



บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

m a z i n g 1998
H A I L A N D 1999

อุต
915.93
กบก

แหล่งที่มา.....
 เลขทะเบียน.....
 เลขเรียกหนังสือ.....
 วันที่...../...../.....



บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ



สารบัญ

	หน้า
1) บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ	1
2) สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย	5
3) โครงการปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ <i>Amazing Thailand 1998-1999</i>	9

บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นภาคอุตสาหกรรมด้านการค้าบริการที่มีขนาดใหญ่ เกี่ยวข้องกับภาคการผลิตต่างๆ ในหลายสาขา กระจายไปทั่วในระดับการผลิตทุกขนาด ตั้งแต่ระดับครัวเรือนไปจนถึงระดับการผลิตขนาดใหญ่ นอกจากนั้นยังกระจายไปยังพื้นที่ในภูมิภาคต่างๆ ตั้งแต่ระดับชนบทจนถึงระดับเมือง ในทำนองเดียวกันตลาดการท่องเที่ยวก็มีขนาดใหญ่ มหาศาล ไม่ว่าจะเป็นตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศหรือตลาดการท่องเที่ยวภายในประเทศ ในปี 1996 ที่ผ่านมา จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (International Tourist) ที่มีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลก มีจำนวนถึง 594 ล้านคน ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ทั่วโลกถึง 423 พันล้านเหรียญสหรัฐ และเมื่อรวมถึงการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic Tourist) ซึ่งมีประมาณ 4.6 ล้านล้านเหรียญ จะเห็นว่าภาคการค้าบริการด้านท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ จะมีขนาดตลาดที่มหาศาลเกินกว่าภาคการค้าบริการอื่นๆ และหากจะพิจารณาถึงแนวโน้มการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จะเห็นว่าอัตราการขยายตัวของการค้าบริการในด้านนี้มีแนวโน้มที่ขยายตัวโดยตลอด ในช่วงระหว่างปี 1980-1996 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นแต่ละปีโดยเฉลี่ยร้อยละ 4.6 และรายได้จากการท่องเที่ยวมีการขยายตัวโดยเฉลี่ยร้อยละ 9.1 ต่อปี จากขนาดของตลาดการท่องเที่ยวที่มีจำนวนมหาศาลและแนวโน้มการขยายตัวที่เพิ่มขึ้นสูงโดยตลอดนี้ แนนอนว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวย่อมส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและสังคมของแต่ละประเทศเป็นอย่างสูง รัฐบาลของประเทศต่างๆ จึงได้ให้ความสนใจต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศค่อนข้างมาก รวมทั้งความร่วมมือระหว่างประเทศที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอย่างกว้างขวางทั่วโลก โดยมุ่งที่จะก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวแบบ Two-Way Traffic หรือเป็นลักษณะต่างตอบแทน ความพยายามที่เกิดขึ้นของความร่วมมือระหว่างประเทศคือ การลดอุปสรรคของการเดินทางเข้า-ออก ของประเทศต่างๆ ทั้งนี้เพื่อให้การเดินทางเชื่อมโยงระหว่างกันมีความสะดวกสบายมากที่สุด

สำหรับในประเทศไทยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนับว่ามีบทบาทที่สำคัญต่อเศรษฐกิจรวมของประเทศ ทั้งในแง่ของการสร้างเงินตราต่างประเทศ ความสำคัญต่อดุลการค้าและบริการ รวมทั้งการสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) นอกจากนั้น อุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังมีบทบาทต่อสังคม ไม่ว่าจะเป็นการสร้างงาน การกระจายรายได้ การเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เป็นต้น ซึ่งหากพิจารณาถึงผลที่เกิดขึ้นทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคมในแต่ละส่วนจะสามารถช่วยในการตัดสินใจต่อการกำหนดแนวทางในการใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาประเทศ โดยเฉพาะการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี

๖.๑ ความสำคัญในแง่การสร้างเงินตราต่างประเทศ (Source of foreign exchange)

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจบริการที่เป็นแหล่งสำคัญในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้สูงเป็นอันดับหนึ่ง เมื่อเปรียบเทียบกับสินค้าส่งออกอื่นๆ ตั้งแต่ปี 2525 เป็นต้นมา (ยกเว้นเพียงปี 2534 ที่รายได้จากการท่องเที่ยวตกลงมาเป็นอันดับ 2 รองจาก Textile) ในช่วงระยะ 6 ปีที่ผ่านมา ตั้งแต่ปี 1990 รายได้จากการท่องเที่ยวขยายตัวเพิ่มขึ้นโดยตลอด จากรายได้ 110,572 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็น 219,364 ล้านบาท ในปี 1996 เมื่อเทียบมูลค่ารายรับจากการท่องเที่ยวกับมูลค่าการค้าภาคบริการ (Service Receipts) รายรับจากการท่องเที่ยวมีส่วนเฉลี่ยเกินกว่าร้อยละ 50 ของการค้าภาคบริการ และประมาณร้อยละ 10-12 ของภาคการค้าสินค้าและบริการ (Goods & Service Receipts)

๖.๒ ความสำคัญต่อดุลการค้าและบริการ

สภาพเศรษฐกิจไทยในปัจจุบันซึ่งต้องเผชิญกับการขาดดุลการค้ามาโดยตลอด แม้ว่าดุลบริการของประเทศจะยังคงเกินดุล แต่ปริมาณการเกินดุลในภาคการค้าบริการต่ำกว่ายอดการขาดดุลภาคการค้า ส่งผลให้ประเทศไทยต้องขาดดุลการค้าและบริการเป็นจำนวนที่สูงถึงประมาณ 175,080 ล้านบาท และเพิ่มเป็น 341,221 ล้านบาท ในปี 1996 ซึ่งในขณะที่ภาคการค้าด้านอื่นๆ ของประเทศอยู่ในภาวะที่ขาดดุล แต่ภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศกลับอยู่ในสภาพเกินดุล โดยในปี 1990 ประเทศไทยมีดุลท่องเที่ยวเกินดุลถึง 88,750 ล้านบาท คิดเป็นร้อยละ 110.86 ของดุลบริการ มีส่วนช่วยให้ดุลการค้าและบริการขาดดุลลดลงร้อยละ 33.6 สำหรับในปี 1996 นี้ ประเทศไทยมีดุลท่องเที่ยวเกินดุล 113,734 และมีส่วนช่วยให้ดุลการค้าและบริการขาดดุลลดลงร้อยละ 26.2

๖.๓ ความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ

จากผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ ในปี 1996 ซึ่งมีจำนวนประมาณ 4,689,600 ล้านบาท เมื่อนำรายได้จากการท่องเที่ยว ซึ่งนับรวมทั้งรายได้จากการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ และรายได้จากการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศ ซึ่งมีจำนวนรวม 376,655 ล้านบาท มาเปรียบเทียบกับค่าสัดส่วน จะเห็นว่ามูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมของการท่องเที่ยว เฉพาะในส่วนของการบริโภคจะมีค่าสัดส่วนประมาณ ร้อยละ 8 ของมูลค่าผลิตภัณฑ์รวมของประเทศ ทั้งนี้หากนำข้อมูลการใช้จ่ายของภาครัฐและเอกชนที่ลงทุนไปในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแต่ละปี ค่าสัดส่วนของมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมในสาขาการท่องเที่ยวจะมีสัดส่วนต่อ GDP รวมของประเทศสูงเกินกว่าร้อยละ 8

๖.๔ ผลต่อการจ้างงาน

เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมบริการเป็นหลัก จึงมีลักษณะเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานสูง (Labour intensive) และเข้ามามีบทบาทในการจ้างงานให้กับประชากรได้เป็นอย่างดี ประมาณการว่าในปัจจุบันแรงงานที่อยู่ในภาคธุรกิจการท่องเที่ยว

มีมากกว่า 1 ล้านคน ในลักษณะของการจ้างงานตรง คิดเป็นร้อยละ 29 ของแรงงานในสาขาภาคบริการทั้งหมด หรือประมาณร้อยละ 4.1 ของแรงงานที่มีงานทำทั้งหมด นอกจากนั้นความต้องการแรงงานของอุตสาหกรรมจะเป็นลักษณะของแรงงานที่ไม่ต้องใช้เทคโนโลยีสูง เช่น แรงงานในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ โดยประมาณร้อยละ 45 จะเป็นแรงงานระดับไม่ใช้เทคนิค และอีกร้อยละ 45 จะเป็นแรงงานที่ใช้เทคนิคระดับกลาง ดังนั้นการจ้างงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงสามารถสนองตอบต่อโครงสร้างของประชากรที่มีอยู่ในปัจจุบันได้เป็นอย่างดี ซึ่งจำนวนแรงงานดังกล่าวนี้ เป็นแรงงานที่เกิดจากการจ้างงานในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แต่หากจะกล่าวถึงบทบาทของอุตสาหกรรมให้ครอบคลุมถึงการสร้างงาน-อาชีพ แล้วแน่นอนว่าจำนวนแรงงานที่อยู่ในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวย่อมสูงกว่าที่ได้กล่าวถึงมาแล้ว

๖.๕ ความสำคัญต่อการกระจายรายได้

จากโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในประเทศไทย ทั้งจากนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศและนักท่องเที่ยวไทย ปรากฏว่า รายจ่ายหลักประมาณร้อยละ 40 จะเป็นค่าใช้จ่ายสำหรับสินค้าที่ระลึกต่างๆ ประมาณร้อยละ 18-20 เป็นค่าใช้จ่ายด้านที่พัก ร้อยละ 15 เป็นค่าใช้จ่ายด้านอาหารและเครื่องดื่ม นั่นคือรายรับที่เกิดขึ้นจากนักท่องเที่ยว ได้กระจายไปยังภาคธุรกิจการผลิตสาขาต่างๆ ค่อนข้างมาก โดยเฉพาะธุรกิจการผลิตและจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ไม่ว่าจะเป็นสินค้าหัตถกรรมหรือสินค้าอัญมณี ทั้งนี้นอกเหนือจากการพิจารณาถึงการกระจายรายได้ตามสาขาการผลิตแล้ว ในส่วนของการกระจายรายได้ไปยังกลุ่มบุคคลต่างๆ นั้น ปรากฏว่าร้อยละ 35 ของรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะตกอยู่กับเจ้าของหรือผู้ประกอบการในสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง ประมาณร้อยละ 18 ของรายได้จะตกอยู่กับแรงงานและลูกจ้างในสาขาการท่องเที่ยว อีกประมาณร้อยละ 35 จะตกไปสู่ธุรกิจการผลิตสาขาอื่นๆ ที่สนับสนุนวัตถุดิบ วัสดุสำเร็จรูปหรือกึ่งสำเร็จรูปให้กับธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งรวมไปถึงผู้ประกอบการด้านค้าส่งและค้าปลีก และร้อยละ 5 จะกระจายตรงไปสู่เกษตรกรในประเทศ จะเห็นว่าผลได้ทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังกล่าวนี้ มิได้ตกอยู่แต่กับเฉพาะสาขาการผลิตในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรงเท่านั้น แต่ยังกระจายไปยังสาขาการผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในสัดส่วนที่ค่อนข้างสูง

๖.๖ ความสำคัญต่อการไหลออกของเงินตราต่างประเทศ

อย่างไรก็ตามแม้ว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะสามารถก่อให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจในเชิงบวกค่อนข้างมากก็ตาม ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวก็ก่อให้เกิดการไหลออกของเงินตราต่างประเทศ เช่นกัน ไม่ว่าจะเป็นในรูปของการนำเข้าวัตถุดิบจากต่างประเทศ ซึ่งสัดส่วนของการพึ่งพาการนำเข้าวัตถุดิบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้มีสัดส่วนที่ไม่สูงนัก เมื่อเปรียบเทียบกับภาคการผลิตในภาคอุตสาหกรรมอื่นๆ การไหลออกของเงินต่างประเทศที่สำคัญในภาคอุตสาหกรรมนี้ คือ การไหลออกโดยตรงของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวคนไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในต่างประเทศ สัดส่วนของค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวในต่างประเทศ เมื่อ

เปรียบเทียบกับรายจ่ายภาคบริการจะอยู่ในสัดส่วนประมาณร้อยละ 28 และประมาณร้อยละ 3.8-4 ของภาครายจ่ายการค้าและบริการ ทั้งนี้ค่าสัดส่วนดังกล่าวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นทุกปี การไหลออกของเงินตราในส่วนนี้จะมีผลต่อเนื่องไปยังดุลการค้าและบริการของประเทศ ยิ่งค่าใช้จ่ายในส่วนนี้เพิ่มมากเท่าใดก็จะทำให้การเกินดุลท่องเที่ยวของประเทศลดลง และดุลการค้าและบริการของประเทศขาดดุลเพิ่มมากขึ้นเท่านั้น

สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากองค์ประกอบด้านตลาดการท่องเที่ยว ซึ่งประกอบด้วยตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทย ตลาดนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ และตลาดนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศ โดยแต่ละกลุ่มตลาดจะมีบทบาท ซึ่งมีทั้งความเหมือนและต่างกันต่อเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ สถานการณ์ของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวดังกล่าวจะบ่งชี้ให้เห็นถึงแนวโน้มของผลกระทบต่อการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นกับสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงสถานการณ์ในภาพรวมจะเห็นว่า ทั้ง 3 กลุ่มตลาดมีแนวโน้มการขยายตัวทั้งสิ้น อย่างไรก็ตามอัตราการขยายตัวและแนวโน้มของผลกระทบต่อเศรษฐกิจของทั้ง 3 ตลาด จะมีระดับที่ต่างกัน โดยสรุปได้คือ

ตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

อาจจะกล่าวได้ว่าประเทศไทย ได้ให้ความสนใจกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเป็นอย่างสูง เมื่อเทียบกับอีก 2 กลุ่มตลาด จุดเริ่มต้นของการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศได้เริ่มต้น ตั้งแต่ปี 1960 เป็นต้นมา แต่ในยุคต้นของการพัฒนา การเติบโตของตลาดการท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังไม่มีผลต่อทางเศรษฐกิจและสังคมในประเทศมากนัก หลังจากการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 5 ตั้งแต่ปี 1982 ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะกับกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศอย่างจริงจัง เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ส่งผลให้การขยายตัวของทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายรับจากการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัด จากจำนวนนักท่องเที่ยวเพียง 81,340 คน และรายได้จากการท่องเที่ยวเพียง 196 ล้านบาท ในปี 1960 เพิ่มขึ้นเป็น 2,818,092 คน และรายรับเป็น 37,321 ล้านบาท เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 5 (ปี 1986) การเติบโตของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยดี โดยเฉพาะในช่วงของแผนพัฒนาฉบับที่ 6 หลังจากประเทศไทยได้ประกาศในปี 1987 เป็นปี Visit Thailand year อัตราการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 13 ต่อปี รวมถึงการขยายตัวของจำนวนวันพัก และค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ส่งผลให้การขยายตัวด้านรายรับจากนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 24 ต่อปี แต่ในช่วงของแผนพัฒนาฉบับที่ 7 การขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวลดเหลือเพียงเฉลี่ยร้อยละ 7.2 ต่อปี รวมถึงรายรับจากการท่องเที่ยวซึ่งเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 17.3 ต่อปี ทั้งนี้จากปัจจัยของสภาพการแข่งขันที่สูงขึ้นและความได้เปรียบในการแข่งขันของประเทศไทยมีแนวโน้มที่ลดลงจากปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้น อันเนื่องมาจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของจำนวนนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะในปี 2540 ในช่วงครึ่งปีแรกจำนวนนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มชะลอตัวลงจากปีที่ผ่านมา อัตราการขยายตัวอยู่ในระดับร้อยละ 1.53 ซึ่งปัจจัยที่มีผลต่อการชะลอตัวของนักท่องเที่ยวนอกจากจะเกิดจากปัจจัยภายนอก คือปัญหาด้านภาวะเศรษฐกิจของตลาดนักท่องเที่ยวแล้ว ปัจจัยภายในอันได้แก่ปัญหาต่างๆ ของประเทศไทยก็ยังไม่ได้รับการแก้ไขให้หมดไปได้ แนวโน้มและโอกาสที่ประเทศ

ไทยจะสามารถพัฒนาตลาดให้มีการขยายตัวในอัตราที่สูงรวมถึงการขยายรายรับจากกลุ่มตลาดนี้ เช่นที่ผ่านมา จึงมีไม่สูงนัก

๖. ตลาดนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศ

ตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ที่ผ่านมามีได้รับความละเลยจากประเทศไทย เนื่องจากกลุ่มตลาดดังกล่าวมิได้ก่อให้เกิดผลเชิงบวกต่อเศรษฐกิจของประเทศในขณะเดียวกันผลเศรษฐกิจเชิงลบจากกลุ่มตลาดดังกล่าวก็มีไม่มากนัก โดยจำนวนนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศในปี 1986 มีจำนวนเพียง 541,383 คน และมีรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวเพียง 7,798 ล้านบาท แต่ตั้งแต่ปี 1987 เป็นต้นมา แนวโน้มการขยายตัวของกลุ่มตลาดนี้มีการขยายตัวอย่างต่อเนื่องในอัตราที่ค่อนข้างสูง รวมถึงรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยร้อยละ 30 ต่อปี การขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างสูงของรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว ส่งผลให้ดุลท่องเที่ยวเริ่มเกินดุลลดลง โดยเฉพาะตั้งแต่ปี 1991 เป็นต้นมา ซึ่งการเกินดุลท่องเที่ยวเริ่มลดลงจาก 88,750 ล้านบาท เหลือเพียง 67,726 ล้านบาท และชะลอตัวอยู่ในระดับ 71,977 ล้านบาท ในปี 1994 ผลที่เกิดขึ้นดังกล่าวทำให้รัฐบาลได้หันมาสนใจกับกลุ่มตลาดนี้มากยิ่งขึ้น โดยพยายามที่จะสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวไทยเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมหันมาท่องเที่ยวในเมืองไทย เช่นการจัดทำโครงการ “ไทยเที่ยวไทย” รวมถึงพยายามใช้มาตรการกำกวดวงเงินใช้จ่ายในการซื้อสินค้า เนื่องจากนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางออกนอกประเทศมีค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้าค่อนข้างสูง ถึงเกือบครึ่งหนึ่ง (42%) ของค่าใช้จ่ายในการเดินทางออกนอกประเทศประมาณการค่าใช้จ่ายในด้านนี้สูงถึง 44,600 ล้านบาท ในปี 1996 แนวโน้มการเดินทางออกของนักท่องเที่ยวเริ่มชะลอตัวลงตั้งแต่ปี 1996 โดยมีอัตราการขยายตัวเพียงร้อยละ 1.37 และต่อเนื่องมาถึงช่วงครึ่งปีของปี 1997 ทั้งนี้ นอกจากมาตรการต่างๆ ที่รัฐบาลได้พยายามชะลอการเดินทางของคนไทยส่วนหนึ่งแล้ว ปัญหาภาวะเศรษฐกิจของประเทศที่ประสบอยู่ได้ส่งผลให้อำนาจซื้อของคนไทยลดต่ำลง และความสามารถในการเดินทางท่องเที่ยวต่างประเทศได้ลดต่ำลงด้วย อย่างไรก็ตามแม้ว่าแรงบีบจากภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจะมีส่วนชะลอต่อการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวออกนอกประเทศ ประเทศไทยก็ยังจำเป็นต้องรณรงค์ให้ประชาชนร่วมแรงร่วมใจกันปรับเปลี่ยนทัศนคติให้หันมา กินของไทย ใช้ของไทย เที่ยวเมืองไทยอย่างต่อเนื่องต่อไป ทั้งนี้เพื่อลดการไหลออกของเงินตราต่างประเทศให้เป็นไปอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

๖.๑ กลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวไทยที่เดินทางภายในประเทศ

แม้ว่าการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ จะไม่ก่อให้เกิดผลได้ทางเศรษฐกิจโดยตรงในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามายังประเทศไทย แต่การเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ได้ก่อให้เกิดผลได้อย่างอื่นมหาศาล ไม่ว่าจะเป็นการช่วยไม่ให้เกิดการไหลออกของเงินตราต่างประเทศแล้ว การสนับสนุนในด้านการกระจายรายได้และการจ้างงานอันเกิดจากผลของการท่องเที่ยวภายในประเทศ การเกิดความภูมิใจในทรัพยากรการท่องเที่ยวของชาติ ความรักและหวงแหนในมรดกของประเทศ ซึ่งจะมีส่วนช่วยต่อการทำนุบำรุงรักษาในทรัพยากร

ท่องเที่ยวต่างๆ จากประชาชนคนไทยต่อไป ในช่วงแผนพัฒนาฉบับที่ 7 ซึ่งประเทศไทย ได้กำหนดเป้าหมายให้มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยประมาณร้อยละ 3 ต่อปี จากสถิติข้อมูลประมาณการจำนวนคนไทยที่มีการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศในปี 1996 เมื่อสิ้นสุดแผนพัฒนาฉบับที่ 7 มีจำนวนครั้งของการเดินทางทั้งสิ้น 52.5 ล้านคน/ครั้ง อัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 6.4 ต่อปี สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนด และก่อให้เกิดรายรับจากการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ถึงประมาณ 157,291 ล้านบาท โดยแนวโน้มของการขยายตัวของนักท่องเที่ยวเป็นไปด้วยดีตั้งแต่ปี 1993 เป็นต้นมา อย่างไรก็ตามจากภาวะเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบันส่งผลให้แนวโน้มของการขยายตัวของจำนวนนักท่องเที่ยวไทยในช่วง ปี 1997 เริ่มอยู่ในสภาพชะลอตัว รัฐบาลจึงมีความจำเป็นที่จะต้องกระตุ้นให้ประชาชนหันมาท่องเที่ยวภายในประเทศมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพื่อทดแทนการเดินทางออกนอกประเทศของคนไทย เพื่อช่วยลดการไหลออกของเงินตราต่างประเทศ ให้กลับมาหมุนเวียนอยู่ภายในประเทศ โดยที่ประชาชนยังสามารถเดินทางท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจได้เช่นเดิม

บทบาทของการท่องเที่ยวต่อการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจของชาติ

ในภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจของประเทศกำลังประสบกับปัญหา บทบาทของการท่องเที่ยวที่จะเข้าไปช่วยแก้ปัญหาได้ส่วนหนึ่งคือ การเพิ่มดุลการบริการให้สูงขึ้น ซึ่งการเพิ่มดุลบริการดังกล่าวนอกจากจะพยายามเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งแล้ว การลดรายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยวก็จะเป็นหนทางหนึ่งซึ่งจะช่วยเพิ่มดุลการบริการให้สูงขึ้น โครงการณรงค์ไทยช่วยไทย จึงเป็นโครงการหนึ่งที่จะประชาสัมพันธ์ให้ประชาชนและองค์กรเอกชนร่วมแรงร่วมใจปรับเปลี่ยนทัศนคติให้หันมากินของไทย ใช้ของไทย เที่ยวเมืองไทย ซึ่งในส่วนของเที่ยวเมืองไทยนั้น นอกจากจะต้องอาศัยความร่วมมือของประชาชนในฐานะผู้บริโภคแล้ว ความร่วมมือจากองค์กรต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมเพื่อให้การรณรงค์เข้าสู่ประชาชนให้หันมาท่องเที่ยวในเมืองไทย สามารถสัมฤทธิ์ผลตามที่กำหนดไว้

บทบาทของภาครัฐ

องค์กรหลักในภาครัฐที่จะมีบทบาทต่อการรณรงค์โครงการนี้ อาทิ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการควบคุมดูแลแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งจะต้องพัฒนาคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวให้ดำรงไว้ซึ่งความสวยงาม ความเป็นธรรมชาติและสามารถสร้างความดึงดูดใจ ความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว หน่วยงานที่ช่วยสนับสนุนสิ่งอำนวยความสะดวก ทั้งการเข้าถึงและสาธารณูปโภคต่างๆ ให้มีความพอเพียงสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยว หน่วยงานที่ดูแลในเรื่องความปลอดภัยต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว รวมไปถึงหน่วยงานที่สามารถให้การสนับสนุนเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่นการส่งเสริมคุณภาพและภาพจน์ของสินค้าที่ผลิตในเมืองไทย การกำหนดมาตรการทางภาษีต่างๆ เพื่อสนับสนุนและสร้างแรงจูงใจ ต่อการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศ สื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ ของภาครัฐ ที่จะช่วยเผยแพร่และรณรงค์เพื่อสนับสนุนและก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างถูกวิธี เป็นต้น สำหรับ

โครงการที่ได้กำหนดอย่างเป็นรูปธรรมในโอกาสดังกล่าวนี้ ขณะนี้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้กำหนดให้ปี 1998-1999 เป็นปี Amazing Thailand ซึ่งวัตถุประสงค์หลักนอกเหนือจากการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเข้ามาประเทศไทยมากขึ้นแล้ว วัตถุประสงค์หลักอีกส่วนหนึ่งก็เพื่อจะกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวไทยได้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น ทั้งนี้ได้นำเสนอรูปแบบการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจมากขึ้น ดังนั้นความร่วมมือจากหน่วยงานต่างๆของภาครัฐ จะสามารถผลักดันให้โครงการดังกล่าวบรรลุผลสำเร็จได้ด้วยดีตามเป้าหมายที่กำหนด

รับบทบาทผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน

ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวภาคเอกชน สามารถมีบทบาทโดยตรงในการเข้าร่วมในโครงการดังกล่าว ในช่วงของการรณรงค์ ปี Amazing Thailand 1998-1999 ทั้งในลักษณะการเผยแพร่โครงการผ่านสื่อและเครือข่ายที่มีอยู่ รวมทั้งการนำเสนอขายรายการนำเที่ยวคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทย ไปยังกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวคนไทย ให้มากขึ้น ซึ่งบริษัทอาจเลือกขายรายการนำเที่ยวจากสินค้าหลัก 9 กลุ่ม ที่กำหนดตามความถนัดและความชำนาญเฉพาะ ได้แก่

1. Amazing Shopping Paradise
2. Amazing Taste of Thailand
3. Amazing World Heritage
4. Amazing Cultural Heritage
5. Amazing Natural Heritage
6. Amazing Agricultural Heritage
7. Amazing Sports & Entertainment
8. Amazing Gateways
9. Amazing Arts & Lifestyle

นอกเหนือจากการนำเสนอขายรายการนำเที่ยวดังกล่าวแล้ว เนื่องจากบริษัทนำเที่ยวเป็นผู้ที่มีความใกล้ชิดโดยตรงกับนักท่องเที่ยวในการให้บริการต่างๆ โอกาสในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีจากการให้บริการที่มีมาตรฐานและการสร้างความประทับใจ รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องพร้อมทั้งสอดแทรกแนวคิดในการสร้างจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวก็จะเป็นอีกโอกาสหนึ่งในการร่วมสนับสนุนโครงการให้ประสบความสำเร็จ

องค์กรหลักที่สำคัญอีกองค์กรหนึ่ง ซึ่งจะมีผลอย่างมากต่อความสำเร็จของโครงการ คือความร่วมมือของสื่อมวลชนต่างๆ การนำเสนอบทความและสาระต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ประชาชนเห็นความสำคัญของการท่องเที่ยวภายในประเทศต่อการช่วยเหลือเศรษฐกิจ การนำเสนอสารคดีท่องเที่ยวในเชิงสร้างสรรค์ที่ก่อให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ตลอดจน ข้อเสนอและแนวคิดของการปฏิบัติตนเป็นนักท่องเที่ยวที่ดี ความร่วมมือดังกล่าวจากสื่อมวลชนทั้งหลายนี้ย่อมเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินโครงการดังที่ได้กล่าวมา

โครงการ
ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒
Amazing Thailand 1998-1999

หลักการและเหตุผล

เนื่องจากโอกาสพิเศษ 2 ประการ คือการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ ครั้งที่ 13 ในปี 2541 และวโรกาสพระชนมพรรษาครบ 6 รอบ ของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวในปี 2542 คณะรัฐมนตรีในคราวประชุม วันที่ 17 เมษายน 2540 จึงได้อนุมัติการจัดงานปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ (Amazing Thailand 1998-1999) ขึ้น เพื่อรณรงค์ให้มีการเดินทางมาเยือนประเทศไทยอีกครั้งหนึ่ง หลังจากที่เคยประสบความสำเร็จมาแล้วในการจัดงาน Visit Thailand Year ในปี 2530

และเนื่องจากปัจจุบันประเทศต่าง ๆ ได้มีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวและเป็นผู้แข่งขันของไทยมากขึ้น ดังนั้น ปัจจัยประการสำคัญที่จะให้การรณรงค์ครั้งนี้ประสบความสำเร็จ นอกจากการแก้ไข ปัญหาเร่งด่วนอันเป็นอุปสรรคด้านการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยประสบอยู่ในปัจจุบันแล้ว จะต้องมีความร่วมมือจากทุกฝ่ายทั้งประชาชน สื่อมวลชนทุกสาขา หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่จะทำให้ กิจกรรมที่จะเกิดขึ้นในช่วง 2 ปีดังกล่าว มีความสอดคล้องและสามารถนำเสนอสิ่งที่น่าสนใจที่มีเอกลักษณ์และมีความแตกต่างอย่างชัดเจนจากประเทศคู่แข่ง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อรณรงค์ส่งเสริมการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันกีฬาเอเชียนเกมส์ครั้งที่ 13 ในปลายปี 2541 และร่วมเฉลิมพระเกียรติพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ ในพระราชพิธีมหามงคลเฉลิมพระชนมพรรษา ครบ 6 รอบ ในปี 2542
2. เพื่อยกระดับคุณภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและใช้เป็นปัจจัยเชิญชวนให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวทั่วทุกภูมิภาคเพิ่มมากยิ่งขึ้น
3. เพื่อเผยแพร่ภาพลักษณ์ที่ดีของประเทศในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพ คุ่มค่าต่อการมาท่องเที่ยว
4. เพื่อให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องตระหนักถึงความสำคัญและใช้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลดีต่อการพัฒนาทางเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม

เป้าหมาย

1. เป้าหมายจากตลาดต่างประเทศ

มีจำนวนนักท่องเที่ยวคุณภาพจากตลาดเป้าหมายหลักเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากขึ้น มีวันพักนานวันและนำรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าสู่ประเทศมากขึ้น

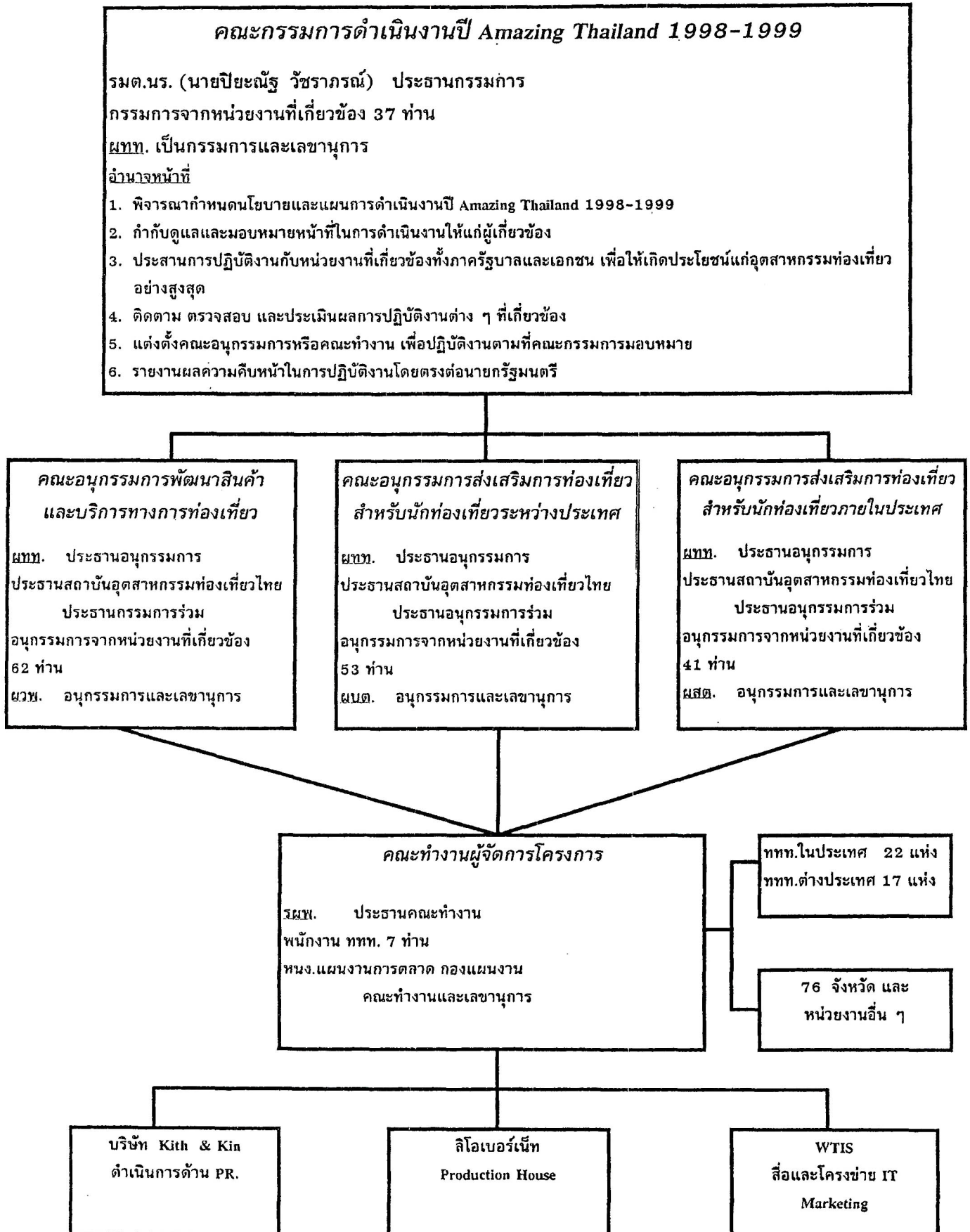
กล่าวคือในตลอดช่วง 2 ปี (2541-2542) จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเดินทางเข้ามาอย่างน้อย 17 ล้านคน นำรายได้เข้าสู่ประเทศไม่ต่ำกว่า 600,000 ล้านบาท

2. เป้าหมายจากตลาดในประเทศ

ส่งเสริมให้ประชาชนชาวไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 122 ล้านครั้ง ก่อให้เกิดรายได้หมุนเวียนในประเทศอย่างน้อย 415,500 ล้านบาท

แนวทางการดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการกำกับดูแลการดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย 2541-2542 หรือ Amazing Thailand 1998-1999 ดังนี้



ผทท. = ผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ผวพ. = ผู้อำนวยการฝ่ายวางแผนโครงการและพัฒนา

ผสต. = ผู้อำนวยการฝ่ายส่งเสริมการตลาด

รพพ. = รองผู้ว่าการฯ ฝ่ายวางแผนและพัฒนา

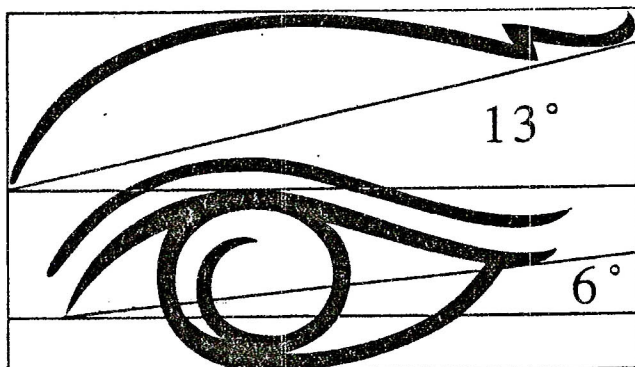
ผบต. = ผู้อำนวยการฝ่ายบริการการตลาด

ตราสัญลักษณ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๕๑-๒๕๕๒

องค์ประกอบของตราสัญลักษณ์

AMAZING THAILAND

ลายเส้นอ่อนช้อยของดวงตาสีเหลืองทองสุกเปล่งปลั่ง
บนพื้นสีดำสนิท ประกอบเข้ากับอักษร AMAZING
ต่างสีกันถึง 7 สี และตัวอักษร THAILAND สีขาว



ที่มาขององค์ประกอบ

- ดวงตา

เป็นองค์ประกอบที่สื่อความหมายของความรู้สึกต่าง ๆ
ได้ดีที่สุดทั้งความสนุกสนาน ความมหัศจรรย์ ที่ได้พบเห็น
และบอกถึงสิ่งที่อยู่เบื้องหน้าดวงตานี้ว่าน่าจะไปสัมผัส
ด้วยตัวเองเพียงไร

- ลายเส้น

ใช้ความอ่อนช้อยของเส้นโค้งอันเป็นลักษณะลายเส้นของ
จิตรกรรมไทยโดยการนำมาดัดแปลงให้เรียบง่ายและร่วม
สมัยมากขึ้น

- สีเหลืองทองบนพื้นดำ

เป็นสีที่ใช้ในงานจิตรกรรมลวดลายของไทย บนพื้น
สีดำสนิท แสดงถึงความละเอียดปราณีต การใช้สีทอง
มักจะเลือกใช้ในงานที่ต้องการความรู้สึกสง่างามมีคุณค่า
ถือเป็นแบบอย่างเฉพาะตัวของช่างฝีมือไทย

- สีตัวอักษร

ตัวอักษร AMAZING ออกแบบให้สีแตกต่างกัน เลือกใช้
โทนสีสด สดุดกัน เพื่อสื่อความหลากหลายและสนุกสนาน
เช่นเดียวกับนิสัยรักสนุกของคนไทย ที่ถ่ายทอดออกมา
เป็นสีสดในเครื่องแต่งกายของคนไทย เช่น ผ้านุ่ง ชุดลิเก
หรือ ร้อง ที่ประดับประดาในงานรื่นเริงประจำปี

1 ดวงตา

- ลายเส้นของดวงตาจะเป็นลายเส้นอ่อนช้อย
ลักษณะเส้นที่เกิดจากพู่กัน
- ความเอียงของดวงตา
วัดจากเส้นหัวตา ถึงปลายตา
ทำมุม 6 องศา กับระนาบแกน X
- ความเอียงของคิ้ว
วัดจากจุดหัวคิ้ว ถึงปลายคิ้ว
ทำมุม 13 องศา กับระนาบแกน X

การนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ประโยชน์

ตราสัญลักษณ์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ หรือ Amazing Thailand 1998-1999 เป็นลิขสิทธิ์ของ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ที่เปิดโอกาสให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐบาลและเอกชนนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างกว้างขวาง โดยมีเงื่อนไขดังนี้

1. การนำไปเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ทั่วไป เช่น ทำธง ป้ายผ้า ตกแต่งอาคารร้านค้า กิจกรรมงานประเพณี หรือกิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถดำเนินการได้ โดยมีต้องแจ้งให้ ททท.ทราบ

2. ในกรณีที่จะนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในกิจกรรมเชิงพาณิชย์ เช่น ผลิตเสื้อยืด ถ้วยชา-กาแฟ สินค้าของที่ระลึก ประเภทต่าง ๆ จำหน่ายทั่วไป ขอให้หนังสือแจ้งให้ ททท.ได้รับทราบด้วย

3. ห้ามนำตราสัญลักษณ์ไปใช้ในกิจกรรมที่ไม่เหมาะสม อันจะนำมาซึ่งความเสื่อมเสียต่อภาพลักษณ์ของประเทศไทย

แนวทางความร่วมมือในการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒
(*Amazing Thailand 1998-1999*)

การดำเนินงานปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒ เป็นการดำเนินงานเพื่อช่วยพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยโดยรวม ซึ่งประสงค์ให้ทุกฝ่ายได้ร่วมแรงร่วมใจเพื่อชาติบ้านเมืองอย่างจริงจัง โดยทุกฝ่ายสามารถแสดงความร่วมมือช่วยกันรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑ - ๒๕๔๒ ในรูปแบบต่าง ๆ ดังนี้

1. เผยแพร่สัญลักษณ์และข้อมูลปีท่องเที่ยวไทยในสื่อ หรือกิจกรรมของหน่วยงานในทุกโอกาส ได้แก่

- หัวจดหมาย
- ชองจดหมาย
- พัฒนาลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมต่าง ๆ ขานรับปีท่องเที่ยวไทย ๒๕๔๑-๒๕๔๒
- Internet Homepage
- ของที่ระลึก
- การประชุมสัมมนาหรือกิจกรรมอื่น ๆ
- เข้าร่วมเป็นผู้สนับสนุนงบประมาณในการเผยแพร่โฆษณาประชาสัมพันธ์ Amazing Thailand

2. การพัฒนากิจกรรมที่แต่ละหน่วยงานดำเนินงานอยู่ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น และสนับสนุนการรณรงค์ปีท่องเที่ยวไทย

3. การสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ขึ้นเป็นพิเศษสำหรับการรณรงค์ครั้งนี้ โดยอาจร่วมกับหน่วยงานอื่น ๆ ในการดำเนินงานหรือให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ เป็นต้น

เอกสารประกอบ
บทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
ต่อเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ

COMPARISON REVENUE FROM INTERNATIONAL TOURISM AND OTHER MAJOR EXPORTS OF THAILAND 1992-1996

[Table 4.5]

Unit : Million Baht

1992		1993		1994		1995		1996	
Tourism*	123,135	Tourism*	127,802	Tourism*	145,211	Tourism*	190,765	Tourism*	219,384
Textile Products	111,837	Textile Products	116,669	Textile Products	132,772	Textile Products	142,440	Computer & Parts	165,240
Computer & Parts	55,384	Computer & Parts	62,744	Computer & Parts	92,070	Computer & Parts	128,432	Textile Products	118,521
Precious Stones	36,582	Precious Stones	41,030	Prawns	49,061	Plastic Products	62,156	Electrical Appliances	
									108,569
Rice	36,214	Plastic Products	39,453	Intergrated Circuits	45,307	Rubber	61,262	Rubber	68,370
Shrimp Fresh	31,696	Prawns	37,843	Precious Stones	44,663	Intergrated Circuits	58,150	Intergrated Circuits	58,483
Tapioca Products	29,613	Intergrated Circuits	35,550	Rubber	41,799	Footwear	53,752	Precious Stones	51,494
Rubber	28,925	Rice	32,947	Rice	39,209	Precious Stones	50,302	Rice	50,737
Intergrated Circuits	28,519	Rubber	29,180	Footwear	38,887	Prawns	49,946	Prawns	43,400
Canned Fish	26,613	Canned Fish	28,094	Canned Fish	35,253	Rice	48,529	Canned Seafood	38,597

Source of Data : Bank of Thailand

Note : *Tourism Authority of Thailand

เปรียบเทียบรายได้จากการท่องเที่ยวต่อรายได้จากการค้าและบริการของประเทศ

Unit : Million Bath

ปี	Tourism Receipts	Service Receipts	%Share Tourism : Service	Goods&Service Receipts	%Share Tourism:goods&service	GDP	Tourism Receipts:-
1990	110,572	164,059.9	67.4	747,265.9	14.8	2,182,100	5.10
1991	110,004	184,507.0	59.6	905,052	12.2	2,509,427	4.40
1992	123,135	235,904.0	52.2	1,051,106	11.7	2,827,158	4.40
1993	127,802	280,072.1	45.6	1,201,505.1	10.6	3,179.5	4.00
1994	145,211	292,737.0	49.6	1,410,786	10.3	3,634.8	4.00
1995	190,765	370,014.0	51.6	1,751,674	10.9	4,194.6	4.50
1996	219,364	430,716.0	50.93	1,804,974	12.2	4,669.6	4.70

ที่มา : รายงานเศรษฐกิจรายเดือนธนาคารแห่งประเทศไทย ฉบับเดือนพฤษภาคม 2540

เปรียบเทียบดุลท่องเที่ยว : ดุลการค้าและบริการ

Unit : Million Baht

ปี	Tourism Balance	Net Services	%Share	Net Services exclude Tourism	Net goods & Services	Net goods&Services exclude Tourism	%Share
1990	88,750	80,055.8	110.86	-8,694.2	-175,080.5	-263,830.5	33.60
1991	67,726	67,919	99.72	+193.0	-179,344	-247,070	27.40
1992	82,579	72,279	114.25	-10,300	-133,101	-215,680	38.30
1993	74,487	77,142.4	96.55	+2,655.4	-144,532.6	-219,019.6	34.00
1994	71,977	38,712	185.93	-33,265	-188,070	-260,047	27.70
1995	106,817	76,643	139.37	-30,174	-297,153	-403,970	26.40
*1996	113,743	103,004	110.43	-10,739	-341,221	-454,964	25.00

เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์มวลรวมการท่องเที่ยว : GDP

Unit : Million Baht

ปี	International Tourism Revenue	Domestic Tourism Revenue	Total Tourism Revenue	GDP* at current price	%Share
1995	190,765	148,112	338,877	4,194,600	8.08
*1996	219,364	157,291	376,655	4,689,600	8.03

*ที่มา รายงานเศรษฐกิจรายเดือนธนาคารแห่งประเทศไทย ฉบับเดือนพฤษภาคม 2540

เปรียบเทียบรายจ่ายจากการท่องเที่ยวต่อรายจ่ายภาคการค้าและบริการของประเทศ

ปี	Tourism Expenditure	Services Payment	%Share Tourism : Service	Goods & Services Payment	%Share Tourism:goods &- Services Payment
1990	21,822	84,004.1	26.0	922,346.7	2.4
1991	32,278	116,586.9	27.7	1,084,394.9	3.0
1992	40,556	163,625	24.8	1,184,207	3.4
1993	53,315	202,929.7	26.3	1,346,037.7	4.0
1994	73,234	254,025	28.8	1,598,856	4.6
1995	83,948	293,371	28.6	2,048,827	4.1
1996	105,621	319,010	33.1	2,115,559	5.0

เอกสารประกอบ
สถานการณ์ท่องเที่ยวในประเทศไทย

International Tourist Arrivals to Thailand by Country of Residence

January - June 1997

Country of Residence	1997	% Share 1997	1996	% Share 1996	Δ (%) 97/96
East Asia	2,269,425	62.68	2,233,654	62.81	+ 1.60
ASEAN	(820,539)	(22.88)	(853,710)	(24.18)	(- 3.89)
Brunei	2,962	0.08	2,978	0.08	- 0.54
Indonesia	48,074	1.33	42,022	1.18	+ 14.40
Malaysia	498,263	13.76	547,346	15.39	- 8.97
Philippines	40,037	1.11	38,695	1.09	+ 3.47
Singapore	217,790	6.01	210,295	5.91	+ 3.56
Vietnam	13,413	0.37	12,374	0.35	+ 8.40
China	252,767	6.98	201,852	5.68	+ 25.22
Hong Kong	205,454	5.67	174,547	4.91	+ 17.71
Japan	489,722	13.53	458,891	12.90	+ 6.72
Korea	237,878	6.57	263,578	7.41	- 9.75
Laos	11,858	0.33	11,684	0.33	+ 1.49
Taiwan	219,326	6.06	227,984	6.41	- 3.80
Others	31,881	0.88	41,408	1.16	- 23.01
Europe	802,922	22.18	798,011	22.44	+ 0.62
Austria	22,436	0.62	21,024	0.59	+ 6.72
Belgium	17,900	0.49	17,674	0.50	+ 1.28
Denmark	29,580	0.82	25,320	0.71	+ 16.82
Finland	17,223	0.48	13,892	0.39	+ 23.98
France	105,155	2.90	106,800	3.00	- 1.54
Germany	185,225	5.12	188,538	5.30	- 1.76
Italy	50,598	1.40	53,952	1.52	- 6.22
Netherlands	32,924	0.91	31,594	0.89	+ 4.21
Norway	16,273	0.45	13,036	0.37	+ 24.83
Russia	22,344	0.62	38,611	1.09	- 42.13
Spain	13,945	0.39	14,046	0.39	- 0.72
Sweden	52,355	1.45	41,949	1.18	+ 24.81
Switzerland	50,071	1.38	53,365	1.50	- 6.17
United Kingdom	141,706	3.91	133,489	3.75	+ 6.16
East Europe	16,207	0.45	16,225	0.46	- 0.11
Others	28,980	0.80	28,496	0.80	+ 1.70
The Americas	202,359	5.59	187,809	5.28	+ 7.75
Argentina	2,491	0.07	1,692	0.05	+ 47.22
Brazil	2,967	0.08	2,813	0.08	+ 5.47
Canada	30,765	0.85	28,660	0.81	+ 7.34
U.S.A.	161,915	4.47	150,636	4.24	+ 7.49
Others	4,221	0.12	4,008	0.11	+ 5.31
South Asia	109,284	3.02	124,705	3.51	- 12.37
Bangladesh	10,606	0.29	18,669	0.52	- 43.19
India	64,051	1.77	62,381	1.75	+ 2.68
Nepal	6,611	0.18	8,058	0.23	- 17.96
Pakistan	16,994	0.47	24,273	0.68	- 29.99
Sri Lanka	8,461	0.23	9,207	0.26	- 8.10
Others	2,561	0.07	2,117	0.06	+ 20.97
Oceania	129,893	3.59	115,521	3.25	+ 12.44
Australia	112,893	3.12	99,148	2.79	+ 13.86
New Zealand	16,306	0.45	14,305	0.40	+ 13.99
Others	694	0.02	2,068	0.06	- 66.44
Middle East	50,151	1.39	49,966	1.41	+ 0.37
Egypt	1,653	0.05	1,803	0.05	- 8.32
Israel	21,831	0.60	21,176	0.60	+ 3.09
Kuwait	3,543	0.10	3,705	0.10	- 4.37
Saudi Arabia	3,898	0.11	4,771	0.13	- 18.30
U.A.E.	6,500	0.18	6,908	0.19	- 5.91
Others	12,726	0.35	11,603	0.33	+ 9.68
Africa	21,483	0.59	21,676	0.61	- 0.89
S. Africa	10,654	0.29	11,624	0.33	- 8.34
Others	10,829	0.30	10,052	0.28	+ 7.73
Sub Total	3,585,517	99.03	3,531,342	99.31	+ 1.53
Overseas Thai	35,286	0.97	24,676	0.69	+ 43.00
Grand Total	3,620,803	100.00	3,556,018	100.00	+ 1.82

Source Of Data: Immigration Bureau, Police Department.

NUMBER OF TOURIST ARRIVALS, AVERAGE LENGTH OF STAY AND REVENUE FROM TOURISM 1990 - 1996

Year	Number of Tourists Arrivals	Change (+/- %)	Average Length of Stay	Revenue from Tourism (Million)	
				Baht	US\$
1960	81,340	+32.11	3.00	196	10
1961	107,754	+32.47	3.00	250	13
1962	130,809	+21.40	3.00	310	16
1963	195,076	+49.13	5.70	394	20
1964	211,924	+8.64	4.50	430	22
1965	225,025	+6.18	4.80	506	24
1966	282,117	+25.37	5.00	754	36
1967	335,845	+19.04	4.60	952	46
1968	377,262	+12.33	4.20	1,220	59
1969	469,784	+24.52	4.80	1,770	85
1970	628,671	+33.82	4.80	2,175	105
1971	638,738	+1.60	4.80	2,214	106
1972	820,758	+28.50	4.90	2,718	131
1973	1,037,737	+26.44	4.70	3,457	169
1974	1,107,392	+6.71	4.80	3,852	193
1975	1,180,075	+6.56	5.00	4,538	227
1976	1,098,442	-6.92	5.00	3,990	200
1977	1,220,672	+11.13	4.51	4,607	230
1978	1,453,839	+19.10	4.84	8,894	435
1979	1,591,455	+9.47	5.09	11,232	549
1980	1,858,801	+16.80	4.90	17,765	867
1981	2,015,615	+8.44	4.96	21,455	983
1982	2,218,429	+10.06	4.79	23,879	1,038
1983	2,191,003	-1.24	4.91	25,050	1,089
1984	2,346,709	+7.11	5.47	27,317	1,156
1985	2,438,270	+3.90	5.58	31,768	1,171
1986	2,818,092	+15.58	5.93	37,321	1,421
1987	3,482,958	+23.59	6.06	50,024	1,946
1988	4,230,737	+21.47	7.36	78,859	3,121
1989	4,809,508	+13.68	7.63	96,386	3,753
1990	5,298,860	+10.17	7.06	110,572	4,326
1991	5,086,899	-4.00	7.09	100,004	3,923
1992	5,136,443	+0.97	7.06	123,135	4,829
1993	5,760,533	+12.15	6.94	127,802	5,013
1994	6,166,496	+7.05	6.98	145,211	5,762
1995	6,951,566	+12.73	7.43	190,765	7,664
1996	7,192,145	+3.46	8.23	219,364	8,664

จำนวนคนไทยเดินทางออก

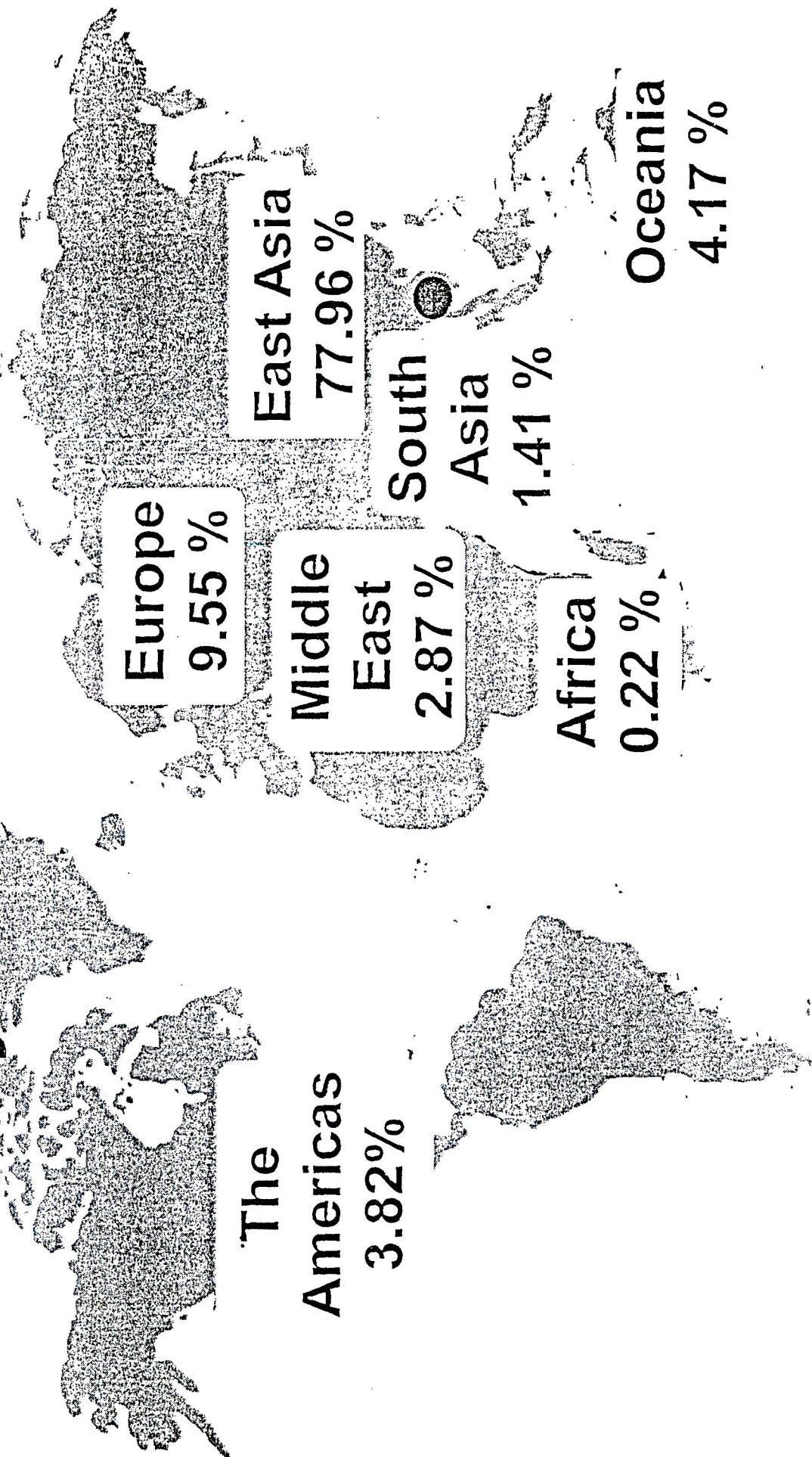
ปี	จำนวนคน	% Δ	รายจ่ายเพื่อการท่องเที่ยว	% Δ
1986	541,383	-0.72	7,798.3	+2.32
1987	650,605	+20.17	9,902.3	+27.0
1988	733,271	+12.71	15,253.0	+54.0
1989	800,658	+9.19	19,293.0	+26.5
1990	883,328	+10.33	21,822.0	+13.1
1991	1,013,836	+14.77	32,278.0	+47.9
1992	1,281,660	+26.42	40,556.0	+25.6
1993	1,539,609	+20.13	53,315.0	+31.5
1994	1,680,772	+9.17	73,234.0	+37.4
1995	1,820,254	+8.30	83,948.0	+14.6
1996	1,845,244	+1.37	105,621.0	+25.8

outgoing Thai Travellers 1996

Sex		Age	
Male	(56.79 %)	Under 25	(17.00%)
Female	(43.21%)	25 - 44	(55.87%)
		45 - 54	(24.25%)
		65 & Over	(2.88%)

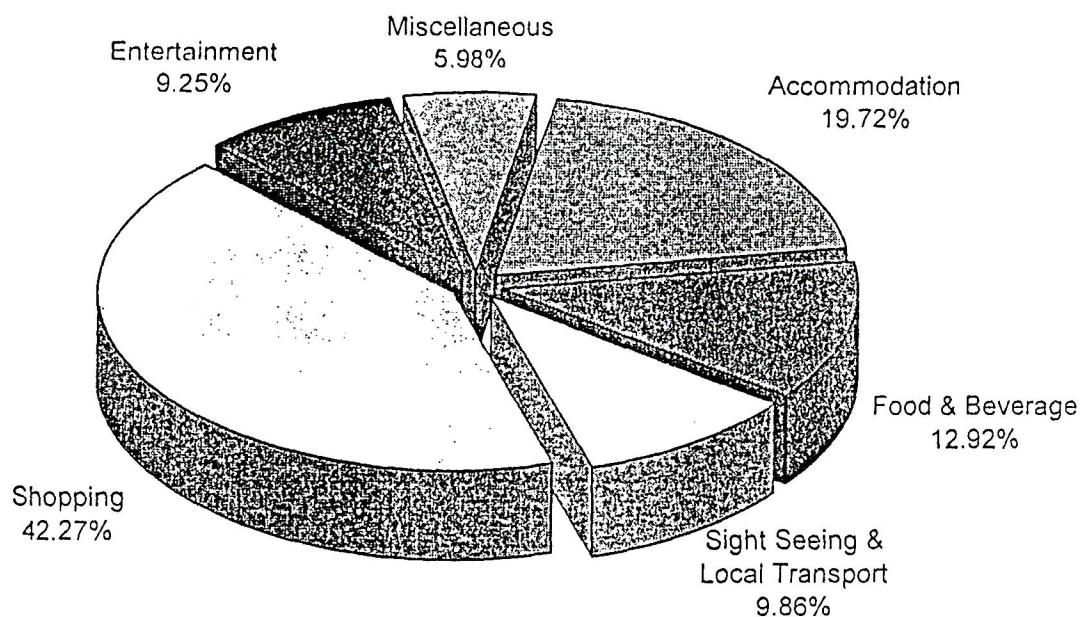
Purpose of Departure		Travel Arrangement	
Holiday	(58.20%)	Group	(46.00%)
Convention	(10.70%)	Non Group Tour	(53.10%)
Business	(5.10%)		
Others	(26.00%)		

Outgoing Thai Travellers by Destination 1996



DISTRIBUTION OF TOURIST CONSUMPTION EXPENDITURES 1996

Thai Tourist



Expenditure of Outgoing Thai Nationals 1996

Type of Expenditure	Average Expenditure		Total Expenditure	
	Baht/Person/Day	%Change	Million Baht	%Change
Accommodation	1,114.08	+ 35.09	20,824.81	+ 59.27
Food & Beverage	730.05	+ 11.74	13,646.35	+ 31.74
Sight-seeing/Transport	556.97	- 40.14	10,411.02	- 29.43
Shopping	2,388.69	+ 17.84	44,650.14	+ 38.94
Entertainment	522.85	- 9.30	9,773.32	+ 6.94
Miscellaneous	337.85	+ 19.39	6,315.27	+ 40.77
Total	5,650.50	+ 6.71	105,620.91	+ 25.82

ประมาณการจำนวนคนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ

จำแนกตามลักษณะการเดินทาง ปี 2530-2539

ปี	ผู้เยี่ยมชมเยือน		นักท่องเที่ยว		นักทัศนาจร	
	จำนวน	Δ (%)	จำนวน	Δ (%)	จำนวน	Δ (%)
2530	46,161,392	-	25,729,824	-	20,431,568	-
2531	39,318,600	- 14.82	21,459,916	- 16.60	17,858,684	- 12.59
2532	39,975,249	+ 1.67	23,945,863	+ 11.58	16,029,386	- 10.24
2533	42,880,641	+ 7.27	25,324,031	+ 5.76	17,556,610	+ 9.53
2534	39,400,068	- 8.12	24,204,720	- 4.42	15,195,348	- 13.45
2535	35,945,709	- 8.77	22,076,290	- 8.79	13,869,419	- 8.73
2536	38,699,243	+ 7.66	25,285,476	+ 14.54	13,413,767	- 3.29
2537	42,646,456	+ 10.20	27,701,913	+ 9.56	14,944,543	+ 11.41
2538	52,256,566	+ 22.53	31,809,682	+ 14.83	20,446,884	+ 36.82
2539	52,465,944	+ 0.40	33,706,539	+ 5.96	18,759,405	- 7.97

เปรียบเทียบรายได้จากการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศของคนไทย
แยกตามภูมิภาคที่ท่องเที่ยว ปี 2539

ภาค	รายได้รวม ทั้งหมด (ล้านบาท)	สัดส่วน (%)	รายได้จากนักท่องเที่ยว		รายได้จากนักท่องเที่ยว	
			รายได้ (ล้านบาท)	ค่าใช้จ่าย (บาท/คน/วัน)	รายได้ (ล้านบาท)	ค่าใช้จ่าย (บาท/คน/วัน)
รวม	157,291.64	100.00	140,812.57	1,657.31	16,166.73	736.94
ภาคเหนือ	26,873.92	17.09	25,854.81	1,469.75	1,019.11	762.45
กรุงเทพมหานคร	57,072.45	36.28	52,161.16	2,728.77	4,911.29	932.05
ภาคกลาง ไม่รวมกรุงเทพ	18,038.31	11.47	12,957.32	1,098.51	5,080.98	578.23
ภาคตะวันออก	12,048.24	7.66	10,957.14	1,433.47	778.78	587.65
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	19,976.09	12.70	16,816.67	1,007.89	3,159.41	834.77
ภาคใต้	23,282.63	14.80	22,065.47	1,802.45	1,217.16	917.26

