

ผลกระทบของการค้าเสรีภาคบริการต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
(Service Liberalization in Thailand: A Case Study of Tourism Industry)

อาจารย์ ดร. ปิริยะ ผลพิรุฬห์

คณะพัฒนาการเศรษฐกิจ
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า)

Email: piriya.p@nida.ac.th

โทรศัพท์/โทรสาร 0-2727-3636

ถนนเสรีไทย แขวงคลองจั่น เขตบางกะปิ กทม. 10240

1. บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการที่มีขนาดใหญ่และมีอัตราการขยายตัวสูงที่สุดคิดเป็นมูลค่าเกินกว่า 1 ใน 3 ของมูลค่าการค้าบริการทั้งหมดของโลก ยิ่งไปกว่านั้นอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังก่อให้เกิดธุรกิจต่อเนื่องอีกมากมายโดยที่สามารถจำแนกประเภทธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้ 3 ประเภทคือ

1. ธุรกิจหลัก (Primary Core Business) ได้แก่ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรม เป็นต้น
2. ธุรกิจรอง (Secondary Core Business) ได้แก่ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก ธุรกิจภัตตาคารร้านอาหาร ธุรกิจสวนสนุก เป็นต้น
3. ธุรกิจที่ให้บริการสนับสนุน (Supporting Business) เช่นธุรกิจโฆษณาประชาสัมพันธ์ ธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตรา ธุรกิจ MICE¹ ฯลฯ นอกจากนี้ยังรวมไปถึงการบริการอื่นๆ ที่เป็นโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ธุรกิจขนส่งมวลชน การก่อสร้าง การสื่อสารคมนาคม และพลังงาน เป็นต้น

จากการที่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีธุรกิจต่อเนื่องมากมาย ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวกลายเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจเนื่องจากมีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับรายได้ การจ้างงาน และยังรวมไปถึงการกระจายรายได้ไปสู่ชนบทเพราะว่าแหล่งของการจ้างงานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะอยู่ในเขตชนบทและพื้นที่ห่างไกล ด้วยเหตุนี้จึงทำให้เกิดความเจริญเติบโตและความมั่นคงทางเศรษฐกิจ จากการประมาณการอัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) คาดคะเนว่าในช่วงระหว่างทศวรรษ พ.ศ. 2543 – 2553 อัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวโลกเท่ากับร้อยละ 4.2 และเฉพาะในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก เท่ากับร้อยละ 7.7

การเปิดเสรีการค้าบริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถจำแนกประเภทได้ ตามคำจำกัดความขององค์การการค้าโลก โดยแบ่งออกเป็น 4 สาขาย่อย ดังนี้

- โรงแรมและภัตตาคาร รวมทั้งบริการจัดเตรียมอาหารและเครื่องดื่มนอกสถานที่ (Catering Service) : CPC 641-643
- ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agencies and Tour Operators Services) : CPC 7471
- ไกด์ท่องเที่ยว (Tourist Guides Services) : CPC 7472
- บริการท่องเที่ยวอื่น ๆ (Other)

ถึงแม้ว่าเหตุการณ์คลื่นยักษ์ Tsunami ที่ผ่านมาจะสร้างความเสียหายให้กับแหล่งท่องเที่ยวของไทยในเขต 6 จังหวัดทางภาคใต้เป็นอย่างมาก แต่ถ้ามองในภาพรวมแล้วอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยเป็นอย่างมาก เพราะเป็นอุตสาหกรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันสูงและมีความพร้อมในการที่จะเจรจาเปิดการค้าเสรีในภาคบริการ โดยยุทธศาสตร์ในการเจรจาเขตการค้าเสรีของไทยได้จัดให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็น Priority Sector โดยหัวข้อในการเจรจาควรมีความครอบคลุมในประเด็นของการเปิดตลาดในการลงทุน การบริโภคข้ามพรมแดน และการเคลื่อนย้ายบุคคลระหว่างประเทศคู่เจรจา ในประเด็นนี้ประเด็นหลักที่ประเทศไทยควรพิจารณาก็คือความพร้อมของประเด็นนรมอุตสาหกรรมดังกล่าวว่ามีความพร้อมเพียงใด และยังมีจุดอ่อนอะไรบ้างซึ่งอาจจะทำให้การเปิดเสรีใน

¹ ธุรกิจ MICE หมายถึง Meeting Incentive Convention Exhibition ซึ่งโดยรวมแล้ว ธุรกิจ MICE ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ 1) การประชุมและนิทรรศการ และ 2) การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลหรือให้รางวัล ซึ่งจะเป็นตลาดพักผ่อน (Leisure Market)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้รับประโยชน์อย่างที่คาดหมายไว้ ดังนั้นในการศึกษานี้จำเป็นต้องศึกษาถึงสภาวะการณ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยวิเคราะห์ทั้งในส่วนที่เป็นโอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและในส่วนของอุปสรรคที่มีอยู่ ณ ปัจจุบัน เพื่อหาแนวทางและยุทธศาสตร์ในการเจรจา รวมไปถึงแนวทางในการปรับตัวของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการช่วยเหลือจากภาครัฐบาลต่อผู้ที่จะได้รับผลกระทบอนาคตเมื่อมีการเปิดเสรีให้กับประเทศทวีปเอเชียแล้ว โดยในงานศึกษานี้ ผู้วิจัยได้แบ่งประเด็นการวิเคราะห์ดังนี้ ในส่วนต่อไปจะวิเคราะห์ถึงโอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในตลาดโลก เพื่อที่จะทราบถึงสถานการณ์ แนวโน้ม เพื่อกำหนดให้ทราบถึง sector ที่สำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ในส่วนต่อไปจะวิเคราะห์ในบริบทของการเปิดเสรีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประเด็นที่จะต้องวิเคราะห์ในแต่ละ Modes of supply เพื่อให้ตอบสนองต่อยุทธศาสตร์หลักของการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามแผนแม่บทของการท่องเที่ยวไทย โดยในส่วนนี้จะสามารถจำแนกได้เป็นยุทธศาสตร์ในการเจรจาต่อรอง และการเตรียมมาตรการรองรับในอุตสาหกรรมนี้

2. โอกาสของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2522 เป็นต้นมา การพัฒนาการท่องเที่ยวได้รับความสนใจจากรัฐบาลไทยมากขึ้นตามลำดับ โดยได้มีการบรรจุการพัฒนาการท่องเที่ยวไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2520 – 2524) นับเป็นครั้งแรกที่มีการบรรจุเรื่องการท่องเที่ยวเป็นยุทธศาสตร์หนึ่งของการพัฒนาประเทศ ซึ่งแสดงให้เห็นว่ารัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญของอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวว่าเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สามารถสร้างรายได้มหาศาลให้แก่ประเทศไทย โดยการให้การสนับสนุนการดำเนินงานของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนแรกจะเป็นการส่งเสริมตลาดต่างประเทศ ได้แก่ การปรับตำแหน่งเชิงยุทธศาสตร์จาก Amazing Thailand Experience Variety สู่ Thailand Happiness on Earth การนำเสนอสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายเจาะกลุ่มตลาดศักยภาพทางการท่องเที่ยว และแก้ไขสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่ตกต่ำอันเนื่องจากภาวะวิกฤตการณ์ก่อการร้าย และโรคระบาด SARS รวมทั้งการส่งเสริมตลาดตามกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ ส่งผลให้ในปี พ.ศ. 2547 มีนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นถึง 12 ล้านคน มีรายได้จำนวน 384,000 ล้านบาท (ตามตารางที่ 1) เพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 26.18 จากปี พ.ศ. 2543 มีการจ้างงาน 1.41 ล้านคน หรือ 4.01% ของการจ้างงานรวมของประเทศ มีรายได้คิดเป็น 1 ใน 3 ของอัตราการเจริญเติบโตของรายได้ประชาชาติ ส่วนที่ 2 เป็นส่วนตลาดในประเทศ ได้กระตุ้นให้เกิดการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทยมากขึ้นจากปี พ.ศ. 2543 จนถึงปี พ.ศ. 2547 ร้อยละ 31.94 โดยเน้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการตลาดอย่างจริงจัง เช่น โครงการ Unseen Paradise , Unseen Destinations , Young Creative Travelers , Consumer Fair เป็นต้น โดยมีเป้าหมายให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งถือว่าประสบความสำเร็จอย่างสูง ในปี พ.ศ. 2546 มีคนไทยท่องเที่ยวภายในประเทศในอัตราสูงสุดมีการเดินทาง 69.35 ล้านคน/ครั้ง สูงกว่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ 65.10 ล้านคน/ครั้ง มีรายได้หมุนเวียน 289,986 ล้านบาท ก่อให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศในภาพรวม และช่วยลดความรุนแรงจากผลกระทบจากวิกฤตการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นกับภาคธุรกิจและอุตสาหกรรม²

² ข้อมูลจากสรุปผลการดำเนินงานของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา