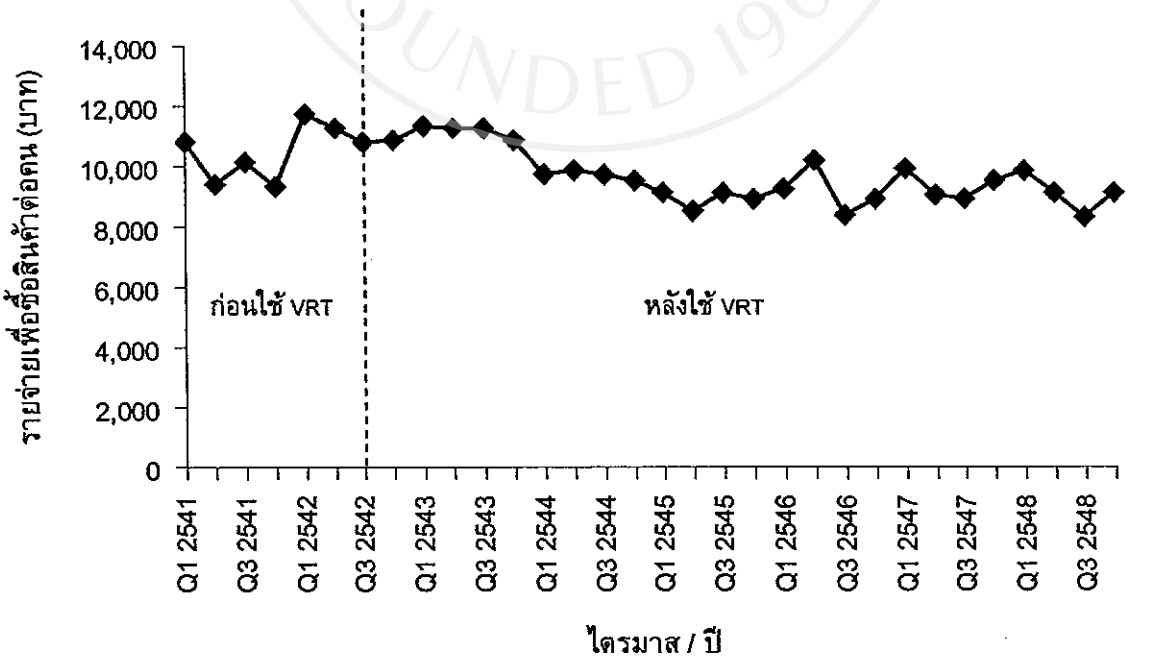


อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาเฉพาะช่วงปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2540 2548 จะพบว่า ลักษณะของกราฟแสดงมูลค่ารายจ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (รูปที่ 5.5) และกราฟแสดงมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (รูปที่ 5.7) มีลักษณะที่ค่อนข้างคล้ายคลึงกัน (โดยกราฟของมูลค่ารายจ่ายโดยรวมจะมีการเปลี่ยนแปลงมากกว่ากราฟมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า) แสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของมูลค่ารายจ่ายโดยรวม (นั้นคือหากนักท่องเที่ยวมีรายจ่ายโดยรวมเป็นมูลค่ามาก รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าย่อมมีมูลค่ามากตามไปด้วยนั่นเอง) หรืออีกนัยหนึ่งคือ การที่มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มลดลงนั้นเกิดจากการที่มูลค่ารายจ่ายโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มลดลงนั่นเอง

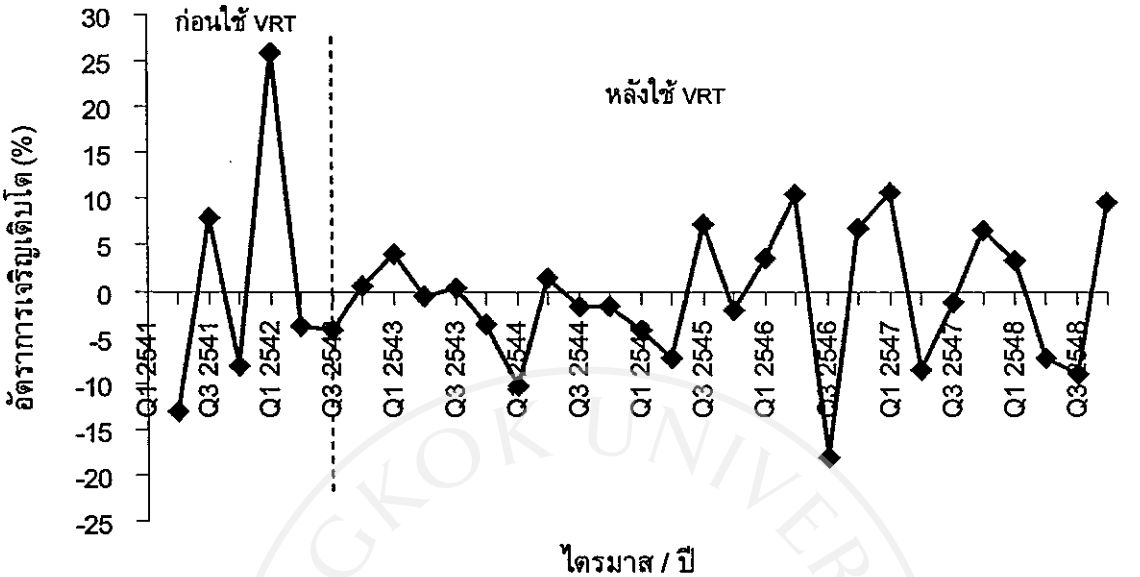
ดังนั้น การวิเคราะห์ด้วยกราฟเส้นจึงเป็นการยากที่จะสรุปว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงที่ทำการพิจารณา นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยมีการใช้จ่ายโดยรวมลดลง ทำให้มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าลดลงตามไปด้วยส่งผลให้ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของกราฟเส้นไม่เอื้ออำนวยต่อการสรุปผลที่ต้องการ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาส

รูปที่ 5.8: มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548



รูปที่ 5.9: อัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548



การวิเคราะห์ด้วยข้อมูลอนุกรมเวลารายไตรมาสก็ให้ผลไม่แตกต่างจากการวิเคราะห์ด้วยข้อมูลรายปี จากรูปที่ 5.8 กราฟเส้นแสดงให้เห็นว่ามูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 มีแนวโน้มที่ลดลง ซึ่งก็น่าจะเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายน้อยลงตามที่วิเคราะห์ข้างต้น ซึ่งหากพิจารณาเปรียบเทียบกับกราฟข้อมูลรายปี จะพบว่าลักษณะของกราฟโดยรวมคล้ายคลึงกันมาก แตกต่างกันตรงที่มีการเพิ่มรายละเอียดของความแปรผันตามฤดูกาลเข้าไปในเส้นกราฟด้วยเท่านั้น

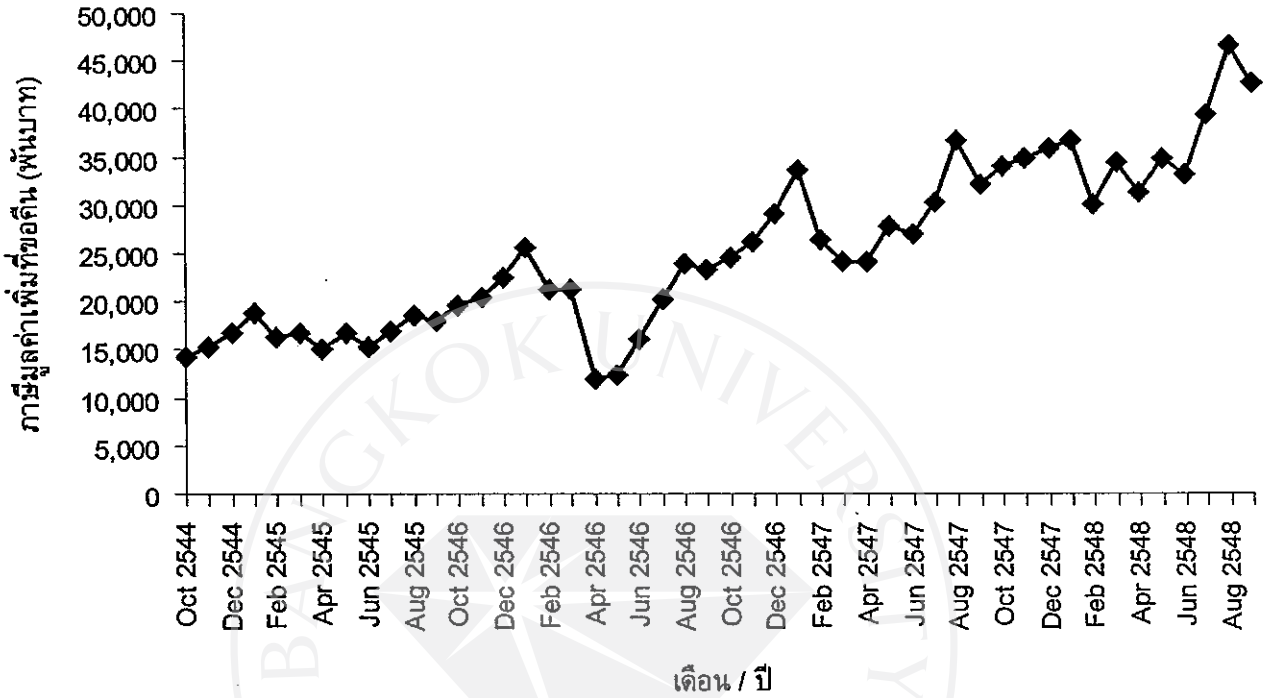
นอกจากนี้ รูปที่ 5.9 แสดงให้เห็นว่าอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 มีความผันผวนเป็นอย่างมาก จนไม่สามารถสรุปแนวโน้มของอัตราการเจริญเติบโตของมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติได้

โดยสรุปแล้ว การวิเคราะห์ด้วยกราฟในรูปที่ 5.8 และรูปที่ 5.9 จึงไม่สามารถสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้หรือไม่

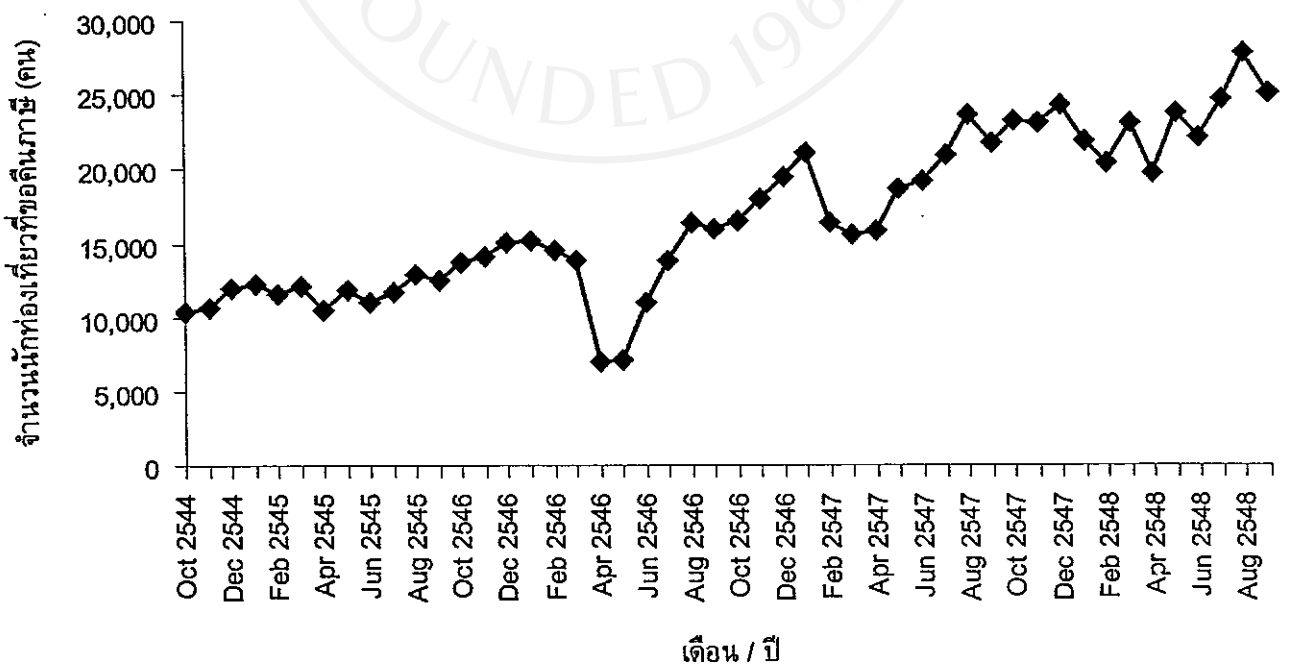
อย่างไรก็ตาม สิ่งหนึ่งที่ต้องระลึกไว้เสมอคือมูลค่ารายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ทำการพิจารณาในหัวข้อนี้เป็นมูลค่ารายจ่ายที่ถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริงเพื่อขจัดผลของระดับราคาในประเทศ ดังนั้น การที่กราฟแสดงแนวโน้มลดลงในข้อมูลรายจ่ายทุกตัวจึงไม่ใช่เรื่องแปลกแต่อย่างใด แม้ว่ามูลค่ารายจ่ายของนักท่องเที่ยวในรูปตัวเงินจะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องก็ตาม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลอนุกรมเวลารายเดือน

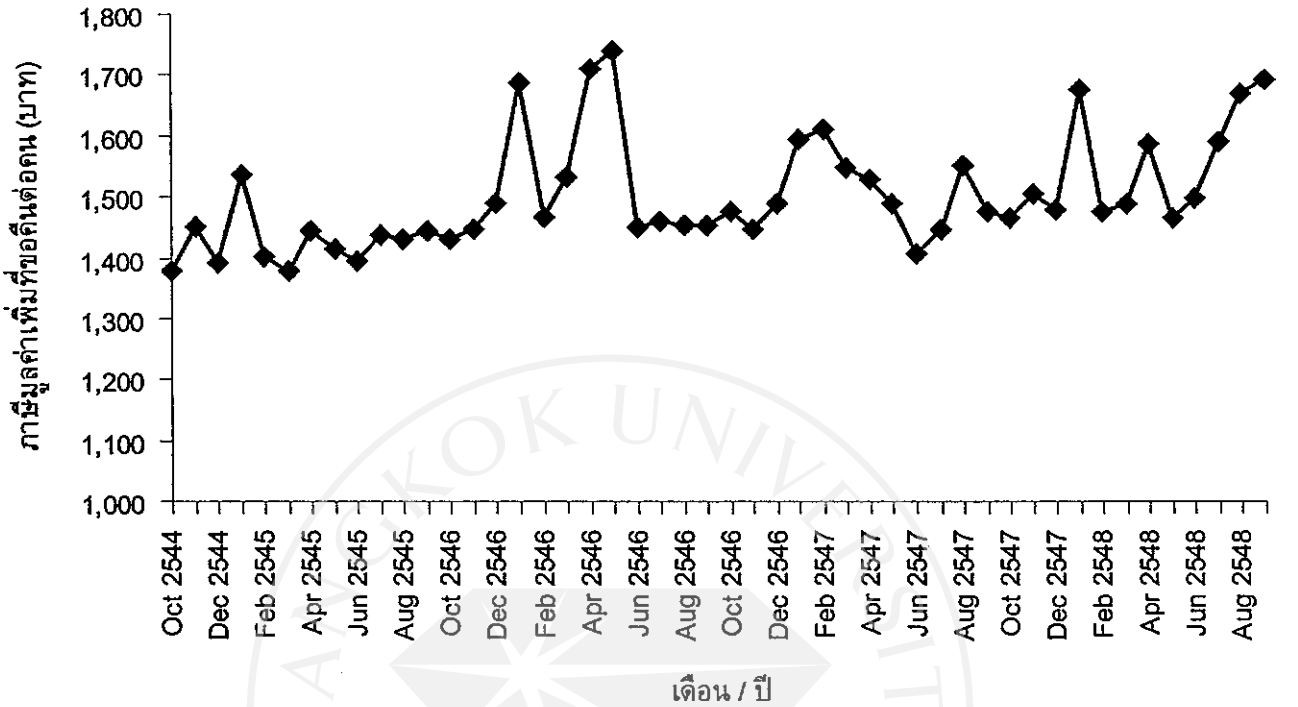
รูปที่ 5.10: มูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม 2544 – เดือนกันยายน 2548)



รูปที่ 5.11: จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548)



รูปที่ 5.12: มูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนต่อคนปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548)



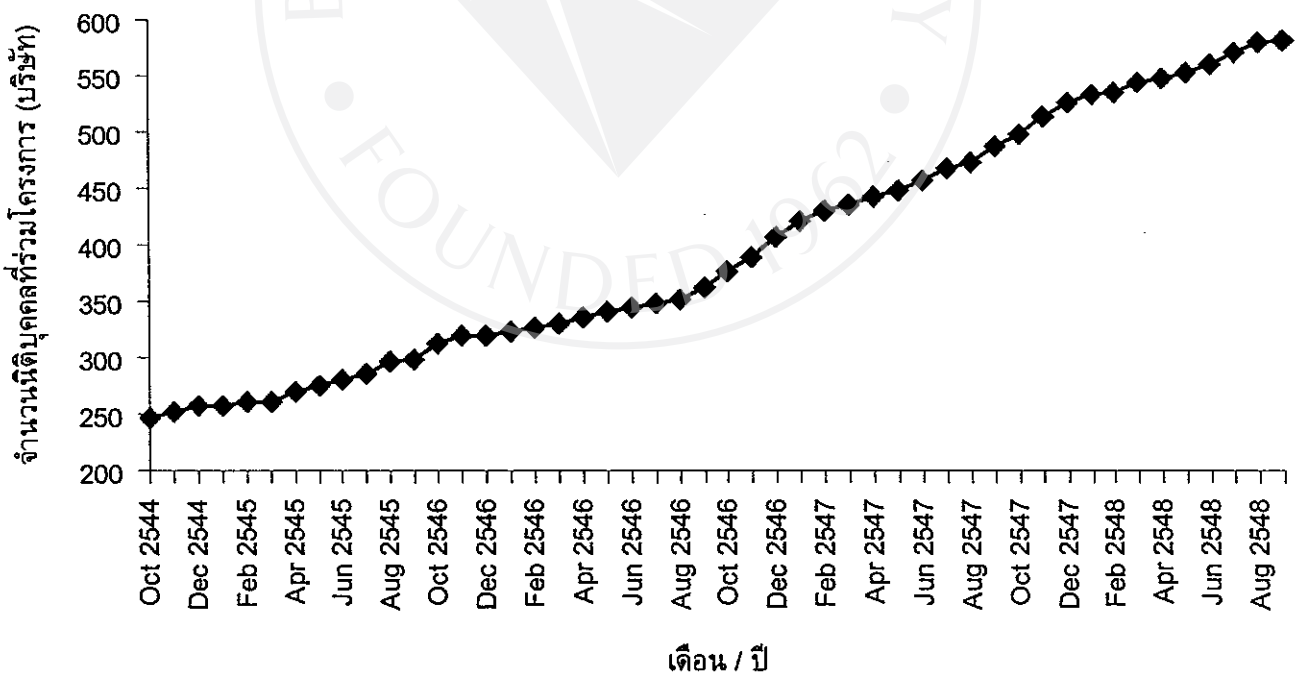
จากการวิเคราะห์ข้อมูลมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนรายเดือน (รูปที่ 5.10) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มรายเดือน (รูปที่ 5.11) และมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนต่อคน (รูปที่ 5.12) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548) พบว่าทั้งมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนรายเดือน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม และมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนต่อคน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นได้ชัดว่า นักท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นที่จะขอคืนภาษีมากขึ้น รวมทั้งมีความพยายามที่จะซื้อสินค้าให้มีมูลค่ารวมถึงเกณฑ์ที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น สรุปได้ว่านโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้ แต่เป็นการซื้อสินค้าที่เกิดขึ้นจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งต้องเป็นผู้ที่จดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเท่านั้น แต่ถ้ามองในภาพรวมระดับประเทศนักท่องเที่ยวอาจยังคงมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในมูลค่าเท่าเดิม เพียงแต่หันไปซื้อจากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ มากขึ้น และลดจำนวนการซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการลง ดังนั้น ด้วยข้อมูลเพียงเท่านี้ยังไม่เพียงพอที่จะสรุปว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีประสิทธิผลพอที่จะดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ

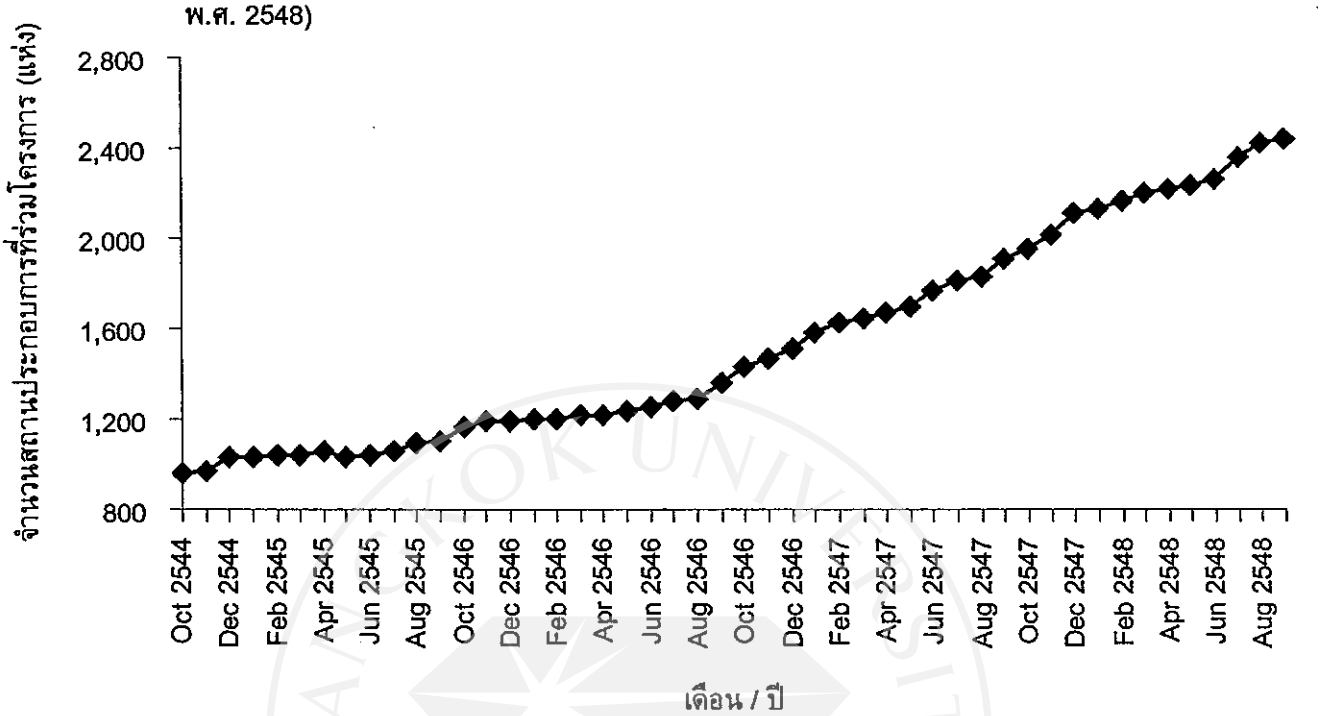
ไทยได้เพิ่มมากขึ้น เนื่องจากข้อมูลข้างต้นชี้ให้เห็นเพียงว่านักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้นโดยเป็นการซื้อสินค้าให้มีมูลค่ารวมถึงเกณฑ์ที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่ไม่อาจชี้ชัดลงไปได้ว่านักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้จ่ายซื้อสินค้าในประเทศเพิ่มมากขึ้น

ตัวอย่างเช่น อาจเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าคิดเป็นมูลค่าเท่าเดิมแต่หันไปซื้อสินค้าส่วนใหญ่จากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นหลัก การกระทำดังกล่าวย่อมทำให้มูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่คืนให้แก่นักท่องเที่ยวรวมทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมีมากขึ้นแต่รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าโดยรวมไม่เปลี่ยนแปลง ซึ่งหากเป็นเช่นนี้ผลประโยชน์ย่อมตกอยู่กับเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ ซึ่งโดยส่วนใหญ่แล้วมักเป็นกิจการขนาดใหญ่เท่านั้น แต่ในขณะที่ผู้ประกอบการขนาดกลาง หรือ ขนาดเล็กที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ต้องสูญเสียรายได้ไปเป็นจำนวนมาก อีกทั้งประเทศต้องเสียประโยชน์จากการที่สูญเสียรายได้ภาษีมูลค่าเพิ่มไป

รูปที่ 5.13: จำนวนนิติบุคคลที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548)



รูปที่ 5.14: จำนวนสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548)



รูปที่ 5.13 และรูปที่ 5.14 แสดงให้เห็นว่าจำนวนนิติบุคคลและจำนวนสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548 (เดือนตุลาคม พ.ศ. 2544 – เดือนกันยายน พ.ศ. 2548) มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึงการที่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการน่าจะได้รับผลประโยชน์จากการที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะใช้บริการซื้อสินค้ามากขึ้น รวมทั้งมีการซื้อสินค้าให้มีมูลค่ารวมถึงเกณฑ์ที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ซึ่งค่อนข้างสอดคล้องกับการวิเคราะห์ข้างต้น ดังนั้น สิ่งที่สามารถสรุปได้ในเบื้องต้นคือ นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าจากร้านที่เข้าร่วมโครงการมากขึ้น แต่ยังไม่สามารถสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้นได้หรือไม่

จะเห็นว่า การวิเคราะห์ด้วยกราฟที่ผ่านมายังไม่สามารถสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ ซึ่งการวิเคราะห์ด้วยสมการถดถอยพหุคูณในหัวข้อต่อไปน่าจะให้ผลการวิเคราะห์ที่ชัดเจนมากขึ้น

5.2) ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

หัวข้อต่อไปนี้แสดงผลลัพธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทั้งนี้ได้แบ่งสมการถดถอยพหุคูณที่ใช้ในการวิเคราะห์ออกเป็น 2 กลุ่ม ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยสมการกลุ่มที่ 1 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่านโยบายระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ ในขณะที่สมการกลุ่มที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่านโยบายระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไปหรือไม่ ทั้งนี้ในการศึกษาจะใช้ระดับนัยสำคัญ 0.05 (5%) เป็นหลัก

ทั้งนี้ในการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยพหุคูณดังกล่าว ผู้วิจัยได้ให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อทางสถิติของผลลัพธ์ที่ได้เป็นอย่างสูง โดยได้ทำการตรวจสอบปัญหาทางสถิติ อันได้แก่ ปัญหา Multicollinearity และปัญหา Autocorrelation ซึ่งเป็นปัญหาหลักที่มักเกิดขึ้นกับการศึกษาข้อมูลอนุกรมเวลา

สำหรับปัญหา Multicollinearity ได้ทำการตรวจสอบโดยการคำนวณค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาระดับความสัมพันธ์ระหว่างกันของตัวแปรอิสระ ซึ่งจากผลลัพธ์ในตารางที่ 5.1 จะสามารถสรุปได้ว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity เกิดขึ้นในการวิจัยโดยจะเห็นว่ามีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระเพียง 8 คู่ จากทั้งหมด 28 คู่ ที่มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 และจากตัวแปรอิสระ 8 คู่ที่มีความสัมพันธ์กัน ก็มีเพียงตัวแปร *cpi* (ดัชนีราคาผู้บริโภค) และ *t* (แนวโน้ม) เพียงคู่เดียวเท่านั้นที่มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง กล่าวคือ มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงกว่า 0.70 อย่างเด่นชัด ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวไม่น่าแปลกใจแต่อย่างใด เนื่องจากโดยปกติแล้วดัชนีราคาผู้บริโภคมักจะเพิ่มขึ้นตามกาลเวลา ดังนั้นย่อมมีความสัมพันธ์กับตัวแปรแนวโน้มที่ถูกกำหนดค่าให้เพิ่มขึ้นตามกาลเวลาเช่นเดียวกัน (t = 1 ในไตรมาสแรก ปี พ.ศ. 2541 t = 2 ในไตรมาสที่สอง ปี พ.ศ. 2541 t = 3 ในไตรมาสที่สาม ปี พ.ศ. 2541 และเป็นเช่นนี้ไปเรื่อยๆ) และเนื่องจากตัวแปรแนวโน้ม (*t*) เป็นตัวแปรที่ถูกสร้างขึ้นเพื่อขจัดผลของแนวโน้ม (Detrending) ออกจากตัวแปรตาม ซึ่งได้แก่ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย การขจัดตัวแปรแนวโน้มออกจากสมการจึงไม่อาจทำได้

สำหรับการตรวจสอบปัญหา Autocorrelation ทำได้โดยการทดสอบสมมติฐานโดยใช้ค่า Durbin-Watson โดยมีสมมติฐานดังนี้

H_0: ไม่มีปัญหา Autocorrelation

H_1: มีปัญหา Autocorrelation

โดยการพิจารณาจะทำการเปรียบเทียบค่า Durbin-Watson (D) ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยในแต่ละสมการกับค่าวิกฤตขั้นต่ำ (Lower Critical Value: D_L) สำหรับการทดสอบ

Durbin-Watson ทั้งนี้จะถือว่ามีปัญหา Autocorrelation เกิดขึ้น หาก ค่า Durbin-Watson ที่ได้จากการวิเคราะห์การถดถอยมีค่าน้อยกว่าค่าวิกฤตขั้นต่ำ (Lower Critical Value: D_L) สำหรับการทดสอบ Durbin-Watson นั่นคือ ปฏิเสธ H_0: ไม่มีปัญหา Autocorrelation หาก $D < D_L$

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณทั้ง 8 สมการ ซึ่งแสดงในตารางที่ 5.2 ถึง 5.9 จะเห็นว่าค่า Durbin-Watson (D) ของทุกสมการมีค่าสูงกว่า 1.60 ทั้งสิ้น ในขณะที่ค่าวิกฤตขั้นต่ำ (D_L) ที่มีค่าสูงสุด สำหรับการทดสอบ Durbin-Watson ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 กรณีข้อมูล (Observation) จำนวน 32 ตัว มีค่าเท่ากับ 1.3734 ทำให้สามารถสรุปได้ว่าไม่มีปัญหา Autocorrelation เกิดขึ้นแต่อย่างใด

ตารางที่ 5.1: ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ

ตัวแปร	*ntour*	*cpi*	*forex*	*vrt*	*t*	*Q2*	*Q3*	*Q4*
ntour	1							
cpi	.655*	1						
forex	.108	.006	1					
vrt	.558*	.507*	.223	1				
t	.707*	.938*	.078	.676*	1			
Q2	-.492*	-.024	-.057	-.092	-.031	1		
Q3	-.035	.072	.069	.092	.031	-.333	1	
Q4	.375*	.091	-.026	.092	.094	-.333	-.333	1

หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 1

สมการที่ 1:

$$shop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 vrt + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \beta_6 Q_2 + \beta_7 Q_3 + \beta_8 Q_4 + \mu$$

จากผลการวิเคราะห์สมการที่ 1 ในตารางที่ 5.2 จะเห็นว่าสมการมีนัยสำคัญโดยรวมที่ระดับนัยสำคัญ 5% โดยสมการถดถอยสามารถอธิบายความแปรผันของตัวแปรตาม ซึ่งในที่นี้คือ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย (shop) ได้ถึง 86.4%

ตารางที่ 5.2: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 1 กลุ่มที่ 1

Dependent Variable			*shop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	-30.758	21.580	0.167
ntour	0.008*	0.001	0.000
vrt	2.885*	1.181	0.023
cpi	0.499*	0.222	0.034
forex	-0.259*	0.115	0.034
t	-0.279*	0.123	0.033
Q_2	-2.021	1.074	0.073
Q_3	-2.132*	0.881	0.024
Q_4	-1.023	0.808	0.218
Adjusted R-Square			0.864
F-Statistic for Overall Significance Test			25.635
P-Value			0.000
Durbin - Watson Statistic			1.793
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

จากสมการพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า โดยหากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้น 0.008 พันล้านบาท หรือ 8 ล้านบาท นอกจากนี้ จะพบว่า ระดับราคามีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า ขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) มีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้ามีแนวโน้มลดลง ซึ่งค่อนข้างสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ด้วยกราฟเส้นข้างต้น และมีเพียงไตรมาสที่ 3 เท่านั้น ที่ส่งผลกระทบต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากมีเพียงตัวแปรหุ่นของไตรมาสที่ 3 เท่านั้น ที่มีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% โดยทำให้รายจ่ายน้อยกว่าไตรมาสอื่นๆ โดยเฉลี่ย 2.132 พันล้านบาท

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่นของนโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว (vrt) มีค่าเท่ากับ 2.885 และมีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 5% แสดงให้เห็นว่านโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยสูงขึ้น 2.885 พันล้านบาท

สมการที่ 2:

$$rshop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 vrt + \beta_3 forex + \beta_4 t + \beta_5 Q_2 + \beta_6 Q_3 + \beta_7 Q_4 + \mu$$

ตารางที่ 5.3: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 2 กลุ่มที่ 1

Dependent Variable			*rshop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	17.972*	5.304	0.002
ntour	0.008*	0.001	0.000
vrt	2.479*	1.01	0.022
forex	-0.273*	0.114	0.024
t	-0.157*	0.057	0.011
Q_2	-1.902	1.054	0.084
Q_3	-1.926*	0.842	0.031
Q_4	-1.016	0.797	0.215
Adjusted R-Square			0.822
F-Statistic for Overall Significance Test			21.502
P-Value			0.000
Durbin - Watson Statistic			1.676
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

จากผลการวิเคราะห์สมการที่ 2 ในตารางที่ 5.3 จะเห็นว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายตัวแปรตามได้เป็นอย่างดีโดยความแปรผันในรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยซึ่งถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริงสามารถอธิบายได้โดยสมการถดถอยได้ถึง 82.20% นอกจากนี้สมการถดถอยยังมีนัยสำคัญโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 5%

และจากสมการข้างต้น พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั่นคือ หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าจะเพิ่มขึ้น 0.008 พันล้านบาท หรือ 8 ล้านบาท นอกจากนี้สมการยังแสดงให้เห็นว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

นอกจากนี้ยังพบว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปของค่าที่แท้จริงมีแนวโน้มลดลง ซึ่งเห็นได้จากการที่ตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) มีค่าเป็นลบ นอกจากนี้มีเพียงตัวแปรหุ่นของไตรมาสที่ 3 เท่านั้น ที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 5% ซึ่งหมายความว่า มีเพียงไตรมาสที่ 3 เท่านั้นที่มีอิทธิพลต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวในรูปของค่าที่แท้จริง โดยทำให้รายจ่ายน้อยกว่าไตรมาสอื่นๆ โดยเฉลี่ย 1.926 พันล้านบาท

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่นสำหรับนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม ในที่นี้คือ vrt มีค่าเท่ากับ 2.479 และมีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% แสดงให้เห็นว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยในรูปของค่าที่แท้จริงสูงขึ้น 2.479 พันล้านบาทหลังจากมีการใช้นโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

สมการที่ 3:

$$dshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 vrt + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \mu$$

ตารางที่ 5.4: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 3 กลุ่มที่ 1

	Dependent Variable		*drshop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	-28.352	20.684	0.182
dntour	0.008*	0.001	0.000
vrt	2.755*	1.139	0.023
cpi	0.458*	0.212	0.040
forex	-0.257*	0.113	0.031
t	-0.259*	0.117	0.036
		Adjusted R-Square	0.811
		F-Statistic for Overall Significance Test	27.659
		P-Value	0.000
		Durbin - Watson Statistic	1.736
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

สำหรับสมการที่ 3 ตัวแปรตาม ได้แก่ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้ว โดยจากผลการวิเคราะห์การถดถอยซึ่งแสดงดังตารางที่ 5.4 พบว่า ความแปรผันในตัวแปรตามสามารถ

อธิบายได้โดยสมการถดถอยถึง 81.10% และสมการถดถอยมีนัยสำคัญโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 5%

จากสมการ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลในทางบวกต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า นั่นคือหากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 0.008 พันล้านบาท หรือ 8 ล้านบาท นอกจากนี้ยังพบว่า ระดับราคาสินค้ามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้ว แต่ในทางกลับกัน อัตราแลกเปลี่ยนกลับส่งผลในทางลบต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) ยังคงมีค่าติดลบเช่นเดียวกับในสมการที่ 1 และ 2 แสดงให้เห็นว่ามูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วมีแนวโน้มลดลง

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่นของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว (vrt) มีค่าเท่ากับ 2.755 โดยมีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% แสดงให้เห็นว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วสูงขึ้น 2.755 พันล้านบาท

สมการที่ 4:

$$rdshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 vrt + \beta_3 forex + \beta_4 t + \mu$$

จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในสมการที่ 4 ซึ่งแสดงผลดังตารางที่ 5.5 พบว่า สมการถดถอยสามารถอธิบายความแปรผันของตัวแปรตาม ในที่นี้คือรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วและถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง ได้ถึง 71.50% โดยสมการมีนัยสำคัญโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 5%

และจากสมการยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า นั่นคือหากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน จะส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น 0.008 พันล้านบาท หรือ 8 ล้านบาท นอกจากนี้ยังพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากสมการยังพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) มีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วและถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริงมีแนวโน้มลดลง

ตารางที่ 5.5: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 4 กลุ่มที่ 1

Dependent Variable			*rdrshop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	16.722*	5.006	0.002
dntour	0.008*	0.001	0.000
vrt	2.461*	0.991	0.020
forex	-0.274*	0.112	0.021
t	-0.159*	0.054	0.007
Adjusted R-Square			0.715
F-Statistic for Overall Significance Test			20.440
P-Value			0.000
Durbin - Watson Statistic			1.624
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

ตัวแปรหุ่นของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว (vrt) มีค่าเท่ากับ 2.461 และมีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% แสดงให้เห็นว่านโยบายคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วและถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริงมีจำนวนสูงขึ้น 2.461 พันล้านบาท

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 2

สมการที่ 1:

$$shop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 (ntour \times vrt) + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \beta_6 Q_2 + \beta_7 Q_3 + \beta_8 Q_4 + \mu$$

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสำหรับสมการที่ 1 ดังตารางที่ 5.6 แสดงให้เห็นว่า ความแปรผันในรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถอธิบายโดยสมการถดถอยได้ถึง 86% และสมการถดถอยมีนัยสำคัญโดยรวมที่ระดับนัยสำคัญ 5%

จำนวนนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า โดยจากสมการจะเห็นว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้น 0.006 พันล้านบาท หรือ 6 ล้านบาท หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน นอกจากนี้ ยังพบว่า ระดับราคาสินค้ามี

ความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า ขณะที่ อัตราแลกเปลี่ยนส่งผลในทางลบต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.6: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 1 กลุ่มที่ 2

Dependent Variable			*shop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	-25.564	21.164	0.239
ntour	0.006*	0.002	0.001
ntour x vrt	0.001*	0.001	0.032
cpi	0.475*	0.223	0.044
forex	-0.264*	0.117	0.034
t	-0.263*	0.123	0.044
Q_2	-2.129	1.099	0.065
Q_3	-2.177*	0.902	0.024
Q_4	-1.038	0.820	0.219
Adjusted R-Square			0.860
F-Statistic for Overall Significance Test			24.866
P-Value			0.000
Durbin - Watson Statistic			1.770
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มลดลง เห็นได้จากการที่ตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) มีค่าเป็นลบ นอกจากนี้ ในบรรดาตัวแปรหุ่นของไตรมาสมีเพียงตัวแปรของไตรมาสที่ 3 เท่านั้น ที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 5% ซึ่งหมายความว่า มีเพียงไตรมาสที่ 3 เท่านั้นที่รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าแตกต่างไปจากไตรมาสอื่นๆ โดยน้อยกว่าไตรมาสอื่นๆ โดยเฉลี่ย 2.177 พันล้านบาท

และจากการที่ค่าสัมประสิทธิ์ของผลคูณระหว่างตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวกับตัวแปรหุ่นของนโยบาย VRT (ntour x vrt) มีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยว (ntour) เพิ่มขึ้นจาก 0.006 ก่อนใช้นโยบาย VRT เป็น 0.007 หลังใช้นโยบาย แสดงให้เห็นว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวสูงขึ้น โดย หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน

รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้น 0.007 พันล้านบาท หรือ 7 ล้านบาท หลังใช้นโยบาย ขณะที่ก่อนใช้นโยบายรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเพียง 0.006 พันล้านบาท หรือ 6 ล้านบาท

สมการที่ 2:

$$rshop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 (ntour \times vrt) + \beta_3 forex + \beta_4 t + \beta_5 Q_2 + \beta_6 Q_3 + \beta_7 Q_4 + \mu$$

ตารางที่ 5.7: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 2 กลุ่มที่ 2

Dependent Variable			*rshop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	20.464*	5.723	0.002
ntour	0.007*	0.002	0.000
ntour x vrt	0.001*	0.001	0.031
forex	-0.275*	0.116	0.026
t	-0.153*	0.058	0.014
Q_2	-2.009	1.073	0.073
Q_3	-1.985*	0.858	0.03
Q_4	-1.038*	0.808	0.211
Adjusted R-Square			0.818
F-Statistic for Overall Significance Test			20.870
P-Value			0.000
Durbin - Watson Statistic			1.669
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

จากผลการวิเคราะห์สมการที่ 2 ดังตารางที่ 5.7 พบว่าสมการถดถอยสามารถอธิบายความแปรผันของตัวแปรตาม ในที่นี้คือรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริงได้ 81.80% โดยสมการมีนัยสำคัญโดยรวมที่ระดับนัยสำคัญ 5%

และจากสมการยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ นั่นคือรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น 0.007 พันล้านบาท หรือ 7 ล้านบาท หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน นอกจากนี้ยังพบว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า

นอกจากนี้ ตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) ในสมการมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบ แสดงให้เห็นว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปของค่าที่แท้จริงมีแนวโน้มลดลง และจากการวิเคราะห์การถดถอยสมการที่ 2 พบว่าในบรรดาตัวแปรหุ่นของไตรมาส มีเพียงตัวแปรหุ่นของไตรมาสที่ 3 เท่านั้นที่มีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% ซึ่งหมายความว่า มีเพียงไตรมาสที่ 3 เท่านั้น ที่มีอิทธิพลต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว นั่นคือทำให้รายจ่ายในไตรมาสที่ 3 น้อยกว่าไตรมาสอื่นๆ โดยเฉลี่ย 1.985 พันล้านบาท

ค่าสัมประสิทธิ์ของผลคูณระหว่างตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวกับตัวแปรหุ่นของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ (ntour x vrt) มีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ntour) ซึ่งก่อนใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าเท่ากับ 0.007 เพิ่มขึ้นเป็น 0.008 เมื่อได้นำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ แสดงให้เห็นว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้น นั่นคือหลังนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้น 0.008 พันล้านบาท หรือ 8 บาท หากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน ในขณะที่ก่อนนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเพียง 0.007 พันล้านบาท หรือ 7 ล้านบาท

สมการที่ 3:

$$dshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 (dntour \times vrt) + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \mu$$

ตารางที่ 5.8 แสดงผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณสำหรับสมการที่ 3 ซึ่งมีตัวแปรตามได้แก่ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้ว โดยจากสมการถดถอยสามารถอธิบายความแปรผันในตัวแปรตามสามารถได้ถึง 80.60% นอกจากนี้สมการถดถอยยังมีนัยสำคัญโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 5%

และสมการยังแสดงให้เห็นว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีอิทธิพลในทางบวกต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว กล่าวคือ หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น 0.007 พันล้านบาท หรือ 7 ล้านบาท นอกจากนี้ยังพบว่าตัวแปรระดับราคาสินค้ามีความสัมพันธ์ในทางบวกกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้ว แต่ในทางกลับกัน อัตราแลกเปลี่ยนกลับมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า

ตารางที่ 5.8: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 3 กลุ่มที่ 2

Dependent Variable			*dshop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	-22.827	20.227	0.269
dntour	0.007*	0.001	0.000
dntour x vrt	0.001*	0.010	0.034
cpi	0.429	0.212	0.053
forex	-0.266*	0.115	0.029
t	-0.242*	0.117	0.049
Adjusted R-Square			0.806
F-Statistic for Overall Significance Test			26.795
P-Value			0.000
Durbin - Watson Statistic			1.700
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

นอกจากนี้ ยังพบว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วมีแนวโน้มลดลง ซึ่งทราบได้จากการที่ตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) ในสมการมีค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบนั่นเอง

ค่าสัมประสิทธิ์ของผลคูณระหว่างตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวกับตัวแปรหุ่นของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ (ntour x vrt) มีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ntour) ซึ่งก่อนการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าเท่ากับ 0.007 เพิ่มขึ้นเป็น 0.008 หลังการนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ แสดงให้เห็นว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ หากนักท่องเที่ยวมีจำนวนเพิ่มขึ้น 1 พันคน รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้น 0.008 พันล้านบาท หรือ 8 บาท หลังนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ ในขณะที่ก่อนนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเพียง 0.007 พันล้านบาท หรือ 7 ล้านบาท

สมการที่ 4:

$$rdshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 (dntour \times vrt) + \beta_3 forex + \beta_4 t + \mu$$

ตารางที่ 5.9: ผลการวิเคราะห์การถดถอยสำหรับสมการที่ 4 กลุ่มที่ 2

Dependent Variable			*rdshop*
Variable	**Coefficient**	**Std. Error**	**P-Value**
Intercept	19.247*	5.414	0.001
dntour	0.007*	0.001	0.000
dntour x vrt	0.001*	0.000	0.027
forex	-0.281*	0.114	0.020
t	-0.157*	0.055	0.008
Adjusted R-Square			0.709
F-Statistic for Overall Significance Test			19.854
P-Value			0.000
Durbin - Watson Statistic			1.609
หมายเหตุ: * หมายถึง มีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 0.05			

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยที่ 4 ดังตารางที่ 5.9 จะเห็นว่า สมการมีนัยสำคัญโดยรวม ที่ระดับนัยสำคัญ 5%และสามารถอธิบายความแปรผันของตัวแปรตาม ซึ่งในที่นี้คือรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วและถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริง ได้ 70.90%

และจากสมการยังพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน นั่นคือ หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน จะส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น 0.007 พันล้านบาท หรือ 7 ล้านบาท นอกจากนี้ยังพบว่า อัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า

ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรแนวโน้มเวลา (t) มีค่าเป็นลบ แสดงให้เห็นว่า รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขจัดความแปรผันตามฤดูกาลออกแล้วและถูกปรับให้อยู่ในรูปของค่าที่แท้จริงมีแนวโน้มลดลง

จากการวิเคราะห์สมการที่ 4 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์ของผลคูณระหว่างตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวกับตัวแปรหุ่นของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ (ntour x vrt) มีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับนัยสำคัญ 5% ทำให้ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ntour) ซึ่งก่อนใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่

นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าเท่ากับ 0.007 เพิ่มขึ้นเป็น 0.008 ภายหลังจากที่ได้นำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้แล้ว แสดงให้เห็นว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้น กล่าวคือ หลังการนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ หากจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 พันคน จะทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น 0.008 พันล้านบาท หรือ 8 ล้านบาทในขณะที่ก่อนนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้ รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้นเพียง 0.007 พันล้านบาท หรือ 7 ล้านบาท

จากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ทั้ง 2 กลุ่ม ข้างต้น ทำให้ได้ข้อสรุปที่น่าสนใจหลายประการดังนี้

1. จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย กล่าวคือ หากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีจำนวนมากขึ้น รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมจะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น
2. มีเพียงไตรมาสที่ 3 ที่ส่งผลกระทบต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยในไตรมาสที่ 3 โดยทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีมูลค่าต่ำกว่าในไตรมาสอื่นๆ ทั้งนี้สาเหตุมาจากไตรมาสที่ 3 อยู่ในช่วงระหว่างเดือนกรกฎาคม ถึงกันยายน ซึ่งไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยวหรือที่เรียกว่า "Low Season" ประกอบกับเป็นช่วงฤดูฝนของประเทศไทยซึ่งมักมีมรสุมเป็นประจำทุกปี จึงส่งผลต่อรายได้ที่ภาคธุรกิจจะได้รับจากการนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย ทำให้ช่วงเวลาไตรมาสที่ 3 มีมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่ำกว่าในไตรมาสอื่นๆ
3. มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับราคาภายในประเทศซึ่งวัดโดยดัชนีราคาผู้บริโภค กล่าวคือ การที่ระดับราคาภายในประเทศสูงขึ้นส่งผลทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติสูงขึ้นตามไปด้วยนั่นเอง แต่อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาในรูปของค่าที่แท้จริงแล้ว รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลงในระหว่างไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548 แสดงให้เห็นว่า ถึงแม้มูลค่าในรูปตัวเงินจะเพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นการเพิ่มขึ้นตามระดับราคาภายในประเทศเท่านั้น
4. จากการวิเคราะห์สมการถดถอยทั้งสองกลุ่มทุกสมการ พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนมีความสัมพันธ์ในทิศทางตรงข้ามกับรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 นั่นคือ หากอัตราแลกเปลี่ยนเพิ่มขึ้น (ค่าเงินบาทอ่อนลง) รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะลดน้อยลง และหากอัตราแลกเปลี่ยนลดลง (ค่าเงินบาทแข็งขึ้น)

รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวจะเพิ่มขึ้น ซึ่งผลลัพธ์ดังกล่าวอาจขัดแย้งกับทฤษฎีนั่นคือนักท่องเที่ยวควรจะมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินที่ลดลงเมื่อค่าเงินบาทแข็งขึ้น เนื่องจากค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นทำให้สินค้าของไทยมีราคาสูงขึ้นในสายตาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้สาเหตุของความขัดแย้งดังกล่าวมาจากการที่ผลของค่าเงินบาทที่แข็งขึ้นถูกหักล้างโดยผลของระดับราคาภายในประเทศที่สูงขึ้น โดยในช่วงเวลาที่ทำการศึกษา พบว่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติและระดับราคาภายในประเทศมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่อัตราแลกเปลี่ยนมีแนวโน้มลดลง (ค่าเงินบาทแข็งขึ้น) ซึ่งการที่ระดับราคาภายในประเทศสูงขึ้น ส่งผลทำให้มูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นตามไปด้วย แม้ว่าจริงๆ แล้ว นักท่องเที่ยวมีการซื้อสินค้าในปริมาณที่น้อยลงจากการที่อัตราแลกเปลี่ยนลดลง (ค่าเงินบาทแข็งขึ้น) ก็ตาม

5. จากการวิเคราะห์สมการกลุ่มที่ 1 ทุกสมการ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรหุ่นของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวมีค่าเป็นบวกอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% แสดงให้เห็นว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยสูงขึ้น
6. จากการวิเคราะห์สมการกลุ่มที่ 2 ทุกสมการ พบว่าค่าสัมประสิทธิ์ของผลคูณระหว่างตัวแปรจำนวนนักท่องเที่ยวกับตัวแปรหุ่นของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติ มีค่าเป็นบวกอย่างนัยสำคัญ ที่ระดับนัยสำคัญ 5% แสดงให้เห็นว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้น หรืออีกนัยหนึ่งคือ นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในมูลค่าที่มากขึ้น
7. จากผลลัพธ์ในสมการทั้ง 2 กลุ่ม จึงเพียงพอที่จะสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีประสิทธิผลในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

บทที่ 6: ข้อสรุปและข้อเสนอแนะ
(Chapter 6: Conclusion and Recommendations)

ข้อสรุปจากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ไม่พบหลักฐานทางสถิติใดที่สามารถชี้ชัดได้ว่าการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว (VAT Refund for Tourists: VRT) สามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าเป็นจำนวนเงินที่มากขึ้น โดยผลการวิเคราะห์พบว่ามูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าต่อคนของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (ในรูปของค่าที่แท้จริง) มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยตลอดช่วงเวลาที่ทำการศึกษา

อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาพบว่ามูลค่ารายจ่าย (รายจ่ายโดยรวมในทุกหมวดการใช้จ่าย) ต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ในรูปของค่าที่แท้จริง) มีแนวโน้มลดลงเล็กน้อยเช่นเดียวกัน ทำให้สามารถสรุปได้ว่า การที่มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มลดลงนั้น เกิดจากการที่มูลค่ารายจ่ายโดยรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีแนวโน้มลดลงนั่นเอง ดังนั้น การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาจึงยากที่จะสรุปว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าเพิ่มขึ้นได้หรือไม่ ทั้งนี้เนื่องจากในช่วงที่ทำการพิจารณา นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยมีการใช้จ่ายโดยรวมลดลงทำให้มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าลดลงตามไปด้วยส่งผลให้ลักษณะการเปลี่ยนแปลงของกราฟเส้นไม่เอื้ออำนวยต่อการสรุปผลที่ต้องการ

การศึกษายังพบว่ามูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืน จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม และมูลค่าภาษีมูลค่าเพิ่มที่นักท่องเที่ยวต่างชาติขอคืนต่อคน มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความกระตือรือร้นที่จะขอคืนภาษีมากขึ้น รวมทั้งมีความพยายามที่จะซื้อสินค้าให้มีมูลค่ารวมถึงเกณฑ์ที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ จำนวนนิติบุคคลและจำนวนสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก สะท้อนให้เห็นถึงการที่ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการน่าจะได้รับผลประโยชน์จากการที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะใช้บริการซื้อสินค้ามากขึ้น รวมทั้งมีการซื้อสินค้าให้มีมูลค่ารวมถึงเกณฑ์ที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นดังที่ได้กล่าวข้างต้น

อย่างไรก็ตาม ด้วยข้อมูลเพียงเท่านี้ยังไม่เพียงพอที่จะสรุปว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยเพิ่มขึ้นได้จริง เนื่องจากข้อมูลข้างต้นชี้ให้เห็นเพียงว่านักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อ

สินค้าจากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยมีการซื้อสินค้าให้มีมูลค่ารวมถึงเกณฑ์ที่จะสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น แต่ไม่อาจสรุปว่านักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยมากขึ้น โดยอาจเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าโดยภาพรวมคิดเป็นมูลค่าเท่าเดิม แต่หันไปซื้อสินค้าส่วนใหญ่จากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว

อย่างไรก็ตาม จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการถดถอยพหุคูณ ทำให้ได้ข้อสรุปที่ชัดเจนมากขึ้นสำหรับประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว โดยจากการศึกษาพบว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ รวมทั้งทำให้อิทธิพลของการเปลี่ยนแปลงจำนวนนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญเช่นเดียวกัน หรืออีกนัยหนึ่งคือ นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวส่งผลให้นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในมูลค่าที่มากขึ้นนั่นเอง ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวมีประสิทธิผลในการกระตุ้นการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

นอกจากข้อสรุปเกี่ยวกับประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวแล้ว การศึกษายังพบข้อสรุปที่น่าสนใจหลายประการ ได้แก่ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย มีเพียงไตรมาสที่ 3 ที่ส่งผลกระทบต่อรายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยทำให้ในไตรมาสที่ 3 รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวมีมูลค่าต่ำกว่าในไตรมาสอื่นๆ และมูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับระดับราคาซึ่งวัดโดยดัชนีราคาผู้บริโภค โดยมีแนวโน้มลดลง ซึ่งทำให้สรุปได้ว่า หากพิจารณาในรูปของค่าที่แท้จริงแล้ว รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้ แม้ว่ามูลค่าในรูปตัวเงินจะเพิ่มขึ้น แต่ก็เป็นการเพิ่มขึ้นตามระดับราคาภายในประเทศเท่านั้น

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยฉบับนี้ยังมีข้อจำกัดอยู่บางประการ ซึ่งหนึ่งในนั้นคือการขาดข้อมูลจากเป้าหมายหลักของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งได้แก่ ข้อมูลพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงทำให้ไม่ทราบถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวในขณะที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งไม่ทราบการตอบสนองของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว โดยอาจเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมีมูลค่าการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นโดยมีนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวเป็นแรงกระตุ้น หรืออาจเป็นไปได้ว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ยังคงใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าในประเทศไทยคิดเป็นมูลค่าเท่าเดิม แต่หันไป

ซื้อสินค้าส่วนใหญ่จากผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นหลัก

หากเป็นกรณีแรก ย่อมเป็นผลดีต่อประเทศไทย เนื่องจากทำให้รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยมีมูลค่ามากขึ้น ซึ่งหมายถึงการที่ผู้ประกอบการโดยรวมในประเทศไทยมีรายได้มากขึ้น ส่งผลให้เกิดจากการจ้างงาน รวมทั้งการขยายตัวทางเศรษฐกิจในลำดับต่อมา แต่หากเป็นกรณีหลัง ย่อมไม่เป็นผลดีต่อประเทศไทย เนื่องจากประเทศจะเสียประโยชน์จากการที่สูญเสียรายได้จากภาษีมูลค่าเพิ่มไป ในขณะที่มูลค่ารายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าโดยรวมของนักท่องเที่ยวในประเทศไทยไม่ได้เพิ่มขึ้น อีกทั้งผลประโยชน์ส่วนใหญ่ยังตกอยู่กับกลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ที่เข้าร่วมโครงการ เท่านั้น ในขณะที่ผู้ประกอบอื่นๆ ที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นกิจการขนาดย่อมต้องสูญเสียรายได้ไป ซึ่งประเด็นดังกล่าวควรจะต้องทำการศึกษาในโอกาสต่อไป

ข้อจำกัดทางด้านข้อมูลก็เป็นอีกหนึ่งข้อจำกัดของงานวิจัยเรื่องนี้ ทั้งนี้ เนื่องจากนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น โดยรัฐบาลได้เริ่มใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติเมื่อกลางปี พ.ศ. 2542 ซึ่งเมื่อนับถึงปี พ.ศ. 2549 ซึ่งเป็นปีที่ทำการศึกษาวิจัย จะรวมเป็นระยะเวลาประมาณ 7 ปี เท่านั้น จึงทำให้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยยังมีไม่มากนัก รวมทั้งไม่ตรงกับความต้องการของผู้วิจัยเท่าที่ควร นอกจากนี้ ข้อมูลบางส่วนที่ต้องการนำมาใช้ในการวิจัยเป็นข้อมูลของภาครัฐที่ไม่สามารถเปิดเผยได้ เช่น รายได้ของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม เป็นต้น

และเนื่องจากการใช้นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ทำให้ยังมีนักท่องเที่ยวต่างชาติอีกเป็นจำนวนมากที่ขาดการรับรู้และความสนใจในนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเห็นได้จากการที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมีจำนวนน้อยมากเมื่อเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด ตัวอย่างเช่น ในปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นจำนวน 11.65 ล้านคน แต่มีนักท่องเที่ยวที่ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นจำนวนเพียง 244,140 คน หรือประมาณร้อยละ 2 ของจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมดเท่านั้น ดังนั้นการศึกษาประสิทธิผลของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติจึงควรทำอย่างต่อเนื่อง และควรเพิ่มการเก็บข้อมูลปฐมภูมิโดยการสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยตรงเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงความต้องการให้มากที่สุด

นอกจากนี้งานวิจัยยังมีข้อจำกัดที่เกิดขึ้นจากช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลที่ต่างกันของหน่วยงานรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และกลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวกรมสรรพากร กระทรวงการคลัง จึงทำให้ช่วงระยะเวลาในการศึกษาข้อมูลแต่ละประเภทมีความแตกต่างกัน กล่าวคือ ถ้าเป็นการศึกษาข้อมูลรายปีจะ

ครอบคลุม ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 ถึง ปี พ.ศ.2548 ถ้าเป็นการศึกษาข้อมูลรายไตรมาสจะครอบคลุมตั้งแต่ไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2541 ถึงไตรมาสที่ 4 ของปี พ.ศ. 2548 และถ้าเป็นการศึกษาข้อมูลรายเดือนจะครอบคลุมตั้งแต่ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 ถึง ปีงบประมาณ พ.ศ. 2548 ดังนั้น การนำเอาผลการวิจัยไปใช้อ้างอิงจึงควรระมัดระวังข้อจำกัดดังกล่าวด้วย

ข้อเสนอแนะ

จากงานวิจัยเรื่องนี้ ทำให้ได้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการนำนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมาใช้กระตุ้นการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อดึงเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศไทย ได้หลายประการดังนี้

ข้อเสนอแนะสำหรับภาคธุรกิจ จากผลการวิจัยที่พบว่านโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้าให้ถึงเกณฑ์ที่สามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมีเพิ่มมากขึ้น โดยนักท่องเที่ยวหันไปซื้อสินค้าจากร้านที่เข้าร่วมโครงการ มากขึ้นทั้งนี้เพื่อจะได้ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า เงื่อนไขของนโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่กำหนดให้นักท่องเที่ยวต้องซื้อสินค้าให้ถึงเกณฑ์ตามที่รัฐบาลกำหนดไว้จึงจะมีสิทธิของคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้นั่นคือ ต้องซื้อสินค้าในร้านเดียวกันวันเดียวกันตั้งแต่ 2,000 บาท และยอดซื้อสินค้ารวมภาษีในแบบภ.พ. 10 ทุกฉบับรวมกันต้องไม่น้อยกว่า 5,000 บาท ซึ่งเงื่อนไขดังกล่าวเป็นสิ่งที่กระตุ้นพฤติกรรมของลูกค้าให้เกิดการซื้อสินค้าที่เพิ่มมากขึ้นเพียงเพื่อต้องการได้คืนภาษีมูลค่าเพิ่มซึ่งเปรียบเหมือนการได้รับส่วนลดจากการซื้อสินค้า ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ สามารถใช้ประโยชน์จากเงื่อนไขดังกล่าว ประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมโครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว และใช้เป็นแนวทางในการวางแผนกำหนดกลยุทธ์เพื่อเพิ่มยอดรายได้ของกิจการซึ่งทำให้ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น สินค้าในร้านค้าไม่ล้าสมัยเกิดเป็นต้นทุนจม และจากการที่นักท่องเที่ยวต้องซื้อสินค้าให้ถึงเกณฑ์ที่รัฐบาลกำหนดไว้ยังช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถขายสินค้าให้จึงจุดคุ้มทุนเร็วขึ้น มีกำไรเพิ่มขึ้นมาก เพราะนอกจากหลักเกณฑ์เงื่อนไขข้างต้นแล้ว ผู้ประกอบการยังสามารถลดต้นทุนและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน เช่น ค่าใช้จ่ายด้านส่งเสริมการขาย ได้แก่ ค่าโฆษณาและค่าประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติทราบถึงสิทธิประโยชน์ในการซื้อสินค้า รู้จักร้านค้าสินค้าของร้านผ่านช่องทางการจำหน่ายต่างๆ มากมาย ซึ่งการที่ผู้ประกอบสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านส่งเสริมการขายด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ลงได้จำนวนมากย่อมส่งผลในด้านการกำหนดราคาขายให้ต่ำและได้กำไรตามที่ต้องการได้มากขึ้น ทั้งนี้เพราะผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ จะได้รับความช่วยเหลือและสิทธิพิเศษในด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ มากมายที่กรมสรรพากรจัดไว้ให้ เช่น จัดทำป้ายสัญลักษณ์การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้ร้านค้า ให้สิทธิกับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ ได้ใช้สัญลักษณ์การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มมาเผยแพร่ใน

เอกสาร หรือ Web Site ของทางบริษัท เพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมการขายสินค้า เป็นตัวกลางช่วยประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับสถานประกอบการ รายละเอียดของสินค้า แผนผังที่ตั้งร้าน เป็นต้น ผ่านเว็บไซต์กรมสรรพากร มีการจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการขายสินค้าและเอกสารที่เกี่ยวข้องให้กับผู้ประกอบการขายสินค้าที่เข้าร่วมโครงการเพื่อนำไปแจกให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น แสดงให้เห็นว่าถ้าผู้ประกอบการขายสินค้าภายใต้คุณสมบัติและเงื่อนไขตามที่นโยบายการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยวต่างชาติกำหนดไว้ การตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ จะทำให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังทำให้ร้านค้าและสินค้าของตนเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากขึ้นนำมาซึ่งการขยายช่องทางในการค้าขายที่จะเพิ่มขึ้นได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับภาครัฐบาล จากการศึกษาหลักเกณฑ์การขอเป็นผู้ประกอบการขายสินค้าในระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว (VRT) พบว่าผู้ประกอบการที่จะเข้าร่วมโครงการได้นั้น ต้องเป็นบริษัทหรือห้างหุ้นส่วนนิติบุคคล ซึ่งมีเงินทุนจดทะเบียนชำระแล้ว ซึ่งถ้าเป็นผู้ประกอบการในเขตกรุงเทพมหานครต้องไม่ต่ำกว่า 2 ล้านบาท สำหรับผู้ประกอบการในเขตจังหวัดอื่นต้องไม่ต่ำกว่า 500,000 บาท โดยต้องเป็นผู้ประกอบการจดทะเบียนภาษีมูลค่าเพิ่มเท่านั้น รวมถึงต้องมีความมั่นคงต่อเนื่องในการประกอบกิจการ และมีประวัติการเสียภาษีที่ดี จากหลักเกณฑ์ข้างต้นประกอบกับผลการวิจัย พบว่าผู้ที่ได้รับผลประโยชน์ส่วนใหญ่คือผู้ประกอบการขนาดใหญ่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติจะรู้จักได้จากการประชาสัมพันธ์ที่กรมสรรพากรจัดทำให้ อีกทั้งประโยชน์ที่นักท่องเที่ยวได้จากการได้คืนภาษีมูลค่าเพิ่มจากการซื้อสินค้าถึงเกณฑ์ที่กำหนดไว้ในร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการ แต่ในขณะเดียวกับที่ผู้ประกอบการที่ขาดคุณสมบัติเช่น ผู้ประกอบการขนาดกลาง ขนาดเล็ก ที่ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้กลับมีรายได้จากการขายสินค้าให้นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านจะซื้อในจำนวนที่ไม่มากเนื่องจากไม่สามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ อีกทั้งยังไม่ได้รับการสนับสนุนและความช่วยเหลือในด้านการส่งเสริมการขายและการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐบาล จึงทำให้ร้านค้าที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการไม่เป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากข้อมูลดังกล่าวรัฐบาลควรมีนโยบายอื่นๆ ในการที่จะช่วยเหลือให้นักท่องเที่ยวต่างชาติซื้อสินค้าจากผู้ประกอบการที่ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้เพิ่มขึ้นด้วย เช่น การมีนโยบายปลอดภาษีมูลค่าเพิ่ม 1 วันหรือ 1 สัปดาห์ท่องเที่ยวโดยรัฐบาลอาจกำหนดให้แต่ละจังหวัดมี 1 วันหรือ 1 สัปดาห์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถซื้อสินค้าจากร้านค้าที่ยังไม่สามารถเข้าร่วมโครงการได้ แต่มีประวัติการค้าและการเสียภาษีที่ดี โดยไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้าจากร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการเท่านั้น และให้นักท่องเที่ยวต่างชาติสามารถขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้ ซึ่งถ้าผู้ประกอบการที่ยังไม่สามารถเข้าร่วมโครงการ ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐบาลก็จะทำให้สินค้าของผู้ประกอบการดังกล่าวเป็นที่รู้จักของชาวต่างชาติและเป็นการเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าได้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งทำให้ผู้ประกอบการเหล่านี้มีรายได้

เพิ่มขึ้นและมีคุณสมบัติครบถ้วนที่จะเข้าร่วมโครงการระบบคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยวได้ในเวลาต่อมา อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการกระจายรายได้สู่ระดับล่างเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลดีต่อรายได้โดยภาพรวมของภาคธุรกิจในประเทศไทยเพิ่มมากขึ้น และจากการที่ภาคธุรกิจมีรายได้เพิ่มขึ้นก็ส่งผลให้รัฐบาลสามารถเก็บภาษีเพื่อมาพัฒนาประเทศได้มากขึ้นตามไปด้วย

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

บรรณานุกรม (Bibliography)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2549). **ข้อมูลรายจ่ายนักท่องเที่ยว**. สืบค้น พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.tat.or.th.

กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร. (2548). **ข้อมูลเกี่ยวกับนโยบายการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม**. สืบค้น มีนาคม 2549, จาก http://www.rd.go.th.

กลุ่มนักวิชาการภาษีอากร. (2548). **ภาษีอากรตามประมวลรัษฎากร**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์เรือนแก้วการพิมพ์.

กองบรรณาธิการ. (พฤษภาคม 2546). **VAT REFUND FOR TOURISTS**. ภาษี บัญชีและกฎหมายธุรกิจ, 9 (104), 56 - 59.

คณาจารย์ภาควิชาสถิติ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2547). **สถิติธุรกิจ**. กรุงเทพฯ: แผนกตำราและคำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ทัศนีย์ มหาธนะกิติวงศ์. (พฤษภาคม 2542). **การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว**, สรรพากรสาสน์ วารสารความรู้เกี่ยวกับภาษีอากร, 46 (5), 9 – 19.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2549). **ข้อมูลเศรษฐกิจ**. สืบค้น เมษายน 2549, จาก http://www.bot.or.th.

ธมกร ธาราศรีสุทธิ และคณะ. (2548). **เศรษฐศาสตร์มหาภาค**. กรุงเทพฯ: แผนกตำราและคำสอน มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ธีระพงษ์ เขมฤกษ์อำพล. (2528). **การชดเชยค่าภาษีอากรสำหรับสินค้าส่งออก: การวิเคราะห์เชิงนโยบาย**. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

นราทิพย์ ชุติวงศ์. (2542). **ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์จุลภาค**. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปริทัศน์ ตรีอินทอง. (2546). **ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม: กรณีศึกษา ท่าอากาศยานนานาชาติ จังหวัดเชียงใหม่**. วิทยานิพนธ์บัญชีมหาบัณฑิต (สาขาวิชาการบัญชี) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

พีระวิชญ์ พิชญะ. (ธันวาคม 2547). **นักท่องเที่ยว ขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้...ไม่ผิดกติกา**. วารสารภาษี บัญชีและกฎหมายธุรกิจ, 11(123), 64 – 68.

โมรีรัตน์ บุญญาศิริ. (2548). **ประมวลรัษฎากร – ภาษีมูลค่าเพิ่ม: กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพสอบบัญชี**. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: สภาวิชาชีพบัญชี.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2539). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: บริษัท วิสิทธ์พัฒนา จำกัด.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2543). **นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา**. กรุงเทพฯ: บริษัท ธนธัชการพิมพ์ จำกัด.

สมพงษ์ ตันติรจนาวงศ์. (มิถุนายน 2543). **การคืนภาษีมูลค่าเพิ่มแก่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีส่วนช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจจริงหรือ**. วารสารธรรมนิติ ฉบับเอกสารภาษีอากร, 19(225), 60 – 63.

สันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์. (2543). **แนวทางการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว (VAT Refund for Tourists)**. เอกสารวิจัยส่วนบุคคลของนักศึกษา ปรอ. รุ่นที่ 14. วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.

สำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์. (2549). **ดัชนีราคาผู้บริโภค**. สืบค้น พฤศจิกายน 2549, จาก http://www.price.moc.go.th

German Consulate General Toronto. (n.d.). *Tax Refund for Foreign Tourists*. Retrieved November, 2007, from http://www.toronto.diplo.de/Vertretung/toronto/en/01/Zollvorschriften /VAT_refund_for_tourists.html.

Harrison, G and Krelove, R. (2005, Novermber). VAT Refunds: A Review of Country Experience. *International Monetary Fund*. Washington, D.C.

Imboden, D. (2007). *Tax-Free Shopping in Europe.* Retrieved November, 2007, from http://europeforvisitors.com/Europe/articles/taxfree_shopping.htm.

Mui, M and Lee, K. (2004). The VAT Refund Effect. *The China Business Review*. January – February.

National Board of Taxes of Finland. (2007). Tax-Free Tourist Sales in Finland. *Publication of the National Board of Taxes*. 195e.07.

Saccomano, A. (2003, September). China May Review VAT Refund. *The Journal of Commerce*, 22 – 28.

South African Consulate General. (n.d.). *Tax Refund for Tourists*. Retrieved November, 2007, from http://www.southafrica-newyork.net/consulate/vatrefund.htm.

World Travel and Tourism Tax Policy Center. (n.d.). *VAT/GST Refunds*. Retrieved November, 2007, from http://www.traveltax.msu.edu/vat/vat.htm.

Zall, M. (May 2002). For European Travel, Check Your VAT. *Modern Drug Discovery*. Volume 5, Number 5, 65 – 66.

ภาคผนวก 1: สถิติที่เกี่ยวข้อง

(Appendix 1: Related Statistics)

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

ตารางที่ 1A.1: ข้อมูลบางส่วนของดุลการชำระเงินของประเทศไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ถึง พ.ศ. 2547

(หน่วย: ล้านบาท)

		2545	2546	2547
1	**ดุลบัญชีเดินสะพัด**	**302.03**	**329.18**	**274.964**
2	ก. ดุลการค้าและบริการ	333.57	364.34	270.794
3	1. ดุลการค้า	118.22	155.59	58.793
4	สินค้าออก (เอฟ โอ บี)	2,837.66	3,233.12	3822.802
5	สินค้าเข้า (ซี ไอ เอฟ)	-2,719.44	-3,077.53	-3764.01
6	เฉพาะทองคำ	-33.14	-29.21	-46.0459
7	**2. ดุลบริการ**	**215.35**	**208.75**	**212.001**
8	**บริการรับ**	**661.34**	**653.45**	**765.066**
9	(1) ค่าขนส่ง	140.21	144.91	175.019
10	1.1 ค่าระวางสินค้า	29.14	33.32	43.971
11	1.2 ค่าโดยสารเดินทาง	106.79	107.56	121.091
12	1.3 ค่าบริการขนส่งอื่นๆ	4.27	4.02	9.957
13	**(2) ค่าท่องเที่ยว**	**339.66**	**324.73**	**403.578**
14	(3) ค่าบริการและค่าใช้จ่ายของภาครัฐ	3.73	4.31	4.361
15	(4) ค่าบริการอื่นๆ	177.75	179.50	182.108
16	4.1 ค่าสื่อสารโทรคมนาคม	5.56	6.16	8.098
17	4.2 ค่ารับเหมาก่อสร้าง	10.51	7.80	9.502
18	4.3 ค่าลิขสิทธิ์และเครื่องหมายการค้า	0.32	0.31	0.574
19	4.4 ค่าประกันภัย	3.96	5.55	5.444
20	4.5 อื่นๆ	157.40	159.68	158.49
21	**บริการจ่าย**	**-445.99**	**-444.70**	**-553.065**
22	(1) ค่าขนส่ง	-60.95	-74.23	-98.115
23	1.1 ค่าระวางสินค้า	-21.71	-33.35	-46.041
24	1.2 ค่าโดยสารเดินทาง	-25.08	-25.58	-33.328
25	1.3 ค่าบริการขนส่งอื่นๆ	-14.17	-15.30	-18.746
26	**(2) ค่าท่องเที่ยว**	**-141.71**	**-120.88**	**-181.686**
27	(3) ค่าบริการและค่าใช้จ่ายของภาครัฐ	-6.43	-7.04	-6.726
28	(4) ค่าบริการอื่นๆ	-236.90	-242.55	-266.538

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (เมษายน พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 1A.2: ข้อมูลบางส่วนของรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ถึง พ.ศ. 2547

(หน่วย: ล้านบาท)

	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546	2547
ดุลบัญชีเดินสะพัด	-161.13	-203.15	-338.34	-372.16	-40.22	592.17	469.99	371.51	274.81	302.03	329.18	274.96
ก. ดุลการค้าและบริการ	-144.53	-188.07	-297.85	-305.65	49.07	721.56	568.88	403.38	309.14	333.57	364.34	270.79
1. ดุลการค้า	-221.68	-226.78	-373.79	-417.65	-84.77	503.13	349.92	217.44	110.95	118.22	155.59	58.79
สินค้าออก (เอฟ โอ บี)	921.43	1,118.05	1,381.66	1,378.90	1,789.83	2,181.08	2,150.05	2,730.94	2,802.53	2,837.66	3,233.12	3,822.80
สินค้าเข้า (ซี ไอ เอฟ)	-1,143.11	-1,344.83	-1,755.45	-1,796.55	-1,874.60	-1,677.95	-1,800.13	-2,513.50	-2,691.58	-2,719.44	-3,077.53	-3,764.01
เฉพาะทองคำ	-6.62	-8.30	-11.77	-11.99	-11.63	-10.84	-13.38	-24.09	-36.69	-33.14	-29.21	-46.05
2. ดุลบริการ	77.14	38.71	75.94	112.00	133.83	218.43	218.96	185.94	198.19	215.35	208.75	212.00
บริการรับ	280.07	292.74	370.01	431.01	482.28	542.87	553.26	556.34	578.22	661.34	653.45	765.07
(1) ค่าขนส่ง	49.73	46.27	61.16	66.32	74.96	110.16	114.15	131.12	135.81	140.21	144.91	175.02
1.1 ค่าระวางสินค้า	10.71	11.27	14.55	16.84	19.58	19.27	19.38	24.31	27.14	29.14	33.32	43.97
1.2 ค่าโดยสารเดินทาง	34.55	28.97	30.44	32.39	42.92	73.31	90.39	99.00	102.30	106.79	107.56	121.09
1.3 ค่าบริการขนส่งอื่นๆ	4.48	6.04	16.17	17.09	12.46	17.58	4.38	7.80	6.37	4.27	4.02	9.96
(2) ค่าท่องเที่ยว	142.80	152.51	200.30	230.33	231.79	254.29	265.67	299.54	314.00	339.66	324.73	403.58

ที่มา: ธนาคารแห่งประเทศไทย (เมษายน พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 1A.3: สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

เดือน	ปี พ.ศ. 2545		ปี พ.ศ. 2546		ปี พ.ศ. 2547		ปี พ.ศ. 2548	
	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)
ต.ค.	10,355	14,269,751	13,732	19,634,611	16,589	24,485,636	23,257	34,118,513
พ.ย.	10,573	15,337,175	14,141	20,480,502	18,080	26,165,706	23,165	34,910,617
ธ.ค.	11,983	16,693,871	15,123	22,559,771	19,541	29,109,671	24,322	35,976,664
ม.ค.	12,252	18,823,991	15,153	25,596,622	21,153	33,735,301	21,981	36,858,416
ก.พ.	11,611	16,270,822	14,475	21,252,585	16,410	26,468,863	20,438	30,199,432
มี.ค.	12,133	16,709,052	13,828	21,187,137	15,642	24,244,143	23,121	34,476,175
เม.ย.	10,502	15,161,162	6,959	11,901,006	15,881	24,272,637	19,736	31,356,276
พ.ค.	11,876	16,804,890	7,161	12,465,787	18,745	27,926,551	23,848	34,985,101
มิ.ย.	11,017	15,384,060	11,050	16,035,520	19,232	27,086,569	22,206	33,290,860
ก.ค.	11,769	16,932,659	13,902	20,303,445	20,953	30,306,643	24,787	39,492,577
ส.ค.	12,931	18,513,283	16,470	23,964,682	23,631	36,702,861	27,898	46,640,620
ก.ย.	12,509	18,049,232	16,015	23,296,186	21,749	32,148,389	25,182	42,670,276
รวม	**139,511**	**198,949,948**	**158,009**	**238,677,853**	**227,606**	**342,652,969**	**279,941**	**434,975,527**

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง

(มีนาคม พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 1A.4: สถิติจำนวนผู้ประกอบการขายสินค้าที่นักท่องเที่ยวขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มได้สะสม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

เดือน	พ.ศ. 2545		พ.ศ. 2546		พ.ศ. 2547		พ.ศ. 2548		% เพิ่ม(ลด) จากปีก่อน		
	ราย	สถานประกอบการ	ราย	สถานประกอบการ	ราย	สถานประกอบการ	ราย	สถานประกอบการ	2546	2547	2548
ตุลาคม	247	960	313	1,161	377	1,427	499	1,960	20.94	22.91	37.35
พฤศจิกายน	252	970	319	1,188	389	1,468	515	2,016	22.47	23.57	37.33
ธันวาคม	257	1,031	320	1,192	408	1,513	527	2,112	15.62	26.93	39.59
มกราคม	258	1,030	323	1,203	421	1,578	534	2,135	16.80	31.17	35.30
กุมภาพันธ์	260	1,037	326	1,201	430	1,628	536	2,165	15.81	35.55	32.99
มีนาคม	261	1,041	331	1,214	436	1,643	545	2,206	16.62	35.34	34.27
เมษายน	270	1,059	335	1,215	443	1,670	549	2,221	14.73	37.45	32.99
พฤษภาคม	275	1,035	341	1,234	449	1,702	553	2,239	19.23	37.93	31.55
มิถุนายน	281	1,043	345	1,256	457	1,769	561	2,269	20.42	40.84	28.26
กรกฎาคม	286	1,061	349	1,278	467	1,815	572	2,363	20.45	42.02	30.19
สิงหาคม	296	1,095	352	1,287	473	1,831	580	2,428	17.53	42.27	32.61
กันยายน	298	1,101	362	1,357	488	1,909	583	2,447	23.25	40.68	28.18

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

หมายเหตุ 1. สาเหตุที่จำนวนสถานประกอบการของเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2546 ต่ำกว่าเดือนมกราคม พ.ศ. 2546 เนื่องจากมีการแจ้งลดสาขาของผู้ประกอบการ

2. ราย หมายถึง จำนวนนิติบุคคลที่ได้รับอนุมัติจากอธิบดีที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนั้น ๆ

3. สถานประกอบการ หมายถึง จำนวนร้านค้าที่ตั้งอยู่ในจังหวัดนั้น ๆ

ตารางที่ 1A.5: สถิติการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว แยกตามภาคพื้นถิ่นที่อยู่ของนักท่องเที่ยว ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

(หน่วย: คน)

ภาคพื้น	ปีงบประมาณ				% เพิ่ม(ลด) จากปีก่อน		
	2545	2546	2547	2548	45/46	46/47	47/48
เอเชีย	100,453	111,539	150,327	172,704	11.04	34.78	14.89
ยุโรป	18,805	25,926	35,797	41,543	37.87	38.07	16.05
อเมริกา	9,650	12,148	16,881	16,363	25.89	38.96	(3.07)
ออสเตรเลีย	3,462	5,480	10,850	11,380	58.29	97.99	4.88
แอฟริกา	356	453	930	2,299	27.25	105.30	147.20
รวม	132,726	155,546	214,785	244,289	17.19	38.08	13.74

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 1A.6: สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวแยกตามท่าอากาศยาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

ท่าอากาศยาน	ปี พ.ศ. 2545		ปี พ.ศ. 2546		ปี พ.ศ. 2547		ปี พ.ศ. 2548	
	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)
กรุงเทพ	133,113	192,291,289	150,267	230,609,924	215,501	329,446,965	268,276	421,993,160
เชียงใหม่	908	1,004,454	1,199	1,336,637	1,624	2,223,103	2,199	3,162,215
หาดใหญ่	220	166,633	246	195,833	262	218,066	493	434,264
ภูเก็ต	5,136	5,170,190	5,975	5,819,013	9,890	10,052,699	8,600	8,828,842
อู่ตะเภา	134	317,382	322	716,446	329	712,136	373	557,046
รวม	**139,511**	**198,949,948**	**158,009**	**238,677,853**	**227,606**	**342,652,969**	**279,941**	**434,975,527**

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 1A.7: สถิติการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มของนักท่องเที่ยวแยกตามประเภทเงินคืน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2545 – พ.ศ. 2548

ประเภทเงินคืน	ปี พ.ศ. 2545		ปี พ.ศ. 2546		ปี พ.ศ. 2547		ปี พ.ศ. 2548	
	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)	ราย	จำนวนเงิน (บาท)
เงินสด	136,282	174,536,641	156,682	225,197,878	226,808	326,563,390	278,853	409,721,913
ตั๋วแลกเงิน	974	9,981,246	410	6,404,706	247	6,695,560	355	11,922,118
บัตรเครดิต	2,255	14,432,061	917	7,075,268	551	9,394,019	733	13,331,495
รวมขอคืน	139,511	198,949,948	158,009	238,677,853	227,606	342,652,969	279,941	434,975,527
รวมอนุมัติคืน	**132,726**	**193,336,268**	**155,546**	**238,549,376**	**214,785**	**337,776,842**	**244,289**	**410,440,539**

ที่มา: กลุ่มงานบริหารการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้แก่นักท่องเที่ยว กรมสรรพากร กระทรวงการคลัง (มีนาคม พ.ศ. 2549)

ภาคผนวก 2: ข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

(Appendix 2: Data to Analyze)

BANGKOK UNIVERSITY
FOUNDED 1962

ตารางที่ 2A.1: รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย และดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) รายปี ปี พ.ศ. 2522 – พ.ศ. 2548

ปี	รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า (พันล้านบาท)	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)	ดัชนีราคาผู้บริโภค (ปี พ.ศ. 2545 = 100)
2522	4.24	1,591.46	34.20
2523	5.22	1,858.80	40.90
2524	6.31	2,015.62	46.10
2525	8.88	2,218.43	48.50
2526	9.12	2,191.00	50.30
2527	8.24	2,346.71	50.80
2528	10.69	2,438.27	52.00
2529	10.22	2,818.09	52.90
2530	13.42	3,482.96	54.20
2531	30.39	4,230.74	56.30
2532	35.54	4,809.51	59.40
2533	42.94	5,298.86	62.80
2534	33.21	5,086.90	66.40
2535	49.48	5,136.44	69.20
2536	54.65	5,760.53	71.50
2537	54.61	6,166.50	75.10
2538	55.94	6,951.57	79.40
2539	83.67	7,192.15	84.10
2540	75.83	7,221.35	88.80
2541	70.28	7,764.93	96.00
2542	87.84	8,580.33	96.20
2543	98.91	9,508.62	97.80
2544	92.63	10,061.95	99.40
2545	91.98	10,799.07	100.00
2546	88.01	10,004.45	101.80
2547	108.85	11,650.70	104.60
2548	102.93	11,516.94	109.30

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ตุลาคม พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 2A.2: รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยรายปี (พันล้านบาท) จำแนกตามภูมิภาค ปี 2541 – 2548

ปี	เอเชียตะวันออก	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียใต้	โอเชียเนีย	ตะวันออกกลาง	แอฟริกา
2541	33.32	19.57	6.04	3.48	3.44	2.75	1.69
2542	44.16	19.49	7.19	6.33	4.38	3.69	2.59
2543	46.35	23.96	9.15	7.22	5.81	4.36	2.05
2544	45.83	23.53	9.16	4.83	4.04	3.86	1.39
2545	45.09	24.55	9.28	3.99	4.09	3.72	1.25
2546	49.38	21.54	6.22	4.16	3.08	2.78	0.85
2547	57.85	29.77	8.23	4.65	4.08	3.13	1.14
2548	47.08	33.56	3.20	4.13	4.28	1.15	0.61

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ตุลาคม พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 2A.3: จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยรายปี (พันคน) จำแนกตามภูมิภาค ปี พ.ศ. 2541 – พ.ศ. 2548

ปี	เอเชียตะวันออก	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียใต้	โอเชียเนีย	ตะวันออกกลาง	แอฟริกา
2541	4,583.16	1,888.67	448.76	258.82	348.35	165.08	72.10
2542	5,195.97	1,990.45	514.60	280.42	350.56	175.11	73.23
2543	5,752.87	2,169.00	584.97	339.41	381.46	200.52	80.39
2544	6,064.12	2,304.64	604.04	333.25	427.67	237.27	90.96
2545	6,531.55	2,450.88	640.14	390.75	423.50	272.81	89.45
2546	6,166.46	2,260.16	576.59	390.34	343.91	203.88	67.12
2547	7,034.02	2,616.35	692.83	468.32	466.91	289.57	82.71
2548	6,692.98	2,686.57	739.71	518.88	501.88	304.05	72.87

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ตุลาคม พ.ศ. 2549)

ตารางที่ 2A.4: ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวันของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยรายปี (บาท)

ปี พ.ศ. 2540 – พ.ศ. 2548

ปี	ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน (บาท)
2540	3,671.87
2541	3,712.93
2542	3,704.54
2543	3,861.19
2544	3,748.00
2545	3,753.74
2546	3,774.50
2547	4,057.85
2548	3,890.13

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ตุลาคม พ.ศ. 2549)

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ตารางที่ 2A.5: รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยวต่างชาติและจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยรายไตรมาส ไตรมาสที่ 1 ปี พ.ศ. 2541 – ไตรมาสที่ 4 ปี พ.ศ. 2548

ปี	ไตรมาส	รายจ่ายเพื่อซื้อสินค้า (พันล้านบาท)	จำนวนนักท่องเที่ยว (พันคน)	ดัชนีราคาผู้บริโภค (ปี พ.ศ.2545 = 100)
2541	1	20.77	2,043.29	94.10
	2	15.47	1,713.09	96.20
	3	18.21	1,853.78	97.00
	4	19.35	2,154.77	96.50
2542	1	25.76	2,279.12	96.50
	2	20.46	1,893.77	95.80
	3	21.40	2,062.02	96.10
	4	24.62	2,345.42	96.60
2543	1	27.40	2,487.59	97.40
	2	23.54	2,151.49	97.30
	3	25.48	2,303.14	98.10
	4	27.43	2,566.40	98.20
2544	1	25.88	2,686.17	98.70
	2	22.88	2,317.52	99.80
	3	23.65	2,440.50	99.70
	4	24.83	2,617.76	99.20
2545	1	26.37	2,897.29	99.30
	2	20.67	2,428.75	100.00
	3	23.45	2,568.89	100.00
	4	26.12	2,904.14	100.60
2546	1	26.69	2,849.55	101.20
	2	15.07	1,448.82	101.70
	3	22.06	2,582.09	101.90
	4	28.60	3,123.99	102.20
2547	1	30.43	2,974.69	103.20
	2	23.99	2,536.56	104.40
	3	27.73	2,944.70	105.30
	4	32.14	3,194.76	105.40
2548	1	28.01	2,673.73	106.10
	2	24.85	2,506.81	108.30
	3	27.84	3,005.95	111.20
	4	33.94	3,330.45	111.70

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักดัชนีเศรษฐกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ (ตุลาคม พ.ศ. 2549)

ภาคผนวก 3: ผลลัพธ์จากโปรแกรม SPSS

(Appendix 3: SPSS Results)

BANGKOK UNIVERSITY FOUNDED 1962

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยโปรแกรม SPSS

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 1

สมการที่ 1:

$$shop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 vrt + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \beta_6 Q_2 + \beta_7 Q_3 + \beta_8 Q_4 + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.948[a]	.899	.864	1.57889	1.793

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, consumer pirce index, quarter 2, vat refund for tourist, quarter 3, number of tourist, time trend

b. Dependent Variable: shopping expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	511.254	8	63.907	25.635	.000[a]
	Residual	57.337	23	2.493		
	Total	568.591	31			

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, consumer pirce index, quarter 2, vat refund for tourist, quarter 3, number of tourist, time trend

b. Dependent Variable: shopping expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-30.758	21.580		-1.425	.167
	number of tourist	.008	.001	.800	5.588	.000
	vat refund for tourist	2.885	1.181	.267	2.442	.023
	consumer pirce index	.499	.222	.516	2.249	.034
	foreign exchange	-.259	.115	-.156	-2.257	.034
	time trend	-.279	.123	-.611	-2.264	.033
	quarter 2	-2.021	1.074	-.208	-1.881	.073
	quarter 3	-2.132	.881	-.219	-2.419	.024
	quarter 4	-1.023	.808	-.105	-1.265	.218

a. Dependent Variable: shopping expense

สมการที่ 2:

$$rshop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 vrt + \beta_3 forex + \beta_4 t + \beta_5 Q_2 + \beta_6 Q_3 + \beta_7 Q_4 + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.929[a]	.862	.822	1.56909	1.676

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, time trend, quarter 2, quarter 3, vat refund for tourist, number of tourist

b. Dependent Variable: real expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	370.579	7	52.940	21.502	.000[a]
	Residual	59.089	24	2.462		
	Total	429.668	31			

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, time trend, quarter 2, quarter 3, vat refund for tourist, number of tourist

b. Dependent Variable: real expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.972	5.304		3.388	.002
	number of tourist	.008	.001	.922	5.683	.000
	vat refund for tourist	2.479	1.010	.264	2.454	.022
	foreign exchange	-.273	.114	-.188	-2.400	.024
	time trend	-.157	.057	-.397	-2.739	.011
	quarter 2	-1.902	1.054	-.225	-1.804	.084
	quarter 3	-1.926	.842	-.228	-2.287	.031
	quarter 4	-1.016	.797	-.120	-1.275	.215

a. Dependent Variable: real expense

สมการที่ 3:

$$dshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 vrt + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.917[a]	.842	.811	1.55415	1.736

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, vat refund for tourist, deseasonalized toursit, consumer pirce index

b. Dependent Variable: deseasonalized expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.033	5	66.807	27.659	.000[a]
	Residual	62.800	26	2.415		
	Total	396.833	31			

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, vat refund for tourist, deseasonalized toursit, consumer pirce index

b. Dependent Variable: deseasonalized expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-28.352	20.684		-1.371	.182
	deseasonalized toursit	.008	.001	.822	6.106	.000
	vat refund for tourist	2.755	1.139	.305	2.418	.023
	consumer pirce index	.458	.212	.567	2.161	.040
	foreign exchange	-.257	.113	-.185	-2.279	.031
	time trend	-.259	.117	-.678	-2.208	.036

a. Dependent Variable: deseasonalized expense

สมการที่ 4:

$$rdshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 vrt + \beta_3 forex + \beta_4 t + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867[a]	.752	.715	1.54872	1.624

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, vat refund for tourist, deseasonalized toursit

b. Dependent Variable: real deseasonalized expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	196.106	4	49.026	20.440	.000[a]
	Residual	64.760	27	2.399		
	Total	260.866	31			

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, vat refund for tourist, deseasonalized toursit

b. Dependent Variable: real deseasonalized expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.722	5.006		3.340	.002
	deseasonalized toursit	.008	.001	1.021	6.249	.000
	vat refund for tourist	2.461	.991	.336	2.484	.020
	foreign exchange	-.274	.112	-.243	-2.452	.021
	time trend	-.159	.054	-.514	-2.932	.007

a. Dependent Variable: real deseasonalized expense

สมการถดถอยพหุคูณกลุ่มที่ 2

สมการที่ 1:

$$shop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 (ntour \times vrt) + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \beta_6 Q_2 + \beta_7 Q_3 + \beta_8 Q_4 + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.947[a]	.896	.860	1.60064	1.770

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, consumer pirce index, quarter 2, quarter 3, ntour x vrt, number of tourist, time trend

b. Dependent Variable: shopping expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	509.664	8	63.708	24.866	.000[a]
	Residual	58.927	23	2.562		
	Total	568.591	31			

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, consumer pirce index, quarter 2, quarter 3, ntour x vrt, number of tourist, time trend

b. Dependent Variable: shopping expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-25.564	21.164		-1.208	.239
	number of tourist	.006	.002	.663	3.934	.001
	ntour x vrt	.001	.001	.345	2.277	.032
	consumer pirce index	.475	.223	.490	2.130	.044
	foreign exchange	-.264	.117	-.158	-2.257	.034
	time trend	-.263	.123	-.575	-2.131	.044
	quarter 2	-2.129	1.099	-.219	-1.937	.065
	quarter 3	-2.177	.902	-.224	-2.414	.024
	quarter 4	-1.038	.820	-.107	-1.265	.219

a. Dependent Variable: shopping expense

สมการที่ 2:

$$rshop = \beta_0 + \beta_1 ntour + \beta_2 (ntour \times vrt) + \beta_3 forex + \beta_4 t + \beta_5 Q_2 + \beta_6 Q_3 + \beta_7 Q_4 + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.927[a]	.859	.818	1.58937	1.669

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, time trend, quarter 2, quarter 3, ntour x vrt, number of tourist

b. Dependent Variable: real expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	369.042	7	52.720	20.870	.000[a]
	Residual	60.626	24	2.526		
	Total	429.668	31			

a. Predictors: (Constant), quarter 4, foreign exchange, time trend, quarter 2, quarter 3, ntour x vrt, number of tourist

b. Dependent Variable: real expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.464	5.723		3.576	.002
	number of tourist	.007	.002	.783	4.260	.000
	ntour x vrt	.001	.001	.345	2.294	.031
	foreign exchange	-.275	.116	-.189	-2.376	.026
	time trend	-.153	.058	-.385	-2.639	.014
	quarter 2	-2.009	1.073	-.237	-1.873	.073
	quarter 3	-1.985	.858	-.235	-2.315	.030
	quarter 4	-1.038	.808	-.123	-1.285	.211

a. Dependent Variable: real expense

สมการที่ 3:

$$dshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 (dntour \times vrt) + \beta_3 cpi + \beta_4 forex + \beta_5 t + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.915[a]	.837	.806	1.57498	1.700

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, dntour x vrt, deseasonalized toursit, consumer pirce index

b. Dependent Variable: deseasonalized expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	332.339	5	66.468	26.795	.000[a]
	Residual	64.495	26	2.481		
	Total	396.833	31			

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, dntour x vrt, deseasonalized toursit, consumer pirce index

b. Dependent Variable: deseasonalized expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-22.827	20.227		-1.129	.269
	deseasonalized toursit	.007	.001	.698	4.413	.000
	dntour x vrt	.001	.001	.379	2.238	.034
	consumer pirce index	.429	.212	.531	2.024	.053
	foreign exchange	-.266	.115	-.191	-2.313	.029
	time trend	-.242	.117	-.635	-2.068	.049

a. Dependent Variable: deseasonalized expense

สมการที่ 4:

$$rdshop = \beta_0 + \beta_1 dntour + \beta_2 (dntour \times vrt) + \beta_3 forex + \beta_4 t + \mu$$

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.864[a]	.746	.709	1.56570	1.609

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, dntour x vrt, deseasonalized toursit

b. Dependent Variable: real deseasonalized expense

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	194.678	4	48.669	19.854	.000[a]
	Residual	66.188	27	2.451		
	Total	260.866	31			

a. Predictors: (Constant), time trend, foreign exchange, dntour x vrt, deseasonalized toursit

b. Dependent Variable: real deseasonalized expense

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	19.247	5.414		3.555	.001
	deseasonalized toursit	.007	.001	.879	4.741	.000
	dntour x vrt	.001	.000	.429	2.335	.027
	foreign exchange	-.281	.114	-.249	-2.465	.020
	time trend	-.157	.055	-.508	-2.858	.008

a. Dependent Variable: real deseasonalized expense

ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์

		number of tourist	consumer pirce index	foreign exchange	vat refund for tourist	time trend	quarter 2	quarter 3	quarter 4
number of tourist	Pearson Correlation	1	.655**	.108	.558**	.707**	-.492**	-.035	.375*
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.557	.001	.000	.004	.850	.034
	N	32	32	32	32	32	32	32	32
consumer pirce index	Pearson Correlation	.655**	1	.006	.507**	.938**	-.024	.072	.091
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.975	.003	.000	.898	.693	.622
	N	32	32	32	32	32	32	32	32
foreign exchange	Pearson Correlation	.108	.006	1	.223	.078	-.057	.069	-.026
	Sig. (2-tailed)	.557	.975	.	.219	.673	.756	.707	.887
	N	32	32	32	32	32	32	32	32
vat refund for tourist	Pearson Correlation	.558**	.507**	.223	1	.676**	-.092	.092	.092
	Sig. (2-tailed)	.001	.003	.219	.	.000	.615	.615	.615
	N	32	32	32	32	32	32	32	32
time trend	Pearson Correlation	.707**	.938**	.078	.676**	1	-.031	.031	.094
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.673	.000	.	.865	.865	.610
	N	32	32	32	32	32	32	32	32
quarter 2	Pearson Correlation	-.492**	-.024	-.057	-.092	-.031	1	-.333	-.333
	Sig. (2-tailed)	.004	.898	.756	.615	.865	.	.062	.062
	N	32	32	32	32	32	32	32	32
quarter 3	Pearson Correlation	-.035	.072	.069	.092	.031	-.333	1	-.333
	Sig. (2-tailed)	.850	.693	.707	.615	.865	.062	.	.062
	N	32	32	32	32	32	32	32	32
quarter 4	Pearson Correlation	.375*	.091	-.026	.092	.094	-.333	-.333	1
	Sig. (2-tailed)	.034	.622	.887	.615	.610	.062	.062	.
	N	32	32	32	32	32	32	32	32

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อผู้วิจัย นางธันยกร จันทร์สาส์น

ตำแหน่ง อาจารย์ประจำคณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ที่ทำงาน คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
ซอยมหาวิทยาลัยกรุงเทพ ถนนพระราม 4 แขวงคลองเตย เขตคลองเตย
กรุงเทพมหานคร 10110
โทรศัพท์ 02 – 350 – 3500 ต่อ 1630
อีเมลล์ Thanyakorn.s@bu.ac.th

ที่อยู่ 232 ซอยลาดพร้าว 96 ถนนลาดพร้าว แขวงวังทองหลาง เขตวังทองหลาง
กรุงเทพมหานคร 10310

ประวัติการศึกษา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต (เกียรตินิยมอันดับหนึ่งเหรียญทอง)
มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2544)
บัญชีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (2540)

ประสบการณ์ทำงาน 2540 – ปัจจุบัน อาจารย์ภาควิชาหลักการบัญชี
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ผลงานทางวิชาการ 2549 ตำราวิชาความรู้ทั่วไปทางการบัญชีเพื่อการท่องเที่ยวและการโรงแรม:
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพ