



# Cluster SMEs

# S M E

## รายงานการศึกษา

### เครือข่ายวิสาหกิจ

อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว  
จังหวัดกรุงเทพมหานคร

สำนักงาน

ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลาง  
และขนาดย่อม กรกฎาคม 2551

# สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1	ข้อมูลเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
1.	การวิเคราะห์อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
1.1	ปัจจัยการผลิต
1.2	เงื่อนไขด้านอุปสงค์
1.3	อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน
1.4	บริบทของการแข่งขัน
2.	ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
-	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
3.	การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
-	การวิเคราะห์สถานการณ์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และ ภัยคุกคาม (Threat) ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว (กรุงเทพฯ )
-	ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
-	ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
บทที่ 2	แผนภาพ Cluster กิจการอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
1.	ภาพรวมกลุ่มจังหวัด
2.	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster )

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการ นำเที่ยว	26-48
1. แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	26
- วิสัยทัศน์	26
- พันธกิจ	26
- ประเด็นยุทธศาสตร์	26
- เป้าประสงค์	27
- แผนงาน/โครงการส่งเสริม SMEs	27
2. การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	34
3. การเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละอุตสาหกรรม เป้าหมายที่มีความสัมพันธ์ในระดับจังหวัดและระดับภาค	35
4. ข้อเสนอแนะกระบวนการ /กลไกการแปลงแผนฯ สู่อำนาจปฏิบัติอย่างมี ประสิทธิภาพ	36
5. รายละเอียด โครงการสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	37

## สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 1.1	สรุปการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยว	10
ตารางที่ 3.1	ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	29
ตารางที่ 3.2	ตารางสรุปชุดโครงการ จากแผนงานโครงการเครือข่ายวิสาหกิจ อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	32

## สารบัญภาพ

		หน้า
ภาพที่ 1.1	แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	16
ภาพที่ 1.2	การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำ เที่ยวตาม Diamond Model	21
ภาพที่ 1.3	ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	22

## บทที่ 1

### ข้อมูลเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

(กรุงเทพมหานคร)

#### เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

##### 1. การวิเคราะห์อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

###### 1.1 ปัจจัยการผลิต

###### 1.1.1 มูลค่าตลาด

ในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวน 11,516,936 คน ลดลงจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 1.15 สร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวน 367,380.36 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 4.2 ซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยและความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ (เวียดนาม จีน อินเดีย) และการสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ (ญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลี) การชะลอตัวดังกล่าวยังอยู่ในภาวะที่ไม่รุนแรงนัก อันเป็นผลจากความพยายามในการกระตุ้นตลาดและการเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัยอย่างเร่งด่วน ของภาครัฐบาลและเอกชนที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยกระทบกระทือนจากภาวะวิกฤตรอบด้านเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวน 79.5 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้น 15.57% สร้างรายได้ 3.35 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.83% ก่อให้เกิดการจ้างงานโดยตรง 1.7 ล้านคน

นักท่องเที่ยวต่างประเทศเดินทางท่องเที่ยวกรุงเทพ มีจำนวน 10.52 ล้านคน เพิ่มขึ้น 6.18% มีรายได้ 164,390.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 7% และนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 14.49 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้น 7.27% มีรายได้ 170,514.64 ล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.55%

จากสถานการณ์โดยรวมพบว่า ไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 21 ของโลก และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นลำดับที่ 16 ของโลก มีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว ทั้งยังมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับของหลายประเทศ กรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางให้บริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และเป็นศูนย์กลางของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางสู่ภูมิภาคอื่นต่อไป (สถานการณ์นักท่องเที่ยว: WTO, 2548)

###### 1.1.2 อัตราการเติบโต

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 7.27 ขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีอัตราเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.18 จะเห็นได้ว่าอัตราการเพิ่มของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีส่วนการเพิ่มที่ใกล้เคียงกับนักท่องเที่ยวชาวไทย สืบเนื่องมาจากกรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงของประเทศไทย

และเป็นประตูแรกที่สามารถเดินทางเชื่อมต่อไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศได้สะดวกและมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน อาทิ แหล่งท่องเที่ยว ที่พักร้านอาหาร และร้านจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก อีกทั้งยังมีศูนย์การประชุมใหญ่ ๆ หลายแห่ง ตลอดจนมีระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย จึงทำให้มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมายังกรุงเทพมหานครเป็นจำนวนมาก เพื่อเป็นการแวะพักก่อนที่จะมีการเดินทางไปยังภูมิภาคอื่น ๆ ส่งผลให้แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทุกปี (WTO, 2548)

### 1.1.3 จำนวนผู้ประกอบการ SMEs และจำนวนโรงแรม

ข้อมูลจำนวนธุรกิจนำเที่ยวรวมทั้งประเทศมีจำนวน 6,688 บริษัท เป็นบริษัทที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพจำนวน 3,084 บริษัท (ที่มา: สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรุงเทพมหานคร (มิถุนายน, 2549) โรงแรมในกรุงเทพฯ มีจำนวนทั้งหมด 289 รายด้วยกัน ซึ่งปัจจุบันโรงแรมเหล่านี้ได้ผ่านการจัดระดับมาตรฐาน (ดาว) แล้ว โดยส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับ 3-4 ดาว ซึ่งผู้ประกอบการก็มีนโยบายที่จะปรับปรุงให้ก้าวไปสู่มาตรฐานในระดับที่สูงขึ้นต่อไป

### 1.1.4 จำนวนผู้ใช้แรงงาน

จำนวนผู้ใช้แรงงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทั้งประเทศมีจำนวนกว่า 1.7 ล้านคน นับว่าเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดการจ้างงานสูงมาก ส่วนจำนวนแรงงานของอุตสาหกรรมนี้ในเขตกรุงเทพมหานครนั้นไม่สามารถระบุจำนวนที่ชัดเจนได้

เมื่อพิจารณาแล้วพบว่า จำนวนผู้ใช้แรงงานในอุตสาหกรรมนี้โดยรวมยังถือว่ามีเพียงพออยู่ยกเว้นในช่วง High Season ที่จะมีจำนวนลูกค้าเข้ามาใช้บริการในช่วงเวลาเดียวกันค่อนข้างมาก อาจส่งผลให้ทรัพยากรของแต่ละบริษัทที่มีอยู่ไม่เพียงพอ ต้องพึ่งพาบริษัทอื่น หรือมีการจ้างงานพิเศษ (โดยเฉพาะบริษัทขนาดเล็ก) เช่น กรณีของมัคคุเทศก์ภาษาต่าง ๆ ซึ่งอาจจะมีไม่เพียงพอ ต้องจ้างมัคคุเทศก์อิสระมาเป็นพิเศษ หรืออาจต้องให้บุคลากรในบริษัททำหน้าที่ควบคู่กันไปหลายหน้าที่ ความไม่เพียงพอของสถานที่พัก ทำให้ต้องใช้บริการสถานที่ของแหล่งอื่น (ซึ่งไม่ใช่เจ้าประจำ) จึงอาจต้องจ่ายราคาแพงขึ้น

อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมนี้ต่างก็มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า หากพิจารณาถึงปริมาณของบุคลากรในธุรกิจบริการนำเที่ยวแล้วพบว่า มีปริมาณมาก แต่บุคลากรจำนวนไม่น้อยยังขาดทักษะความชำนาญบางประการทั้งที่เป็นบุคลากรในระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ กล่าวคือ บุคลากรในระดับบริหารยังขาดความรู้และความชำนาญเกี่ยวกับการบริหารจัดการองค์กร ด้านการทำการตลาดและการประชาสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ส่วนบุคลากรในระดับปฏิบัติงาน (พนักงานในบริษัท มัคคุเทศก์ คนขับรถ ฯลฯ) ส่วนใหญ่ขาดทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งถือว่ามีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการปฏิบัติงานในด้านนี้

### 1.1.5 สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน

เนื่องจากกรุงเทพมหานครมีบทบาทหลักในฐานะฐานเศรษฐกิจของประเทศ จึงเป็นแหล่งลงทุนที่สำคัญของประเทศ เป็นศูนย์กลางทางวัฒนธรรม ศูนย์กลางการพัฒนาเศรษฐกิจ ทางด้านการบริหาร อาทิ การเงิน การธนาคาร การศึกษาวิจัย การสื่อสาร และโทรคมนาคม กรุงเทพมหานครจึงมีความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ อยู่ในระดับที่ดี ไม่ว่าจะเป็น ระบบการคมนาคม ระบบการสื่อสาร ระบบประปา ระบบไฟฟ้า และการกำจัดของเสีย โดยเมื่อเปรียบเทียบกับระดับภูมิภาคภายในประเทศ พบว่ากรุงเทพมหานครมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการอยู่ในระดับต้น ๆ และหากมีการจัดการพัฒนาระบบต่าง ๆ เหล่านี้อย่างครบถ้วนเป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นเพื่อผลในการเชื่อมต่อการคมนาคมและความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการสำหรับการท่องเที่ยว ก็จะส่งผลให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเจริญเติบโตยิ่งขึ้น

ในส่วนของโรงแรม ธุรกิจท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ พบว่า โดยส่วนใหญ่จะมีความสัมพันธ์กันดังนั้นจึงควรพัฒนาควบคู่กันไปในเรื่องของมาตรฐาน เช่น มาตรฐานระดับดาวของโรงแรม มาตรฐานการฝึกอบรมและจรรยาบรรณของมัคคุเทศก์ รวมทั้งมีการสัมมนาแลกเปลี่ยนความคิดและประสบการณ์ ระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยว ปัจจุบันนี้ในเขตกรุงเทพมหานครมีบริษัททัวร์บริษัทนำเที่ยว ธุรกิจรถเช่าซึ่งมีใบอนุญาตถูกต้อง จำนวน 1,283 แห่ง มีโรงแรมทั้งหมด 289 แห่งกระจายอยู่ทั่วไป โดยเขตที่มีจำนวนโรงแรมมากที่สุด ได้แก่ เขตพระนคร มีจำนวนถึง 35 แห่ง (กรุงเทพมหานคร, 2548) ร้านอาหารและร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกซึ่งตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ตามแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเท่านั้น แต่เพื่อให้บริการที่สมบูรณ์จึงควรมีร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึกอยู่ในบริเวณที่เป็นศูนย์กลางซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงหรือแวะชมเลือกซื้อก่อนเดินทางกลับได้ ในส่วนของร้านอาหารนั้น ได้รับผลกระทบจากฤดูกาลท่องเที่ยว ทำให้การกระจายไปตามแหล่งท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัด ซึ่งอาจแก้ไขได้โดยทำศูนย์บริการนักท่องเที่ยวที่ครอบคลุมพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเชื่อมต่อ

ในกรุงเทพมหานคร มีร้านอาหารหลากหลายประเภทไว้คอยบริการและต้อนรับนักท่องเที่ยวหลายเชื้อชาติ ทั้งอาหารไทย อาหารทะเล ตลอดจนอาหารประจำชาติต่าง ๆ ได้แก่ ฟิลิปปินส์ ฝรั่งเศส เยอรมัน อินเดีย-มุสลิม อินโดนีเซีย อิสราเอล แอฟริกัน อเมริกัน บราซิลเลียน อังกฤษ จีน อิตาลี ญี่ปุ่น เกาหลี เลบานอน กรีก เม็กซิกัน มองโกเลีย พม่า โพลินีเซียน สเปน สวิส เวียดนาม มังสวิรัติ และอาหารจานด่วน (fast-food) (แผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 1(พ.ศ. 2548-2552))

### 1.1.6 แหล่งเงินทุน

มีการให้บริการเงินทุนสำหรับธุรกิจนี้ในระดับหนึ่งจาก SMEs Bank ส่วนใหญ่ให้ความช่วยเหลือบางกรณีเท่านั้น เช่น การเกิดภัยพิบัติ การเกิดโรคระบาด

ได้รับการสนับสนุนจากสถาบันการเงินไม่เพียงพอ เนื่องจากสถาบันการเงินไม่ให้ความเชื่อถือต่อธุรกิจการท่องเที่ยว เพราะยังไม่มีหลักประกันเพียงพอหรือเห็นตัวสินค้าชัดเจน

มักได้รับงบประมาณมาใช้ในการดำเนินโครงการโดยรวมของประเทศผ่านทาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเป็นส่วนใหญ่ เพื่อนำไปใช้จัดแคมเปญหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายระดับประเทศ เช่น เมื่อเร็ว ๆ นี้รัฐได้จัดสรรงบประมาณให้กับทางการท่องเที่ยว แห่งประเทศไทยนำไปจัดกิจกรรม 3,800 ล้านบาท โดยงานที่สำคัญคือ ไทยแลนด์ แกรนด์ อินิทิเอชั่น 2006 เพื่อเฉลิมฉลองการครองราชย์สมบัติของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว 60 ปี และการจัดงานเทรดโชว์ ใน 4 ภูมิภาค ซึ่งจะได้มีการเชิญเอเย่นต์ต่างประเทศเข้ามาสัมผัสของจริงด้วย การร่วมกิจกรรมที่จัดขึ้นในแต่ละภูมิภาค

บางโอกาสก็ได้รับงบประมาณรวมของประเทศจากองค์กรเอกชนทั้งในประเทศ และต่างประเทศบ้าง แต่ก็ยังเป็นงบประมาณรวมที่ผ่านทาง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเช่นกัน

#### 1.1.7 ทรัพยากรท่องเที่ยว

ทรัพยากรทางด้านแหล่งท่องเที่ยวนี้ นับว่ามีอยู่อย่างเพียงพอ เนื่องจากประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจจำนวนมากและมีความหลากหลาย แต่แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งอาจอยู่ในสภาพเสื่อมโทรมไปบ้าง หรือบางแห่งอาจไม่ได้รับความสะดวกสบายเท่าที่ควร

#### 1.1.8 การจัดการด้านต้นทุนโลจิสติกส์ (การขนส่ง)

ปัญหาน้ำมันขึ้นราคาส่งผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวอย่างแน่นอน ไม่ว่าจะเป็นการเดินทางทางน้ำ ทางบก หรือทางอากาศ เมื่อราคาค่าโดยสาร ขนพาหนะต่าง ๆ สูงขึ้น ธุรกิจนำเที่ยวก็ต้องปรับราคาในการนำเที่ยวสูงขึ้นตามไปด้วย แต่ก็ไม่สามารถปรับให้ สูงได้มากนัก เพราะหากราคาโดยรวมสูงเกินไปลูกค้าก็จะไม่ยอมซื้อทัวร์ หรือไม่ยอมใช้บริการ นอกจากนี้สินค้าประเภทอื่น ๆ ก็มีการปรับขึ้นราคาเช่นกัน ดังนั้น ถ้าไรจากการจัดบริการท่องเที่ยวจึงลดน้อยลงไปค่อนข้างมากหรือบางครั้งก็เสี่ยงต่อการขาดทุนด้วย

จากแนวโน้มการปรับสูงขึ้นของราคาน้ำมันที่คาดว่าจะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องทั่วโลก นั้น ทำให้บริษัทหรือสายการบินหลายแห่งมีนโยบายที่จะปรับขึ้นราคาค่าโดยสาร รวมทั้งบริษัทขนส่งทั้งทางบกและทางน้ำด้วย จึงเชื่อว่าจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจบริการนำเที่ยวต่อไปในระยะยาวอย่างแน่นอน

#### 1.1.9 แรงงานที่มีทักษะ

บุคลากรมีมากแต่ความชำนาญบางด้านยังน้อยอยู่ เช่น มัคคุเทศก์บางภาษายังขาดแคลน

หลักสูตรเกี่ยวกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของสถาบันการศึกษายังไม่ลึกซึ้งและตรงกับความต้องการของตลาดมากพอ เช่น การอบรมหลักสูตรมัคคุเทศก์ บางสถาบันการ ศึกษาจัดหลักสูตรที่เน้นการผลิตมัคคุเทศก์ในเชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพ ทำให้มัคคุเทศก์ที่จบการอบรม



และสอบได้บัตรมัณฑุเทศก์แล้วแต่ยังไม่มียกขะเพียงพอที่จะประกอบอาชีพได้ หรือทำได้แต่ไม่ดีเท่าที่ควร

## 1.2 เจ็อนใจด้านอุปสงค์

### 1.2.1 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศ โดยมีการเดินทางท่องเที่ยวด้วยตัวเองมากขึ้น จากเดิมที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักเดินทางท่องเที่ยวเป็นกลุ่มมากับบริษัททัวร์ ซึ่งอาจเนื่องมาจากปัจจัยหลายประการ เช่น

- การที่นักท่องเที่ยวสามารถศึกษาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ได้จากสื่อที่ทันสมัยและสะดวกสบายหลายประเภท โดยเฉพาะทางอินเทอร์เน็ต ทำให้ทราบข้อมูลล่วงหน้า และสามารถวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งต่าง ๆ ได้เอง

- นักท่องเที่ยวต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยว จึงมักตัดสินใจใช้จ่ายเฉพาะสิ่งจำเป็น คือ ค่าตัวเครื่องบิน ค่าพาหนะต่าง ๆ ค่าอาหาร แต่จะไม่ยอมเสียค่าบริการอื่น ๆ เช่น ค่าบริการมัณฑุเทศก์ จึงไม่ซื้อแพคเกจทัวร์ แต่ซื้อเพียงตัวเครื่องบินเพื่อเดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง

- นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเป็นกลุ่มจะมีกำหนดเวลาของการเดินทางกลับที่แน่นอนจึงต้องใช้บริการของบริษัทนำเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวบางกลุ่มวางแผนที่จะท่องเที่ยวเป็นช่วงเวลานาน ไม่มีกำหนดการเดินทางกลับประเทศที่แน่นอน จึงนิยมที่จะท่องเที่ยวด้วยตนเองและเปลี่ยนจุดหมายปลายทางไปเรื่อย ๆ

- กรณีนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมท่องเที่ยวกับครอบครัวด้วยการขับรถไปเองมากกว่า เนื่องจากการประหยัดค่าใช้จ่ายได้มาก และสามารถแวะเที่ยวชมตามจุดต่าง ๆ ได้ตามต้องการ และให้ความรู้สึกที่สะดวกสบายมากกว่าการเดินทางกับบริษัททัวร์ ยกเว้นการเดินทางท่องเที่ยวหรือไปสัมมนาที่ทำงาน

นอกจากนี้ ยังพบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติมีพฤติกรรมการเดินทางชำระร้อยละ 52.58% และเดินทางมาครั้งแรก 47.42% ซึ่งเป็นการเดินทางมาเองร้อยละ 59.78 พักเฉลี่ย 9.42 วัน เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวร้อยละ 40.22 พักเฉลี่ย 6.71 วัน ส่วนกิจกรรมยอดนิยม 5 อันดับ ได้แก่ ซื้อสินค้า ทานอาหาร นวดแผนโบราณ ชมวิวทิวทัศน์ และเที่ยวราตรี ส่วนทางด้านพฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวไทย พบว่าส่วนใหญ่เป็นการเดินทางเองถึงร้อยละ 92.15 อีกร้อยละ 7.85 เป็นการเดินทางโดยใช้บริการบริษัทนำเที่ยว สำหรับกิจกรรมยอดนิยม 5 อันดับ ได้แก่ ซื้อสินค้า ทานอาหาร ชมวิวทิวทัศน์ ทำบุญไหว้พระ พักผ่อนปิกนิก ([www.thainews70.com](http://www.thainews70.com))

### 1.2.2 อุปสงค์ของผู้บริโภค

**ตลาดภายในประเทศ** สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวของคนไทยภายในประเทศ ยังคงเป็นไปตามแรงขับเคลื่อนให้คนไทยเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่องจากปีที่ผ่านมา อีกทั้งในตลอดทั้งปี 2547 ก็ยังได้มีการส่งเสริมกระตุ้นให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ ทั้งการส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวระดับนานาชาติให้มีสีสันตลอดทั้งปี การจัดงานส่งเสริมการขายตลาดนัดผู้บริโภค (Consumer Fair) การส่งเสริมโครงการวันธรรมดาที่ไม่ธรรมดา โครงการสวรรค์ที่พักของนักเดินทาง (Unseen Paradise) โครงการท่องเที่ยววันเดียวเที่ยวสนุก โครงการเที่ยวไทยข้ามภูมิภาค เป็นต้น

**ตลาดต่างประเทศ** สำหรับนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยนั้น มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นสูงจากการฟื้นกลับคืนเข้าสู่ภาวะปกติ ภายหลังจากประเทศไทยได้รับผลกระทบจากวิกฤตการณ์ผลกระทบสงครามระหว่างสหรัฐกับอิรัก และการแพร่ระบาดของโรกระบบทางเดินหายใจเฉียบพลันรุนแรง (SARS : Severe Acute Respiratory Syndrome) จากหลายประเทศโดยรอบ ซึ่งภายหลังจากเหตุการณ์ดังกล่าวประเทศไทยได้ดำเนินการส่งเสริมการท่องเที่ยวในต่างประเทศอย่างหนักเพื่อมุ่งหวังช่วงชิงส่วนแบ่งตลาดที่หายไปในช่วงที่เกิดวิกฤตการณ์ให้กลับคืน จากสภาวะดังกล่าวหลายประเทศที่ได้รับผลกระทบเช่นเดียวกับ

### 1.3 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน

#### 1.3.1 การรวมกันเป็น Cluster

การรวมตัวของธุรกิจนำเที่ยวที่แสดงว่า “แบบธรรมชาติ” หมายถึง การรวมกันของธุรกิจ ในอุตสาหกรรมเดียวกันบนพื้นฐานการแข่งขันกัน ให้ความช่วยเหลือเกื้อกูล กันสำหรับสิ่งที่จะเป็นประโยชน์ในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว และมีการรวมกลุ่มกัน โดยการร่วมรณรงค์โครงการต่าง ๆ จากการสนับสนุนของภาครัฐ

#### 1.3.2 จำนวนสมาคม/ชมรม

การรวมตัวของภาครัฐ ทำให้มีสมาคมกลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยวหลัก 5 สมาคม คือ สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย สมาคมธุรกิจท่องเที่ยวภายในประเทศ สมาคมท่องเที่ยวเชิงผจญภัยและอนุรักษ์ และ สมาคมไทยบริการท่องเที่ยว จึงได้สร้างมิติใหม่ให้กับแวดวงอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ด้วยการจับมือร่วมลงนามบันทึกความเข้าใจ (MOU) จัดตั้งเป็น “สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย (สสทท.)” หรือ Federation of Thai Tourism Associations (FETTA) ซึ่งทั้ง 5 สมาคมนี้มีสมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยวรวมกันกว่า 2,700 ราย ที่มีบทบาทอย่างสูงต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เพราะมีทั้งด้าน Inbound Outbound Domestic และธุรกิจโรงแรม โดยจะไม่มีการแต่งตั้งนายกสหพันธ์ฯ เพราะทุกสมาคมจะรับผิดชอบเท่ากัน ในส่วนที่แต่ละสมาคมมีความถนัด เพื่อร่วมแก้ปัญหาการท่องเที่ยวแบบครบวงจร โดยเฉพาะการแก้ปัญหาเฉพาะหน้าที่เกิดขึ้นให้มีความคล่องตัวรวดเร็วและตรงจุด เพราะผู้ประกอบการจะเข้าถึงถึงปัญหา

โดยตรง รู้ข้อมูลรายละเอียดได้ลึกซึ้ง สามารถนำเสนอปัญหาและการแก้ไขไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาหรือการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ถูกต้องมากกว่า ทั้งนี้ นโยบายหลักของการจัดตั้งสหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทยในครั้งนี้ ก็เพื่อทำหน้าที่ส่งเสริมกิจกรรมและพัฒนาด้านการตลาดท่องเที่ยวในระดับประเทศ รวมทั้งการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เจริญเติบโตไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งจะมีทั้งแผนระยะสั้นและระยะยาว(สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย:2549)

### 1.3.3 การเชื่อมโยงของธุรกิจต่าง ๆ

ธุรกิจบริการนำเที่ยวมีการเชื่อมโยงกับธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอยู่ในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวทั้งหมด ไม่ว่าจะเป็น ธุรกิจการขนส่ง ร้านอาหาร โรงแรมที่พัก ร้านจำหน่ายสินค้า หรือของที่ระลึก แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ธุรกิจบริการด้านกิจกรรม (เช่น ดำน้ำ ตกปลา กีฬา กิจกรรม ผจญภัย ฯลฯ) ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเชื่อมโยงโดยธรรมชาติ ตามห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain)

## 1.4 บริบทของการแข่งขัน

ปัจจุบันสภาพการแข่งขันในธุรกิจนำเที่ยวทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น จำนวนบริษัทนำเที่ยวมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มีปัญหาการตัดราคากัน โดยเฉพาะในช่วง Low Season ที่จะมีการแข่งขันด้านการตัดราคากระหว่างบริษัททัวร์ ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน โรงแรม และที่พักต่าง ๆ

- การแข่งขันในธุรกิจนี้ไม่เพียงแต่ต้องแข่งขันกับบริษัทภายในประเทศเท่านั้น แต่การแข่งขันกับต่างประเทศก็มีค่อนข้างสูง เนื่องจากปัจจุบันทุก ประเทศล้วนมุ่งเน้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักที่จะสร้างรายได้และค้ำจุนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งแต่ละประเทศต่างก็มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและน่าสนใจเป็นของตัวเองอยู่แล้ว ทั้งยังมีความพยายามในการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ ขึ้นมารองรับนักท่องเที่ยว อย่างต่อเนื่อง จึงนับว่าในขณะนี้อยู่ในภาวะการแข่งขันที่ดุเดือดทีเดียว โดยเฉพาะในประเทศแถบเอเชียด้วยกัน เช่น จีน เกาหลี ญี่ปุ่น มาเลเซีย สิงคโปร์ หรือแม้แต่เวียดนามและกัมพูชา ล้วนพยายามพัฒนากลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจขึ้นมาเรื่อยๆ นอกจากนี้ บางประเทศยังมีการร่วมมือกันด้านการท่องเที่ยวอีกด้วย เช่น ความร่วมมือระหว่างมาเลเซียและสิงคโปร์ ความร่วมมือของจีนกับฮ่องกง จึงนับเป็นคู่แข่งที่น่ากลัวของธุรกิจนำเที่ยวของไทยไม่น้อย

### 1.4.1 กฎระเบียบข้อบังคับ นโยบาย

หากพิจารณาถึงกฎ ระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ที่ เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว พบว่า ปัจจุบันยังมีกฎระเบียบบางประการของภาครัฐที่ก่อให้เกิดปัญหาบางประการต่ออุตสาหกรรมนี้ เช่น กฎระเบียบเกี่ยวกับสิทธิทางการบินระหว่างประเทศ ซึ่งส่งผลกระทบต่อการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของชาวต่างชาติ ทำให้การเดินทางไม่ สะดวกในบางเส้นทาง จึงมีส่วนให้นักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยกว่าที่ควรจะเป็น นอกจากนี้ การที่ประเทศไทยมีนโยบายเปิดเสรีทางการค้ากับต่างประเทศหรือ FTA ทางด้านการท่องเที่ยวนั้น จากการร่วมเสวนากับกลุ่มผู้ที่มีส่วน

เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมนี้ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วย กับนโยบายดังกล่าวมากนัก เนื่องจากจะเป็นการเอื้อประโยชน์ต่อชาวต่างชาติให้เข้ามาลงทุนเปิดกิจการในประเทศได้ง่ายขึ้น และเมื่อต่างชาติมีบริษัทอยู่ในประเทศไทยก็มักจะใช้บริการจากบริษัทของชาติเดียวกับตนเองแทนการใช้บริการจากบริษัทคนไทย จึงถือเป็นการสูญเสียรายได้ของประเทศเป็นอย่างมาก ทั้งยังเปิดโอกาสให้มัลคูเทศ์ต่างชาติเข้ามาทำงานในประเทศไทย เพื่อทำหน้าที่แทนมัลคูเทศ์คนไทย จึงส่งผลกระทบต่อวิชาชีพนี้โดยตรงด้วย

#### 1.4.2 ปัจจัยในประเทศที่สนับสนุนการลงทุน

สถานการณ์ในปัจจุบันยังถือว่ามีปัจจัยภายในประเทศที่สนับสนุนการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้อยู่ค่อนข้างมาก โดยจำแนกเป็นปัจจัยหลัก ๆ ได้ดังนี้

- ด้านทำเลที่ตั้งของประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความสะดวกสบายด้านการเดินทาง การคมนาคม ที่จะเชื่อมต่อไปยังประเทศต่าง ๆ โดยรอบได้ง่าย
- ทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งมีความหลากหลายและอุดมสมบูรณ์ นักท่องเที่ยวสามารถทำกิจกรรมได้หลากหลายรูปแบบและค่อนข้างมั่นใจได้ในด้านความปลอดภัย นอกจากนี้ยังถือว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยวมีเพียงพอต่อการรองรับนักท่องเที่ยวได้ในระยะยาว แต่ต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมอยู่เสมอ
- ด้านภาพลักษณ์ เนื่องจากประเทศไทยยังคงมีภาพลักษณ์ที่ดีต่อสายตาประชาคมโลกอยู่ ทั้งในด้านของความสวยงามของสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ มีขนบธรรมเนียมประเพณีอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมากมาย การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของชาวไทย และภาพลักษณ์ของการเป็นเมืองที่สงบ ร่มเย็น มีความปลอดภัย ไม่มีปัญหาการสู้รบทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ ทำให้ประเทศไทยยังเป็นทางเลือกอันดับต้น ๆ ของประเทศในภูมิภาคเอเชียที่นักท่องเที่ยวต่างชาติจะพิจารณาเลือกเดินทางมาท่องเที่ยว ทั้งนี้ ข้อมูลจากการสำรวจและจัดอันดับความนิยมของนิตยสารด้านการท่องเที่ยว Conde Nast Traveler และ VISA ระบุว่า ประเทศไทยยังคงอยู่ในกลุ่มกระแสการท่องเที่ยวที่กำลังมาแรง โดยจัดอยู่ในอันดับที่ 18 ของโลก และอันดับที่ 2 ของเอเชีย ซึ่งรองจากจีนนั่นเอง อย่างไรก็ตาม หากเป็นการวางแผนเดินทางในระยะ 1 ปี พบว่าไทยเป็นจุดหมายอันดับหนึ่งของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ แต่ถ้าเป็นการวางแผนเดินทางในระยะ 6 เดือน ความนิยมของไทยจะอยู่ในอันดับ 2 รองจากจีน
- อัตราค่าครองชีพโดยรวมของไทยที่ยังถือว่าไม่สูงมากนัก ทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาไม่สูงจนเกินไป เมื่อเทียบกับความคุ้มค่าที่จะได้รับ และเมื่อเทียบกับบางประเทศในภูมิภาคเดียวกันนี้ที่ยังถือว่ามียค่าใช้จ่ายค่อนข้างแพง เช่น สิงคโปร์ ฮองกง จึงมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่า

- ประเทศไทยมีหน่วยงานสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวอยู่ในหลาย ๆ ประเทศด้วยกัน โดยเฉพาะสำนักงานสาขาต่างประเทศของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งมีอยู่ 18 สำนักงาน ใน 15 ประเทศทั่วโลก อันจะมีส่วนช่วยในการทำการตลาดและประชาสัมพันธ์เชิญชวนนักท่องเที่ยวในประเทศนั้น ๆ ให้มาเที่ยวประเทศไทยได้มากเช่นกัน

- หน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนพยายามร่วมมือกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายที่น่าสนใจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้หันมาเที่ยวเมืองไทยมากขึ้น อีกทั้งในการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ก็ได้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศด้วย

นอกจากนี้ การเปิดใช้สนามบินสุวรรณภูมิอย่างเป็นทางการที่จะเกิดขึ้นภายในเดือนกันยายน 2549 ก็เป็นปัจจัยที่จะช่วยส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมนี้ได้เป็นอย่างมาก เพราะมีการเพิ่มจำนวนของสายการบินระหว่างประเทศและจำนวนเที่ยวบิน อย่างต่อเนื่อง อันจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางมาประเทศไทยได้มากขึ้น

#### 1.4.3 การปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง

ผู้ประกอบการบริษัทยาน่าเที่ยวมีการปรับปรุงประสิทธิภาพอยู่ในระดับค่อนข้างน้อยมักเป็นการรอความช่วยเหลือจากรัฐบาลมากกว่าการพัฒนาด้วยตนเอง ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการขาดแคลนเงินทุนและความรู้ ตลอดจนประสบการณ์บางด้านที่จะช่วยในการปรับปรุงคุณภาพสินค้าของตนเอง ดังนั้น เมื่อเกิดภาวะการแข่งขันค่อนข้างสูงในปัจจุบัน แทนที่ผู้ประกอบการจะต่อสู้กับคู่แข่งด้วยประสิทธิภาพหรือคุณภาพ จึงมักเป็นไปในทางตรงกันข้าม คือลดประสิทธิภาพลงและลดราคา หรือตัดราคากันเองเพื่อแย่งลูกค้า

#### 1.4.4 บรรยากาศการแข่งขัน

ปัจจุบันนับว่าอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวมีบรรยากาศการแข่งขันค่อนข้างรุนแรง ทั้งการแข่งขันกับต่างประเทศและการแข่งขันกันเองของผู้ประกอบการภายในประเทศ กล่าวคือ ขณะนี้ทุกประเทศล้วนมีนโยบายในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของตน เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นจำนวนมาก และทุกประเทศล้วนมีทรัพยากรการท่องเที่ยวอยู่มากมาย จึงมีการส่งเสริมพัฒนาอุตสาหกรรมนี้มากขึ้นเรื่อย ๆ ประเทศไทยจึงต้องเผชิญกับภาวะการแข่งขันกับต่างประเทศอย่าง รุนแรง โดยเฉพาะกับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น เวียดนาม มาเลเซีย สิงคโปร์ ซึ่งประเทศเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของตน มีการสร้างแหล่งท่องเที่ยวใหม่เท่านั้น แต่ยังมี การสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของกันและกัน เพื่อนำไปสู่ความเข้มแข็งในการแข่งขันกับประเทศอื่น ๆ อีกด้วย จึงนับเป็นเรื่องที่น่าวิตกสำหรับประเทศไทยในการที่จะถูกแย่งตลาดไปได้สูงในอนาคต นอกจากนี้ ผู้ประกอบการของอุตสาหกรรมนี้ก็มีการแข่งขันกันเองภายในประเทศสูงเช่นกัน เนื่องจากบริษัทมีจำนวนมาก แต่ นักท่องเที่ยวยังถือว่าเป็นจำนวนน้อย บริษัทต่าง ๆ จึงต้อง

แย่งลูกค้ากันโดยการดึงลูกค้าด้วยวิธีการต่าง ๆ และวิธีการหนึ่งก็คือ การลดราคาหรือการตัดราคากันนั่นเอง

ตารางที่ 1.1 สรุปการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยว

หมวดข้อมูล	รายละเอียดข้อมูลธุรกิจบริการนำเที่ยว	
	ประเทศ	กรุงเทพมหานคร
<b>ปัจจัยการผลิต</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>• นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</li> <li>- มูลค่าตลาด</li> <li>- อัตราความเติบโต</li> <li>- จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ</li> <li>- อัตราความเติบโต</li> </ul>	3.68 แสนล้านบาท ลดลง 4.42% 11.52 ล้านคน ลดลง 1.15%)	1.64 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 7% 10.52 ล้านคน เพิ่มขึ้น 6.18%)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• นักท่องเที่ยวชาวไทย</li> <li>- มูลค่าตลาด</li> <li>- อัตราความเติบโต</li> <li>- จำนวนนักท่องเที่ยวไทย</li> <li>- อัตราความเติบโต</li> </ul>	3.35 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 8.63% 79.5 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้น 15.57%	1.7 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้น 24.55% 14.49 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้น 7.27%
• จำนวนผู้ประกอบการ ธุรกิจนำเที่ยว	6,688 บริษัท	รวม 3,084 บริษัท (รวมทั้งขนาดใหญ่, กลาง และเล็ก)
• จำนวนโรงแรม	3,586 ราย	332 ราย
• จำนวนผู้ปฏิบัติงานในกิจการโรงแรม เกสต์เฮาส์ และภัตตาคาร	810,072 คน	45,325 คน
• จำนวนผู้ใช้แรงงานของทั้ง อุตสาหกรรม	ประมาณ 1.7 ล้านคน	N/A
• สาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน	มีในระดับต้นๆ	มีในระดับต้นๆ
• แหล่งเงินทุน	11 ธนาคารของรัฐ 22 ธนาคารพาณิชย์ 4,249 สาขา + 21 บริษัทเงินทุน	4 ธนาคารของรัฐที่เกี่ยวข้อง 22 ธนาคารพาณิชย์ 1,405 สาขา + 21 บริษัทเงินทุน
• ทรัพยากรการท่องเที่ยว	เพียงพอ	เพียงพอ แต่ต้องปรับปรุง
• แรงงานที่มีทักษะ	ขาดแคลน โดยเฉพาะทางด้านภาษา	ขาดแคลน โดยเฉพาะทางด้านภาษา
• การจัดการด้านต้นทุนโลจิสติกส์	ควบคุมต้นทุนลำบาก เพราะราคาน้ำมันสูงขึ้นเรื่อย ๆ	ควบคุมต้นทุนลำบาก เพราะราคาน้ำมันสูงขึ้นเรื่อย ๆ

ตารางที่ 1.1 (ต่อ) สรุปการวิเคราะห์เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจนำเที่ยว

หมวดข้อมูล	รายละเอียดข้อมูลธุรกิจบริการนำเที่ยว	
	ประเทศ	กรุงเทพมหานคร
<b>อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกัน</b>		
• การรวมตัวกันเป็น Cluster	มีการรวมตัวแบบธรรมชาติ	มีการรวมตัวแบบธรรมชาติ
• จำนวนสมาคม/ชมรม	83	ทั้งอุตสาหกรรมมี 26 สมาคม ที่เกี่ยวข้องโดยตรงมี 5 สมาคม
• การเชื่อมโยงของธุรกิจต่าง ๆ	เชื่อมโยงโดยธรรมชาติ	เชื่อมโยงโดยธรรมชาติ
<b>บริบทของการแข่งขัน</b>		
• กฎระเบียบ ข้อบังคับ นโยบายรัฐบาล	ก่อกำหนดบางประการ	ก่อกำหนดบางประการ
• ปัจจัยในประเทศที่สนับสนุนการลงทุน	มาก	มาก
• การปรับปรุงประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง	มีน้อย	มีน้อย
• บรรยากาศการแข่งขัน	รุนแรง	รุนแรง
<b>เงื่อนไขด้านอุปสงค์</b>		
• พฤติกรรมของนักท่องเที่ยว	เปลี่ยนรูปแบบ	เปลี่ยนรูปแบบ
- เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ	52.58%	N/A
- เดินทางมาท่องเที่ยวครั้งแรก	47.42%	N/A
- เดินทางมาท่องเที่ยวเอง / พักเฉลี่ย	59.78% / พักเฉลี่ย 9.42 วัน	76.32% / 3.92 วัน
- เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยว / พักเฉลี่ย	40.22% / พักเฉลี่ย 6.71 วัน	23.68% / 3.20 วัน

## 2. ภาพรวมของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้จำนวนมหาศาล ให้กับระบบเศรษฐกิจ ของประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม จากรายงานขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization : WTO) ในปี พ.ศ. 2548 พบว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางทั่วโลกเป็นจำนวนทั้งสิ้น 808 ล้านคน เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.5 จากปี พ.ศ. 2547 โดยเดินทางท่องเที่ยวในภูมิภาคยุโรปมากที่สุด ด้วยจำนวนนักท่องเที่ยว 441 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 55 รองลงมาได้แก่ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก 156 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 20 ภูมิภาคอเมริกา 133 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 16 ภูมิภาคตะวันออกกลาง 39 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 5 และภูมิภาคแอฟริกาได้ 37 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

สำหรับในประเทศไทยนั้น จากสถิติของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมทั้งสิ้นประมาณ 11.52 ล้านคน ลดลง

จากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 1.15 สร้างรายได้ให้กับประเทศ คิดเป็นมูลค่ากว่า 400,000 ล้านบาท ลดลงจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 4.42 ซึ่งเป็นผลมาจากเหตุการณ์ธรณีพิบัติภัยและความไม่สงบใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากแหล่งท่องเที่ยวที่ เกิดใหม่ (เวียตนาม จีน อินเดีย ) และการสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ (ญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลี ) การชะลอตัวดังกล่าวยังอยู่ในภาวะที่ไม่รุนแรงนัก อันเป็นผลจากความพยายามในการกระตุ้นตลาด และการเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัยอย่างเร่งด่วน ของภาครัฐบาลและเอกชนที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยกระทบกระเทือนจากภาวะวิกฤตรอบด้านเพียงเล็กน้อยเท่านั้น สำหรับในช่วงไตรมาสแรกของปี พ.ศ.2549 นั้น มีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเที่ยวทั้งสิ้นจำนวน 3.25 ล้านคน หรือเติบโตร้อยละ 21.7 จากช่วงเดียวกันของปีพ.ศ. 2548 (11 กรกฎาคม พ.ศ. 2549, เข้าถึงได้จาก <http://www.bangkokbiznews.com>) นอกจากนั้นจากรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2548 ยังระบุว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นอันดับที่ 21 ของโลก และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นลำดับที่ 16 ของโลก มีการขยายตัวอย่าง รวดเร็วและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ และกรุงเทพมหานครยังเป็นศูนย์กลาง ในการบริการข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ และเป็นศูนย์รวมของนักท่องเที่ยวก่อนเดินทางสู่ภูมิภาคอื่นต่อไป (WTO, 2548) ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยวเป็นจำนวน 79.5 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.57 สร้างรายได้ 3.35 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.63

กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นประตู สู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและภูมิภาคอินโดจีน ปัจจุบันมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับหนึ่ง (WTO, 2548) ตลอดจนมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี อาทิ มีจำนวนธุรกิจนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพฯ จำนวนทั้งสิ้น 3,084 บริษัท (ที่มา: สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพมหานคร มิถุนายน, 2549) ธุรกิจรถเช่าซึ่งมีใบอนุญาตถูกต้อง จำนวน 1,283 แห่ง และจำนวนโรงแรมที่ได้รับใบอนุญาตประกอบกิจการในกรุงเทพฯ มากถึง 332 ราย โดยเฉลี่ยอยู่ในระดับ 3-4 ดาว นอกจากนี้ยังมีร้านอาหารหลากหลายประเภทไว้คอยบริการต้อนรับนักท่องเที่ยวหลายเชื้อชาติ ทั้งอาหารไทย อาหารทะเล ตลอดจนอาหารประจำชาติต่างๆ (แผนแม่บทเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวกรุงเทพมหานคร ฉบับที่ 1 พ.ศ. 2548 - 2552) โดยในปี พ.ศ. 2548 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครรวมทั้งสิ้นประมาณ 10.52 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 6.18 สร้างรายได้ คิดเป็นมูลค่ากว่า 1.64 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาคิดเป็นร้อยละ 7 ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการเดินทางท่องเที่ยว กรุงเทพมหานครเป็นจำนวน 14.49 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 7.27 สร้างรายได้ 1.7 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.55



ในด้านการส่งเสริมผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่ามีปัจจัยที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมนี้ ไม่ว่าจะเป็นการสนับสนุนด้านเงินทุนจากสถาบันการเงินต่าง ๆ ทั้งจากสถาบันการเงินของรัฐ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ธนาคารเพื่อการส่งออก และนำเข้าแห่งประเทศไทย เป็นต้น อีกทั้งยังมีธนาคารพาณิชย์ที่รองรับนโยบายของรัฐในการกระตุ้นและพัฒนาวิสาหกิจต่าง ๆ อีก 22 ธนาคาร 1,405 สาขาในกรุงเทพมหานคร (ธนาคารแห่งประเทศไทย : ธันวาคม 2548) ด้านทำเลที่ตั้งถือว่าเป็นศูนย์กลางของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีความสะดวกสบายด้านการเดินทาง การคมนาคม ที่จะเชื่อมต่อไปยังประเทศต่าง ๆ โดยรอบได้ง่าย ทรัพยากรการท่องเที่ยว ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรม ภาพลักษณ์และการมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีของ ชาวไทย รวมถึงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่ไม่สูงมากนัก ทั้งหมดนี้ล้วนส่งผลให้แนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางมากรุงเทพมหานครเพิ่มขึ้นทุกปี (WTO,2548) ซึ่งส่งผลเชิงบวกต่อการลงทุนของผู้ประกอบการ แม้ว่าบุคลากรในอุตสาหกรรมนี้ยังมีจำนวนไม่น้อยที่ขาดความรู้ ความสามารถและทักษะบางประการ ทั้งในระดับบริหารและปฏิบัติการ อย่างไรก็ตาม การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการทั้งในระดับสมาคม ชมรม ล้วนมีบทบาทอย่างสูงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ กรุงเทพมหานคร (สหพันธ์สมาคมท่องเที่ยวไทย : 2549)

#### **แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว**

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนผลักดันระบบเศรษฐกิจของประเทศ กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็น ศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศนั้นมีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน มีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย (WTO, 2548) มีนักท่องเที่ยวจำนวนไม่น้อยที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และจากการที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากนี้เองส่งผลให้ จำนวนธุรกิจนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานครขยายตัวอย่างรวดเร็ว โดยในปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 3,084 บริษัท (ที่มา : สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพมหานคร มิถุนายน, 2549) ดังนั้นการที่จะพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้มีความเข้มแข็งและยืนหยัดอยู่ได้ จึงจำเป็นต้องผลักดันให้เกิดการรวมตัวและเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน ซึ่ง **ธุรกิจหลักสำคัญ** ที่ได้รับการพัฒนาในอุตสาหกรรมนี้ คือ **ธุรกิจบริการนำเที่ยว หรือบริษัททัวร์** นั่นเอง เนื่องจากหากธุรกิจนี้มีการพัฒนาให้เกิดความเข้มแข็งแล้วนั้นก็จะเป็นการผลักดันให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยเจริญเติบโตอย่างแน่นอน

ในการดำเนินงานธุรกิจบริการนำเที่ยวของกรุงเทพฯนั้นต้องอาศัย **ปัจจัยการผลิต** อันได้แก่ **แหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย** เช่น วัด วัง คลอง วิถีชีวิตดั้งเดิม เทศกาลงานประเพณี งานจัดประชุมและสัมมนา แหล่ง shoppingที่มีความหลากหลาย ฯลฯ อีกทั้งกรุงเทพฯมี **สถานที่พักผ่อนที่**

**ได้มาตรฐาน** หลากหลายราคาไว้รองรับนักท่องเที่ยว **ธุรกิจภัตตาคาร/ร้านอาหาร** เป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจบริการนำเที่ยวอย่างมาก เนื่องจากธุรกิจบริการนำเที่ยวจะต้องมีการจัดเตรียมอาหารเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจอาหารในกรุงเทพฯ นั้นมีหลายประเภท เช่น ภัตตาคาร ศูนย์อาหารจานด่วน ครัว นออาหารพื้นเมือง ร้านอาหารนานาชาติ ร้านอาหารทะเล ตลาดโต้รุ่ง หรือแม้กระทั่งรถเข็น หาบเร่ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมี **ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการ** ที่เพียงพอปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการอยู่ได้นั้นก็คือ **เงินทุน** ผู้ประกอบการต้องอาศัยเงินในการลงทุน การดำเนินกิจการและขยายกิจการให้ดียิ่งขึ้นไป โดยมีตลาด (ปลายน้ำ) คือ **นักท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ**

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการที่เกิดจากการผสมผสานธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้าด้วยกัน ดังนั้น การพัฒนาการท่องเที่ยวจะเกิดขึ้นได้จึงต้องอาศัย **อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง** ซึ่งนอกเหนือจาก ธุรกิจบริการนำเที่ยว ดังต่อไปนี้

**1. ธุรกิจขนส่ง** อันได้แก่ การบริการการขนส่งทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ทั้งใน ส่วนของการบริการจากภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งกรุงเทพฯ ถือเป็น ศูนย์รวมของการคมนาคมขนส่งระดับประเทศ และภูมิภาคอินโดจีน นักท่องเที่ยว สามารถเดินทางสู่ภูมิภาคอื่น ๆ ต่อไป ได้อย่างสะดวก

**2. ธุรกิจการพาณิชย์(shopping)** นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวที่นั่น นอกจากจะมีความจำเป็นต้องใช้สินค้าอุปโภคและบริโภคระหว่างการเดินทางแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่มีความต้องการที่จะเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ในห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ ในกรุงเทพฯ ไม่ว่าจะเป็นศูนย์การค้าต่าง ๆ เช่น สยามพารากอน มาบุญครอง เอ็มโพเรียม ตลอดจนศูนย์ค้าส่งย่านประตูน้ำ ตลอดจน สินค้าที่ระลึก ซึ่งส่วนใหญ่ศูนย์จำหน่ายสินค้าที่ระลึก จะเป็นการรวมสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย มาไว้ที่กรุงเทพฯ นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้ไม่ว่าจะเป็น ศูนย์ OTOP ร้านขายของฝาก ไนท์บาร์ซาร์ ถนนข้าวสาร ตลาดนัดจตุจักร เป็นต้น

**3. ธุรกิจบันเทิง** มีแหล่งบันเทิงมากมายหลายรูปแบบและเป็นแหล่งท่องเที่ยวอันดับต้น ๆ ของประเทศที่นักท่องเที่ยวต่างชาติรู้จักและสนใจ สถานบันเทิงสร้างรายได้มหาศาลแก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ในขณะที่เดียวกันก็ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่ไม่ดีต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังนั้น เราควรมีมาตรการการควบคุมธุรกิจสถานบันเทิงให้มีการดำเนินการที่เหมาะสม เพื่อเป็นการแก้ไขความเข้าใจที่ถูกต้องและเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวประเทศไทยอีกด้วย

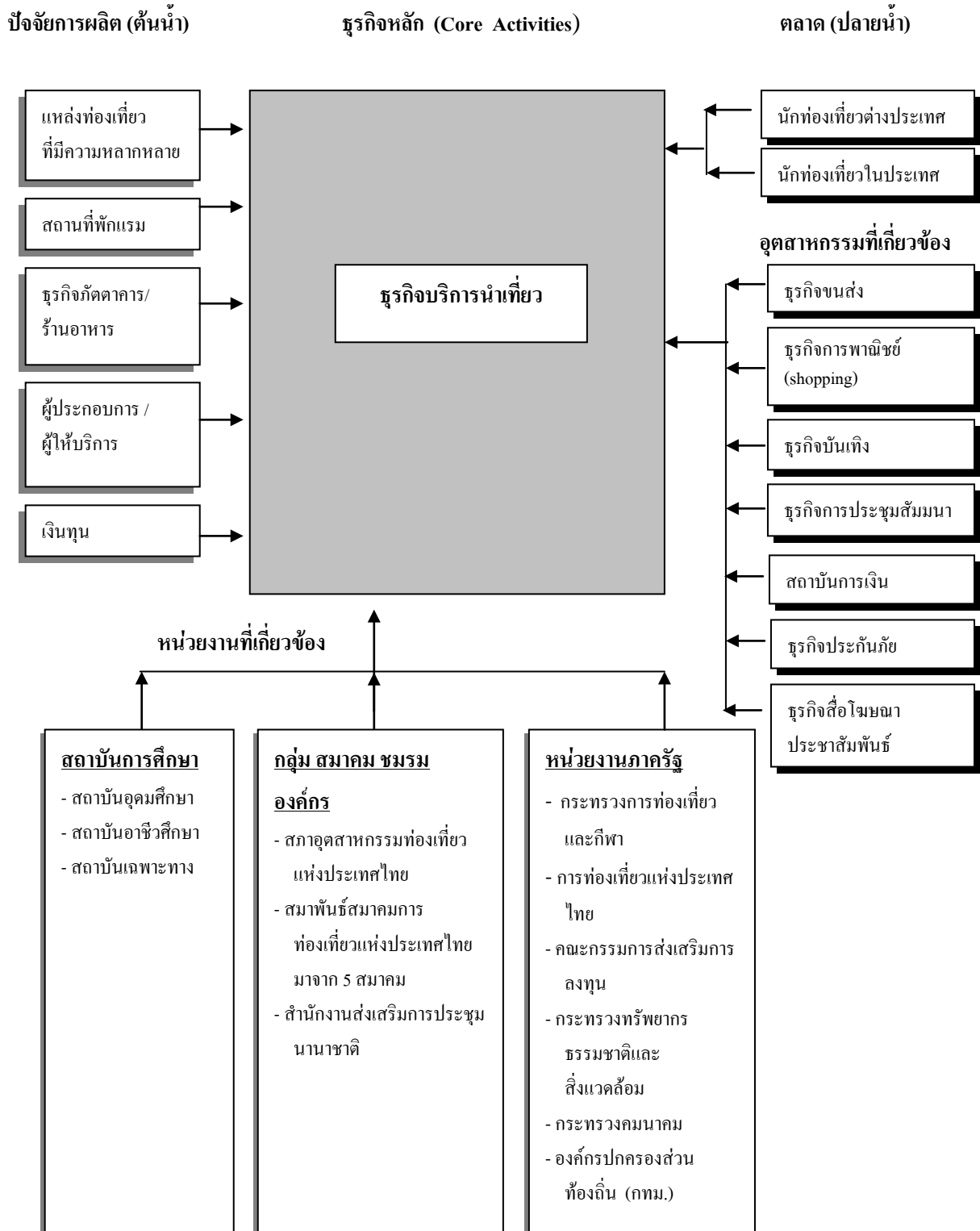
**4. ธุรกิจการประชุมสัมมนา** กรุงเทพฯ มีสถานที่รองรับการจัดประชุมสัมมนาขนาดใหญ่และมีความหลากหลาย สามารถรองรับการจัดประชุมได้หลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็น อิมแพ็ค

อารีนา เมืองทองธานี BITEC ศูนย์การประชุมแห่งชาติสิริกิติ์ เป็นต้น ซึ่งธุรกิจการประชุมสัมมนา  
นี้ส่งผลให้เกิดรายได้จำนวนไม่น้อยต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

นอกจากธุรกิจข้างต้นแล้วนั้น ยังมีธุรกิจอื่น ๆ ที่สำคัญเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรม  
ท่องเที่ยวไม่น้อย ทั้งในส่วนของสถาบันการเงิน ที่สนับสนุนทางด้านเงินทุนให้กับผู้ประกอบการต่าง  
ๆ ในอุตสาหกรรมนี้ อีกทั้งต้องมีการเชื่อมโยงกับธุรกิจประกันภัย ซึ่งธุรกิจบริการนำเที่ยวหรือบริษัท  
ทัวร์ จำเป็นต้องมีการทำประกันให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างความมั่งคั่งระหว่าง  
การเดินทางไปกับบริษัททัวร์นั้น ๆ อีกทั้งต้องมี **ธุรกิจสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์** ผ่านสื่อต่าง ๆ อย่าง  
สม่ำเสมอโดยให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเพื่อให้เป็นที่รู้จัก สนใจ และเกิดการตัดสินใจซื้อในที่สุด

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเติบโตได้นั้น มิใช่จะขึ้นอยู่กับความร่วมมือและการ  
เชื่อมโยงกันระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องเท่านั้น หากแต่ยังต้องอาศัยการสนับสนุนและความร่วมมือ  
จากหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็น **สถาบันการศึกษา** ที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลิต  
บุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญ อันจะสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในสายงาน  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังมีส่วนพัฒนาทักษะความรู้ต่าง ๆ ให้แก่ผู้ประกอบการและ  
แรงงาน เช่น การจัดการฝึกอบรมทักษะการให้บริการต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งในเขตกรุงเทพฯ นี้มี  
สถาบันการศึกษาจำนวนมากทั้งในระดับอุดมศึกษา อาชีวศึกษา และสถาบันเฉพาะทางต่าง ๆ ที่เปิด  
สอนหลักสูตรทางด้านการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังต้องพึ่งพาภาครวมกลุ่มของ **สมาคม ชมรม  
องค์กร** ต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น **สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาพันธ์สมาคมการค้า  
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสำนักงานส่งเสริมการประชุมนานาชาติ** เพื่อให้เกิดความร่วมมือซึ่ง  
กันและกัน อันจะเป็นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมนี้ได้เป็นอย่างดี และที่สำคัญคือควร  
ได้รับการส่งเสริมจาก **หน่วยงานภาครัฐ** ที่เกี่ยวข้อง เริ่มตั้งแต่ **กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การ  
ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (กรุงเทพฯ)** ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาการ  
ท่องเที่ยวของประเทศไทย **คณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน** ที่สนับสนุนทางด้านเงินทุนให้กับ  
ผู้ประกอบการต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมนี้ **กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม** ซึ่งมีหน้าที่  
ในการควบคุมดูแลการใช้ทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ ของประเทศให้เป็นไปอย่างเรียบร้อยและคงอยู่  
อย่างยั่งยืน รวมทั้ง **กระทรวงการคมนาคม** ที่อำนวยความสะดวกในเรื่องการเดินทางไปยังแหล่ง  
ท่องเที่ยวต่าง ๆ และที่สำคัญก็คือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับพื้นที่ อันได้แก่ **องค์กรปกครอง  
ส่วนท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร** ที่มีส่วนในการควบคุมดูแลการดำเนินงานต่าง ๆ ให้เป็นไปด้วยความ  
เรียบร้อย ตลอดจนการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครให้ดียิ่งขึ้น  
ต่อไป ดังรายละเอียดในภาพที่ 1.1

ภาพที่ 1.1 แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว



### 3. การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

จากการศึกษาวิเคราะห์และประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจ โดยใช้หลักทฤษฎี Diamond Model ตามกรอบแนวคิดของ Professor Michael E. Porter พบจุดแข็งและจุดอ่อนของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญที่จะต้องส่งเสริมหรือปรับปรุงเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการนำเที่ยว ของกรุงเทพมหานครอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงกันระหว่างทุกปัจจัยหลักที่เกี่ยวข้อง ซึ่งกล่าวโดยสรุปตามหลักทฤษฎีในแต่ละปัจจัยได้ดังนี้

การวิเคราะห์สถานการณ์ จุดแข็ง (Strength) จุดอ่อน (Weakness) โอกาส (Opportunity) และ ภัยคุกคาม (Threat) ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว (กรุงเทพ ฯ)

#### ส่วนที่ 1 เงื่อนไขปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

##### 1.1 จุดแข็ง (Strength)

- 1.1.1 ผู้ประกอบการมีการรวมตัวกันแบบธรรมชาติ มีโอกาสพัฒนาเป็นเครือข่ายได้
- 1.1.2 ท่าอากาศยานของกรุงเทพ ฯ ถือเป็นศูนย์กลาง ซึ่งเป็นจุดกระจายนักท่องเที่ยวไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและสู่ภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้
- 1.1.3 ทรัพยากรการท่องเที่ยวของกรุงเทพ ฯ มีเพียงพอ โดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและมีความหลากหลายของกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว
- 1.1.4 การบริการรับส่งนักท่องเที่ยวของสมาคมไทยธุรกิจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพสูง
- 1.1.5 จำนวนบริษัทนำเที่ยวมีเพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทำให้มีการบริการอย่างทั่วถึงและเพิ่มทางเลือกให้กับลูกค้า
- 1.1.6 จำนวนสถานที่พักในกรุงเทพ ฯ มีเพียงพอ
- 1.1.7 โรงแรมมีการจัดระดับมาตรฐาน การบริการ อีกทั้งราคาเหมาะสม จึง ได้รับการยอมรับจากนักท่องเที่ยว
- 1.1.8 ค่าใช้จ่ายทางการท่องเที่ยวมีราคาถูก

##### 1.2 จุดอ่อน (Weakness)

- 1.2.1 ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวมีข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจหรือการขยายกิจการ เนื่องจากส่วนใหญ่ใช้เงินทุนของตนเองเป็นหลัก
- 1.2.2 บุคลากรทั้งระดับบริหารและปฏิบัติการมีจำนวนเพียงพอในระดับหนึ่ง แต่ยังขาดความรู้ ทักษะและความชำนาญที่เกี่ยวกับสายงานอาชีพ
- 1.2.3 การดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ยังไม่ต่อเนื่อง ขาดการอนุรักษ์อย่างจริงจัง

1.2.4 การเอารัดเอาเปรียบและรบกวนนักท่องเที่ยวต่างชาติตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ โดยบุคคลคนบางกลุ่ม

## ส่วนที่ 2 เงื่อนไขด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

### 2.1 จุดแข็ง (Strength)

2.1.1 ระบบ E-Commerce ช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวและถือเป็นช่องทาง การซื้อขายสินค้าที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น

### 2.2 จุดอ่อน (Weakness)

2.2.1 ปัญหาความไม่สงบส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลง

2.2.2 นักท่องเที่ยวต่างชาติบางกลุ่มยังได้รับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประเทศไทยบิดเบือน จากความเป็นจริง เช่น ความล้ำหลังของประเทศไทย

## ส่วนที่ 3 บริบทของการแข่งขันและกลยุทธ์ของบริษัท (Context for Firm Structure and Rivalry)

### 3.1 จุดแข็ง (Strength)

3.1.1 อุปนิสัยความเป็นเจ้าบ้านของคนไทย ได้รับการยอมรับจากชาวต่างชาติสูง สามารถสร้างความประทับใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ดี

3.1.2 การเพิ่มจำนวนของสายการบินต่าง ๆ มีส่วนช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยว ในเมืองไทยมากขึ้น

3.1.3 การเปิดใช้สนามบินนานาชาติแห่งใหม่ (สนามบินสุวรรณภูมิ)

### 3.2 จุดอ่อน (Weakness)

3.2.1 ปัญหาการตัดราคากันเองของบริษัทนำเที่ยว

3.2.2 การเปิดเสรีทางการค้าส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจบริการในประเทศ

3.2.3 ภาวะการแข่งขันทางการตลาดที่รุนแรง

## ส่วนที่ 4 อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องและสนับสนุน (Related and Supporting Industries)

### 4.1 จุดแข็ง (Strength)

4.1.1 ระบบการตรวจคนเข้าเมืองมีความสะดวก และมีการบริหารจัดการที่ดี

4.1.2 สิ่งอำนวยความสะดวกในการจัดประชุมมีเพียงพอต่อความต้องการของตลาด และ มีความหลากหลาย สามารถรองรับการจัดกิจกรรมระดับสากลได้ เช่น การจัดประชุม ระดับประเทศการจัดประชุมนานาชาติ

4.1.3 การขยายตัวและพัฒนาของแหล่งช้อปปิ้ง ในกรุงเทพมหานคร มีส่วนสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวมากขึ้น

#### 4.2 จุดอ่อน (Weakness)

4.2.1 ระบบการขนส่งในด้านต่าง ๆ มีเพียงพอในระดับหนึ่ง แต่ยังมีปัญหาด้านระบบการจัดการงานจราจรและปัญหาเรื่องที่ยอดรถนำเที่ยวยังไม่เพียงพอ หรือไม่สะดวกเท่าที่ควร

4.2.2 ความร่วมมือระหว่างสมาคมต่าง ๆ ของภาคเอกชนมีความเข้มแข็งไม่เพียงพอ

4.2.3 การนำเสนอข่าวสารของสื่อ (Mass Media) บางครั้งยังไม่ส่งเสริมเชิงบวกและสร้างสรรค์เท่าที่ควร

4.2.4 จำนวนที่นั่งของสายการบินแห่งชาติยังไม่เพียงพอต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นในอนาคต

ด้านบทบาทของรัฐบาล (government) ที่มีผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อปัจจัยแวดล้อม ทั้ง 4 ด้าน ใน Diamond Model ซึ่งจะส่งผลทั้งที่เป็นโอกาสหรืออุปสรรค ต่ออุตสาหกรรม

#### 4.3 โอกาส (opportunity)

4.3.1 กิจกรรมส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่ทางภาครัฐจัดขึ้นมีส่วนช่วยในการขยายตลาดการท่องเที่ยว

4.3.2 ภาครัฐกำลังพัฒนาให้ประเทศไทยเป็น Gate Way สู่อุภูมิภาคอินโดจีน

#### 4.4 ภัยคุกคาม (Threat)

4.4.1 การนำนโยบายจากภาครัฐไปสู่การปฏิบัติยังไม่เป็นรูปธรรม

4.4.2 กฎหมายเกี่ยวกับการถ่ายโอนงานของหน่วยงานภาครัฐยังไม่ได้รับการอนุมัติจากรัฐสภา ทำให้การพัฒนาหรือดำเนินงานเป็นไปด้วยความล่าช้า

4.4.3 ปัญหาบางประการยังไม่ได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังจากหน่วยงานภาครัฐ

4.4.4 กิจกรรมส่งเสริมการตลาดของหน่วยงานภาครัฐยังไม่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ และยังขาดความต่อเนื่อง

4.4.5 การแก้ปัญหาของหน่วยงานภาครัฐด้านการประชาสัมพันธ์ยังไม่เป็นเชิงรุกมากพอ

4.4.6 เป้าหมายทางการท่องเที่ยวเน้นที่เชิงปริมาณมากกว่าคุณภาพ

4.4.7 ไม่มีความเข้มงวดในการเข้ามาทำงานผิดกฎหมายของชาวต่างชาติอย่างจริงจัง ซึ่งส่งผลกระทบต่อแรงงานในประเทศ

4.4.8 การส่งเสริมช่วยเหลือ และสร้างความมั่นใจด้านแหล่งเงินทุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

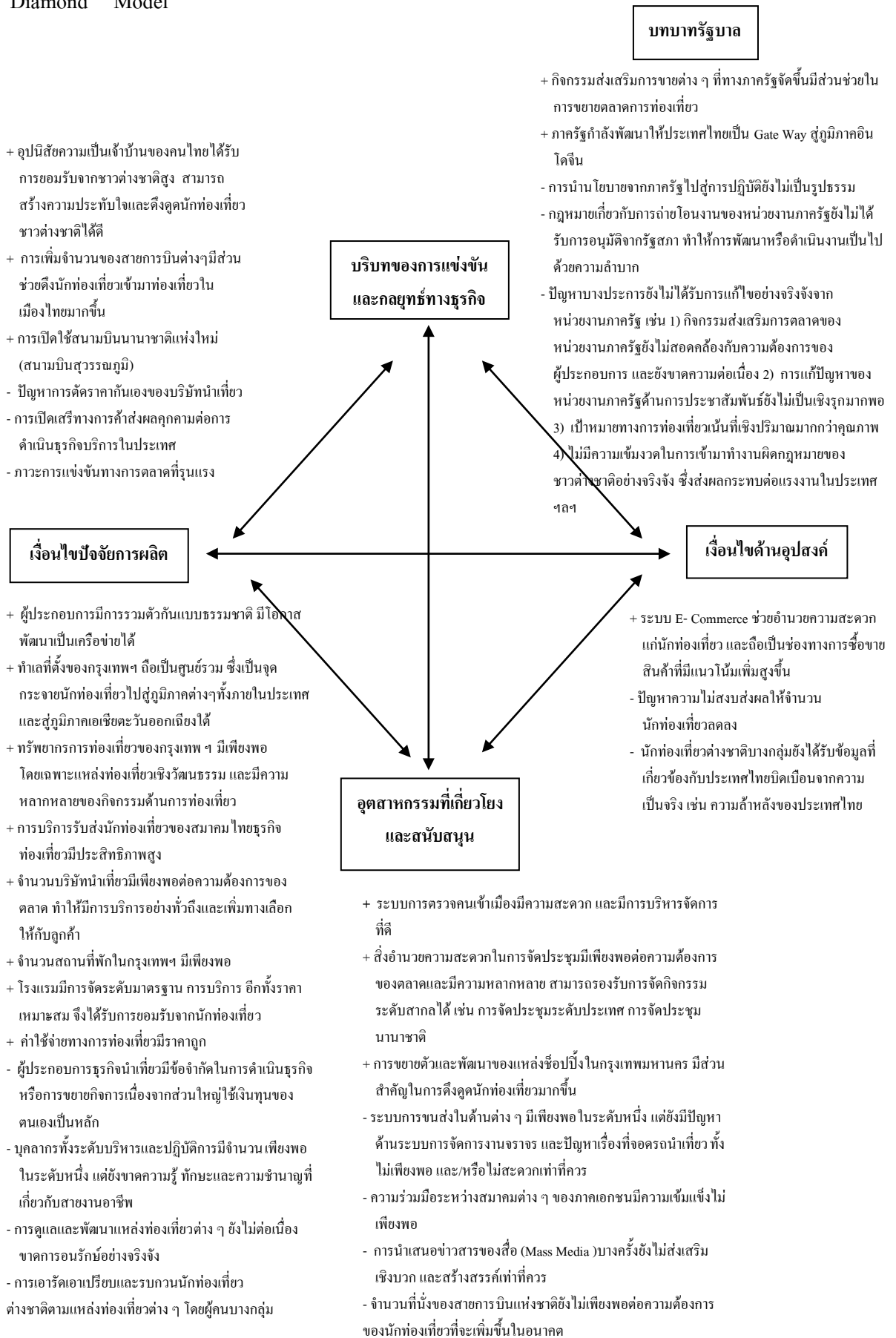
#### 4.5 ข้อเสนอแนะ

- 4.5.1 ภาครัฐควรพัฒนาตลาด MICE ตลาด FIT ตลาด Medical & Health Care และตลาดสุขภาพ เพราะมีแนวโน้มเติบโตสูง
- 4.5.2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงมโฑรมและขาดการอนุรักษ์
- 4.5.3 หน่วยงานภาครัฐควรส่งเสริมสถาบันการศึกษาให้ผลิตบุคลากรตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน ทั้งด้านคุณภาพและปริมาณ
- 4.5.4 สถาบันการศึกษาควรพัฒนาหลักสูตรให้เกิดความเหมาะสม ทันสมัยมากขึ้น และสามารถใช้งานได้จริง
- 4.5.5 สถาบันการศึกษาและสถานประกอบการควรร่วมมืออย่างจริงจังในการสนับสนุน การผลิตและพัฒนาบุคลากรที่มีคุณภาพ
- 4.5.6 หน่วยงานของภาครัฐส่งเสริมการวิจัยเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ ไทยในทุก ๆ ด้านที่เกี่ยวข้อง
- 4.5.7 ควรมีการจัด Zone ในการนำเสนอจุดขายของการท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่



## ภาพที่ 1.2 การประเมินปัจจัยแวดล้อมทางธุรกิจของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวตาม

### Diamond Model

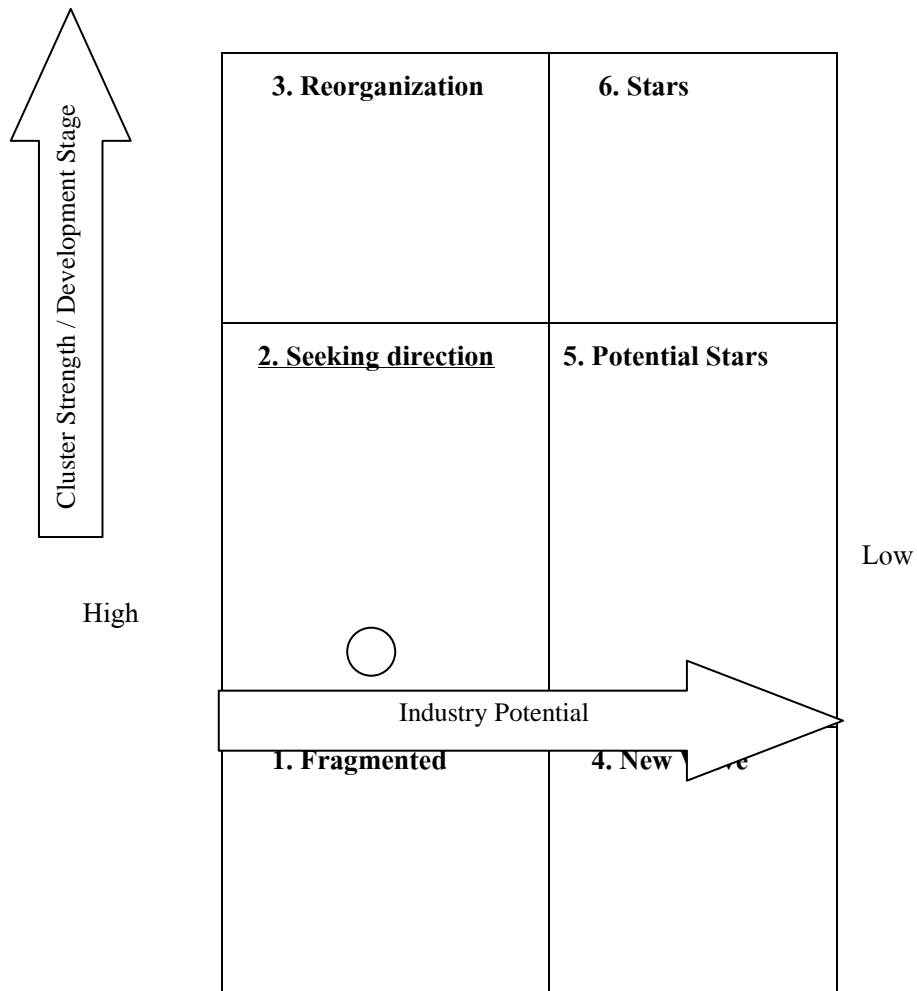


เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว : กรุงเทพมหานคร

### ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

จากการวิเคราะห์ และประเมินระดับศักยภาพเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว จะเห็นว่า จากข้อมูลทฤษฎีและจากการระดมความคิด (Focus Group) สรุปได้ว่า เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว อยู่ในกลุ่ม **Seeking direction** คือ มีการรวมตัวกันแบบธรรมชาติแต่ยังไม่เข้มแข็งมากนัก ขณะเดียวกันอุตสาหกรรมนี้ก็อยู่ในความต้องการของตลาดมากพอระดับหนึ่ง ซึ่งมีแนวโน้มในการพัฒนาศักยภาพในการเติบโตได้มากในอนาคต หากได้รับการพัฒนาคุณภาพและปริมาณบุคลากรในสายงานนี้ทั้งระดับบริหารและปฏิบัติการ นอกจากนี้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังเข้าถึงเงินทุนในการขยายกิจการได้น้อยซึ่งสามารถแสดงรายละเอียดได้ดังภาพที่ 4.6

ภาพที่ 1.3 ระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว



## ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Key Success Factors) ของการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจของ อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ของการยกระดับศักยภาพของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจ  
บริการนำเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1. ส่งเสริมการพัฒนาบุคลากรอย่างจริงจัง พัฒนาบุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับ  
ปฏิบัติการ โดยสนับสนุนสถาบันการศึกษาในการผลิตบุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญและ  
จัดหลักสูตรการสอนด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ ความต้องการของ  
ผู้ประกอบการทั้งในด้านปริมาณและมีคุณภาพ อบรมทักษะเฉพาะด้านแก่บุคลากรในระดับต่าง ๆ  
ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องและจริงจังให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน ตลอดจนพัฒนาทักษะความรู้ต่าง ๆ  
ให้แก่ผู้ประกอบการและแรงงาน เช่น การจัดการฝึกอบรมทักษะการให้บริการต่าง ๆ เป็นต้น

2. ส่งเสริมความร่วมมือเชิงบูรณาการอย่างแท้จริง โดยส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือในทุก  
ๆ ด้านจากทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้อง อาทิ หน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ตลอดจนสถาบันการศึกษา  
เพื่อให้เกิดความร่วมมือเชิงบูรณาการอันจะเป็นการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้อุตสาหกรรมนี้ได้เป็น  
อย่างดี

3. ส่งเสริมการอนุรักษ์ ดูแลและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว อนุรักษ์ ดูแลและพัฒนาแหล่ง  
ท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น อาทิ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การ  
จัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ให้มี การดำเนินงานกิจกรรม  
ทางการท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมสอดคล้องเพื่อนำไปสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

4. ส่งเสริมการวิจัยอุตสาหกรรมนี้ทุก ๆ ด้าน หน่วยงานของรัฐควรส่งเสริมการวิจัย  
เพื่อให้เกิดการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ของไทย โดยศึกษา วิจัยทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ  
ให้สามารถพัฒนาและยกระดับทั้งระบบสู่มาตรฐานระดับสากล

5. ส่งเสริมการแบ่งเขตแหล่งท่องเที่ยว ควรมีการจัดแบ่งเขตแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการ  
นำเสนอจุดขายของการท่องเที่ยวในแต่ละเขตพื้นที่ เช่น สยาม - สุขุมวิทเน้นแหล่งท่องเที่ยวช้อปปิ้ง  
พัฒนาพงษ์เน้นแหล่งท่องเที่ยวกลางคืน เขาวราชเน้นสินค้าพวกทองคำ เพชรพลอย ลำเพ็ง พาหุรัด  
เน้นที่เสื้อผ้า บ้านหม้อเน้นที่สินค้ามือสอง เป็นต้น

## บทที่ 2

### แผนภาพ Cluster กิจกรรมอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

#### 1. ภาพรวมกลุ่มจังหวัด



## 2. แผนภาพเครือข่ายวิสาหกิจ (Cluster)



### บทที่ 3

## แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

### 1. แผนปฏิบัติการส่งเสริมเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

จากการวิเคราะห์ศักยภาพและปัจจัยแห่งความสำเร็จของเครือข่ายวิสาหกิจ ธุรกิจบริการนำเที่ยว นำมาซึ่งการกำหนด วิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ และแผนงาน /โครงการ ของเครือข่ายวิสาหกิจธุรกิจบริการนำเที่ยว ดังรายละเอียดในลำดับต่อไปนี้

#### วิสัยทัศน์

มุ่งสู่การเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับสากล แหล่ง ศูนย์รวมกิจกรรมการท่องเที่ยวและเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชีย

#### พันธกิจ

1. ยกกระดับคุณภาพและมาตรฐานการบริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พัฒนาความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงอนุรักษ์และฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว
3. พัฒนาระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกให้สามารถรองรับการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชีย
4. จัดระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว
5. ส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือเข้มแข็ง พัฒนาการประสานงานเชิงบูรณาการ
6. พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไทยสู่เวทีโลก

#### ประเด็นยุทธศาสตร์

1. การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือ (cluster)
2. การเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการ
3. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรทางการท่องเที่ยว
4. การพัฒนากรุงเทพมหานครสู่การเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชีย

### เป้าประสงค์

1. เพื่อให้เกิดความร่วมมือแบบเครือข่ายวิสาหกิจและประสานการทำงานร่วมกันเชิงบูรณาการได้
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการสู่การแข่งขันระดับโลก
3. เพื่อยกระดับมาตรฐานและเพิ่มทักษะการดำเนินงานของบุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ
4. เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครสู่เมืองท่องเที่ยวแห่งเอเชีย

### แผนงาน/โครงการส่งเสริม SMEs

1. โครงการส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว
2. โครงการส่งเสริมการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. โครงการ ส่งเสริม จัดหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและสอดคล้อง กับความต้องการของผู้ประกอบการ
4. โครงการ ส่งเสริมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายนอกประเทศให้มากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
5. โครงการ พัฒนาการวางนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
6. โครงการส่งเสริมการเปลี่ยนนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม
7. โครงการส่งเสริมศักยภาพการลงทุนเพื่อผู้ประกอบการ
8. โครงการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
9. โครงการศึกษาผลกระทบและการวางกฎระเบียบเรื่องการค้าเสรี
10. โครงการส่งเสริมค วามรู้ ความสามารถและทักษะในการบริหารจัดการของผู้ประกอบการ
11. โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการจัดหลักสูตรการสอนด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการทั้งในด้านปริมาณและมีคุณภาพ
12. โครงการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพและปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว
13. โครงการส่งเสริมการศึกษาแบบสหกิจศึกษาซึ่งเน้นการปฏิบัติของผู้เรียน
14. โครงการฝึกอบรมทักษะเฉพาะด้านแก่บุคลากรในระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องและจริงจังให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน

15. โครงการติดตามการดำเนินงานในการจัดสร้างมาตรฐานและคุณภาพให้แก่บุคลากร
16. โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านคุณภาพการดำเนินงาน
17. โครงการจัดการด้านงานจราจรและการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
18. โครงการจัดระเบียบตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ
19. โครงการนำเสนอจุดขายการท่องเที่ยวแบบแบ่งเขต
20. โครงการพัฒนาจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
21. โครงการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล



ตารางที่ 3.1 ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการรายวิชาศึกษาโท ออกุทธสหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	แผนงาน /โครงการ
มุ่งความเป็นเมือง ท่องเที่ยวระดับ สากล แหล่งศูนย์ รวมกิจกรรมการ ท่องเที่ยว และ เป็นศูนย์กลางการ ท่องเที่ยวเอเชีย	1.ยกระดับคุณภาพและ มาตรฐานการบริการ เพื่อให้ได้มาตรฐานเป็นที่ ยอมรับในระดับสากล 2.พัฒนาความหลากหลาย ของกิจกรรมการท่องเที่ยว ที่เกี่ยวข้องอนุรักษ์และ ฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว 3.พัฒนาระบบ สาธารณูปโภคและสิ่ง อำนวยความสะดวกให้ สามารถรองรับการเป็น ศูนย์กลางการท่องเที่ยว เอเชีย	1.การพัฒนา เครือข่ายความ ร่วมมือ 2. การเพิ่มขีด ความสามารถ ทางการแข่งขันของ ผู้ประกอบการ Cluster	1. เพื่อให้เกิดความร่วมมือแบบ Cluster และประสานการทำงาน ร่วมกันเชิงบูรณาการ 2. เพื่อพัฒนาศักยภาพ ผู้ประกอบการสู่การแข่งขัน ระดับโลก	1. โครงการส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายวิชาศึกษาโทกลางและขนาดย่อม อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว 2. โครงการส่งเสริมการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 2.1 โครงการ ส่งเสริม จัดหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการ ของผู้ประกอบการ 2.2 โครงการ ส่งเสริมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายนอกประเทศให้นักขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ 2.3 โครงการ พัฒนาการวางแผนและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการค้าเงินธุรกิจของ ผู้ประกอบการ 2.4 โครงการ ส่งเสริมการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม 2.5 โครงการ ส่งเสริมศักยภาพการลงทุนเพื่อผู้ประกอบการ 2.6 โครงการ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อยกระดับศักยภาพ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย 2.7 โครงการ ศึกษาผลกระทบและการวางกฎระเบียบเรื่องการค้าเสรี

เครือข่ายวิชาโท ออกุทธสหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว : กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	แผนงาน /โครงการ
	4.จัดระบบรักษาความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยว 5.ส่งเสริมเครือข่ายความร่วมมือ เข้มแข็ง พัฒนาการประสานงานเชิงบูรณาการ 6.พัฒนาการบริหารจัดการการท่องเที่ยวไทยสู่เวทีโลก	3.การพัฒนาบุคลากรทางการท่องเที่ยว	3. เพื่อยกระดับมาตรฐานและเพิ่มทักษะการดำเนินงานของบุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ	3.1 โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการจัดหลักสูตรการสอนด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการทั้งในด้านปริมาณและมีคุณภาพ 3.2 โครงการศึกษาริซซ์ด้านคุณภาพและปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว 3.3 โครงการส่งเสริมการศึกษาระบบสหกิจศึกษาซึ่งเน้นการปฏิบัติของผู้เรียน 3.4 โครงการอบรมทักษะเฉพาะด้านแก่บุคลากรในระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องและจริงจังให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน 3.5 โครงการติดตามการดำเนินงานในการจัดสร้างมาตรฐานและคุณภาพให้แก่บุคลากร 3.6 โครงการส่งเสริมความรู้ ความสามารถ ทักษะในการบริหารจัดการแก่ผู้ประกอบการ 3.7 โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านคุณภาพการดำเนินงาน

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว : กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.1 (ต่อ) ตารางสรุปวิสัยทัศน์ พันธกิจ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ แผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

วิสัยทัศน์	พันธกิจ	ประเด็นยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	แผนงาน โครงการ
		4.การพัฒนากรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเอเชีย	4.เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครเมืองท่องเที่ยวแห่งเอเชีย	<p><b>โครงการพัฒนาด้านสิ่งแวดล้อม</b></p> <p>4.1 โครงการจัดการด้านงานจราจรและการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</p> <p><b>โครงการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว</b></p> <p>4.2 โครงการจัดระเบียบตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ</p> <p>4.3 โครงการจัดแบ่งเขตในแหล่งท่องเที่ยว</p> <p><b>โครงการต้อนรับ และประทับใจ</b></p> <p>4.4 โครงการพัฒนาจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี</p> <p><b>โครงการพัฒนาด้านความปลอดภัย</b></p> <p>4.5 โครงการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล</p>

คณะที่ปรึกษาได้พิจารณาแผนงานโครงการต่างๆ ของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวแล้ว จึงได้นำแผนงานโครงการดังกล่าวจัดทำเป็นชุดโครงการขึ้น เพื่อให้กรอบแผนพัฒนาดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งโครงการต่างๆ สามารถนำมาจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่เพื่อให้สามารถพัฒนาต่อเนื่องไปในอนาคต โดยสามารถพัฒนาเป็นชุดโครงการได้ดังนี้

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว : กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3.2 ตารางสรุปชุด โครงการ จากแผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

ชุดโครงการ	เป้าประสงค์	โครงการ	ระยะเวลา ดำเนินการ
<p>1. โครงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวให้เข้มแข็งและการประสานงานเชิงบูรณาการและผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม</p>	<p>เพื่อสร้างความเข้มแข็งของเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวให้มากขึ้นตลอดจนสร้างการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องและสามารถผลักดันนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม</p>	<p>1. โครงการส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว 2. โครงการส่งเสริมการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง 3. โครงการส่งเสริมการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม</p>	<p>ระยะเวลา 1 ปี</p>
<p>2. โครงการพัฒนาบุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ</p>	<p>เพื่อพัฒนาบุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการให้มีความรู้ ความชำนาญ และมีคุณภาพในการประกอบการในสายงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว</p>	<p>1. โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการจัดหลักสูตรการสอนด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการทั้งในด้านปริมาณและคุณภาพ 2. โครงการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพและปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว 3. โครงการส่งเสริมการศึกษาแบบสหกิจศึกษาซึ่งเน้นการปฏิบัติของผู้เรียน 4. โครงการอบรมทักษะเฉพาะด้านแก่บุคลากรในระดับต่างๆที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องและจริงจัง ให้ครอบคลุมในทุกๆ ด้าน 5. โครงการพัฒนาศึกษาของผู้ประกอบการในด้านคุณภาพการดำเนินงาน</p>	<p>ระยะเวลา 3 ปี</p>

ตารางที่ 3.2 (ต่อ) ตารางสรุปชุดโครงการ จากแผนงาน โครงการเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

ชุดโครงการ	เป้าประสงค์	โครงการ	ระยะเวลา ดำเนินการ
3. โครงการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน	เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการให้มีศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับสากลได้	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการ ส่งเสริม จัดหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ</li> <li>2. โครงการ ส่งเสริมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดประเภทให้มากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ</li> <li>3. โครงการ พัฒนาร่างนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการค้าบริการของผู้ประกอบการ</li> <li>4. โครงการ ส่งเสริมศักยภาพการลงทุนเพื่อผู้ประกอบการ</li> <li>5. โครงการ ส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย</li> <li>6. โครงการ ศึกษาผลกระทบและการวางกฎระเบียบเรื่องการค้าเสรี</li> </ol>	ระยะเวลา 3 ปี
4. โครงการ ยกระดับกรุงเทพมหานครผู้เมืองท่องเที่ยวแห่งเอเชีย	เพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งเอเชียและให้เกิดความร่วมมือในการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคต	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. โครงการ จัดการด้านงานจราจรและการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>2. โครงการ จัดระเบียบตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ</li> <li>3. โครงการ จัดแบ่งเขตในแหล่งท่องเที่ยว</li> <li>4. โครงการ พัฒนาจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี</li> <li>5. โครงการ พัฒนามตรฐานความปลอดภัยระดับสากล</li> </ol>	ระยะเวลา 5 ปี

เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว : กรุงเทพมหานคร

## 2. การพิจารณาจัดลำดับความสำคัญของโครงการภายใต้แผนปฏิบัติการส่งเสริม SMEs อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

ขณะที่พิจารณาเห็นว่าโครงการที่มีความสำคัญสูงและมีความเร่งด่วน ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการเพิ่มขีดความสามารถของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว กรุงเทพมหานคร สรุปรายงาน โครงการทั้งหมดดังนี้

### 2.1 โครงการนำร่อง

2.1.1 โครงการส่งเสริมพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม  
อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

2.1.2 โครงการส่งเสริมการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

2.1.3 โครงการส่งเสริมการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาการดำเนินโครงการ สามารถแบ่งเป็น โครงการระยะสั้น  
โครงการระยะปานกลาง และโครงการระยะยาว ดังนี้

### 2.2 โครงการระยะสั้น

2.2.1 โครงการ ส่งเสริม จัดหาแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

2.2.2 โครงการ ส่งเสริมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายนอกประเทศให้มากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

2.2.3 โครงการ พัฒนาการวางแผนนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริม การดำเนินธุรกิจ  
ของผู้ประกอบการ

2.2.4 โครงการส่งเสริมศักยภาพการลงทุนสำหรับผู้ประกอบการ

2.2.5 โครงการติดตามการดำเนินงานในการจัดสร้างมาตรฐานและคุณภาพให้แก่  
บุคลากร

2.2.6 โครงการส่งเสริมความรู้ ความสามารถ ทักษะในการบริหารจัดการแก่  
ผู้ประกอบการ

### 2.3 โครงการระยะปานกลาง

2.3.1 โครงการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อยกระดับศักยภาพ  
อุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

2.3.2 โครงการศึกษาผลกระทบและการวางกฎระเบียบเรื่องการค้าเสรี

2.3.3 โครงการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและ  
สถาบันการศึกษาในการจัดหลักสูตรการสอนด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับ  
ความต้องการของผู้ประกอบการทั้งในด้านปริมาณและมีคุณภาพ

2.3.4 โครงการศึกษาวิจัยด้านคุณภาพและปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว

2.3.5 โครงการส่งเสริมการศึกษาแบบสหกิจศึกษาซึ่งเน้นการปฏิบัติของผู้เรียน

2.3.6 โครงการอบรมทักษะเฉพาะด้านแก่บุคลากรในระดับต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่องและจริงจังให้ครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน

2.3.7 โครงการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านคุณภาพการดำเนินงาน

## 2.4 โครงการระยะยาว (ต่อเนื่อง)

2.4.1 โครงการจัดการด้านงานจ ราชรและการอำนวยความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

2.4.2 โครงการจัดระเบียบตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ

2.4.3 โครงการจัดแบ่งเขตในแหล่งท่องเที่ยว

2.4.4 โครงการพัฒนาจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี

2.4.5 โครงการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล

## 3. การเชื่อมโยงระหว่างการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจในแต่ละอุตสาหกรรมเป้าหมายที่มีความสัมพันธ์ในระดับจังหวัดและระดับภาค

การพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวมีความเชื่อมโยงกับการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจต่าง ๆ ในพื้นที่ ดังนี้

3.1 เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลก ไทยถือเป็นแหล่งผลิตอาหารที่อุดมสมบูรณ์ อีกทั้งอาหารไทยยังมีชื่อเสียง และเป็นที่ยอมรับของชาวต่างชาติ ซึ่งอาหารไทยมีส่วนสำคัญต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้าสู่พื้นที่ อีกทั้งวิธีการประกอบอาหารไทย ก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สร้างความสนใจให้แก่นักท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว และอุตสาหกรรมอาหารไทยสู่โลกจึงเอื้อต่อกันและควรกระทำควบคู่กันไป

3.2 เครือข่ายวิสาหกิจกลุ่มอุตสาหกรรมโลจิสติกส์ การขนส่งนั้นมีส่วนเกี่ยว ข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงเพราะ อุตสาหกรรมโลจิสติกส์ จะช่วยเอื้ออำนวยให้การจัดการธุรกิจนำเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยยกระดับการบริการของธุรกิจนำเที่ยวให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น ดังนั้น ทั้งสองอุตสาหกรรมคือ อุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว และอุตสาหกรรมโลจิสติกส์จึงควรกระทำควบคู่กันไป

ควรจะมีการเชื่อมโยงกับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้อง อันได้แก่ สถาบันการเงิน ผู้ประกอบการต้องอาศัยเงินในการลงทุน การดำเนินกิจการและขยายกิจการให้ดียิ่งขึ้น สถาบันการศึกษา ที่มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการผลิตบุคลากรให้มีความรู้ ความชำนาญ อันจะสามารถนำไปใช้ในการประกอบอาชีพในสายงานอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ตลอดจนหน่วยงาน

ภาครัฐ ควรมีนโยบายที่เอื้อต่อการดำเนินงานของผู้ประกอบการธุรกิจบริการนำเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยว รวมไปถึง การดำเนินการด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

#### 4. ข้อเสนอแนะกระบวนการ/กลไกการแปลงแผนฯสู่การปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

แผนปฏิบัติการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมของเครือข่ายวิสาหกิจของอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวจะถูกนำไปปฏิบัติ ภายใต้กระบวนการ/กลไก ดังต่อไปนี้

4.1 หน่วยงานภาครัฐและเอกชนต้องพัฒนาเครือข่ายให้เกิดความเข้มแข็ง เพื่อให้เกิดการสนับสนุนซึ่งกันและกัน

4.2 ภาครัฐและเอกชนต้องมีส่วนร่วม ในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน

4.3 นำเสนอโครงการต่าง ๆ ไปยังหน่วยงานที่รับผิดชอบ เพื่อจัดทำคำของบประมาณในการพัฒนาต่อไป

4.4 ส่งเสริมให้เกิดการนำโครงการไปสู่การปฏิบัติ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้าไปปฏิบัติงานอย่างแท้จริง

4.5 มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงและพัฒนาแผนงานโครงการต่อไปเพื่อให้กรอบแผนพัฒนาดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งโครงการต่าง ๆ สามารถนำมาจัดแบ่งเป็นหมวดหมู่เพื่อให้อาจสามารถพัฒนาต่อเนื่องไปในอนาคต



## 5. รายละเอียด โครงการสำคัญในการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว

### 5.1 ชุดโครงการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวให้เข้มแข็งและการประสานงานเชิงบูรณาการและผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม

#### หลักการและเหตุผล

ธุรกิจบริการนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่จะต้องมีความเกี่ยวข้องเชื่อมโยงกับหลายฝ่าย ตั้งแต่ กลุ่มนักท่องเที่ยว ทั้งนักท่องเที่ยวในประเทศและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ กลุ่มธุรกิจอุตสาหกรรมอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ซึ่งควรให้เกิดความร่วมมือกันทั้งภายในกลุ่มและภายนอกกลุ่มของผู้ประกอบการจะนำไปสู่การพัฒนาอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวทั้งระบบ และเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจบนพื้นฐานของความร่วมมือซึ่งกันและกัน จากการศึกษาข้อมูลและการประชุมกลุ่ม พบว่าปัจจุบันมีการรวมกลุ่มกันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการนำเที่ยวในระดับหนึ่งแต่ยังมีความเข้มแข็งไม่มากพอ อีกทั้งยังขาดการประสานงานเชิงบูรณาการทั้งในส่วนภาครัฐและเอกชน อีกทั้งการผลักดันนโยบายจากภาครัฐไปสู่การปฏิบัติยังไม่เป็นรูปธรรม จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องมีการ พัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยวให้เข้มแข็งและการประสานงานเชิงบูรณาการ และผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อมุ่งสู่ความสำเร็จตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้ร่วมกัน

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ของอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการนำเที่ยวให้เข้มแข็ง มีการเชื่อมโยงและการเกื้อหนุนกันอย่างเป็นระบบ
2. เพื่อส่งเสริมการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อส่งเสริมและผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม

#### กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการธุรกิจ บริการนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร สถาบันการศึกษาในพื้นที่ องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. สมาคมด้านการท่องเที่ยว 5 สมาคม

### แผนงาน/การดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจ จปรบริการนำเที่ยวในพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีคณะกรรมการซึ่งประกอบด้วยตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง เจ้าของกิจการ ผู้ประกอบการในพื้นที่ และอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง
2. จัดประชุมคณะกรรมการฯ ในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน
3. ส่งเสริมให้เกิดการนำโครงการไปสู่การปฏิบัติ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้าไปปฏิบัติงานอย่างแท้จริง
4. ดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง โดยมีการประชุมเครือข่ายอย่างน้อยปีละ 4 ครั้ง และประชุมประจำปี 1 ครั้ง
5. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯอย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

### ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 1 ปี ( พ.ศ. 2550 )

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เครือข่ายวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมอุตสาหกรรม ธุรกิจบริการนำเที่ยวเกิดความเข้มแข็ง มีการเชื่อมโยงและการเกื้อหนุนกันอย่างเป็นระบบ
2. มีการประสานงานเชิงบูรณาการของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง
3. มีการส่งเสริมและผลักดันการแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติเชิงรูปธรรม

### งบประมาณ

ในระยะเวลา 1 ปี (พ.ศ. 2550) รวมจำนวนทั้งสิ้น 2,500,000 บาท แบ่งเป็น  
งบประมาณ ดำเนินการดังตาราง

รายการ	ปีงบประมาณ 2550 (บาท)
1. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมและดำเนินงานของคณะกรรมการพัฒนา เครือข่ายวิสาหกิจอุตสาหกรรมธุรกิจบริการนำเที่ยว	500,000
2. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมคณะกรรมการฯ ในการกำหนดนโยบาย และแนวทางในการปฏิบัติงานร่วมกัน	500,000
3. การประชุมเครือข่ายปีละอย่างน้อย 4 ครั้ง และประชุมประจำปี 1 ครั้ง	500,000
4. นำโครงการไปสู่การปฏิบัติ โดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้เข้าไป ปฏิบัติงานอย่างแท้จริง	1,000,000
รวม	2,500,000

## 5.2 ชุดโครงการพัฒนาบุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ

### หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม อีกทั้งประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็น ลำดับที่ 21 ของโลก และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นลำดับที่ 16 ของโลก มีการขยายตัวอย่าง รวดเร็วและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยังขาดแคลนบุคลากร ทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการที่มีความรู้และความเข้าใจ ในการปฏิบัติงาน จึงมีความจำเป็นที่จะต้อง มีการพัฒนา บุคลากรทั้งระดับบริหารและระดับ ปฏิบัติการให้มีคุณภาพและมีศักยภาพเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้ก้าวไกลต่อไป

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและสถาบันการศึกษาในการ จัดหลักสูตรการสอนด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ ทั้งในด้านปริมาณและมีคุณภาพ
2. เพื่อศึกษาวิจัยด้านคุณภาพและปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว
3. เพื่อส่งเสริมการศึกษาแบบสหกิจศึกษาซึ่งเน้นการปฏิบัติของผู้เรียน
4. เพื่อพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในด้านคุณภาพการดำเนินงาน

### กลุ่มเป้าหมาย

บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ  
ภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และ  
สถาบันการศึกษาในพื้นที่

### แผนงาน/การดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการ โครงการฯ ซึ่งประกอบด้วยสถาบันการศึกษา องค์กรที่  
เกี่ยวข้องและผู้ประกอบการ
2. จัดประชุมคณะกรรมการฯ ในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการพัฒนา  
บุคลากรร่วมกัน
3. สำรวจและวิจัยด้านคุณภาพและปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยวในเชิงลึก
4. จัดให้มีหลักสูตรการศึกษาแบบสหกิจศึกษาซึ่งเน้นการปฏิบัติของผู้เรียนใน  
สถาบันการศึกษาทางการท่องเที่ยว
5. พัฒนาศักยภาพของผู้บริหารและผู้ปฏิบัติการ ในด้านคุณภาพการดำเนินงานโดย  
มีการจัดฝึกอบรมหลักสูตรในการบริหารจัดการ การ การตลาด ตลอดจนการบริการที่มาตรฐาน เป็น  
ต้น
6. ดำเนินการตามแผนที่วางไว้อย่างต่อเนื่อง
7. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

### ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 3 ปี (พ.ศ. 2550 - 2552)

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. มีหลักสูตรการเรียนการสอนด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการทั้งในด้านปริมาณและมีคุณภาพ
2. มีงานวิจัยด้านคุณภาพและปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยว
3. สถาบันการศึกษามีหลักสูตรการศึกษาแบบสหกิจศึกษาซึ่งเน้น การปฏิบัติของ  
ผู้เรียน
4. ผู้ประกอบการมีศักยภาพและคุณภาพการดำเนินงาน

### งบประมาณ

ในระยะเวลา 3 ปี (พ.ศ. 2550 - 2552) รวมจำนวนทั้งสิ้น 4,500,000 บาท แบ่งเป็น  
งบประมาณ ดำเนินการดังตาราง

รายการ	ปีงบประมาณ		
	2550 (บาท)	2551 (บาท)	2552 (บาท)
1. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุมคณะกรรมการฯ ในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการ พัฒนาบุคลากร	500,000	500,000	500,000
2. ค่าใช้จ่ายในการสำรวจและวิจัยด้านคุณภาพ และปริมาณของบุคลากรทางการท่องเที่ยวใน เชิงลึก	500,000	500,000	500,000
3. ค่าใช้จ่ายในการจัดฝึกอบรมหลักสูตรในการ บริหารจัดการ การตลาด ตลอดจนการบริการ ที่มาตรฐานของผู้บริหารและปฏิบัติการ	500,000	500,000	500,000
<b>รวม</b>	<b>1,500,000</b>	<b>1,500,000</b>	<b>1,500,000</b>

### 5.3 โครงการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน

#### หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนผลักดันระบบเศรษฐกิจของประเทศ กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็น ศูนย์กลางการเดินทางเชื่อมต่อไปยังภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศ มีความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน มีระบบสาธารณูปโภค และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มากมาย (WTO, 2548) มีนักท่องเที่ยว จำนวนไม่น้อยที่เดินทางเข้าท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นเองส่งผลให้ จำนวนธุรกิจนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ขยายตัวอย่างรวดเร็ว ปัจจุบันมีจำนวนทั้งสิ้น 3,084 บริษัท (ที่มา : สำนักงานทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์กรุงเทพมหานคร (มิถุนายน, 2549)) ดังนั้น การที่จะพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครให้มีความเข้มแข็งและยืนหยัดอยู่ได้ จึงจำเป็นต้อง เพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันในระดับสากลได้จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขัน เพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยให้ก้าวไกลต่อไป

#### วัตถุประสงค์

1. เพื่อส่งเสริมการจัดการแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
2. เพื่อส่งเสริมการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายนอกประเทศให้มากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
3. เพื่อกำหนดนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
4. เพื่อส่งเสริมศักยภาพการลงทุนเพื่อผู้ประกอบการ

#### กลุ่มเป้าหมาย

ผู้ประกอบการ บุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทุกระดับบริหารและระดับปฏิบัติการ ภาครัฐ ภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

#### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

3. สถาบันการศึกษาในพื้นที่
4. สภาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

#### แผนงาน/การดำเนินงาน

1. สร้างความเข้าใจสถาบันการเงินเพื่อให้การดำเนินงานในด้านการลงทุนของผู้ประกอบการเป็นไปอย่างราบรื่น
2. ส่งเสริมให้สถาบันการเงินต่าง ๆ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีความมั่นใจในการให้สินเชื่อในการลงทุนของผู้ประกอบการ
3. ดำเนินการด้านตลาดให้มีประสิทธิภาพ เช่น การขยายตลาดและการส่งเสริมกิจกรรมด้านการตลาดให้มากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ
4. มีการวิจัยด้านการท่องเที่ยว เช่นการพัฒนาเทคโนโลยี กฎระเบียบเรื่องการค้าเสรี เป็นต้น
5. ดำเนินการตามแผนอย่างต่อเนื่อง
6. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

#### ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 3 ปี (ปี พ.ศ. 2550 - 2552)

#### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทำให้มีแหล่งเงินทุนที่เพียงพอและสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
2. มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาดภายนอกประเทศให้มากขึ้น และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ
3. มีการวางนโยบายและกฎระเบียบที่ส่งเสริมการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ
4. ผู้ประกอบการมีศักยภาพในการการลงทุน
5. มีผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวอันจะสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการยกระดับศักยภาพอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย



**งบประมาณ**

ในระ ะเวลา 3 ปี (ปี พ.ศ. 2550 - 2552 ) รวมจำนวนทั้งสิ้น 6,000,000 บาท  
แบ่งเป็นงบประมาณ ดำเนินการดังตาราง

รายการ	ปีงบประมาณ		
	2550 (บาท)	2551 (บาท)	2552 (บาท)
1. ค่าใช้จ่ายในการสร้างความเข้าใจกับสถาบัน การเงินในการให้สินเชื่อการลงทุนของ ผู้ประกอบการ	500,000	500,000	500,000
2. ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการด้านตลาด	1,000,000	1,000,000	1,000,000
3. ค่าใช้จ่ายในการวิจัยด้านการท่องเที่ยว และ การพัฒนาเทคโนโลยี	500,000	500,000	500,000
<b>รวม</b>	<b>2,000,000</b>	<b>2,000,000</b>	<b>2,000,000</b>

## 5.4 ชุดโครงการยกระดับกรุงเทพมหานครสู่เมืองท่องเที่ยวแห่งเอเชีย

### หลักการและเหตุผล

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่มีส่วนสำคัญในการสร้างรายได้จำนวนมหาศาลให้กับระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากนี้จากรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2548 ยังระบุว่า ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 21 ของโลก และมีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นลำดับที่ 16 ของโลก มีการขยายตัวอย่างรวดเร็วและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง จะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นส่วนสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่ง กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองหลวงของประเทศไทยและเป็นประตูสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ทั้งภายในประเทศและภูมิภาคอินโดจีน ปัจจุบันมีความพร้อมทางด้านโครงสร้างพื้นฐาน ระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกในระดับหนึ่ง (WTO, 2548) ตลอดจนมีธุรกิจที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี จากปัจจัยดังกล่าวข้างต้น ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากน้อยมีความต้องการมาเยือน ดังนั้น เพื่อก่อให้เกิดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคตให้เกิดความประทับใจ จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาเพื่อ ยกระดับ กรุงเทพมหานคร ให้เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งเอเชีย

### วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกด้านงานจราจรและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
2. เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครให้มีความเรียบร้อยและเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว
3. ดำเนินโครงการพัฒนาจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี
4. ดำเนินโครงการพัฒนามาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล

### กลุ่มเป้าหมาย

ประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในเขตกรุงเทพมหานคร สถาบันการศึกษาในพื้นที่ องค์กรภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

### หน่วยงานที่รับผิดชอบ

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
3. องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร

### แผนงาน/การดำเนินงาน

1. จัดตั้งคณะกรรมการ โครงการฯ ซึ่งประกอบด้วยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นกรุงเทพมหานคร
2. จัดประชุมคณะกรรมการฯ ในการกำหนดนโยบายและแนวทางในการพัฒนาเพื่อยกระดับกรุงเทพมหานครให้เป็นเมืองท่องเที่ยวแห่งเอเชีย และให้เกิดความพร้อมในการรองรับนักท่องเที่ยวในอนาคตร่วมกัน
3. วิเคราะห์และสำรวจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านงานจราจร และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครในเชิงลึก
4. จัดให้มีมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล
5. ดำเนินการตามแผนอย่างต่อเนื่อง
6. มีการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนฯ อย่างน้อยปีละ 2 ครั้ง

### ระยะเวลาการดำเนินงาน

ดำเนินการอย่างต่อเนื่อง 5 ปี (พ.ศ. 2550 - 2554)

### ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. เกิดการพัฒนาด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านงานจราจรและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ
2. แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในกรุงเทพมหานครมีความเรียบร้อยและเหมาะสมแก่การท่องเที่ยว
3. ประชาชนเกิดจิตสำนึกในการเป็นเจ้าบ้านที่ดี และมีมิตรไมตรีในการต้อนรับนักท่องเที่ยว
4. มีมาตรฐานความปลอดภัยระดับสากล ก่อให้เกิดความมั่นใจของนักท่องเที่ยว

### งบประมาณ

ในระยะเวลา 5 ปี (ปี พ.ศ. 2550 - 2554) รวมจำนวนทั้งสิ้น 28,500,000 บาท  
แบ่งเป็นงบประมาณ ดำเนินการดังตาราง

รายการ	ปีงบประมาณ				
	2550 (บาท)	2551 (บาท)	2552 (บาท)	2553 (บาท)	2554 (บาท)
1. ค่าใช้จ่ายในการจัดประชุม คณะกรรมการฯ ในการกำหนด นโยบายและแนวทางในการพัฒนา เพื่อยกระดับกรุงเทพฯ	200,000	200,000	200,000	200,000	200,000
2. ค่าใช้จ่ายในการวิเคราะห์และ สำรวจด้านสิ่งแวดล้อม สะดวกด้านงานจราจรและการ เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	500,000	500,000	500,000	500,000	500,000
3. ค่าใช้จ่ายในการปรับปรุง มาตรฐานความปลอดภัยระดับ สากล	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000	5,000,000
<b>รวม</b>	<b>5,700,000</b>	<b>5,700,000</b>	<b>5,700,000</b>	<b>5,700,000</b>	<b>5,700,000</b>

# Cluster **SMEs**