

บทคัดย่อ

จากการที่ประเทศไทยต้องประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2539 ซึ่งส่งผลต่อภาคเศรษฐกิจต่างๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศ พบว่าภาคบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสาขาที่มีศักยภาพเพราะนับว่าเป็นการส่งออกสินค้าอย่างหนึ่งที่มีความสามารถในการเชื่อมโยงไปยังภาคเศรษฐกิจต่างๆ ได้เป็นอย่างมาก แต่ขณะเดียวกันประเทศต่างๆ ในแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่างก็มีภาวะเช่นเดียวกันจึงให้ความสำคัญกับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของตนซึ่งน่าจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทย

การศึกษานี้จึงมุ่งเปรียบเทียบ ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยกับประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และหาปัจจัยที่เป็นสาเหตุให้เกิดภาวะดังกล่าว ซึ่งผู้เขียนได้เลือกวิธีการศึกษาโดยอาศัยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) เปรียบเทียบระหว่างมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกับมูลค่าการส่งออกสินค้าบริการ นอกจากนี้ได้สร้างดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความสามารถในการสร้างรายได้และความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พำนัก ประกอบกับศึกษาด้วยแบบจำลองส่วนแบ่ง-ตลาดคงที่ (CMS) เพื่อพิจารณาสาเหตุการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับการกระจายตลาด นอกจากนี้ได้พิจารณาเปรียบเทียบกับดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) ที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้คำนวณไว้ โดยอาศัยข้อมูลที่มีอยู่ในช่วง พ.ศ.2533-2546

ผลการศึกษาพบว่าความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยเมื่อพิจารณาด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏและดัชนีวัดประสิทธิภาพที่สร้างขึ้นยังคงมีความสามารถมากกว่า 1 คือยังคงมีความสามารถในการแข่งขันอยู่และมีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในอัตราที่ชะลอตัวซึ่งเห็นได้ว่าไม่เป็นผลดีเนื่องจากมีความเป็นไปได้ที่จะมีแนวโน้มลดลงในอนาคต สำหรับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่พบว่า การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยขึ้นอยู่กับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลกและปัจจัยอื่นๆ ค่อนข้างมาก การพัฒนาตลาดส่งออกยังไม่เหมาะสมกับภาวะการขยายตัวของตลาด นอกจากนี้พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนไม่มีผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงมากนัก ผู้ศึกษาจึงมีข้อเสนอแนะว่าควรมีการจัดทำแผนพัฒนาทรัพยากร สินค้า และตลาดส่งออก โดยเน้นให้มีมาตรฐานเป็นที่น่าเชื่อถือ พัฒนาสินค้าให้มีความหลากหลายและมีมูลค่าเพิ่มขึ้น สร้างความร่วมมือ

ในกลุ่มพันธมิตรพร้อมทั้งมุ่งขยายการส่งออกไปยังตลาดที่มีกำลังการใช้จ่ายที่สูงกว่าในปัจจุบันที่พัฒนาเฉพาะด้านจำนวน แต่มีอัตราการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยไม่สูงขึ้น อันไม่เป็นผลดีต่อการขยายรายได้เมื่อเทียบกับต้นทุนที่ใช้ไป