

ผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าต่อการท่องเที่ยวไทย

โดย

นายเตชะสิทธิ์ โพธิ์ไทรงาม

รายงานวิชาการส่วนบุคคลนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรประกาศนียบัตร
ชั้นสูง การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง รุ่นที่ 1
สถาบันพระปกเกล้า

พ.ศ. 2546

ลิขสิทธิ์ของสถาบันพระปกเกล้า

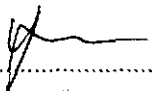
สถาบันพระปกเกล้า

รายงานวิชาการส่วนบุคคลเรื่อง ผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าต่อการท่องเที่ยวไทย

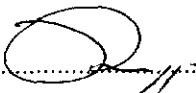
โดย นายเศรษฐสิทธิ์ โพธิ์ไพรงาม เลขประจำตัว 1026

เป็นส่วนเพิ่มเติมจากรายงานวิชาการกลุ่มเรื่อง การเปิดเสรีทางการค้าต่อการค้าได้เปรียบเสียเปรียบ
ทางเศรษฐกิจของประเทศ

อาจารย์ที่ปรึกษา


.....
(ดร. พิสิฐ ลี้อาธรรม)

อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม


.....
(ดร.ชมนพูนท โกสลากร)

ได้รับการตรวจสอบและอนุมัติให้รายงานเอกสารวิชาการส่วนบุคคลฉบับนี้เป็นส่วน
หนึ่งของการศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรชั้นสูง การบริหารเศรษฐกิจสาธารณะ สำหรับนักบริหาร
ระดับสูง รุ่นที่ 1



.....
(ศาสตราจารย์ ดร. เทียนฉาย กิระนันท์)

ประธานคณะกรรมการ

หลักสูตรการบริหารเศรษฐกิจสาธารณะสำหรับนักบริหารระดับสูง

บทคัดย่อ

รายงานการศึกษาเรื่องผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าต่อการท่องเที่ยวไทย เป็นการศึกษาดังความสามารถทางการแข่งขันหรือข้อได้เปรียบเสียเปรียบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย หลังการเปิดเสรีทางการค้า โดยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกและภูมิภาคอาเซียน

จากการศึกษาพบว่า การเปิดเสรีทางการค้าส่งผลกระทบต่อทั้งทางบวกและทางลบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย โดยการเปิดเสรีทางการค้าส่งผลกระทบต่อระบบสังคม เศรษฐกิจของโลก รวมทั้งพฤติกรรมของผู้บริโภคการท่องเที่ยวได้ปรับเปลี่ยนตามระบบเศรษฐกิจใหม่ และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลง ปัจจุบันเหล่านี้รวมทั้งการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันในตลาดราคาต่ำมีความรุนแรงและจะส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการรายเล็กมากกว่ารายใหญ่ อย่างไรก็ตามประเทศไทยมีจุดแข็งทางการท่องเที่ยวที่เด่นชัดในเรื่องแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย สังคมที่สงบสุขและอริยาศัยความเป็นมิตรของผู้คน รวมทั้งจุดภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาค แม้จะมีปัญหาสำคัญเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรมและกับดักราคาต่ำซึ่งต้องเร่งดำเนินการแก้ไขโดยด่วน

ผู้ศึกษามีความเห็นว่ายุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ในการกำหนดเป้าหมายพัฒนาการท่องเที่ยวไทยจากการเป็น Cheap Destination ไปสู่การเป็น Quality Destination เป็นยุทธศาสตร์ที่มีความชัดเจนและเป็นแนวทางที่ถูกต้องเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ปัจจัยหลักที่จะผลักดันการดำเนินการตามยุทธศาสตร์นี้ไปสู่ความสำเร็จมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การจัดการทางภาครัฐ ซึ่งขณะนี้อยู่ระหว่างการปฏิรูประบบราชการ จะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดความสำเร็จของยุทธศาสตร์นี้ การเร่งพัฒนาประสิทธิภาพระบบราชการดังกล่าว รวมทั้งการเร่งพัฒนาคุณภาพการบริการ การพัฒนาบุคลากรและการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการของรัฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภาคเอกชน จะเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยต่อไปในอนาคต

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 ความเป็นมาและศักยภาพของการท่องเที่ยวไทย	
1.1 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวไทย	1
1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจไทย	2
บทที่ 2 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทย	
2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย	4
2.2 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก	6
2.3 ผลกระทบการเปิดเสรีทางการค้าต่อการท่องเที่ยวไทย	7
บทที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวไทย	
3.1 ศักยภาพการท่องเที่ยวไทยกับประเทศคู่แข่งในเอเชียแปซิฟิก	9
3.2 ศักยภาพการท่องเที่ยวไทย (SWOT ANALYSIS)	9
บทที่ 4 บทสรุปและข้อเสนอแนะ	13
บรรณานุกรม	16
ประวัติผู้ศึกษา	17

บทที่ 1

ความเป็นมาและศักยภาพการท่องเที่ยวไทย

1.1 ความเป็นมาของการท่องเที่ยวไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีวิวัฒนาการมายาวนาน และทวีความสำคัญขึ้นตามลำดับ ในฐานะธุรกิจที่นำรายได้เข้าประเทศ ปัจจุบันเป็นอุตสาหกรรมที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเป็นลำดับต้น ๆ ทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้กำหนดเป้าหมายในปี 2546 ในส่วนตลาดต่างประเทศ ที่ตั้งเป้าหมายจำนวนนักท่องเที่ยว 11.13 ล้านคน และรายได้ 360,600 ล้านบาท ส่วนตลาดในประเทศ ตั้งเป้าหมายที่จำนวนนักท่องเที่ยว 63.07 ล้านคน/ครั้ง และรายได้ 323,000 ล้านบาท โดยได้กำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินงานในภาพรวม คือ การพัฒนาการท่องเที่ยวไทยจากการเป็น Cheap Destination แต่เดิมซึ่งเป็นการเน้นปริมาณ ขยายในราคาถูกลงและมีต้นทุนสิ่งแวดล้อมสูง ให้พัฒนามาเป็น Quality Destination เน้นคุณภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่มและมีต้นทุนสิ่งแวดล้อมต่ำ ทั้งนี้มีการกระจายภารกิจด้านการท่องเที่ยวออกไปสู่หน่วยงานต่างๆ เพื่อให้ทำงานประสานกันอย่างมีระบบและมีเป้าหมายเดียวกัน และให้มีการจัดกิจกรรมและโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการ “ Be My Guest ” โครงการ “ เที่ยวทั่วไทย ไปได้ทุกเดือน ” เพื่อสนับสนุนการดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่วางไว้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีลำดับเหตุการณ์สำคัญที่แสดงให้เห็นวิวัฒนาการตั้งแต่อดีตถึงปัจจุบัน ดังต่อไปนี้

2502	ตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย (อสท.)
2511	ตั้งสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว
2522	ตั้งการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)
2524	จำนวนนักท่องเที่ยวสูงขึ้นเป็น 2 ล้านคน
2530 - 2533	รณรงค์ Visit Thailand Year จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นปีละ 1 ล้านคน
2534 – 2537	ช่วงการท่องเที่ยวชะลอตัว เกิดสงครามอ่าวเปอร์เซีย ปฏิวัติ รสช. พฤษภาทมิฬ มีการจัดตั้ง พรบ. ธุรกิจนำเที่ยวในปี 2535

2538 - ปัจจุบัน	ได้รับรางวัลเมืองน่าอยู่ 1 ใน 20 ของโลก
2539	ตั้งสถาบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2540	เริ่มรณรงค์ Amazing Thailand

1.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยวต่อระบบเศรษฐกิจไทย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศไทยมาตลอด โดยในปี 2544 ทำรายได้ 299,047 ล้านบาท มีจำนวนนักท่องเที่ยว 10.6 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2543 ซึ่งทำรายได้ 285,272 ล้านบาท จำนวนนักท่องเที่ยว 9.51 ล้านคน ถือเป็นอุตสาหกรรมสำคัญที่รัฐบาลให้การสนับสนุนเนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ การสร้างงาน การกระจายรายได้ การสร้างการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ รวมไปถึงการสร้างความมั่นคงและการสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

รายได้จากการท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับ GDP ของประเทศไทยในปี 2544 มีรายได้ 522.78 พันล้านบาท เป็นสัดส่วน 10.25 % ของ GDP ซึ่งมีมูลค่า 5,099.6 พันล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2538 ซึ่งมีรายได้จากการท่องเที่ยว 338.88 พันล้านบาท เป็นสัดส่วน 8.10 % ของ GDP ซึ่งมีมูลค่า 4,168 พันล้านบาท

เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับรายได้จากการส่งออก พบว่าในปี 2544 ภาคการท่องเที่ยวมีรายได้ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ 299,047 ล้านบาท เป็นรองเฉพาะกลุ่มคอมพิวเตอร์และส่วนประกอบ ซึ่งทำรายได้ 343,027 ล้านบาท แต่มีรายได้สูงกว่ากลุ่มส่งออกอื่น ๆ เช่น กลุ่มอิเล็กทรอนิกส์และเครื่องใช้ไฟฟ้า กลุ่มสิ่งทอและผลิตภัณฑ์สิ่งทอ กลุ่มชิ้นส่วนวงจรอิเล็กทรอนิกส์ กลุ่มผลิตภัณฑ์พลาสติก เป็นต้น

การท่องเที่ยวมีความสำคัญในการสร้างรายได้ต่อเนื่องสู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง มีผลในการกระจายรายได้ออกไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ และส่งเสริมการจ้างงานและสร้างอาชีพ เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่เน้นแรงงานสูง (Labor – intensive business) ทำให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้นในธุรกิจต่อเนื่องได้แก่ ธุรกิจที่พัก ธุรกิจนันทนาการ การเดินทางขนส่ง อาหารและเครื่องดื่ม ของที่ระลึก ตลอดจนธุรกิจด้านความบันเทิงและผ่อนคลาย นอกจากนี้ เมื่อรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น รายได้ของผู้ขายสินค้าและบริการที่ต่อเนื่องกันดังกล่าวจะเพิ่มขึ้น มีการซื้อวัตถุดิบและปัจจัยการผลิตจากผู้

ผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น ทำให้ระบบเศรษฐกิจมีการขับเคลื่อนเป็นลูกโซ่ต่อกันไป เป็นการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ นอกจากนี้ รายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติทำให้เงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ดุลการชำระเงินเป็นบวก รายได้จากการท่องเที่ยวจึงกล่าวได้ว่ามีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการส่งเสริมความมั่นคงและสร้างเสถียรภาพทางเศรษฐกิจของประเทศ

บทที่ 2

สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทย

2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวไทย

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติได้เพิ่มขึ้นจากจำนวน 2 ล้านคนเศษ ในปี 2524 เป็น 10 ล้านคนในปี 2544 รายได้จากนักท่องเที่ยวในปี 2544 สูงถึง 2.99 แสนล้านบาท โดยรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยเป็นอันดับที่ 16 ของโลก

ส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวไทย

เมื่อพิจารณาส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวของประเทศไทย วัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากข้อมูลปี 2541 ไทยมีส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยวเท่ากับ 1.2 % ของตลาดโลก และคิดเป็น 8.5 % ของตลาดเอเชียแปซิฟิกและ 28 % ของตลาดอาเซียน

ในขณะที่มีส่วนแบ่งตลาดท่องเที่ยว วัดจากรายได้การท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่า ในปี 2541 ไทยมีส่วนแบ่งตลาด 8.1 % ของตลาดเอเชียแปซิฟิกและ 25.5 % ของตลาดอาเซียน

การคาดการณ์อัตราการเจริญเติบโต

World Tourism Organization (WTO) ได้คาดการณ์อัตราการเติบโตของการท่องเที่ยวในปี 2543 – 2553 ดังนี้ ภูมิภาคโลกคาดการณ์อัตราการเจริญเติบโต 4.2 % ส่วนภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเติบโต 7.7 % ในขณะที่การเติบโตของประเทศไทยคาดการณ์อยู่ที่ 7.8 %

นอกจากนี้ สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาแห่งประเทศไทย (TDRI) ยังได้คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่จะเพิ่มจากปี 2544 จำนวน 10.9 ล้านคน เป็น 17.5 ล้านคน ในปี 2549 มี

อัตราการเติบโต 10.79 % โดยมีสมมติฐานว่าค่าเงินดอลลาร์เป็น 42 บาทต่อดอลลาร์ ตั้งแต่ปี 2544 และมีการปรับปรุงส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ในขณะที่ ททท. คาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยว ต่างชาติจะเพิ่มขึ้นจากปี 2544 จากจำนวน 10.24 ล้านคน เพิ่มขึ้นเป็นจำนวน 14.8 ล้านคน ในปี 2549 โดยมีอัตราการเติบโต 7.7 %

ค่าใช้จ่ายและวันหยุดเฉลี่ย

ค่าใช้จ่ายและวันหยุดเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวในตลาดหลัก จากข้อมูลปี 2542 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

ภูมิภาค	ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท / คน / วัน)	จำนวนวันหยุดเฉลี่ย (วัน)
ตะวันออกกลาง	4,727	9.7
เอเชียใต้	4,692	9.5
อเมริกา	4,396	8.8
เอเชียตะวันออก	4,270	5.3
โอเชียเนีย	3,179	11.1
ยุโรป	2,861	13.7

ลักษณะนักท่องเที่ยว

ในช่วงปี 2538 – 2542 จากการศึกษาลักษณะนักท่องเที่ยว พบว่ามีสัดส่วนเพศชาย 60 % เพศหญิง 40 % สัดส่วนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวเป็นครั้งแรกและมาเที่ยวซ้ำเป็น 50 ต่อ 50 ในขณะที่สัดส่วนการมาเที่ยวโดยทัวร์ต่อการมาเองเป็น 43 ต่อ 57 แต่ถ้าพิจารณาวัตถุประสงค์ในการเดินทางพบว่าเพื่อการพักผ่อน 88 % เพื่อธุรกิจ 7 % และเพื่อประชุม 1 %

อัตราการขยายตัวของจำนวนเที่ยวบิน

ในช่วงปี 2538 – 2542 อัตราการขยายตัวของเที่ยวบินเพิ่มขึ้น 5.9 % ในขณะที่อัตราการขยายตัวของเที่ยวบินเหมาลำเพิ่มขึ้นเป็น 6.8 %

2.2 สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวโลก

อัตราการขยายตัวของการท่องเที่ยวเฉลี่ยต่อปีในช่วงปี 2533 – 2542 ของการท่องเที่ยวโลกขยายตัวเท่ากับ 4.2 % ในขณะที่อัตราการขยายตัวของรายได้จากการท่องเที่ยวโลกในปี 2533 – 2541 ขยายตัวเท่ากับ 6.5 %

แนวโน้มการท่องเที่ยวโลกได้รับผลกระทบจากปัจจัยต่าง ๆ การที่โลกตะวันตกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจใหม่ ซึ่งเน้นที่นวัตกรรมและความรู้ มากกว่าระบบเศรษฐกิจแบบเดิมซึ่งเน้นที่ทุนและแรงงาน เทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม Mechanization เป็น Digitization ในขณะที่ความได้เปรียบทางการค้า จากเดิมแข่งขันกันที่ต้นทุนต่ำ เปลี่ยนเป็นแข่งขันที่คุณภาพและนวัตกรรม การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ส่งผลให้โฉมหน้าของการท่องเที่ยวเปลี่ยนตามพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง กระแสของ E-Tourists และ Tourism Online ได้เข้ามามีบทบาทแทนการท่องเที่ยวรูปแบบเดิม

Tourism Online เทคโนโลยีสื่อสารแบบใหม่ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการเปิดการค้าเสรีได้เชื่อมโลกนี้ให้เข้าใกล้กัน การท่องเที่ยวทั่วโลกมีช่องทางที่จะเข้าถึงกันได้อย่างง่ายดายและรวดเร็วกว่าเดิม ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการธุรกิจรายเล็กมากกว่ารายใหญ่ซึ่งมีศักยภาพในการลงทุนทางเทคโนโลยีและสร้างเครือข่ายซึ่งเป็นไปตามแนวโน้มพฤติกรรมใหม่

นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยที่สำคัญได้แก่ การชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ซึ่งส่งผลกระทบในวงกว้าง ทำให้ภูมิภาคส่วนใหญ่ประสบปัญหาเศรษฐกิจ รวมทั้งปัญหาทางการเมืองและสังคมในแต่ละภูมิภาค ส่งผลให้กำลังซื้อโดยรวมมีแนวโน้มลดลง จะทำให้การแข่งขันในตลาดราคามีความรุนแรงขึ้นกว่าเดิม

2.3 ผลกระทบของการเปิดเสรีทางการค้าต่อการท่องเที่ยวไทย

ผลกระทบในเชิงบวก

1. การเปิดตลาดเสรีทำให้เกิดการไหลเข้าของเงินทุนจากต่างประเทศที่มีศักยภาพในการลงทุนธุรกิจนี้ในไทย โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรมและสถานพักผ่อน เช่น อเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ สิงคโปร์ เกาหลีใต้ และฮ่องกง
2. การจ้างแรงงานภายในประเทศของภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น อันเกิดจากการขยายตัวทางธุรกิจและการลงทุนของชาวต่างประเทศ พร้อมกันนั้น การพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทำให้การบริการดีขึ้น
3. การปรับปรุงระบบการบริการজনต้นทุนต่ำลง เกิดผลดีต่อผู้บริโภค
4. ผลดีที่เกิดจากการนำหลักการบริหารที่เป็นระบบและเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยว เนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวของชาวต่างประเทศจะเป็นตัวกระตุ้นการสร้างมาตรฐานของระบบการบริหารงานเพื่อรองรับการแข่งขันที่สูงขึ้น ส่งผลให้เกิดการพัฒนาที่ดีในอนาคต เช่น ธุรกิจโรงแรมจะต้องปรับตัวออนไลน์เข้า Chain มากขึ้น ไม่ว่าจะ Chain ของคนไทย หรือ Chain ของต่างประเทศ
5. "แนวคิดการพัฒนาธุรกิจแบบยั่งยืน" ของชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะยุโรปและอเมริกา จะถูกถ่ายทอดให้กับผู้ประกอบการ โดยเฉพาะเจ้าของกิจการส่วนบุคคล ดังนั้น ปัญหาของการรุกที่ป่าสงวน ปัญหาการทำลายสิ่งแวดล้อม ปัญหาการทำลายทัศนียภาพริมทะเลและอื่น ๆ อีกมากก็จะลดลง ซึ่งจะเป็นผลดีต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยรวม
6. เมื่อธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้รับประโยชน์จากการเปิดตลาดเสรีแล้ว ก็จะช่วยขยายผลสู่ธุรกิจที่ต่อเนื่องและธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ทำให้ได้รับประโยชน์ทางเศรษฐกิจโดยรวมด้วย
7. การเปิดตลาดเสรีจะช่วยให้เกิดการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นจุดหมาย (Destination) ที่สำคัญของตลาดท่องเที่ยวโลก ทั้งนี้ เพราะธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมของต่างประเทศมีระบบเครือข่ายการตลาดทั่วโลก จึงช่วยส่งเสริมให้ภาพพจน์ของประเทศไทยดีขึ้นในสายตาของชาวโลก และมีการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวของไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วไป

ผลกระทบในเชิงลบ

1. การเปิดตลาดเสรีก่อให้เกิดการแข่งขันทางธุรกิจท่องเที่ยวไทยมากยิ่งขึ้น ดังนั้น ผู้ประกอบการและเจ้าของธุรกิจที่ไม่สามารถปรับตัวได้อาจจะต้องสูญเสียธุรกิจของตน อันเกิดจากการซื้อ ควบ และโอนกิจการ
2. ธุรกิจท่องเที่ยวไทยโดยเฉพาะกลุ่มโรงแรมยังคงเสียเปรียบธุรกิจของต่างชาติอยู่มาก ทั้งในด้านของการบริหารตัวธุรกิจเองที่มีประสิทธิภาพสู้ต่างชาติไม่ได้ โดยธุรกิจโรงแรมของไทยส่วนใหญ่มีขนาดเล็กถึงขนาดกลาง และยังไม่มีการขยายเป็น Chain มากเหมือนธุรกิจโรงแรมของต่างชาติที่จะมี Chain ของตัวเองอยู่ในหลาย ๆ ประเทศทั่วโลก เช่น โรงแรมฮิลตัน โรงแรมรีเจนท์ และโรงแรมไฮแอท เป็นต้น ทำให้แนวโน้มของธุรกิจโรงแรมอยู่ในรูปของ Chain ต่างประเทศจะมีมากขึ้นหลังจากการเปิดตลาดเสรี ซึ่งเจ้าของธุรกิจไทยจะต้องเสียค่าใช้จ่ายและรายรับบางส่วนให้กับบริษัทต่างประเทศ ซึ่งผลประโยชน์ส่วนใหญ่จะตกอยู่กับชาวต่างประเทศ แต่ถ้าหากใช้ Chain ของคนไทยด้วยกันเอง ผลประโยชน์ก็จะอยู่ภายในประเทศ
3. การส่งผลกำไรและผลประโยชน์อื่น ๆ ออกนอกประเทศ จะมีผลต่อดุลการชำระเงินของประเทศไทย
4. กลุ่มนักลงทุนต่างประเทศจะลงทุนในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเฉพาะในพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะทำกำไรในธุรกิจเท่านั้น ด้วยเหตุนี้ อาจทำให้เกิดการแข่งขันทางเศรษฐกิจไปจากผู้ประกอบการภายในประเทศ

บทที่ 3

การวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวไทย

3.1 ศักยภาพการท่องเที่ยวไทยเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในเอเชียแปซิฟิก

จากการศึกษาศักยภาพทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย เปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ มาเลเซีย ออสเตรเลีย จีน ฮองกง อินโดนีเซีย และสิงคโปร์ โดยศึกษาจากนักท่องเที่ยวในตลาดหลัก ได้แก่ ประเทศฝรั่งเศส เยอรมัน อิตาลี สเปน อังกฤษ สหรัฐอเมริกา เป็นต้น พบว่า ศักยภาพของประเทศไทยในกลุ่มตลาดหลักเหล่านี้มีทั้งกลุ่มที่มีศักยภาพลดลง คงที่ และเพิ่มขึ้น ดังต่อไปนี้

กลุ่มตลาดที่ไทยมีศักยภาพลดลง ได้แก่ เบลเยียม ฝรั่งเศส เยอรมัน สเปน สวิตเซอร์แลนด์ บราซิล อาร์เจนตินา รัสเซีย อิสราเอล มาเลเซีย เวียดนาม ลาว อินเดีย

กลุ่มตลาดที่ไทยมีศักยภาพคงที่ ได้แก่ อินโดนีเซีย ฟิลิปปินส์ สิงคโปร์ จีน ฮองกง เกาหลีใต้หวัน สหรัฐอเมริกา แคนาดา ออสเตรเลีย นิวซีแลนด์ เนเธอร์แลนด์

กลุ่มตลาดที่ไทยมีศักยภาพเพิ่มขึ้น ได้แก่ นอร์เวย์ สวีเดน เดนมาร์ก ฟินแลนด์ อัฟริกาใต้ ออสเตรเลีย อังกฤษ

3.2 ศักยภาพการท่องเที่ยวไทย (SWOT ANALYSIS)

จุดแข็ง

- (ก) ประเทศไทยมีประวัติความสัมพันธ์อันดีกับนานาประเทศ
- (ข) ไทยมีความโดดเด่นในด้านความสงบสุขและเป็นสังคมเปิด ยอมรับความแตกต่าง ไม่ถือกันศาสนา สีผิวและไม่มีปัญหาความขัดแย้งด้านเชื้อชาติ
- (ค) มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เป็นสังคมมีระเบียบ
- (ง) มีเที่ยวบินตรงที่รองรับตลาดนักท่องเที่ยวจำนวนมาก หลายเที่ยวบินบินตรงสู่เมืองท่องเที่ยวสำคัญของไทย เช่น กรุงเทพฯ พัทยา ภูเก็ต เป็นต้น

- (จ) ไทยมีชื่อเสียงในสินค้าหัตถกรรม งานศิลปะ ผลไม้ และอาหารไทยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวทั่วโลก
- (ฉ) วัฒนธรรมไทยอันดั้งเดิมที่สืบทอดกันมา เช่น ประเพณีการเคารพผู้ใหญ่ การไหว้ที่งดงาม
- (ช) ความเป็นมิตร เอื้อเฟื้อ ยิ้มง่าย อุปนิสัยต้อนรับขับสู้ของคนไทย
- (ช) ทรัพยากรธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวที่มีมากมายหลากหลาย
- (ฌ) อุปกรณ์ทางการแพทย์และการสาธารณสุขที่ได้มาตรฐานสากล
- (ญ) การแพทย์ทางเลือกใหม่ที่ชาวต่างชาติให้ความสนใจกันมาก
- (ฎ) ท่าเลประเทศไทยเป็นศูนย์กลางภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เหมาะสำหรับเป็นจุดศูนย์กลางในการเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และเป็นศูนย์กลางการบินนานาชาติ
- (ฏ) มีสาธารณูปโภคและโครงสร้างพื้นฐานที่พร้อม ได้มาตรฐาน เช่น ที่พัก สถานพยาบาล เป็นต้น
- (ฐ) การลงทุนของภาคเอกชนท่องเที่ยวไทยอยู่ในระดับสูง
- (ฑ) ค่าครองชีพไม่แพงเมื่อเปรียบเทียบกับค่าเงินตราต่างประเทศ
- (ฒ) คุณภาพด้านการบริการเป็นที่ยอมรับทั่วไป

จุดอ่อน

- (ก) ภาพพจน์การท่องเที่ยวไทยมีปัญหาทัวร์คุณภาพต่ำ การหลอกลวงนักท่องเที่ยว
- (ข) ปัญหาความเสื่อมโทรมของแหล่งท่องเที่ยว
- (ค) ปัญหาด้านการจัดการของภาครัฐ ขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ และขาดระบบการประเมินและประกันคุณภาพของหน่วยงานภาครัฐ
- (ง) ปัญหามลพิษ การจราจร ชยะ อุบัติภัย
- (จ) ปัญหาของภาคเอกชนทางด้านการจัดการ ขาดความรู้และทักษะ ขาดวิสัยทัศน์ร่วม และขาดมาตรฐานประกันคุณภาพ ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง ขาดความเข้าใจและขาดทิศทางการดำเนินงาน และขาดความรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประเพณีของกลุ่มเป้าหมายของตน
- (ฉ) ความสามารถด้านภาษา ผู้ที่สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศ (ภาษาอังกฤษ ญี่ปุ่น และอื่น ๆ) ได้ดียังมีอยู่น้อย จิตความสามารถของบุคลากรยังต่ำ

- (ซ) การติดต่อกับราชการในเรื่องทั่ว ๆ ไปมีความล่าช้าและซับซ้อน เช่น กระบวนการขอวีซ่า การขอใบอนุญาตทำงาน การโอนเงินข้ามประเทศ การประกันภัย และการจัดเก็บภาษี เป็นต้น
- (ซ) ขาดการประชาสัมพันธ์ที่เพียงพอ รวมทั้งขาด One Stop Service
- (ฌ) การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ได้มาตรฐาน ตามที่กลุ่มเป้าหมายคาดหวัง
- (ญ) การคมนาคมเพื่อสาธารณะยังไม่ดีพอ
- (ฎ) สาธารณูปโภคต่าง ๆ เช่น การสื่อสารดาวเทียม เทคโนโลยีสารสนเทศ การเข้าถึงระบบเครือข่ายทางคอมพิวเตอร์ยังล่าช้า และป้ายประกาศส่วนใหญ่ยังเป็นภาษาไทย

โอกาส

- (ก) ตลาดท่องเที่ยวโลกมีการขยายตัว รวมทั้งตลาดท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก และภูมิภาคอาเซียน ไทยยังมีส่วนแบ่งตลาดในตลาดเหล่านี้บ้าง ยังมีโอกาสเพิ่มส่วนแบ่งการตลาดได้อีกมาก
- (ข) ในบางภูมิภาค เช่น ประเทศจีน ขณะนี้มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจสูงในช่วงที่ผ่านมา ส่งผลให้ประชาชนชาวจีนมีกำลังซื้อสูงขึ้นและเริ่มมีการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวมากขึ้น
- (ค) การเปิดเสรีทางการค้า ทำให้แนวโน้มการค้าการลงทุนระหว่างนานาประเทศจะขยายตัวตาม รวมทั้งการเดินทางท่องเที่ยวมีแนวโน้มขยายตัวตาม เนื่องจากรัฐบาลของนานาประเทศมีการผ่อนคลายกฎเกณฑ์ที่เข้มงวดในด้านต่าง ๆ ทั้งทางการค้า การลงทุน และการเดินทางเข้าออกประเทศได้รับความสะดวกขึ้นกว่าเดิม เป็นการส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างมาก
- (ง) แนวโน้มพฤติกรรมผู้คนมีค่านิยมของการเรียนรู้ ให้ความสำคัญด้านการศึกษา พฤติกรรมมีความเปลี่ยนแปลง ให้ความสำคัญกับคุณภาพชีวิตมากขึ้น นิยมการเดินทางท่องเที่ยว เพื่อเป็นการพักผ่อนหาความรู้มากขึ้น
- (จ) ชาวต่างประเทศให้ความสนใจในศักยภาพด้านต่าง ๆ ของประเทศไทยมากขึ้น
- (ฉ) ชาวตะวันตกสนใจวัฒนธรรมโลกตะวันออกมากขึ้น ทั้งทางด้านศาสนา วิธีการดำรงชีวิต การออกกำลังกาย เกิดแนวโน้มนิยมเดินทางมาโลกตะวันออกมากขึ้น

- (ข) ไทยมีความเป็นไปได้ในการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์รูปแบบใหม่ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในรูปแบบต่าง ๆ ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้หลากหลาย

อุปสรรค

- (ก) ประเทศคู่แข่งชั้นสำคัญของไทยในตลาดภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก ได้แก่ มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ ญี่ปุ่น อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย สิงคโปร์ เกาหลีใต้ จีน หลายประเทศมีทรัพยากรและศักยภาพใกล้เคียงหรือดีกว่าและสามารถแข่งขันกับไทยได้
- (ข) การแข่งขันสูงเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจ ประเทศเพื่อนบ้านต่างต้องการรายได้จากการท่องเที่ยวเพื่อหารายได้เข้าประเทศ ทำให้เกิดภาวะการแข่งขันที่รุนแรง
- (ค) ภาวะเศรษฐกิจไทยที่แม้จะมีสัญญาณการฟื้นตัว แต่ยังคงอยู่ในภาวะชะลอตัว และมีความไม่แน่นอน จะส่งผลกระทบต่อความเข้มแข็งและการสร้างความสามารถทางการแข่งขันของผู้ประกอบการไทยในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท ธุรกิจนำเที่ยว ร้านอาหาร ร้านสินค้าที่ระลึก เป็นต้น
- (ง) ระบบราชการไทยซึ่งอยู่ระหว่างการปฏิรูป ต้องใช้ระยะเวลาในการปรับตัวของข้าราชการ จะเป็นปัจจัยสำคัญในการแปรนโยบายของททท. ให้ส่งผลในทางปฏิบัติ ระหว่างนั้นจะยังคงมีปัญหาในการประสานงานระหว่างหน่วยงานราชการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- (จ) ปัญหาสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ปัญหาความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ปัญหาการหลอกลวงนักท่องเที่ยว เป็นต้น
- (ฉ) ความผันผวนทางเศรษฐกิจในประเทศลูกค้าเป้าหมาย อาจทำให้แนวโน้มการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงได้
- (ช) มีความเสี่ยงของการนำมาซึ่งโรคติดต่อจากต่างถิ่นที่ไม่เคยมีในประเทศมาก่อน
- (ซ) มีความเสี่ยงเรื่องการแฝงตัวเข้ามาของกลุ่มอาชญากรข้ามชาติและยาเสพติด

บทที่ 4

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ผลจากการศึกษาพบว่าประเทศไทยมีศักยภาพที่โดดเด่นในตลาดท่องเที่ยวทั้งตลาดโลก ตลาดภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก โดยเฉพาะในเขตอาเซียน ซึ่งไทยมีส่วนแบ่งการตลาดมากกว่า 28 % เมื่อเทียบจากจำนวนนักท่องเที่ยวและมีส่วนแบ่งตลาด 25.5 % เมื่อคิดจากรายได้ (ข้อมูลปี 2541) ขณะที่ในส่วนตลาดโลกรายได้จากการท่องเที่ยวของไทยคิดเป็นลำดับที่ 16 ของโลก

อย่างไรก็ดี เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละกลุ่มตลาดพบว่า ไทยยังมีระดับความสามารถในการแข่งขันแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มตลาด มีทั้งกลุ่มซึ่งไทยมีศักยภาพเพิ่มขึ้น มีศักยภาพคงที่ และมีศักยภาพลดลงในบางกลุ่มตลาด ซึ่งธุรกิจท่องเที่ยวไทยจะต้องศึกษาความต้องการของตลาดแต่ละกลุ่ม เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้ตอบสนองในแต่ละกลุ่มเพื่อขยายตลาดต่อไปในอนาคต

ในส่วนผลกระทบจากการเปิดเสรีทางการค้า จะเห็นว่าส่งผลกระทบทั้งทางด้านบวกและด้านลบต่อธุรกิจท่องเที่ยวไทย จากการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวไทย (SWOT ANALYSIS) ในบทที่ 3 จะเห็นว่า การเปิดเสรีทางการค้าเป็นทั้งโอกาสและอุปสรรคสำหรับการท่องเที่ยวไทย โดยที่ประเทศไทยมีจุดแข็งทางการท่องเที่ยวหลายประการ ทั้งทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย จุดภูมิศาสตร์ที่เป็นศูนย์กลางของภูมิภาคและลักษณะอภิมหาความนิยมเป็นมิตรของคนไทย ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะทำงานด้านการบริการ และคุณภาพการบริการของคนไทยก็มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับทั่วไป นับว่าเป็นจุดแข็งสำคัญ เนื่องจากการบริการเป็นปัจจัยสำคัญของธุรกิจนี้ แต่ยังคงมีการพัฒนานุเคราะห์มากขึ้นในเรื่องของภาษาและการตอบสนองความต้องการของลูกค้าต่างชาติให้ตรงกับประเพณี ธรรมเนียม ของแต่ละกลุ่มซึ่งแตกต่างกันไป

ขณะเดียวกันไทยมีจุดอ่อนที่ต้องเร่งพัฒนาและแก้ไขโดยด่วนหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องแหล่งท่องเที่ยวเสื่อมโทรม และการที่ธุรกิจเริ่มมีสัญญาณการเข้าสู่กับดักราคาต่ำ ซึ่งภาครัฐจะต้องมีบทบาทเป็นผู้นำในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ที่วางไว้ ในการพัฒนาไทยให้เป็น Quality Destination ถ้าทำไม่สำเร็จหรือดำเนินการล่าช้า จะส่งผลให้การเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวจะเป็นวงจรที่ทำลายตัวเองในการเป็น Cheap Destination แม้รายได้จากการท่องเที่ยวจะมีอัตราเติบโต แต่ต้นทุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อมสูง ยังจะเป็นการเร่งทำลายทรัพยากรแหล่งท่องเที่ยวจนยากที่จะแก้ไขในอนาคต ทั้งนี้หากไทยสามารถรักษาจุดแข็งไว้ได้และแก้ไขจุดอ่อนได้ดี แม้ภัยคุกคาม

จากปัจจัยภายนอกจะมีในระดับสูง จากภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของประเทศคู่แข่งในภูมิภาคเดียวกัน ก็ยังน่าจะเชื่อได้ว่า ไทยจะยังสามารถรักษาตำแหน่งการเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่ชาวโลกให้ความสนใจ และสามารถขยายตลาดท่องเที่ยวได้ตามที่ TDRi ได้คาดการณ์ไว้ใน Best Case คือ อัตราเติบโตจากปี 2544 – 2549 เท่ากับ 10.79 % (ในกรณีที่มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างจริงจัง และค่าเงินคงที่ที่ 42 บาทต่อดอลลาร์) หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นถึง 17.5 ล้านคนภายในปี 2549

ข้อเสนอแนะการเตรียมความพร้อมของธุรกิจท่องเที่ยวไทยต่อการเปิดเสรีการค้า

1. ภาครัฐควรเข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวให้มากขึ้น โดยเฉพาะในส่วนธุรกิจโรงแรม ควรมีบทบาทในการนำมาตรการควบคุมและดูแลธุรกิจท่องเที่ยวทั้งในด้านจำนวน ความเหมาะสม และคุณภาพมาตรฐาน เพื่อให้ธุรกิจสามารถพัฒนาไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. ผู้ประกอบการจะต้องมีความร่วมมือกันมากขึ้น ทั้งในระดับประเทศและระดับผู้ประกอบการด้วยกัน ความร่วมมือในระดับภูมิภาคในลักษณะการขยายแบบเครือข่ายจะสามารถลดต้นทุนของผู้ประกอบการ และเป็นภาระเอื้ออำนวยและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของตลาด

3. การปรับตัวของธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจโรงแรม จะต้องมีการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและจุดขายที่แน่ชัดและสอดคล้อง ผู้ประกอบการจะต้องวิเคราะห์ความพร้อมของตนทั้งทรัพยากรและคุณภาพการบริการเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่กำหนด เพื่อลดต้นทุนการประกอบการและต้นทุนด้านการตลาด การกำหนดจุดขายที่ชัดเจนเพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้า จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4. ระบบข้อมูลจะเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อติดตามความเคลื่อนไหวและทิศทางของตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค ทิศทางการเมืองและการค้า ซึ่งปัจจุบันระบบการค้าเสรีมีบทบาทต่อการค้าโลกมากขึ้น การเปลี่ยนแปลงในเรื่องดังกล่าวจะมีผลกระทบค่อนข้างสูง ผู้ประกอบการจะต้องให้ความสนใจติดตามอย่างใกล้ชิด เพื่อนำมาใช้ในการวางแผนในการดำเนินงาน

5. เร่งแก้ปัญหาในเรื่องภาพพจน์การท่องเที่ยวไทยอื่น ๆ เช่น ปัญหาไกด์เถื่อน การตัดราคาซึ่งทำให้คุณภาพลดลง ปัญหาร้านค้าเออาร์คเอนาเปรียบหลอกลวงนักท่องเที่ยว ปัญหาด้านความ

ปลอดภัยต่อชีวิตและทรัพย์สินนักท่องเที่ยว ปัญหาสิ่งแวดล้อมเสื่อมโทรมในแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เป็นต้น ในระยะยาววางมาตรการป้องกันปัญหาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ เป็นมาตรการเชิงป้องกัน เพื่อจะไม่ต้องไปตามแก้ไขเมื่อสิ่งแวดล้อมได้เสื่อมโทรมไปแล้ว

6. พัฒนาความพร้อมด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานมากขึ้น เพิ่มการลงทุนสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐาน การเดินทางขนส่ง ระบบสื่อสารเทคโนโลยีสารสนเทศ การเข้าถึงระบบสื่อสารความเร็วสูง เป็นต้น

7. เร่งพัฒนาประสิทธิภาพระบบราชการไทย ลดขั้นตอนความล่าช้าในการติดต่อหน่วยงานราชการ เพิ่มระบบการวัดผลและประเมินผลงาน สร้างมาตรฐานคุณภาพขึ้น

8. เร่งศึกษากลยุทธ์การท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน เพื่อกำหนดกลยุทธ์ที่สร้าง competitive ได้เปรียบ และศึกษาจากความผิดพลาดของประเทศคู่แข่ง

9. เร่งพัฒนาคุณภาพการบริการ พัฒนาบุคลากรที่ให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งด้านการบริการ ภาษาที่สื่อสาร ให้ได้มาตรฐานสากลเพื่อรองรับการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น

10. สร้างความร่วมมือระหว่างภาคเอกชนกับภาครัฐในการร่วมสร้างภาพพจน์ที่ดี สร้างความเชื่อถือในความรับรู้ของนักท่องเที่ยว มีความสุจริตไม่เอาเปรียบหลอกลวงนักท่องเที่ยวต่างชาติ ซึ่งจะเป็นผลประโยชน์ระยะยาวสำหรับทุกฝ่ายในอนาคต

บรรณานุกรม

“ AMAZING THAILAND จะจัดการท่องเที่ยวอย่างไร ? ” โครงการศึกษาเพื่อทำแผนแม่บท
พัฒนาการท่องเที่ยวไทย , 2545

“ วิวัฒนาการและโครงสร้างระบบเศรษฐกิจไทย กรณีการศึกษา : การท่องเที่ยวไทย”

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย , 2545

<http://www.amazingthailand.com/>

<http://www.doe.go.th/development/development.html>

ประวัติผู้ศึกษา



ชื่อ - สกุล นายเดชะสิทธิ์ โปธิ์ไทรงาม

วัน เดือน ปี เกิด 17 มีนาคม พ.ศ. 2450

สถานที่เกิด อำเภอเมือง จังหวัด ภูเก็ต

ที่อยู่ปัจจุบัน 82/172 หมู่ 12 เพอร์เฟกเพลสรามคำแหง ซอย 8
ถนนสุขาภิบาล 3 แขวงมีนบุรี เขตมีนบุรี กรุงเทพฯ 10510
โทรศัพท์ 0-2917-6416 โทรศัพท์มือถือ 0-1616-1277

ตำแหน่ง กรรมการผู้จัดการ

สถานที่ทำงาน บริษัท ลาดบัวหลวงเรียลเอสเตท จำกัด
7/41 ซอยชัยพฤกษ์ 7 หมู่บ้านพฤกษชาติ ถนนสุขาภิบาล 3
แขวงสะพานสูง เขตสะพานสูง กรุงเทพฯ 10240
โทรศัพท์ 0-2729-6390-2 โทรสาร 0-2729-6393

ประวัติการศึกษา เศรษฐศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรการบริหารธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ศศินทร์
ประกาศนียบัตรชั้นสูง หลักสูตรการบริหารงานภาครัฐและกฎหมายมหาชน
(ปรม.1) สถาบันพระปกเกล้า