



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

เรื่อง บทบาทกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุน
ภาคธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อรองรับ
การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนในปี ค.ศ. 2015

จัดทำโดย นายสุหัตต์ สังขญา
รหัส 3010

รายงานนี้เป็นส่วนหนึ่งของการฝึกอบรม
หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 3
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ประจำปี 2554
ลิขสิทธิ์ของกระทรวงการต่างประเทศ



รายงานการศึกษาส่วนบุคคล
(Individual Study)

**เรื่อง บทบาทกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยว
เพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ในปี ค.ศ. 2015**

จัดทำโดย นายสุหัตถ์ สังขญา
รหัส 3010

หลักสูตรนักบริหารการทูต รุ่นที่ 3
สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ กระทรวงการต่างประเทศ
ประจำปี 2554

รายงานนี้เป็นความคิดเห็นเฉพาะบุคคลของผู้ศึกษา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จากการที่ประเทศไทยต้องเผชิญกับเหตุการณ์การชุมนุมและความไม่สงบต่างๆ ภายในประเทศตลอดช่วงเวลา 5 ปีที่ผ่านมา ทำให้ภาคการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบทางลบ จากเหตุการณ์ดังกล่าว นอกจากนี้การที่ไทยจะเข้าเป็นส่วนหนึ่งประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี ค.ศ. 2015 ยิ่งสร้างความอ่อนไหวแก่ภาคเศรษฐกิจนี้ มากขึ้น ดังนั้น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะกลไกสำคัญของภาครัฐในการดำเนินนโยบาย เศรษฐกิจต่างๆ จึงควรที่จะมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศ โดยการ การสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคธุรกิจบริการการท่องเที่ยว รวมถึงการเตรียมความพร้อมและ เสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อช่วยเพิ่มขีด ความสามารถและศักยภาพรองรับการเปิดการค้าเสรี AEC และส่งเสริมให้อุตสาหกรรมนี้สามารถ เป็นพลังขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของประเทศไทยให้ดำเนินไปอย่างมีเสถียรภาพในอนาคตต่อไป การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 2 ประการคือ 1) เพื่อศึกษาโอกาสการใช้การทูตในการขยาย ตลาดการท่องเที่ยวไทย และ 2) เพื่อศึกษาบทบาทของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในการสนับสนุน ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากการเปิดการค้าเสรี AEC โดยผลการศึกษามีสรุป ได้ดังนี้

1. ผลการศึกษา

1.1 การศึกษาการเปิดเสรีทางการค้า AEC ทางการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศไทย

การเปิดเสรีทางการค้า AEC สามารถสร้างโอกาสให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ในประเทศไทยได้ จากการสร้างโอกาสในการเพิ่ม GDP ภาคการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวจะมี ตลาดกว้างขึ้น รวมถึงสร้างโอกาสในการสร้างมูลค่าของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยการ สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นการช่วยกระตุ้นธุรกิจ การท่องเที่ยวในระดับชุมชน

1.2 การศึกษาการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ พบว่า ประเทศไทยได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลัก ซึ่งการ ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural & Heritage Tourism) จัดเป็น 1 ใน 4 กลุ่มหลักดังกล่าว

1.3 การศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย สามารถแบ่ง รายละเอียดผลการศึกษานี้ออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ การเปิดเสรีทางการค้า AEC โครงสร้างทั่วไปของ ประเทศที่เกี่ยวข้องกับการบริการการท่องเที่ยว และนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งจากผล

การศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามประเภทกลุ่มเป้าหมายสามารถนำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ดังต่อไปนี้

จุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ 1) ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวที่ดี 2) ลักษณะนิสัยของประชาชนที่เอื้อต่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว และ 3) ความหลากหลายของกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว ในขณะที่จุดอ่อนของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการขาดทักษะในด้านภาษาต่างประเทศ 2) ปัญหาอาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยว และ 3) ปัญหา Over-supply ของธุรกิจโรงแรม

สำหรับโอกาสของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ 1) ภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง 2) มีการศึกษาตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ และ 3) มีการประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในขณะที่อุปสรรค ได้แก่ 1) ปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง 2) ปัญหาความขัดแย้งตามแนวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) การเปิดเสรีภายใต้ AEC

2. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

กระทรวงการต่างประเทศ เป็นหน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรมเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ดังนั้น การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย สามารถนำไปสู่การเสนอแนะบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศในเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ในการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ทั้งนี้ สามารถแบ่งได้เป็น 3 กลยุทธ์ ได้แก่

2.1 กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก

กระทรวงการต่างประเทศควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการศึกษาเพื่อขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Word of Mouth ผ่านทาง Social Network นอกจากนี้ ควรสนับสนุนการจัดกิจกรรมเพื่อประชาสัมพันธ์และดึงดูดกลุ่มลูกค้าจากต่างประเทศ และควรกระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วยการสร้างความร่วมมือเชิงวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบ Twin City รวมถึงการทำตลาดเชิงรุกกับองค์กรที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวของประเทศไทย

2.2 กลยุทธ์เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อรองรับการเปิดเสรี AEC

กระทรวงการต่างประเทศควรมีส่วนร่วมในการเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการใน 2 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเงินทุน กระทรวงฯ ควรดำเนินการทูตเพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ รวมทั้งควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อสนับสนุนเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs

นอกจากนี้ ควรมีการชี้แจงถึงโอกาสจากการเปิดเสรีทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการ เพื่อให้ได้รับทราบถึงช่องทางในการลงทุนในต่างประเทศ และมีบทบาทในการคัดเลือกผู้ประกอบการจากต่างประเทศที่ต้องการร่วมลงทุนกับธุรกิจในประเทศไทย และ 2) ด้านการบริหารธุรกิจ กระทรวงฯ ควรมีกฎเกณฑ์เพื่อก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของผู้ประกอบการต่างประเทศที่ต้องการร่วมลงทุนในประเทศไทยอย่างแท้จริง เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเรียนรู้และพัฒนาของผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทย

2.3 กลยุทธ์รักษาความมั่นคงและความปลอดภัย

กระทรวงการต่างประเทศ และสถานทูตไทยในต่างประเทศ ควรมีการจัดทำเอกสารชี้แจงสิ่งที่ควรกระทำ/ไม่ควรกระทำ ระหว่างที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศและควรมีบทบาทในการชี้แจงสถานการณ์ที่ถูกต้องให้สาธารณชนทราบผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการมาท่องเที่ยวในประเทศ นอกจากนี้ กระทรวงฯ มีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในอาเซียน โดยใช้การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยว

โดยรวมสามารถสรุปได้ว่า กระทรวงการต่างประเทศควรมีบทบาทในการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยควรคำนึงถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) มากขึ้น เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรมหรือการอนุรักษ์เชิงนิเวศน์ ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าการบริการการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์พื้นฐานในประเทศไทยที่มีความได้เปรียบเป็นหลัก รวมถึงยังเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวในระดับชุมชน เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ของประเทศไทย นับว่าการดำเนินงานดังกล่าวเป็นการบูรณาการทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนแท้จริง

กิตติกรรมประกาศ

บทความฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ด้วยความอนุเคราะห์จากกลุ่มผู้ให้สัมภาษณ์ คุณกาญจนา วงศ์สุวรรณ อัครราชทูตที่ปรึกษา (ฝ่ายแรงงาน) หัวหน้าสำนักงานแรงงานในประเทศสิงคโปร์, Mr. Robert Khoo ผู้บริหารระดับ CEO การท่องเที่ยวแห่งชาติสิงคโปร์, คุณสุทธิพงษ์ เพื่อนพิภพ อุปนายกฝ่ายบริหารและกิจกรรม, คุณทัศนีย์ เกียรติกำจรชัย รองเลขาธิการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว, คุณอุดม ศรีมหาโชตะ ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สมาคมโรงแรมไทย และอุปนายกสมาคมโรงแรมภาคตะวันตก, คุณมนตรี มาลีพันธ์ ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย, คุณภาสกร สุพรรณพันธุ์: ผู้อำนวยการกองตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้ ฝ่ายภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้, Mr. Chung Seng Sam นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย และ Mr. Chan Phirom ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวภายในประเทศกัมพูชา

นอกจากนี้ ผู้ศึกษาขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. อรทัย ก๊กผล ออท.เพ็ญศักดิ์ ชลารักษ์ และศาสตราจารย์ ดร. ไชยวัฒน์ คำชู ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำตลอดจนบุคลากรและเจ้าหน้าที่กระทรวงการต่างประเทศทุกท่านที่เกี่ยวข้อง ที่อนุเคราะห์ให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขจัดทำเอกสารฉบับนี้

นายสุหัตถ์ สังขญา

สารบัญ

	หน้า
บทสรุปสำหรับผู้บริหาร	ง
กิตติกรรมประกาศ	ช
สารบัญ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ความสำคัญของปัญหา	1
2. วัตถุประสงค์	2
3. ขอบเขตการศึกษา	3
4. ระเบียบวิธีการศึกษา	3
5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา	4
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	5
1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ	5
2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน	7
3. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation)	9
4. เศรษฐกิจสร้างสรรค์	16
5. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)	19
บทที่ 3 ผลการศึกษา	21
1. ผลการศึกษาการเปิดเสรีการค้า AEC ทางการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	21
2. ผลการศึกษาการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	22
3. ผลการศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย	24
4. ผลการศึกษายบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	34
5. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)	34

	หน้า
บทที่ 4 สรุปและข้อเสนอแนะ	40
1. สรุปผลการศึกษา	40
2. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา	43
ตารางผนวก	48
เอกสารอ้างอิง	84
ประวัติผู้เขียน	85

บทที่ 1

บทนำ

ในบทนำนี้ ได้นำเสนอประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับความสำคัญของปัญหา วัตถุประสงค์ การศึกษา ขอบเขตการศึกษา ระเบียบวิธีการศึกษา และประโยชน์และผลที่คาดว่าจะได้รับ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญของปัญหา

จากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี ค.ศ. 2015 ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (ASEAN Single Market and Production Base) โดยอาเซียนต้องการพัฒนาเศรษฐกิจในกลุ่มของตน จึงต้องการสร้างอาเซียนให้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว และเป็นการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น โดยมีแนวทางการดำเนินการเพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายของสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าหากมีการดำเนินงานตามแนวทางดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของไทย (SMEs) ซึ่งมีข้อจำกัดทางการเงิน ความสามารถในการประกอบการ และข้อจำกัดเกี่ยวกับองค์ความรู้ต่างๆ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเหล่านี้จะไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไปหากไม่ได้รับการช่วยเหลือที่เหมาะสมจากภาครัฐ

นอกจากนี้ ภายใต้อิทธิพลของการชุมนุมและความไม่สงบต่างๆ ภายในประเทศที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจต่างๆ อย่างกว้างขวาง ตลอดจนการแข่งขันทางการค้าในตลาดโลกที่เพิ่มความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบทางลบมากที่สุดภาคหนึ่งคือ ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญของประเทศไทย โดยรายได้จากการท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงถึง 603,246.52 และ 575,170.90 ล้านบาท หรือคิดเป็นอัตราส่วนที่ร้อยละ 8.7 และ 9.2 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดของไทย และร้อยละ 54.3 และ 54.9 ของรายรับการส่งออกบริการทั้งหมด ในปี พ.ศ. 2551 และ 2552 ตามลำดับ และจากสถานการณ์การแข่งขันและการพึ่งพิงเศรษฐกิจของต่างประเทศนั้น ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีสัญญาณการถดถอยอย่างต่อเนื่องดังจะเห็นได้จากในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา หรือระหว่างปี พ.ศ. 2542-2552 รายรับจากภาคบริการไทยลดลงเหลือถึงร้อยละ 6.1 อันนำมาซึ่งการสูญเสียผลประโยชน์ของชาติอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้

กระทรวงการต่างประเทศในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงในการรักษาและสร้างเสริมผลประโยชน์ของประเทศในกิจกรรมและเวทีระหว่างประเทศต่างๆ ควรที่จะมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศ เพื่อให้อุตสาหกรรมนี้สามารถเป็นพลังขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของประเทศไทยให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ภารกิจที่สำคัญของกระทรวงการต่างประเทศประการหนึ่ง คือการสนับสนุนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างยั่งยืน โดยนำแนวความคิดทางการทูตมาประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์ในมิติเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ในการฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย กล่าวคือ เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นแนวคิดที่สามารถนำมาปรับใช้เป็นกลยุทธ์หลักในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนและเป็นแนวคิดที่ทำให้ประเทศไทยสามารถพัฒนาจุดแข็งของประเทศเพื่อสร้าง Competitive Edge ให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้สามารถแข่งขันกับประเทศอื่นๆ ในฐานะเป็น Tourist Destination ได้ โดยอาจช่วยสร้าง New Demand หรือการขยายอาณาเขตของตลาดเดิมให้แก่อุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วยการสร้างมูลค่าส่วนเพิ่ม (Value Added Creation) ให้แก่สินค้าด้านการท่องเที่ยวของไทย โดยการสร้างและส่งเสริมภาพลักษณ์ไทยในเวทีระหว่างประเทศ รวมทั้งการสร้างแรงดึงดูด (Gravity Creation) ให้กับการท่องเที่ยวไทยในสายตาต่างประเทศได้ หากกระทรวงการต่างประเทศสร้างแรงผลักดันในด้านความสัมพันธ์และความร่วมมือทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจระหว่างประเทศต่างๆ อย่างต่อเนื่องนอกจากจะเป็นการกระตุ้นการท่องเที่ยวไทยภายใต้เอกลักษณ์แห่งความเป็นไทยที่นำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจการท่องเที่ยวและรายรับที่เพิ่มขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพแล้ว ยังเป็นการเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมไทยในเวทีโลกด้วย

ดังนั้น บทบาทของกระทรวงการต่างประเทศนอกจากการเสริมสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์กับประเทศหรือองค์การระหว่างประเทศเพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในระดับอนุภูมิภาค/ ภูมิภาค/ พหุภาคี โดยการรักษาผลประโยชน์ของประเทศไทยในการเจรจาเปิดการค้าเสรี AEC แล้ว กระทรวงฯ ควรมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศจากการสร้างมูลค่าส่วนเพิ่มให้แก่ภาคธุรกิจบริการการท่องเที่ยว รวมถึงการเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพรองรับการเปิดการค้าเสรี AEC ในอนาคตต่อไป

2. วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อศึกษาโอกาสการใช้การทูตในการขยายตลาดการท่องเที่ยวไทย
- 2) เพื่อศึกษาบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากการเปิดการค้าเสรี AEC

3. ขอบเขตการศึกษา

ขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้เน้นกลุ่มเป้าหมายในประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เป็นหลัก และ 2) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปทานที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

- 1) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์ ประกอบด้วย
 - 1.1) การท่องเที่ยวแห่งชาติสิงคโปร์ (National Association of Travel Agents Singapore: NATAS)
 - 1.2) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประเทศกัมพูชา
 - 1.3) นักท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย
- 2) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปทาน ประกอบด้วย
 - 2.1) เจ้าหน้าที่ฝ่ายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
 - 2.2) สมาคมโรงแรมไทย
 - 2.3) ผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย
 - 2.4) ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย

4. ระเบียบวิธีการศึกษา

1) การดำเนินการศึกษาจะทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบจากงานวิจัย เอกสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาเกี่ยวกับ AEC ห่วงโซ่อุปทาน และการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว รวมทั้งจำแนกประเภทการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเข้าข่าย Creative Economy ซึ่งจะนำไปสู่การศึกษาโอกาสและบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ให้เติบโตอย่างยั่งยืนตามวัตถุประสงค์หลักของการศึกษา

2) วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 จะดำเนินการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) แนวโน้มด้านตลาดการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบจากงานวิจัย เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องจากข้อที่ 1) รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว อันนำไปสู่การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) เพื่อนำเสนอข้อเสนอแนะโอกาสและบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

- 1) ผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางให้ภาคเอกชนในการปรับกลยุทธ์การดำเนินธุรกิจหรือรายใหม่ที่ต้องการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว
- 2) ผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางให้ภาครัฐใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการใช้ประโยชน์จากช่องทางการทูตเพื่อฟื้นฟูและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย
- 3) ผลการศึกษาสามารถนำไปเป็นแนวทางให้แก่กระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนและเตรียมความพร้อมให้แก่ภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากการ AEC

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาบทบาทกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (2) ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) (3) ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) ให้แก่ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (4) เศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ (5) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

1.1 ขอบเขตของความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ

เกี่ยวข้องกับเรื่องต่อไปนี้ (สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย, 2554)

1) ความสัมพันธ์ทางสังคม เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีวัตถุประสงค์ เช่น การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมการศึกษา การศาสนา การท่องเที่ยว กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ เช่น การแลกเปลี่ยนทุนการศึกษา การแสดงนาฏศิลป์ของแต่ละประเทศไปเผยแพร่ตามประเทศอื่น เป็นต้น

2) ความสัมพันธ์ทางการเมือง เป็นความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ระหว่างประเทศ เช่น การทูต การทหาร การแทรกแซงทางการเมือง การกำหนดนโยบายระหว่างประเทศ เป็นต้น

3) ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ เป็นความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับการ “แลกเปลี่ยน” ทรัพยากร หรือ บริการ เช่น การซื้อขาย การกู้ยืม ประเทศไทยมีความต้องการด้านอุตสาหกรรมและเทคโนโลยีใหม่ ในขณะเดียวกัน ประเทศทางยุโรปต้องการวัตถุดิบและน้ำมันจากตะวันออกกลาง ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจ รวมถึงการตั้งกฎเกณฑ์ในเรื่องภาษีศุลกากร รวมทั้งการปิดล้อมทางเศรษฐกิจ เป็นต้น

4) ความสัมพันธ์ทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี เป็นความสัมพันธ์ที่มีวัตถุประสงค์ในการแลกเปลี่ยนพัฒนาความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีในการใช้ประโยชน์ร่วมกันในการแก้ปัญหาของชาวโลก เช่น การส่งเสริมค้นคว้า ทดลองด้านวิทยาศาสตร์ในการป้องกันโรคมะเร็ง หรือการประชุมสัมมนาด้านวิทยาศาสตร์ ระหว่างประเทศ เป็นต้น

5) ความสัมพันธ์ทางกฎหมาย เมื่อความสัมพันธ์ระหว่างพรมแดนมากขึ้น ปัญหาหรือการกำหนดสิ่งที่ปฏิบัติร่วมกันต้องเกิดขึ้น เช่น เกิดสัญญา กติกา หรือข้อตกลงเกี่ยวกับน่านน้ำสากลระหว่างไทยกับเวียดนาม เป็นต้น

1.2 เครื่องมือที่ใช้แสดงออกซึ่งพฤติกรรมระหว่างประเทศ

ในการแสดงออกของตัวแทนในเวทีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ตัวแทนอาจเลือกใช้เครื่องมืออย่างใดอย่างหนึ่งมาประกอบการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมนั้นๆ ซึ่งตามปกติแล้วเครื่องมือที่ใช้ในการแสดงออกซึ่งพฤติกรรมระหว่างประเทศนั้นมีอยู่ด้วยกัน 6 ประเภท ดังนี้ (นรเศรษฐ์ เจียมจิโรจน์, 2553)

1) เครื่องมือทางการเมืองและการทูต

เป็นเครื่องมือที่ใช้กัน โดยทั่วไปในระบบความสัมพันธ์และการเมืองระหว่างประเทศ เครื่องมือแบบนี้อาจจะปรากฏออกมาในรูปของการเจรจกันโดยตรงระหว่างผู้แทนของประเทศต่างๆ หรือในรูปของการเจรจาระหว่างประเทศ ซึ่งเครื่องมือทางการทูตเป็นการรักษาความสัมพันธ์อันดีระหว่างกัน การทูตจะช่วยลดความขัดแย้งด้วยการเจรจาทะหว่างประนีประนอมระหว่างกัน การทูตเป็นเครื่องมือสำหรับรัฐต่างๆ ที่จะใช้ให้เกิดประโยชน์ได้โดยเสมอกัน แต่ประโยชน์ตอบแทนที่ได้รับจากการใช้เครื่องมือทางการทูตนั้นย่อมแตกต่างกันออกไปขึ้นอยู่กับศิลปะของนักการทูตในการเจรจาซึ่งถือกันว่าการทูตเป็นศิลปะอย่างหนึ่ง ซึ่งมีวิธีการต่างๆ เช่น การชี้ชวน โน้มน้าวและจงใจใจ การบีบบังคับ และการข่มขู่ เป็นต้น

2) เครื่องมือทางเศรษฐกิจ

การใช้เครื่องมือทางเศรษฐกิจในการดำเนินความสัมพันธ์หรือนโยบายต่างประเทศนั้น โดยทั่วไปจะหมายถึงการค้าขายและการให้ความช่วยเหลือทางด้านเศรษฐกิจ หรือประเทศที่สามารถจะใช้ประโยชน์จากเครื่องมือชนิดนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพก็คือประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ รวมทั้งมีความสามารถด้านเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองได้เป็นอย่างดี

3) เครื่องมือทางจิตวิทยา

เป็นเครื่องมือที่ประเทศต่างๆ ใช้กันอยู่ทั่วไปในเวทีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ได้แก่ การโฆษณาชวนใจและการทำสงครามจิตวิทยา เป็นต้น สำหรับเป้าหมายของการใช้เครื่องมือประเภทนี้คือ ความพยายามที่จะสร้างความรู้สึกละแวกพจน์ที่ดีเกี่ยวกับประเทศของตนให้เป็นที่เข้าใจและแพร่หลายในหมู่ประชาชน รวมทั้งคณะผู้นำประเทศ

4) เครื่องมือทางวัฒนธรรม

มีเป้าหมายเพื่อสร้างทัศนคติและความรู้สึกอันดีเกี่ยวกับประเทศของตนให้แก่ประชาชน รวมทั้งผู้นำประเทศอื่นๆ ซึ่งตัวอย่างของการใช้เครื่องมือทางวัฒนธรรม เช่น การ

แลกเปลี่ยน โครงการทางวัฒนธรรมระหว่างประเทศ หรือการแลกเปลี่ยนนักเรียนระหว่างประเทศ เป็นต้น

5) เครื่องมือทางทหาร

เป็นเครื่องมือสุดท้ายที่ถูกนำมาใช้ในการตัดสินข้อขัดแย้งระหว่างประเทศ รวมทั้งช่วยรักษาผลประโยชน์ของประเทศในกรณีที่ไม่สามารถจะตกลงกันได้ด้วยวิธีทางการทูต

6) เครื่องมือที่กระทำอย่างไม่เปิดเผย

2. ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) (โครงการศึกษาวิเคราะห์นโยบายติดตามและประเมินนโยบายระหว่างประเทศ, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

อาเซียนเป็นกรอบความร่วมมือทางเศรษฐกิจที่มีความใกล้ชิดกับไทยมากที่สุดและหลายประเทศเป็นเพื่อนบ้านที่ติดต่อเชื่อมโยงกันทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมกับไทยเป็นระยะเวลานาน ปัจจุบันอาเซียนจัดเป็นทั้งพันธมิตรในด้านเศรษฐกิจและเป็นตลาดส่งออกสำคัญอันดับหนึ่งของไทย โดยในปี พ.ศ. 2552 การส่งออกของไทยในตลาดอาเซียนมีสัดส่วนเป็นร้อยละ 21.31 ของมูลค่าการส่งออกของประเทศเปรียบเทียบกับญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา และสหภาพยุโรปซึ่งมีสัดส่วนร้อยละ 10.32 10.93 และ 11.90 ตามลำดับ โดยไทยเป็นฝ่ายได้ดุลการค้ากับอาเซียนมูลค่า 7,791.22 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้นในอนาคต และจากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปี ค.ศ. 2015 ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน (ASEAN single market and production base) โดยอาเซียนต้องการพัฒนาเศรษฐกิจในกลุ่มของตน จึงต้องการสร้างอาเซียนให้เป็นตลาดและฐานการผลิตเดียว เพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายของสินค้า บริการ การลงทุน เงินทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น รวมทั้งการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรมมากยิ่งขึ้น ดังนี้ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

1) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของสินค้าอย่างเสรี (Free Flow of Goods) โดยมุ่งเน้นการลดอุปสรรคในการนำเข้าส่งออกสินค้าของแต่ละประเทศในกลุ่มสมาชิก ไม่ว่าจะเป็นอุปสรรคที่เกิดจากด้านภาษีศุลกากร ข้อจำกัดทางการค้าที่มีใช้ภาษี การปรับปรุงกฎว่าด้วยแหล่งกำเนิดสินค้าของอาเซียนให้ทันสมัยและเอื้อต่อการค้าขายในภูมิภาค ตลอดจนวางมาตรการที่จะอำนวยความสะดวกทางการค้าในด้านต่างๆ เช่น การจัดตั้ง ASEAN Single Window ที่จะทำให้ผู้ส่งออกนำเข้าเกิดความสะดวกในการติดต่อประสานหน่วยงาน โดยยื่นเอกสารเพียงจุดเดียว

2) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของบริการอย่างเสรี (Free Flow of Services) มีการเจรจาเพื่อลดอุปสรรคในการเข้ามาประกอบธุรกิจบริการ ให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินธุรกิจได้อย่างเสรี และผู้บริโภคมีเสรีภาพที่จะเลือกใช้บริการต่างๆ ตามความพึงพอใจ สาขาธุรกิจบริการที่อาเซียนตั้งเป้าหมายเร่งรัดการรวมกลุ่มให้เห็นผลเป็นรูปธรรมมี 5 สาขา ได้แก่ สาขาท่องเที่ยว การบิน สุขภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศ และ โลจิสติกส์

3) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของการลงทุนอย่างเสรี (Free Flow of Investment) มีการจัดทำความตกลงด้านการลงทุนของอาเซียนฉบับใหม่ (ASEAN Comprehensive Investment Agreement: ACIA) แทนความตกลงที่มีอยู่เดิม คือ ความตกลงเขตการลงทุนอาเซียน (Agreement on the ASEAN Investment Area: AIA) 1998 และความตกลงด้านการส่งเสริมและคุ้มครองการลงทุน (Agreement for the Promotion and Protection of Investment) 1987 ซึ่งความตกลงฉบับใหม่นี้ จะมีขอบเขตกว้างขึ้นและมีความครอบคลุมมากขึ้น โดยจะครอบคลุมเนื้อหา 4 ด้านหลัก คือ การคุ้มครองการลงทุน การอำนวยความสะดวกและความร่วมมือในการลงทุน การส่งเสริมการลงทุน และการเปิดเสรีการลงทุน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มและรักษาระดับความสามารถของอาเซียนในการดึงดูดการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศและการลงทุนภายในภูมิภาคอาเซียน

4) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของเงินทุนอย่างเสรี (Free Flow of Capital) ดำเนินงานตามแผนงานที่กำหนดโดยรัฐมนตรีคลังของอาเซียน เพื่อส่งเสริมการพัฒนาตลาดทุน และการเคลื่อนย้ายเงินทุนให้มีความเสรีมากขึ้น โดยประเทศสมาชิกยังสามารถมีมาตรการเพื่อรักษาเสถียรภาพและความมั่นคงทางเศรษฐกิจของประเทศได้

5) การดำเนินการเพื่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายของแรงงานมีฝีมืออย่างเสรี (Free Flow of Skilled Labour) แสวงหาความร่วมมือที่จะสร้างมาตรฐานที่ชัดเจนของแรงงานมีฝีมือ และอำนวยความสะดวกให้กับแรงงานมีฝีมือที่มีคุณสมบัติตามมาตรฐานที่กำหนดให้สามารถเคลื่อนย้ายไปทำงานในกลุ่มประเทศสมาชิกได้ง่ายขึ้น

ผลกระทบด้านบวกของประเทศไทยจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

หากไทยเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ไทยจะได้รับโอกาสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีตลาดกว้างขึ้น ซึ่งรวมทั้งผู้ประกอบการ (Meeting Incentive Convention and Exhibition: MICE) ของไทยก็จะได้รับโอกาสที่ดีเช่นกัน เนื่องจากการเปิดเสรีและการเป็น AEC ทำให้เกิดการจัดกิจกรรมการแสดงและการประชุมต่างๆ มากขึ้น แต่ทั้งนี้ ผลกระทบทางบวกจะเกิดขึ้นและเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการ MICE ในจังหวัดอื่นๆ ของไทย นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร (เช่น ขอนแก่น เชียงใหม่ หาดใหญ่ และภูเก็ต) อย่างแท้จริงนั้น

ต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐเป็นสำคัญ (ผู้แทนสมาคมการแสดงสินค้า (ไทย) และสำนักงานส่งเสริมการจัดประชุมและนิทรรศการ (องค์การมหาชน)

ผลกระทบด้านลบของประเทศไทยจากการเข้าร่วมประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน สามารถสรุปได้ดังนี้

1) ผลกระทบต่อทรัพยากรต่างๆ ของไทยที่มีอยู่ในท้องถิ่นซึ่งเป็นแหล่งลงทุนด้านการท่องเที่ยว

2) ผลกระทบต่อแรงงานไทยจากข้อตกลงการเคลื่อนย้ายแรงงาน 32 วิชาชีพที่จะมีผลโดยสมบูรณ์ในปี พ.ศ. 2558 โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นกับมัคคุเทศก์ไทย ซึ่งแม้ว่ากฎหมายไทยจะระบุว่า อาชีพมัคคุเทศก์ เป็นอาชีพสงวนสำหรับคนไทยก็ตาม แต่เมื่อ AEC เกิดขึ้นก็เป็นไปได้ว่า ข้อตกลงของ AEC ก็จะมีส่วนทำให้ไทยต้องเปิดช่องทางให้นักกลางจากอาเซียนมีโอกาสได้ประกอบวิชาชีพมัคคุเทศก์ในไทยด้วย (ผู้แทนสมาคมมัคคุเทศก์อาชีพแห่งประเทศไทย และสมาพันธ์เครือข่ายท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย)

3) ผลกระทบต่อผู้ประกอบการท่องเที่ยวในระดับ SMEs ในไทยอันสืบเนื่องจากปัญหา Over Supply และปัญหาเงินทุนที่เสียเปรียบนักลงทุนต่างชาติ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในระดับ SMEs ของไทยมีมากกว่าร้อยละ 70 ในระบบท่องเที่ยวไทย การเป็น AEC ทำให้ภาคธุรกิจระดับ SMEs มีความวิตกกังวลเนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวไทยไม่ได้แข่งขันเฉพาะใน 10 ประเทศสมาชิกอาเซียนเท่านั้น หลังการเปิด AEC กลุ่มประเทศนอกอาเซียน เช่น ยุโรป หรือสหรัฐอเมริกา ก็สามารถเข้ามาลงทุนโดยใช้สิทธิจากกรอบความร่วมมือ AEC ได้ ตัวอย่างเช่น บริษัทยักษ์ใหญ่ในเยอรมนี ที่เข้าไปเปิดธุรกิจในสิงคโปร์ ก็สามารถใช้สิทธิตามข้อตกลงที่สิงคโปร์มีตามกรอบ AEC เข้ามาลงทุนในไทยได้เช่นกัน นอกจากนี้ ปัจจุบันมีการเปิดเสรีการค้าบริการและการลงทุนในธุรกิจโรงแรมมากขึ้น จนเกิดปัญหา Over Supply ที่นำไปสู่ปัญหาการตัดราคามากขึ้น ด้วยเหตุนี้ มีความเป็นไปได้ว่า ยิ่งเปิดเสรีก็ยิ่งจะทำให้เกิดปัญหา Over Supply มากขึ้นต่อไป ที่สำคัญ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในระดับ SMEs ในไทยก็จะได้รับผลกระทบอย่างมากเพราะไม่สามารถแข่งขันในเรื่องเงินทุนกับนักลงทุนต่างประเทศได้

3. ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) และการสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added Creation) ให้แก่ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (โครงการศึกษาวิเคราะห์นโยบายติดตามและประเมินนโยบายระหว่างประเทศ, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

3.1 แนวคิดโซ่อุปทานภาคบริการท่องเที่ยว

ปัจจุบันการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจและเพื่อความอยู่รอดทำให้ธุรกิจต่างๆ ปรับตัวและให้ความสำคัญในการบริหารจัดการในภาพรวมและธุรกิจที่มีความต่อเนื่องกันตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ โดยอาศัยหลักการจัดการโซ่อุปทานที่เป็นแนวคิดบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ โดยส่วนใหญ่จะนำไปประยุกต์ใช้กับภาคอุตสาหกรรมหรือภาคการผลิต แต่ก็สามารถประยุกต์ใช้กับธุรกิจภาคบริการได้เช่นกัน โดยเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมในภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ โดยสร้างรายได้ให้กับประเทศ เกิดการจ้างงาน และทำให้ธุรกิจในภาคอื่นขับเคลื่อนไปด้วยดี (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

X. Zhang et al. (2009) ได้ให้คำนิยามว่า โซ่อุปทานการท่องเที่ยว หมายถึง เครือข่ายขององค์กรด้านการท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมในสร้างสรรค์กิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจนกระทั่งมีการส่งมอบบริการนั้นให้กับนักท่องเที่ยว

สิริยุพา (2554) อ้างถึง Collier and Harraway (1997) ระบุว่า อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีองค์ประกอบที่สำคัญ 4 ส่วน ซึ่งถือเป็นผู้ให้บริการโดยตรง (Direct Providers) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่

1. การขนส่ง (Transportation) การขนส่งทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าถึงยังแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วและสะดวกสบาย เป็นองค์ประกอบที่สำคัญอย่างมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว การขนส่งมีหลายรูปแบบ เช่น การขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ

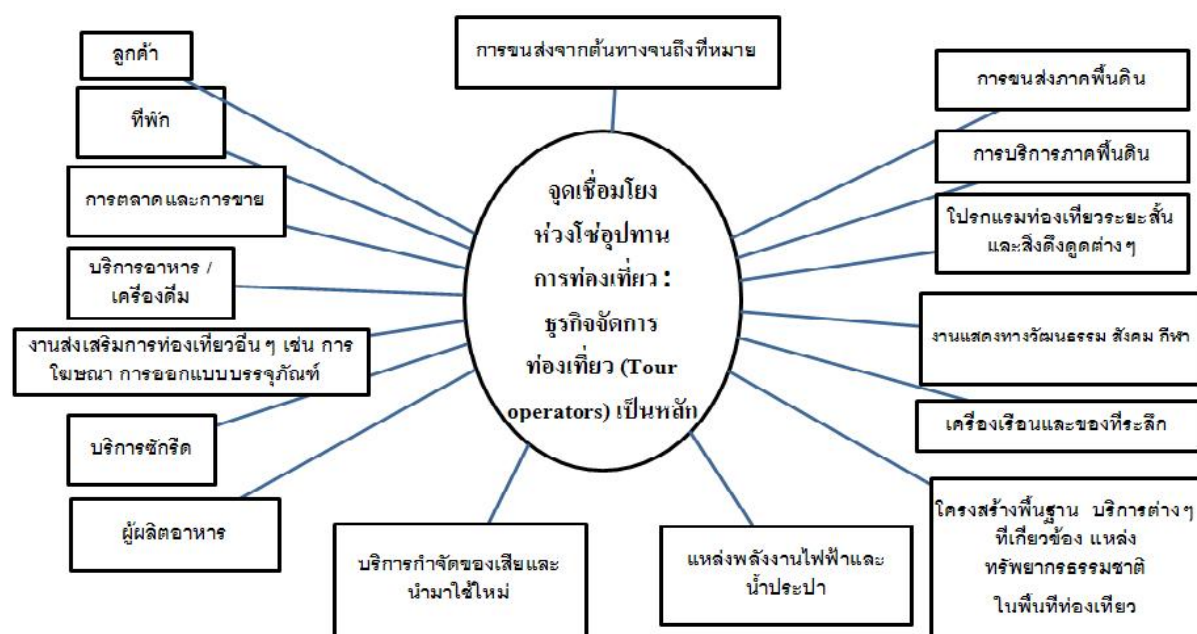
2. ที่พัก (Accommodation) เพื่ออำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องมีที่พักในบริเวณใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท อพาร์ทเมนท์ เกสต์เฮาส์ การให้บริการด้านที่พักอาจแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ รสนิยมของผู้บริโภคและสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว

3. สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรม และสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการต่างๆ (Attractions Activities and Ancillary Services) วัตถุประสงค์หลักในการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือต้องการได้รับความเพลิดเพลินสนุกสนานและประสบการณ์แปลกใหม่ในการเดินทางท่องเที่ยว สิ่งดึงดูดใจให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวอาจเป็นสถานที่หรือ เหตุการณ์ ซึ่งเกิดได้ตามธรรมชาติหรือมนุษย์สร้างขึ้น รวมไปถึงกิจกรรมการท่องเที่ยว และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในการให้บริการการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การอำนวยความสะดวกในการเดินทางเข้าออกประเทศ ด้านสาธารณูปโภค และสาธารณูปการ

4. การขาย (Sales) เป็นกิจกรรมที่ช่วยกระจายบริการด้านการท่องเที่ยวจากผู้ให้บริการไปยังผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องหลายฝ่าย เช่น ผู้ขายส่งบริการ

ด้านการท่องเที่ยว ตัวแทนจัดการเดินทาง ตัวแทนจำหน่าย

ส่วน Richard Tapper (2004) กล่าวว่า โซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว ประกอบด้วย กลุ่มผู้ผลิต (Suppliers) สินค้าและบริการประเภทต่างๆ (Goods and Services) ที่เข้าไปอยู่ในระบบการ จัดส่งผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Products) ไปยังผู้บริโภค กลุ่มผู้ผลิตดังกล่าวครอบคลุม ถึงผู้ผลิต (Suppliers) ที่ไม่ได้รับการติดต่อโดยตรงจากธุรกิจจัดการท่องเที่ยว (Tour Operators) จาก บริษัทตัวแทนที่ให้บริการภาคพื้นดิน (Ground Handlers) หรือจากผู้ให้บริการด้านที่พัก (Accommodation Providers) ด้วยเหตุนี้ ห่วงโซ่ด้านการท่องเที่ยวจึงประกอบด้วย ธุรกิจที่พัก ธุรกิจ การขนส่ง ธุรกิจการจัดนำเที่ยวระยะสั้น (Excursion) ภัตตาคาร ผู้ผลิตงานหัตถกรรม (Handicrafts) ผู้ผลิตอาหาร (Food Providers) ธุรกิจกำจัดของเสีย และหน่วยงานบริการโครงสร้างพื้นฐานที่สร้าง ความสะดวกให้นักท่องเที่ยวถึงจุดหมาย อื่นๆ โดยได้คงหลักของ Collier and Harraway (1997) และ เพิ่มเติม 12 ประเด็น ทำให้ มีองค์ประกอบทั้งหมด 16 ประเด็น (ดังภาพที่ 2.1)



ภาพที่ 2.1 องค์ประกอบและจุดเชื่อมโยงห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

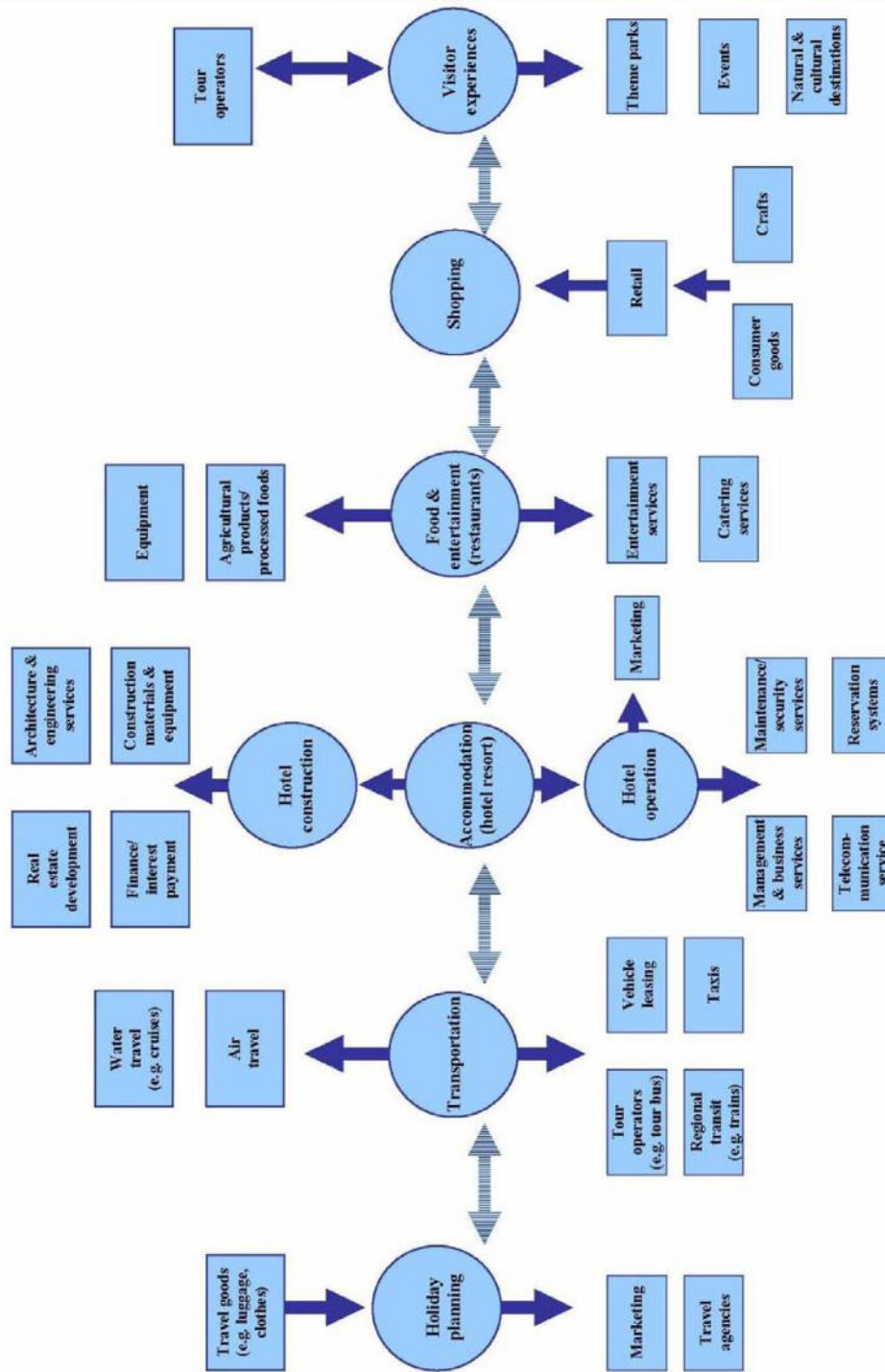
ที่มา : สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554 (อ้างอิงในโครงการศึกษา วิเคราะห์นโยบายติดตามและประเมินนโยบายระหว่างประเทศ, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

3.2 ไข่มูลค่าการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเป็นสาขาบริการที่นำมาซึ่งรายได้ให้กับประเทศไทยในสัดส่วนที่สูงอย่าง โดยในปี 2553 พบว่ามีจำนวนนักท่องเที่ยวประมาณ 15.6 ล้านคนและประมาณการว่ามี GDP ในสาขา การเดินทางและท่องเที่ยว (Travel & Tourism) ประมาณ 17,159 ล้านดอลลาร์ หรือคิดเป็นร้อยละ 6.2 ของ GDP ในปี 2553 จากการศึกษาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นสาขาบริการซึ่งมีความแตกต่างจาก อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เป็นรูปธรรม ในขณะที่การท่องเที่ยวเป็นการบริการที่ผู้รับบริการต้องเดินทางมา รับบริการด้วยตนเองในแหล่งท่องเที่ยว หากพิจารณาในเชิงเศรษฐศาสตร์จะพบว่าปัจจัยที่มีผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมีทั้งในส่วนที่เป็นปัจจัยด้านราคา (Price Determinant) และปัจจัยที่ไม่ใช่ราคา (Non-price Determinants) ในขณะที่อุปทานของการท่องเที่ยวประกอบด้วยกิจกรรมต่างๆ ที่ดำเนินการ ร่วมกัน ทั้งที่เป็นอิสระต่อกันและที่ไม่เป็นอิสระต่อกันจึงยากต่อการบริหารจัดการและควบคุมคุณภาพ ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งระบบ ทั้งนี้ UN (2007) ได้กล่าวถึงกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น การขนส่ง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม สถานบันเทิง การจัดสัมมนา งาน แสดงสินค้า การกีฬา และ recreation นอกจากนี้ ยังมีกิจกรรมต่างๆ ที่มีผลต่ออุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยว เช่น ธุรกรรมทางการเงิน การสื่อสาร บริการสุขภาพ รวมทั้ง เรื่องของพลังงาน คุณภาพน้ำ ความปลอดภัยและกฎหมาย เป็นต้น

ภาพที่ 2.2 แสดงให้เห็นถึงไข่มูลค่าในอุตสาหกรรมที่มีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับสาขา ต่างๆ ดังกล่าวไว้ข้างต้น ดังนั้น การบริหารจัดการไข่มูลค่าการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาอุตสาหกรรมการ ท่องเที่ยวในภาพรวมจะต้องมีการพัฒนาในแต่ละกิจกรรม ภายใต้อัตลักษณ์แต่ละห่วง ดังนี้

Box figure 1. Tourism value chain



ภาพที่ 2.2 โซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

ที่มา: สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554 (อ้างอิงในโครงการศึกษาวิเคราะห์นโยบายติดตามและประเมินนโยบายระหว่างประเทศ, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

1. การวางแผนการท่องเที่ยว (Holiday Planning) เกี่ยวข้องกับการตลาดท่องเที่ยว (เช่น การโฆษณาประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ฯ) travel agencies และสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (เช่น กระเป๋าเดินทาง เสื้อผ้า ฯ)
2. การเดินทาง (Transportation) เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวทั้งทางบก น้ำ อากาศ และทางราง รวมถึง tour operation (เช่น รถบัสสำหรับทัวร์) ระบบการจองตั๋วโดยสาร
3. ที่พักแรม ซึ่งเกี่ยวข้องกับ 2 ส่วนใหญ่ๆ คือ
 - 3.1 การก่อสร้างที่พัก ซึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์ สถาปนิก วิศวกร อุปกรณ์ก่อสร้างต่างๆ และการบริการทางการเงินรวมทั้งเรื่องของการกู้ยืม อัตราดอกเบี้ย และ
 - 3.2 การดำเนินการ บริหารจัดการที่พัก เกี่ยวข้องกับการตลาด การบริหารกิจการ อาหารและสถานบันเทิง ระบบการจองที่พัก การบำรุงรักษา การดูแลด้านความปลอดภัย และ โทรมนาคม
4. อาหารและสถานบันเทิง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการค้าการเกษตร และสินค้าแปรรูป เครื่องดื่ม การจัดงานเลี้ยง และการบริการด้านความบันเทิงต่างๆ
5. การจับจ่ายซื้อสินค้าซึ่งรวมถึงสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคทั่วไป และสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองต่างๆ ซึ่งเป็นการซื้อในลักษณะของการค้าปลีก และ
6. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการได้รับบริการในด้าน tour operation นิทรรศการ จุดหมายของนักท่องเที่ยวในด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

3.3 แนวทางการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว (โครงการศึกษาวิเคราะห์นโยบายติดตามและประเมินนโยบายระหว่างประเทศ, สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2554)

การดำเนินการของธุรกิจห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว จะเป็นไปในลักษณะ ธุรกิจกับธุรกิจ (business-to-Business Relationships) ส่วนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว นั้น ดำเนินการบนพื้นฐานของเสถียรภาพทางการเงินของแต่ละธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบในห่วงโซ่ โดยมีการตรวจสอบเพื่อการปรับปรุงผลประกอบการทางการเงินเป็นระยะๆ ทั้งนี้ ธุรกิจจัดการท่องเที่ยว (Tour Operators) เป็นธุรกิจหลักที่มีอิทธิพลอย่างมากต่อกิจกรรมต่างๆ ตั้งแต่ส่วนแรกจนส่วนสุดท้ายของห่วงโซ่ ที่เป็นเช่นนี้เพราะธุรกิจดังกล่าวเป็นปัจจัยกำหนดปริมาณการท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ต้องใช้ทั้งหมด ซึ่งการมีอิทธิพลดังกล่าว เป็นเครื่องมือหนึ่งของธุรกิจจัดการท่องเที่ยว ในการกระตุ้นให้เกิดการปรับปรุงการทำงานของธุรกิจอื่น

ในห่วงโซ่ที่ทำให้เกิดผลประกอบการที่มีเสถียรภาพอันเป็นส่วนหนึ่งของการทำการค้าที่มีประสิทธิภาพในเวทีการแข่งขัน

ในการกำหนดแผนบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวเพื่อนำไปสู่ความมีเสถียรภาพนั้น ธุรกิจจัดการท่องเที่ยว ควรศึกษาตัวอย่างแนวทางการทำงานขององค์กรที่ประสบความสำเร็จซึ่งเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน

ธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบในห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวที่สามารถบริหารจัดการให้เกิดเสถียรภาพได้ง่ายที่สุด คือ ธุรกิจที่พัก ส่วนธุรกิจที่บริหารจัดการให้เกิดเสถียรภาพยากที่สุด คือ ธุรกิจด้านการขนส่ง (Transport) ในที่นี้จะวิเคราะห์รายละเอียดในสาขาโลจิสติกส์ต่อไป นอกจากนี้ ธุรกิจที่บริหารจัดการให้เกิดเสถียรภาพและสามารถเห็นผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด คือ ธุรกิจที่จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวระยะสั้น (Excursion) ส่วนธุรกิจที่บริหารจัดการแล้วเกิดผลตอบแทนหรือเป็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นมากที่สุด คือ ธุรกิจผู้ผลิตอาหารและผู้ผลิตงานหัตถกรรมหรือของที่ระลึก (Food and Craft Productions) นอกจากระบบการบริหารจัดการแล้ว การรักษาความยั่งยืนของแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย (Destinations) นั้นเป็นอีกงานหนึ่งของการสร้างเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวซึ่งจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหุ้นส่วนธุรกิจ (Stakeholder Partnership) ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง โดยต้องใช้เวลาในการดำเนินการมากขึ้น

การบริหารจัดการเพื่อสร้างเสถียรภาพของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ยังมีกิจกรรมที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ การบริหารเสถียรภาพทางการเงิน ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยสำคัญคือ ข้อตกลงระหว่างหุ้นส่วนธุรกิจที่มีความแน่นอน และมีเงื่อนไขที่ครอบคลุมถึงเหตุการณ์ในอนาคตซึ่งรวมถึงการกำหนดค่าใช้จ่ายในอนาคตเพื่อสร้างความสะดวกต่อการลงทุนที่จำเป็นของกลุ่มผู้ผลิต (Suppliers) และเพื่อสร้างความเชื่อมั่นในความสัมพันธ์ระหว่างหุ้นส่วนธุรกิจในห่วงโซ่อุปทาน

ภายใต้ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจจัดการท่องเที่ยว (Tour Operators) กับกลุ่มผู้ผลิต (Suppliers) มีปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความสำเร็จของห่วงโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยว 3 ประการ คือ

- 1) การเป็นหุ้นส่วนระยะยาว (Long-term Partnership)
- 2) การกำหนดราคาที่ยุติธรรม (Fair Pricing)
- 3) การมีปริมาณกิจกรรมที่สอดคล้องกันระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่ (Consistent

Volume of Operations)

ทั้งนี้ ขั้นตอนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานที่ประสบความสำเร็จซึ่งดำเนินการระหว่างธุรกิจจัดการท่องเที่ยวกับกลุ่มผู้ผลิตประกอบด้วย

- 1) กำหนดนโยบายส่งเสริมห่วงโซ่อุปทานและระบบการจัดการอย่างเป็นทางการ

2) สนับสนุนกลุ่มผู้ผลิต ให้สามารถบรรลุเป้าหมายด้านเสถียรภาพทางธุรกิจ ซึ่งรวมถึง การกระตุ้นจิตสำนึกเรื่องความสำคัญของการสร้างเสถียรภาพระหว่างกลุ่มผู้ผลิต

3) บูรณาการกฎเกณฑ์ต่างๆ ที่นำไปสู่การสร้างเสถียรภาพ ไว้ในสัญญาต่างๆ ที่เป็นข้อตกลง ในกลุ่มผู้ผลิต

นอกจากขั้นตอนการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานแล้ว การประยุกต์ใช้แนวทางการบริหารจัดการที่ดี ของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จนั้น เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการหนึ่งต่อการสร้างเสถียรภาพของการบริหารห่วงโซ่อุปทาน ให้มีการบริหารจัดการที่ดี ได้แก่ การรักษากลุ่มลูกค้า การเพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่ายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ การรักษาความสามารถทางการแข่งขันด้วยการประเมินสถานการณ์ การรองรับความเสี่ยง และการเข้าถึงโอกาสทางการตลาด การบริหารจัดการความเสี่ยงการและยึดถือข้อกำหนดทางกฎหมายเป็นหลัก การเพิ่มผลการปฏิบัติงานของพนักงาน การปรับแนวทางการรับพนักงานใหม่ที่ดีกว่าเดิม และการรักษาจำนวนพนักงานเดิมไว้คงอยู่ การปกป้องสินทรัพย์หลักขององค์กร รวมทั้งสภาพแวดล้อมและวัฒนธรรม การเพิ่มคุณค่าของแบรนด์ ชื่อเสียง และสัดส่วนทางการตลาด การปกป้องภาพลักษณ์และสถานภาพองค์กร โดยเฉพาะภาพลักษณ์และสถานภาพในตลาดหลักทรัพย์

นอกจากนี้หากพิจารณาแนวทางการบริหารจัดการของกลุ่มธุรกิจขนาดย่อยในส่วนของธุรกิจที่พัก ซึ่งเป็นโรงแรมขนาดกลาง และ ธุรกิจบริการร้านอาหารและบริการอื่นที่เกี่ยวข้องในระดับท้องถิ่น จะพบว่าควรให้ความสนใจด้านการบริหารจัดการในประเด็นย่อยอื่นๆ ด้วย เช่น การดูแลด้านสิ่งแวดล้อม การระดมภาระงานให้ชัดเจน การสร้างโอกาสในการจ้างงานของคนในท้องถิ่น การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งระบบบำบัดของเสีย การสร้างความเชื่อมโยงกับเศรษฐกิจท้องถิ่นที่เน้นส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตอาหาร งานหัตถกรรม และเครื่องเรือนของท้องถิ่น การนำเสนอแผนการตลาดที่ส่งเสริมความมั่นคงทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เชื่อมโยงกับกิจกรรมของกลุ่มผู้ผลิต ในท้องถิ่น ส่วนแนวทางการด้านธุรกิจบริการร้านอาหารและบริการอื่นที่เกี่ยวข้องในระดับท้องถิ่น ควรให้ความสนใจกับการกำหนดกระบวนการผลิตที่สร้างความยั่งยืน ซึ่งได้แก่ การวางแผนและการฝึกอบรมพนักงาน การรักษาคุณภาพสินค้าและบริการ การสร้างความน่าเชื่อถือ การกระจายสินค้าและบริการอย่างทั่วถึงเป็นธรรม และการส่งเสริมความสามารถในการเข้าถึงตลาด อย่างไรก็ตามการพิจารณาและบริหารห่วงโซ่ต้องพิจารณา ร่วมกับความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน เช่น ธุรกิจการขนส่ง ผู้ให้บริการภาคพื้นดิน ธุรกิจจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวระยะสั้น ธุรกิจบาร์และภัตตาคาร หรือธุรกิจอื่นๆ ด้วย

4. เศรษฐกิจสร้างสรรค์

4.1 นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การกำหนดนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยทั่วไปขึ้นอยู่กับ การนำไปปรับใช้ให้เข้ากับระบบเศรษฐกิจของแต่ละประเทศและองค์กรที่เกี่ยวข้องต่างๆ ดังนั้นเมื่อกล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จึงมีการให้นิยามความหมายไว้หลากหลาย ซึ่งสำหรับประเทศไทยปัจจุบันยังไม่มี การกำหนดนิยามอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ สศช. (2552) ได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยยึดรูปแบบของ UNCTAD (2008) เป็นกรอบ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลักและ 15 กลุ่มย่อย ดังนี้ (สุมาลี สันติพลวุฒิ และคณะ, 2553)

1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม ได้แก่ 1.1) งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) 1.2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural & Heritage Tourism) 1.3) การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) และ 1.4) อาหารไทย (Thai Food)

2) กลุ่มศิลปะ (Arts) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม ได้แก่ 2.1) ศิลปะการแสดง (Performing Arts) และ 2.2) ทัศนศิลป์ (Visual Arts)

3) กลุ่มสื่อ (Media) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม ได้แก่ 3.1) การพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing) 3.2) การกระจายเสียง (Broadcasting) 3.3) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film & Video) และ 3.4) ดนตรี (Music)

4) กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 5 กลุ่ม ได้แก่ 4.1) งานออกแบบ (Design) 4.2) แฟชั่น (Fashion) 4.3) งานโฆษณา (Advertising) 4.4) สถาปัตยกรรม (Architecture) และ 4.5) ซอฟต์แวร์ (Software)

4.2 นโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในประเทศไทย

1) ความสำคัญและแนวทางของการพัฒนาประเทศไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์

พันศักดิ์ วิญญรัตน์ (2548) ได้กล่าวไว้ว่ายุทธศาสตร์หลักที่สำคัญที่นำมาบริหารเศรษฐกิจของประเทศเพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทย คือการพัฒนาสินค้าและบริการให้เกิด Value Creation เพิ่มมากยิ่งขึ้น โดย Value Creation คือการใช้ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบของประเทศ หรือการนำจุดแข็งของประเทศที่มีอยู่ตามธรรมชาติมาสร้างสรรค์ผลิตสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งแนวทางการสร้าง Value Creation ของประเทศไทยควรต้องเริ่มต้นจากการนำความคิดสร้างสรรค์ดั้งเดิมและพื้นฐานของทักษะที่อยู่บนสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมมาผสมกับความรู้การคิดค้นทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ดังนั้น Value Creation สามารถนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการชี้วัดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจของประเทศไทยได้ เพราะช่วยสะท้อนให้เห็นถึงองค์ประกอบของความเข้มแข็ง

ได้ในหลายมิติ โดยเฉพาะการพึ่งพาตนเอง ประเทศไทยสามารถสร้างโอกาสและพัฒนาได้ด้วยตัวเอง จากการใช้ Value Creation ผ่านการนำทุนทางสังคม เช่น วัฒนธรรมหรือความเป็นไทย มาผนวกรวมกับทุนทางกายภาพและทรัพยากรมนุษย์ เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่มีความหลากหลาย ซึ่งสามารถสร้างสินค้าและบริการได้โดยการใช้ปัญญาเป็นสำคัญ นอกจากการพึ่งพาตนเองแล้ว Value Creation ยังเป็นเครื่องมือชี้วัดการมีภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจของประเทศด้วย เนื่องจาก Value Creation จะช่วยรองรับหรือลดปัจจัยความเสี่ยงจากความผันผวนหรือการแข่งขันอย่างรุนแรงจากภายนอกประเทศ โดยอาศัยความเข้มแข็งภายในหรือจุดเด่นที่ยากต่อการเลียนแบบเป็นพื้นฐาน ซึ่งสินค้าและบริการที่มี Value Creation หากมีการพัฒนาให้เหมาะสมและมีตลาดรองรับจะเป็นส่วนสำคัญต่อภาคการส่งออกของประเทศไทยต่อไป

2) ความเป็นไปได้ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (2553) ได้พิจารณาถึงโอกาสและความเป็นไปได้ของการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยในภาพรวมพบว่า ประเทศไทยมีจุดแข็งและโอกาสอันเหมาะสมที่จะเอื้ออำนวยให้การพัฒนาไปสู่ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีความเป็นไปได้สูง เนื่องจาก

(1) ประเทศไทยมีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นได้จากมรดกทางวัฒนธรรมประเพณี รวมไปถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปะงานช่างฝีมือต่าง ๆ ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของประเทศไทยที่มีการนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการที่เผยแพร่ไปทั่วโลก

(2) ประเทศไทยมีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ทั้งภูเขา ทะเล และพื้นที่ราบอุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งถือเป็นทุนสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ อีกทั้งประเทศไทยยังมีความหลากหลายทางชีวภาพติดอันดับ 1 ใน 5 ของโลก โดยเฉพาะพืชและสมุนไพรหลายชนิดที่สามารถใช้เป็นทุนในการแปรรูปและพัฒนาเป็นยารักษาโรค รวมถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพและความงามได้

(3) คนไทยมีนิสัยอ่อนน้อมถ่อมตน ปรับตัวง่าย มีใจรักการบริการ เป็นมิตรและมีจิตใจโอบอ้อมอารีต่อบุคคลรอบข้าง ซึ่งล้วนแต่เป็นปัจจัยส่งเสริมงานให้บริการด้านต่างๆ ที่สร้างความประทับใจแก่ผู้มาใช้บริการ ขณะเดียวกัน คนไทยจำนวนมากยังมีทักษะ ความรอบรู้ ความเชี่ยวชาญเชิงงานช่างฝีมือในหลากหลายสาขาอันเป็นผลมาจากการถ่ายทอดและการสั่งสมภูมิปัญญา ซึ่งถือเป็นทุนในกาพัฒนาสินค้าและบริการเชิงสร้างสรรค์

(4) กระแสความนิยมวัฒนธรรมตะวันออกและวัฒนธรรมเอเชียมีแนวโน้มขยายตัวอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้มีการขยายตัวของสินค้าและบริการด้านวัฒนธรรมตามมา จึงเป็น

โอกาสอันดีที่ประเทศไทยจะสอดแทรกมิติทางวัฒนธรรมไทยอันโดดเด่นไว้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าและบริการ

(5) ความก้าวหน้าของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงกันอย่างทั่วถึงช่วยเปิดโอกาสและช่องทางให้ภาคธุรกิจสามารถทำการตลาดแบบเฉพาะเจาะจง (Niche Market) ที่หลากหลายมากขึ้น

(6) การดำเนินงานที่ผ่านมาทั้งในส่วนของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนมีการปรับตัวเพื่อให้เป็นกลไกในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ดีขึ้น เช่น

3) กลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ในปี 2552 มีหน่วยงานภาครัฐและองค์กรมหาชนหลายแห่งที่เริ่มมีบทบาทหน้าที่และให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยการดำเนินงานในระดับนโยบายนั้น มีสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ทำหน้าที่สนับสนุนเชิงนโยบายและช่วยผลักดันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีกระทรวงที่เกี่ยวข้องโดยตรงเป็นเจ้าภาพหลักรับผิดชอบด้านการส่งเสริมให้มีการประสานงานกันระหว่างองค์กรภาครัฐ ทั้งนี้รัฐบาลได้จัดตั้งคณะกรรมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ เพื่อทำหน้าที่ขับเคลื่อนภารกิจเร่งด่วนที่ไม่มีหน่วยงานเจ้าภาพในการดำเนินการอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และได้มีการตั้งคณะกรรมการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ขึ้นมาดูแล เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์และแผนที่นำทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยที่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเป็นทางการ รวมทั้งขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยตลอดห่วงโซ่มูลค่า (ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ, 2552)

สำหรับด้านการตลาด มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงการต่างประเทศ กรมส่งเสริมการค้าส่งออก กรมพัฒนาธุรกิจการค้า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และสภาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว เป็นต้น โดยจัดตั้งขึ้นเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนด้านการตลาดแก่กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย

5. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดเป็นการวิเคราะห์เพื่อให้เกิดความเข้าใจ และรู้จักสถานภาพขององค์กรว่าเป็นอย่างไร จึงจะทำให้สามารถกำหนดเป้าหมายและทิศทางขององค์กรในอนาคตได้

ในการวิเคราะห์ SWOT นั้น ได้แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ส่วน คือ (1) การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายในขององค์กร และ (2) การวิเคราะห์

โอกาสและข้อจำกัด ซึ่งเป็นการวิเคราะห์จากสิ่งแวดล้อมภายนอกขององค์กร โดยมีรายละเอียดดังนี้ (สุมาลี และคณะ อ้างถึง ชงชัย, 2536)

1) การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อน (Strength and Weakness Analysis)

จุดแข็ง (S-Strengths) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรหรืออุตสาหกรรมนั้นเองว่าปัจจัยใดภายในองค์กรหรืออุตสาหกรรมที่เป็นข้อได้เปรียบหรือจุดเด่นที่ควรนำมาใช้ในการพัฒนาองค์กรหรืออุตสาหกรรมได้ และควรดำรงไว้เพื่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งขององค์กรหรืออุตสาหกรรม

จุดอ่อน (W-Weaknesses) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายในจากมุมมองของผู้ที่อยู่ภายในองค์กรหรืออุตสาหกรรมนั้นๆ เองว่าปัจจัยภายในองค์กรหรืออุตสาหกรรมที่เป็นจุดด้อยหรือข้อเสียเปรียบที่ควรปรับปรุงให้ดีขึ้นหรือขจัดให้หมดไป มีปัจจัยใดบ้างอันจะเป็นประโยชน์ต่อองค์กรหรืออุตสาหกรรม

2) การวิเคราะห์โอกาสและข้อจำกัด (Opportunity and Threat Analysis)

โอกาส (O-Opportunity) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรหรืออุตสาหกรรมปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบต่อประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการดำเนินการขององค์กรหรืออุตสาหกรรมในระดับมหภาค และองค์กรหรืออุตสาหกรรมสามารถนำข้อดีเหล่านี้มาเสริมสร้างให้หน่วยงานเข้มแข็งขึ้นได้

ข้อจำกัด (T-Threats) เป็นการวิเคราะห์ว่าปัจจัยภายนอกองค์กรหรืออุตสาหกรรมปัจจัยใดที่สามารถส่งผลกระทบในระดับมหภาค ในทางที่จะก่อให้เกิดความเสียหายทั้งทางตรงและทางอ้อม ซึ่งองค์กรหรืออุตสาหกรรมจำเป็นต้องหลีกเลี่ยงหรือปรับสภาพให้มีความแข็งแกร่งพร้อมที่จะเผชิญแรงกระทบดังกล่าวได้ ข้อจำกัดนี้บางที่เรียกว่า อุปสรรค

การวิเคราะห์ SWOT เป็นเพียงพื้นฐานที่จะนำไปสู่กลยุทธ์ที่ต้องทำนั้น กล่าวคือ ถ้าวิเคราะห์ SWOT ได้ถูกต้อง ก็จะสามารถค้นกรองทางเลือกที่มีความเสี่ยงต่ำที่สุด เป็นการพัฒนาศักยภาพที่มีอยู่จำกัด เพื่อหาจุดเด่นและลบข้อด้อยในการที่จะสร้างความแข็งแกร่งภายใต้โอกาสที่เกิดขึ้น รวมทั้งหลีกเลี่ยงหรือหาทางป้องกันผลเสียอันตรายอันเกิดจากสิ่งคุกคามต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นต่อองค์กรหรืออุตสาหกรรม

บทที่ 3 ผลการศึกษา

ผลการประเมินบทบาทกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ 1) ผลการศึกษาการเปิดเสรีทางการค้า AEC ทางการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) ผลการศึกษาการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 3) ผลการศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย 4) ผลการศึกษายบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศโดยรวม และ 5) การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis) โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาการเปิดเสรีทางการค้า AEC ทางการท่องเที่ยวที่มีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

การเปิดเสรีภายใต้กรอบ AEC ทางการท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถสร้างโอกาสให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

1.1 โอกาสในการเพิ่ม GDP การท่องเที่ยว

หากประเทศไทยเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) จะทำให้ได้รับโอกาสในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีตลาดกว้างขึ้น เนื่องจาก AEC มุ่งเน้นการเคลื่อนย้ายของสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น ทำให้ภาคธุรกิจทุกส่วนของประเทศไทย รวมถึงภาคธุรกิจการท่องเที่ยว ได้รับการพัฒนาในเชิงบริการและการบริหารจัดการให้มีความเท่าเทียมกับประเทศในกลุ่มอาเซียนมากขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่โอกาสในการเพิ่ม GDP ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อไป

1.2 โอกาสในการสร้างมูลค่าของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

การดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในตลาดที่กว้างมากขึ้นเมื่อมีการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) นั้น จะช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในประเทศไทยจากนักท่องเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งถือเป็นโอกาสของประเทศไทยในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงยังเป็นการกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับชุมชนเพื่อช่วยสร้างมูลค่าห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยคำนึงถึงทรัพยากรพื้นฐานที่ประเทศไทยมีความได้เปรียบเป็นหลัก

2. ผลการศึกษาการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีข้อกำหนดนิยามอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ สศช. (2552) ได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยยึดรูปแบบของ UNCTAD (2008) เป็นกรอบ โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลักและ 15 กลุ่มย่อย ดังนี้

1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม ได้แก่

- 1.1) งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts)
- 1.2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural & Heritage Tourism)
- 1.3) การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine)
- 1.4) อาหารไทย (Thai Food)

2) กลุ่มศิลปะ (Arts) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 2 กลุ่ม ได้แก่

- 2.1) ศิลปะการแสดง (Performing Arts)
- 2.2) ทักษะศิลป์ (Visual Arts)

3) กลุ่มสื่อ (Media) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม ได้แก่

- 3.1) การพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing)
- 3.2) การกระจายเสียง (Broadcasting)
- 3.3) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film & Video)
- 3.4) ดนตรี (Music)

4) กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 5 กลุ่ม ได้แก่

- 4.1) งานออกแบบ (Design)
- 4.2) แฟชั่น (Fashion)
- 4.3) งานโฆษณา (Advertising)
- 4.4) สถาปัตยกรรม (Architecture)
- 4.5) ซอฟต์แวร์ (Software)

ทั้งนี้ การจัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยสามารถเปรียบเทียบขอบเขตกับต่างประเทศได้ ดังแสดงในตารางที่ 3.1

จากนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า สามารถนำไปใช้ร่วมในแนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เช่น กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์สำคัญ

ของประเทศ สามารถสร้างตลาดการท่องเที่ยวแบบที่พักสัมผัสวัฒนธรรมชนบท (Home stay) แก่ชาวต่างชาติที่มีความต้องการสัมผัสกับความเป็นไทย เป็นต้น ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์นี้ ถือเป็น การสร้างผลประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต ซึ่งเป็นทรัพยากรพื้นฐานของประเทศไทยโดยไม่ก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมตามมาภายหลัง เนื่องจากการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ รวมถึงยังเป็นการสนับสนุนกลุ่มธุรกิจขนาดเล็กในชุมชนด้วย

ตารางที่ 3.1 ขอบเขตเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทยเปรียบเทียบกับต่างประเทศ

ประเภทสินค้า/ บริการ	DCMS	WIPO	UNCTAD	UNESCO	ไทย
1. การโฆษณา	✓	✓	✓	✓	✓
2. สถาปัตยกรรม	✓	✓	✓	✓	✓
3. การออกแบบ	✓	✓	✓	✓	✓
4. แฟชั่น	✓			✓	✓
5. फिल्मและวิดีโอ	✓	✓	✓	✓	✓
6. ฮาร์ดแวร์ (อุปกรณ์)	✓	✓		✓	
7. บริการท่องเที่ยว			✓	✓	✓
8. วรรณกรรม		✓	✓	✓	✓
9. ดนตรี	✓	✓	✓	✓	✓
10. พิพิธภัณฑ์ ห้องแสดง ห้องสมุด		✓		✓	
11. การพิมพ์ สื่อสิ่งพิมพ์	✓	✓	✓	✓	✓
12. ซอฟต์แวร์	✓	✓	✓		✓
13. กีฬา					
14. ศิลปะการแสดง(ละครเวทีและ เต้นรำ)	✓	✓	✓	✓	✓
15. การกระจายเสียง		✓	✓	✓	✓
16. วิดีโอเกมส์	✓	✓	✓	✓	✓
17. ทัศนศิลป์ การถ่ายภาพ งาน ฝีมือ	✓	✓	✓	✓	✓
18. อาหารไทย					✓
19. การแพทย์แผนไทย					✓

หมายเหตุ:	DCMS หมายถึง กระทรวงวัฒนธรรม สื่อ และการกีฬา (Department for Culture, Media and Sport) ประเทศสหราชอาณาจักร
	WIPO หมายถึง องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (World Intellectual Property Organization)
	UNCTAD หมายถึง องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา (United Nations Conference on Trade and Development)
	UNESCO หมายถึง องค์การยูเนสโก (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization)

ที่มา : สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2553)

3. ผลการศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย

ผลการศึกษาการท่องเที่ยวภายใต้กรอบ AEC ของผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน โดยแบ่งผลการศึกษาเป็น 2 ส่วน ตามการกำหนดกลุ่มเป้าหมายในขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ ได้แก่ 1) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย และ 2) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปทานที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีรายละเอียดผลการศึกษา ดังนี้

3.1 ผลการศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามกลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์

1) การท่องเที่ยวแห่งชาติสิงคโปร์ (National Association of Travel Agents Singapore: NATAS)

การศึกษากลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์ของการท่องเที่ยวแห่งชาติสิงคโปร์ ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณกาญจนา วงศ์สุวรรณ อัครราชทูตที่ปรึกษา(ฝ่ายแรงงาน) หัวหน้าสำนักงานแรงงานในประเทศสิงคโปร์ และ Mr. Robert Khoo ผู้บริหารระดับ CEO การท่องเที่ยวแห่งชาติสิงคโปร์ ซึ่งผลการศึกษา มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

การเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือ AEC มีแนวทางในการส่งเสริมการลงทุนร่วมกันระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน ซึ่งผู้แทนกลุ่มธุรกิจบริการท่องเที่ยวมีความเห็นว่าผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ยังไม่มีความสนใจในการเปิดรับนักลงทุนต่างชาติเข้ามาลงทุนร่วมกันภายในธุรกิจที่มีฐานอยู่ประเทศสิงคโปร์ เนื่องจากทั้ง NATAS และบริษัทที่เป็นสมาชิกเน้นการเจาะตลาดหรือนำเสนอบริการไปสู่ตลาดนอกประเทศสิงคโปร์เป็นหลัก ซึ่งในปี ค.ศ. 2011 นี้ ผู้ประกอบการสิงคโปร์มีแผนจะเดินทางไปเจรจาขยายตลาดในประเทศศรีลังกา แต่

ทั้งนี้ NATAS อาจได้รับข้อมูลเกี่ยวกับกรอบความร่วมมือ AEC มากขึ้น เนื่องจากภายในอาเซียน มีองค์กรที่เรียกว่า Federation of ASEAN Association ซึ่งประกอบด้วยสมาคมหรือองค์กรหลักด้านการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกแต่ละประเทศ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์กรลักษณะเดียวกับ NATAS เช่น ASITA ของอินโดนีเซีย EPAA ของฟิลิปปินส์ เป็นต้น อย่างไรก็ตาม สมาชิกที่ร่วมประชุมมักจะไม่นอภิปรายเรื่องการลงทุน แต่จะเน้นแลกเปลี่ยนข้อคิดเห็นเรื่องการดำเนินธุรกิจ ในภาพรวมและวิธีการจัดการกับปัญหาทางธุรกิจมากกว่าการหาหรือเรื่องการลงทุน

เมื่อพิจารณาด้านแรงงานภายหลังการเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือ AEC นั้น ในภาพรวม ประเทศสิงคโปร์มีมาตรการที่เคร่งครัดเพื่อป้องกันการหลั่งไหลเข้ามาทำงานของแรงงานต่างชาติ ส่วนในประเทศมาเลเซีย มีช่องว่างด้านกฎระเบียบที่เอื้อต่อการเข้าไปทำงานอย่างถูกกฎหมายและไม่ถูกกฎหมายของแรงงานต่างชาติ ทั้งนี้ ในกรอบความร่วมมือ AEC ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีความกระตือรือร้นในการหาคำตอบเรื่องผลกระทบที่จะเกิดขึ้นมากกว่าประเทศอื่นๆ โดยกระทรวงแรงงานของประเทศไทยมีการร่างแผนการเคลื่อนย้ายแรงงานเสรีแล้วโดยให้ความสำคัญกับการเตรียมการและการอำนวยความสะดวกสำหรับการเคลื่อนย้ายแรงงานที่จะเกิดขึ้นอย่างจริงจัง ส่วนในประเทศอื่น เช่น ประเทศสิงคโปร์กลับให้ความสนใจกับนโยบายระดับประเทศที่เน้นส่งเสริมผู้ประกอบการภายในประเทศเป็นหลักพร้อมกับกำหนดกฎระเบียบบางอย่างที่ทำให้เกิดการกีดกันการเข้าไปทำงานของแรงงานจากประเทศอื่นในลักษณะ NTB เช่น ระเบียบการขอใบอนุญาตทำงานของแรงงานต่างชาติ ที่ต้องมีการสอบโดยใช้ภาษาอังกฤษทำให้แรงงานต่างชาติต้องมีค่าใช้จ่ายในการเรียนภาษาเพิ่มเติมและค่าใช้จ่ายในการสอบขอใบอนุญาตที่ค่อนข้างสูง นอกจากนี้ ยังมีเงื่อนไขด้านคุณสมบัติเพื่อประเมินความเหมาะสมระหว่างทักษะ ระดับการศึกษา อัตราค่าจ้าง และอื่นๆ กล่าวโดยสรุป คือ การค้าเสรีด้านบริการและการเคลื่อนย้ายด้านแรงงานมีการดำเนินการมาเป็นระยะเวลานานอย่างไร้ขอบเขตจำกัด โดยประเทศอื่นๆ ต่างก็ดำเนินมาตรการเพื่อรักษาผลประโยชน์ของประเทศและปกป้องการขยายธุรกิจของประเทศอื่นมาก่อนแล้วเช่นกัน ทั้งนี้ ประเทศสิงคโปร์ มีมาตรการที่ชัดเจนในการดูแลผู้ประกอบการภายในประเทศเป็นหลักและดำเนินมาตรการเพื่อลดการหลั่งไหลของแรงงานต่างชาติอย่างต่อเนื่องควบคู่กันไปเช่นกัน

2) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประเทศกัมพูชา

การศึกษากลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประเทศกัมพูชา ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณ Chan Phirom ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวภายในประเทศกัมพูชา ซึ่งผลการศึกษามีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประเทศกัมพูชา มีความคิดเห็นว่า ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวที่ดีกว่าประเทศกัมพูชา เช่น การเป็นศูนย์กลางการเดินทางโดย

เครื่องบิน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ของประเทศกัมพูชา จะต้องเดินทาง มาประเทศไทยเพื่อใช้ บริการสนามบิน เป็นต้น

สำหรับกิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวประเทศกัมพูชานิยมเมื่อเดินทางมา ท่องเที่ยวในประเทศคือ การซื้อสินค้าที่ระลึก ทั้งในบริเวณศูนย์การค้าและบริเวณการค้าชายแดน ระหว่างประเทศไทยและประเทศกัมพูชา

3) นักท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย

การศึกษากลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์ของนักท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย ได้เก็บ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณ Chung Seng Sam นักท่องเที่ยวจากประเทศมาเลเซีย ซึ่งผลการศึกษามี รายละเอียดดังต่อไปนี้

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเนื่องจากความ หลากหลายของภูมิประเทศ ทำให้มีกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลายเหมาะกับนักท่องเที่ยวทุก กลุ่มด้วยเช่นกัน โดยกิจกรรมส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวนิยมคือ การท่องเที่ยวกลางคืนและการนวด แพทย์แผนไทย นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีความโดดเด่นในวัฒนธรรมและอาหาร ซึ่งส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวจะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยประมาณปีละ 3 ครั้ง และใช้เวลาท่องเที่ยวในแต่ละ ครั้งประมาณ 1 สัปดาห์

นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความคิดเห็นว่า ประเทศไทยเป็นประเทศที่น่าสนใจ เพราะมีประชาชนหลายเชื้อชาติสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างสงบ รวมถึงคนไทยมีลักษณะนิสัยสุภาพ อ่อนน้อม และมีน้ำใจ ซึ่งเป็นลักษณะนิสัยที่เอื้อต่อการบริการแก่นักท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณาถึงโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยวพบว่า ที่พัก/โรงแรมมีราคา ถูกเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพของโรงแรมที่ให้บริการ และสินค้าที่ระลึกที่นักท่องเที่ยว นิยมซื้อจะเป็น สินค้าประเภทอาหารและผลไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศไทยและสามารถหาซื้อได้ง่าย

นักท่องเที่ยวให้ข้อคิดเห็นเพิ่มเติมว่า รัฐบาลไทยควรเน้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Ecotourism) มากขึ้น โดยนำวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นมาประชาสัมพันธ์เชื่อมโยงกับการ ท่องเที่ยว มีการแบ่งนักท่องเที่ยวตามประเภทความสนใจด้านต่างๆ เช่น การท่องเที่ยวทางน้ำ อาหาร วัฒนธรรม หรือการท่องเที่ยวที่สามารถทำกิจกรรมร่วมกันเป็นครอบครัว เป็นต้น เพราะ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีความต้องการที่ต่างกัน ดังนั้น ภาครัฐจึงควรสนับสนุนกิจกรรมของ นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มให้มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ ปัญหาการเมืองเป็นอุปสรรค สำหรับการท่องเที่ยว ซึ่งกระทรวงการต่างประเทศควรมีบทบาทในดังกล่าว เช่น กระทรวงการ ต่างประเทศควรมีอำนาจในการควบคุมไม่ให้สถานทูตไทยในต่างประเทศประกาศเตือนห้าม นักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยในช่วงเวลาที่มีปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง เป็นต้น

รวมถึงปัญหานักท่องเที่ยวถูกเอาเปรียบจากผู้ประกอบการ ร้านค้า และรถโดยสาร ซึ่งภาครัฐควรมีมาตรการที่เข้มงวดเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวมากยิ่งขึ้น หรือควรมีคำแนะนำและคำเตือนให้แก่นักท่องเที่ยวในการใช้บริการภายในประเทศไทย

3.2 ผลการศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามกลุ่มเป้าหมายด้านอุปทาน

1) เจ้าหน้าที่ ฝ่ายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

การศึกษากลุ่มเป้าหมายด้านอุปทานของเจ้าหน้าที่ ฝ่ายการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณภาสกร สุพรรณพันธุ์: ผู้อำนวยการกองตลาดอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้ ฝ่ายภูมิภาคอาเซียน เอเชียใต้ และแปซิฟิกใต้ ซึ่งผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ บทบาทของกระทรวงการต่างประเทศต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือ AEC ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1) อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

ตั้งแต่ประเทศไทยได้นำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาช่วยในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของแนวคิดดังกล่าว โดยได้นำมาประยุกต์สำหรับการประชาสัมพันธ์เพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยด้วยเช่นกัน เช่น การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ หรือการนำผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าและบริการแบบวัฒนธรรมไทยไปร่วมแสดงสินค้าและสาธิตการผลิตในต่างประเทศ ดังเช่น การสาธิตการवादลวดลายร่วมของภาคเหนือ การแกะสลักอาหารและผลไม้ เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม การผลักดันให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นไปตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ยังคงขึ้นอยู่กับความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศด้วยเช่นกัน เนื่องจากนักท่องเที่ยวในแต่ละประเทศมีความสนใจท่องเที่ยวในรูปแบบที่แตกต่างกันไป ดังนั้น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจึงต้องมีการสำรวจการตลาดก่อนการประชาสัมพันธ์เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายทุกรูปแบบ

1.2) บทบาทของกระทรวงการต่างประเทศต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือ AEC นั้น หน่วยงานหลักในการเจรจา คือ กระทรวงการต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นผู้รวบรวมหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียในแต่ละด้านเพื่อไปเจรจาร่วมกัน โดยการเจรจาตามกรอบความร่วมมือ AEC ครั้งนี้ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จะเป็นผู้กำหนดแผนและการพัฒนา แต่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะรับหน้าที่ด้านการตลาดในเวทอาเซียน

สำหรับบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ส่วนใหญ่จะเป็นหน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรมร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะมีสถานที่ทำกรในแต่ละประเทศ ซึ่งเวลาดำเนินกิจกรรมจะต้องขอความร่วมมือไปยังกระทรวงการต่างประเทศอยู่แล้ว เช่น การจัดงาน Thailand Destination เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จะเป็นผู้ดำเนินการด้านการตลาด นำสินค้าในประเทศไปจำหน่าย มีการสาธิตวัฒนธรรมไทย เช่น การวาดรูป การแกะสลักผัก/ผลไม้ เป็นต้น ซึ่งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะร่วมมือกับสถานทูตในประเทศนั้นๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมร่วมกัน เป็นต้น นอกจากการจัดกิจกรรมร่วมกันแล้ว ยังมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลซึ่งกันและกัน โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะต้องส่งรายงานไปยังสถานทูตเป็นประจำทุกเดือน เพื่อรายงานผลการทำกิจกรรมร่วมกับกระทรวงการต่างประเทศ

1.3) ผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้าตามกรอบความร่วมมือ AEC

ประเทศไทยจะได้ประโยชน์จาก AEC ในด้านการลงทุนจากต่างประเทศ อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยอาจจะเสียเปรียบได้หากว่าผู้ประกอบการ SMEs ด้านการโรงแรมและการบริการด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังไม่มีศักยภาพและความพร้อมมากพอในการแข่งขันกับต่างประเทศ เนื่องจากถ้ามีการลงนามทำสัญญาแล้ว ต่างชาติจะสามารถเข้ามาลงทุนในการโรงแรมของประเทศไทยได้อย่างเสรี นอกจากนี้ แรงงานและบุคลากรของประเทศไทยยังมีความอ่อนด้อยในเรื่องการใช้ภาษาต่างประเทศ ซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งในการแข่งขัน

อย่างไรก็ตาม ประเทศไทยยังมีปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านลักษณะนิสัยของคนไทย เช่น เป็นคนที่โอบอ้อมอารี ยิ้มง่าย เป็นมิตร

2) สมาคมโรงแรมไทยและผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย

การศึกษากลุ่มเป้าหมายด้านอุปทานของสมาคมโรงแรมไทยและผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้แทนสมาคมไทยบริการท่องเที่ยวและสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) โดยมีรายชื่อดังนี้

- 1) คุณสุทธิพงษ์ เพื่อนพิภพ อุปนายกฝ่ายบริหารและกิจกรรม
- 2) คุณทัศนีย์ เกียรติกำจรชัย รองเลขาธิการสมาคมไทยบริการท่องเที่ยว
- 3) คุณอุดม ศรีมหาโชตะ ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์ สมาคมโรงแรมไทย และ
อุปนายกสมาคมโรงแรมภาคตะวันตก

ผลการศึกษาสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านการโรงแรมในประเทศไทย และผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า AEC ซึ่งมี

รายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1) ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านการโรงแรมในประเทศไทย

ในปัจจุบัน การประกอบการด้านโรงแรมในประเทศไทยประสบปัญหาหลัก 2 ประการ ได้แก่ ปัญหาด้านอุปสงค์-อุปทาน และปัญหาการลงทุนจากต่างประเทศ

ปัญหาด้านอุปสงค์-อุปทาน (Demand-Supply) ของธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและเล็ก (SMEs) ในประเทศไทย คือ ปัญหา Over-Supply ของห้องพัก เนื่องจากปัจจุบันมีโรงแรมที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายจำนวนประมาณ 250,000 ห้อง ส่วนโรงแรมที่ไม่ได้จดทะเบียนตามกฎหมายนั้นมีจำนวนประมาณ 250,000 ห้องเช่นกัน แต่เมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวที่พบว่ามีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประมาณ 15-16 ล้านคน และนักท่องเที่ยวชาวไทยประมาณ 8-10 ล้านคน ซึ่งทำให้มีอัตราการเข้าพักในโรงแรมมีเพียงร้อยละ 50-55 เท่านั้น และจากภาวะปัญหาการมีห้องพักจำนวนมากในลักษณะ Over-Supply ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใช้กลยุทธ์การแข่งขันด้านราคา (Pricing) และนำไปสู่ปัญหาการกดราคาจาก Tour Operators ในต่างประเทศ และปัญหาดังกล่าวมีผลกระทบทั้งผู้ประกอบการรายใหญ่และ SMEs ด้วย ทั้งนี้ ในส่วนของผู้ประกอบการระดับ SMEs ซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ของประเทศไทยนั้น นอกจากจะประสบปัญหาด้านการแข่งขันแล้ว ยังเผชิญกับปัญหาการทำกำไรได้น้อยด้วยเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ ภาครัฐจึงต้องให้ความช่วยเหลือธุรกิจโรงแรมขนาดกลางและเล็กเป็นพิเศษ

2.2) ผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า AEC

เมื่อมีการเปิดเสรีการค้าภาคบริการ ซึ่งเปิดให้นักลงทุนต่างชาติถือหุ้นได้ถึงร้อยละ 70 นั้น อาจทำให้ผู้ประกอบการรายย่อยขายหุ้นให้ต่างชาติในสัดส่วนสูงและกลายเป็นกิจการที่ต่างชาติถือครองในที่สุด ผลที่ตามมาคือ มีการนำกลุ่มผู้บริหารต่างชาติเข้ามาบริหารกิจการที่ถือครองนั้นด้วย โดยบุคลากรไทยจะไม่มีโอกาสบริหารงานตั้งแต่ระดับ Middle Management ขึ้นไป เนื่องจากนักลงทุนต่างชาติมีทัศนคติว่า คนไทยยังมีศักยภาพไม่มากพอที่จะบริหารงานระดับดังกล่าว นอกจากนี้ บุคลากรระดับแรงงานของไทยยังมีปัญหาด้านภาษาในการสื่อสารแม้ว่าจะมีความได้เปรียบด้านทักษะการให้บริการก็ตาม ประกอบกับในปัจจุบัน มีแรงงานต่างชาติ เช่น แรงงานพม่า เป็นต้น เข้ามาทำงานในธุรกิจการท่องเที่ยวของไทยโดยแรงงานเหล่านั้นสามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ ด้วยเหตุนี้ ภาครัฐจึงต้องช่วยเหลือบุคลากรและแรงงานไทยด้วยการเสริมสร้างศักยภาพด้านภาษาและด้านอื่นๆ ที่จำเป็นเพื่อให้บุคลากรและแรงงานไทยมีศักยภาพในการแข่งขันมากขึ้น ทั้งนี้ เพื่อรองรับกับการเปิดเสรีการค้าภาคบริการ

นอกจากนี้ การนำกลุ่มผู้บริหารต่างชาติเข้ามาบริหารกิจการที่ถือครองนั้น ยังส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังธุรกิจอื่นๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่อุปทานของกิจการโรงแรมด้วย เช่น ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายของใช้ในห้องพัก และผู้ผลิตอาหาร เป็นต้น เนื่องจากกิจการที่ถือครองโดยต่างชาติจะบริหารงานเพื่อลดความเสี่ยง (Risk Management) โดยเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามลักษณะ (Specification) หรือมาตรฐานของต่างชาติ ด้วยการนำเข้าหรือเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ที่มี Brand ต่างประเทศเท่านั้น ซึ่งภาวะดังกล่าวจะกระทบต่อผู้ประกอบการไทยที่ทำธุรกิจต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานของกิจการโรงแรมอย่างมาก นอกจากนี้ ในอนาคตกลุ่มลูกค้า (Customers) ของธุรกิจโรงแรมทั้งที่ถือครองโดยต่างชาติหรือที่ไม่ได้จดทะเบียนตามกฎหมายนั้น จะเลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวหรือกลุ่มลูกค้าต่างชาติเท่านั้นเพราะมีกำลังซื้อสูงกว่า

สำหรับการบริหารจัดการโรงแรมนั้น บริษัทต่างชาติจะดำเนินการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสร้างปัญหาให้ผู้ประกอบการรายย่อยของประเทศไทยเนื่องจากผู้ประกอบการเหล่านี้ไม่มีศักยภาพในการเข้าถึงลูกค้าผ่านระบบดังกล่าวได้มากนัก นอกจากนี้ การโอนเงินผ่านระบบออนไลน์สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยวในไทยที่จัดโดยบริษัทต่างชาตินั้น จะมีการโอนไปยังประเทศเจ้าของกิจการได้โดยตรงโดยไม่ผ่านประเทศไทย ทำให้กิจการโรงแรมหรือกิจการด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ของประเทศไทยได้รับรายได้ลดลงเนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยของประเทศไทยไม่มีอำนาจต่อรอง มีภาวะ Over Supply และถูกกดราคาจากกลยุทธ์ด้าน Pricing

เมื่อพิจารณาถึงความรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการระดับ SMEs ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่า ยังไม่มีความเข้าใจและไม่ตระหนักถึงผลกระทบที่จะเกิดขึ้นหากมีการเปิดเสรีตามกรอบ AEC รวมทั้งไม่ทราบว่าหากเป็น AEC แล้วผู้ประกอบการจะได้รับประโยชน์อย่างไร ซึ่งแท้ที่จริงแล้ว การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการเปิดเสรีตามกรอบความร่วมมือดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อ SMEs ในประเทศไทย โดยเฉพาะผลกระทบด้านศักยภาพการแข่งขันซึ่งยังเป็นจุดอ่อนของผู้ประกอบการระดับ SMEs ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ด้วยเหตุนี้ ภาครัฐจึงต้องศึกษาเรื่องผลกระทบที่จะเกิดขึ้นอย่างถ่องแท้และนำผลที่ได้ไปพิจารณาวางแผนป้องกัน ช่วยเหลือ และเตรียมความพร้อมให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการระดับ SMEs ของประเทศไทย

อย่างไรก็ตาม การเปิดเสรีการค้าด้านการท่องเที่ยวเป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงไม่ได้ แต่รัฐบาลไทยควรเปิดเสรีแบบมีเงื่อนไข ซึ่งในประเทศอื่นมีการเปิดเสรีอย่างมีเงื่อนไขมาก่อนหน้านี้แล้ว ทั้งนี้ สมาคมโรงแรมไทยเคยเสนอต่อกรมเจรจาการค้าระหว่างประเทศของไทยให้เปิดเสรีธุรกิจโรงแรมระดับ 5 ดาวก่อน เพื่อให้โอกาสกับธุรกิจโรงแรมที่มีศักยภาพต่ำกว่าได้ปรับตัวก่อน

การเปิดเสรีทางการค้า มิฉะนั้น จะไม่สามารถแข่งขันกับธุรกิจโรงแรมต่างชาติได้หากเปิดเสรีทางการค้าพร้อมกันทั้งหมด

โดยสรุปแล้วนั้น การเปิดเสรีทางการค้าบริการภายใต้กรอบ AEC นั้น ภาครัฐควรพิจารณาประเด็นสำคัญ 4 ด้าน ดังนี้

1) ด้านแรงงาน (Man) ผู้ประกอบการไทยยังมีปัญหาด้านแรงงาน นอกจากแรงงานและผู้ประกอบการไทยจะมีจุดด้อยเรื่องภาษาต่างประเทศแล้ว ยังมีจุดด้อยด้านทักษะการทำงานในระดับปฏิบัติการด้วย ดังนั้น คำถามสำคัญที่รัฐต้องหาคำตอบ คือ ไทยเตรียมตัวเรื่องศักยภาพของแรงงานไทยมากน้อยเพียงใดก่อนการเป็น AEC ในอีก 4 ปีข้างหน้า

2) ด้านเครื่องมือ (Machine) ซึ่งในที่นี้ หมายถึง Know-how โดยต้องหาคำตอบให้ได้ว่า Know-how ของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวระดับ SMEs ของไทยนั้นสามารถแข่งขันกับต่างชาติได้หรือไม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผู้ประกอบการไทยมีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและคอมพิวเตอร์มาใช้ในสถานประกอบการที่ช่วยให้การทำงานรวดเร็วและแม่นยำมากขึ้นหรือไม่

3) ด้านเงินทุน (Money) ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวระดับ SME ของไทยยังมีปัญหาเรื่องเงินทุน และไม่สามารถแข่งขันด้านเงินทุนกับต่างชาติได้ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวของต่างชาติสามารถเป็นบริษัทในตลาดหลักทรัพย์ได้ ส่วนผู้ประกอบการไทยยังไม่สามารถก้าวไปสู่ตลาดหลักทรัพย์ได้

4) ด้านวัตถุดิบ (Material) ยังเป็นข้อได้เปรียบของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวระดับ SMEs ของไทย แต่ภาครัฐไม่สามารถบังคับใช้กฎหมายกับธุรกิจต่างชาติที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ปัญหาที่จะเกิดขึ้น คือ การรุกกล้าพื้นที่ที่เป็นทรัพยากรธรรมชาติและเป็นที่สาธารณะของชุมชนไทยโดยนักลงทุนต่างชาติจะถือสิทธิ์เป็นของตนจากการทำธุรกิจท่องเที่ยวด้วยการกั้นเขตเป็นพื้นที่ต้องห้ามซึ่งคนในชุมชนไม่สามารถใช้พื้นที่นั้นได้

ประเด็นปัญหาทั้ง 4 ด้านข้างต้น ควรจะเป็นประเด็นที่ภาครัฐตระหนักถึงการเตรียมตัวเพื่อรองรับการเปิดเสรีในกรอบ AEC ซึ่งภาครัฐไม่ควรปล่อยให้กลไกของตลาดเสรีดำเนินไปอย่างเดียว แต่ควรมีมาตรการเพื่อเตรียมความพร้อมผู้ประกอบการไทยควบคู่ไปด้วย รวมถึงธุรกิจโรงแรม และธุรกิจอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งหมดนั้น เป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับวิถีชีวิตขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ทรัพยากรธรรมชาติ และความมั่นคงของประเทศ ดังนั้น การเปิดเสรีการค้าบริการด้านการท่องเที่ยวจึงต้องมีกฎหมายหรือเงื่อนไขควบคุมนักลงทุนต่างชาติให้อยู่ในขอบเขตที่ไม่ทำลายสิ่งดีงามของไทยดังกล่าวข้างต้น

สำหรับประเด็นด้านกฎหมายเป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่ชาวต่างชาติสนใจมาลงทุนในประเทศไทย เนื่องจากกฎหมายไทยมีการบังคับใช้ที่ไม่เข้มงวดเท่าที่ควร จึงเป็นช่องว่างทาง

กฎหมายที่เอื้อประโยชน์ต่อนักลงทุนต่างชาติ ในขณะที่ประเทศสิงคโปร์ เกาหลี และญี่ปุ่น มีการบังคับใช้กฎหมายด้านสิ่งแวดล้อม จำกัดปริมาณการลงทุนจากต่างชาติ การทำ Zoning และด้านอื่นๆ ที่สัมพันธ์กับการท่องเที่ยวอย่างเคร่งครัด ส่วนประเทศไทยในปัจจุบันนั้น ยังไม่มีการบังคับใช้กฎหมายเพื่อจัดระเบียบผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่ไม่ได้จดทะเบียนอย่างถูกต้อง เช่นผู้ประกอบการให้บริการที่พักรายวัน ซึ่งการให้บริการดังกล่าวทำให้กลุ่มผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายได้รับผลกระทบ โดยปัจจุบัน กลุ่มผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายต้องรับภาระเรื่องการเสียภาษีและการตรวจสอบจากภาครัฐในเรื่องต่างๆ มากมาย เช่น การปฏิบัติตาม พ.ร.บ. ควบคุมอาคาร พ.ร.บ. ด้านสิ่งแวดล้อม หรือกฎหมายควบคุมการใช้พลังงาน เป็นต้น ซึ่งการทำตามเกณฑ์การตรวจสอบดังกล่าว ทำให้ผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการปรับธุรกิจให้ผ่านการตรวจสอบมากขึ้น ในขณะที่กลุ่มที่ไม่จดทะเบียน ไม่ต้องรับภาระด้านภาษีและไม่ต้องถูกติดตามหรือตรวจสอบใดๆ จากภาครัฐมากนัก จึงมีต้นทุนการให้บริการต่ำกว่า และให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในราคาที่ต่ำกว่า ดังนั้น จึงทำให้กลุ่มผู้ประกอบการที่จดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมายไม่สามารถแข่งขันได้ ดังนั้น การบังคับใช้กฎหมายของภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญประการแรกที่จะช่วยส่งเสริมผู้ประกอบการไทยระดับ SMEs สามารถแข่งขันกับนักลงทุนต่างชาติได้

เมื่อพิจารณาถึงการเตรียมตัวรองรับการเปิดเสรีตามกรอบความร่วมมือ AEC ในประเทศอื่นๆ นั้นพบว่า ประเทศเหล่านั้น มีการตั้งรับหรือเตรียมตัวรองรับการเปิดเสรีตามกรอบความร่วมมือ AEC แล้ว เช่น การกำหนดเงื่อนไขระดับท้องถิ่น (Domestic Regulations) รวมทั้งข้อกำหนดทางศาสนา เพื่อจำกัดการไหลเข้าของ FDI ในขณะที่ประเทศไทยได้เปิดให้ผู้ประกอบการต่างชาติ เช่น สิงคโปร์ มาเลเซีย อินโดนีเซีย เป็นต้น เข้ามาลงทุนในธุรกิจด้านการท่องเที่ยวมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว โดยการเข้ามาลงทุนในประเทศไทยนั้น ไม่มีการปิดกั้นจากการบังคับใช้กฎหมายหรือเงื่อนไขใดๆ ในทางตรงข้าม หากประเทศไทยต้องการเข้าไปลงทุนในประเทศอื่นๆ ในอาเซียน กลับถูกจำกัดการลงทุนด้วยเงื่อนไข ทั้งนี้ การเปิดเสรีในกรอบ AEC จะไม่ส่งผลกระทบต่อนักลงทุนต่างชาติที่ประกอบกิจการในประเทศไทย เนื่องจากได้มีการวางรากฐานและทำให้ธุรกิจให้เติบโตอย่างมั่นคงมาเป็นระยะเวลาพอสมควรแล้ว ดังนั้น ภาครัฐควรมหามาตรการรองรับเพื่อทำให้ผู้ประกอบการไทยระดับ SME ได้รับประโยชน์และแข่งขันได้

สำหรับข้อสังเกตเกี่ยวกับปัจจัยอื่นที่เอื้อต่อการเข้าไปลงทุนในต่างประเทศ นอกเหนือจากปัจจัยด้านกฎหมายหรือเงื่อนไขการลงทุน คือ การสร้างความสัมพันธ์ส่วนตัวลักษณะต่างๆ ที่ไม่เกี่ยวกับการขออนุญาตการลงทุนแบบเป็นทางการ เช่น การมีภรรยาหรือเพื่อนที่มีสัญชาติของประเทศที่ต้องการเข้าไปลงทุน เป็นต้น ส่วนปัจจัยที่เป็นอุปสรรค คือ ข้อตกลงการเปิดเสรีในเชิง

เอกสารต่างกับการดำเนินการในทางปฏิบัติ เช่น ประเทศลาว ระบุในเอกสารทางการเรื่องการเปิดให้นักลงทุนต่างชาติเข้าไปลงทุนได้ตามกรอบความร่วมมือการค้าเสรี แต่ในทางปฏิบัติ กลับมีเงื่อนไขมากมายที่ทำให้การเข้าไปลงทุนนั้นมีความยากลำบาก เช่นเดียวกับประเทศพม่า ที่ในทางปฏิบัตินั้นจะรับงบประมาณเป็นจากนักลงทุนต่างชาติเท่านั้น ส่วนการบริหารกิจการนั้น บุคลากรของพม่าจะเป็นผู้ดำเนินการเอง ในขณะที่ประเทศฟิลิปปินส์ จะเป็นประเทศที่ส่งแรงงานเข้าไปทำงานในประเทศอื่นๆ มากกว่าจะส่งเสริมให้ต่างชาติเข้าไปลงทุน เนื่องจากแรงงานฟิลิปปินส์ ได้เปรียบเรื่องภาษา เป็นต้น

3) ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย

การศึกษากลุ่มเป้าหมายด้านอุปทานของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย ได้เก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ คุณมนตรี มาลีพันธ์ ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย ซึ่งผลการศึกษสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ได้แก่ ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย และผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า AEC ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1) ภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย รวมถึงนักท่องเที่ยวชาวไทย ส่วนใหญ่จะซื้อสินค้าที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นไทย เช่น โขน หรือรถสามล้อ (รถตุ๊กตุ๊ก) เป็นต้น โดยนำเอกลักษณ์ของประเทศไทยดังกล่าวมาช่วยในการออกแบบสินค้าที่ระลึก เช่น พวงกุญแจรูปรถสามล้อ ที่เขียนหรือรูปรถสามล้อ ของตกแต่งบ้านรูปหัวโขน เป็นต้น

อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทยยังคงมีปัญหาเรื่องแรงงานในการผลิตสินค้า เนื่องจากการผลิตสินค้าส่วนใหญ่จะใช้แรงงานในชุมชนซึ่งยังขาดทักษะในการออกแบบสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าที่ระลึกได้ ดังนั้น ภาครัฐจึงควรเข้ามามีบทบาทในการฝึกอบรมทักษะให้แก่แรงงาน นอกจากนี้ การประชาสัมพันธ์งานแสดงสินค้าในต่างประเทศเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทยในการขยายช่องทางทางการตลาด ซึ่งภาครัฐควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึงและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง

3.2) ผลกระทบจาก AEC ที่มีต่อธุรกิจของที่ระลึกไทย

เนื่องจากในปัจจุบันนี้ สินค้าส่วนใหญ่ที่จำหน่ายอยู่นั้น เป็นสินค้าที่ผลิตจากในประเทศไทย และสินค้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนิยมซื้อสินค้าที่ผลิตจากประเทศไทยมากกว่า เนื่องจากใช้วัสดุที่มีคุณภาพ และมีราคาไม่แตกต่างเมื่อเปรียบเทียบกับสินค้านำเข้าจากสาธารณรัฐประชาชนจีน ดังนั้น ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่

ระลึกในประเทศไทยมีความคิดเห็นว่าการเปิดเสรีทางการค้า AEC จะไม่มีผลกระทบต่อธุรกิจผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย

4. ผลการศึกษาบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศพบว่า การดำเนินงานของกระทรวงการต่างประเทศในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้น เป็นการดำเนินงานที่ต้องร่วมมือกับหน่วยงานอื่นๆ ในเชิงบูรณาการ ในขณะที่การดำเนินงานโดยภาพรวมนั้น กระทรวงการต่างประเทศมีการวางยุทธศาสตร์ทั้งสิ้น 4 ยุทธศาสตร์ คือ 1) รักษา สถานะและกระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ของไทย 2) ขยายความร่วมมือในกรอบพหุภาคีเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ บทบาท และสถานะของไทยในเวทีระหว่างประเทศ 3) พัฒนาการให้บริการด้านการต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 4) พัฒนางานบริหารจัดการเพื่อสนับสนุนภารกิจต่างประเทศ ซึ่งมีรายละเอียดตามตารางผนวกที่ 1

5. การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด (SWOT Analysis)

จากผลการศึกษาภาพรวมของการท่องเที่ยวในประเทศไทยตามกล่าวมาแล้วในหัวข้อที่ 1-2 นั้น ได้นำมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอก โดยสภาพแวดล้อมภายในเป็นการวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนภาคการท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวทั่วไป การโรงแรม และการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก) ในประเทศไทย ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จุดแข็ง	สภาพที่เป็นจริง
1. ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวที่ดี	1. ประเทศไทยมีจำนวนธุรกิจการโรงแรมและการจำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมาก มีคุณภาพและมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวยอมรับ รวมถึงประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการโดยสารทางเครื่องบิน
2. ลักษณะนิสัยของประชาชนที่เอื้อต่อการบริการ	2. ประชาชนในประเทศไทยมีนิสัยอ่อนโยน อ่อนน้อม และใจดี ซึ่งเป็นลักษณะของผู้ให้บริการที่ดีที่นักท่องเที่ยวประทับใจ

ตารางที่ 3.2 (ต่อ)

จุดแข็ง	สภาพที่เป็นจริง
3. ความหลากหลายของกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว	3. เนื่องจากประเทศไทยมีความหลากหลายทางภูมิประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้หลากหลายเช่นกัน ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้หลากหลายประเภท
จุดอ่อน	สภาพที่เป็นจริง
1. ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการขาดความสามารถในภาษาต่างประเทศ	1. ผู้ประกอบการไทยยังขาดความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศอย่างมาก ทำให้เสียเปรียบแรงงานจากประเทศเพื่อนบ้าน
2. ปัญหาอาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยว	2. นักท่องเที่ยวถูกหลอกลวงจากผู้ให้บริการในประเทศไทย เช่น รถโดยสาร ราคาสินค้าและบริการ รวมถึงการเกิดอาชญากรรมร้ายแรง เป็นต้น
3. ปัญหา Over-supply ของธุรกิจการโรงแรม	3. จากภาวะจำนวนธุรกิจการโรงแรมแบบ SMEs ในประเทศไทยมีจำนวนมาก ทำให้เกิดปัญหาการแข่งขันทางราคาตามมา

สำหรับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกกลุ่มเป็นการวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรค ซึ่งผลการวิเคราะห์สรุปได้ดังตารางที่ 3.3

ตารางที่ 3.3 การวิเคราะห์จุดแข็งและจุดอ่อนของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย

โอกาส	สภาพที่เป็นจริง
1. ภาครัฐให้ความสำคัญและส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	1. เนื่องจากประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากภาคการท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ภาครัฐให้ความสำคัญและสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

ตารางที่ 3.3 (ต่อ)

โอกาส	สภาพที่เป็นจริง
2. มีการศึกษาตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ	2. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการศึกษาความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละประเทศ เพื่อนำไปวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ตอบสนองตรงต่อความต้องการของตลาด
3. การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย	3. ประเทศไทยนำวัฒนธรรมและประเพณีมาประยุกต์ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์และการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์และการอนุรักษ์วัฒนธรรม การนวดแพทย์แผนไทย และอาหารไทย เป็นต้น
อุปสรรค	สภาพที่เป็นจริง
1. ปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง	1. ประเทศไทยมีความขัดแย้งทางการเมือง และมีการเปลี่ยนแปลงรัฐบาลบ่อยครั้ง ส่งผลต่อการวางแผนและปฏิบัติตามนโยบายของประเทศ
2. ปัญหาความขัดแย้งตามแนวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน	2. ปัญหาความขัดแย้งกับประเทศเพื่อนบ้าน ส่งผลต่อการค้าบริเวณชายแดนระหว่างประเทศไทยและประเทศกัมพูชา และเป็นอุปสรรคต่อการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ รวมถึงทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. การเปิดเสรีทางการค้า AEC	3. เนื่องจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ SMEs ดังนั้น หากมีการเปิดเสรีทางการค้า AEC ซึ่งสามารถให้ผู้ประกอบการจากต่างประเทศเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี อาจทำให้ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถประกอบการแข่งขันกับต่างประเทศได้

จากนั้นได้นำผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis มาจัดทำ TOWS Matrix เพื่อกำหนดกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการกำหนดกลยุทธ์ดังกล่าวจะคำนึงถึงกลยุทธ์ภายใต้บทบาทและการดำเนินของกระทรวงการต่างประเทศเท่านั้น ซึ่งมีรายละเอียดดังตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 TOWS Matrix ของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย

		ปัจจัยภายใน (IFAS)	
		จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weakness)
S1	ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวที่ดี	W1	ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการขาดความสามารถในภาษาต่างประเทศ
S2	ลักษณะนิสัยของประชาชนที่เอื้อต่อการบริการ	W2	ปัญหาอาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยว
S3	ความหลากหลายของกิจกรรมสำหรับการ	W3	ปัญหา Over-supply ของธุรกิจการโรงแรม
ปัจจัยภายนอก (EFAS)		กลยุทธ์	
โอกาส (Opportunities)		กลยุทธ์ SO	กลยุทธ์ WO
O1	ภาครัฐให้ความสำคัญและสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไทย	กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก (S1, S2, S3 + O1, O2, O3)	
O2	การศึกษาตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ		
O3	การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย		

ตารางที่ 3.4 (ต่อ)

	อุปสรรค (Threats)	กลยุทธ์ ST	กลยุทธ์ WT
T1	ปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง	กลยุทธ์เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อ การเข้าสู่ AEC (S1, S2, S3 + T3)	กลยุทธ์รักษาความมั่นคงและความปลอดภัย (W2 + T1, T2)
T2	ปัญหาความขัดแย้งตามแนวชายแดนกับประเทศ เพื่อนบ้าน		
T3	การเข้าสู่ AEC		

หมายเหตุ: กำหนดกลยุทธ์ภายใต้บทบาทและการดำเนินของกระทรวงการต่างประเทศเท่านั้น

บทที่ 4

สรุปและข้อเสนอแนะ

1. สรุปผลการศึกษา

จากการที่ประเทศไทยจะเข้าสู่การเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) ในปีค.ศ. 2015 ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักในการเป็นตลาดและฐานการผลิตเดียวกัน และเป็นการส่งเสริมการรวมกลุ่มสาขาสำคัญของอาเซียนให้เป็นรูปธรรม โดยมีแนวทางการดำเนินการเพื่อให้มีการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการ รวมถึงการลงทุน และแรงงานฝีมืออย่างเสรีมากขึ้น อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าหากมีการดำเนินงานตามแนวทางดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของไทย ซึ่งมีข้อจำกัดทางการเงิน ความสามารถในการประกอบการ และข้อจำกัดเกี่ยวกับองค์ความรู้ต่างๆ ทั้งนี้ ผู้ประกอบการเหล่านี้จะไม่สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันที่เปลี่ยนแปลงไป หากไม่ได้รับการช่วยเหลือที่เหมาะสมจากภาครัฐ นอกจากนี้ ภายได้เหตุการณ์การชุมนุมและความไม่สงบต่างๆ ภายในประเทศที่ผ่านมาได้ส่งผลกระทบต่อภาคเศรษฐกิจต่างๆ อย่างกว้างขวาง ตลอดจนการแข่งขันทางการค้าในตลาดโลกที่เพิ่มความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ภาคเศรษฐกิจที่ได้รับผลกระทบทางลบมากที่สุดภาคหนึ่ง คือ ภาคการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญของประเทศไทย

กระทรวงการต่างประเทศในฐานะหน่วยงานที่มีหน้าที่และความรับผิดชอบโดยตรงในการรักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของประเทศในกิจกรรมและเวทีระหว่างประเทศต่างๆ จึงควรมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศด้วยการสร้างมูลค่าส่วนเพิ่ม (Value Added Creation) ให้แก่สินค้าด้านการท่องเที่ยวของไทยโดยนำแนวความคิดทางการทูตมาประยุกต์กับเศรษฐศาสตร์ในมิติเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้อุตสาหกรรมนี้สามารถเป็นพลังขับเคลื่อนการเจริญเติบโตของประเทศไทยให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศอย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ การศึกษาบทบาทกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวจะช่วยฟื้นฟูความสามารถในการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยนอกจากการรักษาผลประโยชน์ของประเทศไทยในสถานะการเปิดการค้าเสรี AEC แล้ว ยังรวมถึงการมีบทบาทในการช่วยฟื้นฟูภาคการท่องเที่ยวของประเทศจากการสร้างมูลค่าส่วนเพิ่มให้แก่ภาคธุรกิจบริการการท่องเที่ยว รวมถึงการเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถและศักยภาพรองรับการเปิดการค้าเสรี

AEC ในอนาคต โดยการศึกษาดังกล่าวมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

- 1) เพื่อศึกษาโอกาสการใช้การท่องเที่ยวในการขยายตลาดการท่องเที่ยวไทย
- 2) เพื่อศึกษาบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยว

ท่องเที่ยวในประเทศไทยจากการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน AEC

ขอบเขตการศึกษาในครั้งนี้ ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปสงค์ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยการศึกษาครั้งนี้เน้นกลุ่มเป้าหมายในประเทศสมาชิกประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community: AEC) เป็นหลัก ได้แก่ การท่องเที่ยวแห่งชาติสิงคโปร์ (National Association of Travel Agents Singapore: NATAS) ผู้ประกอบการการท่องเที่ยว ประเทศกัมพูชา และนักท่องเที่ยว ประเทศมาเลเซีย และ 2) กลุ่มเป้าหมายด้านอุปทานที่ดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศไทย ได้แก่ เจ้าหน้าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สมาคมโรงแรมไทย ผู้ประกอบการโรงแรมในประเทศไทย และผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในประเทศไทย

การศึกษานี้ได้แบ่งระเบียบวิธีการวิจัยตามวัตถุประสงค์ โดยการศึกษาจะทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาจากการรวบรวมงานวิจัย เอกสาร และสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการเปิดเสรีทางการค้า AEC ห่วงโซ่อุปทาน และการสร้างมูลค่าเพิ่มในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว รวมทั้งจำแนกประเภทการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเข้าข่าย Creative Economy

ในขณะที่ วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และ 2 จะดำเนินการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนา แนวโน้มด้านตลาดการท่องเที่ยวและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยการสังเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากงานวิจัย เอกสาร สื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการสัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อนำไปวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด

ผลการศึกษา พบว่า การเข้าสู่ AEC ของประเทศไทยมีผลต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยสามารถสร้างโอกาสให้แก่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ จากการสร้างโอกาสในการเพิ่ม GDP ภาคการท่องเที่ยว เนื่องจากการท่องเที่ยวจะมีตลาดกว้างขึ้น รวมถึงสร้างโอกาสในการสร้างมูลค่าของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจะเป็นการช่วยกระตุ้นธุรกิจการท่องเที่ยวในระดับชุมชน

การศึกษากำหนดประเภทอุตสาหกรรมท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ประเทศไทยในปัจจุบันยังไม่มีกำหนดนิยามอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตามสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ หรือ สศช. (2552) ได้จัดประเภทเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่มหลักและ 15 กลุ่มย่อย ดังนี้

- 1) กลุ่มมรดกทางวัฒนธรรม (Heritage or Cultural Heritage) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 4 กลุ่ม

ได้แก่ งานฝีมือและหัตถกรรม (Crafts) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural & Heritage Tourism) การแพทย์แผนไทย (Thai Traditional Medicine) และอาหารไทย (Thai Food)

2) กลุ่มศิลปะ (Arts) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 2 กลุ่มได้แก่ ศิลปะการแสดง (Performing Arts) และทัศนศิลป์ (Visual Arts)

3) กลุ่มสื่อ (Media) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 4 กลุ่มได้แก่ การพิมพ์และสื่อการพิมพ์ (Publishing) การกระจายเสียง (Broadcasting) ภาพยนตร์และวิดีโอ (Film & Video) และดนตรี (Music)

4) กลุ่มงานสร้างสรรค์ตามลักษณะงาน (Functional Creation) ประกอบด้วยกลุ่มย่อย 5 กลุ่มได้แก่ งานออกแบบ (Design) แฟชั่น (Fashion) งานโฆษณา (Advertising) สถาปัตยกรรม (Architecture) และซอฟต์แวร์ (Software)

พบว่า ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นผู้ประกอบการ SMEs ดังนั้น หากมีการเปิดเสรีทางการค้า AEC ซึ่งสามารถให้ผู้ประกอบการจากต่างประเทศเคลื่อนย้ายได้อย่างเสรี อาจทำให้ผู้ประกอบการไทยไม่สามารถประกอบการแข่งขันกับต่างประเทศได้ จากการที่ผู้ประกอบการไทยยังขาดความสามารถในการใช้ภาษาต่างประเทศอย่างมาก ความเข้าใจและการรับรู้เกี่ยวกับ AEC และความสามารถในการบริหารจัดการ

โครงสร้างทั่วไปของประเทศที่เกี่ยวข้องกับการบริการการท่องเที่ยว มีจำนวนธุรกิจการโรงแรมและการจำหน่ายสินค้าเป็นจำนวนมาก มีคุณภาพและมาตรฐานที่นักท่องเที่ยวยอมรับ นอกจากนี้ ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการโดยสารทางเครื่องบิน รวมถึงประเทศไทยมีความหลากหลายทางภูมิประเทศ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าร่วมกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวได้หลากหลายเช่นกัน ทำให้การท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถตอบสนองนักท่องเที่ยวได้หลากหลายประเภท รวมถึงมีการนำวัฒนธรรมและประเพณีมาประยุกต์ใช้เพื่อการประชาสัมพันธ์ และการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในประเทศ เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์วัฒนธรรม การนวดแพทย์แผนไทย และอาหารไทย เป็นต้น

สำหรับนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐนั้น เนื่องจากประเทศไทยสามารถสร้างรายได้จากภาคการท่องเที่ยวได้เป็นจำนวนมาก ทำให้ภาครัฐให้ความสำคัญและสนับสนุนภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง รวมถึงหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย มีการศึกษาความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในแต่ละประเทศ เพื่อนำไปวางแผนการประชาสัมพันธ์ให้ตอบสนองตรงต่อความต้องการของตลาด

จากผลการศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามประเภทกลุ่มเป้าหมายสามารถนำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้

ดังต่อไปนี้

จุดแข็งของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ 1) ประเทศไทยมีโครงสร้างพื้นฐานทางด้านการท่องเที่ยวที่ดี 2) ลักษณะนิสัยของประชาชนที่เอื้อต่อการ และ 3) ความหลากหลายของกิจกรรมสำหรับการท่องเที่ยว ในขณะที่จุดอ่อนของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการขาดความสามารถในภาษาต่างประเทศ 2) ปัญหาอาชญากรรมต่อนักท่องเที่ยว และ 3) ปัญหา Over-Supply ของธุรกิจการโรงแรม

สำหรับโอกาสของภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้แก่ 1) ภาครัฐให้ความสำคัญและสนับสนุนนโยบายการท่องเที่ยวในประเทศไทย 2) การศึกษาตลาดการท่องเที่ยวของกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ และ 3) การประยุกต์ใช้เศรษฐกิจสร้างสรรค์กับภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย ในขณะที่อุปสรรค ได้แก่ 1)

ปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง 2) ปัญหาความขัดแย้งตามแนวชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้าน และ 3) การเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

จากการศึกษาการจำแนกประเภทอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การศึกษาการท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอาเซียนตามประเภทกลุ่มเป้าหมาย การศึกษาบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศโดยรวม และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถนำไปสู่การเสนอแนะบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศในการสนับสนุนภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย นำไปสู่หัวข้อถัดไป ข้อเสนอแนะจากการศึกษาในลำดับต่อไป

2. ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาพบว่า กระทรวงการต่างประเทศ เป็นหน่วยงานที่ดำเนินกิจกรรมเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ ดังจะเห็นได้จากการเจรจากรอบความร่วมมือ AEC นั้น กระทรวงฯ มีบทบาทในการรวบรวมหน่วยงานผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจาก AEC เพื่อไปเจรจารักษาผลประโยชน์ให้แก่ประเทศไทย นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงภาคธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย กระทรวงฯ มิได้มีบทบาทโดยตรงที่เกี่ยวข้อง ดังนั้น การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดภาคการท่องเที่ยวในประเทศไทย สามารถนำไปสู่การเสนอแนะบทบาทของกระทรวงการต่างประเทศในเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เช่นเดียวกัน โดยสามารถแบ่งรายละเอียดได้ทั้งสิ้น 3 กลยุทธ์ ได้แก่ กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก กลยุทธ์เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อรองรับ AEC และกลยุทธ์รักษาความมั่นคงและความปลอดภัย ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก

เนื่องจากภาครัฐของประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและสนับสนุนภาคการท่องเที่ยว รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว นั้น มีการศึกษาตลาดเพื่อสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าในแต่ละประเทศ และมีการปรับประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเน้นการนำวัฒนธรรมและประเพณีของประเทศไทยเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เมื่อนำโอกาสจากภาครัฐและจุดแข็งจากภาคการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาวิเคราะห์พบว่า ประเทศไทยควรดำเนินกลยุทธ์การตลาดเชิงรุก เพื่อช่วยเพิ่มการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งอาจสามารถดำเนินการได้ดังนี้

- ร่วมมือกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในศึกษาช่องทางการประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมเพื่อขยายช่องทางการประชาสัมพันธ์ให้หลากหลาย ซึ่งช่องทางในการประชาสัมพันธ์ที่สำคัญอีกช่องทางหนึ่งคือ การประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Word of Mouth โดยเป็นการประชาสัมพันธ์ผ่านทาง Social Network เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้มีโอกาสบอกเล่าสิ่งที่ตนเองประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวรายอื่นๆ ที่สนใจจะเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และนำไปสู่การเป็นคำนิยมของการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ในกลยุทธ์ที่ 1.5 (ตารางผนวกที่ 1) นั้น นอกจากกระทรวงการต่างประเทศจะดำเนินกิจกรรมหลักในต่างประเทศที่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายแล้วนั้น กระทรวงฯ ควรสนับสนุนการจัดกิจกรรมภายในประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์และดึงดูดกลุ่มลูกค้าจากต่างประเทศให้เข้ามาร่วมกิจกรรมภายในประเทศด้วยเช่นกัน ได้แก่ การจัดงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในระดับประเทศ หรือการจัดกิจกรรมการจับคู่เจรจาธุรกิจ (Business Matching) ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการไทยได้นำเสนอสินค้าและบริการของตนเองแก่ผู้ประกอบการต่างประเทศได้มากขึ้น รวมถึงทำให้ผู้ประกอบการได้รับทราบความต้องการของกลุ่มลูกค้าในประเทศนั้นๆ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้

- กระตุ้นการท่องเที่ยวของประเทศไทยด้วยการสร้างความร่วมมือเชิงวัฒนธรรมกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบ Twin City เพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวประเทศไทยควบคู่ไปกับประเทศเพื่อนบ้านของประเทศไทย ในลักษณะการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) โดยการประชาสัมพันธ์ดังกล่าว ควรให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวแต่ละรายทั้งในประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านได้มีโอกาสจับคู่เจรจาธุรกิจในการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวแบบดังกล่าว อันจะเป็นการช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภายในประเทศไทยมากขึ้นอีกทางหนึ่ง

- เนื่องจากกระทรวงการต่างประเทศมีสำนักงานที่กระจายไปยังประเทศต่างๆ ทั้งในอาเซียนและภูมิภาคอื่นๆ ดังนั้น การทำการตลาดเชิงรุกกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นต้น เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่มีต่อการบริการการท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยการศึกษาดังกล่าวควรสอบถามทั้งนักท่องเที่ยวที่เคยมาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว รวมถึงนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยมาท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน จะทำให้ได้ผลการศึกษาน่าเชื่อถือและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเตรียมการพัฒนารูปแบบการบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้อันนำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพด้านการแข่งขันในรูปแบบบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์ที่ 1 กลยุทธ์ที่ 1.6

2.2 กลยุทธ์เตรียมความพร้อมผู้ประกอบการเพื่อการเปิดเสรีทางการค้า AEC

เนื่องจากผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ในประเทศไทยเป็นผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งมีข้อจำกัดในการบริหารจัดการและเงินทุน ดังนั้น หากมีการเปิดเสรีทางการค้า AEC ที่สามารถให้ผู้ประกอบการจากต่างประเทศเคลื่อนย้ายการดำเนินงานในประเทศไทยได้อย่างเสรี อาจทำให้ผู้ประกอบการไทยยังมีศักยภาพไม่มากพอที่จะแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างประเทศได้

ดังนั้น กระทรวงการต่างประเทศในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักในการรวบรวมหน่วยงานที่มีส่วนได้-เสียจากการเปิดเสรีทางการค้า AEC เพื่อเจรจาต่อรองข้อตกลงดังกล่าวนั้น กระทรวงฯ ควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อชี้แจงรายละเอียดเกี่ยวกับ AEC แก่ผู้ประกอบการในประเทศไทย เพราะกรอบ AEC นับว่าเป็นข้อมูลใหม่ที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่รับทราบรายละเอียด จึงทำให้ไม่สามารถเตรียมความพร้อมให้แก่ธุรกิจของตนเองเพื่อรองรับกับการเปิดเสรีทางการค้าดังกล่าวได้ทันทั่วถึง หากกระทรวงฯ มีการชี้แจงรายละเอียด ผลกระทบ-ผลประโยชน์ของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว รวมถึงให้คำแนะนำในการเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับกับสถานการณ์ที่จะเกิดขึ้นภายหลังจากการเข้าสู่ AEC อาจจะช่วยลดความเสียหายอันจะเกิดแก่ผู้ประกอบการ SMEs ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนี้ บทบาทของกระทรวงเพื่อส่งเสริมการเตรียมความพร้อมแต่ละด้านให้แก่ผู้ประกอบการ สามารถแบ่งรายละเอียดได้ดังนี้

- ด้านเงินทุน กระทรวงฯ ควรทำการทูตเพื่อจูงใจการลงทุนจากต่างประเทศ รวมถึงควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในประเทศไทย เช่น สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น เพื่อสนับสนุนเงินทุนให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs นอกจากนี้ ควรมีการชี้แจงถึงโอกาสจากการเปิดเสรีทางการค้าให้แก่ผู้ประกอบการได้รับทราบถึงช่องทางในการลงทุนในต่างประเทศ

นอกจากนี้ กระทรวงฯ ควรมีบทบาทที่เอื้ออำนวยความสะดวก และคัดสรร ผู้ประกอบการ จากต่างประเทศที่ต้องการร่วมลงทุนกับธุรกิจในประเทศไทย โดยเป็นศูนย์กลางข้อมูลข่าวสาร ให้แก่ผู้ประกอบการทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวใน ประเทศไทยร่วมลงทุนกับต่างประเทศโดยที่ไม่ก่อให้เกิดการทำลายสภาพธุรกิจการท่องเที่ยวและ ทรัพยากรเชิงกายภาพและมิใช่กายภาพ (เช่น วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม) ในท้องถิ่นของตนเองใน อนาคต

- ด้านการบริหารจัดการ เนื่องจากผู้ประกอบการในต่างประเทศได้นำเทคโนโลยีมา ใช้เพื่อการบริหารจัดการธุรกิจ ซึ่งทำให้เป็นข้อได้เปรียบมากกว่าผู้ประกอบการในประเทศไทย ดังนั้น กระทรวงฯ จึงควรร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องศึกษารูปแบบการบริหารจัดการธุรกิจโดย ใช้เทคโนโลยี และฝึกอบรมให้แก่ผู้ประกอบการ SMEs ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้ ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยใช้เทคโนโลยีมากขึ้นและสามารถนำไป ประยุกต์ใช้ในธุรกิจของตนเองได้ ซึ่งเป็นพื้นฐานในการพัฒนาการบริหารจัดการธุรกิจของตนเอง ในอนาคตภายหลังจากเข้าสู่กรอบ AEC ของไทยแล้ว

เมื่อพิจารณาถึงบทบาทของกระทรวงฯ ด้านเงินทุนตามที่ได้กล่าวไว้ข้างต้นนั้น ข้อสำคัญ อีกประการที่กระทรวงฯ ควรให้ความสำคัญคือ การลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศ (Foreign Direct Investment: FDI) ซึ่งก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ในด้านการบริการจัดการ เทคโนโลยี และองค์ ความรู้ที่จำเป็นอื่นๆ ต่อการพัฒนาของผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศ ดังนั้น กระทรวงฯ ควร ร่วมมือกับ BOI ไทยในการร่างกฎเกณฑ์เพื่อก่อให้เกิดแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของผู้ประกอบการ ต่างประเทศที่ต้องการร่วมลงทุนในประเทศไทยอย่างแท้จริง เพื่อเป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเรียนรู้ และพัฒนาของผู้ประกอบการ SMEs ในประเทศไทย ซึ่งเป็นบทบาทตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ในกลยุทธ์ ที่ 1.6 (ตารางผนวกที่ 1)

2.3 ด้านการส่งเสริมความมั่นคง ความปลอดภัย และความสัมพันธ์ระหว่างประเทศที่มีต่อ การท่องเที่ยวไทย

กลยุทธ์รักษาความมั่นคงและความปลอดภัย นับว่าเป็นกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ สอดคล้องกับการดำเนินงานหลักของกระทรวงการต่างประเทศตามยุทธศาสตร์ที่ 1 ในกลยุทธ์ที่ 1.1 และ 1.5 (ตารางผนวกที่ 1) ซึ่งกลยุทธ์ดังกล่าวจะช่วยแก้ไขจุดอ่อนและอุปสรรคปัญหาด้าน ความมั่นคงในประเทศและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวระหว่างการท่องเที่ยวในประเทศไทย หรือประเทศเพื่อนบ้านได้

- ด้านการรักษาความปลอดภัยแก่นักท่องเที่ยว นั้น กระทรวงการต่างประเทศ และ สถานทูตไทยในต่างประเทศ ควรมีการจัดทำเอกสารชี้แจงสิ่งที่ควรกระทำ-ไม่ควรกระทำ ระหว่างที่

นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อช่วยลดปัญหาอาชญากรรมและการเอาเปรียบนักท่องเที่ยวต่างชาติ ในขณะที่เดียวกัน ในช่วงที่ประเทศไทยมีสถานการณ์ความขัดแย้งภายในประเทศ กระทบวงๆ ควรมีบทบาทในการชี้แจงสถานการณ์ที่ถูกต้องให้สาธารณชนทราบผ่านสื่อต่างๆ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในการมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

- ด้านความมั่นคงระหว่างประเทศ กระทบการต่างประเทศมีบทบาทหน้าที่ในการเชื่อมความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในอาเซียน ซึ่งนอกจากกระทบวงๆ ดำเนินการเจรจาและเชื่อมเยือนระหว่างประเทศแล้วนั้น กระทบวงๆ ควรใช้การแลกเปลี่ยนทางวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวมาประยุกต์กับบทบาทการเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างประเทศด้วยเช่นกัน เพราะนอกจากจะเป็นการกระชับความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันแล้วนั้น ยังเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวโดยเน้นแนวคิดทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นหลักอีกด้วย ในประเด็นนี้ยังสามารถส่งเสริมด้านการตลาดให้แก่ผู้ประกอบการไทย จากการขยายอาณาเขตตลาดแบบ Twin City และต่อเนื่องไปมากกว่าระหว่าง 2 ประเทศ

จากข้อเสนอแนะข้างต้นเกี่ยวกับบทบาทของกระทบวงๆ ต่างประเทศนั้นสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า กระทบการต่างประเทศควรมีบทบาทในการทำงานเชิงบูรณาการร่วมกับหน่วยงานอื่นๆ เพื่อสนับสนุนภาครัฐกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทย นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงความนิยมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศในการท่องเที่ยวประเทศไทย รวมถึงความพร้อมของผู้ประกอบการ SMEs ด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้น กระทบวงๆ ควรคำนึงถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นตลาดกลุ่มเฉพาะ (Niche Market) มากขึ้น เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ทั้งการอนุรักษ์เชิงวัฒนธรรมหรือการอนุรักษ์เชิงนิเวศน์ ซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าการบริการการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงทรัพยากรที่เป็นเอกลักษณ์พื้นฐานในประเทศไทยที่มีความได้เปรียบเป็นหลัก รวมถึงยังเป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวในระดับชุมชน เพื่อเป็นการช่วยเหลือผู้ประกอบการ SMEs ของประเทศไทย นับว่าการดำเนินงานดังกล่าวเป็นการบูรณาการทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมเพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนแท้จริงผ่านบทบาทของกระทบวงๆ ในการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยให้เติบโตได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- นรเศรษฐ เจียมจิโรจน์. 2553. ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (International Relations). คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- ธงชัย สันติวงษ์. 2534. การวางแผน. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิชย์.
- พันศักดิ์ วิญญรัตน์. 2548. “Value Creation ที่วัดความเข้มแข็งเศรษฐกิจไทยได้อย่างไร”. วารสารเศรษฐกิจและสังคม สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ 42 (4): 16-22
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ
สำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). 2552. รายงานการจัดประเภทอุตสาหกรรมตามกิจกรรมทางเศรษฐกิจทุกประเภทตามมาตรฐานสากล. กรุงเทพมหานคร.
- สำนักงานศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ. 2552. สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์ (Online). www.creativethailand.org.
- สำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. 2554. ขอบเขตของความสัมพันธระหว่างประเทศ (Online). <http://www.korsornor1.com/index.php>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. 2554. รายงานการศึกษาชั้นกลาง โครงการศึกษา วิเคราะห์นโยบาย ติดตามและประเมินผลนโยบายระหว่างประเทศ. ศูนย์วิจัยเศรษฐศาสตร์ประยุกต์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ (อยู่ระหว่างการดำเนินงาน)

ประวัติผู้เขียน
นายสุหัตถ์ สังขญา
เลขานุการกรมพิธีการทูต

การศึกษา ปริญญาตรี รัฐศาสตร์บัณฑิต สาขาการระหว่างประเทศ
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ปริญญาโท M.S., International Affairs, Florida State University

ประวัติการรับราชการ

พ.ศ. 2535 – 2537 เจ้าหน้าที่การทูต 4 กรมพิธีการทูต
พ.ศ. 2537 เจ้าหน้าที่การทูต 5 กรมพิธีการทูต
พ.ศ. 2537 เจ้าหน้าที่การทูต 5 กรมยุโรป
พ.ศ. 2538 เลขานุการโท สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโรม
พ.ศ. 2538 – 2542 เลขานุการเอก สถานเอกอัครราชทูต ณ กรุงโรม
พ.ศ. 2542 - 2544 เจ้าหน้าที่การทูต 6 กรมสารนิเทศ
พ.ศ. 2544 - 2546 ช่วยราชการสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
พ.ศ. 2546 - 2547 เลขานุการกรมอเมริกาและแปซิฟิกใต้
พ.ศ. 2547 – 2548 ช่วยราชการสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี
พ.ศ. 2548 – 2549 เจ้าหน้าที่การทูต 7 กรมการกงสุล
พ.ศ. 2549 – ปัจจุบัน เลขานุการกรมพิธีการทูต

เครื่องราชอิสริยาภรณ์ไทย

5 ธ.ค. 2540 ตริตาภรณ์มงกุฎไทย
5 ธ.ค. 2542 ตริตาภรณ์ช้างเผือก
5 ธ.ค. 2546 ทวีติยาภรณ์มงกุฎไทย
5 ธ.ค. 2551 ทวีติยาภรณ์ช้างเผือก

รางวัลต่างๆ

ข้าราชการพลเรือนดีเด่นประจำปี 2552

รางวัลพระราชทานศิษย์เก่าดีเด่น โรงเรียนราชวินิต พ.ศ. 2552 จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว

ตารางผนวกที่ 1 ยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ ผลผลิต และกิจกรรมของกระทรวงการต่างประเทศ

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 1 รักษา สถานะและ กระชับความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ เพื่อส่งเสริมผลประโยชน์ของไทย</p>		
<p>กลยุทธ์ที่ 1.1 เสริมสร้างความสัมพันธ์ ฉันมิตรกับประเทศเพื่อนบ้านและ ประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง ใต้</p>	<p>ผลผลิต 1.1.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง ไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศ ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียง ใต้</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 2. จัดการแลกเปลี่ยน การเยือน การประชุมเจรจาระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 3. ดำเนินการและจัดทำหลักเขตแดนกับประเทศเพื่อนบ้านรวมทั้งเจรจาเรื่องการแบ่งเขตทางทะเลและการร่วมพัฒนาพื้นที่ที่ไทยและเพื่อนบ้านอ้างสิทธิทับซ้อน 4. ดำเนินโครงการความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างไทยกับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ 5. ดำเนินโครงการ / กิจกรรมความร่วมมือด้านอื่นๆ ที่ช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์กับประเทศเพื่อนบ้านและประเทศในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ในระดับ รัฐบาลและระดับประชาชน (โครงการ Flagship ประเทศเพื่อนบ้าน โครงการภายใต้บทีมประเทศไทยและงบภารกิจเชิงรุก

<p>กลยุทธ์ที่ 1.2 เสริมสร้างความสัมพันธ์ ฉันมิตรระหว่างไทยกับประเทศมุสลิม</p>	<p>ผลผลิต 1.2.1 ความสัมพันธ์ระหว่าง ไทยกับประเทศมุสลิมในเอเชียใต้ ตะวันออกกลางและแอฟริกา รวมทั้ง ประเทศสมาชิก OIC</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศมุสลิมและกลุ่มประเทศมุสลิมอย่างต่อเนื่อง 2. จัดการแลกเปลี่ยน การเยือน การประชุมเจรจาระหว่างไทยกับประเทศมุสลิมและกลุ่มประเทศมุสลิม 3. ดำเนิน โครงการความร่วมมือกับประเทศมุสลิมและกลุ่มประเทศมุสลิม (เช่น โครงการภายใต้ขบวนการวิทยาศาสตร์โลกมุสลิมบางโครงการ โครงการภายใต้ขบวนการกิจกรรมประเทศไทยและงบบารกิจเชิงรุก) 4. จัด/เข้าร่วมประชุม/หารือ/สัมมนาทั้งภายในและต่างประเทศเพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาความไม่สงบในชายแดนภาคใต้
--	--	---

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือกับประเทศที่มีนัยสำคัญทางยุทธศาสตร์ต่อไทย</p>	<p>ผลผลิต 1.3.1 ความสัมพันธ์และความร่วมมือของไทยกับประเทศที่มีนัยสำคัญทางยุทธศาสตร์ต่อไทย</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศที่มีนัยสำคัญทางยุทธศาสตร์ต่อไทย 2. จัดการแลกเปลี่ยนการเยือน การเจรจา การหารือ การประชุมเจรจาระหว่างประเทศในระดับทวิภาคี 3. จัดโครงการส่งเสริมความสัมพันธ์และความร่วมมือ* ระหว่างไทยกับประเทศที่มีนัยสำคัญทางยุทธศาสตร์ต่อไทยทั้งในระดับภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม (นักวิชาการไทยและอเมริกัน สาธารณชนไทยทั่วไป และเยาวชนไทยและอเมริกัน) 4. จัดโครงการความร่วมมือเพื่อการพัฒนา กับประเทศหุ้นส่วนยุทธศาสตร์ 5. จัดโครงการ / กิจกรรมที่สนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถของหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนไทยในการแข่งขันด้านการค้าและการลงทุนในประเทศที่เป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์และมีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมต่อไทย ตลอดจนสนับสนุนการแสวงหา niche knowledge จากประเทศดังกล่าว เพื่อเสริมสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย 6. จัดทำศูนย์บริการข้อมูลเศรษฐกิจระหว่างประเทศ กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ เพื่อเผยแพร่ข้อมูลทางเศรษฐกิจการค้า และคู่ทางทางการค้าให้กับหน่วยงานราชการและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง

		<p>7. จัดทำข้อมูลและข้อวิเคราะห์ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภาวะทางเศรษฐกิจของ ไทยเพื่อให้หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องใช้ประกอบในการดำเนินกิจกรรม 1-5 ข้างต้น</p> <p>8. การปรับข้อมูลทางเศรษฐกิจให้เป็นปัจจุบันในประเด็นที่เกี่ยวข้องต่างๆ อาทิ เกษตร พลังงานทดแทน ไข่หวัดนก ได้แก่ สอท./สกญ. ไทยในต่างประเทศและ หน่วยงานราชการของไทยทราบและใช้ประโยชน์</p> <p>9. จัดการประชุมเจรจาเพื่อจัดทำความตกลงระหว่างประเทศที่จะส่งเสริมการ รักษาผลประโยชน์และขยายความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนระหว่างกัน</p> <p>10. การจัด/เข้าร่วม การประชุม/สัมมนา ในประเด็นด้านเศรษฐกิจที่เป็น ผลประโยชน์โดยตรงของประเทศไทย และ/หรือ เป็นนโยบายด้านเศรษฐกิจ ของรัฐบาล อาทิ การเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตของสินค้าเกษตรและ อุตสาหกรรมไทย การยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม/ เกษตร /การเพิ่ม ความมั่นคงด้านพลังงานและการสนับสนุนการพัฒนาพลังงานทดแทน/ การ ติดตามความเคลื่อนไหวของโรคระบาดต่างๆ (ไข่หวัดนก/ไข่หวัดใหญ่สายพันธุ์ ใหม่) ที่จะส่งผลกระทบต่อการผลิตและส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปของไทยไป ต่างประเทศ</p>
ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 1.3 ส่งเสริมความสัมพันธ์ และความร่วมมือกับประเทศที่มี นัยสำคัญทางยุทธศาสตร์ต่อไทย</p>	<p>ผลผลิต 1.3.1 ความสัมพันธ์และความ ร่วมมือของ ไทยกับ ประเทศที่มี นัยสำคัญทางยุทธศาสตร์ต่อไทย</p>	<p>11. การดำเนินโครงการต่างๆ อาทิ การจัดกิจกรรม/โครงการเพื่อเจาะตลาดเชิง รุกในประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงเพื่อการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรม ฮาลาลของไทย เพื่อนำไปสู่การยอมรับร่วมในมาตรฐานอาหารและ</p>

		<p>อุตสาหกรรมฮาลาลระหว่างกัน การจัดและร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร การสาธิตอาหารไทยตามนโยบายครัวไทยสู่โลก ฯลฯ</p>
<p>กลยุทธ์ที่ 1.4 รักษาและส่งเสริมผลประโยชน์ของไทยในบริบทของความสัมพันธ์กับประเทศ / เขตเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อไทยรองลงมา</p>	<p>ผลผลิตที่ 1.4.1 ความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศ / เขตเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อไทยรองลงมา</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการดำเนินความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศ / เขตเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อไทยรองลงมา 2. จัดการแลกเปลี่ยน การเยือน การหารือทวิภาคี การประชุมเจรจาระหว่างไทยกับประเทศที่มีความสำคัญกับไทยรองลงมา 3. จัดโครงการส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างไทยกับประเทศ / เขตเศรษฐกิจที่มีความสำคัญต่อไทยรองลงมาตลอดจนโครงการที่สนับสนุนการแสวงหา niche knowledge จากประเทศดังกล่าวเพื่อเสริมสร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจของประเทศไทย 4. จัดโครงการความร่วมมือเพื่อการพัฒนาระหว่างไทยกับประเทศที่เป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์และมีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจ การเมือง และสังคมต่อไทย 5. เข้าร่วมการประชุมและกิจกรรมที่จัดโดยกลุ่มประเทศในภูมิภาค ได้แก่ FEALAC, PIF 6. จัดการประชุมเจรจาเพื่อจัดทำความตกลงระหว่างประเทศที่จะส่งเสริมการรักษาผลประโยชน์และขยายความร่วมมือทางการค้าและการลงทุนระหว่างกัน 7. การจัด/เข้าร่วม การประชุม/สัมมนา ในประเด็นด้านเศรษฐกิจที่เป็นผลประโยชน์โดยตรงของประเทศไทย และ/หรือ เป็นนโยบายด้านเศรษฐกิจของ

		<p>รัฐบาล อาทิ การเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตของสินค้าเกษตรและอุตสาหกรรมไทย การยกระดับมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม/ เกษตร /การเพิ่มความมั่นคงด้านพลังงานและการสนับสนุนการพัฒนาพลังงานทดแทน/ การติดตามความเคลื่อนไหวของโรคระบาดต่างๆ (ใช้หัวคั่นก/ใช้หัวคี่ใหญ่สายพันธุ์ใหม่) ที่จะส่งผลกระทบต่อการผลิตและส่งออกสินค้าอาหารแปรรูปของไทยไปต่างประเทศ</p> <p>8.การดำเนินโครงการต่างๆ อาทิ การจัดกิจกรรม/โครงการเพื่อเจาะตลาดเชิงรุกในประเทศเป้าหมายที่มีศักยภาพสูงเพื่อการพัฒนาและยกระดับอุตสาหกรรมฮาลาลของไทย เพื่อนำไปสู่การยอมรับร่วมในมาตรฐานอาหารและอุตสาหกรรมฮาลาลระหว่างกัน การจัดและร่วมงานแสดงสินค้าอาหาร การสาธิตอาหารไทยตามนโยบายครัวไทยสู่โลก ฯลฯ</p>
ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 1.5 เสริมสร้างความเข้าใจและทัศนคติที่ดีของต่างประเทศต่อไทย</p>	<p>ผลผลิต 1.5.1 สื่อและสาธารณชนต่างประเทศได้รับข้อมูลที่ต้องการ เพื่อมีความเข้าใจและทัศนคติที่ต้องการต่อไทย</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดโครงการ/กิจกรรมต่างๆ เพื่อส่งเสริมให้ชาวต่างประเทศรู้จักไทยมากขึ้น 2. จัดกิจกรรม Road show ในต่างประเทศ 3. จัดกิจกรรมสร้างความเชื่อมั่นในเสถียรภาพทางการเมือง เศรษฐกิจของประเทศไทย 4. สํารวจ รวบรวม และวิเคราะห์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับภาพลักษณ์ไทย อาทิ รายงานข่าวโดยสื่อต่างประเทศ เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาให้ตรงจุด 5. ให้ข้อมูลที่ต้องการและครอบคลุมเกี่ยวกับประเทศไทยให้แก่ประเทศที่มีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจ การเมืองและสังคมต่อไทย

		<p>6. จัดการชี้แจงต่อรัฐบาลและสาธารณชนต่างประเทศ และตอบโต้สื่อมวลชนในประเด็นด้านลบต่างๆ ที่เกี่ยวกับไทยที่ได้รับความสนใจ</p> <p>7. เผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องให้กับประเทศที่เป็นหุ้นส่วนทางยุทธศาสตร์และมีนัยสำคัญทางเศรษฐกิจการเมือง และสังคมต่อไทย เพื่อให้ประเทศดังกล่าวให้การยอมรับสถานะและบทบาทไทย</p>
<p>กลยุทธ์ที่ 1.6 บูรณาการและประสานการดำเนินภารกิจต่างประเทศกับทุกภาคส่วน</p>	<p>ผลผลิตที่ 1.6.1 โครงการสนับสนุนภารกิจต่างประเทศแบบบูรณาการ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์ ความนิยมไทย และสร้างความเชื่อมั่นของต่างประเทศต่อประเทศไทย 2. การจัดกิจกรรมเพื่อคุ้มครองและส่งเสริมสิทธิและผลประโยชน์ของคนไทยแรงงานไทยและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนไทยในต่างประเทศ 3. การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมบทบาทของไทยในกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ 4. การจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจให้ผู้ประกอบการไทย

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ขยายความร่วมมือในกรอบพหุภาคีเพื่อส่งเสริมผลประโยชน์บทบาท และสถานะของไทยในเวทีระหว่างประเทศ		
กลยุทธ์ที่ 2.1 เสริมสร้างความร่วมมือและความสัมพันธ์กับประเทศ / องค์การระหว่างประเทศ เพื่อผลประโยชน์ร่วมกันในระดับอนุภูมิภาค / ภูมิภาค / พหุภาคี	ผลผลิต 2.1.1 ความร่วมมือด้านเศรษฐกิจและการพัฒนาในระดับอนุภูมิภาค (ACMECS, GMS, IMT-GT BIMSTEC Emerald Triangle และหุ้นส่วนเพื่อการพัฒนา)	กิจกรรมหลัก 1. จัด* /เข้าร่วมการประชุมในกรอบอนุภูมิภาค 2. จัดทำ / ให้ข้อเสนอแนะระดับนโยบายเกี่ยวกับความร่วมมือในกรอบอนุภูมิภาคแก่รัฐบาล / หน่วยงานราชการของไทย 3. จัด / เข้าร่วมโครงการ / กิจกรรมความร่วมมือต่าง ๆ ในกรอบอนุภูมิภาค *หมายเหตุ จัดตามวาระ
	ผลผลิต 2.1.2 ความร่วมมือเพื่อเสริมสร้างความแข็งแกร่งของอาเซียน	กิจกรรมหลัก 1. จัด / เข้าร่วมการประชุมในกรอบอาเซียน / อาเซียน+คู่เจรจา / ARF 2. จัดทำ / ให้ ข้อเสนอแนะระดับนโยบายเกี่ยวกับความร่วมมือในกรอบอาเซียน / อาเซียน+คู่เจรจา / ARF แก่รัฐบาล / หน่วยงานราชการของไทย 3. จัด/เข้าร่วมโครงการ / กิจกรรมความร่วมมือต่าง ๆ ในกรอบอาเซียน / อาเซียน+คู่เจรจา / ARF 4. เข้าร่วมกิจกรรมและมีปฏิสัมพันธ์กับภาคประชาสังคมในเรื่องที่เกี่ยวกับ

		<p>อาเซียน / อาเซียน+คู่เจรจา / ARF</p> <p>5. ประสานงานให้มีการส่งผู้แทนในนามอาเซียนเข้าร่วมและมีบทบาทในเวทีระหว่างประเทศ</p> <p>6. จัดทำงบประมาณสนับสนุนแก่องค์การระหว่างประเทศทั้งตามพันธกรณีและเฉพาะกิจ</p> <p>7. จัดกิจกรรม/โครงการส่งเสริมความร่วมมือในกรอบอาเซียนและการรวมตัวไปสู่การเป็นประชาคมอาเซียนกับภาคประชาสังคมไทย</p>
	<p>ผลผลิต 2.1.3 ความร่วมมือในกรอบภูมิภาคในมิติต่าง ๆ ทั้งการเมืองความมั่นคง เศรษฐกิจ และสังคมวัฒนธรรม (ACD, APEC, ASEM, AMED, CICA)*</p> <p>*<u>หมายเหตุ</u> ความร่วมมือภายใต้ผลผลิตนี้รวมถึงความร่วมมือในกรอบ APEC CTTF, Sub-regional Meetings on CTTC, Maritime Security Meetings</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <p>1. จัด / เข้าร่วมการประชุมในกรอบภูมิภาคต่าง ๆ</p> <p>2. จัดทำ / ให้ข้อเสนอแนะระดับนโยบายเกี่ยวกับความร่วมมือในกรอบภูมิภาคต่าง ๆ แก่รัฐบาล / หน่วยงานราชการของไทย</p> <p>3. จัด / เข้าร่วมโครงการ / กิจกรรมความร่วมมือต่าง ๆ ในกรอบภูมิภาค</p>
ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
	<p>ผลผลิต 2.1.4 ความร่วมมือในกรอบสหประชาชาติและองค์การระหว่างประเทศ</p> <p>อื่น ๆ ในทุกมิติ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <p>1. ประสานงาน / จัด / เข้าร่วม / รายงานและติดตามผลการประชุมในกรอบสหประชาชาติและองค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ</p> <p>2. จัดทำ / ให้ข้อเสนอแนะระดับนโยบายเกี่ยวกับความร่วมมือในกรอบ</p>

		<p>สหประชาชาติและองค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ แก่รัฐบาล / หน่วยงานราชการของไทย</p> <p>3. ประสานงาน / จัด / เข้าร่วม โครงการ / กิจกรรมความร่วมมือต่าง ๆ ในกรอบสหประชาชาติและองค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ</p> <p>4. ประสานงาน / สนับสนุน / ติดตามการปฏิบัติตามพันธกรณีระหว่างประเทศของไทยโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องของไทย</p> <p>5. รณรงค์หาเสียงให้ประเทศไทย / คนไทยได้เข้าเป็นสมาชิก / ดำรงตำแหน่งในองค์การระหว่างประเทศที่ไทยสามารถแสดงบทบาทที่สร้างสรรค์ได้</p> <p>6. จัดทำงบประมาณสนับสนุนแก่องค์การระหว่างประเทศทั้งตามพันธกรณีเฉพาะกิจและ โดยสมัครใจ</p> <p>7. ประสานงาน / ให้บริการ / อำนวยความสะดวกแก่องค์กรของสหประชาชาติและองค์การระหว่างประเทศอื่น ๆ ในการจัดตั้งและการบริหารสำนักงาน / การเยือนของผู้บริหารระดับสูง</p>
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนาการให้บริการด้านการต่างประเทศให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น</p>		
<p>กลยุทธ์ที่ 3.1 พัฒนาบริการด้านกงสุลตลอดจนการให้ความช่วยเหลือคุ้มครอง และดูแลสิทธิประโยชน์ของคนไทยในต่างประเทศตามสิทธิโดย</p>	<p>ผลผลิต 3.1.1 ผู้ขอรับบริการได้รับความคุ้มครองและดูแลสิทธิและผลประโยชน์ตามหลักกฎหมายระหว่างประเทศ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำหนังสือเดินทาง / เอกสารเดินทางให้แก่คนไทย 2. ดูแลช่วยเหลือและคุ้มครองคนไทยที่ตกทุกข์ได้ยากในต่างประเทศ 3. ให้บริการงานทะเบียนราษฎรแก่คนไทยในต่างประเทศ

สอดคล้องกับกฎหมายภายในของแต่ละประเทศและกฎหมายระหว่างประเทศ		<p>4. คุณเลิทธิและผลประโยชน์คนไทยในต่างประเทศรวมทั้งจัดการเลือกตั้งนอกราชอาณาจักรแก่คนไทยในต่างประเทศ</p> <p>5. ให้เงินสนับสนุน / เข้าร่วมกิจกรรมของคนไทยในต่างประเทศเพื่อส่งเสริมให้มีการรวมตัวของชุมชนไทย</p>
--	--	---

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
	ผลผลิต 3.1.2 ผู้ขอรับบริการได้รับบริการด้านตรวจลงตราและนิติกรณ์	กิจกรรมหลัก 1. ให้บริการตรวจลงตราแก่ชาวต่างประเทศที่ต้องการเดินทางมาประเทศไทย 2. ให้บริการนิติกรณ์และการรับรองเอกสารแก่คนไทยและชาวต่างประเทศที่มาขอรับบริการ
กลยุทธ์ที่ 3.2 พัฒนาการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการต่างประเทศแก่กลุ่มเป้าหมายภายในประเทศ *หมายเหตุ กลุ่มเป้าหมาย หมายถึง สื่อมวลชน และภาคประชาสังคมไทย (นักวิชาการ NGOs)	ผลผลิต 3.2.1 สาธารณชนที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในประเทศได้รับข่าวสารและความรู้ด้านการต่างประเทศ	กิจกรรมหลัก 1. ให้ความรู้กลุ่มเป้าหมายโดยผ่านทางข่าวสารนิเทศ / บทความด้านการต่างประเทศเพื่อเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง ๆ (สิ่งพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ อินเทอร์เน็ต) รวมทั้งวิทยุสราญรมย์ของกระทรวงฯ 2. จัดกิจกรรมเพื่อเผยแพร่ความรู้ด้านการต่างประเทศแก่กลุ่มเป้าหมาย เช่น กิจกรรมทูตความดี บัณฑิตอาสา วิทยุสราญรมย์สัญจร การพาสื่อมวลชนไปทำข่าวในโอกาสต่างๆ และการประชาสัมพันธ์ในโอกาสต่างๆ เป็นต้น 3. อำนวยความสะดวกสื่อมวลชนต่างประเทศที่ประจำในประเทศไทย กิจกรรมรอง 1. เสริมสร้างทักษะของบุคลากรของกระทรวงฯ ด้านการทูตสาธารณะ
	ผลผลิตที่ 3.2.2 ส่วนราชการ หน่วยงานความมั่นคง สาธารณชน และหน่วยงานต่างประเทศ ในไทยได้รับข้อมูล	กิจกรรมหลัก 1. เผยแพร่ความรู้และข้อมูล เช่น การบรรยายพิเศษ การหารือระดมสมอง การสัมมนา

	<p>ประเด็นสนทนา เอกสารประเมินสถานการณ์ความมั่นคงและความรู้ด้านความมั่นคงในมิติระหว่างประเทศ</p>	<p>2. จัดทำบทสรุปและบทวิเคราะห์ประเด็นความมั่นคงเพื่อเผยแพร่ส่วนราชการและสาธารณชน</p> <p>3. ศึกษาสถานการณ์ความมั่นคง และเสริมสร้างเครือข่ายกับเจ้าหน้าที่ในพื้นที่ เช่น โครงการศึกษาสถานการณ์ความมั่นคงบริเวณชายแดน</p> <p>4. แลกเปลี่ยนข้อมูล ข้อคิดเห็น และเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานต่างประเทศในไทย เช่น สถานเอกอัครราชทูต องค์กรระหว่างประเทศ ทั้งของภาครัฐและภาคประชาสังคม</p>
<p>กลยุทธ์ที่ 3.3 สนับสนุนให้หน่วยงานราชการได้รับข้อมูลและข้อคิดเห็นด้านกฎหมายระหว่างประเทศที่ตรงประเด็นและเป็นประโยชน์</p>	<p>ผลผลิต 3.3.1 กลุ่มเป้าหมายได้รับบริการคำปรึกษาด้านกฎหมายระหว่างประเทศ</p> <p><u>หมายเหตุ</u> กลุ่มเป้าหมาย คือ ส่วนราชการที่มาขอรับคำปรึกษาด้านกฎหมายระหว่างประเทศ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <p>1. ให้ข้อมูล/ ข้อคิดเห็น/ คำปรึกษาด้านกฎหมายระหว่างประเทศแก่หน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่ขอรับบริการ</p>

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 3.4 พัฒนางานบริการด้านเอกสิทธิ์และความคุ้มกันทางการทูต</p>	<p>ผลผลิต 3.4.1 คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยได้รับบริการด้านเอกสิทธิ์ทางการทูตตามพันธกรณีระหว่างประเทศ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของไทย</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดูแลและอำนวยความสะดวกในการยกเว้นภาษีอากรประเภทต่าง ๆ ให้แก่คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทย 2. ดูแลงานทะเบียนรถยนต์ของคณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทย 3. ศึกษากฎระเบียบเกี่ยวกับเอกสิทธิ์ที่คณะทูตของไทยในต่างประเทศได้รับจากประเทศผู้รับ และนำมาเปรียบเทียบกับกฎระเบียบปฏิบัติของไทย เพื่อให้คณะทูตไทยในต่างประเทศได้รับเอกสิทธิ์ทางการทูตเท่าเทียมและเสมอภาคตามหลักต่างตอบแทนเช่นกัน 4. กำกับดูแลมิให้มีการละเมิดกฎระเบียบเกี่ยวกับเอกสิทธิ์ทางการทูตตามพันธกรณีที่มิในอนุสัญญากรุงเวียนนา ฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของไทย <p>กิจกรรมรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำระบบข้อมูลพื้นฐานด้านเอกสิทธิ์ให้มีประสิทธิภาพเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการวางแผนและประเมินผล 2. จัดให้มีการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 3. จัดทำหนังสือคู่มือเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติและกฎระเบียบด้านเอกสิทธิ์ทางการทูต เพื่อให้คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทย

		<p>ไทยมีความเข้าใจกฎระเบียบดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง</p> <p>4. จัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูลด้านเอกสิทธิ์และความคุ้มกัน เพื่อให้คณะทูตคณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว</p> <p>5. บรรยายสรุปแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับเอกสิทธิ์ทางการทูตให้แก่ข้าราชการประจำการในต่างประเทศ</p> <p>6. จัดการประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหา เอกสิทธิ์และความคุ้มกันทางการทูต</p>
--	--	---

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
	<p>ผลผลิต 3.4.2 คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยได้รับอุปถัมภ์ความคืบหน้าทางการทูตตามพันธกรณีระหว่างประเทศและกฎหมายระหว่างประเทศ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกบัตรประจำตัวและอำนวยความสะดวกในการออกเอกสารอื่น ๆ ให้แก่นักการทูต พนักงานกงสุล และพนักงานองค์การระหว่างประเทศ และบุคคลในครอบครัว 2. อำนวยความสะดวกให้แก่นักการทูต พนักงานกงสุล และพนักงานองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยในด้านต่าง ๆ ตามอนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยความสัมพันธ์ทางการทูต อนุสัญญากรุงเวียนนาว่าด้วยความสัมพันธ์ทางกงสุล และตามกฎหมายระหว่างประเทศ 3. อำนวยความสะดวกในการรักษาความปลอดภัย และการให้อารักขาสถานเอกอัครราชทูต สถานกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทย 4. ใกล้เคียงข้อขัดแย้งระหว่างคณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยกับเอกชนในไทย 5. ศึกษาถูกระเบียบเกี่ยวกับความคืบหน้าทางการทูตที่คณะทูตของไทยในต่างประเทศได้รับจากประเทศผู้รับ และนำมาเปรียบเทียบกับถูกระเบียบปฏิบัติของไทย เพื่อให้คณะทูตไทยในต่างประเทศได้รับความคืบหน้าทางการทูตเท่าเทียมและเสมอภาคตามหลักต่างตอบแทนเช่นกัน 6. กำกับดูแลมิให้มีการละเมิดถูกระเบียบเกี่ยวกับความคืบหน้าทางการทูตตาม

		<p>พันธกรณีที่มีในอนุสัญญากรุงเวียนนา ฯ และกฎหมายที่เกี่ยวข้องของไทย</p> <p>กิจกรรมรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำระบบข้อมูลพื้นฐานด้านความคุ้มกันทางการทูตให้มีประสิทธิภาพเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการวางแผนและประเมินผล 2. จัดให้มีการพัฒนาบุคลากรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 3. จัดทำหนังสือคู่มือเกี่ยวกับแนวทางปฏิบัติและกฎระเบียบด้านความคุ้มกันทางการทูต เพื่อให้คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยมีความเข้าใจกฎระเบียบดังกล่าวได้อย่างถูกต้อง 4. จัดทำเว็บไซต์เกี่ยวกับข้อมูลด้านความคุ้มกันและช่องทางการติดต่อสื่อสาร เพื่อให้คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยสามารถเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้อย่างรวดเร็ว 5. บรรยายสรุปแนวทางปฏิบัติเกี่ยวกับความคุ้มกันทางการทูตให้แก่ข้าราชการประจำการในต่างประเทศ <p>- จัดการประชุมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อแก้ไขปัญหาความคุ้มกันทางการทูต</p>
<p>ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์</p>	<p>ผลผลิต</p>	<p>กิจกรรม</p>
<p>กลยุทธ์ที่ 3.5 เสริมสร้างมาตรฐานและแบบแผน งานบริการด้านพิธีการทูต</p>	<p>ผลผลิต 3.5.1 พระราชวงศ์ รัฐบาล คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยได้รับบริการตามแบบแผนพิธีการทูต* ตาม</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ประสานงานและดำเนินงานตามแบบแผนพิธีการทูตเพื่อส่งเสริมและรักษาความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (การแต่งตั้งผู้แทนทางการทูต/กงสุล ของไทย/ต่างประเทศ)

	<p>พันธกรณีระหว่างประเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องของไทย</p> <p>*หมายถึง การแต่งตั้งผู้แทนทางการทูตและกงสุล</p> <p>การเตรียมการเยือนและการรับรองพระราชวงศ์และ ผู้นำต่างประเทศ การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเข้าร่วมรัฐพิธี และการประสานงานด้านพิธีการทูต อื่น ๆตามที่กำหนดโดยกองแบบพิธีและกองรับรอง</p>	<p>2. อำนวยความสะดวกและประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเสด็จเยือนต่างประเทศของพระราชวงศ์ไทย และการเสด็จเยือนประเทศไทยของพระราชวงศ์ต่างประเทศ ตามแบบแผนพิธีการทูต</p> <p>3. อำนวยความสะดวกและประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการเยือนต่างประเทศของนายกรัฐมนตรีและการเยือนประเทศไทยของผู้นำต่างประเทศ ตามแบบแผนพิธี การทูต</p> <p>4. อำนวยความสะดวกและประสานงานหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ในการดำเนินงานด้านพิธีการทูตตามคำร้องขอของคณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทย</p> <p>5. อำนวยความสะดวกและกำกับดูแลผู้แทนต่างประเทศ คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในการเข้าร่วมพระราชพิธี รัฐพิธี พิธีใน โอกาสต่าง ๆ และงานเลี้ยงรับรอง ตามแบบแผนพิธีการทูต</p> <p>กิจกรรมรอง</p> <p>1. จัดทำวิธีปฏิบัติที่เป็นมาตรฐาน (Standard of Procedure – SOP) ด้านพิธีการทูต แจกแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง</p> <p>2. เตรียมการเป็นคณะล่วงหน้า อำนวยความสะดวกและดำเนินการให้เป็นไป แนวปฏิบัติในการเสด็จเยือนต่างประเทศ/การเยือนต่างประเทศของพระราชวงศ์ไทย/นายกรัฐมนตรี และการเสด็จเยือนไทย/การเยือนไทยของพระราชวงศ์ต่างประเทศ/ผู้นำต่างประเทศ</p>
--	---	---

		<p>3. จัดทำคู่มือ Diplomatic List ให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายไทยและต่างประเทศ</p> <p>4. จัดทำเล่มกำหนดการในการเสด็จเยือนต่างประเทศ/การเยือนต่างประเทศของพระราชวงศ์ไทย/นายกรัฐมนตรี และการเสด็จเยือนไทย/การเยือนไทยของพระราชวงศ์ต่างประเทศ/ผู้นำต่างประเทศ</p> <p>5. ประสานงานและให้ข้อมูลด้านพิธีการทูตแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายไทยและต่างประเทศ (การบรรยายแก่หน่วยงานต่าง ๆ)</p> <p>6. ประสานงานและอำนวยความสะดวกในการเปิดห้องรับรองที่ทำอากาศยานสำหรับแขกต่างประเทศที่เดินทางมาเยือนประเทศไทย</p>
--	--	--

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 3.5 เสริมสร้างมาตรฐานและแบบแผน งานบริการด้านพิธีการทูต</p>	<p>ผลผลิต 3.5.1 พระราชวงศ์ รัฐบาล คณะทูต คณะกงสุล และองค์การระหว่างประเทศในประเทศไทยได้รับบริการตามแบบแผนพิธีการทูต* ตามพันธกรณีระหว่างประเทศและกฎหมายที่เกี่ยวข้องของไทย</p> <p>*หมายถึง การแต่งตั้งผู้แทนทางการทูตและกงสุล</p> <p>การเตรียมการเยือนและการรับรองพระราชวงศ์และ ผู้นำต่างประเทศ การอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเข้าร่วมรัฐพิธี และการประสานงานด้านพิธีการทูต อื่น ๆตามที่กำหนดโดยกองแบบพิธีและกองรับรอง</p>	<p>7. ดำเนินการจัดเลี้ยงรับรองเพื่อเป็นเกียรติแก่แขกต่างประเทศในโอกาสต่าง ๆ และตามที่หน่วยงานไทยร้องขอ รวมทั้งการให้คำปรึกษาแก่หน่วยงานไทยในเรื่องการจัดเลี้ยงรับรอง</p> <p>8. จัดโครงการนำคณะทูตต่างประเทศในไทยไปทัศนศึกษาในจังหวัดต่างๆ เพื่อส่งเสริมความสัมพันธ์อันดีกับคณะทูตต่างประเทศ</p>
<p>ยุทธศาสตร์ที่ 4 พัฒนางานบริหารจัดการ เพื่อ สนับสนุน การ กิจ ต่างประเทศ</p>		

<p>งานบริหารจัดการ หมายถึง การบริหาร และพัฒนาทรัพยากรบุคคล การเงินการคลัง และการบริหารทรัพย์สิน และการรักษาความปลอดภัย ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ การวิจัยและการพัฒนาระบบการทำงานของกระทรวงฯ</p>		
<p>กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบบริหารงานบุคคลรวมถึงคุณภาพของบุคลากรให้ได้ระดับมาตรฐาน</p> <p>หน่วยงานหลัก</p> <p>สำนักบริหารบุคคล / สถาบันการต่างประเทศเทวะวงศ์วโรปการ</p> <p>มาตรฐานหมายถึง การปฏิบัติระเบียบ/ข้อกำหนดที่สำนักงาน ก.พ. กำหนดให้ส่วนราชการ</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.1.1 กระทรวงฯ มีอัตรากำลังที่เหมาะสม และบุคลากรมีคุณสมบัติตามที่กำหนด</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สรรหาบุคลากรในตำแหน่งนักการทูต บุคลากรนอกสายการทูต ลูกจ้างชั่วคราว และนักเรียนทุน 2. ประเมินเลื่อนขั้น 3. ดูแลสิทธิประโยชน์และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคลากร 4. บริหารงานลูกจ้างชั่วคราวในต่างประเทศ 5. รักษาวินัย / การส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม
<p>ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์</p>	<p>ผลผลิต</p>	<p>กิจกรรม</p>
<p>กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบบริหารงานบุคคลรวมถึงคุณภาพของบุคลากรให้ได้ระดับมาตรฐาน</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.1.1 กระทรวงฯ มีอัตรากำลังที่เหมาะสม และบุคลากรมีคุณสมบัติตามที่กำหนด</p>	<p>กิจกรรมรอง</p> <p>การสรรหา</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ประชาสัมพันธ์เพื่อนำเสนอการเข้าและการทำงานในกระทรวงการต่างประเทศ (โดยเจาะกลุ่มเป้าหมายที่กระทรวงการต่างประเทศต้องการ)

	<p>2. จัดสัมมนานักเรียนทุนรัฐบาลตามความต้องการของกระทรวงการต่างประเทศเพื่อรับทราบปัญหาและแนะแนวการปรับตัวด้านการศึกษาและชีวิตความเป็นอยู่ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมด้านการทำงานให้กับนักเรียนทุนฯ การประเมินเลื่อนขั้น</p> <p>3. จัดทำแนวทางและแบบการประเมินทักษะและสมรรถนะเชิงพฤติกรรมให้มีเนื้อหาครอบคลุม มีประสิทธิภาพสามารถนำไปใช้ประเมินสมรรถนะและพฤติกรรมของข้าราชการได้อย่างแท้จริง</p> <p>4. จัดทำฐานข้อมูลเกี่ยวกับนักบริหารระดับกลาง เพื่อใช้ประกอบการพิจารณาคัดเลือกข้าราชการเข้ารับการอบรมหลักสูตรนักบริหารระดับสูง (นบส.)</p> <p>5. เปรียบเทียบ ก.พ. เรื่องการเทียบคุณสมบัติด้านการบริหารของตำแหน่งอัครราชทูตที่ปรึกษาที่ปฏิบัติหน้าที่ Head of Chancery ให้เทียบตำแหน่ง ผอ. เพื่อเอื้อประโยชน์แก่ข้าราชการกระทรวงฯ ในการอบรมหลักสูตรดังกล่าว</p> <p>6. ประชาสัมพันธ์ให้ข้าราชการในสังกัดได้รับทราบรายละเอียดและความสำคัญของการเข้ารับการฝึกอบรมหลักสูตร นบส. การดูแลสิทธิประโยชน์และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของบุคลากร</p> <p>7. จัดคณะสำรวจสภาพความเป็นอยู่และรับฟังข้อเท็จจริงของข้าราชการที่ประจำการในประเทศที่มีสภาพความเป็นอยู่ยากลำบาก เพื่อกำหนดเป็นเมืองที่มีภาวะความเป็นอยู่ไม่ปกติ และเมืองที่มีสถานการณ์พิเศษ เพื่อให้ข้าราชการและครอบครัวได้รับสิทธิประโยชน์ต่าง ๆ ทั้งนี้ เพื่อสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ข้าราชการ</p>
--	---

		8. จัดคณะสำรวจ สอท./สภญ.ต่าง ๆ ที่ขออัตรากำลังข้าราชการเพิ่มตามนโยบายของปลัดกระทรวงฯ เพื่อตรวจประสิทธิภาพการทำงานและบริหารสำนักงาน (ส่งผู้แทนสำนักบริหารบุคคลร่วมเดินทางไปกับกลุ่มพัฒนาระบบบริหาร –คณะผู้ตรวจราชการ)
--	--	--

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบบริหารงานบุคคลรวมถึงคุณภาพของบุคลากรให้ได้ระดับมาตรฐาน</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.1.1 กระทรวงฯ มีอัตรากำลังที่เหมาะสม และบุคลากรมีคุณสมบัติตามที่กำหนด</p>	<p>9. จัดกิจกรรมย่อยเพื่อส่งเสริมคุณภาพชีวิตการทำงานของคนในองค์กรที่มีความหลากหลายและต่อเนื่องตลอดปีและจัดกิจกรรมใหญ่ปีละ 1 ครั้ง</p> <p>10. เชิญชวนให้บุคลากรเข้ามามีส่วนร่วมกับกิจกรรมส่งเสริมคุณภาพชีวิตที่จัดขึ้น</p> <p>การบริหารงานลูกจ้างชั่วคราวในต่างประเทศ</p> <p>11. เปรียบเทียบหน่วยงานกลางที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดอัตรากำลัง อัตรากำลัง อัตรากำลังของลูกจ้างชั่วคราวในต่างประเทศให้เหมาะสม และกำหนดหลักเกณฑ์ในการจ้างงานให้สอดคล้องกับกฎหมายท้องถิ่น</p> <p>12. ประชาสัมพันธ์ให้สำนักงานในต่างประเทศตระหนักถึงความสำคัญในการดำเนินการจ้างลูกจ้างชั่วคราวในต่างประเทศเป็นไปตามกฎหมายการจ้างงานท้องถิ่น และสอดคล้องกับหลักเกณฑ์และแนวปฏิบัติของกระทรวงการคลัง พ.ศ.2544 เพื่อความเป็นธรรมในการจ้างงาน และป้องกันการฟ้องร้องของลูกจ้างและทางการท้องถิ่น</p> <p>การรักษาวินัย / การส่งเสริมคุณธรรมและจริยธรรม</p> <p>13. อบรมความรู้ด้านวินัย การรักษาวินัย คุณธรรมและจริยธรรม</p> <p>เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ และความตระหนักแก่บุคลากรตามหลักสูตรการฝึกอบรมบุคลากรที่กระทรวงฯกำหนด</p>

		<p>14. ทำความเห็นเพื่อประกอบการพิจารณาวินิจฉัยสั่งการของผู้มีอำนาจหน้าที่ตามกฎหมายต่อเรื่องร้องเรียน และร้องทุกข์ เพื่อให้มีคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการสืบสวนข้อเท็จจริง/คณะกรรมการสอบสวนวินัย รวมทั้งการทำความเห็นประกอบการตรวจสอบสำนวนการสอบทางวินัย เพื่อจัดให้มีคำสั่งทางปกครองตามรูปแบบ ขั้นตอน และวิธีการที่กฎหมายกำหนด</p> <p>15. ให้ข้อมูลการดำเนินการทางวินัยต่อคณะกรรมการหรือส่วนราชการที่กฎหมายให้อำนาจในการพิจารณาเรื่องอุทธรณ์ร้องทุกข์</p>
--	--	---

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 4.1 พัฒนาระบบบริหารงานบุคคลรวมถึงคุณภาพของบุคลากรให้ได้ระดับมาตรฐาน</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.1.1 กระทรวงฯ มีอัตรากำลังที่เหมาะสม และบุคลากรมีคุณสมบัติตามที่กำหนด</p>	<p>กิจกรรมสนับสนุน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดสัมมนาเจ้าหน้าที่สำนักบริหารบุคคล รวมถึงผู้บริหารระดับสูงที่กำกับดูแลงานบริหารบุคคล เพื่อให้ได้รับทราบกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานและนโยบายด้านการบริหารบุคคลของกระทรวงฯ 2. จัดการฝึกอบรมหรือถ่ายทอดการใช้งานระบบข้อมูลสารสนเทศฯ ให้แก่บุคลากรหลักที่เกี่ยวข้อง 3. จัดทำฐานข้อมูลบุคลากรให้มีความสมบูรณ์ในระดับที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการปฏิบัติงาน หรือการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคล
	<p>ผลผลิต 4.1.2 กระทรวงฯ มีบุคลากรที่ผ่านการฝึกอบรมหลักสูตรต่างๆ ตามมาตรฐานที่กระทรวงฯ กำหนด</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ออกแบบและจัดทำหลักสูตรที่จะพัฒนาศักยภาพบุคลากรตามมาตรฐานของกระทรวงฯ 2. จัดการฝึกอบรมและติดตามผล
<p>กลยุทธ์ที่ 4.2 เสริมสร้างประสิทธิภาพงานคลัง งานจัดหาและบริหารทรัพย์สิน</p> <p>หน่วยงานหลัก</p> <p>สำนักบริหารการคลัง / สำนักจัดหาและ</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.2.1 งบประมาณของกระทรวงฯ ได้รับการจัดสรรและเบิกจ่ายตามแผนงาน</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดสรรและเบิกจ่ายงบประมาณให้หน่วยงานในกระทรวงฯ รวมทั้งจัดทำบัญชีและรายงานการเงินของกระทรวงฯ <p>กิจกรรมรอง (กลุ่มงานนิติการ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ดำเนินคดี บังคับคดี และใช้มาตรการบังคับทางปกครองให้เป็นไปตาม

<p>บริหารทรัพย์สิน</p> <p>หน่วยงานสนับสนุน</p> <p>กลุ่มงานนิติการ</p>		<p>สัญญา คำสั่งทางปกครองและคำพิพากษาของศาล</p>
	<p>ผลผลิตที่ 4.2.2 ทรัพย์สินและอาคาร</p> <p>สถานที่ของกระทรวงฯ ทั้งในและ</p> <p>ต่างประเทศได้รับการจัดหาและดูแล</p> <p>รักษาตามแผนงาน</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <p>1. จัดหาทรัพย์สิน</p> <p>2. บริหารทรัพย์สินอย่างมีประสิทธิภาพและคุ้มค่าเชิงงบประมาณ</p>

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
	<p>ผลผลิตที่ 4.2.2 ทรัพย์สินและอาคารสถานที่ของกระทรวงฯ ทั้งในและต่างประเทศได้รับการจัดหาและดูแลรักษาตามแผนงาน</p>	<p>กิจกรรมรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กำหนดแผนการจัดซื้อพัสดุอย่างเป็นระบบ และคุ้มค่า 2. เสริมสร้างผู้มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการบริหารทรัพย์สินของทุกหน่วยงานในกระทรวงฯ ให้เข้าใจระเบียบพัสดุและกฎหมายที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง 3. กำหนดกลไกควบคุมตรวจสอบเพื่อให้การจัดซื้อจัดจ้างของทุกหน่วยงานของกระทรวงฯ ดำเนินไปโดยสุจริต โปร่งใส 4. พัฒนาวิธีการจัดเก็บข้อมูลทะเบียนทรัพย์สินอย่างเป็นระบบแบบอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อการควบคุมการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดเก็บอย่างเหมาะสม และการตรวจสอบได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว และเพื่อการวางแผนการบริหารงานพัสดุทั้งระบบ 5. กำหนดรูปแบบวิธีการรักษา และซ่อมบำรุงสถานที่ให้มีความสวยงาม ยืดอายุการใช้งาน รวมทั้งมีระบบรักษาความปลอดภัยที่ดี และประหยัดพลังงาน 6. กำหนดมาตรการควบคุมและตรวจสอบการใช้ทรัพย์สินให้เป็นไปเพื่อประโยชน์แก่ราชการอย่างแท้จริง 7. เสริมสร้างผู้มีหน้าที่รับผิดชอบด้านการบริหารทรัพย์สินของทุกหน่วยงานในกระทรวงฯ ให้เข้าใจและปฏิบัติตามระเบียบพัสดุและกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการ

		<p>ใช้ การเก็บรักษา และการควบคุม</p> <p>กิจกรรมสนับสนุน (กลุ่มงานนิติการ)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ตรวจสอบร่างสัญญาการจัดซื้อ/จัดจ้าง เพื่อให้มีความรัดกุมและเป็นไปตามระเบียบ 2. ให้ความเห็น คำปรึกษาแนะนำ ข้อหารือระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรีว่าด้วยพัสดุ
<p>กลยุทธ์ที่ 4.3 เสริมสร้างประสิทธิภาพงานอำนวยความสะดวกและการรักษาความปลอดภัยของกระทรวงฯ</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.3.1 กลุ่มเป้าหมายได้รับบริการด้านข้อมูลและการอำนวยความสะดวกด้านการรับ-ส่งเอกสาร</p> <p>กลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้มาติดต่อราชการ และบุคลากรภายในกระทรวงฯ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์แนวปฏิบัติที่ถูกต้องและแจ้งเวียนให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทราบโดยสม่ำเสมอ 2. ให้บริการข้อมูลแก่บุคคลภายนอกที่มาติดต่อ 3. รับเอกสารจากบุคคล / หน่วยงานภายนอกส่งให้หน่วยงานในกระทรวงฯ 4. รับ - ส่งถุงเมล์ทางการทูต

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
	<p>ผลผลิตที่ 4.3.1 กลุ่มเป้าหมายได้รับบริการด้านข้อมูลและการอำนวยความสะดวกด้านการรับ-ส่งเอกสาร</p>	<p>กิจกรรมรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดฝึกอบรมให้ข้าราชการแรกเข้า 2. จัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับ จนท. เวนกระทรวงฯ 3. จัดหลักสูตรฝึกอบรมและจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานสำหรับ จนท. ประชาสัมพันธ์กระทรวงฯ 4. ปรับปรุงฐานข้อมูลเกี่ยวกับ ชรก. (ชื่อ ที่อยู่ และหมายเลขโทร. ติดต่อ) โดยสม่ำเสมอ 5. จัดเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์กระทรวงฯ 6. ปรับปรุงกระบวนการเลือกสรร จนท. ปชส. ให้มีความเหมาะสมยิ่งขึ้น
	<p>ผลผลิตที่ 4.3.2 กระทรวงฯ มีระบบการรักษาความปลอดภัยที่เหมาะสม</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำมาตรฐานการปฏิบัติ (SOP) เกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัยของกระทรวงฯ 2. ปรับปรุงมาตรการรักษาความปลอดภัยของกระทรวงฯ เพื่อให้สามารถรองรับภารกิจที่หลากหลายและสอดคล้องกับสถานการณ์ 3. จัดทำแนวปฏิบัติในการรักษาความปลอดภัยกระทรวงฯ กรณีเหตุการณ์ชุมนุมประท้วง/ ถูกปิดล้อม หรือถูกบุกรุก <p>กิจกรรมรอง</p>

		<ol style="list-style-type: none"> 1. จัดประชุมส่วนราชการเพื่อกำหนดมาตรการรักษาความปลอดภัยของกระทรวงฯ 2. เผยแพร่มาตรการรักษาความปลอดภัยในพื้นที่กระทรวงฯ 3. กำกับดูแลให้บุคลากรถือปฏิบัติตามมาตรการรักษาความปลอดภัยโดยเคร่งครัด 4. จัดทำสถิติผู้ฝ่าฝืนแนวปฏิบัติด้านการจับจ่ายพาหนะในพื้นที่กระทรวงฯ และเพิ่มมาตรการตรวจสอบและลงโทษผู้ฝ่าฝืนแนวปฏิบัติ 5. จัดประชุมหารือภายในและกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อร่วมกันพิจารณาความเสี่ยงและปรับปรุงแนวปฏิบัติด้านการรักษาความปลอดภัย 6. พิจารณาจ้างเหมาบริษัทเอกชนที่น่าเชื่อถือและมีผลงานเป็นที่ยอมรับมาดูแลรักษาความปลอดภัยพื้นที่กระทรวงฯ 7. ทดตั้งอุปกรณ์รักษาความปลอดภัยที่ทันสมัยและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น 8. ประสานขอความร่วมมือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (เช่น สน. พญาไท) เพื่อขอรับข้อมูลข่าวสารและการสนับสนุนกำลัง จนท. ในกรณีจำเป็น
ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
<p>กลยุทธ์ที่ 4.4 พัฒนาและดูแลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ของกระทรวงฯ ให้เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการสนับสนุนการทำงาน of กระทรวงฯ</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.4.1 กลุ่มเป้าหมายได้รับบริการด้าน ICT เพื่อเป็นเครื่องมือสนับสนุนการทำงาน การจัดเก็บข้อมูล และการสื่อสาร</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ให้บริการเกี่ยวกับการใช้เครื่องมือสื่อสารที่อยู่ในความรับผิดชอบ* ภายในกระทรวงฯ และระหว่างกระทรวงฯ กับสอท./สทศ. ในต่างประเทศ (* อีเมล / โทรเลข / VoIP Phone / MFA Portal ฯลฯ) 2. ดูแล/พัฒนาและป้องกันระบบ ICT* ของกระทรวงฯ (* ระบบงาน

	<p>กลุ่มเป้าหมายประกอบด้วย บุคลากรของกระทรวงฯ/ หน่วยงานภายใน กระทรวงและสอท./สภท./สำนักงาน ในต่างประเทศ</p>	<p>สารสนเทศ / เว็บไซต์ / ระบบเครือข่าย / ระบบความปลอดภัยทาง ICT / เครื่อง และอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ฯลฯ)</p> <p>3. ฝึกอบรมข้าราชการเกี่ยวกับการใช้ระบบและเครื่องมือ ICT ของกระทรวงฯ</p> <p>4. ให้คำปรึกษาแนะนำแก่หน่วยงาน/ข้าราชการกระทรวงฯ ตามที่ได้รับการร้องขอ เกี่ยวกับการใช้ประโยชน์จาก ICT</p> <p>กิจกรรมรอง</p> <p>เป็นตัวแทนของกระทรวงฯ เข้าร่วมการประชุม/สัมมนา/โครงการในกรอบเกี่ยวกับ ICT กับหน่วยงานภายนอก</p>
<p>กลยุทธ์ที่ 4.5 พัฒนาระบบการทำงาน ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินการตามแผน การตรวจสอบ และติดตาม ประเมินผลให้มีประสิทธิภาพ</p>	<p>ผลผลิตที่ 4.5.1 กระทรวงฯ มีแผนยุทธศาสตร์และแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับนโยบายระดับชาติ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <p>1. วิเคราะห์นโยบายระดับชาติเพื่อนำมาถ่ายทอดเป็นแผนยุทธศาสตร์ของกระทรวงฯ</p> <p>2. จัดให้มีระบบสื่อสารจากระดับนโยบายสู่ระดับปฏิบัติในทุกระดับเพื่อสร้างความเข้าใจร่วมกันในองค์กรถึงภารกิจที่ต้องดำเนินการ</p> <p>3. จัดทำแผนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และนโยบายข้างต้น</p> <p>4. จัดทำประมาณการค่าใช้จ่ายที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ</p> <p>5. ปรับแผนปฏิบัติการให้สอดคล้องกับงบประมาณที่ได้รับจัดสรรในแต่ละปี รวมทั้งให้สอดคล้องกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป</p> <p>6. กำกับการจัดทำคำรับรองการปฏิบัติราชการประจำปี</p>

	7. กำหนดตัวชี้วัดที่เหมาะสม
--	-----------------------------

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
	<p>ผลผลิตที่ 4.5.2 กระทรวงฯ มีแหล่งข้อมูลและองค์ความรู้ด้านการต่างประเทศที่ช่วยในการปฏิบัติงานของข้าราชการ</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำฐานข้อมูลด้านการต่างประเทศ และ update ฐานข้อมูลให้ทันสมัยอยู่เสมอ 2. บอกรับฐานข้อมูล on-line ที่มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานของข้าราชการ (เช่น ข้อมูลเชิงลึกด้านการเมือง เศรษฐกิจ และความมั่นคงจากหลายมุมมองและทันสถานการณ์) 3. สร้างองค์ความรู้ด้วยการจัดทำงานวิจัย ประชุม การจัดสัมมนาระดมสมอง การบรรยายพิเศษและสัมมนาในรูปแบบต่าง ๆ ที่หลากหลาย 4. เผยแพร่ความรู้ทางวิชาการด้านการต่างประเทศกับองค์กรวิชาการและสาธารณชนภายนอกทั้งในและต่างประเทศ โดยการจัดทำเว็บไซต์ วารสาร SIFA Perspective เผยแพร่ 5. การศึกษาข้อมูลเชิงลึกในหัวข้อที่กำหนดโดยผู้บริหารระดับสูง <p>กิจกรรมรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สร้างการมีส่วนร่วมระหว่างกระทรวงฯ กับหน่วยงานและภาคส่วนต่าง ๆ ของไทย และสร้างความร่วมมือกับต่างประเทศอันจะเป็นประโยชน์ต่อการจัดทำและดำเนินยุทธศาสตร์ของกระทรวงฯ และของประเทศ 2. จัดทำเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันวิชาการทั้งในและต่างประเทศเพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลและประสบการณ์ซึ่งกันและกัน

	<p>ผลผลิตที่ 4.5.3 กระทรวงฯ มีระบบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>กิจกรรมหลัก</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดให้มีระบบการติดตามการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณเป็นไปตามแผน 2. จัดทำรายงานผลการปฏิบัติงานและการใช้จ่ายงบประมาณให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานงบประมาณ) 3. จัดทำรายงานผลการปฏิบัติตามคำรับรองปฏิบัติราชการประจำปี 3. นำข้อมูลที่ได้จากการติดตามผลข้างต้นมาปรับปรุงการปฏิบัติงานหรือปรับแผนการปฏิบัติงานตามความเหมาะสม 4. ตรวจสอบการบริหารการเงิน การพัสดุ และการดำเนินงาน โครงการต่าง ๆ ของหน่วยงานภายในกระทรวงฯ ทั้งในและต่างประเทศให้เป็นไปตามกฎหมายระเบียบ ข้อบังคับและมติ ครม. รวมทั้งติดตามผลการตรวจสอบอย่างเป็นระบบ
--	--	--

ยุทธศาสตร์/ กลยุทธ์	ผลผลิต	กิจกรรม
	<p>ผลผลิตที่ 4.5.3 กระทรวงฯ มีระบบการติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปฏิบัติงาน</p>	<p>5. จัดสรรสิ่งจูงใจตามผลการปฏิบัติราชการ (เงินรางวัลประจำปี)</p> <p>6. ตรวจสอบราชการสำนักงานในต่างประเทศ (ตรวจด้านการบริหารงาน และด้านการติดตามประเมินผล การดำเนินงานตามแผนงานต่างๆ) และสำนักงานในประเทศ (ตรวจด้านการจัดเก็บรายได้แผ่นดิน การจัดทำหนังสือเดินทาง การเบิกค่าใช้จ่าย การบริหารทรัพย์สิน งานกงสุล การบริหารงานบุคคลและการติดตามประเมินผลการปฏิบัติงาน)</p> <p>กิจกรรมรอง</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. จัดทำคู่มือการบริหารงาน 2. จัดทำคู่มืองานคลัง 3. จัดทำ Checklist การบริหารความเสี่ยง