

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย  
เปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้  
Competitiveness Of Thai Tourism Industry Prepared with Countries In South East Asia

โดย

กฤษณ์ อัครพงศ์พิสัย  
Mr. Krit Akrapongpisai

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต  
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

พ.ศ. 2548

ISBN 974-9723-25-2

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะเศรษฐศาสตร์

วิทยานิพนธ์

ของ

นายกฤษณ์ อัครพงศ์พิสัย

เรื่อง

ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย  
เปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเซียตะวันออกเฉียงใต้

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติ ให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร  
เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต

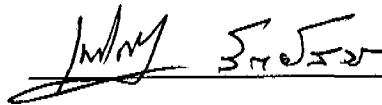
เมื่อ วันที่ 31 พฤษภาคม พ.ศ. 2548

ประธานกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์



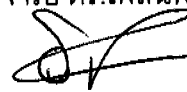
( รองศาสตราจารย์.ดร.ชยันต์ ตันติวัตตการ )

กรรมการวิทยานิพนธ์



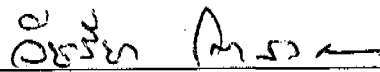
( รองศาสตราจารย์ ดร.เพลินพิศ สัตย์สงวน )

กรรมการวิทยานิพนธ์



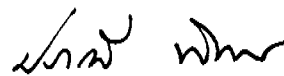
( รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ วรรณนิธิกุล )

กรรมการวิทยานิพนธ์



( ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชรียา ไตสงวน )

คณบดี



( ศาสตราจารย์ ดร.ปราณี ทินกร )

## บทคัดย่อ

จากการที่ประเทศไทยต้องประสบปัญหาวิกฤตทางเศรษฐกิจในปี พ.ศ.2539 ซึ่งส่งผลต่อภาคเศรษฐกิจต่างๆ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องเร่งสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ 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

## กิตติกรรมประกาศ

การทำวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ดร.ชยันต์ ต้นดีวิไลการ ประธานคณะกรรมการและอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์เป็นอย่างสูงที่กรุณาใช้เวลาอันมีค่าสำหรับการให้คำแนะนำ ความรู้ และโอกาสอย่างมากที่ช่วยให้ผู้เขียนสามารถทำการศึกษาในครั้งนี้สำเร็จ ทั้งนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.เพลินพิศ สัตย์สงวน รองศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณวรรณนิธิกุล และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วชิรียา โตสงวน กรรมการสอบวิทยานิพนธ์ เป็นอย่างสูงที่ได้กรุณาใช้เวลาอันมีค่าของท่านสำหรับการตรวจสอบและให้คำแนะนำสำหรับวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ มาโดยตลอด

ในด้านข้อมูลผู้เขียนได้รับความร่วมมือเป็นอย่างมากจากห้องสมุดคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ห้องสมุดการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พี่และเพื่อนชาวโครงการปริญญาโท คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในการให้ความช่วยเหลือ ผู้เขียนขอ กราบขอบพระคุณมา ณ ที่นี้ นอกจากนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ พี่ๆ เจ้าหน้าที่โครงการบัณฑิตโครงการบัณฑิตศึกษาคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ทุกท่านที่ให้ความสะดวกในด้านต่างๆ

ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ คุณปู่ คุณย่า คุณพ่อ คุณแม่ น้องๆ ทุกคน เพื่อนร่วมรุ่นทุกๆ คน ผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในบริษัท สหณาสินพานิช จำกัด และสำนักแผนภาษีกรมศุลกากร ตลอดทั้งส่วนวางแผนและประเมินผล สำนักบริหารภาษีธุรกิจขนาดใหญ่ กรมสรรพากร และท่านอื่นๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึง ที่คอยเป็นกำลังใจ และสนับสนุนผู้เขียนเสมอมา จนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

สุดท้ายนี้ประโยชน์ของวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ผู้เขียนขออุทิศให้แก่ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทุกท่าน หากมีข้อบกพร่องประการใด ผู้เขียนขอน้อมรับไว้แต่เพียงผู้เดียว

กฤษณ์ อัครพงศ์พิสัย

พ.ศ. 2548

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ .....	(1)
กิตติกรรมประกาศ .....	(3)
สารบัญตาราง.....	(6)
บทที่	
1    บทนำ .....	1
1.1 ความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา.....	6
1.3 ขอบเขตการศึกษา .....	7
1.4 ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล .....	7
1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ .....	8
2    ภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว .....	9
2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	9
2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	11
2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก.....	19
2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย.....	22
2.5 อุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	31
3    ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	33
3.1 แนวคิดทางทฤษฎี.....	33
3.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	48

	หน้า
4	วิธีการศึกษาและผลการศึกษา..... 59
	4.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และ ดัชนีประยุกต์เพื่อวัดประสิทธิภาพอื่นๆ ..... 59
	4.2 ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ..... 66
	4.3 แบบจำลองส่วนแบบตลาดคงที่ ..... 69
5	บทสรุปและข้อเสนอแนะ ..... 73
	5.1 บทสรุป ..... 73
	5.2 ข้อเสนอแนะ ..... 75
ภาคผนวก	..... 79
บรรณานุกรม	..... 88

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1-1	เปรียบเทียบรายได้อุตสาหกรรมส่งออกหลักประเภทต่างๆ ของประเทศไทย..	2
1-2	รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ของไทย .....	3
1-3	ดุลการท่องเที่ยวประเทศไทย .....	4
1-4	สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ของประเทศไทย .....	5
2-1	ค่าตัวทวีคูณผลผลิตเชื่อมโยงไปข้างหน้าหลังของแต่ละภูมิภาคที่แสดงผล ของการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตของประเทศไทยในปี พ.ศ.2533 .....	12
2-2	ค่าตัวทวีคูณผลผลิตเชื่อมโยงไปข้างหน้าหน้าของแต่ละภูมิภาคที่แสดงผล ของการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตของประเทศไทยในปี พ.ศ.2533 .....	12
2-3	ผลทางตรงและผลทางอ้อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แยกตามสาขาการผลิต ในปี พ.ศ.2544 .....	13
2-4	ผลของการใช้จ่ายโดยตรงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อผลิตภัณฑ์มวลรวม ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในสาขาการผลิตต่างๆ ช่วงปี พ.ศ.2544 .....	14
2-5	ค่าประมาณการตัวทวีคูณของแต่ละภูมิภาคที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงใน การจ้างงานในสาขาการผลิต และภูมิภาคต่าง ๆ ในปี พ.ศ.2533.....	15
2-6	ผลทางตรงและผลทางอ้อมต่อการจ้างแรงงานในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แยกตามสาขาการผลิต ในปี พ.ศ.2544 .....	16
2-7	ผลของการใช้จ่ายโดยตรงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการจ้างงาน ของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในสาขาการผลิตต่างๆ ช่วงปี พ.ศ.2544 .....	17
2-8	จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายรับจากนักท่องเที่ยวระหว่าง ประเทศของโลก.....	19
2-9	สัดส่วนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลก จำแนกตามกลุ่มประเทศ แหล่งที่มา .....	21



ตารางที่	หน้า
2-10	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ของไทย ..... 22
2-11	สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย จำแนกตาม กลุ่มประเทศแหล่งที่มา ..... 24
2-12	อัตราเพิ่ม/ลด ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่มาเยือนประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มประเทศแหล่งที่มา ..... 25
2-13	สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามกลุ่มประเทศแหล่งที่มาและ วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย ..... 27
2-14	สัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย ..... 28
2-15	สัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มประเทศที่มาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ..... 29
2-16	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มประเทศที่มาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ..... 30
4-1	ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ..... 60
4-2	ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ย ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ..... 62
4-3	ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้พำนัก ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ..... 64
4-4	เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยต่อ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถ ในการสร้างรายได้และความสามารถในการดึงดูดให้พำนัก และดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ..... 67
4-5	เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการส่งออกของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย ..... 71
5-1	ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ของประเทศไทยและประเทศที่เปรียบเทียบ (Corelation) ..... 77

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ความสำคัญของปัญหา

จากการที่ประเทศไทยเร่งพัฒนาภาคการผลิตและการลงทุนเป็นอย่างมากในช่วงปี พ.ศ. 2535 เป็นต้นมา ทำให้การขยายตัวของภาคการลงทุนไม่สอดคล้องกับการขยายตัวของภาคการออม กล่าวคือมีความต้องการเงินลงทุนเพิ่มมากกว่าการออมที่เพิ่มขึ้นทำให้นักลงทุนต้องหันไปพึ่งเงินทุนจากต่างประเทศ ทั้งในรูปการกู้ยืมจากสถาบันการเงินต่างประเทศและการร่วมทุนกับกลุ่มทุนต่างประเทศ ทำให้ภาคการผลิตมีต้นทุนของเงินลงทุนที่สูง ในขณะที่เดียวกันการแข่งขันในภาคการผลิตก็เป็นไปอย่างสูงส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินการเพิ่มขึ้น ทำให้กิจกรรมมีกำไรลดลง นอกจากนี้ด้วยนโยบายของรัฐที่เกี่ยวกับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทย ทำให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่างดำเนินนโยบายรักษาระดับอัตราแลกเปลี่ยนให้คงที่โดยการเข้าแทรกแซงในตลาดเงินตราต่างประเทศซึ่งทำให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินบาทของไทยไม่สอดคล้องกับความจริง ทำให้ภาคการผลิตประเมินต้นทุนที่เกี่ยวกับการลงทุนโดยอาศัยทุนจากต่างประเทศผิดพลาด และจากการดำเนินนโยบายแทรกแซงอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าว ประเทศไทยโดยหน่วยงานรัฐต้องประสบภาวะขาดทุนเป็นอย่างสูงส่งผลให้ทุนสำรองเงินตราระหว่างประเทศของไทยอยู่ในระดับต่ำกว่าที่ควร จนรัฐบาลต้องตัดสินใจเปลี่ยนนโยบายสำหรับอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทยเป็นระบบลอยตัวตามภาวะตลาดโลกให้สอดคล้องกับความเป็นจริงทำให้อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทยอ่อนค่าลงอย่างรวดเร็วใน พ.ศ.2540 จากปัญหาด้านมหภาคที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยทำให้ภาคการผลิตและการลงทุนที่พึ่งพาเงินทุนจากต่างประเทศต้องประสบปัญหาในด้านต้นทุนเป็นอย่างมาก ทำให้นักลงทุนจากต่างประเทศเกิดความไม่แน่ใจในเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศไทยจึงถอนเงินลงทุนออกไปจากประเทศเพื่อรักษาผลประโยชน์ของตน นักลงทุนชาวไทยจึงประสบภาวะขาดแคลนเงินทุนในการดำเนินธุรกรรมต่อ อีกทั้งมีภาวะการชำระหนี้ต่างประเทศที่สูงขึ้นอันเป็นผลจากอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทยอ่อนค่าลงจากภาวะดังกล่าวส่งผลให้เกิดปัญหากระทบต่อภาคเศรษฐกิจทุกภาคของประเทศไทย ทำให้เกิดปัญหานี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ จนบางส่วนต้องเลิกกิจการก่อให้เกิดปัญหาการว่างงาน ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพสังคมในด้านต่างๆ อย่างต่อเนื่องโดยหลีกเลี่ยงไม่ได้

ด้วยสภาวะที่เกิดขึ้นกับประเทศไทยดังที่ได้กล่าวถึงข้างต้น ทำให้มีความจำเป็นอย่างสูงในการพยายามเพิ่มรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศเพื่อพุงระบบเศรษฐกิจต่างๆ และอัตราแลกเปลี่ยนให้เข้าสู่ดุลยภาพ แต่ด้วยข้อจำกัดในด้านเงินทุนที่จะใช้ในการพัฒนาศักยภาพ จึงจำเป็นที่จะต้องเลือกอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศในระดับสูงได้ โดยไม่ต้องเพิ่มการลงทุนมากนัก เมื่อพิจารณาเป็นรายอุตสาหกรรมแล้ว พบว่าอุตสาหกรรมที่มีคุณสมบัติตรงตามที่ต้องการได้แก่อุตสาหกรรมในภาคบริการ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเห็นได้จากตารางที่ 1-1

ตารางที่ 1-1 เปรียบเทียบรายได้อุตสาหกรรมส่งออกหลักประเภทต่างๆ ของประเทศไทย

หน่วย : ล้าน US\$

2544		2545		2546	
Computer&parts <sup>1</sup>	7,948	Tourism <sup>2</sup>	7,523	Computer&parts <sup>1</sup>	8,190
Tourism <sup>2</sup>	6,645	Computer&parts <sup>1</sup>	7,430	Tourism <sup>2</sup>	6,735
Electronic integrated <sup>1</sup>	3,512	Electronic integrated <sup>1</sup>	3,308	Electronic integrated <sup>1</sup>	4,625
Garments <sup>1</sup>	2,914	Motor car&Parts <sup>1</sup>	2,920	Motor car&Parts <sup>1</sup>	3,970
Motor car&Parts <sup>1</sup>	2,655	Garments <sup>1</sup>	2,722	Rubber <sup>1</sup>	2,788

ที่มา : 1 ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร สำนักงานปลัดกระทรวงพาณิชย์

## 2 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

โดยเห็นได้จากตารางที่ 1-1 ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ในรูปแบบเงินตราต่างประเทศให้กับประเทศไทยได้เป็นจำนวนมากและอยู่ในระดับต้น เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกหลักประเภทอื่นๆ ของไทย

ตารางที่ 1-2 รายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของไทย

ปี พ.ศ.	รายได้จากการท่องเที่ยว <sup>1</sup> (ล้านบาท)	ผลิตภัณฑ์มวลรวม ภายในประเทศ <sup>2</sup> (ล้านบาท)	สัดส่วนของรายได้ การท่องเที่ยว ต่อ GDP <sup>3</sup> (%)
2533	110,572	2,186,025	5.1
2534	100,004	2,507,028	4.0
2535	123,135	2,827,157	4.4
2536	127,802	3,163,913	4.0
2537	145,211	3,634,848	3.0
2538	190,765	4,186,212	4.0
2539	219,364	4,611,041	4.0
2540	220,754	4,732,610	4.0
2541	242,177	4,626,447	5.0
2542	253,018	4,632,132	5.0
2543	285,272	4,916,505	5.8
2544	299,047	5,123,418	5.0
2545	323,454	5,930,400	5.5
2546	289,600	6,576,000	4.4

ที่มา : 1 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2 สำนักงานสถิติแห่งชาติ

3 คำนวณจาก 1 และ 2

ดังจะเห็นได้จากในตารางที่ 1-2 ว่า ในด้านการสร้างรายได้อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ถือได้ว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญมากอุตสาหกรรมหนึ่งเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ เนื่องจากรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีสัดส่วนโดยเฉลี่ยสูงถึงประมาณร้อยละ 5.0 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

ตารางที่ 1-3 ดุลการท่องเที่ยวของประเทศไทย

หน่วย : ล้านบาท

ปี พ.ศ.	อุตสาหกรรมท่องเที่ยว		ดุลการท่องเที่ยว
	รายได้ <sup>1</sup>	รายจ่าย <sup>2</sup>	
2540	220,755	59,125	161,630
2541	242,177	59,073	183,104
2542	253,018	59,648	183,370
2543	285,272	82,838	202,434
2544	299,047	96,797	202,250
2545	323,484	106,825	216,659

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : 1 รายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

2 รายจ่ายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ รายจ่ายของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ

จากตารางที่ 1-3 จะเห็นได้ว่าประเทศไทยได้ดุลจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมาโดยตลอดในระดับที่สูงมาก เมื่อคิดเป็นสัดส่วนโดยเฉลี่ยพบว่าได้ดุลไม่ต่ำกว่าร้อยละ 65 ของรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการสร้างรายได้สูง ในขณะที่มีรายจ่ายต่ำ

ตารางที่ 1-4 สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของประเทศไทย

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาไทย		รายได้จากนักท่องเที่ยวที่มาไทย			
	คน	เพิ่ม/ลด	ล้านบาท	เพิ่ม/ลด	ล้าน US\$	เพิ่ม/ลด
2503-2510	81,340-335,845	39.11	196-952	48.44	16-78	48.44
2511-2520	377,262-1,220,672	22.36	1,220-4,607	27.76	81-307	27.90
2521-2530	1,453,839-3,482,958	13.96	8,894-50,024	46.24	493-2,001	23.74
2531-2538	4,230,737-6,951,566	8.04	78,859-190,765	17.74	3,154-7,630	17.74
2539	7,192,145	3.46	219,364	14.99	8,775	14.99
2540	7,211,345	0.41	220,755	0.63	7,048	(19.68)
2541	7,764,930	7.53	242,177	9.70	5,934	(15.81)
2542	8,580,332	10.50	253,018	4.92	6,695	12.82
2543	9,508,623	10.72	285,540	12.85	6,964	4.02
2544	10,061,950	5.82	299,047	4.73	6,645	(4.58)
2545	10,799,067	7.33	323,484	8.17	7,523	13.22
2546	10,004,453	(7.36)	289,600	(10.47)	6,735	(10.47)

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : ข้อมูลเพิ่ม/ลด เป็นข้อมูลเฉลี่ยรายปี

จากตารางที่ 1-4 จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องมาโดยตลอด ในอัตราที่สูงกว่าร้อยละ 10 ทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากนักท่องเที่ยว (ในรูปเงินบาทและ US\$) โดยเฉพาะในช่วงก่อนปี พ.ศ.2521 มีอัตราการเพิ่มที่สูงมาก แม้แต่ในช่วงที่เกิดภาวะวิกฤตต่างๆ เช่น วิกฤตการณ์น้ำมัน สภาวะเศรษฐกิจถดถอย ปัญหาสงครามเกิดความไม่สงบและปัญหาโรคระบาด ก็ยังพบได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงขยายตัวแม้จะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าร้อยละ 10 ก็ตาม แต่เป็นที่น่าสังเกตว่าในช่วงที่ประเทศไทยต้องประสบกับปัญหาขาดเสถียรภาพในอัตราแลกเปลี่ยน (พ.ศ.2540 เป็นต้นมา) มีผลทำให้รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในรูป US\$ ลดลง แต่ในรูปเงินบาทยังคงเพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่า เป็นผลมาจากการที่ค่าเงินบาทในขณะนั้นอ่อนค่าลง แต่ไม่ได้เกิดจากปริมาณนักท่องเที่ยวลดลงแต่อย่างใด ซึ่งจะเห็นได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นมาตลอด

ดังจะเห็นได้จากข้อมูลข้างต้น พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่สามารถสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศ เข้าสู่ประเทศได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และเป็นอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพในการแข่งขันเพื่อสร้างรายได้นำเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศ นอกจากนี้ยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีผลเชื่อมโยงไปยังภาคเศรษฐกิจอื่นได้อย่างกว้างขวาง จึงเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในภาวะที่ประเทศต้องประสบกับปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจดังที่ปรากฏ นอกจากนี้ประเทศต่างๆ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต่างก็ประสบภาวะในลักษณะที่คล้ายคลึงกับประเทศไทยในช่วงระยะเวลาใกล้เคียงกัน ซึ่งประเทศเหล่านั้นต่างก็หันมาให้ความสำคัญกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศตนเป็นอย่างมาก เพื่อให้เป็นอุตสาหกรรมหลักในการสร้างรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศของตนสำหรับแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น และประเทศต่างๆ ในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้รวมทั้งประเทศไทยต่างมีสภาพทางภูมิศาสตร์และทรัพยากรที่ใกล้เคียงกัน จึงน่าจะเป็นคู่แข่งที่ประเทศไทยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้โดยตรงสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้นจึงควรต้องศึกษาหาความได้เปรียบและเสียเปรียบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการวางแผนพัฒนาและวางกลยุทธ์ไว้รองรับสำหรับการแข่งขันในอนาคตที่จะทวีความเข้มข้นมากขึ้นต่อไป

## 1.2 วัตถุประสงค์การศึกษา

การศึกษาเรื่องความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ในฉบับนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประการ คือ

1. ศึกษาเปรียบเทียบระดับความสามารถและแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ประกอบกับดัชนีวัดประสิทธิภาพอื่นๆ และทดลองใช้วิธีการศึกษาตามแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS Model) ประกอบในการอธิบายความสามารถในการแข่งขันของภาคบริการ

2. ศึกษาสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อเป็นเครื่องชี้ทิศทางการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS) และดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER)

### 1.3 ขอบเขตการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้จะศึกษาสถานการณ์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2533-2546 โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและรายได้ที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งแสดงโดยค่าดัชนีต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. ศึกษาโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และดัชนีวัดประสิทธิภาพอื่นๆ เปรียบเทียบระหว่างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยต่อกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และประเทศจีน (ซึ่งน่าจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญอีกประเทศหนึ่งของประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ในช่วงปี พ.ศ.2533-2546 และอธิบายร่วมกับดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER)

2. ศึกษาโดยใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS Model) กับรายได้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้รับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (จำแนกตามทวีปที่มาของนักท่องเที่ยว) ของประเทศไทยเพื่อศึกษาหาปัจจัยที่เป็นสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงรายได้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในระดับผลกระทบจากการกระจายตลาด เป็นรายปี ในช่วงปี พ.ศ.2541-2545

### 1.4 ข้อมูลและแหล่งที่มาของข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา เป็นข้อมูลทุติยภูมิประเภทอนุกรมเวลา รายปี โดยแบ่งได้เป็นดังนี้

1. ข้อมูลเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (Tourism Authority of Thailand : TAT) สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวเอเชียแปซิฟิก (Pacific Asia Travel Association : PATA) องค์การการค้าโลก (World Trade Organization : WTO) องค์การท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ธนาคารโลก (World Bank) และองค์การสหประชาชาติ (United Nation : UN)

2. ข้อมูลอื่นๆ ของประเทศไทยและต่างประเทศ เช่นอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ดัชนีราคาผู้บริโภค และผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ฯลฯ จากธนาคารแห่งประเทศไทย กระทรวงการคลัง กระทรวงพาณิชย์ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ สำนักงานสถิติแห่งชาติ องค์การสหประชาชาติ (UN) องค์การการค้าโลก (WTO) และธนาคารโลก (World Bank)



### 1.5 ผลที่คาดว่าจะได้รับ

ผลของงานวิจัยชิ้นนี้คาดว่าจะสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ดังนี้

1. ทำให้สามารถอธิบายและนำทิศทางการเปลี่ยนแปลงจากอดีต มาใช้คาดคะเน และประมาณทิศทางและแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงในอนาคตของความสามารถในการแข่งขัน สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย

2. ทำให้สามารถวิเคราะห์หาความได้เปรียบและเสียเปรียบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยและทราบปัจจัยที่ส่งผลดังกล่าวได้จากดัชนีที่ทำการศึกษา

3. สามารถนำผลการศึกษามาใช้วางแผนพัฒนาและดำเนินนโยบายที่จะส่งเสริมขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพและเหมาะสมได้มากขึ้น

4. เพื่อรวบรวมข้อมูลที่มีอยู่อย่างจำกัดและกระจัดกระจายมาใช้เป็นตัวอย่างในการศึกษาต่อไปในอนาคต ทั้งในด้านวิธีการศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน และแนวทางในการจัดทำระบบข้อมูลที่ดีควรจะเป็นสำหรับการศึกษาเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

## บทที่ 2

### ภาพรวมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

#### 2.1 ความหมายของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้อธิบายศัพท์ “การท่องเที่ยว” (Tourism) ไว้ว่า “เป็นคำที่มีความหมายค่อนข้างกว้าง เพราะมีความหมายมากกว่าการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อหาความสนุกสนานบันเทิงเริงรมย์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเดินทางเพื่อการประชุมสัมมนา เพื่อศึกษาหาความรู้ เพื่อการกีฬา เพื่อการติดต่อธุรกิจ เพื่อสุขภาพ ตลอดจนการเยี่ยมเยือนญาติพี่น้อง ต่างกันนับเป็นการท่องเที่ยวทั้งสิ้น” จึงเห็นได้ว่า กิจกรรมที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปัจจุบันมีขนาดใหญ่ และขยายตัวเพิ่มขึ้นตามลำดับจนมีผู้กล่าวว่า “ธุรกิจการท่องเที่ยวในทุกวันนี้เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับประเทศที่กำลังพัฒนามากขึ้น” เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้นำเงินตราต่างประเทศเข้ามาใช้จ่ายในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้เกิดการลงทุนต่อเนื่องไปมากขึ้น ดังนั้นเราจึงควรทำความเข้าใจกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้ถ่องแท้ยิ่งขึ้น

ในปี ค.ศ.1963 องค์การสหประชาชาติ (นิคม, 2535) ได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทาง และท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี ได้ข้อสรุปในการกำหนดคำจำกัดความเพื่อประโยชน์ในการเก็บรวบรวมสถิติ คือ ให้ใช้คำว่า “ผู้มาเยือน (Visitor)” แทน “นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourist)” โดยหมายถึงบุคคลที่เดินทางไปยังประเทศที่ตนมิได้พักอาศัยอยู่เป็นประจำด้วยเหตุผลใดๆ ก็ตามที่มีไปประกอบอาชีพเพื่อหารายได้ ซึ่งหมายรวมถึง

1. นักท่องเที่ยวที่ค้างคืน (Tourist) ซึ่งเป็นผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราว ที่พักอยู่ในประเทศที่มาเยือนตั้งแต่ 24 ชั่วโมงขึ้นไป และมาเยือนเพื่อพักผ่อน พักฟื้น ทัศนศึกษา ประกอบศาสนกิจ ร่วมการแข่งขันกีฬา ติดต่อธุรกิจ ร่วมการประชุมสัมมนา ฯลฯ เป็นต้น

2. นักท่องเที่ยวที่ไม่ค้างคืน (Excursionists) ซึ่งเป็นผู้เดินทางมาเยือนชั่วคราวและอยู่ในประเทศที่มาเยือนน้อยกว่า 24 ชั่วโมง

จะเห็นได้ว่าในระดับโลก ได้ให้ความสำคัญต่อการท่องเที่ยวโดยมีการจัดประชุมเพื่อให้คำนิยามที่จะใช้ประโยชน์ในการเก็บรวบรวมสถิติที่ตรงกัน ดังนั้นประเทศไทยโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย([www.tat.or.th](http://www.tat.or.th)) จึงได้ให้คำจำกัดความเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมสถิติเกี่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยแบ่งได้ดังนี้

“นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ” ได้แก่ ชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย และพำนักอยู่ครั้งหนึ่งไม่น้อยกว่า 1 คืนหรือ 24 ชั่วโมง และไม่มากกว่า 60 วัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ

1. ท่องเที่ยวพักผ่อน เยี่ยมญาติ พักผ่อน ฯลฯ
2. ร่วมประชุมหรือเป็นตัวแทนสมาคม ผู้แทนศาสนา นักกีฬา นักแสดง ฯลฯ
3. ติดต่อธุรกิจ แต่ไม่ใช่ทำงานหารายได้
4. มากับเรือเดินสมุทรที่แวะจอด ณ ท่าเรือ แม้ว่าจะแวะน้อยกว่า 1 คืน

“นักท่องเที่ยวภายในประเทศที่ค้างคืน” ได้แก่ คนไทยหรือคนต่างด้าวที่อยู่ในประเทศไทย ที่เดินทางจากจังหวัดซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยโดยปกติของตนไปยังจังหวัดอื่นๆ โดยมีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเป็นอะไรก็ตาม ที่ไม่ใช่เป็นการเดินทางเพื่อไปทำงานหารายได้และระยะเวลาที่พำนักอยู่ต้องไม่เกิน 60 วัน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทหนึ่งในภาคบริการ ซึ่งประกอบด้วยหน่วยงานต่างๆ ดังนี้

1. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรง ได้แก่ ธุรกิจด้านขนส่ง โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารและร้านอาหาร และจัดนำเที่ยว โดยผลผลิตหลักที่นักท่องเที่ยวซื้อโดยตรง ได้แก่ บริการต่างๆ
2. ธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยอ้อม ได้แก่ ธุรกิจสนับสนุนการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง
3. หน่วยงานหรือองค์กรต่างๆ ของรัฐ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ผลิตสินค้าเพื่อส่งออก (กรณีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ) และจำหน่ายในประเทศ (กรณีนักท่องเที่ยวภายในประเทศ) โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ ได้แก่ ความสวยงามตามธรรมชาติ ศิลปกรรม โบราณสถาน ขนบธรรมเนียมประเพณี ตลอดจนวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชน การแพทย์ การศึกษา สถานที่และเทคโนโลยีในด้านต่างๆ เช่นการจัดประชุม สัมมนา แสดงสินค้า แข่งขันกีฬา และการคมนาคม เพื่อผลิตเป็นสินค้าอันได้แก่ บริการต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวบริโภค

## 2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ในสภาวะที่ทั่วโลกต้องประสบปัญหาทั้งในด้านทรัพยากร พลังงานและวัตถุดิบ ตลอดจนปัญหาการขาดดุลการค้าและดุลการชำระเงิน แต่เป็นที่ปรากฏว่าการท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมบริการเกี่ยวเนื่องกับการนันทนาการกลับมีบทบาทที่สูงขึ้น ทั้งในระดับโลกและในระดับประเทศ และการซื้อบริการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศซึ่งถือได้ว่าเป็นการส่งสินค้าออกที่มองไม่เห็นด้วยตา (Invisible Export) เพราะเป็นการซื้อสินค้าด้วยเงินตราต่างประเทศ ผู้บริโภคเป็นชาวต่างประเทศ โดยมีลักษณะที่สำคัญซึ่งแตกต่างกับการส่งออกสินค้าอื่นๆ คือการที่ผู้บริโภคต้องเดินทางเข้ามาบริโภคในแหล่งที่ผลิต ยิ่งไปกว่านี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ประกอบด้วยธุรกิจหลายประเภททั้งที่เกี่ยวข้องโดยตรงและโดยอ้อม รวมทั้งหน่วยสนับสนุนต่างๆ จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีบทบาทและความสำคัญต่อภาคต่างๆ ซึ่งเห็นได้ดังต่อไปนี้

1. ต่อภาคเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคที่ก่อให้เกิดรายได้ในรูปเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศเป็นจำนวนมาก ซึ่งช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับดุลชำระเงิน อันเนื่องมาจากดุลการท่องเที่ยวเกินดุลโดยตลอด และช่วยลดภาวะการว่างงานเนื่องจากมีการเพิ่มการผลิตสินค้าต้องการแรงงานมากขึ้นในสาขาต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ทำให้มีการกระจายรายได้อย่างต่อเนื่อง และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับภาคเศรษฐกิจต่างๆ ในวงกว้างทั้งโดยตรงและโดยอ้อม ซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตและนำทรัพยากรมาใช้อย่างเต็มประสิทธิภาพ และยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการขยายกำลังการผลิตและจำหน่ายเพิ่มขึ้นได้อีก ทำให้สามารถทำรายได้ได้มากขึ้น ทั้งนี้เห็นได้จากงานวิจัยที่แสดงให้เห็นผลกระทบในระดับภูมิภาคและระดับอุตสาหกรรม ที่เกี่ยวข้องกันระหว่างภาคเศรษฐกิจและภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทยจากการใช้จ่ายในการบริโภคของภาคการผลิตต่างๆ ต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศและการจ้างงาน ดังต่อไปนี้

### ความเชื่อมโยงต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

งานวิจัยที่แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงในระดับประเทศระหว่างภาคเศรษฐกิจต่างๆ และภูมิภาคต่างๆ ของประเทศไทย พบได้จากการศึกษาของ เสกพงศ์ (2541) ที่ทำการศึกษาค่าความเชื่อมโยงของผลผลิตระหว่างภาคเศรษฐกิจและภูมิภาคต่างๆ ของไทย ซึ่งผลการศึกษาค้นพบว่า

ตารางที่ 2-1 ค่าตัวทวีคูณผลผลิตเชื่อมโยงไปข้างหน้าของแต่ละภูมิภาคที่แสดงผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2533

สาขาการผลิต	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคอื่นๆ
เกษตรกรรม	1.25	1.49	1.82
เหมืองแร่	1.89	1.13	1.64
อุตสาหกรรม	โดยประมาณ 2.50	โดยประมาณ 2.20	โดยประมาณ 2.70
บริการ	1.54	1.65	1.70

ที่มา : เสกพงศ์ จิรมนัสนาคร (2541)

หมายเหตุ : สาขาอุตสาหกรรมเป็นค่าโดยประมาณเนื่องจากรวบรวมจากอุตสาหกรรมหลายสาขา

ตารางที่ 2-2 ค่าตัวทวีคูณผลผลิตเชื่อมโยงไปข้างหน้าของแต่ละภูมิภาคที่แสดงผลของการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตของประเทศไทย ในปี พ.ศ.2533

สาขาการผลิต	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคอื่นๆ
เกษตรกรรม	4.38	2.59	4.69
เหมืองแร่	1.01	2.49	3.02
อุตสาหกรรม	โดยประมาณ 1.20	โดยประมาณ 5.00	โดยประมาณ 2.70
บริการ	2.41	2.90	2.32

ที่มา : เสกพงศ์ จิรมนัสนาคร (2541)

หมายเหตุ : สาขาอุตสาหกรรมเป็นค่าโดยประมาณเนื่องจากรวบรวมจากอุตสาหกรรมหลายสาขา

จะเห็นได้ว่าจากตารางที่ 2-1 และตารางที่ 2-2 ผลการศึกษาของ เสกพงศ์ (เสกพงศ์, 2541) พบว่าการผลิตของภาคเศรษฐกิจต่างๆ ในแต่ละภูมิภาคมีความเชื่อมโยงต่อกันดังเห็นได้จากแต่ละภาคเศรษฐกิจและแต่ละภูมิภาคมีค่าตัวชี้วัดเชื่อมโยงไปข้างหน้าและข้างหน้าต่อการเปลี่ยนแปลงปริมาณผลผลิตของกันและกันเป็นบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีลักษณะสนับสนุนให้เกิดการขยายผลผลิตให้มากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

สำหรับงานวิจัยที่แสดงให้เห็นความเชื่อมโยงในระดับภูมิภาคระหว่างภาคเศรษฐกิจต่างๆ พบได้จากการศึกษาของ ภาคภูมิ (2547) ที่ทำการศึกษาผลกระทบจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 2-3 ผลทางตรงและผลทางอ้อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แยกตามสาขาการผลิตในปี พ.ศ.2544

สาขาการผลิต	ผลทางตรง (ล้านบาท)	ผลทางอ้อม (ล้านบาท)	ผลทางตรงและผลทางอ้อม (ล้านบาท)
เกษตรกรรม	0.0486	0.0195	0.0681
เหมืองแร่	0.0013	0.0044	0.0057
อุตสาหกรรม	0.0817	0.4207	0.5024
บริการทั้งหมด	0.0881	0.6106	0.6987

ที่มา : ภาคภูมิ สินุทธ (2547)

หมายเหตุ : ผลทางตรง คือผลกระทบจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยตรงต่อสาขาการผลิตดังกล่าว

ผลทางอ้อม คือผลกระทบจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อเนื่องจากสาขาการผลิตที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายโดยตรง

ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2-3 ว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของภูมิภาคในสาขาการผลิตต่างๆ โดยเฉพาะในสาขาบริการ ที่น่าสังเกตคือสาขาการผลิตส่วนใหญ่ (เว้นเพียงสาขาเกษตรกรรม) มีผลทางอ้อมที่สูงกว่าผลทางตรง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อความเชื่อมโยง

ตารางที่ 2-4 ผลของการใช้จ่ายโดยตรงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในสาขาการผลิตต่างๆ ช่วงปี พ.ศ.2544

สาขาการผลิต	การใช้จ่ายโดยตรงของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		ผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เกษตรกรรม	0	0	126.96	5.34
เหมืองแร่	0	0	10.56	0.44
อุตสาหกรรม	758.22	40.7	936.10	39.41
บริการทั้งหมด	1,104.92	59.3	1,301.77	54.81

ที่มา : ภาคภูมิ สินุชก (2547)

จากตารางที่ 2-4 เห็นได้ว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่งผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมของภาคเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งภาคที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายโดยตรง (อุตสาหกรรมและบริการทั้งหมด) และภาคที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศไม่ได้ใช้จ่ายโดยตรง (เกษตรกรรมและเหมืองแร่) ในทางบวกทั้งสิ้น ซึ่งสรุปได้ว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเพิ่มขึ้นในทุกสาขาการผลิต

ดังที่เห็นได้จากการศึกษาทั้ง 2 ชำต้นสรุปได้ว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทยส่งผลกระทบต่อทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติสำหรับสาขาการผลิตทุกสาขา (ทั้งสาขาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายและไม่ได้ใช้จ่ายโดยตรง) ในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายให้เพิ่มมากขึ้นในทางบวก และการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติในแต่ละภูมิภาคส่งผลกระทบต่อสาขาการผลิตในภูมิภาคอื่นๆ ให้เพิ่มขึ้นในทางบวกด้วยเช่นกัน จึงอาจสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทยจะส่งผลเชื่อมโยงทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อ ผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติของทุกสาขาการผลิตในทุกภูมิภาค และทวีคูณต่อเนื่องจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่งให้เพิ่มขึ้นในทางบวก การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์ต่อการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของสาขาการผลิตต่างๆ ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก

#### ความเชื่อมโยงต่อการจ้างงาน

ในระดับประเทศผลการศึกษาของ เสกพงศ์ (2541) ที่ทำการศึกษาค่าความเชื่อมโยงของการจ้างงานระหว่างภาคเศรษฐกิจและภูมิภาคต่างๆ ของไทย พบได้ดังนี้

ตารางที่ 2-5 ค่าประมาณการตัวทวีคูณของแต่ละภูมิภาคที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในการจ้างงานในสาขาการผลิต และภูมิภาคต่างๆ ในปี พ.ศ.2533

หน่วย : ล้านบาท/คน/ปี

สาขาการผลิต	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	กรุงเทพฯ และปริมณฑล	ภาคอื่นๆ
เกษตรกรรม	56.89	1.17	1.67
เหมืองแร่	5.16	0.97	1.34
อุตสาหกรรม	โดยประมาณ 20.00	โดยประมาณ 5.00	โดยประมาณ 5.00
บริการ	9.25	0.43	2.67

ที่มา : เสกพงศ์ จิรมนัสนาคร (2541)

หมายเหตุ : สาขาอุตสาหกรรมเป็นค่าโดยประมาณเนื่องจากรวบรวมจากอุตสาหกรรมหลายสาขา



ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2-5 พบว่าภาคเศรษฐกิจและภูมิภาคต่างๆ ของไทยมีค่าทวีคูณต่อการเปลี่ยนแปลงในปริมาณการจ้างงานของภาคเศรษฐกิจและภูมิภาคต่างๆ ของไทยในทางบวก ซึ่งแสดงให้เห็นว่ามีความเชื่อมโยงต่อกันและกันเมื่อมีการเพิ่มการจ้างงานในภาคเศรษฐกิจใดภาคเศรษฐกิจหนึ่งในภูมิภาคใดภูมิภาคหนึ่งจะทำให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้นในภาคเศรษฐกิจและในภูมิภาคอื่นๆ ต่อไป

สำหรับในระดับภูมิภาคผลการศึกษาของ ภาคภูมิ (2547) ที่ทำการศึกษาลผลกระทบจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทยต่อระดับการจ้างงาน ผลการศึกษาพบว่า

ตารางที่ 2-6 ผลทางตรงและผลทางอ้อมต่อการจ้างแรงงานภาคตะวันออกเฉียงเหนือของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แยกตามสาขาการผลิตในปี พ.ศ.2544

ผลที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว	การจ้างงาน	
	คน	ร้อยละ
ผลกระทบทางตรง	5,703	32.18
ผลกระทบทางอ้อม	12,018	67.82

ที่มา : ภาคภูมิ สีนุช (2547)

หมายเหตุ : ผลทางตรง คือผลกระทบจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยตรงต่อสาขาการผลิตดังกล่าว

ผลทางอ้อม คือผลกระทบจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อเนื่องจากสาขาการผลิตที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายโดยตรง

ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2-6 ว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยส่งผลให้มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น โดยมีผลทางอ้อมที่สูงกว่าผลทางตรง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อความเชื่อมโยงในการจ้างงาน เมื่อพิจารณาเป็นรายสาขาการผลิต พบว่า

ตารางที่ 2-7 ผลของการใช้จ่ายโดยตรงของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศต่อการจ้างงานของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในสาขาการผลิตต่างๆ ช่วงปี พ.ศ.2544

สาขาการผลิต	การใช้จ่ายโดยตรงของ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		การจ้างแรงงานของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	
	ล้านบาท	ร้อยละ	ล้านบาท	ร้อยละ
เกษตรกรรม	0	0	6,245	35.24
เหมืองแร่	0	0	31	0.17
อุตสาหกรรม	758.22	40.7	3,182	17.96
บริการทั้งหมด	1,104.92	59.3	8,263	46.63

ที่มา : ภาคภูมิ สินุช (2547)

จากตารางที่ 2-7 แสดงให้เห็นว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่งผลต่อการจ้างงานของภาคเศรษฐกิจต่างๆ ทั้งภาคที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายโดยตรงและภาคที่ไม่ได้ใช้จ่ายโดยตรง ซึ่งเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีการใช้จ่ายในภาคอุตสาหกรรมและบริการ แต่ส่งผลให้เกิดการจ้างงานในทุกสาขาการผลิต

จากการศึกษาทั้ง 2 ข้างต้นสรุปได้ว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทยส่งผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการจ้างงานสำหรับสาขาการผลิตทุกสาขา (ทั้งสาขาที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายและไม่ได้ใช้จ่ายโดยตรง) ในภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศใช้จ่ายให้เพิ่มมากขึ้นในทางบวก และการเพิ่มขึ้นของการจ้างงานในแต่ละภูมิภาค ส่งผลกระทบต่อสาขาการผลิตในภูมิภาคอื่นๆ ให้เพิ่มขึ้นในทางบวกด้วยเช่นกัน จึงอาจสรุปได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทยจะส่งผลเชื่อมโยงทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการจ้างงานของทุกสาขาการผลิตในทุกภูมิภาค และทวีคูณต่อเนื่องจากภูมิภาคหนึ่งไปยังอีกภูมิภาคหนึ่งให้เพิ่มขึ้นในทางบวก การขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงเป็นประโยชน์ต่อการขยายตัวของการจ้างงานของสาขาการผลิตต่างๆ ของประเทศไทยเป็นอย่างมาก

2. ต่อศิลปะ วัฒนธรรม และสังคม การท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อาศัยศิลปะ วัฒนธรรม ธรรมชาติและเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกเป็นวัตถุดิบ ผลิตเป็นสินค้าเพื่อขายให้กับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ด้วยความสำคัญนี้ทำให้ประชาชนเห็นความจำเป็นของสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ทำให้เกิดกระแสการอนุรักษ์ แรงกระตุ้นให้คงอยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ ส่งเสริมให้เกิดการศึกษาค้นคว้าสิ่งที่สูญหายไปหรือกำลังจะสูญหายให้คงอยู่หรือกลับคืนมา นำชีวิตคืนสู่ถิ่นฐานเดิมในชนบทอันเป็นผลมาจากการสร้างงาน สร้างรายได้ โดยนำศิลปะ วัฒนธรรมมาผลิตเป็นสินค้า ช่วยแก้ปัญหาความแออัดในเมือง สังคมกลับสู่ความสงบและใกล้ชิดกันมากขึ้นเช่นในอดีต

3. ต่อการเมือง การท่องเที่ยวส่งเสริมให้มีการพบปะทำความรู้จักและเข้าใจสังคมและรูปแบบชีวิต ตลอดจนความคิดที่แตกต่างกันได้มากขึ้น เป็นการสร้างสันติภาพ สัมพันธไมตรีและความเข้าใจในรูปแบบความคิดของกันและกันมากขึ้น สำหรับการเมืองระหว่างประเทศย่อมก่อให้เกิดการประนีประนอมต่อกันได้ง่ายขึ้น

แต่อย่างไรก็ตาม แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะมีข้อดีอันเป็นประโยชน์หลายประการดังที่กล่าวมา แต่ถ้ามุ่งหวังแต่รายได้เพียงอย่างเดียวโดยไม่วางแผนการพัฒนาให้รอบคอบและถูกต้องก็จะก่อให้เกิดผลเสียขึ้นได้ เพราะอาจทำให้ศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีการดำเนินชีวิตผิดเพี้ยนไปจากเดิม ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมหรือสูญไป ทั้งต่อสถานที่และทรัพยากร ในการดำเนินการต่างๆ จึงควรต้องมีการศึกษาและวางแผนให้รอบคอบ มีวินัยที่ดี ดังนั้นประเทศไทยจึงได้นำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในแผนพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 4 (ปี พ.ศ.2520-2524) เป็นต้นมา โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อ

1. ด้านเศรษฐกิจ เน้นการเพิ่มรายได้ จ้างงาน การกระจายรายได้และกระจายความเจริญ
2. ด้านศิลปะและวัฒนธรรม เน้นการอนุรักษ์ และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ศิลปะ วัฒนธรรม ชนบทธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม โบราณวัตถุและโบราณสถานต่างๆ

### 2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกมีการเติบโตขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ทั้งนี้มีผลเนื่องมาจากการพัฒนาทางเทคโนโลยี การผลิต การคมนาคมขนส่ง การประชาสัมพันธ์และโฆษณา ซึ่งทำให้คนมีความรู้มากขึ้น ทักษะคติและแนวทางการดำเนินชีวิตได้ถูกปรับเปลี่ยนไปจากเดิมให้มีเวลามากขึ้น ตลอดจนระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทางระหว่างประเทศลดลง เป็นที่สังเกตได้ว่าแม้ในช่วงที่เกิดวิกฤตต่างๆ เช่น วิกฤตการณ์น้ำมันหรือภาวะเศรษฐกิจโลกถดถอย ตลอดจนสงครามอ่าวเปอร์เซีย แต่จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศยังคงมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น แม้จะขยายตัวในอัตราที่ต่ำกว่าเดิมมาก ดังเห็นได้จากตารางที่ 2-8

ตารางที่ 2-8 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายรับจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลก

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลก		รายรับจากนักท่องเที่ยวของโลก	
	ล้านคน	เพิ่ม/ลด	พันล้าน US\$	เพิ่ม/ลด
2533	458.229	7.44	268.928	21.52
2534	463.951	1.25	277.568	3.21
2535	503.356	8.49	315.103	13.52
2536	519.045	3.12	324.090	2.85
2537	550.322	6.03	355.083	9.56
2538	565.456	2.75	406.067	14.36
2539	597.417	5.65	436.807	7.57
2540	618.345	3.50	438.479	0.38
2541	636.738	2.97	440.313	0.42
2542	628.182	(0.01)	446.865	1.49
2543	665.400	5.92	461.815	3.35
2544	665.205	(0.03)	450.397	(2.47)
2545	669.633	0.67	452.641	0.50
เฉลี่ยต่อปี	572.406	3.67	390.320	5.87

ที่มา : องค์การสหประชาชาติ (Statistical Yearbook Annual Report)

จากตารางที่ 2-8 จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกขยายตัวมาโดยตลอด โดยในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 3.67 ต่อปี ขณะที่ในปีที่เกิดวิกฤตเช่น พ.ศ.2534 (สงครามอ่าวเปอร์เซีย) ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลง เหลือเพียงร้อยละ 1.25 และเมื่อเข้าสู่ภาวะปกติก็มีการขยายตัวในอัตราที่สูงขึ้นเป็นร้อยละ 8.49 แสดงให้เห็นว่าภาวะวิกฤตต่างๆ ไม่ได้ทำให้นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศยกเลิกความคิดที่จะเดินทางท่องเที่ยว หากแต่ตัดสินใจเลื่อนการเดินทางไปในระยะเวลาที่เห็นว่าเหมาะสมเท่านั้น และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะไม่วางแผนการเดินทางท่องเที่ยวนานเกินกว่า 1 ปี สำหรับในช่วง พ.ศ.2538-2541 เห็นได้ว่าการขยายตัวโดยเฉลี่ยในอัตราร้อยละ 2 น่าจะเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวขยายตัวเข้าสู่ภาวะปกติแล้ว จึงไม่มีผลจากการเลื่อนช่วงเวลาเดินทางท่องเที่ยวดังเช่นในช่วงหลังจากภาวะวิกฤต แต่ในช่วง พ.ศ.2542 ลดลงเนื่องจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ และในช่วง พ.ศ.2544-2545 เนื่องจากวิกฤตการณ์ก่อการร้าย (เหตุการณ์ 11 กันยายน 2544) อันเป็นจุดเริ่มสงครามอิรักในปี พ.ศ. 2546

ในด้านรายรับจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลก มีลักษณะการขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอดเช่นเดียวกัน และมีลักษณะที่สอดคล้องกับการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวโดยมีการขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 5.87 ต่อปี แต่มีสิ่งไม่ควรสังเกต คือ ในช่วงปี พ.ศ.2536 และ พ.ศ.2540-2541 มีการขยายตัวของรายรับในรูป US\$ น้อยกว่าที่ควรนั้น น่าจะมีผลจาก ในช่วงปี พ.ศ. 2536 นักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนจุดหมายปลายทางโดยเดินทางไปยังกลุ่มประเทศที่มีอัตราค่าใช้จ่ายหรือค่าครองชีพที่ต่ำกว่ากลุ่มประเทศเดิม เนื่องจากได้เกิดตลาดท่องเที่ยวใหม่ๆ ขึ้น จากการล่มสลายของการปกครองระบอบคอมมิวนิสต์ มีการเปิดประเทศทำให้การเดินทางระหว่างประเทศเสรีมากขึ้น โดยประเทศเหล่านี้ เช่น จีน กลุ่มประเทศยุโรปตะวันออก และกลุ่มประเทศที่แยกตัวจากสหภาพโซเวียต เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลจากการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่น เปลี่ยนเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ต่ำกว่าเดิม ทั้งนี้เห็นได้จากโครงสร้างอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศตามที่แสดงในตารางที่ 2-9 หรือนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เปลี่ยนทัศนคติและวิถีการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวระหว่างประเทศให้ประหยัดลงกว่าเดิม อันเป็นผลเนื่องจากการเดินทางที่ต่ำลงและความสมบูรณ์ของข้อมูลข่าวสารมีมากขึ้นนั่นเอง สำหรับในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 น่าจะเป็นผลจากการที่อัตราแลกเปลี่ยนของกลุ่มประเทศที่ประสบปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจอ่อนค่าลงอย่างมาก จึงทำให้มูลค่ารวมในรูป US\$ ขยายตัวในอัตราที่ต่ำลง และในปี พ.ศ.2544-2545 ลดลงเนื่องจากวิกฤตการณ์ก่อการร้าย

ตารางที่ 2-9 สัดส่วนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลก จำแนกตามกลุ่มประเทศแหล่งที่มา

หน่วย : ร้อยละ

ปี พ.ศ.	แอฟริกา	อเมริกา	ยุโรป	เอเชียตะวันออก	เอเชียใต้	เอเชียตะวันตก
2533	2.60	20.91	64.19	9.85	0.72	1.74
2534	2.64	20.99	64.67	9.37	0.66	1.66
2535	2.43	21.59	63.77	9.75	0.57	1.87
2536	2.52	19.13	63.16	13.11	0.70	1.38
2537	2.78	21.55	57.81	15.48	0.80	1.58
2538	2.72	21.21	57.39	16.24	0.89	1.55
2539	2.67	20.79	57.44	16.37	0.87	1.36
2540	2.68	20.68	57.93	16.38	0.87	1.41
2541	2.21	16.97	67.91	10.42	0.80	1.69
2542	2.07	16.69	67.43	11.27	0.85	1.68
2543	1.92	16.96	66.38	12.10	0.88	1.77
2544	2.03	17.46	64.50	12.84	1.00	2.17

ที่มา : จำนวนจากข้อมูลองค์การสหประชาชาติ (Statistical Yearbook Annual Report)

จากตารางที่ 2-9 จะเห็นได้ว่า อันดับสัดส่วนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลก เมื่อจำแนกตามกลุ่มประเทศแหล่งที่มา เห็นได้วยังคงไม่เปลี่ยนแปลงอันดับ โดยนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนมากที่สุด รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาและเอเชียตะวันออก ตามลำดับ แต่มีสิ่งที่น่าสนใจซึ่งเห็นได้ว่าโครงสร้างนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เปลี่ยนแปลงไปแม้ว่าจะมีอันดับไม่เปลี่ยนแปลงแต่สัดส่วนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากทวีปยุโรปได้ลดลงในขณะที่สัดส่วนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากทวีปเอเชียตะวันออกได้เพิ่มขึ้นแทน ทั้งนี้ น่าจะเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากทวีปเอเชียตะวันออกเพิ่มขึ้นมากจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีนที่เปิดเสรีในการเดินทางระหว่างประเทศมากขึ้น ขณะที่นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจากทวีปยุโรปไม่เปลี่ยนแปลงเท่าใดนัก สำหรับนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาตั้งแต่ พ.ศ.2541 เป็นต้นมาลดสัดส่วนลงอย่างมาก เนื่องจากวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจในทวีปและการก่อการร้าย ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวจากทวีปดังกล่าวลดลงเป็นอย่างมาก แต่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปกลับเพิ่มสัดส่วนจากการเปิดเสรีในกลุ่มประเทศยุโรป

## 2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวของไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยก็มีการเติบโตขยายตัวอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศและรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลก แต่มีความผันผวนมากกว่า ดังเห็นได้จาก ตารางที่ 2-10

ตารางที่ 2-10 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของไทย

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ		วันพักเฉลี่ย	รายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ			
	คน	เพิ่ม/ลด		ล้านบาท	เพิ่ม/ลด	ล้าน US\$	เพิ่ม/ลด
2511-2520	377,262-1,220,672	22.36	4.25	1,220-4,607	27.76	81-307	27.90
2521-2530	1,453,839-3,482,958	13.96	5.25	8,894-50,024	46.24	593-2,001	23.74
2531-2533	4,230,737-5,298,860	8.42	7.35	78,859-110,572	13.40	3,154-4,423	13.41
2534	5,086,899	(4.00)	7.09	100,004	(9.56)	4,000	(9.56)
2535	5,136,443	0.97	7.06	123,135	23.13	4,925	23.12
2536	5,760,533	12.15	6.94	127,802	3.79	5,112	3.79
2537	6,166,496	7.05	6.98	145,211	13.62	5,808	13.62
2538	6,951,566	12.60	7.43	190,765	31.37	7,630	31.37
2539	7,192,145	3.46	8.23	219,364	14.99	8,775	14.99
2540	7,211,345	0.41	8.33	220,755	0.63	7,048	(19.68)
2541	7,764,930	7.53	8.40	242,177	9.70	5,934	(15.81)
2542	8,580,332	10.50	7.96	253,018	4.92	6,695	12.82
2543	9,508,623	10.72	7.77	285,540	12.85	6,964	4.02
2544	10,061,950	5.82	7.93	299,047	4.73	6,645	(4.58)
2545	10,799,067	7.33	7.98	323,484	8.17	7,523	13.22
2546	10,004,453	(7.36)	7.96	289,600	(10.47)	6,735	(10.47)

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : ข้อมูลเพิ่ม/ลด และวันพักเฉลี่ย เป็นข้อมูลเฉลี่ยรายปี

จากตารางที่ 2-10 จะเห็นได้ว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (โดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 6) แต่มีสิ่งที่น่าสนใจคือ ในปี พ.ศ.2534 เกิดสงครามอ่าวเปอร์เซีย และในช่วงปี พ.ศ.2539-2540 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยประสบภาวะการขยายตัวที่ลดลงทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายรับจากการท่องเที่ยว เนื่องจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจในภูมิภาค ทำให้นักท่องเที่ยวจากประเทศในภูมิภาคเอเชียซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของไทย ลดจำนวนการเดินทางท่องเที่ยวและการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวลง สำหรับปี พ.ศ.2546 เกิดวิกฤตการณ์โรคติดต่อ(โรคซาร์ส) และสงครามอิรัก แม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยจะประสบกับภาวะหดตัวทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศและรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ แต่ในทางกลับกันพบว่าจำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้นมาโดยตลอด โดยเฉพาะตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ.2538 เป็นต้นมานักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศโดยเฉลี่ยแล้วพักอยู่ในประเทศไทยประมาณ 8 วันต่อครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ สำหรับด้านรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่ามีลักษณะการเปลี่ยนแปลงสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ (โดยเฉลี่ยแล้วในรูปเงินบาทเพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายและค่าครองชีพในประเทศไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงมากนัก แต่เมื่อพิจารณารายรับจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของไทยในรูป US\$ พบว่าเพิ่มขึ้นโดยตลอดเช่นเดียวกันเว้นแต่ในช่วงปี พ.ศ.2540-2541 และพ.ศ.2544 ประเทศไทยประสบภาวะหดตัวของรายรับจากการท่องเที่ยวในรูป US\$ อันเป็นผลเนื่องจากปัญหาอัตราแลกเปลี่ยนของเงินบาทที่อ่อนค่าลงเมื่อเทียบกับ US\$

เมื่อศึกษาถึงโครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของไทย ทั้งในด้านสัดส่วนและลักษณะการเปลี่ยนแปลงของจำนวนและวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามแหล่งทวีปที่มาของนักท่องเที่ยว พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยไม่มีการเปลี่ยนแปลงในด้านโครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศดังกล่าวจากเดิมนัก  
 ดังเห็นได้จากตารางที่ 2-11, 2-12 และ 2-13 ในต่อไป



ตารางที่ 2-11 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มประเทศแหล่งที่มา

หน่วย : ร้อยละ

ปี พ.ศ.	แอฟริกา	อเมริกา	ยุโรป	เอเชียตะวันออก	เอเชียใต้	เอเชียตะวันตก
2530	0.50	7.45	21.36	60.66	6.21	3.81
2531	0.56	7.04	22.12	60.67	6.42	3.18
2532	0.52	7.04	23.48	61.17	5.17	2.62
2533	0.60	6.91	23.76	62.13	5.03	1.57
2534	0.63	6.40	23.76	62.47	5.29	1.45
2535	0.58	6.88	25.47	60.10	5.37	1.50
2536	0.82	6.22	24.89	62.55	4.01	1.52
2537	0.75	6.04	24.92	62.90	3.83	1.56
2538	0.68	5.12	22.98	65.64	3.87	1.71
2539	0.66	5.32	22.64	65.98	3.76	1.65
2540	0.70	5.35	22.38	66.66	3.16	1.74
2541	0.92	5.74	24.82	63.09	3.31	2.11
2542	0.85	5.96	23.65	64.26	3.25	2.03
2543	0.84	6.12	23.26	64.14	3.55	2.10
2544	0.90	5.97	23.35	64.14	3.29	2.34
2545	0.82	5.89	23.16	64.02	3.60	2.51
2546	0.67	5.73	23.00	64.70	3.88	2.03

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 2-11 จะเห็นได้ว่า โครงสร้างของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของไทย ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก โดยมีสัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียตะวันออกสูงเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปและนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกาตามลำดับ สิ่งที่น่าสังเกต คือ เห็นได้ว่าการเปลี่ยนแปลงที่สอดคล้องกับสภาพการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโลก โดยในช่วงปี พ.ศ.2538 เป็นต้นมา สัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียตะวันออกเพิ่มขึ้น ในขณะที่สัดส่วนของนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปลดลง ทั้งนี้ น่าจะเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของ

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เพิ่มขึ้นมาก จากภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจของประเทศในภูมิภาคทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวปรับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นการเดินทางในระยะสั้นภายในภูมิภาคและการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจากประเทศจีน นอกจากนี้จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ปี พ.ศ.2541 เป็นต้นมานักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย นอกจากนี้เมื่อพิจารณาจากอัตราเพิ่ม/ลดของนักท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มประเทศตามที่ปรากฏในตารางที่ 2-12 พบว่า

ตารางที่ 2-12 อัตราเพิ่ม/ลดของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มาเยือนประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มประเทศแหล่งที่มา

หน่วย : ร้อยละ

ปี พ.ศ.	แอฟริกา	ยุโรป	อเมริกา	เอเชียเนียบ	เอเชียตะวันออกเฉียง	เอเชียใต้	เอเชียตะวันตก
2531	37.30	25.82	14.78	22.08	21.50	25.69	1.47
2532	6.36	20.48	13.43	48.32	12.03	(8.61)	(6.58)
2533	26.56	11.46	8.17	13.50	11.71	7.07	(34.18)
2534	(0.19)	(4.07)	(11.14)	(20.30)	(1.92)	1.01	(11.21)
2535	8.68	8.24	8.60	1.76	(3.20)	2.50	4.65
2536	35.59	9.55	1.36	1.89	17.89	(16.41)	13.35
2537	(1.44)	7.23	3.86	(3.74)	8.49	2.42	10.42
2538	1.57	4.01	(4.27)	(2.32)	18.94	14.03	23.21
2539	0.40	1.95	7.34	12.47	3.56	0.29	(0.13)
2540	7.41	(0.64)	1.11	7.77	1.23	(15.37)	6.06
2541	41.47	19.41	15.60	28.33	0.31	12.74	30.57
2542	1.56	5.21	14.67	0.63	13.37	8.35	6.07
2543	9.79	8.96	13.68	8.82	10.72	21.04	14.52
2544	13.15	6.25	3.26	12.11	5.41	(1.82)	18.32
2545	(1.66)	6.47	5.98	(0.98)	7.71	17.25	14.98
2546	(24.97)	(8.03)	(9.93)	(18.79)	(5.59)	(0.10)	(25.27)
เฉลี่ยต่อปี	10.10	8.27	6.03	13.22	7.64	4.38	4.14

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 2-12 จะเห็นได้ว่าโดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียเนีย (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์และหมู่เกาะใกล้เคียง) มีอัตราการขยายตัวสูงสุด รองลงมาได้แก่นักท่องเที่ยวจากทวีปแอฟริกา ซึ่งมีอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยสูงกว่าร้อยละ 10 ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป เอเชียตะวันออก และอเมริกามีอัตราการขยายตัวรองลงมาตามลำดับและมีอัตราเพิ่มโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 6.03 ถึง 8.27 สำหรับนักท่องเที่ยวจากทวีปเอเชียใต้และเอเชียตะวันตกมีอัตราการเพิ่มโดยเฉลี่ยอยู่ในช่วง 4.14 ถึง 4.38 เมื่อพิจารณาการเปลี่ยนแปลงเป็นรายกลุ่มประเทศสามารถสรุปได้ว่ามีอัตราการขยายตัวมาโดยตลอดเว้นแต่ในบางช่วงที่มีอัตราลดลง อันเป็นผลมาจากสาเหตุดังนี้

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียตะวันออก ในช่วงปี พ.ศ.2534-2535 มีอัตราลดลงจากภาวะสงครามอ่าวเปอร์เซีย ส่วนในช่วงปี พ.ศ.2539-2541 มีอัตราลดลงจากภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในภูมิภาค สำหรับช่วงปี พ.ศ.2546 มีอัตราลดลงเนื่องจากปัญหาสงครามอิรักและโรคซาร์ส

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป ในปี พ.ศ.2534 ที่มีอัตราลดลงเนื่องจากปัญหาสงครามอ่าวเปอร์เซียและในปี พ.ศ.2546 เนื่องจากภาวะสงครามอิรักและปัญหาโรคซาร์ส

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มอเมริกา ในปี พ.ศ.2534 มีอัตราลดลงเนื่องจากปัญหาสงครามอ่าวเปอร์เซีย ในปี พ.ศ.2538 มีอัตราลดลงเนื่องจากภาวะถดถอยทางเศรษฐกิจในกลุ่มทวีปอเมริกา และ พ.ศ.2546 มีอัตราลดลงเนื่องจากภาวะสงครามอิรักและโรคซาร์ส

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียเนีย ในปี พ.ศ.2534 ที่มีอัตราลดลงเนื่องจากปัญหาสงครามอ่าวเปอร์เซียและในปี พ.ศ.2546 เนื่องจากภาวะสงครามอิรักและปัญหาโรคซาร์ส

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียใต้ ในช่วงปี พ.ศ.2532 มีอัตราลดลงเช่นเดียวกับปี พ.ศ.2536 และ 2540 อันเป็นผลเนื่องมาจากปัญหาความไม่สงบทางการเมืองและภัยธรรมชาติของกลุ่มเอเชียใต้

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียตะวันตก(กลุ่มตะวันออกกลาง) ช่วงปี พ.ศ.2533-2534 มีอัตราลดลงเช่นเดียวกับช่วงปี พ.ศ.2543-2546 อันเนื่องจากภาวะความไม่สงบจากสงครามอ่าวเปอร์เซียและสงครามอิรัก

นักท่องเที่ยวจากกลุ่มแอฟริกา มีอัตราลดลงในช่วง พ.ศ.2546 อันเนื่องจากปัญหาโรคซาร์ส

นอกจากนี้เพื่อประโยชน์ในการเข้าใจถึงโครงสร้างการบริโภคสินค้าอุตสาหกรรม-  
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศต่างๆ เพื่อใช้ในการวางแผนต่อไปจึงควรพิจารณา  
สัดส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจำแนกตามแหล่งที่มาและวัตถุประสงค์ ดังต่อไปนี้  
ตารางที่ 2-13 สัดส่วนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำแนกตามกลุ่มประเทศแหล่งที่มา และ  
วัตถุประสงค์ที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มประเทศแหล่งที่มา	ปี พ.ศ.	พักผ่อน	ธุรกิจ	ประชุม	อื่นๆ	รวม
เอเชียตะวันออก	2540	88.37	8.83	0.90	1.89	100
	2541	88.54	8.32	0.92	2.22	100
	2542	88.21	9.00	0.92	1.87	100
	2543	88.13	8.49	0.94	2.45	100
ยุโรป	2540	91.19	7.16	0.39	1.26	100
	2541	91.16	6.95	0.43	1.46	100
	2542	91.55	6.67	0.42	1.35	100
	2543	91.48	6.36	0.42	1.74	100
อเมริกา	2540	79.02	15.19	1.05	4.74	100
	2541	80.26	13.30	1.27	5.16	100
	2542	80.95	13.27	1.09	4.69	100
	2543	82.90	12.74	0.61	3.75	100
เอเชียใต้	2540	79.20	13.44	1.59	5.77	100
	2541	79.94	12.90	1.45	5.70	100
	2542	79.56	14.04	1.46	4.93	100
	2543	79.56	12.02	1.63	6.80	100
โอเชียเนีย	2540	85.57	9.84	1.87	2.72	100
	2541	84.54	10.86	1.90	2.69	100
	2542	84.56	10.96	2.01	2.47	100
	2543	83.20	11.40	1.50	3.90	100
เอเชียตะวันตก	2540	88.35	9.24	0.65	1.76	100
	2541	88.54	9.01	0.50	1.95	100
	2542	88.52	9.17	0.53	1.78	100
	2543	85.42	10.79	0.71	3.08	100
แอฟริกา	2540	78.80	18.94	0.79	1.47	100
	2541	77.92	19.07	1.03	1.98	100
	2542	80.27	16.31	1.43	1.98	100
	2543	77.65	18.97	0.89	2.49	100

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งมีข้อมูลจำแนกตามแหล่งที่มาสิ้นสุดเพียงปี พ.ศ.2543

จากตารางที่ 2-13 จะเห็นได้ว่าสัดส่วนวัตถุประสงค์ในการเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยของแต่ละกลุ่มประเทศแหล่งที่มา ไม่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คือ มีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนมากที่สุด แต่นักท่องเที่ยวจากแต่ละกลุ่มประเทศก็มีความแตกต่างกัน ดังนั้นจึงควรอาศัยข้อมูลดังกล่าวในการวางแผนเสนอขายสินค้าให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ในการเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายนอกจากจะพิจารณาจากอัตราการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวแล้ว ควรพิจารณาในด้านลักษณะการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทยด้วย ดังจะเห็นได้จากตารางที่ 2-14, 2-15 และ 2-16 ดังนี้

ตารางที่ 2-14 สัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามประเภทการใช้จ่าย

หน่วย : ร้อยละ

ประเภทการใช้จ่าย	พ.ศ.2540	พ.ศ.2541	พ.ศ.2542	พ.ศ.2543
ค่าซื้อของที่ระลึก	34.35	25.82	34.72	34.47
ค่าที่พัก	24.87	24.28	24.49	24.44
ค่าอาหารและเครื่องดื่ม	15.12	25.28	15.47	14.95
ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิง	9.91	9.87	10.64	10.69
ค่าเดินทางในประเทศ	7.01	6.59	6.52	6.94
ค่าบริการท่องเที่ยว	5.84	3.72	4.23	4.59
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	2.90	4.44	3.92	3.92
รวม(ร้อยละ)	100	100	100	100
รวม(ล้านบาท)	220,754	272,178	253,018	285,272

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย มีข้อมูลสิ้นสุดเพียง ปี พ.ศ.2543

จากตารางที่ 2-14 จะเห็นได้ว่า โครงสร้างการใช้จ่ายในแต่ละประเภท มีสัดส่วนไม่เปลี่ยนแปลงจากเดิมนัก โดยมีสิ่งที่น่าสังเกต คือ ค่าใช้จ่ายเพื่อการบันเทิงมีสัดส่วนที่เพิ่มขึ้นเล็กน้อย นั่นแสดงให้เห็นว่าเราสามารถพัฒนาสินค้าสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้จากเดิมที่อาศัยเพียงวัตถุประสงค์เท่านั้น ไม่ได้มีการปรุงแต่งให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่ามากขึ้น และนอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศจากแต่ละแหล่งที่มาที่มีปริมาณการใช้จ่ายที่แตกต่างกัน ดังเห็นได้จากตารางที่ 2-15

ตารางที่ 2-15 สัดส่วนค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มประเทศที่มาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

หน่วย : ร้อยละ

กลุ่มประเทศ	พ.ศ.2540	พ.ศ.2541	พ.ศ.2542	พ.ศ.2543	พ.ศ.2546
เอเชียตะวันออก	53.16	43.41	51.18	50.58	51.23
ยุโรป	25.51	34.56	26.27	26.98	29.38
อเมริกา	5.74	7.95	9.57	8.74	7.84
เอเชียใต้	7.08	4.18	3.44	3.71	3.66
โอเชียเนีย	3.53	5.44	4.54	5.35	4.31
เอเชียตะวันตก	2.94	3.10	3.33	3.19	2.81
แอฟริกา	2.04	1.37	1.67	1.45	0.77
รวม(ร้อยละ)	100	100	100	100	200
รวม(ล้านบาท)	220,754	272,178	253,018	285,272	289,600

ที่มา : จำนวนจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 2-15 จะเห็นได้ว่า ในกลุ่มประเทศ 3 อันดับแรกไม่มีการเปลี่ยนแปลงอันดับของสัดส่วนการใช้จ่าย โดยพบว่านักท่องเที่ยวจากกลุ่มเอเชียตะวันออกเป็นกลุ่มที่มีสัดส่วนการใช้จ่ายสูงสุด รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป และอเมริกา ตามลำดับ ทั้งนี้ น่าจะเป็นผลเนื่องมาจากสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันนั่นเอง แต่ก็มีสิ่งที่น่าสนใจก็คือ กลุ่มเอเชียใต้มีการใช้จ่ายในสัดส่วนที่ลดลง ในขณะที่กลุ่มโอเชียเนียมีการใช้จ่ายในสัดส่วนที่สูงขึ้นแทน แต่จากข้อมูลที่ปรากฏในตารางข้างต้น พบว่าไม่สามารถบอกถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยได้ชัดเจน เนื่องจากมีผลในด้านจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเกี่ยวข้อง จึงควรศึกษาค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มประเทศ ต่อคนต่อวัน ที่ใช้จ่ายในประเทศไทย จึงน่าจะสามารถนำมาใช้วางแผนได้ชัดเจนและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังตารางที่ 2-16

ตารางที่ 2-16 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในประเทศไทย จำแนกตามกลุ่มประเทศที่มาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

หน่วย : บาท/คน/วัน

กลุ่มประเทศ	พ.ศ.2541	พ.ศ.2542	พ.ศ.2543	พ.ศ.2546
เอเชียตะวันออกเฉียง	3,822.76	4,270.07	4,231.43	4,162.06
ยุโรป	3,692.70	2,861.08	2,992.66	3,261.07
อเมริกา	3,667.84	4,395.61	3,920.12	3,714.53
เอเชียใต้	4,885.25	4,691.85	4,642.70	4,139.37
โอเชียเนีย	3,437.54	3,179.35	3,823.86	3,556.74
เอเชียตะวันตก	4,348.24	4,726.91	4,393.95	3,959.29
แอฟริกา	4,920.58	6,603.01	5,783.75	3,857.78
รวม	3,712.92	3,704.54	3,730.90	3,636.57

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

จากตารางที่ 2-16 จะพบว่า นักท่องเที่ยวจากกลุ่มแอฟริกา เอเชียใต้ เอเชียตะวันตก และเอเชียตะวันออกเฉียง เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน ในอัตราที่สูงกว่า 4,000 บาท ทั้งนี้อาจเป็นได้ว่ากลุ่มประชากรที่มีรายได้ในระดับเฉลี่ยหรือสูงกว่าเฉลี่ยของกลุ่มประเทศนั้น เลือกที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายในระดับที่ไม่สูงนัก ในขณะที่เดียวกัน นักท่องเที่ยวจากกลุ่มยุโรป อเมริกา และโอเชียเนีย เป็นนักท่องเที่ยวที่มีการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวัน ในอัตราที่ต่ำกว่า 4,000 บาท ทั้งนี้อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวจากกลุ่มดังกล่าวมักเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางในระยะไกล ผ่านหลายประเทศ ทำให้ต้องมีการจำกัดการใช้จ่ายและระยะเวลาให้เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ตลอดจนวัตถุประสงค์ของนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวบริโภคสินค้าที่มีราคาไม่แพงนัก แต่เป็นที่เห็นได้ชัดว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มไม่มีความผันผวนเปลี่ยนแปลงมากนัก ที่น่าสังเกตคือมีแนวโน้มลดลงแทบทุกกลุ่ม แสดงว่าประเทศไทยควรต้องปรับปรุงความสามารถในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวหรือเพิ่มจำนวนวันพักของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มที่มีอัตราการใช้จ่ายโดยเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูง จึงจะเป็นประโยชน์มากที่สุด

## 2.5 อุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

เพื่อประโยชน์ในการนำผลเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ศึกษาได้มาใช้ในการวางแผนและดำเนินการให้เกิดประโยชน์ เราจึงควรศึกษาว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบถูกกำหนดด้วยอุปสงค์และอุปทานใดบ้าง เพื่อจะได้เลือกนโยบายที่จะส่งผลถึงปัจจัยที่กำหนดทิศทางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพที่สุด

อุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ ปัจจัยต่างๆ ที่กำหนดความต้องการและการตัดสินใจในการบริโภคสินค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่าประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ราคาสินค้า ได้แก่ค่าครองชีพ และค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวและพักอาศัย
2. รายได้ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
3. ฤดูกาล
4. วัตถุประสงค์ในการเดินทางมาเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ
5. สถานที่พักและสิ่งอุปโภค/บริโภค สินค้าของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
6. ความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน
7. อื่นๆ ได้แก่ลักษณะเฉพาะของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เช่น ประเทศ-แหล่งที่มา อายุ เพศ อาชีพ และวุฒิการศึกษา ฯลฯ รวมถึงการอำนวยความสะดวกต่างๆ เช่น การออกหนังสือเดินทาง วีซ่า การคืนภาษี การตรวจเข้า-ออกประเทศ พิธีการศุลกากร และการประชาสัมพันธ์

อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ สินค้าและบริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวบริโภคในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่าประกอบด้วยปัจจัยต่างๆ ดังนี้

1. ต้นทุน ได้แก่ต้นทุนในการผลิตหรือบำรุงรักษาสินค้า บริการ หรือสิ่งอำนวยความสะดวกอันเป็นปัจจัยเหล่านั้น
2. สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว ได้แก่ ธรรมชาติ วัฒนธรรม ศิลปะ ประเพณีและกิจการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านพักผ่อน การค้า การแพทย์ การกีฬา ความบันเทิง ความรู้ สถานที่
3. การสนับสนุนและนโยบายของรัฐ



จากข้อมูลที่ปรากฏ พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย มีแนวโน้มชะลอตัวลง ตั้งแต่ในปี พ.ศ.2539 เป็นต้นมาทั้งในด้านจำนวนครั้งการเยือนและรายรับจากนักท่องเที่ยว จึงเป็นที่น่ากังวลว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยกำลังจะขาดความสามารถในการแข่งขัน จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องศึกษาระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับประเทศต่างๆ และเพื่อประโยชน์ในอนาคตจึงมุ่งศึกษาเพื่อหาปัจจัยที่สำคัญอันเป็นเหตุให้เกิดการเปลี่ยนแปลงกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย โดยพิจารณาว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสินค้าชนิดหนึ่งในภาคบริการ โดยนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเปรียบเสมือนเป็นการส่งออกสินค้าประเภทบริการ ซึ่งจะได้อธิบายแนวคิดและทฤษฎีในบทต่อไป

### บทที่ 3

#### ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย เปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จึงใช้กรอบแนวคิดของเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศมาใช้ในการศึกษา ซึ่งได้แก่ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ประกอบกับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS Model) และดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุและที่มาของความสามารถในการแข่งขัน และในส่วนของ 2 ของบทนี้ จะกล่าวถึงงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและงานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับความสามารถในการแข่งขันที่ใช้ RCA หรือ CMS Model หรือ REER เป็นเครื่องมือในการศึกษา

#### 3.1 แนวคิดทางทฤษฎี

##### ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ระหว่างประเทศ

การศึกษาความสามารถในการแข่งขัน มีพื้นฐานมาจากทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศที่สำคัญ โดยสามารถแยกตามสาเหตุที่ต้องมีการค้าระหว่างประเทศได้ดังนี้

1) การค้าระหว่างประเทศเกิดจากความแตกต่างของฟังก์ชันการผลิต (Production Function) ของแต่ละประเทศ ทฤษฎีที่อยู่ในกลุ่มนี้ คือ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงสัมบูรณ์ (The Theory of Absolute Advantage) ของ Adam Smith และทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (The Theory of Comparative Advantage) ของ David Ricardo ทฤษฎีทั้งสองนี้ให้ความสำคัญกับข้อสมมุติที่ว่าแรงงานเป็นปัจจัยการผลิตชนิดเดียวในการผลิต โดยทฤษฎีความได้เปรียบเชิงสัมบูรณ์มีหลักการว่า การค้าระหว่างประเทศจะเกิดจากการที่แต่ละประเทศเลือกผลิตสินค้าเพื่อส่งออกสินค้าที่ตนมีความชำนาญ โดยความชำนาญวัดได้จากการใช้แรงงานในการผลิตสินค้าที่ส่งออกน้อยกว่าประเทศอื่นๆ (Absolute Advantage)

ทฤษฎีที่สำคัญและเป็นพื้นฐานในการวิเคราะห์แบบแผนการค้าระหว่างประเทศต่อมา ก็คือ ทฤษฎีความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ ของ David Ricardo ซึ่งอธิบายว่าการค้าระหว่าง-

ประเทศเกิดจากความแตกต่างในต้นทุนเชิงเปรียบเทียบ โดยแต่ละประเทศควรเลือกผลิตสินค้าชนิดที่เมื่อเปรียบเทียบแล้วอัตราส่วนต้นทุนในการผลิตกับประเทศอื่นๆ มีค่าต่ำกว่า

อย่างไรก็ตามทฤษฎีทั้งสองก็มีข้อบกพร่องที่เกิดจากสมมติฐาน ที่ว่า การกำหนดให้ปัจจัยการผลิตมีเพียงชนิดเดียว คือ แรงงาน ทำให้ไม่สามารถนำไปอธิบายสภาพการณ์จริงในปัจจุบัน ซึ่งในความเป็นจริงการผลิตสินค้าต้องประกอบด้วยปัจจัยการผลิตหลายชนิด และปัจจัยการผลิตบางชนิด เช่น ลิขสิทธิ์ นับได้ว่ามีความสำคัญต่อปริมาณการส่งออก ซึ่งนำไปสู่ความได้เปรียบในการผลิตสินค้า และเป็นเหตุผลสำคัญที่ประเทศเจ้าของลิขสิทธิ์นั้นเป็นผู้ผลิตและส่งออกสินค้านั้น

ทฤษฎีทั้งสองเป็นพื้นฐานที่สำคัญในด้านแนวคิดให้กับนักเศรษฐศาสตร์ยุคต่อๆ มาในการพัฒนาทฤษฎีและเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อให้เหมาะสมในการอธิบายรูปแบบการค้าในปัจจุบัน

2) การค้าระหว่างประเทศเกิดจากความแตกต่างกันของปริมาณปัจจัยและทรัพยากรการผลิตของแต่ละประเทศ (Factor Endowments) หรือ ทฤษฎีความแตกต่างกันของปริมาณปัจจัยและทรัพยากรการผลิตของประเทศ (The Theory of Factor Endowments) ในปี ค.ศ.1930 นักเศรษฐศาสตร์ชาวสวีเดน ได้แก่ Eli Heckscher และ B.Ohlin ได้เสนอทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศที่อธิบายถึงสิ่งที่ก่อให้เกิดความแตกต่างในราคาเปรียบเทียบที่ทำให้เกิดการค้าระหว่างประเทศ การกำหนดแบบแผนการค้าและผลได้ของการค้า โดยอธิบายว่าการค้าระหว่างประเทศขึ้นอยู่กับความแตกต่างของปริมาณปัจจัยการผลิตที่แต่ละประเทศมีอยู่ โดยประเทศที่มีทรัพยากรในการผลิตจำนวนมาก จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ในการผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ทรัพยากรในการผลิตที่ประเทศนั้นมีอยู่เป็นจำนวนมาก (Factor Abundance) เช่น ประเทศที่มีทรัพยากรทุนเป็นจำนวนมาก จะผลิตและส่งออกสินค้าที่ใช้ทรัพยากรทุนเข้มข้น (Capital Intensity Goods) เป็นหลัก และนำเข้าสินค้าที่มีการผลิตโดยใช้ทรัพยากรแรงงานเข้มข้น (Labor Intensity Goods) แทน ซึ่งทำให้ผลของการค้าระหว่างประเทศจะช่วยทำให้สวัสดิการสังคม (Social Welfare) โดยรวมสูงขึ้น อย่างไรก็ตามหลักการดังกล่าวจะเป็นจริงได้ต้องอยู่ภายใต้สมมติฐานดังนี้

### ข้อสมมติฐานของทฤษฎี Factor Endowments

1. เปรียบเทียบประเทศคู่ค้า 2 ประเทศ ที่ผลิตสินค้าและบริการเหมือนกันสองชนิด คือสินค้า A และสินค้า B โดยปัจจัยสองชนิดที่ใช้ในการผลิตคือ แรงงาน (Labor) และทุน (Capital)
2. สมการการผลิตสินค้าทั้ง 2 ชนิด ของประเทศทั้งสองต้องเหมือนกันทุกประการ และการผลิตสินค้านั้นมีลักษณะผลได้ต่อขนาดคงที่ (Constant Return to Scale) กล่าวคือ ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงปริมาณปัจจัยการผลิตตามอัตราส่วนที่กำหนดในจำนวนหนึ่ง จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของปริมาณผลผลิตสินค้าในอัตราเดียวกัน
3. สินค้าทั้งสองชนิด ชนิดหนึ่งจะเป็นสินค้าที่ใช้แรงงานเป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิต (Labor Intensive) และสินค้าอีกชนิดหนึ่งเป็นสินค้าที่ใช้ทุน (Capital Intensive) เป็นส่วนประกอบสำคัญในการผลิตเสมอ ไม่ว่าจะอุปทานหรือราคาเปรียบเทียบของปัจจัยการผลิตในประเทศทั้งสองจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างไร
4. ประเทศทั้งสองมีปัจจัยการผลิตที่มีคุณสมบัติเหมือนกันทุกประการ แต่จะมีความหนาแน่นของปัจจัยการผลิต (Factor Abundance) ในปริมาณที่ต่างกัน
5. ทุกตลาดเป็นตลาดเสรี ทั้งในตลาดสินค้าและตลาดปัจจัย มีการจ้างงานเต็มที่ในปัจจัยการผลิตทุกชนิด รวมทั้งปราศจากการกีดกันทางการค้า
6. รสนิยมของผู้บริโภคเหมือนกันในแต่ละประเทศ คือ เมื่อได้บริโภคสินค้าและบริการเพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะทำให้มีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น
7. สินค้าและบริการเท่านั้นที่มีการแลกเปลี่ยนระหว่างประเทศ แต่ปัจจัยการผลิตจะไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ระหว่างประเทศ

ทฤษฎี Factor Endowments ได้รับการยอมรับกันอย่างกว้างขวางว่าอธิบายแบบแผนการค้าระหว่างประเทศได้ใกล้เคียงกับความเป็นจริง และค่อนข้างเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ ในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ทฤษฎีดังกล่าวสามารถนำมาอธิบายสาเหตุของการท่องเที่ยวได้ว่าการท่องเที่ยวเกิดจาก ความต้องการสัมผัสความแตกต่าง (Demand for Different) ของสภาพภูมิประเทศ แหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ของผู้คนต่างท้องถิ่น เป็นต้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นทรัพยากรการผลิตที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งสรุปได้ว่าทฤษฎี Factor Endowments สามารถนำมาอธิบายเกี่ยวกับการค้าระหว่างประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยทรัพยากรการผลิตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถแบ่งได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวโดยธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งประวัติศาสตร์ โบราณคดี และประเพณี วิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละท้องถิ่น และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น
2. ทรัพยากรมนุษย์ และทักษะแรงงาน
3. ทรัพยากรทุนและสาธารณูปโภค

ทั้งนี้พบว่า แหล่งท่องเที่ยวโดยธรรมชาติ (Natural Resources) ประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ เช่น ภูเขา น้ำตก ทะเล และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ในอดีต เช่น แหล่งประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม นับเป็นทรัพยากรการผลิตที่สำคัญของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งทรัพยากรการผลิตชนิดนี้มีลักษณะพิเศษ คือ ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ ความแตกต่างกันของแหล่งท่องเที่ยวที่มีอยู่ของประเทศต่างๆ ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการเดินทางระหว่างกัน ประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติจำนวนมาก (Natural Resources Abundance) จึงมีแนวโน้มที่จะมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (Comparative Advantage) ในด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นพื้นฐานนำไปสู่การพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ประเทศต่างๆ เป็นเจ้าของแหล่ง-ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และสิ่งก่อสร้างที่มนุษย์สร้างขึ้น ซึ่งมักเป็นสถานที่ที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ สิ่งเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นเอกลักษณ์ ที่สร้างความแตกต่างให้กับประเทศต่างๆ เป็นสิ่งดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปสัมผัสเยี่ยมชมนักท่องเที่ยวที่ ต้องการสัมผัสแหล่งท่องเที่ยวและสิ่งก่อสร้างนั้น จำเป็นต้องเดินทางไปยังประเทศนั้นๆ เพียง แห่งเดียว ทำให้ประเทศที่เป็นเจ้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวแห่งนั้น มีอำนาจผูกขาดเกิดขึ้น หรือ เกิดความได้เปรียบเชิงสัมบูรณ์

ขณะที่ทรัพยากรแรงงาน (Human Resources) ซึ่งเป็นปัจจัยการผลิตที่สำคัญ อย่างหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประเทศที่มีจำนวนประชากรมาก และยังเป็นประชากรที่อยู่ในวัยทำงาน มักได้เปรียบในการแข่งขัน เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการ แรงงานเป็นจำนวนมาก (Labor Intensive Goods) ในการดำเนินการด้านต่างๆ เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานในสถานที่ต่างๆ เป็นต้น ซึ่งหากแรงงานเหล่านี้ ได้รับการอบรมฝึกฝน (Training) ให้มีความสามารถในการให้บริการที่ได้มาตรฐาน มีความเอื้ออาทร (Hospitality) และยินดีที่จะให้บริการ (Service Mind) ที่สร้างความประทับใจในการให้บริการ แรงงานเหล่านี้จะเป็นทรัพยากรการผลิต ที่มีคุณภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ สำหรับแรงงานมีฝีมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ เจ้าหน้าที่ในระดับบริหารและวางแผน ที่มีทักษะในเชิงการจัดการด้านการท่องเที่ยวสูง

มักจะมีการเคลื่อนย้ายแรงงานจากประเทศที่พัฒนาแล้วไปสู่ประเทศที่กำลังพัฒนา ซึ่งจะเป็นผลดีต่อประเทศที่กำลังพัฒนาในการที่จะได้รับถ่ายทอดเทคโนโลยีต่างๆ

สำหรับ ทรัพยากรทุนและโครงสร้างสาธารณูปโภค (Capital Resources and Infrastructure) อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมักเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้ทรัพยากรทุนสูง ในส่วนของการพัฒนาสาธารณูปโภคต่างๆ ทั้งในด้านการคมนาคมขนส่ง โรงแรมที่พัก เป็นต้น กล่าวได้ว่าประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวจำนวนมาก แต่ขาดทรัพยากรทุนสนับสนุน ในการก่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกและปรับปรุง แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ให้สามารถเข้าถึงได้ในระดับที่เหมาะสม จะเป็นการทำลายความสามารถในการแข่งขันไปอย่างน่าเสียดาย โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่ไม่สามารถเข้าถึงได้ จะไม่สามารถนับเป็นทรัพยากรของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เพราะไม่สามารถบริโภคได้

ดังนั้นจะเห็นได้ว่าประเทศที่เป็นเจ้าของทรัพยากรการผลิต (Factor Endowments) สำหรับการท่องเที่ยวหนาแน่น (Factor Intensity) ทั้งแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ทรัพยากรแรงงาน รวมทั้งทรัพยากรทุน จะนำไปสู่ความได้เปรียบในการแข่งขัน ซึ่งหากนำมาเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศก็จะเป็นข้อมูลในการกำหนดนโยบายของแต่ละประเทศได้

### ทฤษฎีความสามารถในการแข่งขัน.

1) ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) ในปี ค.ศ.1965 B.Balassa ได้เขียนบทความเรื่อง "Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage" (Balassa, 1979) เพื่ออธิบายความสามารถในการแข่งขันของประเทศต่างๆ ภายหลังจากการปฏิบัติตามพันธกรณีภายใต้ GATS โดยได้พัฒนาเครื่องมือขึ้นมาใหม่คือ Revealed Comparative Advantage (RCA) เพื่อใช้เปรียบเทียบศักยภาพการแข่งขันในระดับนานาชาติของประเทศผู้ส่งออกสินค้าและบริการ

Balassa พัฒนา RCA ขึ้นมาโดยมีแนวคิดพื้นฐานมาจาก ทฤษฎี Comparative Advantage ของ David Ricardo ซึ่งเชื่อว่า ประเทศจะส่งออกสินค้าที่ตนเองมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า โดยกล่าวว่าการวัดสามารถใช้ได้ทั้งข้อมูล มูลค่าการส่งออก มูลค่าการนำเข้า และมูลค่าดัชนีส่งออก-นำเข้า โดยควรพิจารณาเทียบระหว่าง 2 ช่วงระยะเวลา

RCA เป็นดัชนีที่แสดงถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทางการผลิตตามความเชี่ยวชาญเฉพาะ (Specialization) หรือชี้ให้เห็นได้ว่าประเทศผู้ผลิตมีความสามารถในการผลิตสินค้าที่กำลัง

พิจารณาเทียบกับนานาชาติอยู่ในระดับใด โดยการเปรียบเทียบจากสัดส่วนปริมาณการส่งออกสินค้าและบริการดังกล่าวเทียบกับสินค้าหรือบริการรวมในประเภทเดียวกัน กับสัดส่วนการส่งออกดังกล่าวในระดับกลุ่มของนานาชาติ ก็จะเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบได้

ต่อมา Dagenais.M.G. และ Muet.P.A (Dagenais and Muet, 1992) ได้เขียนบทความเสนอว่าตามวิธีการเดิมอาจเกิดข้อผิดพลาดคลาดเคลื่อนได้ จึงควรต้องเทียบส่วนต่อมูลค่าทั้งหมดของโลก ซึ่งจะช่วยให้การสรุปลดข้อผิดพลาดลงได้ ซึ่งได้รับการยอมรับและใช้ในการศึกษาเปรียบเทียบจนกระทั่งในปัจจุบันในกรณี RCA นี้

ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบดังกล่าวสามารถวัดและแสดงได้โดยค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (RCA) (Balassa, 1979 และ Dagenais and Muet, 1992) มีสูตรการคำนวณดังนี้

$$RCA = \frac{(X_{ik} / X_i)}{(X_{wk} / X_w)}$$

โดยที่ RCA คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

- $X_{ik}$  คือ จำนวนหรือมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$
- $X_i$  คือ จำนวนหรือมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $i$
- $X_{wk}$  คือ จำนวนหรือมูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของโลก
- $X_w$  คือ จำนวนหรือมูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของโลก
- $k$  คือ สินค้าแต่ละรายการที่นำมาศึกษา
- $i$  คือ ประเทศผู้ส่งออก

โดยค่าดัชนีสรุปได้ดังนี้

$RCA > 1$  หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ  $i$  สูงกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า  $k$  ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า ประเทศ  $i$  อยู่ในฐานะที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า  $k$

$RCA < 1$  หมายความว่า สัดส่วนการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  ต่อการส่งออกทั้งหมดของประเทศ  $i$  ต่ำกว่าสัดส่วนการส่งออกสินค้า  $k$  ของโลกต่อการส่งออกทั้งหมดของโลก หรือกล่าวได้อีกอย่างหนึ่งว่า ประเทศ  $i$  อยู่ในฐานะที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏในการส่งออกสินค้า  $k$

**ข้อดี** เป็นเครื่องมืออย่างง่ายที่ใช้ในการพิจารณาถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบง่ายต่อการคำนวณและตีความหมาย ที่สำคัญข้อมูลที่ใช้ควรมาจากแหล่งเดียวกันหรือมีวิธีการเก็บและนิยามที่เหมือนกัน เป็นดัชนีที่สามารถชี้ให้เห็นทิศทางการเปลี่ยนแปลงของความสามารถในการแข่งขันได้

**ข้อด้อย** เป็นเครื่องมือที่ไม่แสดงให้เห็นถึงความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่แท้จริง เนื่องจากหากมีการบิดเบือนทางการค้าในลักษณะต่างๆ เช่น ภาษี การอุดหนุน และการกีดกันต่างๆ RCA จะไม่สามารถแสดงให้เห็นถึงการบิดเบือนดังกล่าวได้ทำให้การสรุปผลผิดพลาด นอกจากนั้นยังเป็นเครื่องมือที่แสดงให้เห็นภาพเพียงศักยภาพในการแข่งขันในตลาดโลกเมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีของโลก หรือศักยภาพในการแข่งขันในตลาดของกลุ่มที่ทำการศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับดัชนีของกลุ่มที่ทำการศึกษา แต่ไม่อาจบอกได้อย่างชัดเจนว่าการมีค่าดัชนีที่สูงกว่าจะมีความสามารถในการแข่งขันหรือมีประสิทธิภาพที่ดีกว่า เนื่องจากมีปัจจัยที่แตกต่างกัน จึงสามารถบอกให้ทราบได้เพียงทิศทางแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงเท่านั้น

2) แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS Model) ซึ่งมีพื้นฐานการวิเคราะห์ที่ตั้งอยู่บนข้อสมมติทั่วไปที่ว่า การส่งออกสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งจะถูกกำหนดโดยปัจจัย 2 ด้าน คือ อุปทานและอุปสงค์ ซึ่งอุปทานส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับสภาพการณ์ของประเทศผู้นำเข้า การส่งออกของประเทศใดประเทศหนึ่งอาจไม่สามารถขยายตัวได้รวดเร็วเท่ากับการขยายตัวของการส่งออกเฉลี่ยของโลก เนื่องจากเหตุ 3 ประการ คือ

1. การส่งออกกระจุกตัวอยู่เฉพาะสินค้าที่มีความต้องการในอัตราการขยายตัวต่ำ
2. การส่งออกมุ่งเน้นไปยังตลาดที่ซบเซาหรือมีการขยายตัวต่ำ
3. ประเทศที่ส่งออกจากจะไม่สามารถหรือไม่อยากแข่งขันกับผู้ส่งออกอื่น

ดังนั้นแบบจำลอง CMS จึงเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์หรือวัดการขยายตัวในการส่งออกว่าได้ผลดีหรือไม่ ซึ่งผลจากการส่งออกดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่ามีสาเหตุเนื่องมาจากโครงสร้างการส่งออกของประเทศ หรือความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยอาศัยหลักในการวิเคราะห์ที่พิจารณาถึงผลของการส่งออกที่แท้จริงของประเทศใดประเทศหนึ่งเมื่อเทียบกับกรณีที่ประเทศดังกล่าวสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดของตนไว้ให้คงที่ได้เท่าเดิม โดยความแตกต่างของขนาดการขยายตัวที่เป็นจริงกับที่คำนวณได้จากการกำหนดให้มีส่วนแบ่งการตลาดคงที่ จะสามารถแยกให้ทราบได้ว่าเป็นผลมาจากปัจจัยอะไร โดยแนวคิดนี้เดิมเริ่มจาก



Tyszynski ในปี ค.ศ.1950 มีความสนใจมุ่งศึกษาสาเหตุการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการค้าและการผลิต โดยเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงในส่วแบ่งตลาดของแต่ละประเทศ จะอธิบายได้โดยส่วนต่างของปริมาณสินค้าที่ส่งออกของแต่ละประเทศเมื่อเทียบกับค่าที่คำนวณได้จากแบบจำลองที่กำหนดให้มีส่วแบ่งตลาดในตลาดโลกเท่ากับที่มีอยู่ในตอนเริ่มต้น โดยสมมติว่าส่วแบ่งตลาดที่เกิดขึ้นจริง แสดงว่าเกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของตลาดโลก ส่วนต่างที่เป็นความแตกต่างระหว่างส่วแบ่งตลาดในปัจจุบันกับส่วแบ่งตลาดที่สมมติ เรียกว่าการเปลี่ยนแปลงในการแข่งขัน อันสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถในการแข่งขัน โดยอธิบายได้ดังนี้

$$S = \frac{E}{X} \quad (1)$$

โดยที่  $S$  คือ สัดส่วนการส่งออกของประเทศในตลาดโลก

$E$  คือ การส่งออกของประเทศนั้น

$X$  คือ การส่งออกของโลก

นำสมการที่ (1) มาเขียนใหม่ได้ ดังนี้  $E = SX$  (2)

นำสมการที่ (2) มา Total Differentiation  $dE = SdX + XdS$  (3)

จากสมการที่ (3) แสดงให้เห็นว่าการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศ ( $dE$ ) ขึ้นกับผลการเติบโตของการส่งออกของโลก ( $dX$ ) ที่มีส่วแบ่งตลาดส่งออกคงที่ กำกับอยู่ และผลการแข่งขัน ( $XdS$ ) ถ้าประเทศแข่งขันส่งออกสินค้าในตลาดโลกได้มากขึ้น ทำให้ส่วแบ่งตลาดโลกของประเทศนั้นเพิ่มขึ้น

แต่ถ้าการเปลี่ยนแปลงในการส่งออก ( $E$ ) เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เป็นช่วงเวลา (Sufficiently Discrete) การเปลี่ยนแปลงจะสามารถแสดงได้ดังนี้

$$\begin{aligned} dE &= E_1 - E_0 \\ &= S_1 X_1 - S_0 X_0 \end{aligned}$$

โดย 0 คือปีแรก และ 1 คือปีสุดท้าย และ  $S_1 = S_0 + dS$ ,  $X_1 = X_0 + dX$

$$\text{ดังนั้น } dE = (S_0 + dS) * (X_0 + dX) - S_0 X_0$$

$$= S_0 X_0 + S_0 dX + dS X_0 + dS dX - S_0 X_0$$

$$dE = S_0 dX + dS X_0 + dS dX \quad (4)$$

สมการ (4) แสดงถึงการเปลี่ยนแปลงการส่งออกของประเทศว่าขึ้นอยู่กับ

- การเปลี่ยนแปลงของการค้าโลก (World Trade change,  $S_0 dX$ ) คือการเพิ่มขึ้นของการส่งออกเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นของการค้าโลก
- การเปลี่ยนแปลงในส่วแบ่งตลาด (Country Share change,  $dSX_0$ ) คือการเพิ่มขึ้นของการส่งออกเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness change)
- Interaction Effect ( $dSdX$ ) เป็นเครื่องวัดความสามารถในการปรับตัวของการส่งออกที่ขึ้นกับการเปลี่ยนแปลงของความต้องการในตลาดโลก (World Demand) อย่างไรก็ตาม ผลนี้ขึ้นอยู่กับสัญลักษณ์ว่าเป็นแบบใด อาจเป็นบวก, ลบ หรือศูนย์ก็ได้ ซึ่งต้องระวังการตีความ

หลังจากนั้นในปี ค.ศ.1970 E.E.Leamer และ R.M.Stern (Leamer and Stern, 1970) ได้พัฒนาแนวความคิดของ Tyszynski โดยเสนอแนวคิดว่า ส่วนแบ่งตลาดคงที่ เป็นทฤษฎีที่จะวัดการเพิ่มขึ้นของการส่งออกจากประเทศหนึ่งไปยังตลาดโลก ว่ามีการเปลี่ยนแปลงเพิ่มขึ้นหรือลดลง มาจากสาเหตุอะไร โดยมีข้อสมมติฐานว่า ส่วนแบ่งการค้าของประเทศผู้ส่งออกในตลาดโลกจะไม่เปลี่ยน ดังนั้นทุกประเทศจะสามารถคาดการณ์การส่งออกที่เพิ่มขึ้นของตนได้โดยอาศัยอัตราการเพิ่มของการส่งออกเฉลี่ยของโลก แต่ความแตกต่างที่มีระหว่างการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงกับสิ่งที่คาดไว้ ถูกอธิบายว่ามาจากผลการขยายตัวของตลาดโลก (World Trade effect) ผลการแข่งขัน (Competitiveness effect) ผลของประเภทสินค้า (Commodity-composition effect) และผลการกระจายตลาด (Market-distribution effect) โดยการพิจารณาจะเป็นการเปรียบเทียบระหว่าง 2 ช่วงเวลา และการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองนี้ จะแสดงให้เห็นถึงสัดส่วนของแต่ละปัจจัยว่ามีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกมากน้อยเพียงใด ซึ่งเมื่อพิจารณาแล้วพบว่า ความแตกต่างของผลการแข่งขันระหว่างสิ่งที่เกิดขึ้นจริงกับมูลค่าที่ควรเป็น ถ้าเป็นลบแสดงว่าประเทศนั้นไม่สามารถรักษาส่วนแบ่งตลาดได้ คือสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ถ้าเป็นบวกแสดงว่าประเทศนั้นสามารถเพิ่มส่วนแบ่งตลาดได้ คือมีความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้น โดยมีวิธีคำนวณดังนี้

ให้  $X_i$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ไปยังทุกตลาดของประเทศ A ในปีที่ 1  
 $X'_i$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  ไปยังทุกตลาดของประเทศ A ในปีที่ 2  
 $X_j$  คือ มูลค่าการส่งออกทุกสินค้าจากประเทศ A ไปยังประเทศ  $j$  ในปีที่ 1  
 $X'_j$  คือ มูลค่าการส่งออกทุกสินค้าจากประเทศ A ไปยังประเทศ  $j$  ในปีที่ 2  
 $X_{ij}$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้า  $i$  จากประเทศ A ไปยังประเทศ  $j$  ในปีที่ 1  
 $r_i$  คือ อัตราการขยายตัวของการส่งออกโดยรวมของโลกจากปีที่ 1 ถึงปีที่ 2  
 $r'_i$  คือ อัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้า  $i$  จากปีที่ 1 ถึงปีที่ 2  
 $r'_{ij}$  คือ อัตราการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้า  $i$  ไปประเทศ  $j$  จากปีที่ 1 ถึงปีที่ 2

ทำให้สามารถสรุปเบื้องต้นได้ว่า

1. เมื่อรวมมูลค่าส่งออกสินค้า  $i$  ของประเทศ A ไปยังแต่ละตลาดทุกแห่งเข้าด้วยกันย่อมมีค่าเท่ากับมูลค่าส่งออกรวมของสินค้า  $i$  ทั้งหมดของประเทศ A

$$\sum_j X_{ij} = X_i \quad (1)$$

2. เมื่อรวมมูลค่าส่งออกเป็นรายสินค้าทุกๆ ชนิดของประเทศ A ไปยังประเทศ  $j$  เข้าด้วยกันย่อมมีค่าเท่ากับมูลค่าส่งออกรวมของประเทศ A ไปยังประเทศ  $j$

$$\sum_i X_{ij} = X_j \quad (2)$$

ส่วนข้อมูลสำหรับปีที่ 2 มีลักษณะเดียวกัน มูลค่าของการส่งออกโดยรวมของประเทศ A ในปีที่ 1 เป็นดังนี้

$$\sum_{ij} X_{ij} = \sum_i X_i = \sum_j X_j = X_A \quad (3)$$

โดย  $X_A$  คือ มูลค่าการส่งออกรวมทุกสินค้าและทุกตลาดในปีที่ 1

$X'_A$  คือ มูลค่าการส่งออกรวมทุกสินค้าและทุกตลาดในปีที่ 2

โดยการวิเคราะห์ส่วนเปลี่ยนแปลงแบ่งเป็น 3 ระดับ ดังนี้

ระดับที่ 1 พิจารณามูลค่าส่วนเปลี่ยนแปลงการส่งออกระหว่างปีที่ 1 และปีที่ 2 โดยไม่คำนึงถึงรายละเอียดชนิดของสินค้าและตลาดส่งออก โดยถือว่ามูลค่าส่งออกรวมเป็นการส่งออกสินค้า 1 ชนิด ไปยังตลาดเพียงตลาดเดียว ถ้าหากในปีที่ 2 ประเทศ A ยังคงรักษาส่วนแบ่งการค้าในตลาดโลกได้ โดยสามารถเพิ่มการส่งออกได้ในอัตราที่เท่ากับการขยายตัว

ของการส่งออกของโลก ( $r$ ) ดังนั้น มูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้นส่วนหนึ่งในปีที่ 2 จะมีมูลค่าเท่ากับ  $rX_A$  อันเป็นผลเนื่องจากการขยายตัวของตลาดโลก (World Trade effect) แต่มูลค่าส่งออกจริงในปีที่ 2 มีค่าเท่ากับ  $X'_A$  ดังนั้นผลต่างระหว่าง  $X'_A$  และ  $X_A$  ส่วนที่เหลือนอกจาก ( $rX_A$ ) อาจเป็นผลจากปัจจัยอื่นๆ (unexplained residual) ซึ่งถูกตีความว่า เป็นผลของความสามารถในการแข่งขัน (Competitiveness effect) ตามวิธีการวิเคราะห์แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ จากความสัมพันธ์ที่กล่าวมาที่แสดงด้วยสมการดังนี้

$$X'_A - X_A = rX_A + (X'_A - X_A - rX_A) \quad (4)$$

ระดับที่ 2 จะพิจารณาในกรณีที่มีสินค้าตั้งแต่ 2 ชนิดขึ้นไป แต่ยังคงส่งออกไปยังตลาดเพียงแห่งเดียว (หรืออาจพิจารณาการส่งออกของประเทศหนึ่งไปยังทุกตลาดในโลกโดยรวมทั้งหมดเป็นตลาดเดียว) ข้อพิจารณาเพิ่ม คือ เมื่อมีสินค้าหลายชนิด การขยายตัวของการส่งออกนอกเหนือจาก 2 ส่วนที่ได้อธิบายไปแล้ว ยังมีผลอีกส่วนหนึ่งเนื่องจากการขยายตัวของการส่งออกของโลกในสินค้าชนิดนั้นๆ (Commodity-composition effect) เพราะสินค้าออกแต่ละชนิด ( $r_i$ ) อาจมีการขยายตัวสูงหรือต่ำกว่าอัตราการส่งออกของโลกโดยเฉลี่ย ( $r$ ) ดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงปัจจัยดังกล่าวด้วย ดังแสดงความสัมพันธ์ในสมการดังนี้

$$\begin{aligned} X'_A - X_A &= \sum_i (r_i X_i) + \sum_i (X'_i - X_i - r_i X_i) \\ &= (rX_A) + \sum_i (r_i - r)X_i + \sum_i (X'_i - X_i - r_i X_i) \end{aligned} \quad (5.1)$$

(1)                      (2)                      (3)

พบว่า การขยายตัวของการส่งออกของประเทศ A ถูกจำแนกออกเป็น

(1) World Trade effect :  $rX_A$

(2) Commodity-composition effect :  $\sum_i (r_i - r)X_i$

ซึ่งถ้าผลเป็นบวก หมายความว่า สินค้าส่งออกส่วนใหญ่ของประเทศ A เป็นชนิดที่การส่งออกของโลก ( $r_i$ ) มีการขยายตัวมากกว่าการขยายตัวของการส่งออกของโลก ( $r$ ) แต่ถ้าเป็นชนิดที่การส่งออกเพิ่มขึ้นต่ำกว่าการขยายตัวของการส่งออกของโลกและ ผลจะเป็นลบ

(3) Competitiveness effect :  $\sum_i (X'_i - X_i - r_i X_i)$

ยังคงถูกอธิบายว่าเป็นส่วนต่างของมูลค่าการส่งออกส่วนที่เพิ่มขึ้นจริงกับส่วนเพิ่มที่ควรจะเป็น ซึ่งถ้าสามารถขยายการส่งออกในสินค้าทุกหมวดได้เท่ากับการขยายตัวของการส่งออกของโลกในแต่ละสินค้า ส่วนเพิ่มของมูลค่าการส่งออกที่ควรจะเป็นของแต่ละสินค้าจะมี

ค่าเท่ากับ  $r_i X_i$  เมื่อรวมทุกสินค้าจะได้เท่ากับ  $\sum_i r_i X_i$  เมื่อนำไปลบจากมูลค่าส่วนเปลี่ยนแปลงการส่งออกจะได้เท่ากับ  $\sum_i (X'_i - X_i - r_i X_i)$  หากผลเป็นบวก แสดงว่าประเทศดังกล่าวสามารถเพิ่มการส่งออกได้มากกว่ามูลค่าที่ควรจะเป็น ซึ่งกล่าวได้ว่ามีความสามารถในการแข่งขัน แต่ถ้าผลเป็นลบ แสดงว่าประเทศดังกล่าวกำลังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันหรือสูญเสียความสามารถในการรักษาส่วนแบ่งตลาดให้เท่าเดิมได้

แต่ในทางกลับกัน หากการวิเคราะห์ในระดับนี้มุ่งศึกษาในด้านตลาดที่ส่งออก แทนจะศึกษาในด้านสินค้า คือเสมือนมีสินค้าเดียวแต่ส่งออกไปยังหลายตลาดที่แตกต่างกัน จะสามารถอธิบายได้ดังนี้

$$\begin{aligned} X'_A - X_A &= \sum_j (r_j X_j) + \sum_j (X'_j - X_j - r_j X_j) \\ &= (rX_A) + \sum_j (r_j - r) X_j + \sum_j (X'_j - X_j - r_j X_j) \end{aligned} \quad (5.2)$$

(1)                      (2)                      (3)

เห็นได้ว่า (5.2) จะคล้ายกับ (5.1) แต่ต่างกันในส่วนที่ (2) ซึ่ง (5.2) จะแสดงให้เห็นถึงผลการกระจายตลาด (Market-distribution effect) ซึ่งจะบ่งชี้ว่าตลาดส่งออกสินค้าของประเทศผู้ส่งออก มีการขยายตัวมากน้อยเพียงใดเมื่อเทียบกับการขยายตัวของตลาดโลก ถ้าผลเป็นบวก แสดงว่าตลาดส่งออกสินค้าของผู้ส่งออกนั้นเป็นตลาดที่มีขยายตัวสูงกว่าการนำเข้าของโลกโดยเฉลี่ย ซึ่งจะมีส่วนช่วยให้การส่งออกที่ควรจะเป็นของไทยในปีถัดไปเพิ่มขึ้นด้วย แต่ถ้ามีผลเป็นลบ แสดงว่าการส่งออกสินค้านี้ต่ำกว่าของผู้ส่งออกเป็นการส่งสินค้าไปยังตลาดที่ไม่เหมาะสม กล่าวคือเป็นตลาดที่มีการขยายตัวต่ำกว่าที่ควร นั่นจะทำให้การขยายตัวของการส่งออกต่ำกว่าการขยายตัวที่ควรจะเป็น

ระดับที่ 3 เป็นการพิจารณาอย่างเต็มรูปแบบ ตามสภาวะความเป็นจริงในตลาดโลก คือมีสินค้าหลายชนิด และแต่ละชนิดต่างถูกส่งออกไปยังตลาดหลายแห่ง ซึ่งจะมีรูปแบบความสัมพันธ์อธิบายได้ดังนี้

$$X'_{ij} - X_{ij} = r_{ij} X_{ij} + (X'_{ij} - X_{ij} - r_{ij} X_{ij})$$

เมื่อรวมทุกตลาดและทุกสินค้าแล้วจะมีรูปแบบความสัมพันธ์ดังนี้

$$\begin{aligned}
 X'_A - X_A &= \sum_{ij} r_{ij} X_{ij} + \sum_{ij} (X'_{ij} - X_{ij} - r_{ij} X_{ij}) \\
 &= (rX_A) + \sum_i (r_i - r) X_i + \sum_j (r_{ij} - r_i) X_{ij} + \sum_{ij} (X'_{ij} - X_{ij} - r_{ij} X_{ij}) \quad (6) \\
 &\quad (1) \qquad (2) \qquad (3) \qquad (4)
 \end{aligned}$$

พบได้ว่ามูลค่าการส่งออกที่เพิ่มของผู้ส่งออกเกิดจากปัจจัย 4 ประการดังนี้

- (1) World Trade effect :  $rX_A$
- (2) Commodity-composition effect :  $\sum_i (r_i - r) X_i$  หรือ  $\sum_i r_i X_i - \sum_i r X_i$
- (3) Market-distribution effect :  $\sum_j (r_{ij} - r_i) X_{ij}$  หรือ  $\sum_{ij} r_{ij} X_{ij} - \sum_i r_i X_{ij}$
- (4) Competitiveness effect :  $\sum_{ij} (X'_{ij} - X_{ij} - r_{ij} X_{ij})$

ข้อมูลที่น่ามาใช้ในการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่นี้คือ จำนวนส่งออกรายสินค้าที่ต้องการพิจารณาของประเทศที่ต้องการศึกษาโดยแบ่งตามประเทศผู้นำเข้า (แต่ละตลาด) ผลรวมการนำเข้าสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งของผู้นำเข้าทุกประเทศคือการส่งออกของสินค้าชนิดนั้นของโลก และการส่งออกทุกสินค้าของโลก (โดยข้อมูลที่น่ามาจะเป็นด้านปริมาณหรือมูลค่าก็ได้)

ข้อดี เป็นเครื่องมือที่ช่วยอธิบายสาเหตุการเปลี่ยนแปลงของการส่งออกในแต่ละช่วงเวลา และแสดงให้เห็นว่าสาเหตุของการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเป็นสัดส่วนที่ต่างกันมากน้อยเพียงใด ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการนำมาวางแผนกำหนดนโยบายและกลยุทธ์ต่อไป นอกจากนี้ยังเป็นเครื่องมือที่สามารถแสดงให้เห็นถึงประเภทของสินค้าและตลาดที่เหมาะสมได้

ข้อด้อย เครื่องมือนี้ไม่แสดงถึงปัจจัยอื่นๆ ที่มีผลเกี่ยวข้อง เช่น ราคาส่งออกที่ต่ำอันเนื่องมาจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนค่ากว่า คุณภาพสินค้า ประสิทธิภาพด้านการตลาด ความสามารถในการผลิตและส่งมอบสินค้าตามกำหนด ตลอดจนการกีดกันและอุดหนุนต่างๆ ทำให้ไม่สามารถระบุผลได้ว่าเป็นเพราะอะไร รวมทั้งการใช้อัตราการขยายตัวของโลกเป็นบรรทัดฐาน เป็นสิ่งที่ไม่อาจสะท้อนให้เห็นถึงสวัสดิการสังคมได้ รวมทั้งเป็นเครื่องมือที่ไม่อาจนำผลการศึกษามาอธิบายทิศทาง แนวโน้มในอนาคตได้ และไม่ได้พิจารณาถึงความยืดหยุ่นของสินค้าที่ทดแทนกัน

3) ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Effective Exchange : REER) เป็นการคำนวณหาอัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพตามทฤษฎี Purchasing Power Parity : PPP ซึ่งได้

ประยุกต์แนวคิด Law of One Price กับกลุ่มสินค้า (Bundles of goods) โดยกล่าวว่าภายใต้สมมติฐานว่าเป็นตลาดที่มีโครงสร้างของตลาดแข่งขันสมบูรณ์ และมีประเทศ 2 ประเทศทำการค้าระหว่างกัน ไม่มีการกีดกันทางการค้า ไม่มีต้นทุนค่าขนส่งสินค้า และต้นทุนข้อมูลในการทำธุรกรรมการค้าระหว่างประเทศ กลุ่มสินค้าชนิดเดียวกันนี้ที่ขายในสองประเทศจะมีราคาซึ่งเมื่อคำนวณเป็นสกุลเงินเดียวกันจะเท่ากัน ดังนั้นระดับอัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพจะถูกกำหนดโดยสัดส่วนของระดับของระดับราคาสินค้าในประเทศต่อระดับราคาสินค้าในต่างประเทศ กล่าวคือประเทศที่มีราคาสินค้าสูงกว่าโดยเปรียบเทียบกับคู่ค้า อัตราแลกเปลี่ยนของประเทศนั้นจะมีแนวโน้มอ่อนค่าลงเนื่องจากความต้องการซื้อสินค้าจากประเทศนั้นลดลง ทำให้ความต้องการในสกุลเงินของประเทศนั้นลดลงเรื่อยๆ จนในที่สุดทำให้ราคาสินค้าของทั้งสองประเทศเท่ากันเมื่อคิดเป็นสกุลเงินเดียวกัน นั่นคือ ดุลการค้าระหว่างประเทศอยู่ในภาวะสมดุล และอัตราแลกเปลี่ยนดังกล่าวเป็นอัตราแลกเปลี่ยนดุลยภาพ ดังนั้น อัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (อัตราแลกเปลี่ยนปรับด้วยสัดส่วนระดับราคาสินค้าเปรียบเทียบ) จึงมีค่าคงที่ภายในช่วงระยะเวลาหนึ่ง

แต่อย่างไรก็ตาม เมื่อต้องการพิจารณาว่าค่าเงินของประเทศใดอยู่ในระดับที่เหมาะสมหรือไม่ มีค่าสูงหรือต่ำเกินไปจนมีผลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันทางการค้า ควรต้องพิจารณาจากค่าเงินของประเทศนั้นเปรียบเทียบกับค่าเงินของประเทศคู่ค้าที่สำคัญซึ่งมักมีมากกว่า 1 ประเทศ และต้องคำนึงถึงต้นทุนทางด้านราคาประกอบด้วย จึงควรพิจารณาในรูปของดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Effective Exchange Rate : REER) จึงจะเหมาะสม โดยเปรียบเทียบค่าที่คำนวณได้กับค่าดัชนีในปีที่ใช้เป็นปีฐาน ซึ่งอาจถือได้ว่าปีฐานเป็นปีที่มีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงอยู่ในระดับดุลยภาพที่เหมาะสม พบว่า หากในช่วงใดมีค่าดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงสูงกว่าค่าดัชนีปีฐาน แสดงว่าค่าเงินในช่วงนั้นสูงเกินไป (Overvalued) แต่ถ้าในช่วงใดค่าดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงต่ำกว่าค่าดัชนีปีฐาน แสดงว่าค่าเงินในช่วงนั้นต่ำเกินไป (Undervalued) ซึ่งค่าดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงจะมีค่าลดลงได้อาจเป็นผลเนื่องมาจาก

1. ค่าเงินอ่อนค่าลงเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเงินของประเทศคู่ค้าที่สำคัญ คือดัชนีค่าเงินในรูป Nominal term ลดลง
2. สัดส่วนราคาสินค้าเมื่อเทียบกับราคาสินค้าของคู่ค้าลดลง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าราคาสินค้าที่ผลิตในประเทศมีแนวโน้มถูกลงเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในประเทศคู่ค้า

การวิเคราะห์ด้วยดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ทำได้โดย

1. อำนาจซื้อระหว่างประเทศ (Purchasing Power Parity : PPP)

$$PPP = ER * \left( \frac{P_d}{P_f} \right)$$

โดย  $ER$  คือ อัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นตัวเงินระหว่างเงินสกุลของประเทศที่ศึกษา ต่อ 1 หน่วยเงินสกุลประเทศคู่ค้า

$P_f$  คือ ดัชนีราคาของประเทศคู่ค้า

$P_d$  คือ ดัชนีราคาของประเทศที่ทำการศึกษา

2. ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Effective Exchange Rate : REER) จะมีการนำมูลค่าการค้าระหว่างประเทศมาพิจารณาด้วยเนื่องจากเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออัตราแลกเปลี่ยน โดยนำมาถ่วงน้ำหนัก ทำให้มีรูปแบบการคำนวณดังนี้

$$REER = \sum_i (PPPindex)_i * W_i$$

โดย  $(PPPindex)_i$  คือ ดัชนีอำนาจซื้อระหว่างประเทศของประเทศที่ศึกษาต่อประเทศ  $i$

$W_i$  คือ สัดส่วนการค้าระหว่างประเทศที่ศึกษาต่อประเทศ  $i$

การศึกษาด้วยดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงอาจพิจารณาโดยรวมต่อโลก หรือพิจารณาเฉพาะต่อประเทศคู่ค้ารายเดียว (Bilateral) : BREER ก็ได้ โดยเทียบกับค่าดัชนีในปีก่อนข้อสังเกตที่สำคัญ คือ  $\sum_i W_i = 1$

ค่าดัชนีที่ได้ (ทั้งแบบโดยรวมและแบบเฉพาะประเทศคู่ค้า) เมื่อเทียบกับค่าดัชนีในปีก่อน(ให้ปีก่อนมีค่าดัชนีเป็น 100) แล้ว พบว่าถ้ามีค่ามากกว่า 100 แสดงว่าค่าที่แท้จริงของเงินสกุลที่พิจารณานั้นลดลงเมื่อเทียบกับสกุลเงินของประเทศคู่ค้า ซึ่งจะเป็นผลดีต่อการขยายตัวของการส่งออก แต่ถ้าค่าดัชนีมีน้อยกว่า 100 แสดงว่าค่าที่แท้จริงของเงินสกุลที่พิจารณานั้นเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับสกุลเงินของประเทศคู่ค้า อันอาจทำให้ภาคการส่งออกสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน

**ข้อดี** เป็นเครื่องมือที่สะดวกและช่วยอธิบายผลจากความแตกต่างในด้านราคาที่เกิดจากอัตราแลกเปลี่ยน

**ข้อด้อย** เป็นเครื่องมือที่ไม่สามารถอธิบายหรือแสดงผลที่เกิดจากการควบคุมราคาสินค้า รวมทั้งนโยบายอื่นๆ ที่ทำให้เกิดการบิดเบือนทางราคาได้



### 3.2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

จากการสำรวจการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่ามีการศึกษาอยู่หลายรูปแบบ โดยแบ่งได้เป็น

1. การศึกษาสภาพโดยทั่วไป ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยว (อุปสงค์) ซึ่งมีอยู่หลายฉบับ เช่น

Kuo-Liang Wang and Chung-Shu Wu (2543) ทำการศึกษาถึงปริมาณการท่องเที่ยวของประเทศไต้หวัน ฮองกง สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย ไทย และฟิลิปปินส์ เพื่อสร้างแบบจำลองอุปสงค์โดยใช้ตัวแปรตามเป็นส่วนแบ่งตลาดของนักท่องเที่ยว ตัวแปรนำคือราคาสินค้าและบริการ โดยเปรียบเทียบ (ราคาค่าเดินทาง ราคาสินค้าและบริการในประเทศจุดหมาย อัตราแลกเปลี่ยนดัชนีราคาผู้บริโภค) อัตราแลกเปลี่ยน ระยะเวลาท่องเที่ยว โดยใช้ข้อมูลรายปี ช่วง ค.ศ.1974-1994 และให้ตัวแปร Dummy ช่วยโดยกำหนดให้แทนเหตุการณ์ที่สนใจ ได้แก่ การที่สหรัฐฯ สิ้นสุดความสัมพันธ์ทางการทูตกับประเทศไต้หวัน การที่ประเทศจีนเปิดเสรี เหตุการณ์ความไม่สงบในประเทศฟิลิปปินส์ และปีการท่องเที่ยวของประเทศมาเลเซีย โดยใช้วิธีวิเคราะห์แบบจำลองแบบ Simultaneous-Equation ด้วยวิธี Three-stage Least Squares (3 SLS) แบ่งการวิเคราะห์เป็นกรณีนักท่องเที่ยวจากสหรัฐฯ และกรณีนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น พบว่า

(1) นักท่องเที่ยวทั้ง 2 กลุ่มมีลักษณะและวัตถุประสงค์ในการเดินทางที่แตกต่างกัน ทำให้มีลักษณะที่ต่างกัน in ผลที่พบต่อตัวแปรราคาเปรียบเทียบ

(2) ผลต่อปัจจัยอัตราแลกเปลี่ยนจะไม่มีผลหาเทียบกับสกุลเงินของประเทศผู้เดินทาง

(3) ปัจจัยทางอุปทานมีผลต่อปริมาณนักท่องเที่ยว (เหตุการณ์ต่างๆ ที่สนใจศึกษา)

มิ่งสรรพ ขาวสอาดและคณะ (2534) ทำการศึกษาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ โดยใช้วิธีการสำรวจและเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวทั้งในเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถาม

การศึกษานี้ได้กล่าวถึงสภาพโดยรวมของสถานการณ์และแนวโน้มของการท่องเที่ยวของโลกและประเทศไทย สรุปได้ว่ามีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น และพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวของไทยในช่วงปี พ.ศ.2540-2546 พร้อมนี้ได้ศึกษาศักยภาพของการท่องเที่ยวไทย ด้วยวิธีการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวจำนวน 389 คน พบว่าประเทศที่มีศักยภาพของการท่องเที่ยวสูงสุด 5 ประเทศในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ ออสเตรเลีย ญี่ปุ่น ไทย สิงคโปร์ และอินโดนีเซีย โดยแยกศักยภาพเป็น 3 กลุ่ม คือ ความดึงดูดใจของทรัพยากรท่องเที่ยว การบริหารและการจัดการของรัฐ และการจัดการและให้บริการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่า ในกลุ่มสินค้าท่องเที่ยว ไทยได้รับการยกย่องว่ามีศักยภาพสูงกว่าประเทศอื่นๆ จำนวน 5 ประเภทจากทั้งหมด 12 ประเภท ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์ กิจกรรมทางวัฒนธรรม อธิยาศัยของคนไทย อาหาร และชีวิตราตรี แต่พบข้อจำกัดที่รุนแรง ได้แก่ความสามารถของกรุงเทพฯ ในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในด้านการจราจร การจัดการมลพิษและมาตรฐานฝุ่นละออง สำหรับข้อจำกัดที่สำคัญอีกประการคือความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของระบบนิเวศ และได้เสนอให้กรุงเทพฯ ลดมลภาวะและเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการ ขยายจำนวนจุดเข้า-ออกของประเทศไทย เพิ่มแหล่งพักผ่อนสำหรับชุมชนเมืองและแหล่งท่องเที่ยวระดับรอง พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวถึงธรรมชาติที่มีกำลังรองรับสูง และมุ่งเน้นขยายตลาดสินค้าใหม่เช่น ตลาดประชุม นิทรรศการ และการให้รางวัลด้วยการท่องเที่ยว รวมทั้งมีการเสนอแผนและกลยุทธ์ต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อใช้ในการวางแผนต่อไป

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาดและคณะ (2544) ศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) โดยบทสรุปเสนอผู้บริหาร ได้ใช้การวิเคราะห์ด้วยวิธี SWOT Analysis อธิบายสภาพภายนอกกว่าในแผนฯ ฉบับที่ 9 สภาพภายนอกที่สำคัญคือ ภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจสหรัฐฯ และญี่ปุ่น กระแสการพัฒนาของเทคโนโลยี และแนวโน้มการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวจะรุนแรงมากขึ้น สำหรับสภาพภายในที่สำคัญคือ เป็นช่วงที่มีการกระจายอำนาจปกครองสู่ท้องถิ่น ทำให้ขาดความเชื่อมโยงอาจก่อให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมที่ไม่พึงประสงค์ได้ พบว่าไทยมีจุดแข็งที่สำคัญคือ เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยวสวยงามหลายประเภท ประชาชนมีอัธยาศัยดีงาม แต่มีจุดอ่อนที่สำคัญคือ ความสามารถในการรองรับของสนามบินและประสิทธิภาพการให้บริการที่ไม่สม่ำเสมอ การจราจรที่แออัด การบริหารจัดการอุปสงค์ที่ไม่ตอบสนองกับความต้องการของลูกค้า การไม่ปฏิบัติตามแผนและเวลาที่กำหนดไว้ สำหรับโอกาสของประเทศไทยคือ การพัฒนาตัวเองไปสู่การท่องเที่ยวประเภทประชุม นิทรรศการและการท่องเที่ยวที่เป็นรางวัล โดยในรายงานฉบับนี้ได้เสนอวาระแห่งชาติเพื่อ "การท่องเที่ยวยั่งยืน" และมีการคาดเป้าหมายรายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ.2544-2549 มีการเสนอแผนและกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับวาระแห่งชาติที่ได้เสนอมา

ภาคภูมิ สีนุชก (2547) ทำการศึกษาเพื่อหาผลกระทบจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อผลผลิตและการจ้างงานของภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย โดยอาศัยแบบจำลองปัจจัยการผลิตระดับภูมิภาค ทั้งนี้ผู้ศึกษาใช้แบบจำลองการผลิต-ผลผลิตของประเทศไทย พ.ศ.2541 เป็นต้นแบบในการสร้างแบบจำลอง และใช้ข้อมูลการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2544 โดยทำการศึกษาผลกระทบต่อสาขาเศรษฐกิจทั้งสิ้น 16 สาขา ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งในแบบผลกระทบไปข้างหน้าและผลกระทบไปข้างหลัง

ผลการศึกษาพบว่าค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งประเภทนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่งผลต่อการสร้างรายได้ (เทียบกับผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศของภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) และการจ้างงาน (ในภูมิภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อสาขาเศรษฐกิจทั้ง 16 สาขาที่ทำการศึกษา และมีความเชื่อมโยงจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อภาคธุรกิจอื่นๆ พบว่าเป็นภาคที่ช่วยกระตุ้นให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

2. การศึกษาความสามารถในการแข่งขัน พบว่าในการศึกษาที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีดังนี้

ชยันต์ ดันติวัสดาการ, วัชรียา โตสงวน และเพลินพิศ สัตย์สงวน (2540) ได้ศึกษาศักยภาพการแข่งขันธุรกิจการค้าบริการของไทย อันได้แก่สาขาการธนาคาร (ธนาคารพาณิชย์) สาขาโทรคมนาคม สาขาการท่องเที่ยว และสาขาการก่อสร้าง เพื่อนำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะทางนโยบายสำหรับการเจรจาความตกลงทั่วไปว่าด้วยการค้าบริการ (General Agreement on Trade in Service : GATS)

ในการศึกษาศักยภาพการแข่งขันของสาขาการท่องเที่ยว ได้ใช้ดัชนี RCA มาประยุกต์เป็นเครื่องมือในการศึกษา โดยใช้ข้อมูลของ Pacific Asia Travel Association (PATA) ในปี พ.ศ. 2537-2538 ในการคำนวณ โดยศึกษาใน 2 ลักษณะ ได้แก่ ด้านการให้บริการตามวัตถุประสงค์ของการเดินทางท่องเที่ยว และด้านรายจ่ายของนักท่องเที่ยว

ในด้านแรก PATA ได้แจกแจงจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวออกเป็น 5 ประเภท คือ เพื่อการพักผ่อนวันหยุด (Holiday) การติดต่อธุรกิจ (Business) เยี่ยมเพื่อนและญาติ (Visit Friend/Relatives) สัมมนา (Convention) และอื่นๆ (Other) ในการเดินทางเยือนประเทศสมาชิก 13 ประเทศ ได้แก่ ใต้หวัน ฮองกง ญี่ปุ่น กลุ่มประเทศเอเชียใต้ กัมพูชา ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ ไทย ออสเตรเลีย นิวคาลิโดเนีย ปาปัวนิวกินี และตาสิตี เพื่อเปรียบเทียบว่าประเทศใดมีความสามารถในการให้บริการในทุกวัตถุประสงค์ของประเทศนั้นๆ กับสัดส่วนการให้บริการในแต่ละวัตถุประสงค์ของการมาเยือนของทุกประเทศต่อการให้บริการในทุกวัตถุประสงค์การเยือนของทุกประเทศ ซึ่งพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่สุดในกลุ่ม โดยเฉพาะในการให้บริการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อน มีค่าดัชนีถึง 1.5 แต่ความสามารถในการสัมมนามีค่าดัชนีเป็น 1 ซึ่งถือได้ว่ามีศักยภาพแต่ยังต่ำกว่าประเทศอื่นอยู่

สำหรับในด้านรายจ่าย เป็นการคำนวณจากความสามารถของแต่ละประเทศในการสร้างรายได้จากการมาเยือนของนักท่องเที่ยวต่อครั้งการเยือน ได้พิจารณาจากรายจ่ายของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันและสถิติรายจ่ายต่อผู้มาเยือน ซึ่งเลือกใช้สถิติรายจ่ายต่อผู้มาเยือน เนื่องจากเห็นได้ว่ารายจ่ายของนักท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อวันนั้น ไม่สะท้อนภาพความสามารถที่แท้จริง เพราะอาจเกิดจากค่าครองชีพของแต่ละประเทศที่ไม่เท่ากัน ทำให้สถิติรายจ่ายของนักท่องเที่ยวต่อวันของประเทศที่มีค่าสูง อาจจะสรุปไม่ได้ว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพสูงเสมอไปได้ แต่ในขณะที่สถิติรายจ่ายต่อผู้มาเยือนจะสามารถแสดงให้เห็นได้โดย ถ้าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูง จะทำให้นักท่องเที่ยวไม่ต้องการพำนักอยู่ในประเทศนั้นนาน สถิติรายจ่ายต่อผู้มาเยือนก็จะมีค่าต่ำ แต่ถ้ารายจ่ายต่อ

ผู้มาเยือนนั้นมีค่าสูง ก็แสดงว่าบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศนั้นต้องมีคุณลักษณะที่ดีมากพอ จนสามารถจูงใจนักท่องเที่ยวให้ยินดีพักค้างอยู่ในประเทศนั้นหลายวัน แม้ค่าใช้จ่ายจะสูงก็ตาม โดยการศึกษาแบ่งเป็น ด้านภาพรวมและตามประเภทของรายจ่าย 6 ประเภท คือ ค่าที่พัก ค่าอาหาร/เครื่องดื่ม ค่าใช้จ่ายซื้อของ ค่าเที่ยวชมสถานที่/ค่าพาหนะเดินทาง ค่าสังนนาการ และ ค่าใช้จ่ายอื่นๆ พบว่าไทยมีความสามารถสูงกว่า 1 ทั้งในด้านภาพรวมและในแต่ละประเภทรายจ่าย โดยพบว่าประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ สิงคโปร์ ที่ได้เปรียบเฉพาะในด้านการใช้จ่ายซื้อของ และบริการอื่นๆ สำหรับอินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในด้านอาหารมากที่สุด รองลงมาคือที่พัก ส่วนด้านอื่นๆ มีค่าดัชนีต่ำกว่า 1 และพบว่ามาเลเซีย เป็นประเทศที่มีจุดเด่นใกล้เคียงกับไทยมากที่สุด และฟิลิปปินส์มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบมากที่สุดในด้านสังนนาการ อาหาร/เครื่องดื่ม และที่พัก

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาดและคณะ (2544) ศึกษาเปรียบเทียบค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ (รายงานการศึกษาดังกล่าวเรียกว่า Comparative Advantage Ratio : CAR) จากความสามารถในการดึงดูดนักท่องเที่ยวจากตลาดเป้าหมายเทียบกับประเทศในกลุ่มเอเชียแปซิฟิก 6 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย สิงคโปร์ ฟิลิปปินส์ ออสเตรเลีย จีนและไทย ในช่วงปี พ.ศ.2537-2542

ผลการศึกษาพบว่า ในช่วง 6 ปีที่ทำการศึกษา ศักยภาพของไทยในภูมิภาคตะวันออกกลาง ลดลง (CAR จาก 3.4 เป็น 1.8) และในภูมิภาคยุโรป (จาก 2.1 เป็น 1.9) สำหรับศักยภาพของไทยในภูมิภาคเอเชียทรงตัว โดยที่มีศักยภาพไม่สูงนัก (CAR ประมาณ 1) รวมทั้งในภูมิภาคอเมริกา ไทยมีศักยภาพที่ค่อนข้างต่ำและไม่เปลี่ยนแปลง ถึงแม้ว่าจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวจากสหรัฐฯ เดินทางมาประเทศไทยมากขึ้นอันเนื่องจากตลาดนักท่องเที่ยวจากสหรัฐฯ ขยายตัวก็ตาม แต่ประเทศไทยไม่ได้เปรียบในการขยายตัวในตลาดดังกล่าว สำหรับภูมิภาคสแกนดิเนเวีย ศักยภาพของไทยสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยเฉพาะในประเทศเดนมาร์ก (จาก 3.1 เป็น 3.4)

จากผลการศึกษาที่พบ สามารถสรุปได้ว่า แม้จำนวนนักท่องเที่ยวในเชิงปริมาณของ ไทยจะมีอัตราการขยายตัวที่สูงขึ้น แต่เมื่อวิเคราะห์ในเชิงลึก ประเทศไทยมีความจำเป็นต้องปรับปรุง และทำการตลาดในเชิงรุกมากขึ้น เพื่อเสริมสร้างและรักษาความสามารถในการแข่งขัน

ศูนย์เศรษฐกิจระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2541) ได้ศึกษาผลกระทบของการเปิดเสรีการค้าภาคบริการที่มีต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย กรณีกรอบความตกลงของ แกดต์ อาเซียน และเอเปค โดยได้ศึกษาค่าดัชนี RCA เปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันระหว่างประเทศในกลุ่มเอเปคและอาเซียน ระหว่างปี พ.ศ.2533-2538 ภาคบริการที่ศึกษา ได้แก่ การขนส่ง การท่องเที่ยว รายได้จากแรงงาน ผลตอบแทนจากการลงทุน บริการของภาครัฐบาล และบริการอื่นๆ โดยเปรียบเทียบสัดส่วนรายรับบริการแต่ละสาขาต่อรายรับบริการทุกสาขา รวมทั้งหมดของประเทศ และสัดส่วนรายรับบริการสาขานั้นต่อรายรับบริการรวมทุกสาขาของโลก

ผลการศึกษาพบว่าค่าดัชนี RCA ในด้านการท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบระหว่างประเทศไทยกับกลุ่มอาเซียนในช่วงปีเดียวกันพบว่า ไทยมีค่าดัชนีสูงกว่ากลุ่มอาเซียน (ไทยอยู่ระหว่าง 1.7332-3.4890 สำหรับภูมิภาคอยู่ระหว่าง 1.2391-2.9018) และของประเทศสมาชิกทุกประเทศโดยตลอด ยกเว้น อินโดนีเซียมีค่าดัชนีสูงกว่าประเทศไทยตลอดช่วงเวลาดังกล่าว

และเมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศสมาชิกเอเปค ในช่วงปีเดียวกัน ไทยก็มีค่าเฉลี่ยสูงกว่า 1 เมื่อเทียบกับกลุ่มเอเปค (เอเปคอยู่ระหว่าง 0.0010-1.1331) และประเทศสมาชิกทุกประเทศโดยตลอด จึงกล่าวได้ว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในสาขาบริการท่องเที่ยว และสูงกว่าทุกประเทศในกลุ่มเอเปค และอาเซียน ยกเว้นประเทศอินโดนีเซีย

พิจารินี โลหัยยะกุล (2545) ศึกษาประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติของไทย โดยศึกษาศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรม MICE ของไทยในตลาดโลกเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชีย (ที่เป็นสมาชิกของ Asia Association of Convention and Visitor Bureaus : AACVB) ได้แก่ จีน ฮองกง อินโดนีเซีย ญี่ปุ่น เกาหลี มาเก๊า มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ และไทย โดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ศึกษาจากสถิติจำนวนครั้งการจัดกิจกรรม MICE ในระดับนานาชาติ ช่วงปี พ.ศ.2536-2543 ในการคำนวณ โดยประยุกต์ใช้สัดส่วนจำนวนครั้งของการจัดกิจกรรมแต่ละประเภท (M-I-C-E) ของแต่ละประเทศต่อกิจกรรม MICE ทั้งหมด กับสัดส่วนกิจกรรมแต่ละประเภท (M-I-C-E) ของประเทศสมาชิก ต่อจำนวนครั้งการจัดกิจกรรม MICE ทั้งหมดที่เกิดขึ้นในแต่ละปีของประเทศสมาชิก ซึ่งค่าดัชนีที่ได้จะทำให้ทราบถึงศักยภาพในการแข่งขันของแต่ละประเทศในแต่ละกิจกรรม เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกพบว่าด้านการประชุมนานาชาติ (Meeting and Convention) เปรียบเทียบข้อมูลของประเทศ

สมาชิก ซึ่งมีอยู่ 7 ประเทศ พบว่าไทยอยู่ในฐานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ ดัชนีมีค่าเฉลี่ยที่ 0.94 อยู่ในลำดับที่ 5 และมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจน ในด้านนี้อันดับสูงสุดได้แก่ มาเก๊า ด้านการแสดงสินค้านานาชาติ (Exhibition) เปรียบเทียบข้อมูลของประเทศสมาชิกซึ่งมีอยู่ 8 ประเทศ พบว่าไทยมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ คือมีค่าดัชนีเฉลี่ยที่ 0.32 อยู่ในลำดับที่ 6 และตั้งแต่ปี พ.ศ.2540 มีแนวโน้มลดลง สำหรับประเทศที่มีค่าดัชนีสูงสุดได้แก่ จีน ด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive) ได้เปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกที่มีข้อมูล 6 ประเทศ พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ มีค่าดัชนีเฉลี่ยเป็น 1.16 อยู่ในลำดับที่ 3 และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นตลอด ประเทศที่มีค่าดัชนีสูงสุดคือ สิงคโปร์

ทั้งนี้ได้ศึกษาเปรียบเทียบสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกของอุตสาหกรรม ตามแนวคิด SWOT Analysis สภาพแวดล้อมภายใน พบว่ามีจุดแข็งคือ ไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ปริมาณและราคาที่พัก แต่มีจุดอ่อนที่ขาดองค์การส่งเสริมและบริหารอุตสาหกรรม MICE โดยเฉพาะ ความไม่เพียงพอในด้านการขนส่งทางอากาศ สำหรับสภาพแวดล้อมภายนอก พบว่ามีไทยโอกาสเนื่องจาก อัตราการเติบโตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อัตราการเติบโตของอุตสาหกรรม MICE อัตราแลกเปลี่ยน ภาวะการเมืองที่ไม่มีความรุนแรง การสนับสนุนจากภาครัฐ สำหรับอุปสรรคของไทย คือ ระดับการพัฒนาของสินค้าอุตสาหกรรม การพัฒนาด้าน Information Technology ยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร และภาพพจน์ด้านลบจากปัญหาจราจร มลภาวะ ฯลฯ

นอกจากนี้ยังได้เปรียบเทียบศักยภาพในกิจกรรมด้านการประชุม การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล และการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติ ช่วงระหว่างปี พ.ศ.2536-2543 โดยพิจารณาค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ร่วมกับอัตราการเจริญเติบโตของธุรกิจทั้ง 3 ด้าน และผลการพิจารณา SWOT Analysis โดยมีหลักเกณฑ์คือ ปัจจัยภายในพิจารณาจากส่วนครองตลาดโดยเปรียบเทียบ (Relative Market Share) ของหน่วยธุรกิจ เปรียบเทียบกับคู่แข่งรายใหญ่ที่สุดในตลาด สำหรับปัจจัยภายนอกพิจารณาจากอัตราการเติบโตของธุรกิจ (Business Growth Rate) พบว่าไทยมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลมากที่สุด อยู่ในตำแหน่ง Star ส่วนการประชุมนานาชาติ อยู่ในตำแหน่ง Question Marks ในขณะที่การแสดงสินค้านานาชาติของไทยอยู่ในตำแหน่ง Dogs

## งานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันด้วย แบบจำลอง ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS Model)

พบว่าม้งานศึกษาเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขัน ที่ใช้แบบจำลองส่วนแบ่ง-ตลาดคงที่ (CMS Model) เป็นเครื่องมือ ดังนี้

ดวงฤดี ศิริเสถียร (2539) ทำการศึกษาเพื่อหาทางเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งออกของอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องและน้ำสับปะรด ในช่วงปี พ.ศ.2525-2537 โดยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS Model) สำหรับอุตสาหกรรมสับปะรดกระป๋องศึกษาการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ เยอรมัน และญี่ปุ่น พบว่าไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากผลการขยายตัวของตลาดโลก รองลงมาคือผลจากการแข่งขัน ผลจากการส่งเสริมการส่งออก และผลจากการกระจายตลาด สำหรับน้ำสับปะรดศึกษาการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐฯ เนเธอร์แลนด์ และญี่ปุ่น พบว่าไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากผลจากการส่งเสริมการส่งออกมากที่สุด รองลงมาคือผลจากการแข่งขัน ผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาด นอกจากนี้ได้วิเคราะห์ด้วยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) สำหรับสับปะรดกระป๋องเปรียบเทียบกับฟิลิปปินส์ และอินโดนีเซีย พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า 1 แต่ยังต่ำกว่าฟิลิปปินส์ และมีแนวโน้มลดลง สำหรับน้ำสับปะรดเปรียบเทียบเฉพาะกับฟิลิปปินส์ พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่า 1 แต่ต่ำกว่าฟิลิปปินส์ และมีแนวโน้มคงที่

อิสระพล คันศร (2534) ศึกษาถึงศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐฯ สำหรับสินค้า 26 ชนิด ได้แก่อัญมณีสินค้าเป้าหมายของกระทรวงพาณิชย์ และเป็นสินค้าที่ส่งออกไปสหรัฐฯ สูงกว่า 100 ล้านบาทในปี พ.ศ.2530 ได้แก่ สัตว์น้ำสดแช่แข็ง อาหารทะเลกระป๋อง ข้าวผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง น้ำตาล กาแฟ ยาสูบ ยางพารา หนังสือและผลิตภัณฑ์หนังสือ ผลิตภัณฑ์ไม้เส้นด้ายและผ้าผืน เสื้อผ้าสำเร็จรูป กระเบื้องเซรามิกส์ อิฐมณี เครื่องประดับ หลอดเหล็กและท่อเหล็ก ดินบุก ตลับลูกปืนอิเล็กทรอนิกส์ แผงวงจรไฟฟ้า เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน รองเท้า ผลิตภัณฑ์ยาง ผลิตภัณฑ์พลาสติก ของเด็กเล่น และดอกไม้ประดิษฐ์ โดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2523-2531

การวิเคราะห์ด้วย CMS Model ศึกษาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของช่วงปี พ.ศ.2523-2525 และช่วงปี พ.ศ.2529-2531 พบว่ามีแนวโน้มจะได้รับส่วนครองตลาดเพิ่มขึ้น 22 ชนิด แยกเป็นสินค้าที่มีการขยายตัวส่วนใหญ่เนื่องจากผลการแข่งขันทั้งสิ้น 16 ชนิด แยกเป็นผลจากการปรับตัวส่งออกที่ถูกทิศทางและผลส่วนประกอบของสินค้าทั้งสิ้น 10 ชนิด ได้แก่ของเล่น ตลับลูกปืน-



อิเล็กทรอนิกส์ กระเบื้องเซรามิกส์ เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์ยาง รองเท้า เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วนอาหารทะเลกระป๋อง ผลิตภัณฑ์หนัง เส้นด้ายและผ้าผืน สำหรับกลุ่มที่เป็นผลจากการแข่งขันที่แท้จริงทั้งสิ้น 6 ชนิด ได้แก่ หลอดเหล็กและท่อเหล็ก อัญมณี ดอกไม้ประดิษฐ์ กาแฟ ยางพารา และสัตว์น้ำสดแช่แข็ง สำหรับสินค้าที่มีการขยายตัวส่วนใหญ่เนื่องจากผลการขยายตัวของตลาดโลกมีทั้งสิ้น 5 ชนิด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์พลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผลิตภัณฑ์ไม้ และสับประรดกระป๋อง สำหรับสินค้าที่ขยายตัวเนื่องจากผลการขยายตัวของตลาดและผลส่วนประกอบของสินค้า ทั้งสิ้น 3 ชนิด ได้แก่ ข้าว ผลิตภัณฑ์มันสำปะหลัง และยาสูบ

นอกจากนี้ได้ใช้ดัชนี RCA ประกอบการศึกษา พบว่าไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้งสิ้น 25 ชนิด กลุ่มที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ได้แก่ ข้าว กาแฟ อาหารทะเลกระป๋อง เครื่องประดับ ดอกไม้ประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์หนัง เส้นด้ายและผ้าผืน ผลิตภัณฑ์ยาง กระเบื้องเซรามิกส์ หลอดเหล็กและท่อเหล็ก รองเท้า เฟอร์นิเจอร์และชิ้นส่วน ของเด็กเล่น และอัญมณี โดยกลุ่มที่มีแนวโน้มลดลง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม้ มันสำปะหลัง ยาสูบ สัตว์น้ำสดแช่แข็ง ยางพารา ผลิตภัณฑ์พลาสติก แผงวงจรไฟฟ้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป สับประรดกระป๋อง ดินบุก และน้ำตาล สำหรับตลาดลูกปืนอิเล็กทรอนิกส์เป็นสินค้าชนิดเดียวที่ผลการศึกษาค้นคว้ามีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ คือค่าดัชนีน้อยกว่า 1

นัฐริยา ก้อนเทียน (2539) ศึกษาศักยภาพในการส่งออกสินค้าไปยังสหภาพยุโรปของสินค้า 7 หมวด ได้แก่ ทุ่นกระป๋อง เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้าและชิ้นส่วน เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ เครื่องรับวิทยุโทรทัศน์ เครื่องวิดีโอและส่วนประกอบ ของเด็กเล่น และแผงวงจรไฟฟ้า ใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ.2531-2537 โดย CMS Model ศึกษาช่วงปี พ.ศ.2531-2533 เทียบกับช่วงปี พ.ศ.2534-2537 พบว่าสินค้าที่แนวโน้มมีความสามารถในการแข่งขันคือ เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์และส่วนประกอบ ในขณะที่อีก 6 หมวด ความสามารถในการแข่งขันมีแนวโน้มลดลง เมื่อพิจารณาประกอบกับดัชนี RCA พบว่าทั้ง 7 หมวด เป็นสินค้าที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ คือค่าดัชนีสูงกว่า 1 แต่ ทุ่นกระป๋อง เสื้อผ้าสำเร็จรูป และแผงวงจรไฟฟ้า มีแนวโน้มลดลงไปในทางสูญเสียความได้เปรียบ

นิสิต ธีรสุขพิมล (2538) ศึกษาวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลระดับ 1 หลักตามรหัส SITC ในช่วงปี พ.ศ.2523-2531 (แบ่งเป็นช่วงปี พ.ศ. 2523-2527 และ ช่วงปี พ.ศ.2528-2531) โดยในดัชนี CMS Model พบว่า ช่วงปี พ.ศ.2523-2527 เศรษฐกิจโลกอยู่ในภาวะตกต่ำ เป็นผลให้ความต้องการสินค้าจากไทยไม่มากเท่าที่ควร ผลจากการขยายตัวของตลาดโลกมีค่าเป็นลบ ขณะที่ในช่วงปี พ.ศ.2528-2531 เศรษฐกิจโลกเริ่มฟื้นตัว ทำให้การขยายตัวของการส่งออกทำได้ดีขึ้น ผลจากการขยายตัวของตลาดโลกจึงมีสัดส่วนร้อยละ 38 นอกจากนี้พบว่าความสามารถในการแข่งขันสำหรับการส่งออกของไทยอาจเนื่องจากนโยบายส่งเสริมการลงทุนและการช่วยเหลือในด้านอื่นๆ จากทางการ เห็นได้จากผลการศึกษาว่าในช่วงดังกล่าวมีการขยายตัวในอัตราที่สูงกว่าการส่งออกของโลก เป็นช่วงที่ไทยมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้น โดยเป็นผลจากความสามารถในการแข่งขันในสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 89 ของมูลค่าการเปลี่ยนแปลงของช่วงปี พ.ศ.2523-2527 และลดลงเป็นร้อยละ 63 ในช่วงปี พ.ศ.2528-2531 เมื่อพิจารณาทั้งช่วงคือปี พ.ศ.2523-2531 พบว่าผลจากความสามารถในการแข่งขันมีสัดส่วนร้อยละ 70 และผลจากการขยายตัวของตลาดโลกมีสัดส่วนร้อยละ 22 สินค้าที่มีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง ได้แก่ สินค้าหัตถอุตสาหกรรม (หมวด 6) เครื่องจักรและยานพาหนะ (หมวด 7) และสินค้าหัตถอุตสาหกรรมเบ็ดเตล็ด (หมวด 8) สำหรับอาหาร (หมวด 0) เป็นสินค้าที่มีความสำคัญของไทย ตลอดช่วงที่ทำการศึกษา นอกจากนี้การศึกษานี้ ได้ใช้ดัชนี REER เข้ามาประกอบ พบว่าอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นตัวเงิน (Nominal) เพิ่มสูงขึ้น เนื่องจากการลดค่าเงินบาทใน พ.ศ.2528 ที่มีส่วนช่วยในการขยายตัวของการส่งออก ผลจากการศึกษาพบว่าสิ่งน่าสังเกตคือช่วงปี พ.ศ. 2523-2527 เงินบาทมีค่าสูงเกินจริง (Overvaluation) โดยเฉพาะเมื่อเทียบกับ US\$ และมาร์คเยอรมนี อันน่าจะเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก แต่เมื่อพิจารณาร่วมกับแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ สามารถสรุปได้ว่าผลจากความสามารถในการแข่งขันมีอิทธิพลมากกว่า และความสามารถในการขยายตัวในช่วงที่ศึกษาของการส่งออกของประเทศไทยล้วนมาจากผลจากความสามารถในการแข่งขันทั้งสิ้น

สมัย โกรทินธาคม (2543) ศึกษาเพื่ออธิบายสาเหตุของการส่งออกที่ตกต่ำของประเทศไทยในปี พ.ศ.2539 โดยใช้ CMS Model และดัชนี REER ในการอธิบาย ในช่วงปี พ.ศ. 2534-2539 โดยศึกษาสินค้าสำคัญ 15 รายการ อาศัยข้อมูล C.I.F. ของตลาดสำคัญแต่ละแห่งเปรียบเทียบช่วงปี พ.ศ.2534-2538 และ พ.ศ.2538-2539 โดยเป็นสินค้าทรัพยากรธรรมชาติ และสินค้าใช้แรงงานเข้มข้นที่มีเทคโนโลยีไม่ซับซ้อนนัก พบว่าในกรณีแรกที่ศึกษาสินค้า 15 ประเภทไทยมีการเปลี่ยนแปลงผลจากการขยายตัวของตลาดโลก และผลจากการกระจายตลาดเป็นบวก แต่ผลจากความสามารถในการแข่งขันเป็นลบ ในด้านสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากเดิมมีการศึกษาไว้แล้ว พบว่ากลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้มีลักษณะตกต่ำ เนื่องจากความต้องการของโลกลดลง การศึกษาฉบับนี้จึงพิจารณาเฉพาะช่วง พ.ศ.2538-2539 ในหมวดสินค้า 75, 76 และ 77 เทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ 6 ประเทศ ได้แก่ จีน มาเลเซีย เกาหลีใต้ สิงคโปร์ อินโดนีเซีย และเม็กซิโก ส่วนฟิลิปปินส์ไม่ทำการศึกษาเนื่องจากขาดข้อมูลในปี พ.ศ.2539 พบว่าน่าจะมีความสามารถมากขึ้นเนื่องจากมีแนวโน้มมูลค่าเป็นบวกเพิ่มขึ้นทุกรายการ ทั้งนี้ยังได้เลือกศึกษาสินค้าสำคัญจากทั้ง 3 หมวดดังกล่าว เป็นจำนวน 9 ประเภทเทียบระหว่างช่วงปี พ.ศ.2534-2538 และ พ.ศ.2538-2539 โดยใช้ข้อมูล F.O.B. ของไทยเทียบกับตลาดหลักที่มีมูลค่านำเข้าสินค้าชนิดดังกล่าวเป็นอันดับที่ 1 ถึง 5 (อันดับในปี พ.ศ.2538)

สำหรับด้านดัชนี REER ศึกษาเปรียบเทียบกับเงิน 8 สกุล ได้แก่ สหรัฐฯ ญี่ปุ่น เยอรมัน สิงคโปร์ อังกฤษ มาเลเซีย ฮองกง และฝรั่งเศส โดยพิจารณาจาก Effective Exchange Rate, Real Effective Exchange Rate และ Bilateral Real Effective Exchange Rate ซึ่งมีปี พ.ศ. 2539 เป็นปีฐาน ศึกษาเป็นรายไตรมาสและรายเดือน พบว่าเงินบาทมีค่าสูงเกินจริง และอิงกับ US\$ เป็นอย่างมาก

จากแนวคิดทฤษฎีและตัวอย่างงานศึกษาที่กล่าวมาข้างต้น เพื่ออธิบายความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และชี้ให้เห็นถึงปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนาให้มีประสิทธิภาพ จึงได้นำเครื่องมือต่างๆ มาประยุกต์ในงานวิจัยนี้ ซึ่งจะได้กล่าวถึงในบทต่อไป

## บทที่ 4

### วิธีการศึกษาและผลการศึกษา

จากบทที่ 3 ซึ่งอธิบายเรื่องแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่าการศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นถึงระดับความสามารถในการแข่งขันสามารถทำได้หลายวิธี ขึ้นกับความเหมาะสมของข้อมูลและประเภทสินค้าที่ทำการศึกษา ซึ่งสินค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นสินค้าภาคบริการเปรียบเสมือนการส่งออกสินค้าประกอบกับข้อจำกัดของข้อมูลที่ได้ดำเนินการรวบรวมจึงได้เลือกเครื่องมือต่างๆ ประยุกต์ขึ้น เพื่อใช้ศึกษาตามความเหมาะสมจากข้อจำกัดของข้อมูล ดังนี้

#### 4.1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และดัชนีประยุกต์เพื่อวัดประสิทธิภาพอื่นๆ

ในกรณี RCA นี้ Balassa กล่าวว่าสามารถใช้วัดโดยอาศัยข้อมูลทั้งประเภท มูลค่าส่งออก มูลค่านำเข้า และมูลค่าดัชนีส่งออก-นำเข้า มาใช้ในการพิจารณาได้ โดยควรเปรียบเทียบระหว่าง 2 ช่วงเวลา แต่ Dagenais and Muet ได้เสนอว่าเพื่อลดความคลาดเคลื่อนผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ จึงควรต้องเปรียบเทียบต่อมูลค่าทั้งหมดของโลก ซึ่งจะช่วยให้ผลสรุปลดความผิดพลาดลงได้

ในการวิจัยฉบับนี้จึงศึกษาเปรียบเทียบมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าประเภทบริการ ตามวิธีการศึกษาดังต่อไปนี้

$$RCA = \frac{(X_{ii} / X_{si})}{(X_{nw} / X_{sw})}$$

โดยที่ RCA คือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ

$X_{ii}$  คือ มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ  $i$  ในรูป US\$

$X_{si}$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าบริการของประเทศ  $i$  ในรูป US\$

$X_{nw}$  คือ มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกในรูป US\$

$X_{sw}$  คือ มูลค่าการส่งออกสินค้าบริการของโลกในรูป US\$

ด้วยวิธีการศึกษาดังกล่าว เมื่อดำเนินการจากข้อมูลที่มี พบว่า

ตารางที่ 4-1 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ประเทศ	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544	2545	2546
บรูไน	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	0.41	0.43	0.43	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
กัมพูชา	N/A	N/A	2.91	2.42	2.23	1.53	1.59	1.40	1.91	2.27	2.26	2.38	2.54	N/A
อินโดนีเซีย	2.55	2.67	2.62	2.76	2.90	2.90	2.83	3.00	3.03	3.01	3.09	3.18	2.69	N/A
ลาว	0.72	1.16	1.45	1.82	2.27	2.25	2.33	2.27	2.54	2.49	2.68	2.65	N/A	N/A
มาเลเซีย	1.32	1.25	1.21	1.02	1.09	1.03	0.89	0.74	0.65	0.94	1.14	1.55	1.60	1.49
พม่า	0.62	0.59	2.60	1.42	1.54	1.26	1.28	0.93	0.86	1.18	1.11	1.00	N/A	N/A
ฟิลิปปินส์	0.47	0.52	0.60	0.75	0.43	0.36	0.35	0.48	0.59	1.65	1.70	1.79	1.91	1.69
สิงคโปร์	1.08	1.01	1.04	1.01	0.88	0.78	0.72	0.65	0.64	0.60	0.56	0.52	0.49	0.44
เวียดนาม	1.38	0.57	0.32	0.32	0.20	0.12	0.11	0.11	0.10	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
ไทย	2.03	1.90	1.62	1.52	1.58	1.63	1.61	1.50	1.46	1.49	1.71	1.77	1.71	1.70
จีน	0.89	1.02	1.13	1.25	1.33	1.40	1.47	1.51	1.63	1.66	1.69	1.75	1.72	1.28

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลขององค์การการค้าโลก (World Trade Organization : [www.wto.org](http://www.wto.org))

จากผลการศึกษาที่คำนวณได้ตามตารางที่ 4-1 พบว่า ประเทศที่ทำการศึกษาล้วนใหญ่มีค่าดัชนี RCA มากกว่า 1 คือส่วนใหญ่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการส่งออกบริการเมื่อเทียบกับโดยเฉลี่ยของโลก เว้นเพียงบรูไน สิงคโปร์ และเวียดนามที่มีค่าเฉลี่ยของดัชนี ต่ำกว่า 1 ซึ่งหมายความว่าประเทศเหล่านี้ อยู่ในสถานะที่เสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อการส่งออกบริการเมื่อเทียบกับโดยเฉลี่ยของโลก ทั้งนี้ น่าจะมาจากกรณีที่ประเทศทั้ง 3 มีการขยายตัวของการส่งออกสินค้าบริการอื่นๆ สูงกว่าการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เช่นด้านโทรคมนาคม ขนส่ง สื่อสาร เป็นต้น จึงทำให้ค่าดัชนีที่ได้อยู่ในระดับต่ำเนื่องจากมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีสัดส่วนที่เล็กเมื่อเทียบกับการส่งออกสินค้าบริการ จึงอาจกล่าวได้ว่าแม้ประเทศเหล่านี้จะมีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบซึ่งตามทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศไม่ควรจะเน้นส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ก็ไม่อาจสรุปได้ว่าประเทศเหล่านี้ไม่มีประสิทธิภาพในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว อันเป็นจุดด้อยของดัชนี RCA ในการตอบคำถามด้านประสิทธิภาพ ว่ากลุ่มประเทศที่ศึกษาประเทศใดจะเป็นประเทศที่มีประสิทธิภาพหรือมีความสามารถในการแข่งขันมากกว่ากัน สำหรับประโยชน์ของค่าดัชนี RCA ที่ชัดเจนคือ การแสดงให้เห็นถึงทิศทางแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสรุปได้ว่าในกลุ่มที่ทำการศึกษา แบ่งได้เป็น 2 กลุ่มดังนี้

กลุ่มที่มีแนวโน้มน่าจะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าบริการเพิ่มขึ้น ได้แก่ อินโดนีเซีย ลาว จีนและกัมพูชา ที่มีระดับการเปลี่ยนแปลงที่สูงมาก อาจสรุปได้ว่าประเทศในกลุ่มดังกล่าวมีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าบริการส่วนใหญ่เนื่องมาจากการขยายตัวเพิ่มขึ้นของมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นหลัก ในขณะที่ ไทย ฟิลิปปินส์ และมาเลเซีย ต่างมีแนวโน้มสูงขึ้นเช่นกัน แต่อยู่ในระดับชะลอตัวลง ในระยะหลังไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ซึ่งอาจสรุปได้ว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ใกล้เคียงกันหรือต่ำกว่าการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าบริการอื่นๆ เล็กน้อย

กลุ่มที่มีแนวโน้มน่าจะได้เปรียบโดยเปรียบเทียบของสัดส่วนมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อมูลค่าการส่งออกสินค้าบริการลดลง ได้แก่ พม่า สิงคโปร์ บรูไน และเวียดนาม กลุ่มนี้เป็นประเทศที่อาจมีการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระดับที่ต่ำกว่าการขยายตัวของมูลค่าสินค้าบริการอื่นๆ ค่อนข้างมาก

พบได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยยังคงมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เนื่องจากค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มีค่าโดยเฉลี่ยสูงกว่า 1 นั่นคือ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสามารถในการแข่งขัน แต่สิ่งที่น่าสังเกตคือมีแนวโน้มที่ขึ้นแต่อยู่ในระดับที่ชะลอตัวจนอาจทำให้ความสามารถในการแข่งขันที่ไทยมีอาจกลับเป็นปัญหาได้ ขณะที่ประเทศในกลุ่มเช่น อินโดนีเซีย ลาว กัมพูชา ฟิลิปปินส์ จีนและมาเลเซีย ต่างมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นซึ่งน่าเป็นที่จับตาว่าน่าจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญต่อไปของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย ถ้าไทยไม่สามารถเพิ่มศักยภาพในการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มากขึ้น ก็อาจทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยต้องเสียประโยชน์จากการที่ถูกคู่แข่งซึ่งมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไป เราจึงควรต้องพิจารณาว่าประเทศใดเป็นคู่แข่งที่แท้จริงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีความได้เปรียบหรือเสียเปรียบในด้านใดที่อาจส่งผลกระทบต่ออัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งในการวิจัยฉบับ เห็นว่าควรพิจารณาความสามารถใน 2 ด้านที่จะส่งผลต่อมูลค่าการส่งออก นั่นคือ สถิติรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือน และจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งการเยือน เพื่ออธิบายว่าเราควรพัฒนาในด้านการสร้างรายได้ หรือขยายจำนวนครั้งการเยือนอย่างไร โดยประยุกต์ดัชนี RCA ในการศึกษาวัดประสิทธิภาพดังนี้

ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ย เพื่อศึกษา  
ทิศทางและแนวโน้มความเปลี่ยนแปลงของความสามารถในการสร้างรายได้ของอุตสาหกรรม-  
ท่องเที่ยว โดยอาศัยวิธีการศึกษาดังนี้

รายรับโดยเฉลี่ยต่อจำนวนครั้งการเยือนของประเทศ  $i$  ในรูป US\$

รายรับโดยเฉลี่ยต่อจำนวนครั้งการเยือนของกลุ่มประเทศที่ศึกษาในรูป US\$

โดย รายรับโดยเฉลี่ยต่อจำนวนครั้งการเยือน คือ รายรับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในรูป US\$

จำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

ในการวิจัยนี้ศึกษาเปรียบเทียบกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ ไทย  
อินโดนีเซีย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ พม่า ลาว กัมพูชา บรูไน สิงคโปร์ เวียดนาม รวมกับประเทศที่อาจ  
เป็นคู่แข่งสำคัญของประเทศในภูมิภาคคือ จีน ตามข้อจำกัดของข้อมูลที่รวบรวมได้ เมื่อคำนวณ  
ตามวิธีการศึกษาข้างต้น พบผลสรุปได้ตามตารางที่ 4-2 ดังนี้

ตารางที่ 4-2 ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยของอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยว

ประเทศ	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543	2544
บรูไน	0.30	0.33	0.24	0.18	0.13	0.10	0.10	0.11	0.08	N/A	N/A	N/A
กัมพูชา	N/A	N/A	1.61	1.01	1.13	0.53	0.66	0.78	1.11	1.75	1.94	1.90
อินโดนีเซีย	3.15	3.22	3.03	2.90	2.72	2.64	2.63	2.59	2.78	3.02	3.38	3.16
ลาว	0.39	1.05	1.70	0.41	0.51	0.91	0.99	0.95	1.18	1.13	1.78	1.81
มาเลเซีย	0.73	0.86	0.83	0.78	1.09	1.14	1.31	1.01	1.17	1.24	1.33	1.51
พม่า	1.40	1.94	1.68	0.98	0.77	0.71	0.40	0.45	0.52	0.54	0.61	0.66
ฟิลิปปินส์	4.15	4.42	4.11	4.21	3.36	3.04	2.73	3.19	3.25	3.55	2.76	2.89
สิงคโปร์	2.81	2.76	2.90	2.68	2.46	2.34	2.29	2.41	2.54	2.21	2.02	1.84
เวียดนาม	1.11	0.93	0.51	0.31	0.19	0.14	0.19	0.20	0.26	N/A	N/A	N/A
ไทย	2.66	2.53	2.66	2.15	2.13	2.41	2.52	2.46	2.26	2.36	2.23	2.02
จีน	0.28	0.34	0.32	0.41	0.43	0.44	0.44	0.50	0.57	0.59	0.60	0.63

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลองค์การสหประชาชาติ (Statistical Yearbook for Asia and The Pacific)

จากตารางที่ 4-2 จะเห็นได้ว่าประเทศส่วนใหญ่ในกลุ่มที่ทำการศึกษา มีแนวโน้ม จะมีความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนเพิ่มขึ้น เว้นเพียง สิงคโปร์ และไทย ทั้งนี้ส่วนใหญ่แล้วมีค่าดัชนีมากกว่า 1 คือมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเมื่อเทียบกับดัชนีเฉลี่ยของกลุ่มที่ทำการศึกษา นั่นคือประเทศส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่สามารถเพิ่มมูลค่าการใช้จ่าย โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวต่างประเทได้มากขึ้น แต่น่าสังเกตในค่าดัชนีของ ประเทศไทยพบว่าสอดคล้องกับดัชนี RCA เนื่องจากมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นแต่ในช่วงปี พ.ศ.2541 เป็นต้นมาเริ่มมีแนวโน้มลดลง จึงเป็นที่น่าวิตกว่าหากมุ่งเน้นดำเนินนโยบายเพิ่มแต่จำนวนครั้ง การเยือนของนักท่องเที่ยวต่างประเท จะไม่สามารถรักษาความสามารถในการแข่งขันของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในด้านการสร้างรายได้ ให้คงอยู่ในระดับเดิมหรือขยายตัว เพิ่มขึ้นได้เนื่องจากความสามารถในการสร้างรายได้มีแนวโน้มลดลง ทั้งนี้อาจเป็นผลเนื่อง จาก การเปลี่ยนแปลงของลักษณะนักท่องเที่ยวต่างประเทของไทย ที่มีการเปลี่ยนกลุ่มเป็น นักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวแบบประหยัด และอาจมีผลจากการอ่อนค่าลง ของอัตราแลกเปลี่ยนในช่วงปี พ.ศ.2540 เป็นต้นมา ซึ่งจะได้อธิบายต่อไปในส่วนที่เปรียบเทียบกับ ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ทั้งนี้เพื่อให้เข้าใจถึงการเปลี่ยนแปลงลักษณะของนักท่องเที่ยวของ ไทย จึงต้องอาศัยการศึกษาดัชนีวัดประสิทธิภาพในด้านการดึงดูดให้พำนัก ดังนี้

ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความสามารถในการดึงดูดให้พำนัก เพื่อศึกษาทิศทางและ แนวโน้มการดึงดูดนักท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยอาศัยวิธีการศึกษาดังนี้

$$\frac{\text{จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างประเทในประเทศ } i}{\text{จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่างประเทในกลุ่มประเทศที่ศึกษา}}$$

ในการวิจัยนี้ เนื่องจากข้อจำกัดในด้านข้อมูล จึงจำเป็นต้องพิจารณาเปรียบเทียบ เฉพาะกลุ่มประเทศที่มีข้อมูล ได้แก่ ไทย อินโดนีเซีย ลาว มาเลเซีย พม่า ฟิลิปปินส์ และสิงคโปร์ เมื่อคำนวณตามวิธีการศึกษาข้างต้นแล้ว พบผลสรุปได้ตามตารางที่ 4-3 ดังนี้



ตารางที่ 4-3 ดัชนีวัดประสิทธิภาพด้านความสามารถในการดึงดูดให้พำนักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ประเทศ	2533	2534	2535	2536	2537	2538	2539	2540	2541	2542	2543
อินโดนีเซีย	1.56	1.57	1.49	1.55	1.54	1.54	1.54	1.53	1.37	1.51	1.72
ลาว	N/A	N/A	N/A	0.51	0.76	0.60	0.60	0.72	0.75	0.79	0.77
มาเลเซีย	0.61	0.61	0.64	0.68	0.72	0.79	0.79	0.77	0.82	0.86	0.81
พม่า	0.87	0.84	0.90	0.96	0.82	1.03	1.03	1.01	1.04	1.01	0.98
ฟิลิปปินส์	1.60	1.60	1.52	1.78	1.57	1.35	1.35	1.29	1.25	1.22	1.16
สิงคโปร์	0.44	0.44	0.50	0.52	0.52	0.48	0.48	0.48	0.51	0.46	0.45
ไทย	0.94	0.94	0.95	1.05	1.05	1.11	1.20	1.20	1.25	1.15	1.09

ที่มา : จำนวนจากข้อมูลองค์การสหประชาชาติ(Statistical Yearbook for Asia and The Pacific)

จากตารางที่ 4-3 จะเห็นได้ว่า ในกลุ่มประเทศที่ทำการศึกษารเปรียบเทียบ สามารถแบ่งได้เป็น 2 กลุ่มอย่างชัดเจนคือ กลุ่มที่มีจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนค่อนข้างนาน คือ โดยเฉลี่ยแล้วสูงกว่า 5 วันต่อครั้งการเยือน (อยู่ในช่วง 7 วันขึ้นไป) ซึ่งได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ ไทย และพม่า สำหรับอีกกลุ่มเป็นกลุ่มที่มีจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนค่อนข้างสั้น คือ โดยเฉลี่ยแล้วต่ำกว่า 5 วันต่อครั้งการเยือน (อยู่ในช่วง 3-4 วัน) ได้แก่ ลาว มาเลเซีย สิงคโปร์ ทำให้ค่าดัชนีที่คำนวณได้แบ่งกลุ่มอย่างชัดเจน สรุปได้ดังนี้ สำหรับกลุ่มที่มีจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนค่อนข้างนาน จะเป็นกลุ่มที่มีค่าดัชนีมากกว่า 1 หมายถึงเป็นประเทศที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อครั้งการเยือนสูงกว่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ทำการศึกษา สำหรับกลุ่มที่มีจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนค่อนข้างสั้น ค่าดัชนีที่คำนวณได้อยู่ในระดับต่ำกว่า 1 หมายถึงเป็นประเทศที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบในการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่อครั้งการเยือนต่ำกว่าเฉลี่ยของกลุ่มที่ทำการศึกษา ทั้งนี้เห็นได้ถึงความแตกต่างดังกล่าวจะเกิดจากสาเหตุ 2 ประการ คือความต่างในด้านสภาพภูมิประเทศ ในประเทศที่มีจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนสูงมากได้แก่ อินโดนีเซีย และฟิลิปปินส์ เนื่องจากประเทศเป็นหมู่เกาะที่ต้องใช้เวลาในการเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ค่อนข้างนาน ในขณะที่ประเทศอื่นๆ เป็นประเทศที่มีภูมิประเทศเป็นผืนแผ่นดินเดียวกันตลอด จึงใช้ระยะเวลาในการเดินทางไปตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ สั้นกว่า โดยเฉพาะในกลุ่มที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบทั้ง 3 ประเทศเป็นประเทศที่มีขนาดค่อนข้างเล็กเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ อีกประการหนึ่งคือ ประเภทสินค้าท่องเที่ยว เห็นได้ว่าในกลุ่มที่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบด้านนี้ มักเป็นประเทศที่มีสินค้า

ท่องเที่ยวหลักเป็นทรัพยากรธรรมชาติ นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนเป็นหลัก ในขณะที่กลุ่มที่มีความเสียเปรียบโดยเปรียบเทียบ มักเป็นประเทศที่นักท่องเที่ยวมีวัตถุประสงค์เพื่อจับจ่ายซื้อของ หรือติดต่อธุรกิจ เป็นหลัก เห็นได้ว่าระยะเวลาที่ต้องใช้เพื่อบริโภคสินค้าทั้ง 2 กลุ่มมีความแตกต่างกัน

จากผลการศึกษาที่พบโดยค่าของดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และค่าดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถทั้ง 2 ด้านดังกล่าว ตามที่แสดงในตารางที่ 4-1, 4-2 และ 4-3 สามารถสรุปได้ว่า ประเทศไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และจีน แต่สิ่งที่น่าสังเกตคือ ค่าดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) มีทิศทางแนวโน้มขยายตัว แต่อยู่ในอัตราที่ชะลอตัวลง ซึ่งอาจแสดงให้เห็นได้ว่ากำลังสูญเสียระดับความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในขณะที่ดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยทั้ง 2 ด้านนั้น ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบทั้ง 2 ด้าน แต่ในด้านความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยนั้น ค่าดัชนีของไทยมีแนวโน้มทิศทางลดลงเช่นเดียวกับ ทิศทางของค่าดัชนี RCA จึงอาจสรุปได้ว่าแนวโน้มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยน่าจะมีผลจากทิศทางความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนนั่นเอง โดยทั้งนี้เพื่อศึกษาถึงปัจจัยที่ทำให้ความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนลดลงว่าเกิดจากการลดลงของระดับการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว หรือเนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยน ซึ่งจะศึกษาและอธิบายผลกระทบของอัตราแลกเปลี่ยนกับการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยอาศัยดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) ในลำดับต่อไป

#### 4.2 ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Effective Exchange Rate : REER)

เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของอัตราแลกเปลี่ยน ทั้งในรูปตัวเงิน (Nominal) และอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real) จะส่งผลต่อระดับความสามารถในการแข่งขันของการส่งออกทั้งสิ้น โดยถ้าอัตราแลกเปลี่ยนปรับลดลง จะทำให้ราคานำเข้าโดยเปรียบเทียบจะถูกลง และทำให้มีปริมาณการนำเข้าเพิ่มมากขึ้น ขณะเดียวกันราคาส่งออกโดยเปรียบเทียบจะสูงขึ้น อันจะเป็นอุปสรรคต่อการส่งออก เมื่อเป็นดังนี้ จึงใช้ดัชนีราคาผู้บริโภคหรือราคาค้าส่งเป็นตัวแทน ของระดับราคาสินค้าโดยทั่วไปของแต่ละประเทศ และต้องใช้พื้นฐานสำหรับการคำนวณให้ตรงกัน โดยอาศัยทฤษฎีอำนาจซื้อระหว่างประเทศ (Purchasing Power Parity : PPP) และดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (Real Effective Exchange Rate : REER)

สำหรับการวิจัยนี้ จะศึกษาผลกระทบโดยเปรียบเทียบทิศทางการเปลี่ยนแปลงของค่าดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) เทียบกับค่าดัชนีและข้อมูลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่ด้วยข้อจำกัดในด้านข้อมูลของราคาและสัดส่วนการค้าระหว่างกันของประเทศคู่ค้า ในสินค้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จึงใช้ข้อมูลดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) รวมของทุกอุตสาหกรรมที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้คำนวณไว้ ทั้งนี้ ธนาคารแห่งประเทศไทยได้คำนวณโดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่ค้าสำคัญทั้งสิ้น 22 ประเทศ และใช้ค่าเฉลี่ยของดัชนีในปี พ.ศ.2537 เป็นปีฐาน เนื่องจากเป็นปีที่ภาคเศรษฐกิจมีเสถียรภาพมากที่สุดในช่วงหลังนี้ และได้รับผลกระทบจากปัจจัยอื่นนอกจากปัจจัยทางเศรษฐกิจน้อยกว่าเมื่อเทียบกับปีอื่นๆ ในช่วงเดียวกัน ดังนั้นเมื่อทำการศึกษาแล้ว พบได้ว่า

ตารางที่ 4-4 เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย ต่อ  
ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถในการสร้างรายได้  
และความสามารถในการดึงดูดให้พำนัก และดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง

ปี พ.ศ.	โครงการเยือน		รายรับจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว								ดัชนีความได้เปรียบ			ดัชนี <sup>6</sup> REER
	จำนวน <sup>1</sup> (ล้านคน)	% <sup>2</sup>	ล้านบาท				ล้าน US\$				RCA <sup>3</sup>	สร้าง <sup>4</sup> รายได้	พัก <sup>5</sup> เฉลี่ย	
			จำนวน <sup>1</sup>	% <sup>2</sup>	เฉลี่ยต่อ <sup>2</sup> ครั้ง	% <sup>2</sup>	จำนวน <sup>1</sup>	% <sup>2</sup>	เฉลี่ยต่อ <sup>2</sup> ครั้ง	% <sup>2</sup>				
2533	5.299		110,572		0.0209		4,423		0.0008		2.0	2.7	0.9	96
2534	5.087	(4)	100,004	(10)	0.0197	(6)	4,000	(10)	0.0008	0	1.9	2.5	0.9	98
2535	5.136	1	123,135	23	0.0240	22	4,925	23	0.0010	25	1.6	2.7	1.0	96
2536	5.761	12	127,802	4	0.0222	(8)	5,112	4	0.0009	(10)	1.5	2.2	1.0	97
2537	6.166	7	145,211	14	0.0235	6	5,808	14	0.0009	0	1.6	2.1	1.1	100
2538	6.952	13	190,765	31	0.0274	17	7,630	31	0.0011	22	1.6	2.4	1.1	97
2539	7.192	3	219,364	15	0.0305	11	8,775	15	0.0012	9	1.6	2.5	1.2	103
2540	7.211	0.4	220,755	0.6	0.0306	0.3	7,048	(20)	0.0010	(17)	1.5	2.5	1.2	94
2541	7.765	8	242,177	10	0.0312	2	5,934	(16)	0.0008	(20)	1.5	2.3	1.3	82
2542	8.580	11	253,018	5	0.0295	(6)	6,695	13	0.0008	0	1.5	2.4	1.2	85
2543	9.509	11	285,540	13	0.0300	2	6,964	4	0.0007	(13)	1.7	2.2	1.1	82
2544	10.062	6	299,047	5	0.0297	(1)	6,645	(5)	0.0007	0	1.8	2.0		78
2545	10.799	7	323,484	8	0.0300	1	7,523	13	0.0007	0	1.7			80
2546	10.004	(7)	289,600	(11)	0.0289	(4)	6,735	(10)	0.0007	0	1.7			78

ที่มา : 1 ข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2 คำนวณจากข้อมูลการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3 ข้อมูลตามตารางที่ 4-1

4 ข้อมูลตามตารางที่ 4-2

5 ข้อมูลตามตารางที่ 4-3

6 ข้อมูลจากธนาคารแห่งประเทศไทย (ปีฐาน พ.ศ.2536)

จากตารางที่ 4-4 จะเห็นได้ว่า ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และรายรับ คือ ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงอ่อนค่าลดลงทำให้จำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวและรายรับในรูปเงินบาทเพิ่มขึ้น แต่รายรับในรูปเงินตราต่างประเทศ (US\$) เพิ่มไม่มากนัก และมีบางช่วงที่ปรับลดลง ทั้งนี้เป็นผลจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนค่าลงนั่นเอง ในขณะที่เดียวกัน เมื่อพิจารณาเทียบกับดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว พบว่ามีทิศทางที่สอดคล้องไปในทางเดียวกัน เนื่องจากดัชนีทั้ง 2 ต่างคำนวณจากมูลค่าการส่งออกและรายรับเฉลี่ยในรูป US\$ จึงได้รับอิทธิพลจากระดับอัตราแลกเปลี่ยนค่อนข้างมาก แต่เห็นได้ว่าระดับการเปลี่ยนแปลงมีไม่มากนักเมื่อเทียบกับระดับการเปลี่ยนแปลงของดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ในทางกลับกันเมื่อพิจารณาเทียบกับดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถในการดึงดูดให้พำนัก พบว่ามีทิศทางที่สอดคล้องไปในทางตรงข้ามกับทิศทางดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง ทำให้เชื่อได้ว่า การที่อัตราแลกเปลี่ยนอ่อนค่าลงส่งผลให้จำนวนครั้งการเยือน รายรับในรูปเงินบาท และจำนวนวันพักเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเพิ่มขึ้น แต่ส่งผลกระทบต่อรายรับในรูปเงินตราต่างประเทศ (US\$) และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) และดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวลดลง เนื่องจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนครั้งการเยือนและรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ไม่มีการเปลี่ยนแปลงที่สูงจนสามารถจะทดแทนได้กับการลดลงของอัตราแลกเปลี่ยนระหว่างเงินบาทและ US\$ นั่นเอง

จึงอาจสรุปได้ว่า อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศของไทย เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในสถานการณ์และระดับความสามารถในการแข่งขัน ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยจริง ตามทิศทางที่ได้แสดงไว้ข้างต้น ในตารางที่ 4-4 แต่ทั้งนี้เห็นได้ว่ามีระดับที่ไม่ชัดเจนนัก จึงควรศึกษาหาปัจจัยอื่นที่ชัดเจนยิ่งขึ้น งานวิจัยชิ้นนี้ได้พยายามหาเครื่องมือที่จะนำมาศึกษาหาปัจจัยเพิ่มเติม โดยตกลงใช้แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS Model) มาช่วยในการอธิบาย ดังจะได้กล่าวถึงในลำดับต่อไป

### 4.3 แบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS Model)

นอกจากแนวคิดความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบข้างต้นแล้ว งานวิจัยชิ้นนี้ ต้องการอธิบายสาเหตุการเปลี่ยนแปลงระดับความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ว่าเป็นผลจากปัจจัยใดบ้าง โดยเลือกแนวคิดทฤษฎีส่วนแบ่งตลาดคงที่ ซึ่งเป็นทฤษฎีที่มุ่งศึกษาการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างการค้าและการผลิต โดยมีสมมติฐานว่าถ้ามีความสามารถในการแข่งขันแล้ว จะต้องสามารถรักษาตลาดจนเพิ่มระดับส่วนแบ่งตลาดส่งออกเมื่อเทียบกับตลาดโลกได้ ดังนั้นถ้ากำหนดให้ส่วนแบ่งตลาดส่งออกเมื่อเทียบกับตลาดโลกคงที่แล้ว มูลค่าการส่งออกที่เกิดขึ้นจริงเมื่อเทียบกับมูลค่าที่ควรจะเป็นจากการคำนวณ ต้องมีส่วนต่างเป็นบวก และแบบจำลองนี้อธิบายถึงปัจจัยในเปลี่ยนแปลงดังกล่าวว่าเป็นผลมาจาก

1. World Trade change คือการส่งออกเพิ่มขึ้นจากการเพิ่มขึ้นของการค้าโลก อันปรากฏผลใน World Trade Effect
2. Country Share change คือการส่งออกเพิ่มขึ้นจากความสามารถในการแข่งขัน อันปรากฏผลใน Competitiveness Effect
3. Interaction change คือการส่งออกเพิ่มขึ้นจากความสามารถในการปรับตัวของประเทศผู้ส่งออกว่าสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกอย่างไร โดยแบ่งเป็น Commodity-composition Effect และ Market-distribution Effect

สำหรับในงานวิจัยนี้ เนื่องจากข้อจำกัดในด้านข้อมูล จึงดำเนินการคำนวณเฉพาะอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยในระดับผลการกระจายตลาด โดยมีรูปแบบวิธีการศึกษา ดังนี้

$$\begin{aligned}
 X'_i - X_i &= \sum_j (r_j X_j) + \sum_j (X'_j - X_j - r_j X_j) \\
 &= (1) \quad (2) \quad (3)
 \end{aligned}$$

(1) World Trade effect :  $rX_i$

(2) Market-distribution effect :  $\sum_j (r_j - r) X_j$

(3) Competitiveness effect :  $\sum_j (X'_j - X_j - r_j X_j)$

โดยให้  $X$ , คือ มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในปีที่ 1 ในรูป US\$

$X'$ , คือ มูลค่าการส่งออกอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในปีที่ 2 ในรูป US\$

$X_j$ , คือ มูลค่าการนำเข้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากทวีป  $j$  จากไทยในปีที่ 1 ในรูป US\$

$X'_j$ , คือ มูลค่าการนำเข้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจากทวีป  $j$  จากไทยในปีที่ 2 ในรูป US\$

$r$ , คือ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการส่งออกของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกจากปีที่ 1 ถึงปีที่ 2 ในรูป US\$

$r_j$ , คือ อัตราการขยายตัวของมูลค่าการนำเข้าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทวีป  $j$  ในตลาดโลกจากปีที่ 1 ถึงปีที่ 2 ในรูป US\$

เมื่อดำเนินการตามวิธีการศึกษาข้างต้นจากข้อมูลที่พบ ในช่วงปี พ.ศ. 2541-2545 เปรียบเทียบผลเป็นรายปี ปรากฏผลการศึกษาดังที่แสดงตามตารางที่ 4-5 ดังนี้

ตารางที่ 4-5 เปรียบเทียบปัจจัยที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงมูลค่าส่งออกของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทย

	2541-2542		2542-2543		2543-2544		2544-2545	
มูลค่าการส่งออก (ล้าน US\$)								
- ปีที่ 1	5,934.25		6,695.36		7,112.24		6,730.73	
- ปีที่ 2	6,695.36		7,112.24		6,730.73		7,529.87	
ส่วนเปลี่ยนแปลง (ล้าน US\$)	761.11		416.88		(381.51)		799.14	
อัตราการขยายตัวของ การส่งออก (%)								
- ของโลก	5.34		0.81		(1.89)		5.58	
อัตราการขยายตัวของ การนำเข้า (%)								
- ทวีปเอเชีย	10.43		6.67		(3.56)		3.54	
- ทวีปยุโรป	4.51		(2.28)		(0.78)		7.85	
- ทวีปอเมริกา	4.95		9.50		(5.83)		(3.04)	
- ทวีปโอเชียเนีย (ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์)	10.02		1.13		(7.90)		7.96	
- ทวีปเอเชียตะวันตก (กลุ่มอาหรับ ตะวันออกกลาง)	5.49		4.25		5.16		2.79	
- ทวีปแอฟริกา	(8.43)		(0.41)		(0.10)		5.64	
ปัจจัยที่มีผลต่อการส่งออก	%	US\$	%	US\$	%	US\$	%	US\$
- World Trade Effect	41.64	316.91	12.98	54.11	35.21	(134.32)	47.00	375.63
- Market-distribution Effect	16.96	129.06	45.86	191.18	16.42	(62.66)	(8.67)	(69.30)
- Competitiveness Effect	41.41	315.15	41.16	171.59	48.37	(184.53)	61.67	492.81

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลองค์การการค้าโลก (World Trade Organization : [www.wto.org](http://www.wto.org))

จากตารางที่ 4-5 พบว่าการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในช่วงที่ทำการศึกษา เป็นผลมาจากปัจจัยที่สำคัญ ดังนี้

อันดับแรกได้แก่ Competitiveness Effect มีสัดส่วน สูงกว่าร้อยละ 40 โดยเฉพาะในปี พ.ศ.2544-2545 สูงถึงร้อยละ 61.67 และมีมูลค่าเป็นบวก เว้นเพียงปี พ.ศ.2534-2544 ที่มีมูลค่าเป็นลบเนื่องจากตลาดทั่วโลกหดตัว ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีความสามารถในการแข่งขัน เพราะสามารถรักษาและเพิ่มส่วนแบ่งตลาดส่งออก



อันดับที่สอง ได้แก่ World Trade Effect สัดส่วนสูงเป็นอันดับสองอยู่ในระดับร้อยละ 40 เว้นเพียงในปี พ.ศ.2542-2543 ที่มีอิทธิพลเป็นอันดับ 3 อยู่ในระดับร้อยละ 12 ซึ่งเมื่อพิจารณาจากข้อมูลน่าจะเป็นเพราะการขยายตัวของตลาดโลกอยู่ในภาวะที่เริ่มหดตัวตั้งแต่ในปี พ.ศ.2542-2544 และกลับมาขยายตัวในช่วงปี พ.ศ.2544-2545 อีกครั้ง สามารถจะสรุปได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ที่ผ่านมายังคงพึ่งการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลกอยู่มาก ทำให้มีทิศทางการเปลี่ยนแปลงเป็นทางเดียวกันทั้งในตลาดโลกและของไทย

สำหรับปัจจัยในด้าน Market-distribution Effect พบว่า ส่วนใหญ่มีสัดส่วนที่ค่อนข้างน้อยอยู่ในระดับร้อยละ 16 เว้นเพียงในปี พ.ศ.2542-2543 ซึ่งมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 45.86 ทั้งนี้ น่าจะเป็นผลเนื่องมาจากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในช่วงดังกล่าวมีการเปลี่ยนแปลงที่สวนทางกับการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก ดังเห็นได้จาก World Trade Effect ในช่วงเดียวกัน แต่สิ่งที่น่าสังเกต คือ นับแต่ปี พ.ศ.2543 ผลในด้านการกระจายตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย เริ่มมีผลติดลบมาตลอด ซึ่งอาจสรุปผลได้ว่าการปรับตัวในตลาดการส่งออกของไทยไม่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นของตลาดต่างๆ ในตลาดโลก

จากผลการศึกษาข้างต้นเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย มีความสามารถในการแข่งขันในทางบวก ไม่ว่าจะพิจารณาจากดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA) ดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถด้านการสร้างรายได้โดยเฉลี่ย ดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถในการดึงดูดให้พำนัก ดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS Model) โดยมีปัจจัยสำคัญส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ที่ควรดูแลและวางแผนพัฒนา เพื่อให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยขยายขีดความสามารถในการแข่งขันเพิ่มขึ้นอีก คือเสถียรภาพในอัตราแลกเปลี่ยนให้มีความอ่อนค่าเล็กน้อยเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาและพำนักให้เพิ่มมากขึ้น การเพิ่มมูลค่าของสินค้าท่องเที่ยวให้สามารถสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังต้องให้ความสำคัญกับกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดให้เหมาะสม โดยเน้นตลาดที่มีศักยภาพทั้งด้านการขยายตัวของตลาดนั้นๆ และการสร้างรายได้จากนักท่องเที่ยว

## บทที่ 5

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 5.1 บทสรุป

ในงานวิจัยชิ้นนี้ จากข้อมูลที่มีอยู่ เมื่อศึกษาโดยอาศัยทฤษฎีการค้าระหว่างประเทศ และความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ ด้วยเครื่องมือ ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage : RCA) และประยุกต์ดัชนีวัดประสิทธิภาพความสามารถ ในด้านการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยและในด้านการดึงดูดให้พำนัก ประกอบกับดัชนีอัตราแลกเปลี่ยน ที่แท้จริง (Real Effective Exchange Rate : REER) และแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ (Constant Market Share Model : CMS Model) พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แล้ว อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีความได้เปรียบ โดยเปรียบเทียบสูงกว่าระดับเฉลี่ยในทุกดัชนี แต่ทั้งนี้อัตราเพิ่มมีแนวโน้มชะลอลง อันเป็นผลมาจากอัตราแลกเปลี่ยน และการกระจายตลาดที่ไม่เหมาะสม ซึ่งมีความเป็นไปได้ในอนาคตที่ไทย อาจจะต้องสูญเสียความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมนี้ให้กับประเทศคู่แข่ง โดย ประเทศในภูมิภาคที่มีความสำคัญอันควรใส่ใจ คือ อินโดนีเซีย กัมพูชา ลาว และฟิลิปปินส์ แต่ทั้งนี้เห็นได้ว่าเกือบทุกประเทศในภูมิภาค ต่างก็มีแนวโน้มชะลอลงเช่นเดียวกัน จึงได้พิจารณา เทียบกับประเทศนอกกลุ่ม ซึ่งน่าจะเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศต่างๆ ในภูมิภาค อันได้แก่ จีน ซึ่งพบว่าจากผลการศึกษาที่ได้ จีนเป็นประเทศที่มีศักยภาพและทรัพยากร ตลอดจนเป็นตลาดที่ เพิ่งเปิดตัว ถือเป็นสินค้าใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลก ในปัจจุบัน จีน มีความสามารถในการแข่งขันที่สูงขึ้นมาโดยตลอด จนอยู่ในระดับใกล้เคียงกับประเทศไทย ซึ่งอาจกล่าวได้ดังนี้

ด้านความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมื่อเทียบกับระดับเฉลี่ย ของโลก ไทยยังมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าเฉลี่ยของโลก และอยู่ในลำดับที่ 4 เมื่อเทียบกับ ดัชนีของประเทศในกลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีน ในช่วง พ.ศ.2533-2543 โดย พบว่าความสามารถในด้านการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยนั้น พบว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขัน สูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ยของกลุ่ม ภูมิภาค แต่มีแนวโน้มลดลง โดยเมื่อเรียงลำดับแล้ว ไทยอยู่ในระดับ กลางของภูมิภาค คู่แข่งที่สำคัญในด้านนี้คือ ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ ส่วนประเทศอื่นๆ รวมทั้ง จีน พบว่ามี ความสามารถในการแข่งขันต่ำกว่าระดับเฉลี่ยของกลุ่มภูมิภาคทั้งสิ้น

ด้านความสามารถในการดึงดูดให้นัก ได้คำนวณเทียบกับประเทศในกลุ่มภูมิภาค ที่มีข้อมูลอีก 6 ประเทศ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ มาเลเซีย ลาว พม่า และสิงคโปร์ ช่วง พ.ศ. 2533-2543 พบว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขันสูงกว่าเกณฑ์เฉลี่ยของกลุ่มประเทศที่ทำการ ศึกษา โดยอยู่ในลำดับ 3 ของกลุ่มที่ทำการศึกษา แต่มีแนวโน้มลดลง จนใน พ.ศ.2543 ความสามารถของไทยอยู่ในระดับเกณฑ์เฉลี่ย แสดงให้เห็นว่าไทยเริ่มสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน ของด้านดังกล่าว โดยในด้านนี้มีประเทศคู่แข่งที่สำคัญ คือ อินโดนีเซียและฟิลิปปินส์ ทั้งนี้อาจเนื่อง มาจากประเทศเหล่านี้มีภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะที่ต้องใช้เวลาในการเดินทาง และสินค้าอุตสาหกรรม ท่องเที่ยวของประเทศเหล่านี้เป็นประเภทพักผ่อนหย่อนใจ ซึ่งต้องอาศัยระยะเวลาในการบริโภค

โดยพบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ได้แก่ อัตราแลกเปลี่ยน จากการศึกษาโดยเปรียบเทียบกับดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริง (REER) ตามที่ธนาคารแห่งประเทศไทยได้คำนวณไว้ พบว่ามีความสอดคล้องกันกับการเปลี่ยนแปลงของ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยเมื่อดัชนีอัตราแลกเปลี่ยนที่แท้จริงอ่อนค่าลง ส่งผลให้มีการเพิ่มขึ้น ของจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และมีการเพิ่มขึ้นของรายรับจากการ ท่องเที่ยว แต่สิ่งที่น่าสังเกตคือ เมื่อพิจารณาในรูปของ US\$ กลับมีการขยายตัวของรายรับไม่มาก เท่ากับในรูปบาท เนื่องจากอัตราแลกเปลี่ยนที่อ่อนค่าลงนั่นเอง และเมื่อพิจารณาโดยแบบจำลอง ส่วนแบ่งตลาดคงที่ (CMS Model) พบว่าไทยมีความสามารถในการแข่งขันเนื่องจาก ผลของ Competitiveness Effect มีค่าเป็นบวก และมีอิทธิพลในสัดส่วนประมาณกว่าร้อยละ 40 มาโดย ตลอด รองลงมาได้แก่ผลของ World Trade Effect ซึ่งมีค่าเป็นบวกและมีอิทธิพลที่รองลงมาจาก Competitiveness Effect ขณะที่ผลของ Market-Distribution Effect ของไทยมีค่าเป็นบวกเช่นกัน แต่มีอิทธิพลที่ค่อนข้างต่ำ ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าปัจจัยที่สำคัญอีกประการคือ การพัฒนาทรัพยากร และสินค้าท่องเที่ยวให้มีมูลค่าสูงขึ้น และควรพัฒนาในด้านตลาดนักท่องเที่ยวอันได้แก่ ประเทศ แหล่งที่มาของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ซึ่งมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ และรายได้ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

สำหรับประเทศต่างๆ ในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ทำการศึกษา พบว่ามีทิศทาง และลักษณะใกล้เคียงกับประเทศไทยโดยส่วนใหญ่ จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการให้ความสำคัญ ในการวางแผนพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ให้มีความสามารถสูงขึ้นต่อไป ซึ่งจะได้เสนอ แนวทางไว้ในลำดับต่อไป

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

การวิจัยชิ้นนี้ จากผลการศึกษาที่ปรากฏในฉบับ ประกอบกับข้อมูลอื่นๆ ที่รวบรวมได้ในขณะจัดทำ สามารถสรุปได้ดังนี้

1. ควรให้ความสำคัญกับการวางแผนพัฒนาในทุกๆ ด้านที่มีความเกี่ยวข้อง ทั้งทรัพยากร สินค้า การตลาด และองค์ประกอบอื่นๆ ทั้งในด้านรูปธรรมและนามธรรม โดยต้องมีการจัดทำแผนในระยะกลางและระยะยาวที่เหมาะสม และต้องให้ความสำคัญกับการดำเนินการตามแผนที่วางไว้ โดยการกำหนดให้มีองค์กรที่แน่นอนเพื่อทำหน้าที่กำกับดูแล ดำเนินการ และประเมินผลอย่างเป็นระบบ โดยที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ทำให้การพัฒนาเป็นไปได้อย่างล่าช้าและไม่มีประสิทธิภาพ เพราะขาดการวางแผนที่เหมาะสมและหน่วยงานดำเนินการที่ชัดเจน

2. ควรต้องส่งเสริมให้มีการศึกษา ในด้านต่างๆ ที่เกี่ยวเนื่องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และความชำนาญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดระบบของข้อมูล ให้มีความครบถ้วน สมบูรณ์ ทั้งข้อมูลระดับประเทศของไทยและของประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะในระดับโลก ให้มีความต่อเนื่อง หลากหลาย เช่นในแง่วัตถุประสงค์การเดินทาง ระยะเวลา ประเทศแหล่งที่มาของนักท่องเที่ยว รูปแบบการเดินทาง การพักอาศัย เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยและต่างประเทศ รวมทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของโลกได้อย่างกระจ่าง อันจะเป็นประโยชน์อย่างมากในอนาคต ต่อการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อไป ซึ่งพบว่าในปัจจุบัน มีปัญหาในด้านความสมบูรณ์ของข้อมูลเป็นอย่างมาก เนื่องจากความเข้าใจที่ไม่ตรงกัน มีความคลุมเครือ ข้อมูลมีความหลากหลายมาก ขาดระเบียบวิธีที่ถูกต้อง และขาดหน่วยงานที่ชำนาญในการรวบรวมสรุป แต่ละประเทศต่างให้ความสำคัญในการรวบรวมและศึกษาข้อมูลน้อยมาก ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยมีการรวบรวมข้อมูลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประเทศไทยอยู่พอสมควร หากแต่ขาดความต่อเนื่องและหลากหลาย และมีความล่าช้า การประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข้อมูลยังมีอยู่น้อยมากไม่ว่าจะเป็นด้านของข้อมูลเองที่ขาดแคลน รวมถึงวิธีการเผยแพร่ที่มีประสิทธิภาพ และช่องทางการกระจายข้อมูลในปัจจุบันยังมีอยู่อย่างจำกัดทำให้เข้าถึงได้ยาก รวมทั้งการที่ไม่ให้ความสำคัญกับข้อมูลของต่างประเทศเท่าที่ควร ทำให้ไม่ทราบถึงสถานะและสภาพการแข่งขันที่แท้จริงของไทย เนื่องจากทราบแต่ของประเทศตนเองไม่อาจเทียบกับประเทศอื่นๆ ได้ ทำให้ไม่สามารถวางแผนได้เหมาะสมกับสภาพที่เป็นจริง

3. พัฒนาในด้านทรัพยากร เน้นการอนุรักษ์ ฟื้นฟูให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ สร้างความร่วมมือให้กับทรัพยากรทั้งในด้านการเข้าถึง คุณภาพ และการให้บริการ โดยเน้นในด้านการปฏิบัติ พัฒนาสาธารณูปโภคและการคมนาคมให้มีการเข้าถึงโดยง่าย สะดวกและเพียงพอ ปรับปรุงสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ สร้างความเชี่ยวชาญชำนาญเป็นการเฉพาะ เช่น การโรงแรม มัคคุเทศก์ (ภาษา) เป็นต้นโดยจัดให้มีหน่วยงานที่ทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยงในการวิจัย ให้การศึกษาและอบรม ตลอดจนผ่อนคลายนโยบาย-ระเบียบ ที่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินงาน สนับสนุนให้เกิดความสงบเรียบร้อย และปลอดภัยทั้ง ต่อชีวิตและทรัพย์สิน

4. พัฒนาในด้านสินค้า ส่งเสริมให้เกิดสินค้าใหม่ ที่มีความหลากหลาย และเพิ่มมูลค่าให้มากขึ้น เพื่อช่วยขยายรายรับให้สูงขึ้นเมื่อเทียบกับต้นทุนที่ใกล้เคียงกัน อันจะเป็นการส่งเสริมความสามารถในการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยต่อครั้งการเยือน และการขยายตัวของรายได้ จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อรายได้จากสินค้าบริการเพิ่มขึ้น ดังเห็นได้จากการศึกษาว่า ไทยกำลังสูญเสียความสามารถในการแข่งขันในด้านการสร้างรายได้โดยเฉลี่ยและการดึงดูดให้พำนัก จึงควรเร่งเพิ่มประเภทสินค้าใหม่เพื่อดึงดูดลูกค้าที่เคยมาแล้วให้กลับมาอีกและพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่ามากขึ้นเพื่อช่วยเพิ่มรายได้และดึงดูดให้ลูกค้าใช้จ่าย ทั้งนี้อาจแบ่งได้เป็นกลุ่มสินค้าที่มีอยู่เดิม เช่น สถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ เป็นต้น ตลอดจนกลุ่มใหม่ที่ควรพัฒนาให้กลายเป็นสินค้าท่องเที่ยว เช่น

- กลุ่มวัฒนธรรม เป็นสินค้าในกลุ่มศิลปะ วัฒนธรรม การดำเนินชีวิตของแต่ละชุมชนที่มีเอกลักษณ์ นำศึกษา ควรดำเนินการศึกษา และรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ต่างๆ เหล่านี้ และสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวต่างประเทศเข้ามาสัมผัส ศึกษา และทดลองใช้ชีวิตในรูปแบบต่างๆ ในสถานที่จริง เพื่อเพิ่มจำนวนวันพัก และความรู้สึกผูกพันกับวัฒนธรรมไทย

- กลุ่มสุขภาพ เป็นสินค้าที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และร่างกาย ไม่ว่าจะเป็นในด้านความงาม เช่น สปา การศัลยกรรมความงาม (ซึ่งในปัจจุบันประเทศไทยได้รับการยอมรับว่ามีคุณภาพและราคาไม่แพงนัก นอกจากนี้มีแนวโน้มว่าประเทศในภูมิภาคหลายประเทศ เริ่มให้การสนใจและสนับสนุน ให้กลายเป็นสินค้าเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว) หรือในด้านการรักษาสุขภาพ เช่น ด้านสมอง หัวใจ ฯลฯ การพักผ่อน กายภาพบำบัด พัฒนาการทางสมองและอารมณ์ เนื่องจากมีความได้เปรียบในด้านภูมิประเทศ มีทรัพยากรทางธรรมชาติที่มั่งคั่งและสดชื่น เป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เพิ่มจำนวนวันพัก และเพิ่มมูลค่าสินค้า

- กลุ่มสันตนาการ และการศึกษา เป็นสินค้าที่เกี่ยวกับการจัดงาน นันทนาการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านกีฬา การละเล่น ละคร ดนตรี ในระดับนานาชาติ ทั้งในรูปแบบสากลและเอกลักษณ์แบบไทย กลุ่มนี้ได้แก่ กลุ่ม M-I-C-E โดยเฉพาะในเชิงวิชาการเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้ ในการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่หรือสะดวกมากในประเทศไทย เพื่อให้เกิดองค์ความรู้ ความชำนาญ ให้เกิดเป็นประโยชน์และเหมาะสมกับประเทศไทยมากที่สุด (ทั้งนี้อาจทำให้มีผลพลอยได้คือ ลดการเดินทางไปศึกษาและท่องเที่ยวในต่างประเทศของคนไทยลง และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาในประเทศไทยให้มากขึ้น ซึ่งอาจทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวกลุ่มเยี่ยมญาติและเพื่อนเพิ่มมากขึ้น)

5. พัฒนาในด้านตลาด จากผลการศึกษาที่ได้โดยแบบจำลองส่วนแบ่งตลาดคงที่ เห็นได้ว่าการพัฒนาในด้านตลาดของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยยังไม่เหมาะสมเท่าที่ควร ทิศทางของตลาดยังไม่สอดคล้องกับทิศทางการขยายตัวของตลาดต่างๆ ในโลกนัก ไม่ได้มุ่งเน้นพัฒนาตลาดที่มีกำลังซื้อที่สูง แต่กลับยังอาศัยตลาดในกลุ่มเดิม จึงควรทำการศึกษาและมุ่งเน้นขยายตลาด ไปยังกลุ่มที่มีแนวโน้มว่าจะมีศักยภาพและมีการขยายตัวสูง เช่นกลุ่มยุโรปและโอเชียเนีย ในขณะที่ปัจจุบันกลุ่มที่มีความสำคัญที่สุดคือกลุ่มเอเชียตะวันออก ซึ่งมีกำลังขยายตัวที่ต่ำกว่าในตลาดโลก และควรขยายไปยังตลาดที่กลุ่มนักท่องเที่ยวมีกำลังซื้อสูง เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เข้ามาในไทย เป็นกลุ่มที่มีการใช้จ่ายในระดับกลางถึงกลุ่มที่ค่อนข้างประหยัด ซึ่งไม่เป็นผลดีต่อการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ทั้งนี้ตลาดที่ควรมุ่งขยายตัวให้มากขึ้น เช่น ในกลุ่มโอเชียเนีย และยุโรป (ซึ่งในปัจจุบันมักจะเดินทางท่องเที่ยวในกลุ่มยุโรปเป็นหลัก อันเป็นผลเนื่องจากความสะดวกในการเดินทาง ความคล้ายคลึงกันของวัฒนธรรม และภาษา ระบบอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นเอกภาพ รวมทั้งการเปิดประเทศของกลุ่มยุโรปตะวันออก ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ในกลุ่ม)

6. ควรพัฒนาในด้านความร่วมมือระหว่างประเทศในกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ให้มากขึ้น ทั้งในด้านการจัดระบบคมนาคม ให้ไทยเป็นศูนย์กลางการเดินทางของภูมิภาคทั้งในด้านการเข้าและออกจากประเทศต่างๆ ระหว่างในและนอกกลุ่มภูมิภาค นอกจากนี้ควรพัฒนาความร่วมมือในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแบบต่อเนื่องของประเทศไทยและประเทศใกล้เคียงในภูมิภาค และประเทศจีน โดยจัดเป็นระบบอย่างช่วยเหลือ เชื่อมโยงกัน กระตุ้นและส่งเสริมกันให้มากขึ้น เนื่องจากเป็นไปได้ว่ากลุ่มประเทศเหล่านี้ไม่ได้เป็นคู่แข่งกันโดยตรงของประเทศไทย ดังเห็นได้จากข้อมูลความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศที่ทำการศึกษาระหว่างกันนี้ ตามที่แสดงในตารางที่ 6-1 ดังนี้

ตารางที่ 5-1 ความสัมพันธ์ระหว่างจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของประเทศไทยและประเทศที่เปรียบเทียบ (Corelation)

	อินโดนีเซีย	ฟิลิปปินส์	มาเลเซีย	สิงคโปร์	กัมพูชา	พม่า	ลาว	เวียดนาม	บรูไน	จีน
ไทย	0.8480	0.8502	0.6387	0.7738	0.9835	0.9304	0.8716	0.8548	0.9561	0.9740

ที่มา : คำนวณจากข้อมูลองค์การสหประชาชาติ (Statistical Yearbook for Asia and Pacific)

ช่วงปี พ.ศ.2533-2545 (เท่าที่ข้อมูลปรากฏ)

ซึ่งจากข้อมูลตามตารางที่ 5-1 จะเห็นได้ว่าจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของไทยมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน และอยู่ในระดับที่ค่อนข้างสูงกับประเทศที่ทำการศึกษาค่า จึงอาจสรุปได้ว่าการขยายตัวของจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของไทยจะช่วยขยายจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของประเทศอื่นๆ ด้วย และในทางกลับกันการขยายตัวของจำนวนครั้งการเยือนของประเทศที่ทำการศึกษาก็จะช่วยขยายจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศในไทยได้ด้วย จึงควรเร่งเสริมสร้างความร่วมมือให้มากขึ้น แต่ทั้งนี้ควรต้องระวังในดัชนีที่ปรากฏในตารางที่ 5-1 ด้วยว่าการขยายตัวของจำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวในประเทศกลุ่มที่ทำการศึกษาค่า อาจไม่ได้เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมาเยือนไทยแล้วเดินทางต่อเนื่องไปยังประเทศเหล่านั้น แต่อาจเป็นการขยายตัวเพราะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศไปยังประเทศเหล่านั้น เนื่องจากถือได้ว่าเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศของประเทศนั้นเช่นกัน

ภาคผนวก



ผนวก ก

ข้อมูลของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ปี พ.ศ.	จำนวนครั้งการเยือน (ครั้ง)	เปลี่ยนแปลง	จำนวนวันพักเฉลี่ย (วัน)	รายรับ (ล้านบาท)	งบประมาณ (ล้านบาท)
2503	81,340	32.11	3.00	196	3.40
2504	107,754	32.47	3.00	250	2.30
2505	130,809	21.40	3.00	310	3.60
2506	195,076	49.13	5.70	394	6.00
2507	211,924	8.64	4.50	430	7.00
2508	225,025	6.18	4.80	506	11.00
2509	282,117	25.37	5.00	754	16.00
2510	335,845	19.04	4.60	952	12.10
2511	377,262	12.33	4.20	1,220	7.85
2512	469,784	24.52	4.80	1,770	10.94
2513	628,671	33.82	4.80	2,175	12.80
2514	638,738	1.60	4.80	2,214	14.28
2515	820,758	28.5	4.90	2,718	25.00
2516	1,037,737	26.44	4.70	3,457	25.00
2517	1,107,392	6.71	4.80	3,852	27.66
2518	1,180,075	6.56	5.00	4,538	31.17
2519	1,098,442	(6.92)	5.00	3,990	44.38
2520	1,220,672	11.13	4.51	4,607	52.69
2521	1,453,839	19.10	4.84	8,894	63.60
2522	1,591,455	9.47	5.09	11,232	70.25
2523	1,858,801	16.80	4.90	17,765	83.98
2524	2,015,615	8.44	4.96	21,455	109.99

มีต่อ

ปี พ.ศ.	จำนวนครั้งการเยือน (ครั้ง)	เปลี่ยนแปลง	จำนวนวันพักเฉลี่ย (วัน)	รายรับ (ล้านบาท)	งบประมาณ (ล้านบาท)
2525	2,218,429	10.06	4.79	23,879	124.45
2526	2,191,003	(1.24)	4.91	25,050	163.80
2527	2,346,709	7.11	5.47	27,317	244.26
2528	2,438,270	3.90	5.58	31,768	259.77
2529	2,818,092	15.58	5.93	37,321	333.28
2530	3,482,958	23.59	6.06	50,024	435.90
2531	4,230,737	21.47	7.36	78,859	506.70
2532	4,809,508	13.68	7.63	96,386	530.64
2533	5,298,860	10.17	7.06	110,572	830.96
2534	5,086,899	(4.00)	7.09	110,004	1,004.25
2535	5,136,443	0.97	7.06	123,135	1,262.06
2536	5,760,533	12.15	6.94	127,802	1,463.18
2537	6,166,496	7.05	6.98	145,211	2,162.64
2538	6,951,566	12.73	7.43	190,765	2,305.02
2539	7,192,145	3.46	8.23	219,364	2,495.57
2540	7,221,345	0.41	8.33	220,755	2,528.90
2541	7,764,930	7.53	8.40	242,177	2,525.15
2542	8,580,332	10.50	7.96	253,018	2,649.20
2543	9,508,623	10.82	7.77	285,272	2,920.21
2544	10,061,950	5.82	7.93	299,047	2,918.74
2545	10,799,067	7.33	7.98	323,484	3,161.66
2546	10,004,453	(7.36)	7.96	289,600	4,469.85

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

## มูลค่าส่งออกสินค้าบริการ

หน่วย : ล้าน US\$

	โลก	บรูไน	กัมพูชา	อินโดนีเซีย	ลาว	มาเลเซีย	พม่า	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	เวียดนาม	จีน	ไทย
2533	781,628			2,488	11	3,769	94	2,897	12,719	182	5,748	6,292
2534	824,250			2,822	19	4,285	57	3,313	13,730	449	6,864	7,132
2535	922,910		50	3,391	36	4,880	103	4,565	16,102	724	9,108	9,162
2536	940,632		59	3,878	55	6,294	234	4,617	18,497	772	10,992	10,877
2537	1,036,822		45	4,680	56	9,200	258	6,749	22,939	1,283	16,354	11,425
2538	1,187,436		103	5,342	68	11,438	353	9,323	29,067	2,147	18,430	14,652
2539	1,274,600	602	152	6,462	79	14,966	421	12,929	30,354	2,243	20,567	16,704
2540	1,325,729	477	150	6,792	78	15,569	513	15,130	29,487	2,530	24,504	15,619
2541	1,344,119	282	173	4,340	116	11,400	618	7,465	22,098	2,616	23,879	13,074
2542	1,392,428	316	289	4,453	101	11,800	496	4,779	26,274	2,493	26,165	14,542
2543	1,479,391	198	423	5,060	134	13,812	459	3,935	29,001	2,702	30,146	13,785
2544	1,486,076		517	5,361	127	14,331	405	3,112	28,755	2,810	32,901	12,932
2545	1,586,390		593	6,517		14,753		3,029	29,599	2,948	39,381	15,304
2546	1,796,489					13,459		2,955	30,417			15,670

ที่มา : องค์การการค้าโลก (www.wto.org)

## มูลค่าส่งออกสินค้าท่องเที่ยว

หน่วย : ล้าน US\$

	โลก	บรูไน	กัมพูชา	อินโดนีเซีย	ลาว	มาเลเซีย	พม่า	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	เวียดนาม	จีน	ไทย
2533	264,815			2,153	2	1,684	20	466	4,650	85	1,738	4,325
2534	275,310			2,515	8	1,783	11	570	4,616	85	2,346	4,537
2535	317,288		50	3,051	18	2,028	92	944	5,730	80	3,530	5,092
2536	321,205		48	3,651	34	2,190	113	1,178	6,396	85	4,683	5,638
2537	349,038		34	4,575	43	3,367	134	973	6,781	85	7,323	6,063
2538	400,630		53	5,229	51	3,969	151	1,136	7,646	86	8,730	8,035
2539	430,324	84	82	6,184	62	4,477	181	1,546	7,391	87	10,200	9,089
2540	432,375	66	68	6,648	58	3,741	155	2,341	6,292	88	12,074	7,660
2541	435,016	39	107	4,255	95	2,381	171	1,418	4,596	86	12,602	6,174
2542	451,705		212	4,353	82	3,588	189	2,554	5,073		14,098	7,028
2543	470,637		304	4,974	114	5,011	162	2,134	5,202		16,231	7,483
2544	459,993		380	5,276	104	6,863	126	1,723	4,586		17,792	7,075
2545	478,354		454	5,285		7,118		1,740	4,381		20,385	7,948
2546	527,292					5,901		1,464	3,928		17,406	7,822

ที่มา : องค์การการค้าโลก (www.wto.org)

จำนวนครั้งการเยือนของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

หน่วย : ล้านครั้ง

	โลก	บรูไน	กัมพูชา	อินโดนีเซีย	ลาว	มาเลเซีย	พม่า	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	เวียดนาม	จีน	ไทย
2533	458.229	0.377	0.017	2.178	0.025	7.446	0.021	1.025	5.323	0.250	33.350	5.299
2534	463.951	0.344	0.025	2.570	0.025	5.847	0.022	0.951	5.415	0.300	38.115	5.087
2535	503.356	0.412	0.088	3.064	0.030	6.016	0.027	1.153	5.990	0.440	41.527	5.136
2536	519.045	0.489	0.118	3.403	0.036	6.504	0.048	1.246	6.426	0.670	43.684	5.761
2537	550.471	0.622	0.177	4.006	0.036	7.197	0.071	1.415	6.899	1.018	46.387	6.166
2538	565.495	0.789	0.220	4.324	0.060	7.469	0.117	1.610	7.137	1.351	51.128	6.952
2539	596.524	0.800	0.260	5.034	0.093	7.138	0.172	1.907	7.293	0.975	57.588	7.192
2540	610.763	0.857	0.219	5.185	0.193	6.211	0.189	2.088	7.198	1.114	63.478	7.221
2541	625.236	1.310	0.286	4.606	0.200	5.551	0.201	1.975	6.242	0.978	72.796	7.765
2542		1.300	0.368	4.728	0.259	7.931	0.198	1.971	6.958	1.211	83.444	8.580
2543		1.307	0.466	5.064	0.191	10.222	0.206	1.842	7.691	1.383	89.013	9.509
2544			0.605	5.154	0.173	12.775	0.205	1.698	7.522	1.599	97.908	10.062
2545			0.787	5.033	0.215	13.292	0.217	1.849	7.567			10.799

ที่มา : องค์การสหประชาชาติ

(Statistical Yearbook for Asia and Pacific, Statistical Yearbook Annual Report)

รายได้จากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

หน่วย : ล้าน US\$

	โลก	บรูไน	กัมพูชา	อินโดนีเซีย	ลาว	มาเลเซีย	พม่า	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	เวียดนาม	จีน	ไทย
2533	268,928	35		2,105	3	1,667	9	1,306	4,596	85	2,840	4,326
2534	277,568	35		2,522	8	1,530	13	1,281	4,560	85	3,947	3,923
2535	315,103	35	50	3,278	18	1,768	16	1,674	6,141	80	4,683	4,829
2536	324,090	36	48	3,988	6	2,050	19	2,122	6,970	85	7,323	5,013
2537	353,998	36	88	4,785	8	3,440	24	2,089	7,466	85	8,733	5,762
2538	405,110	37	53	5,228	25	3,909	38	2,239	7,646	86	10,200	7,664
2539	435,594	38	82	6,307	44	4,447	33	2,483	7,954	87	12,074	8,664
2540	435,981	39	68	5,321	73	2,493	34	2,639	6,871	88	12,602	7,048
2541	444,741	37	107	4,331	80	2,189	35	2,166	5,358	86	14,099	5,934
2542			212	4,710	97	3,242	35	2,309	5,073		16,224	6,695
2543			304	5,749	114	4,562	42	1,709	5,202		17,792	7,112
2544			380	5,396	104	6,374	45	1,628	4,586		20,385	6,731
2545			454	4,306	113	6,785		1,676	4,932			7,530

ที่มา : องค์การสหประชาชาติ

(Statistical Yearbook for Asia and Pacific, Statistical Yearbook Annual Report)

จำนวนวันพักเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

หน่วย : คืน

	อินโดนีเซีย	ลาว	มาเลเซีย	พม่า	ฟิลิปปินส์	สิงคโปร์	ไทย
2533	11.8		4.6	6.6	12.1	3.3	7.1
2534	11.8		4.6	6.3	12.0	3.3	7.1
2535	11.1		4.8	6.7	11.3	3.7	7.1
2536	10.7	3.5	4.7	6.6	12.3	3.6	6.9
2537	10.3	5.1	4.8	5.5	10.5	3.5	7.0
2538	10.2	4.2	4.8	7.0	9.2	3.7	7.4
2539	10.5	4.1	5.4	7.0	9.2	3.3	8.2
2540	10.6	5.0	5.3	7.0	8.9	3.3	8.3
2541	9.2	5.0	5.5	7.0	8.4	3.4	8.4
2542	10.5	5.5	6.0	7.0	8.5	3.2	8.0
2543	12.3	5.5	5.8	7.0	8.3	3.2	7.8
2544	10.5				9.2		7.9
2545	9.8				8.1		8.0

ที่มา : องค์การสหประชาชาติ

(Statistical Yearbook for Asia and Pacific)

มูลค่านำเข้าสินค้าท่องเที่ยวของแต่ละทวีปจากตลาดโลก

หน่วย : ล้าน US\$

	2541	2542	2543	2544	2545
เอเชีย	84,308	93,102	99,313	95,776	99,170
ยุโรป	377,000	394,000	385,000	382,000	412,000
อเมริกา	70,058	73,528	80,511	75,816	73,511
โอเชียเนีย	6,863	7,551	7,636	7,033	7,593
เอเชียตะวันตก	11,334	11,957	12,465	13,108	13,474
แอฟริกา	8,907	8,155	8,122	8,114	8,571

ที่มา : องค์การการค้าโลก ([www.wto.org](http://www.wto.org))

หมายเหตุ : โอเชียเนีย หมายถึง ประเทศออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์

มูลค่านำเข้าสินค้าท่องเที่ยวของแต่ละทวีปจากไทย

หน่วย : ล้าน US\$

	2541	2542	2543	2544	2545
เอเชีย	2,824	3,450	3,551	3,262	3,520
ยุโรป	2,051	2,60	2,218	2,189	2,493
อเมริกา	472	526	587	923	783
โอเชียเนีย	323	327	403	335	385
เอเชียตะวันตก	184	212	251	246	271
แอฟริกา	81	121	103	76	78

ที่มา : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

หมายเหตุ : โอเชียเนีย หมายถึง ประเทศออสเตรเลีย, นิวซีแลนด์



## บรรณานุกรม

### หนังสือและบทความในหนังสือ

กรมการฝึกหัดครู, ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศน์. ตำรา-เอกสารวิชาการ ฉบับที่ 30 การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ : หน่วยศึกษานิเทศน์ กรมการฝึกหัดครู, 2533.

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ศูนย์เศรษฐกิจระหว่างประเทศ คณะเศรษฐศาสตร์.

รายงานผลการศึกษารื่องการเปิดเสรีการค้าภาคบริการ : ผลกระทบที่มีต่ออุตสาหกรรม การท่องเที่ยวไทย (กรณีศึกษาพันธกรณีของแกตต์ อาเซียนและเอเปค) เสนอต่อ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, มี.ย.2541.

ชยันต์ ดันดีสวัสดิการ, วิชรีชา ไตสงวน และ เพลินพิศ สัตย์สงวน.

รายงานวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาศักยภาพการแข่งขันการค้าบริการของไทย เล่มที่ 2 เสนอต่อ กรมเศรษฐกิจการพาณิชย์ กระทรวงพาณิชย์. กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการวิชาการคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2539.

ธีระ อึ้งกุล, และ คณะ. อนาคตอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย. กรุงเทพฯ :

ฝ่ายวิจัยบริษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, พ.ย.2535.

ณัฐพงศ์ ทองภักดี, ดวงฤดี ศิริเสถียร และ จิรต์ อิศรางกูร ณ อยุธยา. การเสริมสร้าง

ความสามารถในการแข่งขัน (รายงานทิศทางเศรษฐกิจและการค้าไทย : ภาคการค้า ระหว่างประเทศ) เสนอกระทรวงพาณิชย์. กรุงเทพฯ : ฝ่ายการวิจัยเศรษฐกิจรายสาขา มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, มี.ค.2542.

นนุช ใจจนเวทย์. รายงานสถานการณ์การท่องเที่ยวภูเก็ตหลังเหตุการณ์จลาจล กรณี โรงงาน ไทยแลนด์แทนทาลัมและผลกระทบที่เกิดขึ้นในวงการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดภูเก็ต. กรุงเทพฯ : กองสถิติและวิจัย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, ก.ค.2529.

นิคม จารุมณี. การท่องเที่ยวและการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ :

ภาคพัฒนาตำราและเอกสารวิชาการ หน่วยศึกษานิเทศน์ กรมการฝึกหัดครู, 2535.

มหาวิทยาลัยมหิดล, คณะสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรศาสตร์. รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภายใต้ตอนบน ชุมพร ระนอง สุราษฎร์ธานี นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง พังงา กระบี่ เสนอการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยมหิดล, ธ.ค.2539.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และ คณะ. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย รายงานฉบับย่อสำหรับผู้บริหาร เสนอ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, มี.ค.2540.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และ คณะ. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) บทสรุปสำหรับผู้บริหาร เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ก.ย.2544.

มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และ คณะ. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งชาติ ในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ก.ย.2544.

มูลนิธิสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายงานขั้นสุดท้าย โครงการศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย เล่มที่ 1 เสนอต่อ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, เม.ย.2525.

มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, ฝ่ายความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศ.  
รายงานฉบับสมบูรณ์ เรื่องสู่ทางและโอกาส การส่งออกและผลกระทบจากกรณีเขต  
การค้าเสรีอาเซียน รายงานหลักเล่มที่ 1 ผลกระทบต่อเศรษฐกิจมหภาค การค้า และ  
การลงทุนจากต่างประเทศ เสนอต่อสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ :  
 มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย, พ.ย.2539.

วินิจ วีรยางกูร. การจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ, 2532.

วุฒิเทพ อินทปัญญา และจำลอง อติกุล. รายงานฉบับสมบูรณ์โครงการวิจัยผลทางด้านเศรษฐกิจ  
ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย เสนอต่อ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.  
 กรุงเทพฯ : ศูนย์บริการวิชาการสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์, เม.ย.2528.

สวัลลีย์ เปี่ยมปิติ. รายงานการวิจัยเรื่อง การสำรวจการเดินทางออกนอกประเทศของคนไทย  
(Servay of Thai Nationals Out-Going from Thailand) เสนอต่อ การท่องเที่ยวแห่ง-  
ประเทศไทย. กรุงเทพฯ : คณะสถิติประยุกต์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์,  
 มี.ค.2524.

#### บทความ

ดำเนินนอก. "ภาษาท่องเที่ยว "Tourism Demand". " ธุรกิจท่องเที่ยว. ปีที่ 3 (9 ก.พ. 2534) : 23-30

#### วิทยานิพนธ์

ก้องเกียรติ กาณจนพันธุ์. "การเปรียบเทียบประสิทธิภาพและต้นทุนของสายการบินใน ภูมิภาค  
 เอเชียแปซิฟิกกับการบินไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิต  
 คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2537.

ชนิษฐา แซ่ลิ้ม. "การวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกของอุตสาหกรรมแผงวงจรไฟฟ้าของไทย."  
 การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)  
 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.

- แจ่มศรี เทวบิน. "การศึกษาอุปสงค์การเดินทางทางอากาศระหว่างกรุงเทพฯ กับขอนแก่น."  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก, 2539.
- ชนากานต์ ป็องกัน. "การวิเคราะห์ความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในการผลิตและการส่งออก  
เฟอร์นิเจอร์ไม้ยางพาราและชิ้นส่วนของไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ  
คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.
- ดวงฤดี ศิริเสถียร. "การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันส่งออกของอุตสาหกรรมสับปะรด  
กระป๋องและผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ  
วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2539.
- นฤมล สนิธถาวร. "การประมาณการปริมาณนักท่องเที่ยวที่เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในช่วง  
แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 7." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ  
คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534.
- นัฐริยา ก้อนเทียน. "การศึกษาความสามารถในการส่งออกสินค้าอุตสาหกรรมของไทยไปสหภาพ  
ยุโรป." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย,  
2539.
- นันทนา ลิ้มประยูร. "มูลค่าของอุทยานแห่งชาติ : กรณีศึกษาเกาะเสม็ด."  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
2537.
- นิสิต ธีรสุขพิมล. "การวิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการส่งออกของประเทศไทย."  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
2538.

- พิจาริณี ไฉ่ชยยะกุล. “การประเมินศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมการประมง การท่องเที่ยว เพื่อเป็นรางวัลและการแสดงสินค้า/นิทรรศการนานาชาติของไทย.”  
การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต(เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2545.
- พิสมัย จารุจิตติพันธ์. “ผลกระทบของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจและ การศึกษาในเกาะสมุย.” วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาพัฒนศึกษาศาสตร์  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ประสานมิตร, 2536.
- ภาคภูมิ สีนุชก. “ผลกระทบจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อรายได้และการจ้างงานของภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ : กรณีศึกษาโดยใช้แบบจำลองปัจจัยการผลิต-ผลผลิตภาค.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2547.
- มาลีรัตน์ สุขศรี. “การวิเคราะห์อุปสงค์ของนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกที่เดินทางเข้าสู่ ประเทศไทยโดยทางอากาศ.” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2540.
- สณชัย ศรีมาจันทร์. “การวิเคราะห์อุปสงค์ต่อการเดินทางทางอากาศภายในประเทศ.”  
วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
2537.
- สมัย โกรทินธาคม. “การส่งออกตกต่ำของไทยในปี 2539 : การวิเคราะห์สาเหตุโดยวิธี “ส่วนแบ่ง- ตลาดคงที่.”” วิทยานิพนธ์ปริญญาามหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2543.

เสกพงศ์ จิรมนัสนาคร. "ความเชื่อมโยงผลผลิต การจ้างงานและรายได้ระหว่างภาค :  
ศึกษาโดยใช้แบบจำลองปัจจัยการผลิต-ผลผลิตระหว่างภาค."

วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,  
2541.

อิสระพล คันสร. "การศึกษาวิเคราะห์ศักยภาพการส่งออกสินค้าไทยไปสหรัฐอเมริกา."  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์,  
2534.

อุบล ต่อกพินิจ. "การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาในประเทศไทยปี พ.ศ.2518-2522."  
วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต แผนกวิชาสถิติ คณะพาณิชยศาสตร์  
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2519.

อำนาจ ศรีสุขสันต์. "ดัชนีค่าเงินบาทและปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดอัตราแลกเปลี่ยน  
ในประเทศไทย." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต คณะเศรษฐศาสตร์  
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2531.

#### อินเทอร์เน็ต

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. <http://www.tat.or.th>, 2543-2548.

ธนาคารโลก. <http://www.worldbank.org>, 2546-2548.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. <http://www.bot.or.th>, 2543-2548.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. <http://www.nso.go.th>, 2543-2548.

องค์การค้าโลก. <http://www.wto.org>, 2546-2548.

องค์การท่องเที่ยวโลก. <http://www.worldtourism.org>, 2546-2548.

องค์การสหประชาชาติ. <http://www.un.org> , <http://www.unescap.org>, 2548-2548.

BOOKS

Archer, B.H. Demand Forecasting in Tourism. University College of North Wales, Bangor :  
University of Wales Press, 1976.

Balassa, B. Coparative Advantage, Trade Policy and economic Development. New York :  
Harvester Wheatsheat, 1989.

Dagenai, M.G. and Muet, P.A. International Trade Madelling. London : Chapman and Hall,  
1992.

Leamer, E.E. and Stern, R.M. Quantitative International Economics. Boston :  
Allyn and Bacon, Inc., 1970.

Nairn, R.J. and partners pty., ltd. The Modelling of Tourism Behaviour.  
Australian Tourist Commission, 1977.

Peters, M. International Tourism The economics and development of international  
tourist trade. London : Hutchinson & Co (Publishers) LTD, 1969.

The Organization for Economic Co-operation and Devalopment (OECD) Tourism  
Committee. Tourism Policy and International tourism In OECD Member  
Countries. Paris : The Organization for Economic Co-operation and  
Development, 1976.

THESIS

Bang-ornrat Rojwannasin. "Determinants of International Tourist Flows to Thailand."  
Master of Economics, Bangkok : Faculty of Economics Thammasat  
University, 1982.

WORKING PAPER

Wang Kuo-Liang and Wu Chung-Shu. "A Study of Comparativeness of International Tourism in the South East Asia Region : Eleventh annual East Asian Seminar on Economics (Trade and Service)." Seoul, Korea, 24 June 2000.