

The Economic Impacts of Chinese and European Tourists Spending in Thailand

Akarapong Untong¹ and Kansinee Guntawongwan²

Tourism Development School, Maejo University, Thailand

and Faculty of Economics, Chiang Mai University, Thailand

Email: akarapong_un@hotmail.com

Received 25 November, 2019

Revised 15 May, 2020

Accepted 22 May, 2020

Abstract

This article aims to analyze the economic impacts of the spending of Chinese tourists (emerging markets) and European tourists (mature markets) on various production sectors of Thailand by applying the input-output analysis to assess these impacts. The expense data in accordance with the expense structure of Chinese and European tourists in 2016, as reported by the Ministry of Tourism and Sports, including the data from the tourism input-output table at purchaser's price for the year 2016, prepared by the Ministry of Tourism and Sports, is used in this analysis.

Results of the study showed the spending of European tourists causes a greater impact on the Thai economy than Chinese tourists (especially those that are not the tour group). The tourism-related service sectors that have to expand the production to meet the increasing need of Chinese tourists compared to European tourists are retail trade of country specific tourism characteristic goods and other country specific tourism characteristic activities. While accommodation for visitors, road passenger transport, and food and beverage serving activities are the service sectors that have to decrease the production according to the less demand of Chinese tourists compared to European tourists. For the continuous impact on the non-touristic economic, the sectors that need to increase the production are rubber, chemical, petroleum industries and plastic, banking and insurance, and other services. The sectors that have to reduce the production are non-metallic, metal products and machinery, food manufacturing, and agriculture. From the study, there is an important suggestion that stakeholders should revise policies to increase the economic impacts of the expansion of the Chinese tourist market.

Keywords: economic impacts, tourists spending, Chinese tourists, European tourists

JEL Classification Codes: C67, D57, Z30, Z38, Z39

¹ Lecturer, Tourism Development School, Maejo University, 63 Moo 4 Nong Han, Sansai, Chiang Mai, 50290, Thailand. Corresponding author: akarapong_un@hotmail.com

² Lecturer, Faculty of Economics, Chiang Mai University, 239 Huay Kaew Road, Suthep, Muang, Chiang Mai, 50200, Thailand.

ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปใน ประเทศไทย

อัครพงศ์ อันทอง¹ และกันต์สินี กันทะวงษ์วาร²

คณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ประเทศไทย และคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประเทศไทย

Email: akarapong_un@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีน (ตลาดใหม่) และชาวยุโรป (ตลาดเก่า) ที่มีต่อสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิตในการประเมินผลกระทบดังกล่าว และใช้โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 ร่วมกับข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว ณ ราคาผู้ซื้อ ปี พ.ศ. 2559 ในการวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่า การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปก่อให้เกิดผลกระทบทั้งหมดต่อระบบเศรษฐกิจไทยสูงกว่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีน (โดยเฉพาะกลุ่มที่ไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์) โครงสร้างการใช้จ่ายที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปส่งผลกระทบต่อสาขาการผลิตต่างๆ แตกต่างกัน โดยสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่ต้องขยายการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป ได้แก่ การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว และการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ ขณะที่การบริการโรงแรมและที่พัก การขนส่งผู้โดยสารทางบก และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นสาขาบริการที่ต้องลดการผลิตเนื่องจากความต้องการที่ลดลงของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป สำหรับผลกระทบต่อเนื่องไปยังสาขาการผลิตที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวพบว่า สาขาที่ต้องมีการผลิตเพิ่มขึ้น ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก การธนาคารและการประกันภัย และการบริการอื่นๆ ส่วนสาขาที่ต้องมีการผลิตลดลง ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ โลหะ และเครื่องมือเครื่องจักร การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร และเกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้ จากผลการศึกษา มีข้อเสนอแนะที่สำคัญว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรปรับปรุงนโยบายเพื่อเพิ่มผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน

¹ อาจารย์ประจำคณะพัฒนาการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้ 63 หมู่ 4 ต.หนองหาร อ.สันทราย จ.เชียงใหม่ 50290 ประเทศไทย Corresponding author: akarapong_un@hotmail.com

² อาจารย์ประจำคณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ 239 ถ. ห้วยแก้ว ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200 ประเทศไทย

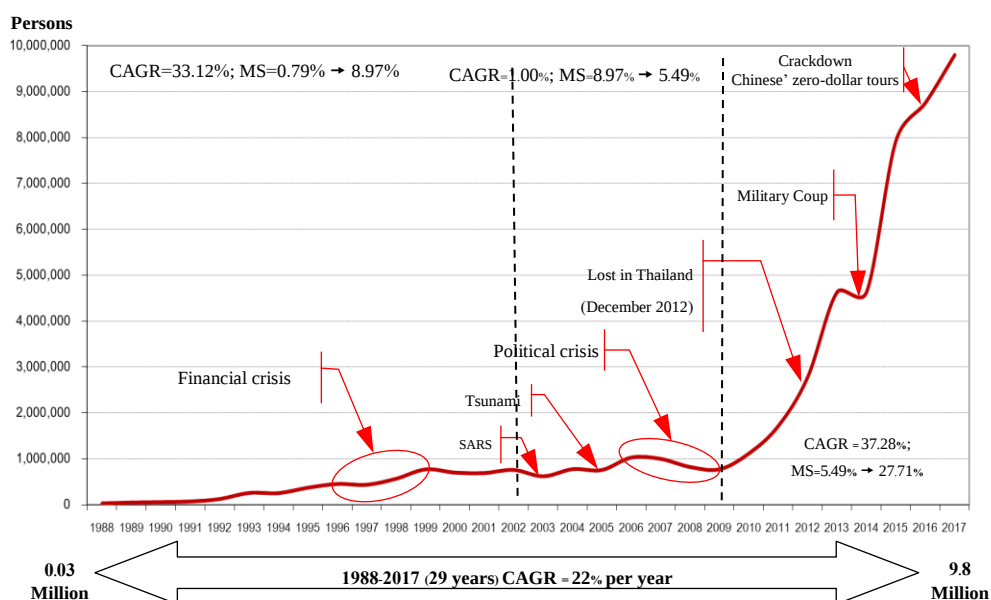
คำสำคัญ: ผลกระทบทางเศรษฐกิจ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวชาวจีน นักท่องเที่ยวชาวยุโรป

JEL Classification Codes: C67, D57, Z30, Z38, Z39

ที่มาและความสำคัญ

ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2555 จีนส่งออกและใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวต่างประเทศมากที่สุดในโลก โดยมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวสูงถึง 102 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งสูงกว่านักท่องเที่ยวชาวสหรัฐฯ และเยอรมนีที่ใช้จ่ายประมาณ 84 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และเคยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้จ่ายสูงที่สุดในโลกมาก่อน จากนั้นในช่วงสองปีต่อมา (พ.ศ. 2556-2557) การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 27 ต่อปี และยังคงสูงที่สุดในโลกจนถึงปี พ.ศ. 2559 โดยในปี พ.ศ.

2559 จีนส่งออกนักท่องเที่ยวไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกประมาณ 122 ล้านคน และมีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศประมาณ 261 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งมากกว่าสหรัฐฯ ที่เป็นลำดับสองประมาณ 2 เท่า (UNWTO, 2018) ทั้งนี้ UNWTO เคยพยากรณ์ว่า ในปี ค.ศ. 2030 (พ.ศ. 2573) จีนจะส่งออกนักท่องเที่ยวสูงถึง 200 ล้านคน และในทศวรรษหน้า จีนยังคงเป็นตลาดท่องเที่ยวขนาดใหญ่ที่สุดในโลก และเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญในการกระตุ้นการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกโดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (UNWTO, 2011)



Notes: CAGR = Compound Annual Growth Rate, MS = Market Share.

Sources: adjusted from Untong (2016).

Figure 1. The growth of the number of Chinese tourists in Thailand during 1988-2017.

ประเทศไทยเป็นประเทศแรกที่มีรัฐบาลจีนอนุญาตให้คนจีนเดินทางมาท่องเที่ยวตั้งแต่ปี พ.ศ. 2531 เกือบ 30 ปีที่ผ่านมา คนจีนเดินทางมาท่องเที่ยวไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จาก 3 หมื่นคน ในปี พ.ศ. 2531 (มีส่วนแบ่งไม่ถึงร้อยละ 1 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย) เป็นเกือบ 10 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2560 (มีส่วนแบ่งสูงถึงร้อยละ 28 ของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมดของไทย) คิดเป็นอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 22 ต่อปี ตลอดช่วงปี พ.ศ. 2531-2560 (ดูรายละเอียดใน Figure 1)

จาก Figure 1 จะเห็นได้ว่า หลังปี พ.ศ. 2552 นักท่องเที่ยวชาวจีนขยายตัวแบบก้าวกระโดด โดยตลอดช่วงปี พ.ศ. 2552-2560 จำนวนและรายรับจากนักท่องเที่ยวชาวจีนของไทยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยประมาณร้อยละ 37 และ 59 ต่อปี ตามลำดับ (ดูรายละเอียดใน Table 1) การขยายตัวดังกล่าวทำให้ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสำคัญต่อการท่องเที่ยวไทยมากขึ้น และส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย (Untong and Kaosa-ard, 2015; Untong, 2016; Untong and Guntawongwan, 2019) รวมถึงวิธีการจัดการต้อนรับ (Hospitality)

Table 1. Chinese tourist arrivals and receipts to Thailand during 2009-2017.

Year	Arrivals (Millions)			Receipts (Billion baht)		
	Chinese tourists	International tourists	Share (%)	Chinese tourists	International tourists	Share (%)
2009	0.78	14.15	5.49	23.15	510.26	4.54
2010	1.12	15.94	7.04	34.37	592.79	5.80
2011	1.72	19.23	8.95	58.00	776.22	7.47
2012	2.79	22.35	12.48	105.94	983.93	10.77
2013	4.71	26.74	17.60	188.91	1,207.15	15.65
2014	4.64	24.81	18.69	199.90	1,172.80	17.04
2015	7.93	29.88	26.52	376.00	1,447.16	25.98
2016	8.76	32.53	26.92	452.99	1,633.50	27.73
2017	9.81	35.38	27.71	520.72	1,831.11	28.93
CAGR (%)	37.28	12.14	22.42	59.14	17.26	25.96

Note: CAGR = Compound Annual Growth Rate.

Source: adjusted from Untong (2016).

การขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีนในประเทศไทย ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการเติบโตของเศรษฐกิจจีนที่ทำให้คนจีนมีกำลังซื้อและออกมาท่องเที่ยวต่างประเทศมากขึ้น การรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวในประเทศไทยผ่านสื่อออนไลน์ต่างๆ รวมทั้งละครและภาพยนตร์ การส่งเสริมตลาดที่มีประสิทธิภาพของการท่องเที่ยว

แห่งประเทศไทย การขยายเที่ยวบินตรงจากมณฑลต่างๆ ของจีนสู่จังหวัดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของไทย เช่น ภูเก็ต เชียงใหม่ เป็นต้น (Kaosa-ard et al., 2016)

ทั้งนี้ข้อมูลใน Table 2 แสดงให้เห็นได้ว่า ระหว่างปี พ.ศ. 2552-2560 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่เปรียบเสมือนตลาดใหม่ของการท่องเที่ยวไทย

มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 37.28 ต่อปี และมีส่วนแบ่งตลาดเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 22.42 ต่อปี ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปซึ่งเคยเป็นตลาดหลักของไทยมากกว่าสองทศวรรษกลับมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 6.55 ต่อปี (นักท่องเที่ยวชาวจีนขยายตัวมากกว่าชาวยุโรปประมาณ 6 เท่า) ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีแนวโน้มของ

ส่วนแบ่งตลาดลดลงในอัตราเฉลี่ยร้อยละ 4.98 โดยลดลงจากร้อยละ 27.70 ในปี พ.ศ. 2552 เหลือร้อยละ 18.40 ในปี พ.ศ. 2560 ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและแนวโน้มการขยายตัวของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทย โดยเฉพาะในช่วงหลังปี พ.ศ. 2555

Table 2. Chinese and European tourist arrivals to Thailand during 2009-2017.

Year	Chinese tourists		European tourists		International tourists (Millions)
	Arrivals (Millions)	Ratio (%)	Arrivals (Millions)	Ratio (%)	
2009	0.78	5.49	3.92	27.70	14.15
2010	1.12	7.04	4.33	27.17	15.94
2011	1.76	9.22	4.93	25.83	19.10
2012	2.79	12.51	5.65	25.34	22.30
2013	4.64	17.47	6.31	23.75	26.55
2014	4.65	18.69	6.16	24.84	24.81
2015	7.94	26.52	5.63	18.82	29.92
2016	8.76	26.87	6.17	18.93	32.59
2017	9.81	27.71	6.51	18.40	35.38
CAGR (%)	37.28	22.42	6.55	-4.98	12.14

Note: CAGR = Compound Annual Growth Rate.

Source: Ministry of Tourism and Sports, Thailand (2017).

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เกิดขึ้นกับไทย อาจส่งผลกระทบต่อผลิตของภาคเศรษฐกิจต่างๆ ของไทย เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปมีพฤติกรรมการท่องเที่ยวและการใช้จ่ายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน (Untong and Guntawong-wan, 2019) ดังนั้นบทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลกระทบจากการใช้จ่ายที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวจีน (ตลาดใหม่) และชาวยุโรป (ตลาดเก่า) ที่มีต่อสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย ผลลัพธ์ที่ได้ถือเป็นข้อมูลสำคัญที่แสดงให้เห็นในเบื้องต้นถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่

คาดว่าจะเกิดขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตลาดจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นชาวจีน ซึ่งอาจมีโครงสร้างการใช้จ่ายที่แตกต่างกันที่ทำให้ความต้องการผลผลิต (อุปสงค์ขั้นสุดท้าย) จากสาขาการผลิตต่างๆ แตกต่างกัน อาจทำให้สาขาการผลิตบางสาขาดึงขยายการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป ขณะเดียวกันสาขาการผลิตบางสาขาอาจต้องลดการผลิต เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมีความต้องการน้อยกว่าเมื่อเทียบกับชาวยุโรป

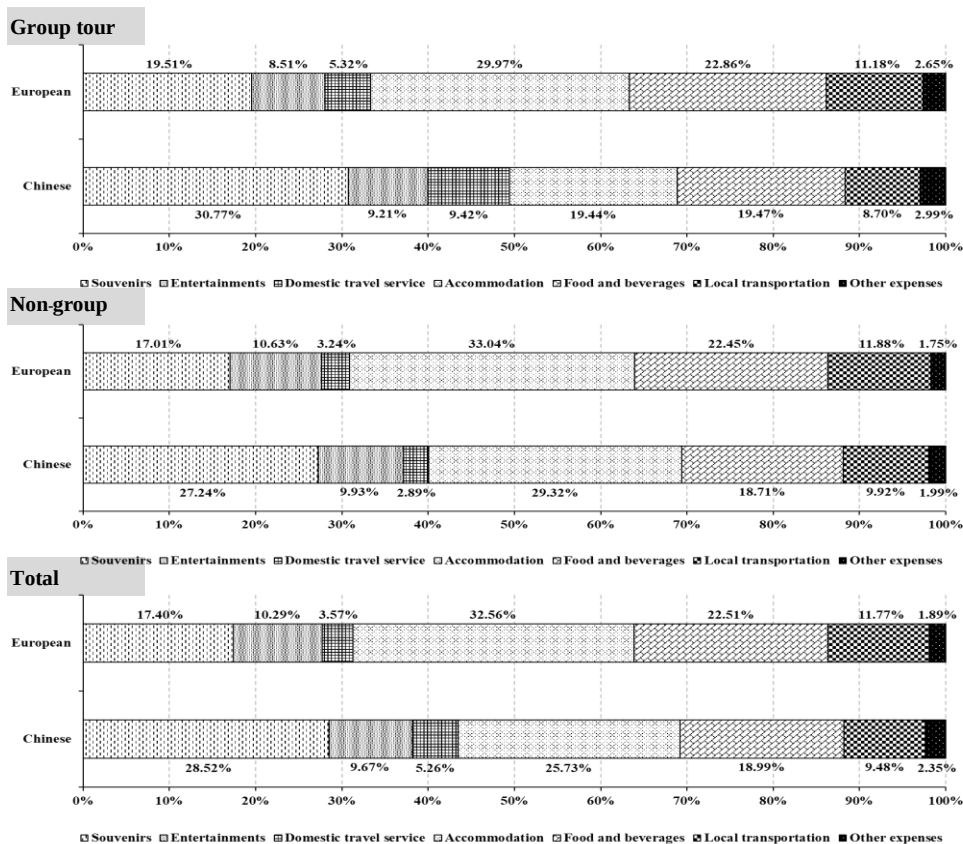
หัวข้อต่อไปจะนำเสนอโครงสร้างการใช้จ่ายในหมวดต่างๆ ที่สำคัญของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป เพื่อเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม สำหรับนำไปกำหนดการเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final demand) ที่ใช้ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ ตามแนวคิดการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจที่มีต่อสาขาการผลิตต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output analysis) ซึ่งจะนำเสนอวิธีการศึกษาในลำดับต่อมา จากนั้นเป็นการนำเสนอผลลัพธ์ที่เป็นผลกระทบที่เกิดขึ้นจากการใช้จ่ายที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปที่มีต่อการผลิตของสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย ส่วนสุดท้ายเป็นบทสรุปและข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

โครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป

ข้อมูลการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปที่เสนอในบทความนี้อ้างอิงจากรายงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งมีการแบ่งหมวดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติออกเป็น 7 หมวดสำคัญ ได้แก่ 1) ค่าที่พัก 2) ค่าอาหารและเครื่องดื่ม 3) ค่าเดินทาง

ภายในประเทศ 4) ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก 5) ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง 6) ค่าบริการท่องเที่ยวภายในประเทศ และ 7) ค่าใช้จ่ายอื่นๆ

ในปี พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปประมาณร้อยละ 60 และ 80 ที่เดินทางมาท่องเที่ยวไทยเป็นกลุ่มที่ไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์ (หรือกลุ่ม Free individual traveler: FIT) ซึ่งมีจำนวนวันพักเฉลี่ยประมาณ 9 และ 18 วัน ตามลำดับ (นักท่องเที่ยวชาวจีนมีวันพำนักร้อยกว่าชาวยุโรปประมาณครึ่งหนึ่ง) โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนจะมีการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 6,900 บาท/คน/วัน สูงกว่ากลุ่มกรุ๊ปทัวร์ประมาณ 1,000 บาท/คน/วัน ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปจะมีการใช้จ่ายเฉลี่ยประมาณ 4,900 บาท/คน/วัน ซึ่งสูงกว่ากลุ่มกรุ๊ปทัวร์ประมาณ 500 บาท/คน/วัน แต่น้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนประมาณ 2,000 บาท/คน/วัน (Ministry of Tourism and Sports, Thailand, 2017) เมื่อเปรียบเทียบโครงสร้างการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปดังแสดงใน Figure 2 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปมีส่วนโครงสร้างการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในหมวดต่างๆ แตกต่างกัน โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเกี่ยวกับการซื้อสินค้า/ของที่ระลึกในส่วนที่มากกว่าชาวยุโรป แต่มีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันในเรื่องของที่พักร และอาหารและเครื่องดื่มในส่วนที่น้อยกว่าชาวยุโรป



Source: Ministry of Tourism and Sports, Thailand (2017).

Figure 2. Average spending structure of Chinese and European tourists in 2016.

ขณะที่ข้อมูลใน Table 3 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงกว่าชาวยุโรปประมาณร้อยละ 40-44 โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนใช้จ่ายเกือบทุกหมวดมากกว่าชาวยุโรป (ยกเว้น ค่าที่พักของกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้จ่ายน้อยกว่าชาวยุโรปประมาณร้อยละ 9) โดยค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก และค่าบริการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นสองหมวดค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้จ่ายมากกว่าชาวยุโรป โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า/ของที่ระลึกมากกว่า

ชาวยุโรปประมาณ 2.2-2.4 เท่า ส่วนการใช้จ่ายเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายในหมวดดังกล่าวมากกว่าชาวยุโรปประมาณ 2.5 เท่า ขณะที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายดังกล่าวมากกว่าชาวยุโรปประมาณร้อยละ 25 เท่านั้น (จากข้อมูลการสำรวจการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ภูเก็ตและเชียงใหม่ของ Untong et al., (2018) พบว่าที่ภูเก็ตนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ใช้จ่ายเพื่อซื้อบริการท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่ากลุ่ม

ไม่ใช่กรุปทัวร์ประมาณ 4 เท่า แต่สำหรับที่ และค่าอาหารและเครื่องดื่ม เป็นหมวดค่าใช้จ่ายที่ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อ วันมากกว่าชาวยุโรป แต่มีสัดส่วนน้อยกว่า ค่าใช้จ่ายในหมวดอื่นๆ

Table 3. The comparison of average expenditure per person per day of Chinese and European tourists in 2016.

Expenditure items	Group tour			Non-group tour			Total		
	Chinese	European	%Δ	Chinese	European	%Δ	Chinese	European	%Δ
Accommodation	1,340	1,468	-8.68	1,730	1,393	24.15	1,601	1,404	14.06
Food and beverages	1,342	1,119	19.97	1,104	947	16.58	1,182	971	21.70
Sovenirs	2,121	955	122.08	1,607	717	124.08	1,773	750	136.54
Local transportation	635	417	52.39	586	448	30.66	601	444	35.51
Entertainments	600	547	9.62	585	501	16.76	590	508	16.17
Domestic travel service	649	260	149.20	171	137	24.67	327	154	112.52
Other expenses	206	130	58.47	117	74	59.22	146	81	79.55
Total	6,894	4,896	40.80	5,899	4,217	39.89	6,222	4,312	44.30

Unit: Bath/person/day

Source: Ministry of Tourism and Sports, Thailand (2017).

ทั้งนี้ด้วยการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวน วันพักเฉลี่ยต่อทริปต่ำกว่าชาวยุโรปเกือบ ครึ่งหนึ่ง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปต่ำกว่าชาวยุโรป ทั้งในกลุ่มกรุปทัวร์และไม่ใช่กรุปทัวร์ โดย กลุ่มกรุปทัวร์ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวจีนและ ชาวยุโรปมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปต่ำกว่า กลุ่มที่ไม่ใช่กรุปทัวร์ (ดูรายละเอียดใน Table 4) ซึ่งจากการเปรียบเทียบค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริ ประหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนกับชาวยุโรป พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริ ปน้อยกว่าชาวยุโรปเกือบทุกรายการ ยกเว้น ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวจีน ใช้จ่ายมากกว่าชาวยุโรปประมาณร้อยละ 15-16 หนึ่งในสาเหตุสำคัญที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมี ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปน้อยกว่าชาวยุโรป

คือ นักท่องเที่ยวชาวยุโรปมีจำนวนวันพักที่ ยาวนานกว่าชาวจีนประมาณ 2 เท่า

Table 5 แสดงการใช้จ่ายทั้งหมดของ นักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 (คำนวณจากการนำค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป คูณ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด) หากพิจารณาใน ภาพรวม พบว่า ในปี พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายทั้งหมดสูงกว่าชาวยุโรปประมาณ ร้อยละ 2.87 โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่าย เพื่อซื้อสินค้า/ของที่ระลึก และการบริการ ท่องเที่ยวในประเทศสูงกว่าชาวยุโรปอย่าง เห็นได้ชัด ส่วนการใช้จ่ายเกี่ยวกับที่พัก การ เดินทางภายในประเทศ และอาหารและ เครื่องดื่ม เป็นสามหมวดการใช้จ่ายที่ นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายน้อยกว่าชาว ยุโรป สำหรับการใช้จ่ายเพื่อความบันเทิงเป็น หมวดการใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มไม่ใช่

กรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายน้อยกว่าชาวยุโรป ขณะที่ นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์กลับมีการใช้จ่าย ในหมวดนี้สูงกว่าชาวยุโรป (ค่าใช้จ่ายดังกล่าว รวมอยู่ในแพคเกจทัวร์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นค่าใช้จ่าย เกี่ยวกับการไปชมการแสดงโชว์หลังจาก รับประทานอาหารเย็น แต่โดยพฤติกรรมทั่วไป ของนักท่องเที่ยวชาวจีนจะนิยมเดินซื้อของกิน หรือของฝากต่างๆ หลังจากรับประทานอาหาร เย็นเสร็จ ก่อนกลับไปพักผ่อนที่โรงแรม เนื่องจาก ต้องออกไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ ตั้งแต่เช้า (Untong et al., 2018)

Table 4. The average expenditure per person per trip of Chinese and European tourists in 2016.

Unit: Bath/person/trip

Expenditure Items	Group tour			Non-group tour			Total		
	Chinese	European	%Δ	Chinese	European	%Δ	Chinese	European	%Δ
Accommodation	9,126	19,121	-52.27	15,844	24,828	-36.18	13,192	23,821	-44.62
Food and beverages	9,142	14,581	-37.30	10,109	16,869	-40.07	9,734	16,474	-40.91
Souvenirs	14,447	12,447	16.07	14,719	12,779	15.18	14,624	12,733	14.85
Local transportation	4,323	5,428	-20.35	5,365	7,987	-32.84	4,956	7,532	-34.20
Entertainments	4,085	7,129	-42.71	5,359	8,929	-39.98	4,858	8,613	-43.59
Domestic travel service	4,420	3,394	30.24	1,563	2,438	-35.92	2,698	2,614	3.19
Other expenses	1,402	1,693	-17.17	1,073	1,311	-18.16	1,205	1,382	-12.82
Total	46,946	63,794	-26.41	54,032	75,141	-28.09	51,268	73,169	-29.93

Notes: The average length of stay of the Chinese group tour is 7 days, and non-group tour is 9 days.

The average length of stay of the European group tour is 13 days, and non-group tour is 18 days.

Source: Ministry of Tourism and Sports, Thailand (2017).

นอกจากนี้ ข้อมูลใน Table 5 ยังแสดงให้เห็น การใช้จ่ายทั้งหมดน้อยกว่าชาวยุโรปประมาณ ว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่าย ร้อยละ 22 ยกเว้น การใช้จ่ายในการซื้อสินค้า/ ทั้งหมดมากกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปถึง 2.4 เท่า ของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้มีการใช้ (สูงกว่าในทุกรายการของค่าใช้จ่าย) แต่ จ่ายมากกว่าชาวยุโรปประมาณร้อยละ 25 นักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่ใช่กลุ่มกรุ๊ปทัวร์กลับมี

Table 5. Total expenditure of Chinese and European tourists in 2016.

Unit: Billion Baht

Expenditure Items	Group tour			Non-group tour			Total		
	Chinese	European	%Δ	Chinese	European	%Δ	Chinese	European	%Δ
Accommodation	31.72	20.40	55.51	84.70	122.69	-30.97	116.42	143.09	-18.64
Food and beverages	31.77	15.55	104.30	54.04	83.36	-35.17	85.81	98.92	-13.25
Souvenirs	50.21	13.28	278.18	78.68	63.15	24.60	128.89	76.43	68.65
Local transportation	15.03	5.79	159.52	28.68	39.47	-27.35	43.70	45.26	-3.44
Entertainments	14.20	7.60	86.67	28.65	44.12	-35.07	42.84	51.73	-17.18
Domestic travel service	15.36	3.62	324.38	8.35	12.05	-30.68	23.71	15.67	51.34
Other expenses	4.87	1.81	169.87	5.74	6.48	-11.47	10.61	8.29	28.05
Total	163.16	68.04	139.78	288.84	371.33	-22.22	451.99	439.38	2.87

Source: Ministry of Tourism and Sports, Thailand (2017).

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า แม้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันมากกว่าชาวยุโรป แต่ด้วยจำนวนวันพักที่สั้นกว่าถึงสองเท่า ทำให้นักท่องเที่ยวชาวจีนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปน้อยกว่าชาวยุโรปในเกือบทุกหมวดค่าใช้จ่าย ยกเว้น ค่าใช้จ่ายในการซื้อสินค้า/ของที่ระลึก อย่างไรก็ตาม ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเยือนประเทศไทยในปี พ.ศ. 2559 มากกว่าชาวยุโรปเกือบ 3 ล้านคน ทำให้การใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีนสูงกว่าชาวยุโรป โดยเฉพาะกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวจีนยังมีการใช้จ่ายในการซื้อสินค้า/ของที่ระลึก และบริการท่องเที่ยวในประเทศมากกว่าชาวยุโรปอย่างเห็นได้ชัดอีกด้วย

แม้ว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปของนักท่องเที่ยวชาวจีนช่วยให้มีการขยายตัวของอุปสงค์ขั้นสุดท้ายภายในประเทศ แต่เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปแล้ว พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปต่ำกว่าเกือบทุกหมวดของค่าใช้จ่าย ยกเว้น ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก ดังนั้นผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจต่างๆ ที่เกิดจากการใช้จ่ายต่อคนต่อทริปของนักท่องเที่ยวชาวจีนอาจน้อยกว่าชาวยุโรป ทั้งนี้ เพื่อให้เห็นถึงผลกระทบทางเศรษฐกิจที่แตกต่างของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป ซึ่งรวมถึงผลกระทบจากจำนวนที่แตกต่างกัน บทความนี้จะเลือกใช้การใช้จ่ายทั้งหมดเป็นตัวแทนของอุปสงค์ขั้นสุดท้ายแทน

ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริป และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน

ความแตกต่างของการใช้จ่ายทั้งหมดระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 อาจมีผลกระทบที่แตกต่างกันต่อสาขาการผลิตต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจ โดยสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องกับหมวดสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการมากกว่าชาวยุโรปก็ต้องผลิตสินค้าและบริการดังกล่าวเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป ขณะเดียวกันสำหรับสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้องกับหมวดสินค้าและบริการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนต้องการน้อยกว่าเมื่อเทียบกับชาวยุโรปก็ต้องลดการผลิตสินค้าและบริการดังกล่าวตามความต้องการที่ลดลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย

วิธีการศึกษา

บทความนี้ประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิตเพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป เนื่องด้วยข้อจำกัดของข้อมูลสำหรับการพัฒนาแบบจำลองมหภาค (Macro model) และแบบจำลองดุลยภาพทั่วไป (Computable general equilibrium: CGE) รวมถึงจุดเด่นที่สำคัญของวิธีวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-output analysis: I-O analysis) ที่ว่า การประเมินด้วยวิธี I-O analysis ทำให้ทราบถึงผลกระทบทางตรง (Direct effects) และทางอ้อม (Indirect effects) ที่มีต่อการผลิต

ของภาคเศรษฐกิจต่างๆ แต่ไม่ทราบผลกระทบจากรายได้ (Induced or income effects) เหมือนกับวิธี CGE และมีความยุ่งยากซับซ้อนน้อยกว่าวิธี Keynesian multiplier ดังนั้นการศึกษานี้ จึงประยุกต์ใช้วิธี I-O analysis ประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปที่มีต่อสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย โดยประยุกต์ใช้การวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองที่อาศัยข้อมูลภาคตัดขวาง (Cross-section data) ร่วมกับแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิต (Input-

output model) และข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว (Tourism input-output table) ที่จัดทำโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

หากพิจารณาตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตที่ประกอบด้วยสาขาการผลิต n สาขา สมการแสดงความสัมพันธ์ของการกระจายผลผลิตของสาขาการผลิตต่างๆ ไปเป็นปัจจัยการผลิตของสาขาการผลิตอื่นๆ และอุปสงค์ขั้นสุดท้าย สามารถเขียนได้ดังนี้ (Miller and Blair, 1985)

$$X_i = \sum_{j=1}^n Z_{ij} + Y_i \quad ; i = 1, 2, \dots, n \quad (1)$$

โดยที่ Z_{ij} คือ การหมุนเวียนสินค้าของสาขาการผลิต i เพื่อผลิตสินค้าของสาขาการผลิต j

X_i คือ มูลค่าผลผลิตรวมของสาขาการผลิต i

Y_i คือ อุปสงค์ขั้นสุดท้ายที่มีต่อสินค้าของสาขาการผลิต i

เมื่อสมมติให้การใช้ปัจจัยการผลิตเป็นสัดส่วนโดยตรงกับมูลค่าผลผลิตแล้วจะได้ว่า

$$a_{ij} = Z_{ij} / X_j \quad \text{หรือ} \quad Z_{ij} = a_{ij} \times X_j \quad (2)$$

โดยที่ a_{ij} คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของปัจจัยการผลิต (Direct input or technical coefficient)

X_j คือ มูลค่าผลผลิตรวมของสาขาการผลิต j

สมการ (1) สามารถนำมาเขียนใหม่ได้ โดยแทนค่า Z_{ij} แต่ละตัวที่อยู่ทางด้านขวามือด้วย $a_{ij}X_j$ ที่ตรงกัน จะได้สมการใหม่ดังนี้

$$X_i = \sum_{j=1}^n a_{ij}X_j + Y_i \quad (3)$$

เมื่อย้ายเทอม X ทั้งหมดในสมการ (3) ไปด้านซ้ายมือ และจัดสมการใหม่ในรูปของเมทริกซ์ จะได้ว่า

$$(I_{n \times n} - A_{n \times n})X_{n \times 1} = Y_{n \times 1} \quad \text{หรือ} \quad X_{n \times 1} = (I_{n \times n} - A_{n \times n})^{-1} Y_{n \times 1} \quad (4)$$

โดยที่ $X_{n \times 1}$ คือ คอลัมน์เวกเตอร์ (Column vector) ที่แสดงผลผลิตทั้งหมดในแต่ละสาขาการผลิต

$Y_{n \times 1}$ คือ คอลัมน์เวกเตอร์ที่แสดงอุปสงค์ขั้นสุดท้ายในแต่ละสาขาการผลิต

$I_{n \times n}$ คือ เมทริกซ์เอกลักษณ์ (Identity matrix)

$A_{n \times n}$ คือ เมทริกซ์ที่แสดงค่าสัมประสิทธิ์ของการผลิตทางตรง (Direct coefficient)

$(I - A)^{-1}$ คือ Leontief inverse matrix ที่แสดงค่าสัมประสิทธิ์ทางตรงและทางอ้อม

จากสมการ (4) สามารถคำนวณหาผลกระทบที่มีต่อสาขาการผลิตต่างๆ ในระบบเศรษฐกิจได้ดังนี้

- ผลกระทบทั้งหมด (Total effects)

$$= (I_{n \times n} - A_{n \times n})^{-1} Y_{n \times 1}$$
- ผลกระทบทางตรง (Direct effects)

$$= A_{n \times n} Y_{n \times 1}$$
- ผลกระทบทางอ้อม (Indirect effects)

$$= \text{ผลกระทบทั้งหมด} - \text{ผลกระทบทางตรง}$$

โครงสร้างของแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิตอยู่บนข้อตกลงเบื้องต้นที่สำคัญว่า ผู้ผลิตในสาขาการผลิตต่างๆ ใช้เทคโนโลยีการผลิตในลักษณะที่มีผลได้ต่อขนาดคงที่ (Constant returns to scale: CRS) และมีการใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ ในสัดส่วนคงที่ (Fixed proportion) จึง

ไม่สามารถปรับเปลี่ยนการผลิตตามการเปลี่ยนแปลงของราคา รวมถึงข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการมีทรัพยากรที่ไม่จำกัด แบบจำลองจึงมิได้คำนึงถึงต้นทุนค่าเสียโอกาสในการใช้ทรัพยากรต่างๆ ดังนั้นผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ได้จากแบบจำลองปัจจัยการผลิตและผลผลิตจึงเป็นเพียงผลกระทบเชิงบวกที่มีใช้เป็นผลกระทบสุทธิ (Wattanakuljarus, 2012)

บทความนี้ใช้ข้อมูลการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 ที่รายงานโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ส่วนข้อมูลตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตเป็นข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว ณ ราคาผู้ซื้อ (Purchaser's price) ปี พ.ศ. 2559 ขนาด 89×89 สาขา ที่เป็นตารางระดับประเทศ ซึ่งจัดทำโดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ในตารางดังกล่าวมีการแบ่งสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีรายละเอียดมากขึ้น โดยแบ่งออกเป็น 12 สาขา ได้แก่ 1) การบริการโรงแรมและที่พัก 2) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม 3) การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ 4) การขนส่งผู้โดยสารทางบก 5) การขนส่งผู้โดยสารทางน้ำภายในประเทศ 6) การขนส่งผู้โดยสารทางอากาศ 7) การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม 8) ตัวแทน

บริษัทนำเข้า 9) กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม 10) กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ 11) การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว และ 12) การบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่นๆ

สำหรับการวิเคราะห์เพื่อประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป มีขั้นตอนพอสังเขปดังนี้

1. ปรับตารางบัญชีการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวจาก 89×89 สาขา ให้มีขนาด 26×26 สาขา ตามวิธีของ Somboonpanya (1980) โดยการรวมเวกเตอร์ของผลผลิต (Output vector) อุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final demand vector) และเมตริกซ์การซื้อขายผลผลิตของแต่ละสาขาการผลิต (Interindustry transctions matrix) ตามแนวทางการจำแนกสาขาการผลิตในตารางบัญชีการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เมื่อได้ตารางขนาด 26×26 สาขาแล้ว ลำดับต่อมาจะคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ของบัญชีการผลิตตามสมการที่ (2) หรือเมตริกซ์ค่าสัมประสิทธิ์ของการผลิตทางตรง (เมตริกซ์ A) หลังจากนั้นก็จะนำเมตริกซ์ดังกล่าวมาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์ทางตรงและทางอ้อม หรือ Leontief inverse matrix $[(I - A)^{-1}]$

2. คำนวณความแตกต่างของการใช้จ่ายในแต่ละหมวดค่าใช้จ่ายระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนกับชาวยุโรป เพื่อใช้เป็นตัวแทน (Proxy) การเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (Final demand) ก่อนนำไปกระจายตามสาขาการผลิตที่เกี่ยวข้อง

(เป็นการกำหนดการเปลี่ยนแปลงของ Final demand vector)

3. นำเวกเตอร์อุปสงค์ขั้นสุดท้ายที่เป็นความแตกต่างของการใช้จ่ายที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 คูณกับ Leontief inverse matrix $[(I - A)^{-1}]$ โดยที่ A คือ เมตริกซ์ของค่าสัมประสิทธิ์การผลิต] ที่ได้จากการคำนวณด้วยข้อมูลจากตารางบัญชีการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยวที่มีการปรับขนาดตามที่ได้อธิบายในขั้นตอนที่ 1

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาแบ่งเป็นสองส่วน ส่วนแรกนำเสนอโครงสร้างการผลิตและผลการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของสาขาการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว สำหรับส่วนที่สองเป็นการนำเสนอผลกระทบจากการใช้จ่ายที่แตกต่างของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป ดังมีรายละเอียดในแต่ละส่วนพอสังเขปดังนี้

1. โครงสร้างการผลิตและความเชื่อมโยงของสาขาการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

ทั้งนี้เพื่อสร้างความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับโครงสร้างการผลิตและความเชื่อมโยงของสาขาการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว ส่วนแรกจึงขอนำเสนอโครงสร้างการผลิตและผลการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของสาขาการบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวว่ามีลักษณะของการเชื่อมโยงสัมพันธ์กับสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจในลักษณะใด หากเป็นสาขาการบริการที่มีความเชื่อมโยงไปข้างหลัง (Backward linkages) แสดงว่าเป็นสาขาการบริการปลายน้ำ

(Downstream) ที่มีความสำคัญในฐานะของการเป็นผู้ใช้ผลผลิตจากสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจ แต่ถ้าหากเป็นสาขาการบริการที่มีความเชื่อมโยงไปข้างหน้า (Forward linkages) แสดงว่าเป็นสาขาการบริการต้นน้ำ (Upstream) ที่มีความสำคัญในฐานะของการให้บริการหรือผลิตปัจจัยการผลิตให้กับสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจ หากเป็นสาขาการบริการที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มสูงกว่ามูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตขั้นกลาง (ไม่มีความเชื่อมโยงไปข้างหลังและข้างหน้า) จะเป็นสาขาการบริการที่หากมีการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ขั้นสุดท้ายแล้ว จะส่งผลกระทบต่อสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจน้อย ผลลัพธ์ในส่วนนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโครงสร้างในตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเท่านั้น

Table 6 แสดงโครงสร้างการผลิตและผลการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงของสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 12 สาขา เพื่อความเข้าใจข้อมูลในตารางดังกล่าว จึงขอยกตัวอย่างกรณีของสาขาการบริการโรงแรมและที่พัก ซึ่งหากพิจารณาข้อมูลในคอลัมน์โครงสร้างการผลิต พบว่า การบริการโรงแรมและที่พักมีการใช้ปัจจัยการผลิตขั้นกลางสูงถึงร้อยละ 61.63 ของมูลค่าผลผลิต (อีกร้อยละ 38.37 เป็นมูลค่าเพิ่ม) ขณะที่ข้อมูลในคอลัมน์ดัชนีความเชื่อมโยง แสดงให้เห็นว่า การบริการโรงแรมและที่พักมีค่าดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหลัง

มากกว่า 1 และมีค่าดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหน้าน้อยกว่า 1 หมายความว่า การบริการโรงแรมและที่พักเป็นสาขาการบริการปลายน้ำที่พึ่งพาปัจจัยการผลิตจากสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจ ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ขั้นสุดท้ายของสาขาการบริการโรงแรมและที่พักย่อมส่งผลกระทบต่อสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจ

จากข้อมูลใน Table 6 พบว่า การบริการโรงแรมและที่พัก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม และการบริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง เป็นกลุ่มสาขาการบริการที่มีมูลค่าการใช้ปัจจัยการผลิตขั้นกลางในสัดส่วนที่สูง (มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 52-80 ของมูลค่าผลผลิต) เช่น การบริการโรงแรมและที่พัก มีมูลค่าการใช้ผลผลิตจากภาคเกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้ การผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร ไฟฟ้า ก๊าซ และการประปา ในสัดส่วนรวมกันประมาณร้อยละ 41 ของมูลค่าผลผลิต หรืออย่างในกรณีของการบริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีมูลค่าการใช้ผลผลิตจากภาคเกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้ และการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร รวมกันในสัดส่วนประมาณร้อยละ 51 ของมูลค่าผลผลิต เป็นต้น สาขาการบริการเหล่านี้โดยส่วนใหญ่เป็นสาขาการบริการประเภทปลายน้ำที่มีค่าดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหลังมากกว่า 1 (ยกเว้น การขนส่งผู้โดยสารทางน้ำภายในประเทศ)

ส่วนการบริการประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ เช่น การเช่ารถยนต์และจักรยานยนต์โดยไม่มีคนควบคุม กิจกรรมด้านศิลปะและวัฒนธรรม

กิจกรรมกีฬาและนันทนาการ การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เป็นต้น (ยกเว้น ตัวแทนบริษัทนำเที่ยว) ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มสาขาการบริการที่มีสัดส่วนของมูลค่าเพิ่มสูง (มีสัดส่วนประมาณร้อยละ 54-73 ของมูลค่าผลผลิต) และไม่เป็นทั้งสาขาการบริการปลายทางและต้นน้ำ (มีค่าดัชนีความเชื่อมโยงไปข้างหน้าและข้างหน้าต่ำกว่า 1)

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นแสดงให้เห็นว่า หากพิจารณาตามโครงสร้างการผลิตและความเชื่อมโยงแล้ว พบว่า สามารถแบ่งสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มได้แก่

1) กลุ่มสาขาการบริการประเภทปลายทางที่ใช้ปัจจัยการผลิตชั้นกลางสูง ได้แก่ การบริการที่เกี่ยวข้องกับการขนส่ง ที่พักแรม และอาหารและเครื่องดื่ม ดังนั้นการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (ในบทความนี้คือ การใช้จ่ายของ

นักท่องเที่ยว) ในสาขาการบริการกลุ่มนี้จะมีผลทำให้สาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจต้องผลิตผลผลิตเพิ่มขึ้นตามความต้องการที่เพิ่มขึ้นของสาขาการบริการดังกล่าว หรือเรียกว่าผลกระทบทางอ้อมที่เกิดจากอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (หรือ การใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว)

2) กลุ่มสาขาการบริการที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มสูงและมีความเชื่อมโยงกับสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจน้อย ส่วนใหญ่เป็นสาขาการบริการที่เป็นลักษณะของการให้บริการประเภทกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ดังนั้นหากมีการเพิ่มขึ้นของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย (หรือนักท่องเที่ยวมีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น) ย่อมมีผลกระทบน้อยต่อสาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งแตกต่างจากสาขาการบริการในกลุ่มแรกที่มีผลกระทบต่อเนื่องไปยังสาขาการผลิตอื่นๆ มากกว่า

Table 6. The structure of production and linkages of Touristic sectors.

Touristic sectors	Structure of Production (per 1 unit)		Linkages	
	Intermediate Inputs	Value add	Backward	Forward
Accommodation for visitors	0.6163	0.3837	1.0058	0.4552
Food and beverage serving activities	0.7066	0.2934	1.0563	0.5025
Railway passenger transport	0.6544	0.3456	1.1664	0.4178
Road passenger transport	0.7797	0.2203	1.2927	0.4741
Water passenger transport	0.5207	0.4793	0.9522	0.4498
Air passenger transport	0.7994	0.2006	1.2366	0.6817
Transport equipment rental	0.1135	0.8865	0.5261	0.4374
Travel agencies and other reservation services activities	0.5699	0.4301	0.9810	0.4495
Cultural activities	0.4291	0.5709	0.8464	0.4149
Sport and recreational activities	0.3695	0.6305	0.8054	0.4174
Retail trade of country specific tourism characteristic goods	0.2659	0.7341	0.6682	0.4890
Other country specific tourism characteristic activities	0.4563	0.5437	0.8852	0.4146

Source: Calculated from the national tourism input-output table of Ministry of Tourism and Sports, Thailand (2017).

2. ผลกระทบจากการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป

จากการประเมินผลกระทบทั้งหมดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้จ่ายเพื่อท่องเที่ยวในประเทศไทย 452 พันล้านบาท ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งหมดต่อระบบเศรษฐกิจไทย 1.0 ล้านล้านบาท (เป็นผลกระทบทางอ้อม 549 พันล้านบาท) หรือ 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวชาวจีนใช้จ่ายในประเทศไทยก่อให้เกิดผลกระทบทั้งหมดต่อระบบเศรษฐกิจไทยประมาณ 2.21 บาท หรือประมาณ 2.21 เท่า ของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีน

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทย 439 พันล้านบาท (น้อยกว่าชาวจีนร้อยละ 2.87) ก่อให้เกิด

ผลกระทบทั้งหมดต่อระบบเศรษฐกิจไทย 1.02 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 2.33 เท่า ของการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวยุโรป กล่าวคือ 1 บาท ที่นักท่องเที่ยวชาวยุโรปใช้จ่ายในประเทศไทยก่อให้เกิดผลกระทบทั้งหมดต่อระบบเศรษฐกิจไทยประมาณ 2.33 บาท ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนร้อยละ 2.16 ผลกระทบทั้งหมดที่เกิดขึ้นดังกล่าวเป็นผลกระทบทางอ้อม 583 พันล้านบาท ซึ่งมากกว่านักท่องเที่ยวชาวจีนร้อยละ 5.9 (ดูรายละเอียดใน Table 7)

ผลลัพธ์ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 ก่อให้เกิดผลกระทบทั้งหมดต่อระบบเศรษฐกิจไทยสูงกว่าการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีน โดยเฉพาะการใช้จ่ายที่เกิดจากนักท่องเที่ยวชาวยุโรปกลุ่มไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์

Table 7. The economic impacts from total expenditure of Chinese and European tourists in 2016

Type of tourists	Chinese tourists			European tourists			% difference (Unit: %)		
	Direct effects	Indirect effects	Total effects	Direct effects	Indirect effects	Total effects	Direct effects	Indirect effects	Total effects
Group tour	163.16	192.35	355.51	68.04	89.01	157.06	139.80	116.10	126.35
Non-group tour	288.84	356.30	645.14	371.33	494.37	865.70	-22.21	-27.93	-25.48
Total	451.99	548.65	1,000.64	439.38	583.38	1,022.75	2.87	-5.95	-2.16

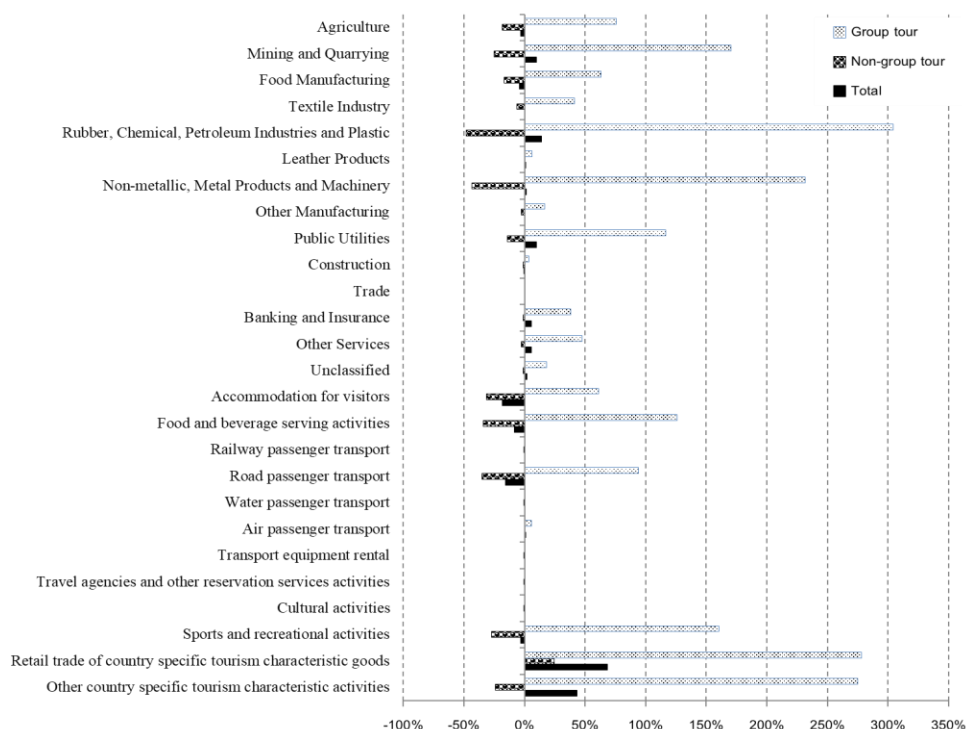
Source: Calculation.

Figure 3 แสดงการเปลี่ยนแปลงมูลค่าผลผลิตของสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย (หรือผลกระทบทั้งหมดจากการเพิ่มมูลค่าผลผลิตของสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย) อันเป็นผลมาจากการใช้จ่ายที่แตกต่างกันระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนกับชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 ซึ่งจะเห็นได้ว่าการ

ใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์มีผลทำให้สาขาการผลิตต่างๆ ของไทย มีการผลิตผลผลิตเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป ส่วนนักท่องเที่ยวชาวจีนที่ไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์มีการใช้จ่ายทั้งหมดน้อยกว่าชาวยุโรปโดยเปรียบเทียบ

ทำให้สาขาการผลิตต่างๆ โดยส่วนใหญ่อาจต้องลดการผลิตตามความต้องการที่น้อยกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้ อย่างไรก็ตาม สาขาการขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เป็นสาขาการบริการ

เดียวที่มีมูลค่าผลผลิตเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากขึ้นของนักท่องเที่ยวชาวจีน เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า/ของที่ระลึกมากกว่าชาวยุโรปในทุกกลุ่ม



Source: Calculation.

Figure 3. Change in product values in several of economy sectors in 2016.

Table 8 เป็นผลการวิเคราะห์ผลกระทบจากความแตกต่างระหว่างการใช้ชื้อของนักท่องเที่ยวชาวจีนกับชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 (การเปลี่ยนแปลงของอุปสงค์ขั้นสุดท้าย) ที่เกิดขึ้นกับสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย พบว่า การท่องเที่ยวของคนจีนที่เป็นกรุ๊ปทัวร์ทำให้สาขาการผลิตทุกสาขาผลิตผลผลิตเพิ่มขึ้นตามความต้องการที่มากกว่าเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวของคนยุโรปในกลุ่มเดียวกัน โดยสาขาการบริการ

เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าการขายตัวสูงสุด 3 ลำดับแรก ได้แก่ การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว การบริการที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่นๆ และกิจกรรมกีฬาและนันทนาการ ขณะที่กิจกรรมด้านศิลปวัฒนธรรม การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟ การเช่ารถยนต์และรถจักรยานยนต์ โดยไม่มีคนควบคุม และตัวแทนบริษัทนำเที่ยวเป็นกลุ่มสาขาการบริการที่มีการเปลี่ยนแปลงของมูลค่าการผลิตน้อยที่สุด สำหรับผลกระทบ

ต่อเนื่องไปยังสาขาการผลิตที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีมูลค่าการผลิตขยายตัวสูงสุด ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก และการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ โลหะ และเครื่องมือเครื่องจักร ส่วนสาขาการผลิตที่มีการเปลี่ยนแปลงมูลค่าการผลิตเล็กน้อย ได้แก่ การก่อสร้าง และการผลิตผลิตภัณฑ์หนัง

สำหรับการท่องเที่ยวของคนจีนที่ไม่ใช่กลุ่มทัวร์ ซึ่งมีการใช้จ่ายน้อยกว่าการท่องเที่ยวของคนยุโรปในกลุ่มเดียวกัน ส่งผลให้สาขาการผลิตต่างๆ ลดการผลิตตามความต้องการที่น้อยกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป โดยการขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยวเป็นสาขาการบริการเดียวที่มีการขยายตัวของมูลค่าการผลิต ส่วนการขนส่งผู้โดยสารทางบก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม และการบริการโรงแรมและที่พัก เป็นสาขาการบริการที่ได้รับผลกระทบมากที่สุดจากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มนี้ใช้จ่ายน้อยกว่าชาวยุโรป ทั้งนี้เมื่อพิจารณาผลกระทบต่อเนื่องที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงในกลุ่มสาขาการผลิตที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว พบว่า การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก และการผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ โลหะ และเครื่องมือเครื่องจักร เป็นสองสาขาการผลิตที่มีการหดตัวของมูลค่าการผลิตมากที่สุด ส่วนการผลิตผลิตภัณฑ์หนัง และการก่อสร้างเป็นสาขาการผลิตที่ได้รับผลกระทบน้อยที่สุด

เมื่อพิจารณาในภาพรวมของผลกระทบทั้งหมดจากการใช้จ่ายที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปที่มีต่อสาขา

การบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (คอลัมน์สุดท้ายของ Table 8) พบว่า การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว เช่น ของฝาก ของที่ระลึก เป็นต้น มีมูลค่าการผลิตเพิ่มขึ้นมากที่สุด ตามความต้องการที่มากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป นอกจากสาขาการบริการดังกล่าว การบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอื่นๆ เช่น การบริการสปา การบริการกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เป็นต้น เป็นอีกหนึ่งสาขาที่มีการขยายตัวของมูลค่าการผลิตเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มกรุ๊ปทัวร์ที่ส่วนใหญ่จะรวมค่าใช้จ่ายดังกล่าวไว้ในแพคเกจทัวร์ ส่วนการบริการโรงแรมและที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม รวมทั้งการขนส่งทางบก เป็นกลุ่มสาขาการบริการที่มีมูลค่าการผลิตลดลงมากกว่าสาขาอื่นๆ ที่อยู่ในภาคเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งมาจากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนวันพักเฉลี่ยสั้นกว่าชาวยุโรปกว่าครึ่งหนึ่ง

สำหรับผลกระทบทั้งหมดที่มีต่อสาขาการผลิตที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยส่วนใหญ่มีมูลค่าการผลิตเพิ่มขึ้นตามความต้องการที่มากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป โดยเฉพาะการผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก การธนาคารและการประกันภัย และการบริการอื่นๆ (ในปี พ.ศ. 2559 นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายทั้งหมดในหมวดของสินค้า/ของที่ระลึก เช่น หมอนยางพารา เครื่องสำอาง เป็นต้น บริการท่องเที่ยว และบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

กับการท่องเที่ยวมากกว่าชาวยุโรป) ขณะที่สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้ และการผลิตผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นหนึ่งในสาขาการผลิตที่มีการหดตัวของมูลค่าการผลิตมากที่สุด ส่วนหนึ่งอาจเป็นผลมาจากการที่นักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนวันพักน้อยกว่าชาวยุโรป จึงส่งผลให้การใช้จ่ายทั้งหมดในหมวดโรงแรมและที่พัก และอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนน้อย

กว่าชาวยุโรป นอกจากนี้ยังเป็นที่น่าสังเกตว่า การท่องเที่ยวของคนจีนมีส่วนช่วยให้ความต้องการใช้ไฟฟ้า แก๊ส และการประปาลดลง หรืออาจกล่าวได้ว่า เมื่อเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรป การท่องเที่ยวของคนจีนมีส่วนช่วยลดการใช้พลังงานไฟฟ้า แก๊ส และน้ำประปา ซึ่งอาจเป็นเพราะว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมักใช้เวลาในสถานที่พักแรมน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรป (Untong et al., 2018)

Table 8. Change in product values in several of economy sectors in 2016.

Unit: Percentage			
Sectors	Group tour	Non-group tour	Total
Non-touristic sectors			
- Agriculture	79.052	(21.043)	(4.722)
- Mining and Quarrying	98.522	(19.998)	0.788
- Food Manufacturing	75.863	(21.277)	(5.434)
- Textile Industry	30.052	(4.989)	1.406
- Rubber, Chemical, Petroleum Industries and Plastic	221.821	(43.440)	3.837
- Leather Products	3.663	(0.180)	0.531
- Non-metallic, Metal Products and Machinery	142.281	(34.659)	(5.926)
- Other Manufacturing	56.420	(8.503)	1.913
- Public Utilities	73.555	(16.721)	(1.606)
- Construction	3.367	(0.575)	0.024
- Trade	73.708	(16.155)	(0.904)
- Banking and Insurance	44.711	(4.749)	3.674
- Other Services	90.701	(12.678)	5.320
- Unclassified	17.338	(2.201)	1.212
Touristic sectors			
- Accommodation for visitors	58.607	(31.289)	(18.276)
- Food and beverage serving activities	116.543	(35.560)	(11.301)
- Railway passenger transport	0.216	(0.044)	0.002
- Road passenger transport	91.928	(35.614)	(16.688)
- Water passenger transport	2.217	(0.448)	> (0.001)
- Air passenger transport	11.096	(0.549)	1.454
- Transport equipment rental	1.559	(0.142)	0.145
- Travel agencies and other reservation services activities	2.384	(0.217)	0.222
- Cultural activities	0.072	(0.022)	(0.007)
- Sports and recreational activities	159.706	(27.339)	(3.398)
- Retail trade of country specific tourism characteristic goods	283.564	23.418	68.629
- Other country specific tourism characteristic activities	273.000	(24.000)	43.300

Notes: number in brackets is negative value.

Source: Calculation.

จากผลการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นได้ว่าความแตกต่างจากการใช้จ่ายระหว่างนักท่องเที่ยวชาวจีนกับชาวยุโรป มีผลกระทบต่อสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากกว่าสาขาการผลิตที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจาก ความแตกต่างดังกล่าวส่งผลต่ออุปสงค์ขั้นสุดท้ายในสาขาที่มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มมาก เช่น การใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า/ของที่ระลึก ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาขาการขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว (มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มประมาณร้อยละ 73) การใช้จ่ายในบริการท่องเที่ยวภายในประเทศที่เกี่ยวข้องกับสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ (มีสัดส่วนมูลค่าเพิ่มประมาณร้อยละ 54) เป็นต้น

ส่วนความแตกต่างของการใช้จ่ายเกี่ยวกับที่พัก แรม และอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งเกี่ยวข้องกับสาขาที่มีมูลค่าการใช้จ่ายจากการผลิตขั้นกลางในสัดส่วนที่สูง หรือเป็นสาขาการผลิตปลายน้ำที่มีความเชื่อมโยงไปข้างหลัง ส่งผลทำให้สาขาการผลิตอื่นๆ ในระบบเศรษฐกิจมีการหดตัวของมูลค่าการผลิต เนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนมีจำนวนวันพักน้อยกว่าชาวยุโรป ส่งผลให้การใช้จ่ายทั้งหมดในหมวดโรงแรมและที่พัก และอาหารและเครื่องดื่มของนักท่องเที่ยวชาวจีนน้อยกว่าชาวยุโรป นอกจากนี้ ผลลัพธ์ที่ได้ยังแสดงให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของคนจีนกลุ่มที่ไม่ใช่กรุ๊ปทัวร์มีผลกระทบทางเศรษฐกิจต่อสาขาการผลิตต่างๆ ของไทยมากกว่ากลุ่มกรุ๊ปทัวร์

สรุปผลการศึกษา

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบทางเศรษฐกิจจากการใช้จ่ายที่ต่างกันของนักท่องเที่ยวชาวจีน (ตลาดใหม่) และชาวยุโรป (ตลาดเก่า) ที่มีต่อสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย โดยประยุกต์ใช้วิธีวิเคราะห์ปัจจัยการผลิตและผลผลิตประเมินผลกระทบดังกล่าว และใช้ข้อมูลการใช้จ่ายตามโครงสร้างค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรปในปี พ.ศ. 2559 ร่วมกับข้อมูลจากตารางปัจจัยการผลิตและผลผลิตด้านการท่องเที่ยว ณ ราคาผู้ซื้อ ปี พ.ศ. 2559 มาใช้ในการวิเคราะห์

หลังปี พ.ศ. 2555 ตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีนมีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การขยายตัวดังกล่าวส่งผลให้โครงสร้างตลาดนักท่องเที่ยวต่างชาติของไทยเปลี่ยนแปลงจากตลาดเดิมที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเป็นตลาดใหม่ที่เป็นตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน (พิจารณาจากจำนวนนักท่องเที่ยว) ซึ่งตลาดทั้งสองมีโครงสร้างการใช้จ่ายแตกต่างกัน แม้ว่านักท่องเที่ยวชาวจีนมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันสูงกว่าชาวยุโรป แต่มีจำนวนวันพักน้อยกว่าเกือบครึ่งหนึ่ง ทำให้ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อทริปของนักท่องเที่ยวชาวจีนน้อยกว่าชาวยุโรป อย่างไรก็ตาม ด้วยจำนวนที่มากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีน (มากกว่านักท่องเที่ยวชาวยุโรปประมาณ 3 ล้านคน) ทำให้การใช้จ่ายทั้งหมด (ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อทริปคูณ จำนวนนักท่องเที่ยวทั้งหมด) ของนักท่องเที่ยวชาวจีนสูงกว่าชาวยุโรปในบางรายการของการใช้จ่าย โดยเฉพาะการซื้อสินค้า/

ของที่ระลึก และค่าใช้จ่ายในบริการท่องเที่ยวภายในประเทศ

ในปี พ.ศ. 2559 การใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวจีนก่อให้เกิดผลกระทบทั้งหมดต่อเศรษฐกิจไทยต่ำกว่าการใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวชาวยุโรปเล็กน้อย โดยเฉพาะการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนกลุ่มไม่ใช่กรู๊ปทัวร์ (หรือ กลุ่ม FIT) ที่มีการใช้จ่ายทั้งหมดต่ำกว่าชาวยุโรป ทั้งนี้เมื่อพิจารณาในระดับของโครงสร้างการใช้จ่าย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวจีนมีการใช้จ่ายเพื่อซื้อสินค้า/ของที่ระลึก บริการท่องเที่ยวในประเทศ และใช้จ่ายอื่นๆ มากกว่าชาวยุโรป แต่มีการใช้จ่ายด้านที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม และการเดินทางภายในประเทศน้อยกว่าชาวยุโรป

ความแตกต่างของการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวยุโรป ส่งผลกระทบที่แตกต่างกันต่อสาขาการผลิตต่างๆ ของไทย โดยมีทั้งสาขาการผลิตที่ต้องขยายการผลิตเพิ่มขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการที่มากกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป และสาขาการผลิตที่ต้องลดการผลิตอันเนื่องมาจากความต้องการที่น้อยกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป โดยสาขาการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ การขายสินค้าเพื่อการท่องเที่ยว และการบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวอื่นๆ ขณะที่การบริการโรงแรมและที่พัก การขนส่งผู้โดยสารทางบก และการบริการอาหารและเครื่องดื่ม เป็นสาขาการบริการที่มีการผลิตลดลงตามความ

ต้องการที่น้อยกว่าของนักท่องเที่ยวชาวจีนเมื่อเทียบกับชาวยุโรป สำหรับผลกระทบต่อเนื่องไปยังสาขาการผลิตที่ไม่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่มีการผลิตเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์ยาง เคมีภัณฑ์ และพลาสติก การธนาคารและการประกันภัย และการบริการอื่นๆ ส่วนสาขาการผลิตที่ลดการผลิตลงมาก ได้แก่ การผลิตผลิตภัณฑ์โลหะ โลหะ และเครื่องมือเครื่องจักร การผลิตภัณฑอาหาร และเกษตรกรรม การล่าสัตว์ การป่าไม้

จากผลการศึกษาที่มีข้อเสนอแนะในเชิงนโยบายที่สำคัญว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการติดตามและตรวจสอบการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว (ทั้งกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติรายตลาดที่สำคัญ และชาวไทย) รวมถึงการสร้างความเข้าใจถึงกระจายผลกระทบทางเศรษฐกิจที่แตกต่างจากความแตกต่างของโครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เพื่อสามารถออกแบบนโยบายและ/มาตรการที่เหมาะสมสำหรับช่วยเหลือภาคธุรกิจที่ได้รับผลกระทบเชิงลบทางเศรษฐกิจจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เช่น การลดภาษีรายได้ การให้กู้ยืมดอกเบี้ยต่ำ การปรับเปลี่ยนและ/ปรับปรุงทักษะแรงงาน เป็นต้น ขณะเดียวกันก็ส่งเสริมสนับสนุนภาคธุรกิจ (ทั้งที่ให้บริการโดยตรงและที่สนับสนุน) ให้สอดคล้องกับความต้องการที่มากขึ้นจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว เพื่อการลดการรั่วไหลในระบบเศรษฐกิจ (ลดการพึ่งพาการนำเข้า) ซึ่งจะ

นำมาสู่การเพิ่มขึ้นของผลกระทบทางเศรษฐกิจที่
เกิดจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการใช้จ่ายของ
นักท่องเที่ยว

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของ “โครงการการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปสงค์ของตลาดนักท่องเที่ยวชาวจีน (ปีที่ 2: ผลกระทบจากการขยายตัวของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทย)” สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

Reference

- Kaosa-ard, M., Untong A., Pongpatcharatorn, D., & Anantanasa, N. (2016). *A Tourism demand chain analysis of the Chinese tourism market*. Chiang Mai: Public Policy Studies Institute Foundation. (in Thai)
- Miller, R. & Blair, P. (1985). *Input-Output Analysis: Foundations and Extensions*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Ministry of Tourism and Sports, Thailand. (2017). *Tourism receipts from international tourist arrivals in Jan-Dec 2017*. Bangkok: Ministry of Tourism and Sport. (in Thai)
- Somboonpanya, B. (1980). *Thailand's interzonal input-output tables with reference to East Thailand*. United Nations Asian and Pacific Development Institute.
- Untong, A. (2016). The Dynamics and stability of the elasticities of demand for Thailand's long-run tourism for Chinese tourists' market. *Journal of Economics and Management Strategy*, 3(2), 1-16. (in Thai)
- Untong, A., & Kaosa-ard, M. (2015). The Competitive advantage in tourism of ASEAN in Chinese tourists' market. *Journal of Economics and Management Strategy*, 2(2), 65-69. (in Thai)
- Untong, A., Kaosa-ard M., Pongpatcharatorn, D., & Anantanasa, N. (2018). *A Tourism demand chain analysis of the Chinese tourism market (Year 2: The Impact of the expansion of the Chinese Market in Thailand)*. Chiang Mai: Public Policy Studies Institute Foundation. (in Thai)
- Untong, A., & Guntawongwan, K. (2019). Change in the market structure and opportunities of Thai tourism in the main foreign tourist markets. *Chiang Mai University Journal of Economics*, 23(2), 65-94.
- UNWTO. (2011). *Tourism Towards 2030/Global Overview*. Madrid: UNWTO.
- UNWTO. (January, 2018). *UNWTO: World Tourism Barometer*. 16(1).
- Wattanakuljarus, A. (2012). *Tourism: Economy-Wide Perspectives*. Chiang Mai Public Policy Studies Institute. (in Thai)

