



การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่ นร 6500/ ๖383

กระทรวงพาณิชย์

เรื่อง ๑๐

ส.ค.ค. 7306

11 ธันวาคม 2544

19 ธ.ค. 44

14.00 H

เรื่อง การจัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินการรองรับโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว
พำนักระยะยาว

เรียน เลขาธิการคณะรัฐมนตรี
สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารการจัดตั้งบริษัท ฯ

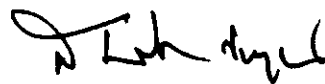
สพป. 2314
วันที่ 19 ธ.ค. 44
เวลา 14.00 H

ตามมติคณะรัฐมนตรี ที่อ้างถึง ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(ททท.) รับเรื่อง
การจัดตั้งบริษัท ฯ ไปพิจารณาทบทวน โดยรับความเห็นและข้อสังเกตของคณะกรรมการกลั่นกรอง
เรื่องเสนอคณะรัฐมนตรี คณะที่ 4 ไปพิจารณาด่วนนั้น

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ศึกษาและทบทวนรายละเอียดตามความเห็น
และข้อสังเกตของคณะกรรมการกลั่นกรองเป็นที่เรียบร้อยแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาบรรจุในวาระการประชุมคณะรัฐมนตรี ในวันอังคารที่
11 ธันวาคม 2544 เพื่อพิจารณาต่อไป

ขอแสดงความนับถือ



(นายสมศักดิ์ เทพสุทิน)

รัฐมนตรีประจำสำนักนายกรัฐมนตรี

ประธานคณะกรรมการ ททท.

อนุมัติ

พันตำรวจโท 
(ทักษิณ ชินวัตร)
นายกรัฐมนตรี

ศูนย์ประสานโครงการพำนักระยะยาว

โทรศัพท์ 0 2694 1222 ต่อ 2013-4

โทรสาร 0 2694 1388

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ

สมทบทุนมูลนิธิ เลขา กอช.
พัฒนาในวิสัย ๑๑ ธ.ค. ๕๕





การจัดตั้งสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว

ตามที่ ครม. มีมติเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2544 อนุมัติการจัดตั้งศูนย์บริการนักท่องเที่ยว
พำนักระยะยาว (Long Stay One Stop Service Center) ตามข้อเสนอของรัฐมนตรีประจำสำนัก
รัฐมนตรี (นายสมศักดิ์ เทพสุทิน) ประธานกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย และให้ ททท.
ทบทวนการจัดตั้งบริษัทเพื่อดำเนินการรองรับโครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะ
ยาว(Long Stay) โดยรับความเห็นและข้อสังเกตของคณะกรรมการกลั่นกรอง-เรื่องเสนอคณะรัฐมนตรี
มติที่ 4 ไปพิจารณานั้น

ข้อสังเกตมีประเด็นว่า การดำเนินการ โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวระยะยาว
ควรคำนึงถึง

- ต้นทุน ค่าใช้จ่าย และค่าเสียหายต่าง ๆ ว่าคุ้มทุนหรือไม่
- เมื่อดำเนินการไประยะหนึ่ง ควรมีการตรวจสอบและประเมินผล
- ระมัดระวังและเฝ้าติดตามดูแล มิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคลอาศัยเป็นช่องทางเคลือบแฝง
หรือลักลอบเข้ามา ซึ่งอาจมีผลกระทบต่อความมั่นคง

ททท. ได้พิจารณาทบทวนข้อเสนอเดิม และปรับปรุงแนวทางตามข้อสังเกตของ
คณะรัฐมนตรี รวมทั้งข้อเสนอแนะของคณะกรรมการกลั่นกรองเรื่องเสนอคณะรัฐมนตรี
มติที่ 4 แล้ว จึงขอเสนอคณะรัฐมนตรี เพื่อพิจารณาทบทวนใหม่เกี่ยวกับการจัดตั้งองค์กร
เพื่อดำเนินการ รองรับ โครงการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยว

โดยขอเสนอให้จัดตั้งสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว

ความเป็นมาและความจำเป็น

ธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว(Long Stay Tourism) เป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่มีรูปแบบ
และวิธีการดำเนินการแตกต่างจากธุรกิจท่องเที่ยวโดยทั่วไปอยู่มาก และ
เป็นธุรกิจท่องเที่ยวที่ถือว่าเป็นของใหม่สำหรับประเทศไทย ยังไม่มีใครเคยดำเนิน
ธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่สมบูรณ์แบบและครบวงจรมาก่อน หากการ
ดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่ไม่ครบวงจรหรือดำเนินการบางหน้าที่
ได้ไม่สมบูรณ์ ไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้ลูกค้าได้ ผลที่ตามมาก็คือลูกค้า
จะพำนักอยู่ได้ไม่นาน และจะไม่กลับมาอีกและในภาวะที่ตลาดโลกมีการแข่งขัน
กันรองรับธุรกิจนี้โดยเฉพาะในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ รัฐบาลของประเทศเพื่อน
บ้าน ได้ดำเนินมาตรการส่งเสริมโครงการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพำนักระยะ
ยาว

ในแง่ขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศไทยในตลาดการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวนั้น มีศักยภาพที่จะพัฒนาได้ ถ้าได้รับการส่งเสริมอย่างจริงจัง และมีกลไกการดำเนินการที่เหมาะสมในการเจาะเข้าสู่ตลาดนี้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้เนื่องจากประเทศไทยมีศิลปวัฒนธรรมอันงดงามสืบทอดกันมาเป็นเวลายาวนาน มีทรัพยากรการท่องเที่ยวมากมาย มีความเป็นมิตรและยินดีต้อนรับชาวต่างชาติ มีค่าครองชีพที่ถูกลงในมาตรฐานการครองชีพที่ดี มีอาหารอร่อยเป็นที่นิยมของชาวต่างชาติ มีบริการพื้นฐานและบริการด้านการท่องเที่ยวที่อยู่ในระดับสากล และที่สำคัญที่สุดคือมีความสงบร่มเย็นเป็นสุข ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้เป็นคุณลักษณะสำคัญ(Core Competencies) ที่สำคัญของประเทศไทยในการแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยว

การที่รัฐบาลมีนโยบายให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาเศรษฐกิจอย่างมีคุณภาพและยั่งยืน โดยกำหนดให้มีการพัฒนาการท่องเที่ยวระยะปานกลางและระยะยาวอย่างเป็นระบบ การพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว จึงเป็นมาตรการที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง เนื่องจากเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต (Capital output ratio) ของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในปัจจุบันให้สูงขึ้น ไม่เป็นการเพิ่มภาระให้แก่สภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและบริการพื้นฐานทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ในยามที่การเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทำได้ยากขึ้นเนื่องจากสถานการณ์ทางการเมืองของโลกและการมีต้นทุนทางการเงินตลอดจนต้นทุนทางสิ่งแวดล้อมที่สูงขึ้น การเพิ่มจำนวนวันพัก จึงเป็นทางเลือกที่เหมาะสมทั้งยังสอดคล้องกับหลักการตลาดสมัยใหม่ที่ต้องมุ่งเน้นการนำเสนอบริการแบบครบวงจร (Package Offering) ให้แก่ ลูกค้าที่มีอยู่แล้ว เพื่อก่อให้เกิดความประทับใจสูงสุดหรืออยู่เหนือความคาดหมายของลูกค้า (Customer delight)

เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวสัมฤทธิ์ผลอย่างรวดเร็วและมีการติดตามประเมินผล เพื่อกำหนดมาตรการปรับปรุงแก้ไขอย่างเป็นระบบ จึงควรกำหนดให้มีกลไกทางการตลาดและกระบวนการนำเสนอการบริการที่แตกต่างจากการท่องเที่ยวในแบบอื่นอย่างชัดเจน โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยด้วยวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เกิดความต้องการที่จะท่องเที่ยว เรียนรู้หรือพักผ่อนให้นานวันขึ้น และต้องการใช้จ่ายใช้สอยมากขึ้น ซึ่งรัฐจะจัดให้มีกลไกและสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อให้ความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ได้รับการสนองตอบโดยเร็วและสะดวกสบาย

ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการเตรียมความพร้อมในการให้ความสะดวกสบายแก่นักท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ทั้งในเรื่องที่พักอาศัย เรื่องอาหารการรับประทาน เรื่องสิ่งอำนวยความสะดวกในการอยู่อาศัย เรื่องบริการพิเศษต่างๆ ที่ต้องการ ตลอดจนเรื่องกิจกรรมสำหรับชีวิตประจำวัน และการท่องเที่ยวไปยังที่ต่างๆในประเทศไทย เพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพการแข่งขัน มีสิ่งดึงดูดความสนใจความสนใจจากชาวต่างประเทศให้มาใช้ช้ายในประเทศไทยเข้ามาขึ้นอยู่นานขึ้น จนเป็นผลดีต่อเศรษฐกิจส่วนรวม

การท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวจากชาวต่างชาติจะไม่บังเกิดผลเป็นรูปธรรมได้เลยถ้ายังไม่จัดตั้งองค์การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวทั้งนี้เพราะว่ายังขาดการเชื่อมโยงประสานผลประโยชน์ระหว่างบริษัททำเรื่องกับผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวและโรงแรมและสถานที่พัก

ดังนั้นจึงเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องเกิดองค์การจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวเพื่อให้นโยบายการส่งเสริมการท่องเที่ยวระยะยาวของรัฐบาลบังเกิดผลเป็นรูปธรรมโดยเร็ว

ซึ่งมีบริการหลักในด้านการต่ออายุ Visa บริการทางการเงินภายในประเทศและระหว่างประเทศ การรับรองประวัติและฐานะการเงิน บริการด้านการเดินทางและการพักอาศัย บริการด้านการประกันสุขภาพและการประกันการเดินทาง บริการทางกฎหมาย บริการด้าน Laison ตลอดจนคู่มือการใช้ชีวิตในสังคมไทยได้อย่างกลมกลืน เป็นสิ่งที่ผู้ที่ต้องการเข้ามาพำนักระยะยาวในประเทศไทยประสงค์จะให้รัฐจัดตั้งขึ้น ทำในสิ่งที่ภาคเอกชนยังทำไม่ได้ โดยมีรูปแบบการบริหารจัดการต่าง ๆ คล่องตัวไม่ยึดติดกับระบบราชการ บริการมีประสิทธิภาพ เสมือนหนึ่งเป็นธุรกิจเอกชน เพราะเขาเชื่อว่ารัฐหรือองค์กร ของรัฐ จะนำคุณภาพและบริการที่น่าเชื่อถือ มีความปลอดภัย มั่นคง ไม่เอาเปรียบผู้บริโภค ทำให้เขาได้ประโยชน์คุ้มค่า

การจัดตั้งสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay Tourism Management Institute) ตาม พรบ.องค์การมหาชน พ.ศ. 2544

เนื่องจาก พรบ. องค์การมหาชน พ.ศ. 2544 ขอมรับให้มีระบบองค์กรของรัฐบาล ประเภทที่ไม่ใช่ ส่วนราชการและไม่ใช่รัฐวิสาหกิจ เพื่อแก้ไขปัญหา ข้อจำกัดต่าง ๆ ที่เคยเกิดขึ้นในส่วนราชการ อันเป็นรูปแบบที่เหมาะสมกับกิจกรรมเฉพาะด้านนี้ จึงสมควรดำเนินการจัดตั้งองค์การใหม่เป็นสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวขึ้น โดยการตราพระราชกฤษฎีกา ที่ออกตาม พรบ. องค์การมหาชน พ.ศ. 2542

เหตุผลสนับสนุน

1. การเป็นหน่วยงานของรัฐที่เป็นนิติบุคคล สามารถดำเนินการในส่วนที่เป็นภาระกิจของรัฐ เพื่อให้บริการสาธารณะ โดยใช้สิทธิต่าง ๆ เช่นเดียวกับหน่วยงานอื่นของรัฐ ที่มีส่วนสัมพันธ์กับความปลอดภัยสาธารณะ การอำนวยความสะดวกในพิธีการเข้าเมือง การเจรจาต่อรองกับหน่วยงานต่างประเทศ
2. การได้รับงบประมาณในลักษณะเงินอุดหนุนจากรัฐเพื่อดำเนินกิจการ การรวบรวมข้อมูล การศึกษาวิจัย เพื่อประโยชน์ในการพัฒนา ที่ไม่มีผลตอบแทนเชิงพาณิชย์ หรือแสวงหากำไร
3. การดำเนินตามแผนยุทธศาสตร์ชาติตามภาระกิจเฉพาะด้าน ในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวการพำนักระยะยาว ตามนโยบายของรัฐบาลซึ่งเป็นกิจการใหม่ ที่ไม่เคยมีหน่วยงานอื่นทำมาก่อน อย่างเป็นระบบ และครบวงจร ภายใต้กรอบวัตถุประสงค์ที่คณะกรรมการกำหนด
4. การมีเอกภาพและอิสระในการจัดการ บริหาร โดยคณะกรรมการขององค์การ ที่ไม่ต้องอยู่ภายใต้สายการบัญชาการของระบบราชการ อันเป็นเงื่อนไขสำคัญที่จะมีความคล่องตัวที่จะดำเนินการตามแผนงานเชิงธุรกิจและระบบการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ยังอยู่ในระบบการตรวจสอบของรัฐ นั่นคือ คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านกระทรวงพาณิชย์ ที่จะกำกับดูแลให้กิจการเป็นไปตามนโยบาย และจุดประสงค์ของการจัดตั้ง ที่ไม่ขัดแย้งกับผลประโยชน์ของชาติ มิให้บุคคลหรือกลุ่มบุคคล อาศัยเป็นช่องทาง กระทำกิจกรรมที่อาจมีผลกระทบต่อความมั่นคงของชาติ
6. สามารถกำหนดเวลาให้องค์การนี้ยุบเลิกไปเมื่อภารกิจหรือช่วงเวลาที่กำหนดสิ้นสุดลงตามพระราชกฤษฎีกาจัดตั้ง

กิจการนี้เริ่มต้นโดยรัฐ กระทำในเชิงนำร่อง เป็นตัวอย่างให้แก่ภาคเอกชนที่ยังขาดประสบการณ์และไม่มีศักยภาพที่จะรวมตัวกันเสนอบริการ ที่ครบวงจร อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำต้องที่รัฐ ต้องมีบทบาทมาส่งเสริมกับพัฒนาการให้เป็นรูปธรรมในช่วงเวลาที่เหมาะสม เพื่อไม่ให้พลาดโอกาส ช่วงชิงตลาด นำพาบุคคลกลุ่มเป้าหมายจากต่างประเทศ มาใช้จ่ายเงินในประเทศไทย โดยการผ่านกระทรวง

เมื่อเอกชนได้เรียนรู้ และมีความมั่นคงพอถึงระดับหนึ่ง รัฐก็สามารถผ่อนถ่ายหน้าที่เหล่านั้น ให้แก่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลภาคเอกชนต่อไป โดยการแปรรูปองค์กร ขยายหุ้นทั้งหมด หรือบางส่วนตามความเหมาะสมของสภาพตลาด และเศรษฐกิจในช่วงเวลานั้น

7. การรวมพลังร่วมกับภาคเอกชน ที่เป็นผู้เสนอบริการด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการผ่านกระทรวงพาณิชย์ ทั้งด้านบ้านพัก กิจกรรมชีวิตเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยว อาหาร ความบันเทิง การเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรม ให้เป็นบริการครบวงจร Supply Chain Management อันเป็นกลยุทธ์สำคัญ ที่จะสร้างความเชื่อมั่นต่อผู้มาผ่านกระทรวง ทั้งในด้านคุณภาพ มาตรฐาน และราคาที่สมเหตุผล โดยมีองค์กรของรัฐกำกับดูแล
Overseeing ทว่าฝ่ายเอกชนเป็นผู้บริการ Out Sourcing Separation

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งสถาบันฯ

สถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมีความจำเป็นที่จะต้องจัดตั้งขึ้นเพื่อสนับสนุนโครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบพำนักระยะยาวของไทย โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ 4 ประการด้วยกันคือ

1. เป็นกิจการตัวอย่างแห่งแรก และเป็นที่ยุติเริ่มต้นในการให้บริการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวที่สมบูรณ์แบบและให้บริการได้ครบวงจรของการพำนักระยะยาว
2. เป็นกิจการที่สามารถให้บริการเปิดเสรีครบวงจรการให้บริการ แก่ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวระยะยาวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวระยะยาวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จะเป็นแหล่งที่มีความสมบูรณ์ทั้งในเรื่องข้อมูลการให้คำปรึกษาแนะนำและการให้บริการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัย ให้ลูกค้าพอใจ เสมือนหนึ่งว่าประเทศไทยเป็นบ้านที่สองของเขา
3. เป็นแหล่งให้การศึกษา ฝึกอบรมและฝึกภาคปฏิบัติแก่นักศึกษาที่จะเข้ามาทำงานหรือเข้าประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว รวมทั้งการทำหน้าที่เป็นแหล่งให้ความรู้ ความเข้าใจที่ชัดเจน เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวในประเทศไทย
4. สนับสนุนให้เกิดธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแก่ผู้ประกอบการรายใหม่ในภาคเอกชน โดยทำหน้าที่รับเป็นที่ปรึกษา หรือรับเป็นผู้จัดการธุรกิจให้แก่นักลงทุนที่มีอสังหาริมทรัพย์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาเป็นธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว รวมทั้งการทำหน้าที่เป็นผู้ชักจูงให้เกิดการร่วมทุนระหว่างนักลงทุนไทยกับนักลงทุนต่างชาติที่ต้องการจะนำนักท่องเที่ยวพำนักระยะยาวมาอยู่เมืองไทย
5. เป็นตัวแทนภาครัฐราชการและเอกชน ในการส่งเสริมและพัฒนาการหนดมาตรฐานการประกอบการ การให้บริการประเภทต่าง ๆ เพื่อให้มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับในระดับสากล รวมทั้งการจัดประเภท จัดอันดับแหล่งสถานที่บริการตามราคาที่เหมาะสมสำหรับเป็นข้อมูลใน Web Site ที่ใช้อย่างอิงได้
6. เป็นศูนย์การติดต่อ เชื่อมความสัมพันธ์กับหน่วยราชการไทย ทั้งภายในและภายนอกประเทศ เพื่อประสานงานด้านประชาสัมพันธ์ การจัดสัมมนา การแสดงสินค้า และกิจกรรมการตลาดร่วมกันกับองค์กรเอกชน บริษัทผู้ประกอบการทั้งฝ่ายไทยและต่างประเทศ เพื่อส่งเสริมและพัฒนาบริการที่เกี่ยวข้องกับการพำนักระยะยาวของชาวต่างชาติ

สถาบันจัดธุรกิจการท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (Long Stay) มีภารกิจที่สำคัญ 6 ประการ คือ

1. งานด้านการวิจัยตลาด และกำหนดแผนการตลาด

- 1.1 กำหนดและลำดับความสำคัญของประเภทลูกค้าในประเทศที่เป็นตลาดเป้าหมาย และลำดับความสำคัญของความต้องการของลูกค้าในตลาดนั้น ๆ อันได้แก่ กลุ่ม 6 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มสูงอายุ ฐานะดี

กลุ่มนี้อายุประมาณ 50 ปีขึ้นไป ปลอดภัยจากการะงาน มีฐานะดี นิยมที่จะใช้ชีวิตหาความสุขในต่างถิ่น เพื่อการพักผ่อนระยะยาวพฤติกรรมของกลุ่มนี้จะต้องการความสะดวกสบายที่เป็นส่วนตัว และได้ประสบการณ์ใหม่ ๆ ในชีวิต ได้สัมผัสวัฒนธรรมและความแปลกใหม่ของสังคมมนุษย์ในโลก

การเข้าถึงกลุ่มนี้ต้องเน้นที่การตลาดทางตรง (Direct Marketing) ลูกค้ากลุ่มนี้มักจะสังกัดอยู่ในชมรม (Club) ซึ่งมีอยู่มากในสหรัฐอเมริกา ยุโรป ออสเตรเลีย และญี่ปุ่น

2. กลุ่มเกษียณอายุ

กลุ่มผู้เกษียณอายุที่เป็นคนโสด มีอยู่มากในญี่ปุ่น (คาดว่าประมาณ 10 % ของประชากรผู้เกษียณอายุ) เป็นกลุ่มที่ต้องการความช่วยเหลือทางด้านความสะดวกสบาย มีผู้ให้บริการในการใช้ชีวิตประจำวันและต้องการความเป็นอิสระในการใช้ชีวิต การเข้าถึงลูกค้ากลุ่มนี้ต้องใช้วิธีการที่เรียกว่า Action Research คือการเจาะวิจัยหากลุ่มลูกค้าโดยมี Package การบริการไปพร้อมกัน และการจัดตั้งชมรม โดยเฉพาะขึ้น เช่นเดียวกับ Long Stay Club ที่มีอยู่มากในญี่ปุ่น

3. กลุ่มนักศึกษา

กลุ่มที่เป็นนักศึกษามหาวิทยาลัยและนักเรียนมัธยมปลายที่เข้ามาศึกษาในประเทศไทย โดยเฉพาะปัจจุบันมีธุรกิจการศึกษาในประเทศไทยที่เป็นลักษณะ International ที่มีการเรียนการสอนเป็นภาษาอังกฤษทั้งในระดับ ปริญญาตรี ปริญญาโท และปริญญาเอก กลุ่มนักศึกษาเหล่านี้จะใช้เวลาอยู่ในประเทศหลายปี และมีกำลังซื้อสูง กลุ่มนี้ต้องการที่พักที่สะดวกสะอาดและปลอดภัย ดังนั้นจึงเหมาะสำหรับ Condominium และ Apartment ที่อยู่ในทำเลที่เหมาะสม

กลุ่มนี้ยังครอบคลุมไปถึงกลุ่มผู้เข้าอบรมในหลักสูตรระยะสั้นและนักเรียนแลกเปลี่ยนตามโครงการต่าง ๆ และกลุ่มนักเรียนที่มาจัด Summer Camp ซึ่งในต่างประเทศเป็นที่นิยมในประเทศที่ร่ำรวยและมีเงินสนับสนุนกิจกรรม เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา เป็นต้น ทั้งนี้ เพื่อให้เยาวชนของตนได้สัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง ได้มีประสบการณ์ในการปรับตัว ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการทำธุรกิจในอนาคต ลูกค้ายกลุ่มนี้ต้องการความเรียบง่าย ประหยัด ได้ทำกิจกรรม หลายรูปแบบ ได้สัมผัสชนบท ได้เรียนรู้วัฒนธรรมที่แตกต่าง การเข้าถึงกลุ่มนี้ต้องใช้ Direct Marketing ติดต่อโดยตรงกับสถาบันการศึกษาและองค์การเอกชนที่ทำธุรกรรมด้านการจัด Summer Camp โดยเฉพาะ ซึ่งมีอยู่เป็นจำนวนมากในญี่ปุ่น รวมทั้งในยุโรป และสหรัฐอเมริกา

4. กลุ่มผู้มาใช้บริการทางการแพทย์ประเภท Able body

บุคคลกลุ่มนี้จะอยู่ในกลุ่มผู้สูงอายุที่อยู่ใน Nursing Home ระดับดี (บ้านผู้สูงอายุเอกชน) เพราะมีผู้ให้บริการได้ดีกว่าอยู่บ้านตัวเอง เป็นบุคคลที่ช่วยตัวเองได้ยังไม่ชรามาก ต้องการความสะดวกสบาย อยู่ในกลุ่มคนที่มีอายุใกล้เคียงกัน มีกิจกรรมสังคมพอสมควร จึงเข้าไปอยู่บ้านผู้สูงอายุของเอกชน กลุ่มนี้มีอยู่เป็นจำนวนมากในญี่ปุ่น และมีการใช้จ่ายสูงมาก คนกลุ่มนี้ต้องการทำกิจกรรมส่วนตัว เช่น การเลี้ยงสัตว์ การปลูกต้นไม้ การทำหัตถกรรม และยังต้องการสร้างประโยชน์ให้สังคม การเข้าถึงกลุ่มลูกค้ายกลุ่มนี้ต้องใช้วิธีการร่วมธุรกิจกับเจ้าของบ้านผู้สูงอายุที่ดำเนินการอยู่แล้ว โดยสร้างผลประโยชน์ร่วมแบบใดแบบหนึ่งในทางธุรกิจ

อีกกลุ่มจะเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่ไม่ชอบอากาศหนาว Snow Bird และจะมีผลต่อโรคผู้สูงอายุต่าง ๆ เช่น โรคปวดไขข้อ และปวดเมื่อยกล้ามเนื้อและโรคเกี่ยวกับผิวหนัง จึงย้ายไปพักผ่อนในแถบอบอุ่นหรือแถบร้อน นักท่องเที่ยวประเภทนี้จะมีทั้งชาวอเมริกัน ยุโรป สแกนดิเนเวียและญี่ปุ่น กลุ่มนี้จะเป็นพวกมีฐานะต้องการความสะดวกสบายและมีความสุขเป็นส่วนตัว มีอำนาจการซื้อสูง ทั้งที่ชอบบริเวณชายทะเล หรือพวกชอบอยู่กับธรรมชาติ มีภูเขาทุ่งนา เป็นต้น ลูกค้ายกลุ่มนี้จะรวมกลุ่มที่เป็นโรคมุมิแพ้ด้วย

5. กลุ่มผู้มาฟื้นฟูสุขภาพ

กลุ่มนี้เข้ามารับรักษาสุขภาพ เพื่อเข้ารับการรักษายาบาล หรือเพื่อท่องเที่ยวกับฟื้นฟูสุขภาพ (Revitalization) ตรวจเช็คร่างกายเข้า Spa เป็นกลุ่มที่ไม่สูงวัยมากมีฐานะดี นิยมใช้ชีวิตหาความสุขในต่างถิ่น

6. กลุ่มผู้มาเล่นกีฬา

กลุ่มที่เข้ามาเพื่อฝึกซ้อมกีฬา หรือเล่นกีฬา เช่น นักกีฬาที่เข้าเก็บตัวฝึกซ้อมก่อนการแข่งขัน กลุ่มเยาวชนที่เข้ามาเรียนและฝึกหัดกีฬาบางประเภท เช่น กีฬา Golf, มวยไทย หรือกลุ่มที่เข้ามาเพื่อเล่น Golf โดยตรงซึ่งสามารถทำตลาดแบบ Mass และ Direct ทาง Internet ได้

1.2 ศึกษาวิเคราะห์ให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคของแต่ละตลาดเพื่อกำหนดประเภทและมาตรฐานและสิ่งจูงใจ กิจกรรมที่สนใจ รวมถึงวิธีและช่องทางสื่อสารที่ได้ผลสูงสุด

1.3 กำหนดประเภทและมาตรฐานของสิ่งอำนวยความสะดวกตามที่ลูกค้าต้องการ
Facilities กำหนดมาตรฐานการบริการด้านต่าง ๆ สำหรับกลุ่มเป้าหมายเช่น ระบบการจัดหาที่พัก สถานพยาบาล ร้านอาหาร สิ่งอำนวยความสะดวก กิจกรรมรองรับ รวมถึงพัฒนา ป้าย และการให้ข้อมูลต่าง ๆ ที่เป็นระบบและภาษาสากล

ปรับปรุงขั้นตอนการตรวจลงตรา (VISA) และการติดต่อเชื่อมโยงกับระบบตรวจสอบของประเทศของลูกค้านี้ เพื่อสามารถจัดให้ขั้นตอนทั้งหมดสามารถกระทำภายในประเทศไทยได้ โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินทางกลับไปมาระหว่างประเทศร่วมกันเชื่อมโยงระบบการเงินระหว่างประเทศด้วย รวมถึงการจัดทำคู่มือการใช้ชีวิต Long Stay และกำหนดมาตรฐานและจัดโครงการพัฒนานักล่าگردานการบริการและด้านภาษา เช่น ล่าม แม่บ้าน พยาบาล ฯลฯ

1.4 ศึกษาวิเคราะห์เพื่อสร้างความเข้าใจในกระบวนการ/กลไก รวมถึงองค์กรธุรกิจที่มีบทบาทในการแข่งขันระดับนานาชาติ

- 1.5 ศึกษาวิเคราะห์เพื่อเข้าใจถึงปัจจัยและกลยุทธ์ที่จะประสบความสำเร็จในตลาด Long Stay ให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า Customization จนเกิดความนิยมร่วมต่อโครงการของไทย Shared Values
- 1.6 ศึกษาวิจัยปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาตลาด Long Stay โดยการเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่ดีที่สุด Benchmarking
- 1.7 กำหนดกลยุทธ์ทางธุรกิจและการพัฒนาสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเสมอ โดยพัฒนากลยุทธ์ร่วมกับผู้ให้บริการฝ่ายไทยให้กิจกรรมทางธุรกรรมในขั้นตอนต่าง ๆ มีประสิทธิภาพ เกิด Value Chain อย่างราบรื่น
2. การส่งเสริมให้เกิดองค์การความร่วมมือ เพื่อพัฒนาตลาดการพำนักระยะยาวในแบบวิถีภาคีกับประเทศที่เป็นเป้าหมาย

ร่วมกับเจ้าของอาคารสถานที่ หรือนักลงทุนที่ต้องการทำธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวแบบ Long Stay โดยควรส่งเสริมให้ทำธุรกิจเฉพาะด้านตามกลุ่มเป้าหมาย เช่น กลุ่มผู้สูงอายุปลอดการงานชาวญี่ปุ่น เป็นต้น และพาลูกค้าเป้าหมายมาดูความพร้อมในประเทศไทย รวมทั้งการพาผู้ประกอบการไปเยี่ยมชม พบ และเจรจากับองค์กรที่เป็นลูกค้าเป้าหมายในประเทศญี่ปุ่น ออสเตรเลีย สหรัฐอเมริกา สแกนดิเนเวีย และยุโรปบางประเทศที่มีศักยภาพสูง จนเข้าร่วมเสนอกลยุทธ์วิธีที่จะดึงดูดลูกค้าเป้าหมายสู่ประเทศไทยสูงสุด เกิดระบบแรงดึงดูดจากลูกค้า Customer Pull
3. การกำหนดและรับรองมาตรฐานการบริการ โดยการนำความต้องการของประเทศ ลูกค้าซึ่งเป็นผลลัพธ์จากภารกิจในข้อ 2 มากำหนดเป็นมาตรฐานการบริการของลูกค้าแต่ละประเภทของแต่ละประเทศ และกำหนดวิธีการในการตรวจสอบเพื่อให้การรับรองมาตรฐานประเภทต่าง ๆ เช่น TAT JP-01 9002 อาจให้หมายถึงสถานบริการด้านที่อยู่อาศัย ที่มีมาตรฐานเพื่อชาวญี่ปุ่นที่มีอายุตั้งแต่ 50 ปี ขึ้นไปที่ต้องการการดูแลแบบพิถีพิถัน เป็นต้น

การกำหนดรหัสมาตรฐานสำหรับสถานบริการแบบต่างๆ ก็เพื่อสื่อให้ลูกค้าแต่ละกลุ่มเข้าใจชัดเจนถูกต้องว่า สถานบริการแต่ละแห่งมีบริการครอบคลุมความต้องการของลูกค้ากลุ่มใดบ้าง

4. การบริหารสถาบันด้านธุรกิจบริการครบวงจร ซึ่งมีบริการดังต่อไปนี้

4.1 งานลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relations)

งานลูกค้าสัมพันธ์ จะทำหน้าที่ประสานงานและดูแลลูกค้าที่เข้ามาติดต่อศูนย์ฯ ทำหน้าที่เป็น Liaison ให้กับลูกค้า โดยจะบริการให้คำแนะนำและอำนวยความสะดวกทุกเรื่อง โดยเป็นบุคลากรที่สามารถเข้าดูข้อมูล ติดต่อประสานงานหน่วยงานต่างๆ รู้ขั้นตอนการทำงานและมีความรู้ด้านภาษาต่างประเทศคือ ภาษาอังกฤษ และมีบางคนที่สามารถพูดญี่ปุ่น ฝรั่งเศส เยอรมัน และจีนได้

4.2 งานคู่ค้าสัมพันธ์ (Supply Chain Management)

งานคู่ค้าสัมพันธ์เป็นบุคลากรที่ประสานงานของสถาบันกับคู่ค้าต่างๆ ที่เข้ามาเปิดสำนักงานบริการในบริเวณของสถาบันแห่งนี้ รวมถึงการอำนวยความสะดวก การต่อสัญญา เจริญสัญญาต่างๆ การเก็บค่าเช่าและค่าบริการต่างๆ ของศูนย์ นอกจากนี้ยังคิดต่อกับคู่ค้าที่เป็น Supplier ของสถาบัน เช่น การไฟฟ้า องค์กร โทรศัพท์ บริษัทรักษาความปลอดภัย บริษัททำความสะอาด การประปา ฯลฯ

4.3 งานด้านสื่อสารการตลาด เป็น Learning Organization ในเรื่องข้อมูลการตลาด Market Intelligence งานนี้ครอบคลุมงานด้านโฆษณาและประชาสัมพันธ์ โดยจัดทำหน้าที่ประสานงานกับสื่อ ทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างความรู้จัก (Awareness) สถาบันและบริการที่มีให้กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้ว โดยรับผิดชอบแผนงาน เนื้อหา และช่องทางในการสื่อสารทั้งหมด เพื่อให้การสื่อสารมีประสิทธิภาพ

4.4 งานบริการด้าน Visa และการติดต่อหน่วยราชการ Liaison Services

งานบริการอำนวยความสะดวกในการให้ข้อมูล ตลอดจนประสานงานกับศูนย์บริการฯ ออก Visa ในระยะสั้นและระยะยาว (1 ปี) ให้แก่บุคคลที่มา Long Stay และประสานงานตรวจสอบประวัติเรียบร้อยแล้ว รวมถึงการต่อ Visa ระยะยาว โดยประสานกับบริการข้อ 4.5 เพื่อให้ลูกค้าสามารถต่อ Visa ได้ โดยไม่ต้องเดินทางกลับประเทศตนเองอีกครั้ง ซึ่งทำให้เพิ่มภาระและค่าใช้จ่ายกับลูกค้า

4.5 งานบริการทางการเงิน บริการรับรองประวัติและฐานะ (Facilitator)

งานบริการทางการเงิน รับรองประวัติและฐานะ จะทำงานร่วมกับงานออก Visa และประเทศต้นกำเนิดของลูกค้าอื่นๆ เพื่อให้การต่อ Visa สามารถทำได้ที่จุดเดียวในประเทศไทย โดยที่ลูกค้าไม่ต้องเดินทางกลับไปมาระหว่างประเทศไทยและประเทศต้นกำเนิดตนเอง รวมทั้งสามารถโยกย้ายเงินผ่านการประสานงานกับธนาคารในประเทศไทยและธนาคารในต่างประเทศของลูกค้าได้ ทั้งนี้อาจดำเนินการ โดยการออกบัตรประจำตัวเฉพาะ ID การ์ด อย่างที่ประเทศอื่นทำกัน

4.6 บริการข้อมูลและจัดการการเดินทางและการพักอาศัย (Knowledge Focused)

เป็นบริการที่สามารถให้ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการเดินทางภายในประเทศ การเช่าพาหนะ เส้นทางเดินทางต่างๆ รวมทั้งบริการจองตั๋ว หรือเช่าพาหนะในการเดินทาง มีการให้ข้อมูลที่พิกอาศัยที่ตรงกับความต้องการของลูกค้าและบริการ ช่วยติดต่อและช่วยการทำสัญญาเช่า

4.7 บริการประกันสุขภาพและประกันการเดินทาง

เป็นบริการด้านการประกันต่างๆ โดยมี Package ต่างๆ ที่จะสามารถบริการลูกค้าได้พร้อม ตั้งแต่ก่อนเดินทางเข้าประเทศไทย คัดความกังวลในปัญหาการเดินทาง

4.8 บริการทางกฎหมาย (Legal Counselling)

เป็นบริการช่วยเหลือลูกค้าในการดูสัญญาต่างๆ หรือกรอกเอกสารขออนุมัติราชการต่างๆ รวมถึงสามารถให้ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับกฎหมายในประเทศไทยได้

4.9 บริการจัดการท่องเที่ยว แพคเกจ สันทนาการต่างๆ (Package Arrangement)

บริการจัดการท่องเที่ยวในแบบต่างๆ ที่ครบถ้วน รวมถึงการบริการด้านสุขภาพต่างๆ เช่น Spa หรือการเข้าตรวจร่างกาย หรือเข้ารักษาโรค หรือฟื้นฟูสุขภาพกับสถานบำบัดหรือโรงพยาบาลต่างๆ รวมถึงการจองสันทนาการอื่นๆ ด้านการกีฬาหรือมหรสพต่าง ๆ ด้วย

4.10 บริการจัดการเช่า พื้นที่ พาหนะหรืออุปกรณ์ต่างๆ

บริการจัดการเช่าพื้นที่สำหรับลูกค้ารวมถึงการเช่าพาหนะหรืออุปกรณ์ต่างๆ แก่ลูกค้าที่มาติดต่อศูนย์บริการ Long Stay เช่น บริการจัดซื้อ Computer หรือ เช่าโทรศัพท์มือถือต่างๆ

4.11 บริการข้อมูลและคู่มือเกี่ยวกับความเป็นอยู่ในประเทศ โดย Web Site และ

E – Commerce เพื่อเป็นแนวทางทำ E – Commerce ต่อไป

5. การร่วมทุนกับเอกชน เพื่อจัดตั้งบริษัทเอกชน ที่จะให้บริการด้านต่างๆ ซึ่งจะเป็นกลไกหลักในการเร่งรัดยกระดับมาตรฐานบริการต่างๆ และจัดทำข้อเสนอ (Package Offering) ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละประเภทและประเทศ และเป็นองค์กรนำร่องให้แก่เอกชนรายอื่น ที่ต้องการร่วมงานกับสถาบันที่จะเสนอการบริการครบวงจร เป็น Supply chain Management ซึ่งอาจทำเป็นลักษณะ Franchise ของสถาบัน หรือ เป็นผู้รับบริการช่วง Out Sourcing ก็ได้ตามความเหมาะสมของข้อเสนอ Package เหล่านั้น

แหล่งรายได้ของสถาบัน

เนื่องจากสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เป็นองค์กรมหาชนที่ถือหุ้นโดยรัฐ ซึ่งไม่มีเป้าหมายหลักในการทำกำไร บางกิจกรรมเป็นกิจกรรมที่ไม่มีรายได้และเป็นกิจกรรมที่จะต้องกระทำโดยภาครัฐ หรือถ้าจะให้เอกชนทำภาครัฐก็จะต้องให้การสนับสนุนทางการเงินเพราะทำหน้าที่แทนภาครัฐ (ซึ่งเชื่อว่ามีประสิทธิภาพกว่า) แต่สถาบันก็ต้องประกอบธุรกิจในการทำรายได้ เพื่อแบ่งภาระของรัฐและสร้างฐานะความเชื่อถือ เป็นตัวอย่างนำร่องของบริษัทเอกชน จนมีกำไร สามารถแปรรูปเป็นบริษัทมหาชนในที่สุด ดังนั้นแหล่งรายได้สำคัญของสถาบันจึงควรจะมาจาก

1. รายได้จากการดำเนินธุรกิจ : โดยเฉพาะจากกิจกรรม
 - 1) การปฏิบัติการให้บริการลูกค้าทัวร์พำนักระยะยาว (เสมือนเป็น Tour Operator) ตลอดระยะเวลาที่พำนักรอยู่ในประเทศไทย
 - 2) การจัดท่องเที่ยวภายในประเทศให้ลูกค้าพำนักระยะยาว (อาจใช้วิธี Subcontract ให้บริษัททัวร์อื่นๆ ทำ) รวมทั้งการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นการเพิ่มเติมจาก Package มาตรฐานที่กำหนดไว้
 - 3) การทำหน้าที่เป็นที่ปรึกษาและการช่วยหาลูกค้าให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวรายอื่นๆ ที่ดำเนินการอยู่หรือจะเริ่มดำเนินธุรกิจนี้
 - 4) การทำหน้าที่เป็นผู้บริหารกิจการ (Management Company) ให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวอื่นๆ ที่ต้องการความช่วยเหลือทางการบริหารจัดการ
2. รายได้จากการสนับสนุนทางการเงินโดยภาครัฐ : สำหรับกิจกรรม
 - 1) การจัดทำและให้บริการ “ศูนย์บริการเบ็ดเสร็จ” โดยเฉพาะเรื่องศูนย์ข้อมูลพำนักระยะยาว และการต่อ VISA
 - 2) การทำกิจกรรม “ส่งเสริมการตลาด” แทนภาครัฐ โดยเฉพาะการทำ Direct Marketing

รายได้จากภาครัฐนี้ถ้ารัฐสนับสนุนไม่ได้ บริษัทก็คงไม่ทำกิจกรรมดังกล่าว ซึ่งก็จะไม่ส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินธุรกิจของบริษัท

โครงสร้างรายได้ของสถาบัน

1. ค่าสมาชิก ชมรมผู้ประกอบการ long stay ปีละ 10,000 บาท โดยสมาชิกสามัญจะมาจากสถานบริการและบริษัทท่องเที่ยวที่ได้รับการรับรองมาตรฐานแล้วค่าสมาชิกบุคคลที่ขอให้สถาบันออกบัตรรับรองประเภทต่างๆ ต้องเป็นสมาชิกวิสามัญ เสียค่าสมาชิกปีละ 5,000 บาท
2. ค่าโฆษณาในวารสารประจำเดือนและสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ
3. ค่านายหน้า booking และ reservation
4. รายได้จากการขายรายการท่องเที่ยว
5. ค่าบริการประสานงานต่างๆ (laison service)
6. ค่าบริการตรวจรับรองเอกสารเพื่อการยื่นขอ long stay visa
7. เงินปันผลจากการร่วมลงทุนในโครงการนำร่องต่างๆ
8. รายได้จากการฝึกอบรม เพื่อขอรับรองมาตรฐาน
9. รายได้จากค่าธรรมเนียมการรับรองมาตรฐาน
10. รายได้จากการควบคุมมาตรฐาน

เงินลงทุน

ต้องการเงินลงทุน 200 ล้านบาท เพื่อใช้เป็นเงินทุนในการจัดตั้ง 50 ล้านบาท ซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายด้านสถานที่ ครุภัณฑ์ และอุปกรณ์ต่างๆ ที่จำเป็นในเบื้องต้น และที่เหลือใช้เป็นทุนหมุนเวียนในการดำเนินงาน

ผลตอบแทนการลงทุน

ในการดำเนินงานของธุรกิจ คาดว่าจะมีผลขาดทุนจากการดำเนินงานในปีแรกหรือถึงปีที่ 2 ที่ 3 เป็นต้นไป เนื่องจากเป็นระยะเริ่มต้นของการดำเนินกิจการ สำหรับปีต่อไปคาดว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นสูงกว่าค่าใช้จ่าย ทำให้เริ่มมีกำไรจากการดำเนินงาน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในปีต่อไป โดยมีประมาณการเบื้องต้น ตามประมาณการที่คาดว่าจะเนไว้ 3 กรณี

ประมาณการรายรับ-รายจ่าย

กรณี 1

	รายรับ	รายจ่าย	ดุลย์
ปี 1	36,114,126	46,272,240	-10,158,114
ปี 2	62,523,590	50,907,235	11,616,355
ปี 3	127,332,913	53,373,962	73,968,951
ปี 4	133,244,833	58,850,769	74,394,064
ปี 5	135,511,069	62,906,034	72,605,035

สมมติฐาน

รายได้ รายจ่าย เท่าที่จำเป็น โดยไม่รวมค่าสมาชิก และการส่งเสริมการขายเชิงรุก ผลการประกอบการ จะได้กำไร จากการเข้าลงทุนประกอบการโดยตรง ในกิจการนำร่องเป็นหลัก

22/26

กรณี 2

	รายรับ	รายจ่าย	ดุลย
ปี 1	120,650,770	121,812,300	- 1,161,530
ปี 2	168,188,300	152,448,000	+ 15,740,300
ปี 3	220,661,500	194,915,000	+ 25,746,500
ปี 4	264,073,420	235,000,000	+ 29,073,420
ปี 5	328,839,656	284,446,100	+ 44,393,556

สมมติฐาน

รายได้สำคัญส่วนใหญ่จะได้จาก ค่าสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการ โดยสถาบันฯ จะได้ส่วนแบ่ง 50% ของนักท่องเที่ยวประเภทเกษียณอายุจำนวนสมาชิกจะทยอยเพิ่มขึ้นทุกปี จากปีแรก 17,000 คน เป็น 25,000 คน 35,000 คน และ 42,500 คน จนเป็น 55,000 คน ในปีที่ 5 สมาชิกเสียค่าสมาชิกปีละ 5,000 บาท เพื่อรับบริการการดูแล เอาใจใส่เหมือนญาติในต่างแดน ตั้งแต่การอำนวยความสะดวกก่อนเดินทาง ตอนมาถึง กระทั่งออกจากประเทศ รวมทั้งการทำบัตรสมาชิก การมี Hotline Service 24 ชั่วโมง

กรณี 3

	รายรับ	รายจ่าย	ดุลย์
ปี 1	127,500,000	142,745,000	- 15,245,000
ปี 2	187,500,000	205,000,000	- 17,500,000
ปี 3	262,500,000	247,528,000	+ 14,972,000
ปี 4	318,750,000	287,080,800	+ 31,669,200
ปี 5	412,500,000	330,142,900	+ 82,357,100

สมมติฐาน

จำนวนผู้เข้าโครงการ เช่นเดียวกับกรณี 2 แต่รายได้กับรายจ่ายเพิ่มขึ้นทั้ง 2 ด้าน โดยรวมกิจกรรมที่ไม่ใช่ กิจกรรมหลักเข้าด้วย โดยเฉพาะการทำ Direct Marketing ที่จะมีผลให้ลูกค้าเกิดขึ้นเฉลี่ยต่อหัวเพิ่มขึ้น รายละประมาณ 2,000 บาทต่อปี

โครงสร้างการบริหารของสถาบันจัดธุรกิจท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว

แนวคิด

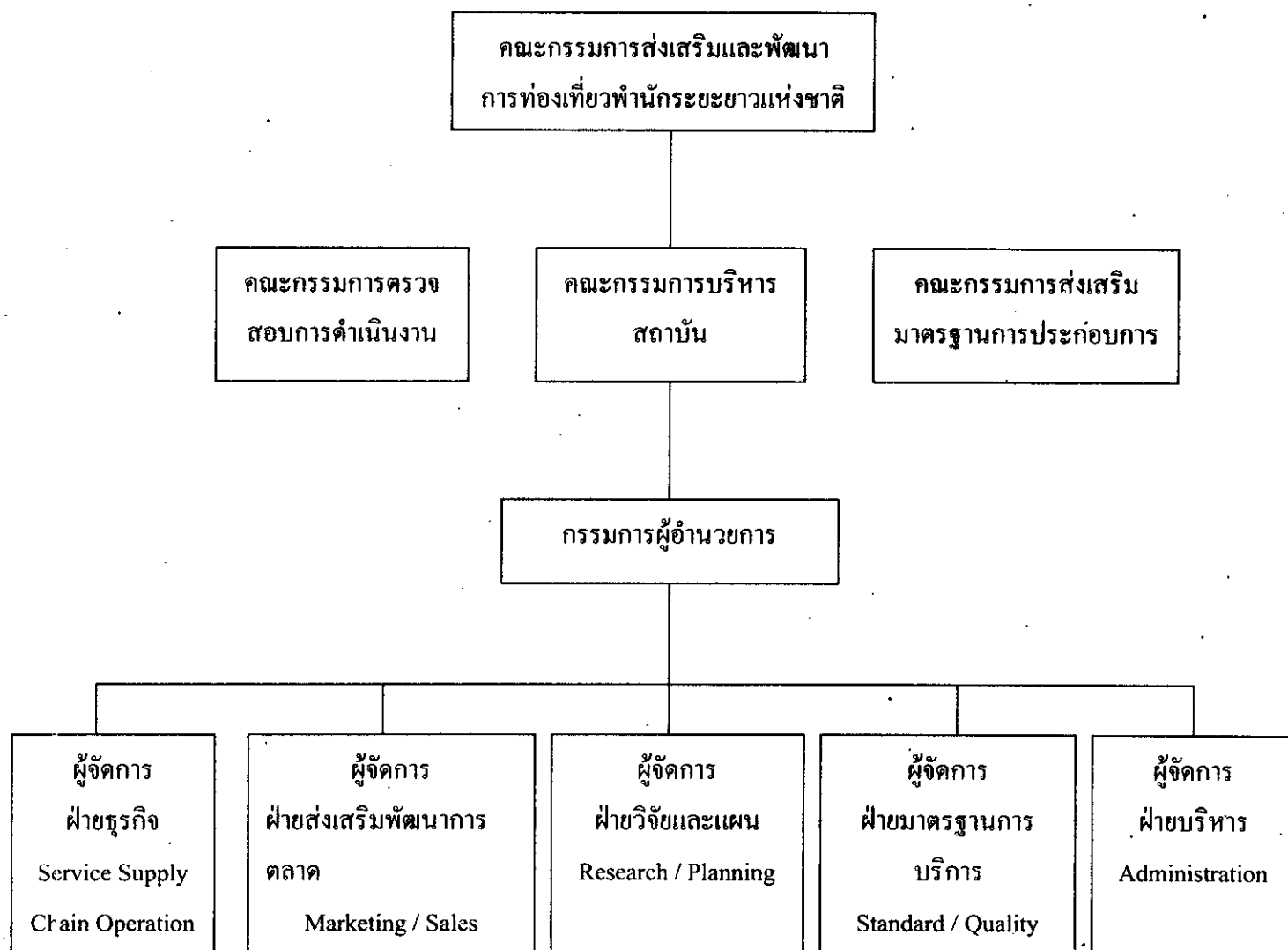
หลักการขององค์การมหาชน ที่เป็นพื้นฐานของการจัดตั้งสถาบันนี้ คือ การเป็นองค์กรที่เป็นอิสระในการบริหาร เพื่อให้บรรลุภารกิจและวัตถุประสงค์ที่รัฐกำหนดให้ จนสามารถเป็นผู้นำ และเป็นตัวอย่างให้แก่ภาคเอกชน เป็นการนำร่องทางธุรกิจครบวงจรให้บริการ แก่กิจกรรม ส่งเสริม - พัฒนาการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว จึงเน้นเรื่องความคล่องตัว มีคณะกรรมการที่มีอำนาจตัดสินใจ มีการกำหนดระเบียบข้อบังคับ โดยคณะกรรมการของสถาบัน ในเรื่องการจัดองค์การการเงิน การบัญชี การบริหารงานบุคคล รวมทั้งการควบคุมคุณภาพ กับมาตรฐานการประกอบการของกิจการที่เป็นผู้เสนอบริการ ภาคเอกชนที่เข้าร่วมโครงการด้วย

กิจกรรมที่ประกอบการส่วนใหญ่เป็นบริการสาธารณะ ที่จะส่งเสริมการวิจัยพัฒนา เทคโนโลยีการตลาดของการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาว การศึกษาอบรมและพัฒนาเจ้าหน้าที่ของรัฐ และเอกชนให้มีขีดความสามารถแข่งขันกับกิจการเดียวกันกับต่างประเทศ การอำนวยความสะดวกในการใช้บริการทางการแพทย์ สาธารณสุข การทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติ ซึ่งไม่มีวัตถุประสงค์เพื่อแสวงหากำไรเป็นหลัก

โครงสร้างหลักของสถาบันในระยะแรกจะประกอบด้วย

- 1) ผู้ถือหุ้นของสถาบัน กิจการนี้จะเริ่มต้นด้วยภาครัฐ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เป็นแกนในการจัดตั้งองค์การมหาชนนี้ โดยเสนอผ่านสำนักนายกรัฐมนตรี ออกพระราชกฤษฎีกา ตามขบวนการที่กำหนดในพระราชบัญญัติองค์การมหาชน พ.ศ. 2542
- 2) คณะกรรมการสถาบัน (Board of Directors) แต่งตั้งโดยคณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านกระยะยาวแห่งชาติ โดยมีกรรมการทั้งหมด (รวมประธานกรรมการ) เป็นจำนวน 7 คน
- 3) กรรมการผู้อำนวยการ ผู้บริหารระดับสูงของสถาบันที่คัดเลือกและแต่งตั้งโดยคณะกรรมการ รับผิดชอบการดำเนินงานประจำวันทั้งหมดของสถาบัน
- 4) ผู้จัดการฝ่าย ผู้บริหารระดับสูงของสถาบัน รับผิดชอบงานแต่ละฝ่ายของสถาบัน โดยขึ้นตรงต่อกรรมการผู้อำนวยการ

โครงสร้างการบริหารของสถาบัน



บทสรุป

ในการดำเนินการจัดตั้งสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว ให้เป็นองค์กรมหาชน จำเป็นต้องมีข้อเสนอเพื่อขอให้คณะรัฐมนตรีพิจารณาให้ความเห็นชอบ ดังนี้

1. ให้จัดตั้งสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว เป็นองค์กรมหาชน โดยการตราพระราชกฤษฎีกา ที่ออกตามความในพระราชบัญญัติ องค์กรมหาชน พ.ศ. 2542
2. ให้ข้าราชการรัฐวิสาหกิจและลูกจ้างของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่สมัครใจ เปลี่ยนไปเป็นเจ้าหน้าที่หรือลูกจ้างของสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว (สจทท. พำนักระยะยาว) ตามเงื่อนไขที่คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ กำหนด
3. ให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เจียดย่างงบประมาณจำนวน 200,000,000.- (สองร้อยล้านบาท) เป็นเงินทุนจัดตั้งสถาบัน โดยทำความตกลงกับกระทรวงการคลังเป็นเฉพาะกรณี
4. ให้ใช้สถานที่ตั้งสำนักงานของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ถนนราชดำเนินใน เป็นสำนักงานที่ทำการของสถาบัน โดยให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ดำเนินการให้เช่าที่ดิน และอาคาร ตลอดจนทรัพย์สินที่เป็นส่วนควบให้
5. ให้คณะกรรมการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวพำนักระยะยาวแห่งชาติ ตั้งคณะกรรมการดำเนินการจัดตั้งสถาบันจัดการธุรกิจท่องเที่ยวพำนักระยะยาว โดยมีหน้าที่กำหนดรายละเอียดของข้อความที่จะระบุในพระราชกฤษฎีกา