

## บทที่ 2

### แนวโน้ม ศักยภาพ และปัจจัยแห่งความสำเร็จ

หากเรามองย้อนหลังไปตั้งแต่ปีแรกที่ประเทศไทยมีสถิติด้านการท่องเที่ยวก็พบว่า การท่องเที่ยวไทยได้ประสบความสำเร็จอย่างสูง จากการมีผู้มาเยือนจากต่างประเทศเพียง 44,373 คน ในปี พ.ศ. 2500 สร้างรายได้เพียง 105.8 ล้านบาท หลังจากนั้น ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวถึง 1 ล้านคน เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2516 แล้วขึ้นเป็น 10 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2544 และเป็น 15 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2553 ก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติ มาเยือนไทยถึงเกือบ 40 ล้านคน สร้างรายได้จากการท่องเที่ยวนานาชาติเกือบ 2 ล้านล้านบาท เป็นประเทศ ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงเป็นลำดับ 3 ของโลก มีรายรับสูงถึง 60.5 พันล้านเหรียญสหรัฐ ในปี พ.ศ. 2562 (UNWTO, 2020)

ประเทศไทยนับว่าเป็นประเทศที่ประสบความสำเร็จสูงมากในบรรดาประเทศกำลังพัฒนา ความสำเร็จเหล่านี้เกิดจากปัจจัยอะไรและความท้าทายที่ตามมาคืออะไร บทนี้จะวิเคราะห์ถึงความสำเร็จ ที่เกิดขึ้นและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย โดยเฉพาะขีดความสามารถในการแข่งขัน อย่างยั่งยืนทั้งในระดับนานาชาติ และระดับจังหวัด

#### 2.1 ความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนของไทยในระดับโลก

ตัวชี้วัดและสถิติที่แสดงถึงความสำเร็จรวมยอดของความสามารถในการแข่งขันก็คือ จำนวนผู้มาเยือน ในแต่ละปีและรายรับจากการท่องเที่ยว ซึ่งประเทศไทยเป็นประเทศกำลังพัฒนาประเทศเดียวที่ติดลำดับหนึ่งใน ห้าของประเทศที่มีรายรับจากการท่องเที่ยวสูงสุดในโลกมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2559 เมื่อดูสถิติรายรับรวมในปี พ.ศ. 2562 แล้ว ไทยอยู่ในลำดับที่ 4 ของโลก เรียงตามลำดับได้แก่ สหรัฐอเมริกา สเปน ฝรั่งเศส ไทย และสหราชอาณาจักร แต่หากวัดจากรายรับสุทธิแล้วไทยเป็นลำดับ 3 มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 แล้ว ในปี พ.ศ. 2562 ประเทศและอาณาเขต (Territories) ในเอเชียที่ติดอันดับรายรับสูงสุด 20 อันดับแรก นอกจากไทย ได้แก่ ญี่ปุ่น (ลำดับ 7) มาเก๊า (ลำดับ 10) จีน (ลำดับ 11) อินเดีย (ลำดับ 12) ฮองกง (ลำดับ 14) และเกาหลีใต้ (ลำดับที่ 19) หากรวมรายรับของจีน มาเก๊า และฮองกงไว้ด้วยกัน จีนก็จะมีรายรับสูงกว่าไทยมากและสูงถึง 104.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ แต่จีนมีรายจ่ายการไปท่องเที่ยวต่างประเทศถึง 254.6 พันล้านเหรียญสหรัฐ คิดเป็น ลำดับที่ 1 ของโลก ส่วนไทยมีรายจ่ายอยู่ในลำดับที่ 26 ของโลก มีค่าใช้จ่ายเพียง 14.2 พันล้านเหรียญสหรัฐ จึงทำให้ไทยยังเป็นผู้มีรายรับสุทธิสูงถึง 46.3 พันล้านเหรียญสหรัฐ (UNWTO, 2020)

เมื่อมาพิจารณาสถิติจำนวนผู้มาเยือนจึงจะเห็นได้ว่าประเทศไทยอยู่ในลำดับที่ 8 (พ.ศ. 2562) ซึ่งประเทศไทยติดลำดับผู้มาเยือนสูงสุด 10 อันดับแรก มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 อย่างไรก็ตาม สถิติเหล่านี้ แสดงถึงความนิยมของผู้มาท่องเที่ยว แต่ไม่ยังแต่ไม่ใช้ตัวชี้วัดที่จะรับประกันความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ในระยะยาว เพราะการท่องเที่ยวอาศัยทรัพยากรธรรมชาติโดยเฉพาะ ซึ่งเปราะบางและเสื่อมโทรมได้ง่าย

## 2.2 ดัชนีศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง

ดัชนีนี้ หรือที่เรียกกันสั้นๆ ว่า TTCI (Travel and Tourism Competitiveness Index) จัดทำกันระดับนานาชาติ โดย World Economic Forum (WEF) ประกอบด้วย ดัชนีย่อยๆ 4 ชุด คือ ดัชนีย่อยที่ว่าด้วยสิ่งแวดล้อม ดัชนีย่อยที่ว่าด้วยนโยบายและสภาพแวดล้อมของการเดินทางและการท่องเที่ยว ดัชนีย่อยที่ว่าด้วยโครงสร้างพื้นฐาน และดัชนีย่อยที่ว่าด้วยทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม ภายใต้ดัชนีย่อยทั้งสี่ ยังมีกลุ่มตัวชี้วัดอีก 14 กลุ่ม หรือ 14 เสาหลัก (Pillars) ประกอบไปด้วยตัวชี้วัดทั้งสิ้น 90 ตัว ดัชนีความสามารถในการแข่งขันนี้มีรายงานทุกสองปี โดยปี พ.ศ. 2562 (ค.ศ. 2019) เป็นปีล่าสุด ครอบคลุมประเทศและระบบเศรษฐกิจ (Territories) ทั้งหมด 140 แห่งด้วยกัน

ดัชนีความสามารถในการแข่งขันนี้ให้สัญญาณเกี่ยวกับความยั่งยืนในระยะยาวได้แก่ ตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขันของ World Economic Forum (WEF) ซึ่งทั้งนี้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเป็นเพียงหนึ่งใน 14 มิติ หรือเสาหลัก และในเสาหลักนี้มีตัวแปรแค่ 4 ตัว (จากทั้งหมด 90 ตัว) คือ 1) ราคาบัตรโดยสารเครื่องบินและค่าธรรมเนียมสนามบิน 2) ต้นทุนของที่พัก 3) ค่าครองชีพ และ 4) ราคาพลังงาน ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่าดัชนี TTCI ของ WEF เป็นดัชนีที่สะท้อนและวัดความสามารถในการแข่งขันด้านอุปทานเป็นส่วนใหญ่

เนื่องจากประเทศที่อยู่ในห้าอันดับแรกของความสามารถในการแข่งขันของ TTCI ได้แก่ สเปน ฝรั่งเศส เยอรมัน ญี่ปุ่น และสหรัฐอเมริกา ซึ่งจะเห็นได้ว่าประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากที่สุดในโลก และประเทศที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อความยั่งยืนมากที่สุดในโลกนั้น มักจะเป็นประเทศกลุ่มเดียวกัน ยกเว้นประเทศไทยซึ่งมีลำดับสูงด้านรายได้และผู้มาเยือน แต่มีลำดับที่ 31 เมื่อพิจารณาถึงความสามารถในการแข่งขันที่จะรักษาความยั่งยืนด้านการท่องเที่ยว หมายความว่า ประเทศไทยมีความพร้อมในการรองรับต่ำ แต่มีผู้มาเยือนจำนวนมาก ก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ในอนาคตประเทศไทยอาจจะไม่สามารถรักษาตำแหน่งผู้มีรายได้สูงด้านการท่องเที่ยวได้ กล่าวอีกนัยหนึ่งได้ว่า ประเทศไทยน่าจะอยู่ในสถานการณ์ที่เรียกว่ามีการท่องเที่ยวเกินขีดความสามารถในการรองรับ (Above carrying capacity) แล้ว ประเด็นนี้จะเห็นชัดในการวิเคราะห์รายตัวชี้วัดต่อไป

หากพิจารณาดูประเทศที่อยู่ในร้อยละ 25 แรก (First quartile) ของการติดอันดับโลก ของดัชนี TTCI ซึ่งประกอบไปด้วย 35 ประเทศแรก ประเทศไทยจัดว่าอยู่เกือบครึ่งท้าย (ลำดับที่ 31) จากบรรดา 35 ประเทศ ซึ่งมีการต้อนรับนักท่องเที่ยวถึงเกือบร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวนานาชาติทั้งหมด และมีสัดส่วนในรายรับจากการท่องเที่ยวโลกถึงร้อยละ 84 ในบรรดา 35 ประเทศนี้ ส่วนใหญ่เป็นประเทศพัฒนาแล้วที่มีรายได้สูงเกือบทั้งสิ้น ยกเว้น 6 ประเทศ ได้แก่ จีน เม็กซิโก มาเลเซีย ไทย บราซิล และอินเดีย

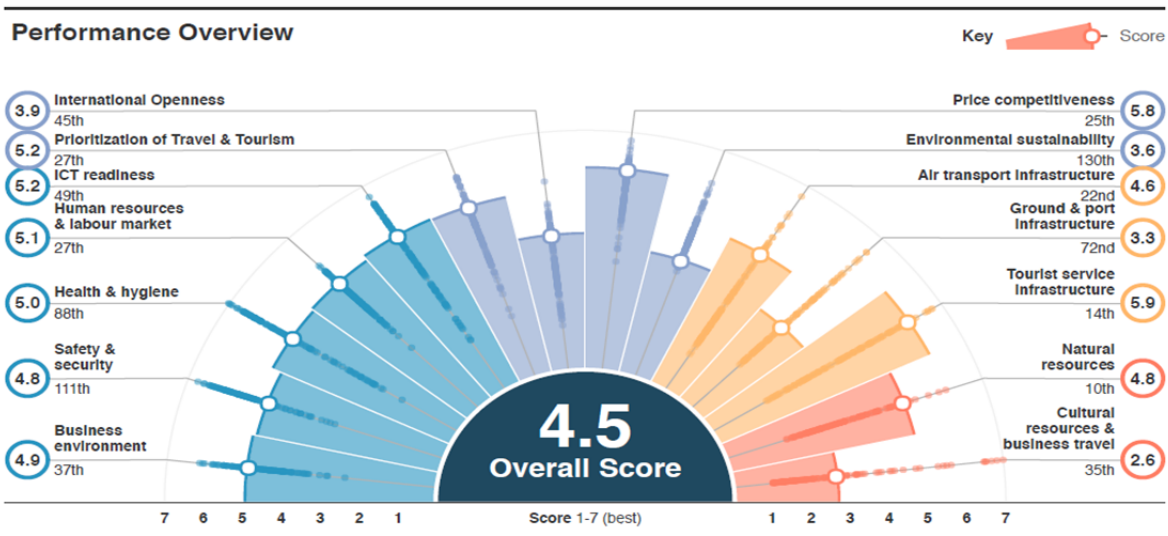
ประเทศญี่ปุ่นซึ่งติดลำดับที่สี่ของโลกนั้นจัดว่าเป็นคู่แข่งที่สำคัญของประเทศไทยในตลาดจีน การจัดลำดับญี่ปุ่นของ WEF แสดงให้เห็นถึงความแข็งแกร่งของญี่ปุ่นจากสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย (ลำดับ 4) ความเข้มแข็งจากมรดกทางวัฒนธรรม (ลำดับ 5) การเปิดประเทศ (ลำดับ 6) สาธารณูปโภค (ลำดับ 8) และนโยบายท่องเที่ยวของชาติ (ลำดับ 23)

สาธารณรัฐเกาหลี (เกาหลีใต้) เป็นคู่แข่งสำคัญของไทยในตลาดจีนเช่นกัน ติดอันดับ 16 ของโลก ด้านความสามารถในการแข่งขันในภาพรวม เกาหลีใต้มีศักยภาพด้านวัฒนธรรมและการเดินทางธุรกิจ

(ลำดับ 11) ในด้านสุขภาพ (ลำดับ 17) ความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (ลำดับ 7) ในช่วงสองปีที่ผ่านมา เกาหลีใต้สามารถพัฒนาตัวเองจากลำดับ 19 ขึ้นมาเป็นลำดับ 16 (ในขณะที่ประเทศไทยเองก็เพิ่มขึ้นมา 3 ลำดับ) นอกจากนี้ เกาหลีใต้ยังเป็นคู่แข่งของไทยในตลาดสุขภาพโดยอยู่ในลำดับ 6 ของโลก ได้รายได้ 470 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ส่วนไทยได้ 427 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อยู่ในลำดับ 7 ทั้ง 2 ประเทศนี้เป็นเพียง 2 ประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่ติดลำดับ 1 ใน 10 ของโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (UNWTO, 2018)

ทั้งประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้เป็นประเทศที่มีเครือข่ายการค้าและการลงทุนที่กว้างขวางในระดับนานาชาติ ดังนั้น จึงได้ประโยชน์จากการเดินทางธุรกิจ และในขณะเดียวกันทั้งสองประเทศก็มีมรดกทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง มีสาธารณูปโภคด้านการคมนาคม โทรคมนาคมที่ก้าวหน้าจึงทำให้ประเทศทั้งสองเป็นเสาหลักสำคัญของขีดความสามารถในการแข่งขันด้านท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้แท้จริง

สำหรับประเทศไทยซึ่งติดลำดับ 31 ของโลก ตามการวิเคราะห์ของ WEF ที่ให้คะแนนประเทศไทยที่ 4.5 จากช่วงคะแนน 1 – 7 เสาหลักที่ประเทศไทยได้ลำดับสูงสุดคือ เสาหลักด้านทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งไทยอยู่ในลำดับ 10 และมีค่าคะแนน 4.8 รองลงมาได้แก่ เสาหลักด้านสาธารณูปโภคที่รองรับการท่องเที่ยว ไทยได้ลำดับ 14 ค่าคะแนน 5.9 และลำดับถัดมาคือ โครงสร้างด้านการเดินทางทางอากาศ ไทยอยู่ในลำดับ 22 ค่าคะแนน 4.6 (รูปที่ 2.1)



ที่มา: <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2019/country-profiles/#economy=THA>

### รูปที่ 2.1 ดัชนีด้านนโยบายและปัจจัยที่ส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของไทย

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณาตัวชี้วัดด้านความยั่งยืนแล้วปรากฏว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ต่ำมากคือค่าคะแนนเกี่ยวกับสุขภาพและอนามัย ประเทศไทยอยู่ในลำดับ 88 ส่วนค่าคะแนนที่ต่ำสุดอยู่ในด้านความปลอดภัยและความมั่นคง ประเทศไทยอยู่ในลำดับ 111 (ค่าคะแนน 4.8) และในด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ประเทศไทยได้คะแนนต่ำมากถึง 3.6 และติดลำดับ 130 ของโลกจากทั้งหมด 140 ประเทศทั่วโลก รูปที่ 2.1 แสดงถึงความเข้มแข็งและลำดับของประเทศไทยในเสาหลักต่างๆ รูปที่ 2.2 เปรียบเทียบ

ความสามารถในการแข่งขันด้านชีพหลายของไทยกับประเทศคู่แข่งสำคัญอันได้แก่ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ ทั้งนี้ โดยการเปรียบเทียบลำดับของประเทศไทยในโลกจะอยู่ที่สดมภ์ซ้ายมือ ส่วนการเปรียบเทียบระหว่างประเทศคู่แข่งอีก 4 ประเทศ ลำดับของไทยจะอยู่ในสดมภ์ขวามือ

ประเทศไทยได้คะแนนสูงจากทรัพยากรธรรมชาติซึ่งติดลำดับ 10 ในโลก และสาธารณูปโภคด้านการบริการท่องเที่ยวซึ่งติดลำดับ 14 นับเป็นลำดับที่ 1 และ 2 เมื่อเทียบกับคู่แข่งอีก 4 ประเทศ

สรุปได้ว่า ศักยภาพของการท่องเที่ยวไทยอาศัยพื้นฐานจากทุนประเดิมด้านทรัพยากรธรรมชาติ การลงทุนด้านสาธารณูปโภค ด้านขนส่งทางอากาศ และราคาที่แข่งขันได้ แต่ศักยภาพนี้เปรียบเหมือนเหล็กที่มีสนิมในเนื้อใน คือมีสัญญาณอันตรายจากความสามารถในการรองรับด้านสิ่งแวดล้อมความปลอดภัย และสุขอนามัย

	เกาหลีใต้	ญี่ปุ่น	มาเลเซีย	สิงคโปร์	ไทย
ความปลอดภัย	30 3	13 2	34 4	6 1	111 5
สิ่งแวดล้อม	27 1	56 2	105 4	61 3	130 5
สุขภาพอนามัย	17 2	16 1	75 4	60 3	88 5
การแข่งขันด้านราคา	103 4	113 5	5 1	102 3	25 2
ทรัพยากรธรรมชาติ	102 4	25 2	37 3	120 5	10 1
สาธารณูปโภค	23 3	19 2	57 5	36 4	14 1

ที่มา: จัดทำข้อมูลจาก The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019

หมายเหตุ: สดมภ์สีเข้มเป็นการจัดลำดับโดยเทียบกับ 140 ประเทศจากทั่วโลก สีอ่อนเป็นการจัดลำดับโดยเทียบกับคู่แข่งสำคัญในภูมิภาค 5 ประเทศ คือ เกาหลีใต้ ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ และไทย

## รูปที่ 2.2 ลำดับโดยเปรียบเทียบของขีดความสามารถในการแข่งขันระหว่างไทยกับคู่แข่งสำคัญในภูมิภาค

จากการวิเคราะห์ของ UNWTO พบว่าประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวและมีรายได้ด้านการท่องเที่ยวสูง มักเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวสูง หากพิจารณาความสัมพันธ์ของตัวชี้วัดต่างๆ กับจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ด้านการท่องเที่ยวแล้ว พบว่าในกลุ่มประเทศรายได้สูง จำนวนนักท่องเที่ยวมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation coefficient) ค่อนข้างสูงกับคะแนนด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรม และคะแนนดัชนีด้านโครงสร้างพื้นฐานที่บริการนักท่องเที่ยว คล้ายคลึงกับประเทศรายได้ต่ำไปจนถึงประเทศรายได้ต่ำถึง

กลาง-ต่ำ ที่จำนวนนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับคะแนนด้านทรัพยากรทางวัฒนธรรม การขนส่งทางอากาศและโครงสร้างพื้นฐานที่บริการนักท่องเที่ยว แต่ตัวชี้วัดอื่นๆ ที่อาศัยการลงทุนสูงจะแตกต่างกันมาก

ผลการวิเคราะห์ข้างต้นสอดคล้องกับศักยภาพความสามารถด้านการแข่งขันในระดับจังหวัดของประเทศไทย ที่พบว่าจังหวัดที่มีศักยภาพสูงมักจะเป็นจังหวัดที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากและมีรายได้ด้านการท่องเที่ยวสูง และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ของจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ด้านท่องเที่ยว ก็พบว่า มีความสัมพันธ์ค่อนข้างสูง และเป็นไปทิศทางเดียวกันกับคะแนนด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติและทางวัฒนธรรม และโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยว เช่น จำนวนห้องพัก จำนวนร้านอาหาร จำนวนธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

อาจกล่าวได้ความสำเร็จของการท่องเที่ยวทั้งในระดับโลก และระดับจังหวัดในประเทศไทยนั้น ปัจจัยหลักมาจากการมีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติและ มีวัฒนธรรมที่มีอัตลักษณ์สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากและถึงพร้อมด้วยการลงทุนด้านเอกชน เช่น โครงสร้างพื้นฐาน โรงแรม ร้านอาหาร การเดินทาง ที่มีความพร้อมในการให้บริการนักท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยอื่นๆ เช่น สภาพแวดล้อม ความปลอดภัย เป็นต้น ก็เป็นปัจจัยเสริมในการท่องเที่ยว

แต่อย่างไรก็ตามปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมจะเป็นปัจจัยเสริม แต่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในประเทศไทย และจังหวัดท่องเที่ยวหลักของประเทศที่มีสภาพแวดล้อมไม่ดีนัก เพราะหากมีการจัดการที่ขาดประสิทธิภาพ จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศขาดความยั่งยืน ไม่สามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้ในระยะยาว

### 2.3 วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวไทยและการท่องเที่ยวโลก

การศึกษาในส่วนนี้ใช้ข้อมูลนานาชาติจากข้อมูลของดัชนีขีดความสามารถในการแข่งขัน TTCI ที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ซึ่งมีข้อมูลจากประเทศทั้งหมด 140 ประเทศ สำหรับปี พ.ศ. 2558 พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2562

การวิเคราะห์สถิติพื้นฐานของการท่องเที่ยวโลกพบว่า ดัชนีขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของโลกมีค่าเพิ่มขึ้นโดยตลอด ตามช่วงเวลาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2562 (ตาราง ที่ 2.1) ทั้งนี้เกิดจากความพร้อมด้านเทคโนโลยีและสารสนเทศที่เพิ่มขึ้น การเปิดรับนานาชาติและความสามารถในการแข่งขันด้านราคาและความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา ที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนเกิดจากการลดภาษีตัวเครื่องบินและสนามบินและการลดลงของราคาเชื้อเพลิง

ตารางที่ 2.1 ดัชนีศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทางของไทยเทียบกับโลก ในปี พ.ศ. 2558, พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2562 (คะแนนอยู่ระหว่าง 1-7)

ดัชนี	พ.ศ. 2558 (n=141)		พ.ศ. 2560 (n=136)		พ.ศ. 2562 (n=140)	
	ไทย	โลก	ไทย	โลก	ไทย	โลก
<b>ดัชนีศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวและการเดินทาง (Travel &amp; Tourism Competitiveness Index : TTCI)</b>	<b>4.26</b>	<b>3.74</b>	<b>4.38</b>	<b>3.81</b>	<b>4.50</b>	<b>3.85</b>
<b>1. สิ่งแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว (Enabling Environment)</b>	<b>4.55</b>	<b>4.64</b>	<b>4.66</b>	<b>4.77</b>	<b>5.00</b>	<b>4.79</b>
1) สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ (Business environment)	4.78	4.43	4.74	4.53	4.87	4.49
2) ความปลอดภัยและการรักษาความปลอดภัย (Safety and security)	3.75	5.19	4.00	5.21	4.77	5.33
3) สุขภาพและสุขอนามัย (Health and hygiene)	4.87	5.04	4.90	5.13	5.04	5.06
4) ทรัพยากรมนุษย์และตลาดแรงงาน (Human resources and labour market)	4.98	4.44	4.90	4.56	5.10	4.53
5) ความพร้อมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT readiness)	4.34	4.06	4.79	4.41	5.25	4.57
<b>2. นโยบายและเงื่อนไขที่เอื้ออำนวยต่อการท่องเที่ยว (T&amp;T policy and conditions)</b>	<b>4.29</b>	<b>4.07</b>	<b>4.50</b>	<b>4.18</b>	<b>4.64</b>	<b>4.37</b>
6) การให้ความสำคัญกับการเดินทางและท่องเที่ยว (Prioritization of Travel & Tourism)	4.95	4.51	5.05	4.49	5.21	4.56
7) การเปิดรับนานาชาติ (International Openness)	3.70	3.09	3.76	3.21	3.93	3.29
8) ความสามารถในการแข่งขันด้านราคา (Price competitiveness)	5.06	4.59	5.61	4.86	5.85	5.33
9) ความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม (Environmental sustainability)	3.46	4.07	3.57	4.18	3.57	4.31
<b>3. โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure)</b>	<b>4.56</b>	<b>3.61</b>	<b>4.47</b>	<b>3.51</b>	<b>4.62</b>	<b>3.55</b>
10) โครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางอากาศ (Air transport infrastructure)	4.57	3.01	4.56	3.00	4.63	3.12
11) โครงสร้างพื้นฐานการขนส่งทางบกและทางน้ำ (Ground and port infrastructure)	3.41	3.67	3.11	3.47	3.29	3.49
12) โครงสร้างพื้นฐานบริการด้านการท่องเที่ยว (Tourism service infrastructure)	5.70	4.15	5.76	4.06	5.95	4.04
<b>4. ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม (Natural and cultural resources)</b>	<b>3.63</b>	<b>2.64</b>	<b>3.89</b>	<b>2.79</b>	<b>3.72</b>	<b>2.67</b>
13) ทรัพยากรทางธรรมชาติ (Natural resources)	4.47	3.09	4.95	3.26	4.80	3.13
14) ทรัพยากรด้านวัฒนธรรม (Cultural resources)	2.79	2.19	2.83	2.32	2.64	2.21

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยของโลก ตัดประเทศที่ไม่รายงานค่าดัชนี ทำให้จำนวนประเทศในแต่ละปีมีจำนวนไม่เท่ากัน

สำหรับประเทศไทยในช่วงเวลาดังกล่าวก็มีค่าดัชนีศักยภาพในการแข่งขันสูงขึ้นเล็กน้อย ซึ่งก็มาจากความพร้อมด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร การเปิดรับนานาชาติ ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาเช่นเดียวกับแนวโน้มของโลก แต่ด้านประเทศไทยมีการพัฒนาสูงกว่าแนวโน้มของโลกได้แก่การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานบริการด้านการท่องเที่ยว ทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรด้านวัฒนธรรม

การวิเคราะห์พัฒนาการของดัชนีความสามารถในการแข่งขัน โดยการใช้ Latent Growth Model (LGM) พบว่า รูปแบบของวิวัฒนาการของดัชนีความสามารถในการแข่งขันและรายรับจากการท่องเที่ยวของโลกมีลักษณะเป็นเส้นโค้งโดยมีความลาดชันที่สูงกว่าในปี พ.ศ. 2558 และลดลงในปี พ.ศ. 2560 และลดลงไปอีกในปี พ.ศ. 2562 โดยที่ความสามารถในการแข่งขันมีการพัฒนาการมากกว่ารายรับจากการท่องเที่ยว หมายความว่า เป็นลักษณะของ Supply Pull มากกว่า Demand Push ซึ่งต่างจากกรณีของประเทศไทยซึ่งจะให้เห็นต่อไป สำหรับรายละเอียดโมเดลและการประมาณการอยู่ในภาคผนวกที่ 2.1 ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ของ UNWTO ในรูปที่ 2.3

อย่างไรก็ดีการพัฒนาการของดัชนีความสามารถในการแข่งขันนี้ไม่ได้ส่งผลให้เกิดพัฒนาการของรายได้ที่มากขึ้น ซึ่งหมายความว่า ประเทศที่มีรายได้การท่องเที่ยวสูงก็มักจะเป็นประเทศที่มีการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสูงอยู่แล้ว

การวิเคราะห์ดัชนีย่อยในช่วงปี พ.ศ. 2558 พบว่า อิทธิพลของดัชนีย่อยด้านอุปทานคือโครงสร้างพื้นฐานมีผลกระทบเชิงบวกต่อรายรับการท่องเที่ยวมากกว่าดัชนีย่อยด้านสิ่งดึงดูดใจ และดัชนีย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานยังส่งผลดีต่อรายได้จากการท่องเที่ยวผ่านดัชนีย่อยด้านสิ่งดึงดูดใจ อย่างไรก็ดีในช่วงเวลาผ่านมาก็คือปี พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2562 อิทธิพลของดัชนีด้านอุปทานก็เริ่มอ่อนลง

## 2.4 ศักยภาพของจังหวัดท่องเที่ยวไทย

การประเมินศักยภาพของการท่องเที่ยวระดับจังหวัดของไทยใช้ตัวชี้วัดของมูลนิธิศึกษาและนโยบายสาธารณะที่พัฒนามาบนพื้นฐานของตัวชี้วัด TTCI แต่ได้ปรับให้เข้ากับข้อมูลที่มีอยู่ในประเทศไทย (มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ, 2563) ประกอบด้วยดัชนีย่อย 2 ดัชนี คือ ดัชนีเจ้าบ้านและดัชนีผู้มาเยือน 4 เสาหลัก และ 70 ตัวชี้วัด ดัชนีเจ้าบ้านซึ่งเป็นดัชนีที่รวมปัจจัยหรือตัวแปรด้านอุปทาน และดัชนีผู้มาเยือนซึ่งเป็นดัชนีที่มีองค์ประกอบเป็นกลุ่มตัวแปรด้านตลาด ได้แก่ ขนาดตลาด แนวโน้ม และเสถียรภาพของตลาด สำหรับดัชนีย่อยด้านอุปทานประกอบด้วย เสาหลักด้านสิ่งดึงดูดใจ (15 ตัวชี้วัด) เสาหลักด้านโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว (26 ตัวชี้วัด) และสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนโครงสร้างการท่องเที่ยว (15 ตัวชี้วัด) มีรายละเอียดเกี่ยวกับดัชนีในภาคผนวกที่ 2.2

### 2.4.1 วิวัฒนาการของการท่องเที่ยวไทย

ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในงานวิจัยที่แสดงในตารางที่ 2.2 แสดงให้เห็นว่า คะแนนเฉลี่ยของดัชนีผู้มาเยือน (DEM) มีค่าลดลงจากปี พ.ศ. 2558 เท่ากับ 3.057 เป็น 2.831 ในปี พ.ศ. 2560 และลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2562 ที่มีค่าเท่ากับ 2.775 ทั้งนี้แม้ว่าขนาดเศรษฐกิจท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติกลับมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงอันเนื่องมาจากฐานจำนวนนักท่องเที่ยวที่สูง โดยช่วงปี พ.ศ. 2558 เป็นช่วงที่นักท่องเที่ยวจีนมีการเติบโตสูงสุดทำให้การขยายตัวหลังจากนั้นลดลง จึงส่งผลให้ส่วนต่างระหว่างการขยายตัวของนักท่องเที่ยวกับผู้เข้าพักลดลงเช่นกัน ทำให้ดัชนีผู้มาเยือนมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2558 พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2562

ตารางที่ 2.2 ค่าสถิติพื้นฐานของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา (n=72)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
<b>1. ดัชนีผู้มาเยือน (DEM)</b>				
1) พ.ศ. 2558	3.057	5.968	2.219	.638
2) พ.ศ. 2560	2.831	5.554	2.141	.648
3) พ.ศ. 2562	2.775	5.873	1.784	.679
<b>2. ดัชนีเจ้าบ้าน (SUP)</b>				
1) พ.ศ. 2558	2.867	3.842	2.221	.383
2) พ.ศ. 2560	2.374	3.671	1.810	.432
3) พ.ศ. 2562	2.371	4.073	1.781	.462
<b>3. ดัชนีย่อยเจ้าบ้านด้านโครงสร้างพื้นฐาน (INF)</b>				
1) พ.ศ. 2558	2.423	4.112	1.363	.637
2) พ.ศ. 2560	2.402	4.154	1.375	.660
3) พ.ศ. 2562	2.181	4.005	1.401	.617
<b>4. ดัชนีย่อยเจ้าบ้านด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATT)</b>				
1) พ.ศ. 2558	1.822	3.218	1.063	.531
2) พ.ศ. 2560	1.820	3.177	1.075	.517
3) พ.ศ. 2562	1.749	3.190	1.139	.522

ที่มา: จากการคำนวณ

ดัชนีเจ้าบ้าน (SUP) มีคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 2.867 ในปี พ.ศ. 2558 และมีแนวโน้มลดลงต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2560 (2.374) และ พ.ศ. 2562 (2.371) ซึ่งเป็นผลมาจากดัชนีด้านคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะค่าความเข้มข้นของฝุ่นละออง (PM10) ที่สูงกว่าค่ามาตรฐาน (120 ไมโครกรัมต่อ ลบ.ม.) เพิ่มมากขึ้นในหลายจังหวัด นอกจากนี้ ยังมีดัชนีด้านความพร้อมในการรองรับการท่องเที่ยวที่ลดลงเช่นกัน โดยเฉพาะเรื่องจำนวนสถาบันการเงิน (ธนาคาร) และสถานที่แลกเปลี่ยนตราต่างประเทศที่มีจำนวนลดลงตามนโยบายของธนาคารและการเติบโตของการใช้จ่ายผ่าน internet banking มากขึ้น จึงทำให้ดัชนีเจ้าบ้านมีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2558 พ.ศ. 2560 และ พ.ศ. 2562

ดัชนีย่อยเจ้าบ้านด้านโครงสร้างพื้นฐาน (INF) ที่เป็น 1 ใน 3 เสาหลักของดัชนีเจ้าบ้าน มีแนวโน้มลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2558 (2.423) พ.ศ. 2560 (2.402) และ พ.ศ. 2562 (2.181) นอกจากเหตุผลเรื่องจำนวนสาขาของสถาบันการเงิน (ธนาคาร) และสถานที่แลกเปลี่ยนตราต่างประเทศที่ลดลงแล้ว พบว่าจำนวนสายการบินที่ดำเนินงานมีจำนวนลดลงอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าจำนวนผู้ใช้สนามบินและจำนวนเที่ยวบินต่อสัปดาห์จะเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนั้นจำนวนเที่ยวบริการรถขนส่งผู้โดยสารและจำนวนเที่ยวของรถไฟในแต่ละวันยังมีจำนวนลดลงเช่นกัน ซึ่งเป็นผลมาจากการเปลี่ยนพฤติกรรมของคนจากการเดินทางด้วยรถขนส่งผู้โดยสารเป็นการเดินทางด้วยรถตู้ของเอกชนแทน ยังมีร้อยละของการใช้คอมพิวเตอร์ต่อประชากรทั้งหมดที่ลดลงเช่นกัน เนื่องจากคนส่วนใหญ่นิยมใช้โทรศัพท์มือถือถึงอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้น



ซึ่งแสดงให้เห็นจากร้อยละของผู้ใช้บรอดแบนด์อินเทอร์เน็ตแบบประจำที่ต่อประชากรและร้อยละของหมายเลขโทรศัพท์มือถือต่อประชากรเพิ่มขึ้นทุกปี

ดัชนีย่อยเจ้าบ้านด้านสิ่งดึงดูดใจ (ATT) ที่เป็น 1 ใน 3 เสาหลักของดัชนีเจ้าบ้าน มีค่าใกล้เคียงกันในช่วงปี พ.ศ. 2558 (1.822) และ พ.ศ. 2560 (1.820) แต่กลับมีแนวโน้มลดลงในปี พ.ศ. 2562 (1.749) ซึ่งเป็นผลมาจากจำนวนงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติและจำนวนศูนย์ประชุมและศูนย์แสดงสินค้าที่แม้จะมีจำนวนเพิ่มขึ้น แต่เป็นการเพิ่มขึ้นอย่างกระจุกตัวในบางจังหวัดเท่านั้น จึงทำให้ค่าเฉลี่ยของดัชนีลดลง

การเปลี่ยนแปลงของดัชนีย่อยภายใต้ดัชนีเจ้าบ้านหรือดัชนีด้านอุปทานแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างที่สำคัญคือ เศรษฐกิจท่องเที่ยวกำลังเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบอินเทอร์เน็ตเบงก์กิ้งมากขึ้น การเดินทางด้วยเครื่องบินมีความสำคัญมากกว่าการเดินทางขนส่งของรถโดยสาร รถตู้ และรถไฟ ส่วนการใช้คอมพิวเตอร์ในการติดต่อทางอินเทอร์เน็ตก็เปลี่ยนเป็นการใช้เน็ตในโทรศัพท์มือถือ

ส่วนโครงสร้างทรัพยากรด้านความดึงดูดใจมีแนวโน้มลดลง เห็นได้จากดัชนีสิ่งดึงดูดใจก็มีแนวโน้มลดลง เนื่องจากจำนวนแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้เพิ่มมากขึ้นในขณะที่จำนวนงานแสดงสินค้าและนิทรรศการนานาชาติหรือประชุมกระจุกตัวอยู่เพียงบางจังหวัดทำให้ค่าเฉลี่ยของดัชนีลดลง

การวิเคราะห์วิวัฒนาการการท่องเที่ยวไทยโดยใช้เส้นโค้งของการวิวัฒนาการ (Latent Growth Model: LGM) พบว่า ดัชนีผู้มาเยือนมีวิวัฒนาการมากกว่าดัชนีเจ้าบ้านหมายความว่า ในประเทศไทยการพัฒนาซัพพลายพัฒนาตามหลังดีมานด์ ข้อดีของวิวัฒนาการในรูปแบบนี้คือ ในแบบ Demand Push ไม่มีการลงทุนที่เปล่าประโยชน์ แต่ข้อเสียคือจะทำให้ทรัพยากรท่องเที่ยวเสื่อมโทรมเพราะขีดความสามารถในการรองรับมีจำกัด เกิดการแย่งชิงแย่งใช้ทรัพยากรท่องเที่ยว (รายละเอียดของ Model และค่าสถิติอยู่ในภาคผนวกที่ 2.1)

การศึกษายังพบอีกว่าอิทธิพลด้านดีมานด์ (Demand Push) แรงกว่าอิทธิพลทางด้านซัพพลาย (Supply Pull) ดัชนีย่อยด้านสิ่งดึงดูดใจมีอิทธิพลในเชิงบวกมากกว่าดัชนีย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐาน แต่ดัชนีย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานก็มีอิทธิพลส่งเสริมดัชนีย่อยด้านสิ่งดึงดูดใจในปี พ.ศ. 2558 แต่ไม่มีผลในระยะต่อมา ปี พ.ศ. 2558 ดัชนีย่อยด้านโครงสร้างพื้นฐานส่งผลต่อดัชนีย่อยด้านสิ่งดึงดูดใจมากกว่าอิทธิพลที่มีต่อรายรับด้านการท่องเที่ยว หมายความว่า การเข้าถึงที่ดีขึ้นทำให้ความดึงดูดใจมีค่าสูงขึ้นและอิทธิพลของโครงสร้างพื้นฐานนี้ยังมีผลต่อรายรับด้วย ทั้งนี้เป็นการพัฒนาโครงสร้างด้านการเดินทางทางอากาศเป็นส่วนสำคัญของการทำให้การท่องเที่ยวสำเร็จสัมฤทธิ์ผล

การศึกษานี้ให้คำแนะนำนโยบายว่าการลงทุนเรื่องการท่องเที่ยวไม่ควรเหวี่ยงแหไปทุกจังหวัดและควรลงทุนเฉพาะจังหวัดที่มีศักยภาพและมีความดึงดูดใจสูงเท่านั้น

#### 2.4.2 การจัดลำดับศักยภาพการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

การจัดลำดับจังหวัดตามศักยภาพทางการแข่งขันและด้านการรองรับ พบว่า หากไม่พิจารณากรุงเทพมหานครแล้ว จังหวัดที่ติดลำดับศักยภาพสูงสุดอย่างต่อเนื่องคือ ภูเก็ต (ตารางที่ 2.3)

### ตารางที่ 2.3 ลำดับดัชนีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวระดับจังหวัด

จังหวัด	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2560	จังหวัด	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2560
ภูเก็ต	1	1	นครราชสีมา	7	8
ชลบุรี	2	2	สงขลา	8	6
เชียงใหม่	3	3	ประจวบคีรีขันธ์	9	9
สุราษฎร์ธานี	4	4	สมุทรปราการ	10	10
พังงา	5	7	อุดรธานี	11	14
กระบี่	6	5	ระยอง	12	11

ที่มา: จากการคำนวณ

ส่วนเชียงใหม่อยู่ในอันดับ 3 ตามมาด้วยสุราษฎร์ธานี พังงา และกระบี่ จะเห็นได้ว่าในจำนวนจังหวัดที่ติดอยู่ใน 5 ลำดับแรกของประเทศไทยนั้นมีจังหวัดที่ไม่ติดทะเลเพียงจังหวัดเดียวคือเชียงใหม่

สำหรับจังหวัดที่มีดัชนีผู้มาเยือนอยู่ในอันดับสูง แต่กำลังรองรับโดยรวมยังไม่เพียงพอหรือดัชนีเจ้าบ้านอยู่ในลำดับต่ำกว่ามาก ได้แก่ พังงา ประจวบคีรีขันธ์ เพชรบุรี ตราด กาญจนบุรี พัทลุง นครนายก สตูล เพชรบูรณ์ สมุทรสงคราม (ตารางที่ 2.4) พังงาเป็นจังหวัดที่การขยายตัวของผู้มาเยือนเร็วมาก ทำให้ดัชนีผู้มาเยือนเคยอยู่ลำดับ 6 ในปี พ.ศ. 2558 ขยับขึ้นมาเป็นลำดับ 4 ในปี พ.ศ. 2562

### ตารางที่ 2.4 ดัชนีที่แสดงความพร้อมผู้มาเยือน แต่เจ้าบ้านรองรับไม่ทัน พ.ศ. 2562

จังหวัด	ดัชนีผู้มาเยือน (D)	ดัชนีเจ้าบ้าน (S)
พังงา	4	16
ประจวบคีรีขันธ์	7	14
กาญจนบุรี	12	26
ตราด	13	20
พัทลุง	20	55
นครนายก	30	46
สตูล	35	43
เพชรบุรี	36	47
สมุทรสงคราม	43	60

ที่มา: ชุดโครงการประสิทธิภาพความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย

ส่วนจังหวัดที่มีกำลังรองรับเพียงพอจากการครองตำแหน่งดัชนีเจ้าบ้านที่อยู่ในอันดับสูง แต่ดัชนีผู้มาเยือนอยู่ในอันดับที่ต่ำกว่ามาก ได้แก่ นครราชสีมา สงขลา สมุทรปราการ นนทบุรี อุดรธานี เชียงราย ตรัง อุบลราชธานี พิษณุโลก บุรีรัมย์ เลย น่าน หมายความว่า จังหวัดเหล่านี้ยังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อีกมาก (ตารางที่ 2.5) ซึ่งในตอนต่อไปจะคำนวณจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้ที่สามารถเพิ่มให้แก่จังหวัดเหล่านี้ได้

**ตารางที่ 2.5 เจ้าบ้านพร้อมรองรับ แต่ยังไม่พร้อมผู้มาเยือน พ.ศ. 2562**

จังหวัด	ดัชนีผู้มาเยือน (D)	ดัชนีเจ้าบ้าน (S)
อุดรธานี	15	10
เชียงราย	17	11
อุบลราชธานี	29	17
ตรัง	32	23
บุรีรัมย์	34	18
พิษณุโลก	45	24
เลย	46	37
น่าน	50	42

ที่มา: ชุดโครงการประสิทธิภาพความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย

จากตัวชี้วัดของ TTCI ในระดับนานาชาติประเทศที่กล่าวมาแล้วเบื้องต้นพบว่า ปัญหาด้านการจัดการการท่องเที่ยวของไทยเป็นปัญหาในด้านการจัดการสิ่งแวดล้อม ด้านความปลอดภัย และสุขอนามัย ซึ่งดัชนีศักยภาพในการแข่งขันของไทยระดับจังหวัดก็ยืนยันปัญหานี้ในทำนองเดียวกัน กล่าวคือ ภูเก็ตติดลำดับ 52 ชลบุรีลำดับ 72 ของดัชนีสภาพแวดล้อม เมื่อเจาะลึกลงไปถึงเสาหลักย่อย ก็จะพบว่าเมืองท่องเที่ยวหลักทุกเมืองมีปัญหาด้านความปลอดภัย ชลบุรีและเชียงใหม่มีปัญหาสิ่งแวดล้อม ซึ่งจังหวัดในภาคเหนือตอนบนล้วนมีปัญหาหมอกควันในปลายฤดูหนาวที่เป็นฤดูท่องเที่ยว

**ตารางที่ 2.6 สภาพแวดล้อม: ปัญหาใหญ่ของจังหวัดท่องเที่ยว พ.ศ. 2562**

จังหวัด	ดัชนีสภาพแวดล้อม	1. คุณภาพสิ่งแวดล้อม	2. ความปลอดภัย	3. สุขภาพอนามัย
(1) ภูเก็ต	52	5	73	9
(2) ชลบุรี	72	67	69	15
(3) เชียงใหม่	15	47	43	1
(4) สุราษฎร์ธานี	4	1	62	13
(5) พังงา	22	3	56	41
(6) กระบี่	51	4	66	65
(9) ประจวบคีรีขันธ์	30	11	49	44
(12) ระยอง	60	25	68	26
(13) เพชรบุรี	66	14	72	51

ที่มา: ชุดโครงการประสิทธิภาพความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของการท่องเที่ยวไทย

ข้อมูลเหล่านี้แสดงให้เห็นอาการของการท่องเที่ยวที่เกินขีดความสามารถในการรองรับ (Overtourism) ของจังหวัดหลักด้านการท่องเที่ยวของไทย

## 2.5 ประสิทธิภาพของจังหวัดท่องเที่ยวไทย

การวัดประสิทธิภาพของจังหวัดท่องเที่ยววิเคราะห์ด้วยวิธี Data envelopment analysis (DEA) โดยใช้แบบจำลอง Slack-based model (SBM) non-orientated ภายใต้ข้อสมมติผลได้ต่อขนาดผันแปร (Variable Return to Scale: VRS) เพื่อจัดอันดับจังหวัดตามประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวภายในกลุ่มจังหวัด โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์มีทั้งตัวแปรด้านอุปสงค์และด้านอุปทานอย่างครบถ้วน ประกอบด้วย 5 ตัวแปร ได้แก่ 1) จำนวนนักท่องเที่ยว 2) รายรับจากการท่องเที่ยว 3) คะแนนดัชนีสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว 4) คะแนนดัชนีโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว และ 5) คะแนนดัชนีด้านสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการท่องเที่ยว

การแบ่งกลุ่มจังหวัดมีสมมติฐานว่า จังหวัดที่มีการท่องเที่ยวทางทะเล (มีชายหาด) และจังหวัดที่ไม่มีการท่องเที่ยวทางทะเล (ไม่มีชายหาด) มีรูปแบบการจัดการและนโยบายด้านการท่องเที่ยวแตกต่างกัน จึงแบ่งกลุ่มจังหวัดออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวทางทะเล จำนวน 16 จังหวัด ได้แก่ ภูเก็ต สงขลา ตรัง กระบี่ สตูล สุราษฎร์ธานี ระยอง นครศรีธรรมราช พังงา ตรัง ประจวบคีรีขันธ์ ชลบุรี ระนอง ชุมพร เพชรบุรี และจันทบุรี และ 2) กลุ่มจังหวัดที่ไม่มีการท่องเที่ยวทางทะเล จำนวน 57 จังหวัดที่เหลือ อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ไม่รวมกรุงเทพมหานคร ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เนื่องจากมีข้อมูลไม่ครบถ้วน

ผลการวิเคราะห์พบว่า ในกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชายหาดมี 6 จังหวัด (จาก 16 จังหวัด) และกลุ่มจังหวัดที่ไม่มีชายหาดมี 9 จังหวัด (จาก 57 จังหวัด) ที่มีประสิทธิภาพการจัดการการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกัน (ตารางที่ 2.7) โดยจังหวัดที่ยังขาดประสิทธิภาพนั้น มีปัญหาหลักๆ คือ มีทรัพยากรรองรับด้านการท่องเที่ยวแต่ยังไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีในการดึงดูดนักท่องเที่ยว และสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มศักยภาพ เมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกัน

ตารางที่ 2.7 จังหวัดมีประสิทธิภาพด้านการจัดการท่องเที่ยว

กลุ่มที่ 1 จังหวัดที่มีชายหาด : 6 จาก 16 จังหวัดมีประสิทธิภาพ		กลุ่มที่ 2 จังหวัดที่ไม่มีชายหาด: 9 จาก 57 จังหวัดมีประสิทธิภาพ	
ภูเก็ต	ชลบุรี	เชียงใหม่	กาญจนบุรี
เพชรบุรี	พังงา	ขอนแก่น	สระแก้ว
สตูล	ระนอง	เพชรบูรณ์	หนองคาย
		นครปฐม	อุทัยธานี
		บึงกาฬ	

ที่มา: จากการคำนวณ

แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวสามารถทำได้สองแนวทางหลัก คือ 1) ใช้กลยุทธ์ด้านเจ้าบ้าน หรือด้านซัพพลาย คือ เน้นการใช้ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีในแต่ละจังหวัดให้เต็มศักยภาพมากขึ้น หากการดำเนินนโยบายได้ผลที่ดีก็จะมีนักท่องเที่ยวมาเยือนมากขึ้นและสร้างรายได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น และ 2) ใช้กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน หรือด้านดีมานด์ คือ การทำการตลาด

กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวมากขึ้น และกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายมากขึ้นด้วย แต่อย่างไรก็ตาม แต่ละจังหวัด จะมีโอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพแตกต่างกันไปดังตารางที่ 2.8 และตารางที่ 2.9

สำหรับกลุ่มจังหวัดท่องเที่ยวที่มีชายหาด พบว่า ยังมี 10 จังหวัดที่ยังสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการโดยเปรียบเทียบ (ตารางที่ 2.8) ในจังหวัดระยองพบว่า ขณะนี้มีการจัดการด้านการใช้ทรัพยากรที่ดีแล้ว การเพิ่มประสิทธิภาพของการจัดการด้านท่องเที่ยวของจังหวัดระยองควรเน้นไปที่กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือนหรือด้านดีมานด์ เพราะทรัพยากรที่มียังสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อีกถึง 1.25 ล้านคน ควบคู่ไปกับการกระตุ้นการใช้จ่ายนักท่องเที่ยว เช่น กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวค้างคืนเพิ่มขึ้นอีก 1 คืน (จากเดิมนักท่องเที่ยวพักประมาณ 2 คืน) ควบคู่ไปกับการกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายมากขึ้นประมาณ 4,700 บาทต่อคนต่อวัน (จากเดิม 2,500 บาทต่อคนต่อวัน) รวมไปถึงโปรโมทการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยวระยองมากขึ้น หากทำได้เต็มศักยภาพแล้วจังหวัดระยองจะมีรายได้ด้านท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีกประมาณ 68,000 ล้านบาท

สำหรับจังหวัดกระบี่ยังไม่ได้ใช้ทรัพยากรด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวอย่างเต็มศักยภาพ เช่น เกาะ ชายหาด เป็นต้น อีกทั้งจังหวัดนี้ยังมีสิ่งแวดล้อมที่ดีที่สนับสนุนการท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้หากมีการใช้อย่างเต็มศักยภาพแล้ว จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวและสามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อีกในขณะเดียวกันจังหวัดกระบี่ควรใช้กลยุทธ์ด้านเจ้าบ้านในการเพิ่มนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ด้านท่องเที่ยว ซึ่งหากพิจารณาจากศักยภาพของจังหวัดกระบี่เทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่มเดียวกันแล้ว ยังสามารถเพิ่มนักท่องเที่ยวได้ถึง 4.20 ล้านคน หรือหากไม่เพิ่มจำนวนคนแต่กระตุ้นการใช้จ่ายจากเดิม 5,500 บาทต่อคนต่อคืน เป็น 5,800 บาทต่อคนต่อคืน จังหวัดกระบี่จะมีรายได้เพิ่มขึ้นถึง 3,120 ล้านบาท (ตารางที่ 2.8)

จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นจังหวัดที่มีชายหาดสวยใกล้กรุงเทพฯ ยังขาดประสิทธิภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยว เพราะมีทรัพยากรด้านสิ่งดึงดูดใจทั้งชายหาด ซึ่งมีความยาวมากที่สุดเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ แหล่งท่องเที่ยวทางทะเล แหล่งท่องเที่ยว Unseen ต่างๆ นอกจากนี้ยังมีสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการท่องเที่ยวที่ดี แต่ยังไม่ใช้ได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ เรียกได้ว่ามีของดีแต่ยังไม่คุ้ม ซึ่งสิ่งเหล่านี้สามารถนำมาใช้ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อีก เมื่อเทียบกับจังหวัดภูเก็ต ชลบุรี ดังนั้นหากต้องการเพิ่มประสิทธิภาพ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์จะต้องใช้ทรัพยากรให้เต็มศักยภาพมากขึ้นควบคู่ไปกับการดำเนินกลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน โดยการเพิ่มนักท่องเที่ยวอีกประมาณ 1.61 ล้านคน กระตุ้นให้มีการพักเพิ่มขึ้นอีก 1 คืน (จากเดิมพักประมาณ 3 คืน) มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้นเป็นจากเดิมประมาณ 3,000 บาทต่อวันต่อคน เป็น 4,500 บาทต่อวันต่อคน รวมไปถึงเน้นการเพิ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติให้มากขึ้น จะทำให้จังหวัดประจวบคีรีขันธ์มีรายได้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นประมาณ 67,000 ล้านบาท

เป็นที่น่าสังเกตว่าสงขลามีศักยภาพที่จะเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นแสนล้านบาท เพราะเป็นจังหวัดที่ครบเครื่องเรื่องทรัพยากรท่องเที่ยวโดยเฉพาะสภาพแวดล้อมที่เป็นธรรมชาติอยู่มากที่ยังไม่ได้ถูกใช้ให้เต็มที่ กลยุทธ์ที่ควรใช้คือ กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน หรือกลยุทธ์ด้านดีมานด์ที่จะเพิ่มผู้มาเยือนได้อีก 1.88 ล้านคน เพิ่มรายได้ไปอีกประมาณ 170,000 ล้านบาท ซึ่งอาจต้องเปลี่ยนตลาดเป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติที่นิยมเที่ยวทะเล มีใช้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสถานบันเทิงที่ด้านนอกอย่างเช่นปัจจุบัน ตารางที่ 2.8 จำนวนนักท่องเที่ยวแสดงข้อมูลรายจ่ายต่อวันที่ต้องเพิ่มเพื่อให้เกิดรายได้ในระดับที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

อย่างไรก็ตามแม้ว่าในการวิเคราะห์ประสิทธิภาพในกลุ่มจังหวัดที่มีชายหาด จังหวัดกระบี่ สุราษฎร์ธานี ประจวบคีรีขันธ์ ตราด นครศรีธรรมราช ชุมพร จันทบุรี และตรัง จะยังมีสภาพแวดล้อมที่ยังสามารถใช้ในการท่องเที่ยวได้อีก แต่ประเด็นสำคัญก็คือการเปรียบเทียบกันเฉพาะในกลุ่มจังหวัดที่มีการท่องเที่ยวชายหาดและเปรียบเทียบกับภูเก็ตเป็นหลักเท่านั้น หากพิจารณาผลการจัดอันดับศักยภาพร่วมด้วยจะเห็นว่ากลุ่มนี้เป็นกลุ่มมีอันดับศักยภาพด้านสิ่งแวดล้อมไม่ดีนักเมื่อเปรียบเทียบกันทั้ง 73 จังหวัด และตัวเทียบคือภูเก็ตก็มีสัญญาณที่น่ากังวลใจด้านความยั่งยืนของการท่องเที่ยว ดังนั้นการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยวจะต้องคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมอยู่เสมอ เช่น ต้องกระจายนักท่องเที่ยวไม่ให้กระจุกตัวทั้งในส่วนของสถานที่และเวลา และต้องมีมาตรการกำกับควบคุมเพื่อรักษาสภาพแวดล้อมที่ดีให้ยั่งยืน ต้องมีการประเมินปัญหาความยั่งยืนของการท่องเที่ยวของจังหวัดอันดามัน โดยเฉพาะในด้านสิ่งแวดล้อมที่เจาะลึกไปในด้านความสามารถในการรองรับด้านกายภาพ มิฉะนั้นความพยายามที่จะเพิ่มรายได้เกินกว่าขีดการรองรับจะทำให้การท่องเที่ยวในจังหวัดเหล่านี้ไม่ยั่งยืน

**ตารางที่ 2.8 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพ: จังหวัดที่มีชายหาด**

จังหวัด	กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน		กลยุทธ์ด้านเจ้าบ้าน (ร้อยละ)		
	Visitor ล้านคน/ (ร้อยละ)	Revenue ล้านบาท/ (ร้อยละ)	Attraction	Infrastructure	Environment
ระยอง	1.25/ (25.66)	68,581/ (246.70)	-	-	-
กระบี่	4.20/ (97.93)	3,119/ (2.96)	-12.14	-	-10.00
สุราษฎร์ธานี	1.76/ (30.51)	19,020/ (19.69)	-	-12.61	-17.31
ประจวบคีรีขันธ์	1.61/ (35.67)	66,901/ (184.17)	-1.26	-	-11.11
ตราด	2.28/ (110.04)	65,307/ (360.43)	-	-	-6.16
นครศรีธรรมราช	0.43/ (15.46)	67,864/ (478.83)	-	-8.8	-10.44
ชุมพร	0.57/ (46.48)	19,147/ (276.70)	-	-	-10.62
สงขลา	1.88/ (29.85)	169,787/ (315.91)	-	-	-4.82
จันทบุรี	2.93/ (163.98)	55,115/ (805.18)	-	-	-19.13
ตรัง	2.98/ (235.83)	64,081/ (805.18)	-	-	-6.83

ที่มา: จากการคำนวณ

ส่วนกลุ่มจังหวัดที่ไม่มีชายหาด ในการเพิ่มประสิทธิภาพก็สามารถทำได้เช่นเดียวกับจังหวัดที่มีชายหาด คือ ใช้กลยุทธ์เจ้าบ้านและใช้กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน เพียงแต่ขนาดของการเพิ่มแต่ละจังหวัดจะแตกต่างกัน ซึ่งแสดงดังตารางที่ 2.10

ยกตัวอย่างแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพของจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีลักษณะคล้ายกันคือ มีสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวที่ดี มีศักยภาพสูงที่จะใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่ม โดยทั้งสองจังหวัดเป็นจังหวัดที่มีมรดกโลกทางธรรมชาติและมียุทยานทางประวัติศาสตร์ มีสนามกีฬาขนาดใหญ่ที่รองรับคนได้มาก นอกจากนี้ บุรีรัมย์ยังมีสนามแข่งรถที่มีชื่อเสียง แต่ทั้งสองจังหวัดยังใช้ทรัพยากรเหล่านี้ได้ไม่เต็มศักยภาพที่มี ดังนั้นจังหวัดบุรีรัมย์และจังหวัดนครราชสีมาต้องใช้ทรัพยากรที่มีในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มากขึ้น นอกจากนี้ ทั้งสอง

จังหวัดยังต้องดำเนินกลยุทธ์กระตุ้นผู้มาเยือนควบคู่กันไป ในจังหวัดบุรีรัมย์ยังสามารถเพิ่มนักท่องเที่ยวได้อีก 2.44 ล้านคน และหากสามารถทำให้นักท่องเที่ยวพักที่จังหวัดบุรีรัมย์ให้นานขึ้นอีก 1 คืน (เป็น 4 คืนจากเดิม 3 คืน) ขณะเดียวกันก็กระตุ้นการใช้จ่ายจากเดิมที่นักท่องเที่ยวจ่ายประมาณ 1,000 บาทต่อวันต่อคน เป็น 2,400 บาทต่อวันต่อคนแล้ว จะทำให้จังหวัดบุรีรัมย์มีรายได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณ 29,000 ล้านบาท จากเดิมในปี พ.ศ. 2561 ที่มีรายได้เพียง 3,454 ล้านบาท ส่วนในจังหวัดนครราชสีมายังมีโอกาสเพิ่มนักท่องเที่ยวได้อีก 0.53 ล้านคน และกระตุ้นให้มีการใช้จ่ายเพิ่มขึ้น (จากเดิม 1,600 บาทต่อวันต่อคน เป็น 3,500 บาทต่อวันต่อคน) เพิ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวพักเพิ่มขึ้นอีก 1 คืน จังหวัดนครราชสีมาจะมีรายได้ด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 50,108 ล้านบาท หรือประมาณ 2.5 เท่าจากเดิมนอกจากนี้ หากทั้งสองจังหวัดสามารถเพิ่มสัดส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีกำลังซื้อสูงได้ รายได้ท่องเที่ยวจะยิ่งเพิ่มสูงขึ้น

จังหวัดเชียงรายเป็นอีก 1 จังหวัดที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการท่องเที่ยว เช่น สนามบินที่มีเที่ยวบินตรงจากต่างประเทศ มีโรงแรมที่พร้อมรองรับ มีทรัพยากรมนุษย์ด้านการท่องเที่ยวพร้อมเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่ม แต่จังหวัดเชียงรายกลับยังใช้ทรัพยากรไม่เต็มศักยภาพ สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพนั้นต้องนำทรัพยากรเหล่านี้ไปใช้เพื่อการท่องเที่ยวให้มากขึ้น ซึ่งจะต้องใช้ควบคู่ไปกับการใช้กลยุทธ์เจ้าบ้าน คือการเพิ่มนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นอีก 1.01 ล้านคน เพราะเชียงรายยังมีศักยภาพในการรองรับ เพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเป็น 4,300 บาทต่อวันต่อคนแล้ว เชียงรายจะมีรายได้ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอีก 18,898 ล้านบาท เป็น 45,919 ล้านบาท จากเดิมที่มีรายได้ 27,026 ล้านบาทในปี พ.ศ. 2561

**ตารางที่ 2.9 จำนวนนักท่องเที่ยว รายจ่ายต่อวัน และวันพักที่คาดหวังเพื่อสร้างรายได้ในระดับที่มีประสิทธิภาพสูงสุด**

โดยเงื่อนไขในการเพิ่มประสิทธิภาพคือ

1. จำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคต = จำนวนนักท่องเที่ยวปัจจุบัน + จำนวนนักท่องเที่ยวที่ต้องเพิ่ม (คอลัมน์ 10 = คอลัมน์ 2 + คอลัมน์ 8)
2. เพิ่มวันพักจากปี พ.ศ. 2561 จำนวน 1 คืน (คอลัมน์ 11 = คอลัมน์ 4 + 1 วัน)
3. รายได้ท่องเที่ยวในอนาคต = รายได้ท่องเที่ยวปัจจุบัน + รายได้ท่องเที่ยวที่ต้องเพิ่ม (คอลัมน์ 12 = คอลัมน์ 3 + คอลัมน์ 9)

คอลัมน์ที่ 1	ข้อมูลปี พ.ศ. 2561						กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน		แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในอนาคตโดยมีเงื่อนไข			
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
จังหวัด	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	จำนวนวันพัก (คืน)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ไทย	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	จำนวนวันพัก (คืน)	รายได้ที่ ต้องการ (ล้าน บาท)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)
สุราษฎร์ธานี	5.76	96,605	4.59	3,656	0.36	0.64	1.76	19,020	7.51	5.59	115,625	2,753
กระบี่ (ทางเลือก 1)	4.28	105,520	4.41	5,584	0.46	0.54	4.20	3,119	8.48	5.41	108,639	2,368
กระบี่ (ทางเลือก 2)	4.28	105,520	4.41	5,584	0.46	0.54	4.20	3,119	4.28	4.41	108,639	5,750
ประจวบคีรีขันธ์	4.51	36,325	2.71	2,975	0.77	0.23	1.61	66,901	6.11	3.71	103,226	4,552
ระยอง	4.89	27,799	2.32	2,453	0.91	0.09	1.25	68,581	6.14	3.32	96,380	4,729
ชุมพร	1.22	6,917	2.48	2,279	0.93	0.07	0.57	19,147	1.79	3.48	26,064	4,178
สงขลา	6.30	53,746	2.58	3,305	0.56	0.44	1.88	169,787	8.18	3.58	223,533	7,630
ตราด	2.07	18,119	3.08	2,839	0.76	0.24	2.28	65,307	4.35	4.08	83,426	4,698
นครศรีธรรมราช	2.81	14,173	2.30	2,194	0.98	0.02	0.43	67,864	3.24	3.30	82,037	7,667
ตรัง	1.26	8,281	2.38	2,755	0.87	0.13	2.98	64,081	4.24	3.38	72,362	5,047
จันทบุรี	1.79	6,845	2.19	1,748	0.96	0.04	2.93	55,115	4.72	3.19	61,960	4,115
อำนาจเจริญ	0.19	211	2.55	435	0.96	0.04	0.00	12	0.191	3.55	223.03	328.86
เขียงราย	3.21	27,026	2.54	3,318	0.83	0.17	1.01	18,893	4.218	3.54	45,919.14	3,075.60
ปราจีนบุรี	1.02	4,121	1.98	2,048	0.92	0.08	0.08	4,128	1.092	2.98	8,249.17	2,536.04



ตารางที่ 2.9 (ต่อ)

คอลัมน์ที่ 1	ข้อมูลปี พ.ศ. 2561						กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน		แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในขนาดโดยมีเงื่อนไข			
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
จังหวัด	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	จำนวนวัน พัก (คืน)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ไทย	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (ล้านคน ครั้ง)	จำนวนวัน พัก (คืน)	รายได้ที่ ต้องการ (ล้านบาท)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)
สุพรรณบุรี	1.07	3,306	2.25	1,377	0.99	0.01	0.00	4,636	1.070	3.25	7,942.10	2,282.90
แม่ฮ่องสอน	1.04	5,077	2.23	2,195	0.76	0.24	0.48	5,917	1.516	3.23	10,993.53	2,244.70
นครนายก	1.80	5,567	1.85	1,672	0.99	0.01	0.00	9,309	1.799	2.85	14,875.56	2,901.18
สิงห์บุรี	0.20	457	2.09	1,085	0.99	0.01	0.15	677	0.347	3.09	1,133.75	1,055.96
ตาก	1.74	6,405	2.00	1,840	0.99	0.01	0.34	14,457	2.084	3.00	20,861.90	3,336.35
ฉะเชิงเทรา	0.56	1,634	1.80	1,624	0.99	0.01	0.11	3,556	0.667	2.80	5,190.03	2,779.44
สมุทรสาคร	0.79	1,590	1.61	1,255	1.00	0.00	0.07	3,916	0.855	2.61	5,506.07	2,468.24
นครราชสีมา	5.77	19,739	2.15	1,590	0.98	0.02	0.53	50,108	6.302	3.15	69,847.23	3,518.29
พัทลุง	0.86	2,534	1.86	1,583	0.99	0.01	0.63	6,838	1.494	2.86	9,371.91	2,192.89
พิษณุโลก	2.00	6,478	1.94	1,670	0.92	0.08	0.46	18,923	2.459	2.94	25,400.96	3,512.98
สมุทรสงคราม	0.80	1,838	1.80	1,280	0.99	0.01	0.56	5,570	1.356	2.80	7,408.11	1,951.43
สมุทรปราการ	1.04	3,705	1.90	1,880	0.60	0.40	0.38	9,829	1.416	2.90	13,533.71	3,295.19
ลำปาง	0.67	3,080	2.20	2,100	0.91	0.09	0.59	8,653	1.252	3.20	11,733.20	2,929.44
แพร่	0.41	1,125	1.89	1,463	0.92	0.08	0.30	3,629	0.704	2.89	4,754.42	2,337.03
ราชบุรี	1.00	2,874	2.16	1,330	0.99	0.01	0.80	11,362	1.802	3.16	14,236.22	2,499.44
มุกดาหาร	0.72	1,799	2.26	1,111	0.93	0.07	0.52	7,726	1.235	3.26	9,524.65	2,366.49
พระนครศรีอยุธยา	1.72	6,682	2.62	1,480	0.79	0.21	2.01	27,781	3.729	3.62	34,463.24	2,553.22

ตารางที่ 2.9 (ต่อ)

คอลัมน์ที่ 1	ข้อมูลปี พ.ศ. 2561						กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน		แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในอนาคตโดยมีเงื่อนไข			
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
จังหวัด	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	จำนวนวัน พัก (คืน)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ไทย	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (ล้านคน ครั้ง)	จำนวนวัน พัก (คืน)	รายได้ที่ ต้องการ (ล้านบาท)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)
เลย	1.27	3,831	2.26	1,330	0.98	0.02	1.03	19,044	2.307	3.26	22,874.63	3,041.02
นครสวรรค์	1.13	2,852	1.98	1,278	0.99	0.01	0.82	16,591	1.950	2.98	19,443.06	3,346.43
อุบลราชธานี	1.82	5,172	2.49	1,142	0.95	0.05	1.38	28,665	3.198	3.49	33,836.62	3,031.28
พิจิตร	0.49	1,057	2.09	1,024	1.00	0.00	0.43	6,327	0.920	3.09	7,384.07	2,598.34
อุดรดิตถ์	0.76	1,667	1.78	1,224	0.99	0.01	0.56	10,510	1.320	2.78	12,176.56	3,318.59
อุดรธานี	2.56	7,428	2.42	1,199	0.97	0.03	2.29	45,516	4.846	3.42	52,943.79	3,194.48
นครพนม	0.51	1,456	2.46	1,157	0.98	0.02	0.57	8,572	1.079	3.46	10,027.67	2,686.90
มหาสารคาม	0.50	870	2.14	808	0.99	0.01	0.32	6,016	0.821	3.14	6,886.06	2,670.27
ชัยนาท	0.38	728	1.96	982	0.99	0.01	0.61	4,689	0.990	2.96	5,416.66	1,848.20
น่าน	0.77	2,407	2.03	1,537	0.98	0.02	1.14	17,087	1.913	3.03	19,493.83	3,363.77
ลพบุรี	1.12	1,749	2.35	667	0.99	0.01	0.47	14,422	1.585	3.35	16,171.00	3,046.01
ชัยภูมิ	0.92	1,809	2.05	955	0.99	0.01	1.00	14,923	1.924	3.05	16,732.01	2,850.57
สุรินทร์	1.05	2,827	2.42	1,113	0.97	0.03	1.75	22,891	2.797	3.42	25,718.46	2,688.47
ศรีสะเกษ	0.54	1,031	2.50	764	0.98	0.02	0.52	9,014	1.057	3.50	10,044.63	2,714.21
สระบุรี	1.46	2,659	1.95	931	0.98	0.02	1.31	24,271	2.772	2.95	26,929.82	3,293.04
บุรีรัมย์	1.25	3,454	2.66	1,040	0.97	0.03	2.44	29,007	3.690	3.66	32,460.83	2,403.46
สุโขทัย	0.95	3,068	1.98	1,625	0.79	0.21	2.67	24,787	3.618	2.98	27,854.56	2,583.26
กำแพงเพชร	0.47	1,290	2.05	1,340	0.98	0.02	1.82	10,232	2.286	3.05	11,521.88	1,652.19
ร้อยเอ็ด	0.57	1,005	2.36	751	0.99	0.01	0.56	9,828	1.124	3.36	10,833.38	2,869.77

ตารางที่ 2.9 (ต่อ)

คอลัมน์ที่ 1	ข้อมูลปี พ.ศ. 2561						กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน		แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพในขนาดโดยมีเงื่อนไข			
	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
จังหวัด	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	จำนวนวัน พัก (คืน)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ไทย	สัดส่วน นักท่องเที่ยว ต่างชาติ	นักท่องเที่ยว (ล้านคนครั้ง)	รายได้ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	นักท่องเที่ยว (ล้านคน ครั้ง)	จำนวนวัน พัก (คืน)	รายได้ที่ ต้องการ (ล้านบาท)	ค่าใช้จ่าย นักท่องเที่ยว (บาท/คนวัน)
อ่างทอง	0.29	369	1.59	813	1.00	0.00	0.50	4,598	0.785	2.59	4,967.25	2,443.76
สกลนคร	0.77	1,902	2.47	1,001	1.00	0.00	1.70	23,462	2.467	3.47	25,364.00	2,962.37
ยโสธร	0.30	441	2.12	690	0.96	0.04	0.54	6,566	0.845	3.12	7,006.96	2,659.08
นนทบุรี	0.96	2,472	1.81	1,420	0.89	0.11	2.68	36,493	3.640	2.81	38,965.36	3,809.25
ปทุมธานี	0.68	1,691	2.17	1,148	0.71	0.29	1.87	25,037	2.551	3.17	26,728.47	3,305.23
พะเยา	0.32	953	2.25	1,316	0.99	0.01	1.29	14,801	1.610	3.25	15,754.34	3,010.92
ลำพูน	0.34	677	1.95	1,028	0.98	0.02	1.08	11,552	1.413	2.95	12,228.71	2,934.47
หนองบัวลำภู	0.19	270	2.25	633	1.00	0.00	0.54	5,646	0.733	3.25	5,916.39	2,484.01
กาฬสินธุ์	0.42	617	2.54	583	0.99	0.01	1.22	15,129	1.638	3.54	15,745.65	2,716.23

หมายเหตุ: จังหวัดกระบี่หากเพิ่มทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว และวันพัก (ทางเลือก 1) ค่าใช้จ่ายนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวันจะลดลง จึงแนะนำให้พัฒนาในทางเลือกที่ 2 คือไม่เพิ่มนักท่องเที่ยวและวันพัก แต่เพิ่มการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว

ตารางที่ 2.10 แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพ: จังหวัดไม่มีทะเล

จังหวัด	กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน		กลยุทธ์ด้านเจ้าบ้าน (ร้อยละ)		
	Tourists ล้านคน/ (ร้อยละ)	Revenue ล้านบาท/ (ร้อยละ)	Attraction	Infrastructure	Environment
อยุธยา	2.01/ (116.3)	27,781/ (415.76)	-	-	-
สุโขทัย	2.67/ (279.63)	24,787/ (807.92)	-	-	-
เชียงใหม่	1.01/ (31.51)	18,898/ (69.91)	-	-11.59	-
นครนายก	-	9,309/ (167.21)	-5.3	-	-1.56
นครราชสีมา	0.53/ (9.14)	50,108/ (253.85)	-16.81	-	-0.65
พิษณุโลก	0.46/ (23.01)	18,923/ (292.11)	-	-21.13	-
อุบลราชธานี	1.38/ (75.8)	28,665/ (554.24)	-	-16.1	-2.22
น่าน	1.14/ (147.74)	17,087/ (709.88)	-	-2.00	-
บุรีรัมย์	2.44/(195.65)	29,007/(839.82)	-11.94	-	-
ลำปาง	0.59/(87.67)	8,653/(280.93)	-	-25.55	-
อุดรธานี	2.29/(89.37)	45,516/(612.76)	-4.09	-	-

ที่มา: จากการคำนวณ

## 2.6 สรุป

การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ดึงดูดนักท่องเที่ยวในสิบประเทศในโลกที่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติและรายได้สูงที่สุด เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรการท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม โดยเฉพาะทะเลและชายหาดที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ดี แต่หากพิจารณาปัจจัยด้านความยั่งยืนกลับพบว่า ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ต่ำมาก เช่นเดียวกับการจัดลำดับศักยภาพด้านการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดที่พบว่าจังหวัดที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว มีนักท่องเที่ยวมากและมีรายได้สูง จะเป็นจังหวัดที่มีความโดดเด่นด้านสถานที่ท่องเที่ยว มีโรงแรม ร้านอาหารที่พร้อมรองรับ

การวัดประสิทธิภาพด้านการจัดการการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดพบว่า หลายๆ จังหวัดในประเทศไทย เช่น กระบี่ ประจวบคีรีขันธ์ ตรัง จันทบุรี เชียงราย บุรีรัมย์ เป็นต้น จังหวัดเหล่านี้มีสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวที่ดี มีโครงสร้างพื้นฐานที่จะรองรับนักท่องเที่ยวพร้อม และสภาพแวดล้อมที่ดีเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในกลุ่ม แต่ยังไม่สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในการดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างเต็มประสิทธิภาพนัก หากมีการบริหารจัดการทรัพยากรเหล่านี้ให้ดีขึ้นโดยใช้กลยุทธ์ด้านผู้มาเยือน และกลยุทธ์ด้านเจ้าบ้าน ให้เหมาะสมตามความสามารถของแต่ละจังหวัด จะสามารถเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวและเพิ่มรายได้ท่องเที่ยวให้กับจังหวัดได้อย่างมาก นอกจากนี้ยังจะทำให้ความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเพิ่มขึ้นด้วย

อย่างไรก็ตามในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ และเพิ่มความสามารถในการการแข่งขันจะต้องคำนึงถึงปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมด้านการท่องเที่ยว ทั้งสิ่งแวดล้อม ความปลอดภัย รวมไปถึงการรองรับด้านสุขภาพอนามัย เพราะหากเร่งพัฒนาจนเกินขีดความสามารถแล้ว ผลที่จะตามมาก็คือทรัพยากรทางการท่องเที่ยวจะสภาพแวดล้อมเสื่อมโทรม ขาดความยั่งยืนจนไม่สามารถส่งมอบทรัพยากรท่องเที่ยวที่มีค่าให้แก่ลูกหลานต่อไปได้

พัฒนาการของการท่องเที่ยวไทยถึงจุดสูงสุดวัดจากดัชนีผู้มาเยือนค่าสูงสุดในปี พ.ศ. 2558 ถึงแม้ว่ายังมีการขยายตัวของขนาดเศรษฐกิจท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแต่การขยายตัวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเริ่มมีอัตราที่ลดลง หลังจากปี พ.ศ. 2558 การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวก็เริ่มลดลง ส่วนดัชนีเจ้าบ้าน หรือดัชนีด้านอุปทานก็มีค่าเฉลี่ยลดลงเช่นกัน เนื่องจากคุณภาพสิ่งแวดล้อมที่ลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะค่าความเข้มข้นของฝุ่นละอองที่สูงกว่ามาตรฐาน สถิติเหล่านี้เป็นสัญญาณว่าถึงเวลาที่ไทยจะต้องให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพไม่ใช่ปริมาณ