

รหัสโครงการ: RDG46O0004

ชื่อโครงการ: มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

ชื่อนักวิจัย: มิ่งสรรพ ขาวสอาด¹, นุกูล เครือฟู¹ และอักรพงศ์ อันทอง¹

¹ สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

E-mail Address: sridir@chiangmai.ac.th

ระยะเวลาโครงการ: 1 พฤษภาคม 2546 – 30 มกราคม 2548

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่จะประเมินบทบาทของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในเศรษฐกิจไทย โดยมีจังหวัดเชียงใหม่เป็นกรณีศึกษา และใช้มูลค่าเพิ่มโดยเฉพาะส่วนที่เก็บไว้ในประเทศเป็นตัวบ่งชี้ความสำคัญของอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมย่อย 13 สาขา ได้แก่ อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท เกสต์เฮาส์ ภัตตาคารและร้านอาหาร การขนส่งผู้โดยสารระหว่างจังหวัด รถขนส่งมวลชนในท้องถิ่น รถเช่าเหมาคัน บริการให้เช่ารถยนต์ บริการให้เช่ารถจักรยานยนต์ บริการนำเที่ยว บริการบันเทิง กอล์ฟ สปา อุตสาหกรรมของที่ระลึก ได้แก่ อุตสาหกรรมเครื่องเงินและศิลาดล และอุตสาหกรรมสนับสนุน ได้แก่ ปิมน้ำมัน เป็นต้น

วิธีการศึกษาใช้ การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ (497 ราย) การเจอนับผู้ใช้บริการท่องเที่ยว การวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติจากฐานข้อมูลขนาดใหญ่ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (1,854 ราย) ฐานข้อมูลของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (3,702 ราย) และบัญชีกำไรขาดทุนของสถานประกอบการของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (420 ราย)

ผลของการศึกษาพบว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีบทบาททางเศรษฐกิจในระดับสูง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่รวมอุตสาหกรรมสนับสนุน เป็นอุตสาหกรรมที่มีสถานประกอบการรวมกันถึง 8,005 แห่ง ในจำนวนนี้ส่วนใหญ่เป็นภัตตาคาร ร้านอาหาร มีการจ้างงานรวมกันถึง 52,417 คน เมื่อวัดจากยอดขายพบว่ามีรายได้รวมกันถึง 38,030 ล้านบาท จำนวนออกมาเป็นมูลค่าเพิ่มสูงถึง 12,009 ล้านบาท ในขณะที่อัตราส่วนมูลค่าเพิ่มต่อยอดขายคำนวณได้ร้อยละ 33.28 มูลค่าเพิ่มของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคิดเป็นร้อยละ 46 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัดในภาคบริการ (service sector) ของจังหวัดเชียงใหม่ และคิดเป็นร้อยละ 14 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมระดับจังหวัด (Gross Provincial Product : GPP) ของจังหวัดเชียงใหม่ เมื่อพิจารณาเป็นรายสาขาย่อยพบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ไม่รวมกิจการสนับสนุน) ที่มีขนาดของมูลค่าเพิ่มใหญ่ที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท อุตสาหกรรมภัตตาคารและร้านอาหาร และอุตสาหกรรมนำเที่ยว ในปี พ.ศ. 2545 มีมูลค่าเพิ่มที่เก็บไว้ในประเทศคิดเป็นร้อยละ 92 ของมูลค่าเพิ่ม มูลค่าเพิ่มที่

เก็บไว้ในประเทศของอุตสาหกรรมย่อยส่วนใหญ่มีสัดส่วนสูงกว่าร้อยละ 90 ยกเว้นอุตสาหกรรมรถเช่าและรถเช่าเหมาคัน ซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 57 และ 66

การศึกษานี้ยังได้วิเคราะห์ ประสิทธิภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวรายสาขา และพบว่า 3 ลำดับแรกของอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มต่อแรงงาน 1 คนสูงสุด ได้แก่ อุตสาหกรรมให้เช่าเครื่องอุปกรณ์โดยไม่มีผู้ควบคุม (บริการให้เช่ารถยนต์) อุตสาหกรรมโรงแรมและรีสอร์ท และอุตสาหกรรมนำเที่ยว นอกจากนี้ ยังได้มีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการดำเนินงานของอุตสาหกรรมโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่กับอุตสาหกรรมโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของทั้งประเทศ โดยใช้ฟังก์ชันพรมแดนสโตแคสติก (Stochastic Frontier) พบว่า ความด้อยประสิทธิภาพในการดำเนินงานทำให้เกิดการสูญเสียโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มถึง 266 ล้านบาท สำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมและเกสต์เฮาส์ในจังหวัดเชียงใหม่ และ 6,119 ล้านบาท สำหรับอุตสาหกรรมโรงแรมและเกสต์เฮาส์ของทั้งประเทศ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยในขณะนี้กำลังอยู่ในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อ เนื่องจากปัจจัยดังต่อไปนี้ คือ การก่อการร้าย ความเสี่ยงจากโรคระบาด การเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวจากจีน และการใช้แรงงานต่างชาติ ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะต้องเตรียมตัวรับโครงสร้างอุปสงค์ที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต การศึกษานี้ยังได้ให้ข้อเสนอทั้งทางด้านนโยบาย ได้แก่ การส่งเสริมเครื่องโรงแรมไทยให้เป็นเครื่องหมายการค้า และสปาไทยสู่สากล นโยบายแรงงานต่างด้าว นโยบายพัฒนาคลัสเตอร์ SMEs ท่องเที่ยว การนำธุรกิจ SMEs การให้บริการที่พักและท่องเที่ยวเข้าสู่ระบบภาษี นโยบายอุตสาหกรรมรายสาขา รวมทั้งข้อเสนอแนะด้านการวิจัยพัฒนาซึ่งจะไปเกื้อหนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมระยะยาว

คำหลัก: อุตสาหกรรมท่องเที่ยว, มูลค่าเพิ่ม, มูลค่าเพิ่มในประเทศ

Project Code: RDG46O0004
Project Title: Retained Value of the Tourism Industry of Thailand
Investigators: Mingsarn Kaosa-ard¹, Nukul Kruefoo¹ and Akarapong Untong¹
¹ Social Research Institute Chiang Mai University
E-mail Address: sridir@chiangmai.ac.th
Project Duration: 1 May 2003 – 30 January 2005

The objective of this study is to evaluate the economic significance of the tourism sector in Chiang Mai and to assess the value added that is retained within the country. A total of 13 sub-sectors have been investigated. These include hotels and resorts, guesthouses, restaurants, overland travel (provincial buses, local buses, car rental, motorcycle rental), travel agencies, entertainment, golf, spas, museums, souvenir industries (silverware and celadon) and a tourism supporting industries i.e. fuel stations.

The research methodologies used include a questionnaire survey, in-depth interviews and analysis of profit and loss statements and balance sheets. A total of 497 entrepreneurs were interviewed. In addition, two large data bases have also been used. The database of the National Statistical Office comprises 1,854 enterprise records and the data base of Tourism Authority of Thailand comprises 3,702 records. A total of 420 profit and loss statements have also been read.

The findings of this study reveal that in 2002 the tourism industry (including supporting services) in Chiang Mai created value added totaling 12.01 billion baht accounting for 14 percent of the Gross Provincial Product (GPP) and 46 percent of the service GPP. The industry consisted of 8,005 enterprises in 2002 with sales totaling 38,030 million baht. Value added to sales ratio equaled 33.28 percent. The top three largest sub-sectors (excluding fuel stations) were hotels and resorts, restaurants and travel agencies. The domestically retained value added was 92 percent of total value added. Almost all sub-sectors except for overland travel exhibited domestic value added of over 90 percent of total value added.

This study also investigated the efficiency of the sub-sectors by measuring value added per worker. The top three industries with the highest value added per worker or labor productivity were the car rental industry, hotels and resorts and travel agencies. For the hotel and resort industry, a stochastic production frontier method was used to estimate efficiency loss and revealed that the loss equaled 6,119 million baht for the whole industry and 266 million baht for the industry in Chiang Mai.

The Thai tourism sector is at present facing many changing trends. These include greater volatility because of transnational epidemics and terrorism. Pressure is also mounting for SMEs from the opening of free trade areas, WTO's requirements of service liberalization and the re-emergence of China as the world largest tourism market and destination. Internal factors also affected the level of sophistication of the supply management. These include the use of alien labor and the decentralization policy which has left most tourism resources under the care of local governments. This study provides a wide range of policy and research recommendations which include the promotion of Thai hotels to world industry, cluster development policy, alien labor policy, tax amnesty for the SMEs, sub-sector policy education and R&D policy.

Keyword: Tourism Industry, Value added, Retained value