

บทที่ 4

ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการ

คำนำ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ การจ้างงานสร้างรายได้อย่างมหาศาลให้กับประเทศซึ่งอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการต้องมีการบูรณาการร่วมกันของหลากหลายธุรกิจเข้าด้วยกันมีความสัมพันธ์กันจนทำให้เกิดอุตสาหกรรมบริการ ธุรกิจในงานอุตสาหกรรมบริการเป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับธุรกิจมากมายหลายธุรกิจประกอบเข้าด้วยกัน โดยเป็นธุรกิจต่าง ๆ ที่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจร้านค้าของที่ระลึก และธุรกิจอื่น ๆ ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการเหล่านี้มีความสัมพันธ์เกี่ยวเนื่องกันอยู่ตลอดเวลาเพราะธุรกิจท่องเที่ยวและบริการยังคงมีนักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวอยู่เสมอ และเป็นธุรกิจที่เป็นองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีคฤหาสน์ในฐานะผู้เป็นคนกลางติดต่อประสานงานระหว่างธุรกิจต่าง ๆ เหล่านี้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นการศึกษาถึงธุรกิจท่องเที่ยวและบริการแต่ละประเภทเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อที่จะมีความรู้ความเข้าใจถึงธุรกิจที่สนับสนุนการท่องเที่ยวและบริการโดยตรง ธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการที่เป็นองค์ประกอบสำคัญในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีด้วยกันหลายประเภท ซึ่งพอจำแนกออกได้เป็น 7 ประเภท ได้แก่ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจไมซ์และอีเว้นท์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

4.1 ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์

ธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการนั้นสามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศได้เป็นจำนวนมากเพราะเป็นธุรกิจที่จะสามารถให้บริการกับนักท่องเที่ยวไปยังธุรกิจอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวและบริการต่อไปได้ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ความหมายของธุรกิจนำเที่ยวตามความหมายในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2551 ได้ให้ความหมายของธุรกิจ นำเที่ยวไว้ว่าเป็น ธุรกิจเกี่ยวกับการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปท่องเที่ยวหรือเดินทางไปเพื่อ วัตถุประสงค์อื่น โดยจัดให้มีบริการหรือการอำนวยความสะดวกอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่าง อันได้แก่ สถานที่พัก อาหาร มัคคุเทศก์หรือบริการอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง ทั้งนี้ธุรกิจนำเที่ยว จะมุ่งเน้นการนำเที่ยวในเชิงธุรกิจ มีการดำเนินการเป็นกิจการโดยมีผลตอบแทนในการดำเนินงาน ทาง บริษัทนำเที่ยวอาจดำเนินการจัดบริการด้านต่าง ๆ ในการเดินทางหรือจัดนำเที่ยวเอง หรืออาจเป็น ตัวกลางหรือตัวแทนให้บริการระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานประกอบการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องได้เช่นกัน ทั้งนี้ ธุรกิจนำเที่ยวอาจรวมถึงบริษัทตัวแทนขนาดเล็กที่ทำหน้าที่ขายบัตรโดยสารเครื่องบิน เป็นนายหน้าให้ เซาร์ต หรือรับจองโรงแรม หรือติดต่อหามัคคุเทศก์ให้กับนักท่องเที่ยวด้วยก็ได้ ธุรกิจนำเที่ยวจึงยังคงมี บทบาทในนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่มีความต้องการที่เฉพาะ หรือมีความไม่พร้อมในด้านใดด้านหนึ่งเช่น ไม่มีเวลา ไม่สะดวก รู้สึกไม่มั่นใจ ไม่ปลอดภัย แม้กระทั่งการมีข้อมูลการท่องเที่ยวในมือมาก เกินไป เป็นต้น จึงอาจกล่าวได้ว่า แม้ว่าธุรกิจนำเที่ยว

จะลดบทบาทความสำคัญในนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ลง แต่กลับเพิ่มมูลค่าและเป็นที่ต้องการในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่เฉพาะมากขึ้น

ประเภทของบริษัทนำเที่ยว ในกฎกระทรวง พ.ศ. 2536 ออกตามความในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ.2535 ได้แบ่งธุรกิจนำเที่ยวออกเป็น 3 (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ประเภทดังนี้

1.1 กิจนำเที่ยวให้แก่คนไทยภายในประเทศ (Domestic Tour) เป็นธุรกิจที่มีการจัดรายการนำเที่ยวภายในประเทศ และมีการนำเสนอขายบริการนำเที่ยวนี้อีกแก่นักท่องเที่ยวในประเทศนั้น เช่น บริษัทตรีมิตรทัวร์ จำกัด จัดรายการนำเที่ยวและมีการเสนอขาย ทัวร์กรุุงเทพ-เกาะช้าง ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวไทย เป็นต้น

1.2 ธุรกิจนำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (Inbound Tour) เป็นลักษณะธุรกิจที่จัดรายการนำเที่ยวในประเทศไทยให้กับนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยธุรกิจนำเที่ยวลักษณะประเภทนี้จะต้องจัดรายการนำเที่ยวในประเทศไทย แล้วมีการส่งกลับไปให้กับตัวแทนจำหน่ายการท่องเที่ยวในต่างประเทศเพื่อเสนอขายให้ลูกค้าของบริษัทเหล่านั้น เช่นบริษัทบุญเลิศการท่องเที่ยว จำกัด กระจายการนำเที่ยวจาก ประเทศญี่ปุ่น-ประเทศไทย แล้วส่งให้ธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นตัวแทนในประเทศญี่ปุ่น ช่วยขายให้นักท่องเที่ยวชาวญี่ปุ่นมาท่องเที่ยวประเทศไทยตามรายการนำเที่ยวที่กำหนดไว้ เป็นต้น

1.3 ธุรกิจนำเที่ยวคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tour) เป็นประเภทธุรกิจที่จัดทำรายการนำเที่ยวไปยังต่างประเทศให้นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการเดินทางไปท่องเที่ยวยังต่างประเทศ โดยบริษัทที่เป็นธุรกิจนำเที่ยวในต่างประเทศจะจัดทำรายการนำเที่ยวไปยังเมืองต่าง ๆ ขึ้นและจัดส่งรายการนำเที่ยวประเทศของเขามาให้ธุรกิจนำเที่ยวที่เป็นตัวแทนในประเทศไทยเพื่อเสนอต่อลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวคนไทย หรือธุรกิจนำเที่ยวประเภทนี้อาจจัดรายการนำเที่ยวไปยังต่างประเทศขึ้นเอง แล้วขายให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวคนไทยก็ได้ เช่นบริษัท H.I.S. ประจำประเทศญี่ปุ่นจัดทำรายการนำเที่ยวออกเป็น 4 รายการเช่น โตเกียว โอซากา นาโงยา และ ฮอกไกโด สำหรับการท่องเที่ยวในประเทศญี่ปุ่น แล้วขายให้ลูกค้าคนไทยที่มีความสนใจไปเที่ยวประเทศที่ญี่ปุ่น เหล่านี้ตามรายการที่กำหนดไว้ เป็นต้น เมื่อธุรกิจนำเที่ยวได้จัดรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่ายเป็นหมู่คณะทั้งภายในและต่างประเทศแล้วก็มีหน้าที่ขายรายการนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยว จึงต้องมีหน้าที่ในการให้บริการและอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ให้นักท่องเที่ยว ซึ่งพอจะสรุปการให้บริการอำนวยความสะดวกของ ธุรกิจนำเที่ยวได้ดังต่อไปนี้

(1) การให้บริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวทั้งประเภทขายส่งบริการท่องเที่ยว (Tour Wholesaler) และประเภทตัวแทนจัดการท่องเที่ยว (Travel Agent) จะบริการทางด้านข่าวสารข้อมูลทางการท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้แก่ลูกค้าที่มีความต้องการเดินทาง เช่นสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยว ภูมิอากาศความการเตรียมตัวเพื่อการท่องเที่ยว พาหนะที่ใช้ในระหว่างการเดินทาง ตารางเข้าออกของพาหนะขนส่ง วีซ่าที่ใช้เข้าประเทศ กฎระเบียบการเตรียมความพร้อมในการท่องเที่ยวของประเทศต่าง ๆ และราคารายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย เป็นต้น

(2) การให้บริการจองบัตรโดยสารในการเดินทาง ธุรกิจนำเที่ยวจะให้บริการขายบัตรโดยสารตัวเดินทางประเภทต่าง ๆ เช่นบัตรโดยสารเครื่องบิน บัตรโดยสารรถทัวร์ บัตรโดยสารรถไฟ เป็นต้น ซึ่ง

นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการนี้กันมากโดยเฉพาะบริการจองบัตรโดยสารเครื่องบินเนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวจะมีการทำสัญญาในเรื่องราคากับสายการบินซึ่งจะได้ราคาที่ถูกกว่าถ้านักท่องเที่ยวไปจองโดยตรงกับสายการบิน

(3) การให้บริการจองโรงแรมและที่พัก ธุรกิจนำเที่ยวจะให้บริการเรื่องเป็นตัวแทนจองโรงแรมที่พักให้นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศให้แก่ลูกค้าในราคาที่ถูกลงกว่าลูกค้าจองเอง นอกจากนี้ยังให้บริการจองอาหารตามร้านอาหารภัตตาคารให้อีกด้วย

(4) การให้บริการการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจนำเที่ยวหลายแห่งจะมีรถบริการให้กับนักท่องเที่ยวทั้งรถยนต์พร้อมคนขับ รถตู้ รถบัสปรับอากาศ รถบัสไม่ปรับอากาศ นอกจากนี้ยังมีรถเช่าประเภทต่าง ๆ ไว้บริการลูกค้าอีกด้วย

(5) การให้บริการจองบัตรเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว หลายบริษัทให้บริการในการช่วยนักท่องเที่ยวในการสำรองบัตรเข้าชมหรือเข้าท่องเที่ยวยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นในประเทศหรือต่างประเทศ เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ โบราณสถาน สถานบันเทิงเริงรมย์และ กิจกรรมพิเศษทางการท่องเที่ยว เช่น สยามนิรมิต อัลคาซาร์ ภูเก็ตแฟนตาซี สวนน้ำนาวา ดิสนีย์แลนด์ ยูนิเวอร์แซล สตูดิโอ เป็นต้น

(6) การให้บริการให้คำแนะนำการดำเนินการจัดทำวีซ่า ธุรกิจนำเที่ยวมีบริการดำเนินการเป็นตัวแทนในการดำเนินการขอวีซ่าประเทศต่าง ๆ เช่น วีซ่าประเทศจีน และยังช่วยในการอำนวยความสะดวกในการจัดทำข้อมูลการขอวีซ่าให้ในบางประเทศเช่น วีซ่าเชงเก้นของยุโรป วีซ่าประเทศอังกฤษ วีซ่าสหรัฐอเมริกา ทำให้ลูกค้าไม่ต้องเสียเวลาในการจัดทำเอง หรือลูกค้าไม่ต้องลงข้อมูลผิดพลาดในการขอวีซ่า ซึ่งนับว่ามีการอำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี

(7) การให้บริการซื้อสินค้าที่ระลึก ปกติธุรกิจนำเที่ยวจะทำหน้าที่ติดต่อกับร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกแล้วนำนักท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะไปหาซื้อของที่ระลึกในร้านค้านั้น ๆ โดย ร้านค้าจะให้ค่านายหน้าแก่มัคคุเทศก์หรือผู้ควบคุมการนำเที่ยว หรือพนักงานขับรถนำเที่ยวซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของธุรกิจนำเที่ยวคนไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound Tour)

(8) การให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ตามปกติการให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศเป็นหน้าที่ของธนาคารหรือธุรกิจแลกเปลี่ยนเงินตราโดยเฉพาะ แต่ก็มีธุรกิจนำเที่ยวหลาย แห่งให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราให้แก่ลูกค้าของตนด้วย เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ธุรกิจ นำเที่ยวยังมีกิจกรรมการให้บริการเพิ่มมากขึ้นทุกที เพื่ออำนวยความสะดวก ให้แก่ลูกค้าและเพิ่มรายได้ให้กับธุรกิจ เช่นการให้บริการบัตรสินเชื่อ เช็คเดินทาง การประกันการเดินทาง ติดต่อสถานศึกษาในต่างประเทศ การจัดหางานในต่างประเทศ การจัดหาเพื่อนเที่ยว เป็นต้น

นอกจากประเภทของบริษัทนำเที่ยวในกฎกระทรวงปี พ.ศ.2536 แล้ว เรายังสามารถแบ่งประเภทของธุรกิจบริษัทนำเที่ยว ที่พบอยู่มากในลักษณะต่าง ๆ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ดังนี้

1) บริษัทนำเที่ยวที่เน้นบริการแพคเกจทัวร์ (Package Tours) เป็นบริษัทที่มักจะมีบริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทุกรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นการจองที่พัก ร้านอาหาร ตัวเครื่องบิน สถานที่เข้าชม ยานพาหนะ ฯลฯ บริษัทนำเที่ยวแบบแพคเกจทัวร์จะนำบริการเหล่านี้มาคิดรวมเป็นราคาเบ็ดเสร็จ เพื่อเสนอขาย

2) บริษัทนำเที่ยวที่มีความชำนาญพิเศษเฉพาะด้าน จะมีขอบเขตการจัดนำเที่ยวแคบกว่าประเภทแรก โดยมักจะจัดนำเที่ยวในประเทศ และอาจจัดนำเที่ยวเป็นครั้งคราว หรือตามความต้องการของลูกค้าเช่น การจัดนำเที่ยวแบบผจญภัยรูปแบบต่าง ๆ เช่น การเดินป่า การปีนผา การดำน้ำ การตั้งแคมป์ เป็นต้น ในบางครั้งก็อาจจัดนำเที่ยวไปยังต่างประเทศ เช่น การจัดนำเที่ยว ไปชมการแข่งขันการแข่งขันฟุตบอลอังกฤษ การจัดนำเที่ยวไปชมการแข่งขันฟุตบอลโลก การจัดนำเที่ยวไปชมการแข่งขันกีฬาโอลิมปิกเกมส์ หรือจัดนำเที่ยวไปตามเทศกาลสำคัญ ๆ ในต่างประเทศ เช่น การจัดนำเที่ยวเพื่อไปชมแสงเหนือ

3) บริษัทนำเที่ยวภายในประเทศ จะดำเนินการจัดนำเที่ยว ไปในสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศ โดยการขายบริการนำเที่ยวจะเป็นการขายตรง หรืออาจขายผ่านบริษัทตัวแทนก็ได้

4) บริษัทนำเที่ยวที่ให้บริการเฉพาะชาวต่างประเทศ ซึ่งเดินทางเข้ามา บริษัทเหล่านี้ มักจะต้องอาศัยตัวแทนของบริษัทนำเที่ยวในต่างประเทศ เพื่อให้พนักงานท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาแล้วก็จะทำหน้าที่รับช่วงต่อในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวระหว่างพักอยู่ในประเทศ โดยมากเป็นบริษัทซึ่งมีที่ตั้ง สำนักงานสาขาในประเทศต่าง ๆ หรือเป็นบริษัทใหญ่ ๆ ในประเทศไทย ที่ดำเนินการรับช่วงต่อ โดยรับ ดำเนินการบริการนักท่องเที่ยวจากหลายๆ บริษัททัวร์ใหญ่ในต่างประเทศที่มีการทำสัญญากัน

สำหรับการดำเนินงานของบริษัทธุรกิจนำเที่ยวนั้น ปัจจุบันมีความเหลื่อมล้ำทับซ้อนกันอย่างมากในด้านการขยายขอบเขตการให้บริการธุรกิจแต่โดยหลักแล้วสามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะการดำเนินงาน (พิศรา เสริมรัตน์วิศิษฐ์, 2560) คือ

1. บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency) คือ ธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่นำแพคเกจท่องเที่ยวที่ผลิตโดยบริษัทธุรกิจจัดนำเที่ยว (Tour Operator) มาเป็นนายหน้าขายแทน ทั้งในการท่องเที่ยวและการช่วยเหลือในการวางแผนการท่องเที่ยวให้ลูกค้า โดยรับค่านายหน้า (Commission) หรือส่วนแบ่งค่าแพคเกจท่องเที่ยวอันเป็นค่าตอบแทน ปัจจุบัน มีการขยายขอบเขตการบริการไป กระทั่งเป็นตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร จัดหาและสำรองห้องพักโรงแรม หรือจัดทำเอกสารเกี่ยวกับการเดินทางต่าง ๆ รวมทั้งในบางครั้งมีการจัดรายการนำเที่ยวเพื่อเสนอขายเองได้อีกด้วย นอกจากนี้ ใน ปัจจุบันยังมีรูปแบบที่เป็นตัวกลางขายออนไลน์อย่างเดียว หรือที่เรียกกันว่า Online Travel Agents (OTAs) ที่เข้ามามีบทบาทในการบริการจองครบวงจรมากขึ้น อาทิ Agoda, Expedia, Booking, Traveloka และ TripAdvisor เป็นต้น

2. บริษัทธุรกิจจัดนำเที่ยว (Tour Operator) คือ ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวที่ผลิต รายการนำเที่ยวหรือจัดทำ Package Tour ประกอบไปด้วยค่าคมนาคม ค่ายานพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่านำเที่ยว ค่าเข้าชม และค่าใช้จ่ายอื่น ๆ แล้วท การโฆษณาตามสื่อต่าง ๆ ขายให้ลูกค้าผ่าน บริษัทตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agency) แต่บางครั้งก็มีลงมือขายแก่นักท่องเที่ยวโดยตรงหากอยู่ใน พื้นที่ของตัวเอง โดยธุรกิจการท่องเที่ยวยังแบ่งตามลักษณะของการจัดบริการนำเที่ยวได้อีก 3 รูปแบบ คือ ธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tour operator) ธุรกิจจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยว ต่างชาติท่องเที่ยวในประเทศ (Inbound tour operator)

และธุรกิจจัดนำเที่ยวให้นักท่องเที่ยวในประเทศเดินทางไปท่องเที่ยวต่างประเทศ (Outbound tour operator)

ทั้งนี้ ในการจะทำธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยนั้น จำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการขอใบอนุญาตประกอบธุรกิจนำเที่ยว (T.A.T. License) จากกรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬาซึ่งสามารถแบ่งได้ 4 ประเภท (ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ณ วันที่ 31 มีนาคม พ.ศ. 2560) <https://www.dot.go.th/pages/4> สืบค้นเมื่อ 02/08/2563

1) ประเภทเฉพาะพื้นที่ คือ สามารถนำเที่ยวไปยังสถานที่ที่ได้ภายในจังหวัดที่ ท การจด ทะเบียน และจังหวัดที่มีเขตพื้นที่ติดต่อกับจังหวัดนั้น ต้องวางหลักประกัน 50,000 บาท ปัจจุบันมีบริษัทนำเที่ยวประเภทนี้ 3,583 ราย

2) ประเภทในประเทศ คือ สามารถนำเที่ยวได้ภายในราชอาณาจักร (Domestic) เท่านั้น ซึ่งจะรวมไปถึง การขายแพคเกจจิ้งนำเที่ยวต่าง ๆ ทางช่องทางออนไลน์ และ นักท่องเที่ยวมา เที่ยวในพื้นที่ประเทศไทย ทั้งหมดด้วย การขอใบอนุญาตประเภทนี้ต้องมีการวางหลักประกัน 100,000 บาท ซึ่งมีบริษัทนำเที่ยวประเภทนี้ 1,107 ราย

3) ประเภทนำเที่ยวจากต่างประเทศ คือ นำนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาภายในท่องเที่ยว ภายในประเทศไทย (Outbound) การขอใบอนุญาตประเภทนี้ต้องมีการวางหลักประกัน 200,000 บาท ซึ่งมีบริษัทนำเที่ยวประเภทนี้ 2,340 ราย

4) ประเภททั่วไป คือ สามารถนำเที่ยวได้ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ครอบคลุมตั้งแต่ 3 แบบแรก ซึ่งเพื่อเป็นการคุ้มครองนักท่องเที่ยวจากการถูกหลอกลวง และเนื่องจากใบอนุญาต ประเภทนี้สามารถดำเนินการนำเที่ยวได้ทุกรูปแบบทำให้หลักประกันในการขอใบอนุญาตนั้น สูงถึง 500,000 บาท และในปัจจุบันมีผู้ประกอบการประเภทนี้ 3,281 ราย

นอกจากนี้ ในการประกอบธุรกิจนำเที่ยวนั้น จำเป็นต้องมีการจดทะเบียนจัดตั้งธุรกิจ จากกรมการค้า กระทรวงพาณิชย์ ซึ่งสามารถจดทะเบียนธุรกิจแบบเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ได้และในกรณีที่บริษัทมีการนำเที่ยวเองนั้น ก็จำเป็นต้องมีผู้นำเที่ยวที่มีใบอนุญาตการนำเที่ยวที่ถูกต้องตามกฎหมายด้วย

มัคคุเทศก์ (Tour Guide) ในการจัดรายการนำเที่ยวของธุรกิจที่ให้บริการนำเที่ยวนั้นมักจัดรายการนำเที่ยวแบบที่มีผู้นำเที่ยว หรือมัคคุเทศก์ ซึ่งมัคคุเทศก์หมายถึงผู้ทำนักท่องเที่ยว หน้าที่นำ ไปเยี่ยมชมสถานที่ต่าง ๆ พร้อมทั้งให้ความรู้ อธิบาย ชี้แจงเกี่ยวกับสถานที่นั้นๆ รวมถึงแนะนำข้อมูลที่ควรและมิควรปฏิบัติตัวเมื่อเดินทางไปยังสถานที่เที่ยวที่ต่าง ๆ โดยได้รับสินจ้าง เป็นสิ่งตอบแทน จึงถือว่ามัคคุเทศก์เป็นทูตทางวัฒนธรรมที่สำคัญต่อการท่องเที่ยวไปยังที่ต่าง ๆ มาก เพราะจะเป็นผู้ที่มีหน้าที่คอยอำนวยความสะดวกให้แก่ นักท่องเที่ยว ตลอดจนมีหน้าที่ชี้แนะให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทรัพยากรท่องเที่ยว และข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวทุกประเภท และให้เป็นนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมอนุรักษ์สภาพแวดล้อมการเดินทางที่ถูกต้องในแหล่งท่องเที่ยวด้วย โดยมีมัคคุเทศก์จะเป็นผู้นำนักท่องเที่ยวไปชมสถานที่ต่าง ๆ ตามที่ธุรกิจนำเที่ยวกำหนด และทำหน้าที่เป็นผู้อธิบายให้ทราบถึงประวัติความความเป็นมา ความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยวที่นำชม

ตลอดจนอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยในขณะนำเที่ยวยังสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งเป็นผู้กำหนดเวลาเยี่ยมๆ สถานที่ในการนำเที่ยว และตอบคำถามหรือให้ข่าวสารที่ถูกต้องตามที่นักท่องเที่ยวต้องการ นอกจากนี้ในช่วงเวลาเช้ามัคคุเทศก์ก็ยังมีหน้าที่ควบคุมยานพาหนะที่ใช้ในการนำเที่ยว นัดหมายเวลา จัดหาอาหารเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยว ตลอดจนรับส่งนักท่องเที่ยวถึงที่พักตามกำหนดเวลา เราอาจแบ่งมัคคุเทศก์ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ พ.ศ. 2535 (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) ออกได้ 3 ประเภทคือ

1. มัคคุเทศก์นำเที่ยวนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เป็นมัคคุเทศก์ ซึ่งรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเที่ยว เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Inbound Tour ในประเทศไทย มัคคุเทศก์ประเภทนี้ต้องมีความรู้ภาษาต่างประเทศในขั้นใช้งานได้และสามารถ ปฏิบัติงานนำเที่ยวให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศได้เป็นอย่างดี

2. มัคคุเทศก์นำนักท่องเที่ยวชาวไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Outbound Tour ซึ่งนำนักท่องเที่ยวไทยไปท่องเที่ยวต่างประเทศ มัคคุเทศก์จะทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลอำนวยความสะดวกทุกอย่างในระหว่างการเดินทาง และทำหน้าที่ประสานงานกับบริษัทนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ของท้องถิ่นในประเทศที่เดินทางไปท่องเที่ยวทั้งด้านการเดินทาง ที่พัก อาหาร และการนำชมสถานที่ต่าง ๆ บทบาทของมัคคุเทศก์ประเภทนี้จึงมีลักษณะเป็นผู้นำ การเดินทาง (Tour Leader) หรือล่ามช่วยแปลภาษา (Interpreter) มากกว่าเป็นผู้อธิบายนำชมสถานที่เสียเอง เนื่องจากกฎหมายของประเทศต่าง ๆ ไม่อนุญาตให้ชาวต่างทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์เมื่ออยู่ในประเทศปลายทางอยู่แล้ว

3. มัคคุเทศก์นำเที่ยวให้แก่คนไทยภายในประเทศ เป็นมัคคุเทศก์ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวประเภทที่เรียกว่า Domestic Tour ซึ่งนำนักท่องเที่ยวคนไทยไปยังสถานที่ ท่องเที่ยวต่าง ๆ ภายในประเทศ มัคคุเทศก์ประเภทนี้ไม่จำเป็นต้องมีความรู้ภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี

เมื่อปี พ.ศ.2551 ได้มีการปรับความหมายของคำว่ามัคคุเทศก์ตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พ.ศ. 2551โดยมีการปรับความหมายมัคคุเทศก์ว่า ผู้ให้บริการเป็นปกติธุระในการนำนักท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่าง ๆ โดยให้บริการเกี่ยวกับคำแนะนำและความรู้ด้านต่าง ๆ แก่นักท่องเที่ยว

ผู้นำเที่ยว ตามความหมายในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พ.ศ. 2551 ให้ความหมายไว้ว่าผู้รับผิดชอบในการดูแลและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวในการเดินทางไปท่องเที่ยวในต่างประเทศ ดังนั้นเมื่อพิจารณาจากกความหมายของคำว่ามัคคุเทศก์กับผู้นำเที่ยวตามพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์พ.ศ. 2551 แล้วจะพบว่าทั้งมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวนั้นมีความแตกต่างกันโดยเฉพาะหน้าที่การปฏิบัติงานโดยการปฏิบัติหน้าที่ของมัคคุเทศก์จะเน้นการทำงานในการดูแลและให้ข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวระหว่างการเดินทางในขณะที่การปฏิบัติงานของผู้นำเที่ยวนั้นจะเป็นเพียงผู้ดูแลอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปยังต่างประเทศพร้อมกันกับผู้นำเที่ยวเช่น การดูแลการเดินทางเข้าและออกเพื่ออยู่ที่สนามบิน การประสานงานให้กับมัคคุเทศก์ท้องถิ่น ช่วยในการสื่อสารให้กับนักท่องเที่ยวเมื่ออยู่ต่างประเทศ แต่จะไม่ให้ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวแบบลึกซึ้งซึ่งเมื่ออยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างประเทศเท่ากับมัคคุเทศก์ท้องถิ่นที่นำหน้าที่ระหว่างการเดินทาง

4.2 ธุรกิจโรงแรมและที่พัก

ธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นธุรกิจหนึ่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการและมีความสำคัญเป็นอย่างมาในอุตสาหกรรมบริการของประเทศเพราะนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวภายในประเทศแต่ละปีนั้นหลายสิบล้านคนรวมถึงนักท่องเที่ยวภายในประเทศด้วยที่เดินทางท่องเที่ยวและพักแรมยังสถานที่ต่าง ๆ จากข้อมูลของข้อมูลจากศูนย์วิจัยธนาคารออมสินพบว่าธุรกิจโรงแรมและที่พักสามารถสร้างรายได้มากกว่า 1.4 แสนล้านบาทในปี พ.ศ.2562 https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/01/IN_hotel_12_62_detail-1.pdf สืบค้นเมื่อ 08/08/2563 ธุรกิจโรงแรมและที่พักจึงมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการนอกจากสร้างรายได้แล้วยังมีการจ้างงานเกิดขึ้นเพราะธุรกิจนี้จำเป็นต้องใช้พนักงานที่จะคอยดูแลและให้บริการกับนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามาพักเป็นจำนวนมาก ดังนั้นธุรกิจโรงแรมและที่พักจึงมีเปิดให้บริการในทั่วทุกจังหวัดในประเทศเพื่อไว้รองรับนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาเที่ยวมากขึ้นในแต่ละปี อุตสาหกรรมโรงแรมและที่พักเป็นส่วนหนึ่งของอุตสาหกรรมต้อนรับและการบริการซึ่งมีการจัดให้บริการด้านที่พักเป็นหลักและให้บริการประเภทอื่น ๆ เป็นส่วนประกอบ เช่น บริการด้านอาหารและเครื่องดื่ม บริการด้านสุขภาพ บริการด้านรับ-ส่ง เพื่อให้ลูกค้าที่เข้ามาใช้บริการเกิดความสะดวกสบายและความบันเทิงใจระหว่างการเดินทางเข้าพักและเพื่อให้คำว่าที่พักมีความหมายสมบูรณ์เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่ากับการที่เดินทางเข้ามาพัก และเป็นธุรกิจที่เน้นรูปแบบการบริการด้านห้องพักและมีบริการอื่น ๆ ในการอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้ารู้จักกันทั่วไปกับคำว่า “โรงแรม” ซึ่งหมายถึงสถานที่พักแรม (lodging) อย่างไรก็ตามมีผู้ให้คำจำกัดความและความหมายของคำว่าโรงแรมไว้มากมายดังนี้

พระราชบัญญัติผู้ประกอบการโรงแรม ปี 2499 ให้ความหมายของโรงแรมว่าหมายถึงสถานประกอบการที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม บริการที่หลับนอนและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ แก่นักเดินทางซึ่งเป็นผู้เต็มใจจ่ายเงินเพื่อแลกกับบริการต่าง ๆ สถานประกอบการเหล่านี้ไม่นับรวมถึงสถานที่พักบางประเภท เช่น โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย อพาร์ทเมนต์ หรือเรือนจำ

พระราชบัญญัติโรงแรมของประเทศไทยปี 2547 (มาตรา 4) ได้ให้ความหมายของ “โรงแรม” ว่าหมายถึงสถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ในทางธุรกิจ เพื่อให้บริการที่พักชั่วคราวสำหรับคนเดินทางหรือบุคคลอื่นใด โดยมีค่าตอบแทน ทั้งนี้ไม่รวมถึง

(1) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นเพื่อให้บริการที่พักชั่วคราว ซึ่งดำเนินการโดยส่วนราชการรัฐวิสาหกิจ องค์การมหาชน หรือหน่วยงานอื่นของรัฐ เพื่อการกุศลหรือการศึกษา ทั้งนี้โดยมิใช่เป็นการหาผลกำไรหรือรายได้มาแบ่งปันกัน

(2) สถานที่พักที่จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการที่พักอาศัย โดยคิดค่าบริการเป็นรายเดือนขึ้นไปเท่านั้น

(3) สถานที่พักอื่นใดตามที่กำหนดในกฎกระทรวง

กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ให้คำนิยาม “โรงแรม” ว่าหมายถึงสถานที่ประกอบการเชิงการค้าที่นักธุรกิจตั้งขึ้น เพื่อบริการที่พักชั่วคราวสำหรับผู้เดินทาง ในเรื่องของที่พักอาศัย อาหาร และบริการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพักอาศัยและเดินทาง หรืออาคารที่มีห้องนอนหลายห้องติดต่อกันในอาคารหลังหนึ่งหรือหลายหลัง ซึ่งมีค่าบริการต่าง ๆ เพื่อความสะดวกของผู้ที่มาพัก โดยมีค่าตอบแทนและคิดค่าบริการเป็นรายวันหรือไม่เกิน 1 เดือน

สรุปความหมายของคำว่า “โรงแรม” หมายถึงสถานประกอบการต่าง ๆ ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อให้บริการด้านห้องพักเป็นหลัก และประกอบด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ โดยมีจุดประสงค์ที่จะมุ่งให้ผู้เข้ามาใช้บริการรู้สึกถึงความสะดวกสบาย ผ่อนคลาย ปลอดภัย และพึงพอใจที่สุด

4.2.1 การจัดแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมและที่พัก

การจัดแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมและที่พักของแต่ละที่นั้นแตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ในการจัดประเภทซึ่งอาจขึ้นอยู่กับทำเลที่ตั้ง การเข้าพักรักษาตัวของลูกค้า การบริหารงาน การจัดบริการแก่ลูกค้า หรือขึ้นอยู่กับองค์ประกอบอื่น ๆ ในการแบ่งประเภทของโรงแรม (ยุพวรรณ นิ่งคลาภิวัฒน์, 2558) สามารถสรุปได้ดังนี้

1. แบ่งตามสถานที่ตั้ง (Location)
2. แบ่งตามจำนวนห้องพัก (Number of Guest Rooms)
3. แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าพัก (Period of Staying)
4. แบ่งตามระดับความหรูหรา (Luxury)
5. แบ่งตามระดับการบริการ (Service Level)
6. แบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (Ownership and Affiliation)
7. แบ่งตามวัตถุประสงค์ (Objective)

1. แบ่งตามสถานที่ตั้ง (Location)

1.1 โรงแรมใจกลางเมือง (City Hotels) โรงแรมประเภทนี้ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณศูนย์กลางของเมืองหรือส่วนที่เป็นศูนย์กลางทางการค้า ผู้มาพักส่วนใหญ่เป็นนักธุรกิจและนักท่องเที่ยวที่มีกำลังในการจ่ายค่าห้องพักในราคาสูง การบริการที่โรงแรมจัดให้จะประกอบไปด้วย หนังสือพิมพ์ ชาหรือกาแฟ เครื่องคอมพิวเตอร์ สิ่งอำนวยความสะดวกที่ครบครัน ซึ่งถูกจัดไว้ในห้องพัก นอกจากนี้ยังมีบริการห้องอาหาร บริการซักรีดเสื้อผ้า อำนวยความสะดวกเรื่องบัตรโดยสาร หรืออาจมีสถานที่จำหน่ายบัตรโดยสารภายในโรงแรม มีร้านขายของที่ระลึก คลินิก สระว่ายน้ำ ตลอดจนห้องประชุมสัมมนาที่มาขนาดต่าง ๆ บริษัทนำเที่ยวมักเลือกใช้บริการโรงแรมประเภทนี้เพราะอยู่ในสถานที่ที่มีความเจริญของเมืองซึ่งสะดวกในการเดินทางของนักท่องเที่ยว

1.2 โรงแรมริมทางหลวง (Motels) โรงแรมประเภทนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อเป็นที่พักแก่ท่องเที่ยวหรือนักเดินทางที่ใช้ยานพาหนะรถยนต์ โดยโรงแรมจะมีขนาดเล็ก มีห้องประมาณ 10-20 ห้อง จุดเด่นของโรงแรมประเภทนี้คือ ห้องพักติดกับที่จอดรถ ไม่มีการบริการและอำนวยความสะดวกอื่นใดเพิ่มเติมแม้แต่ภัตตาคาร โดยปกติจะมีบริการที่จอดรถฟรีแก่ลูกค้า ทำเลที่ตั้งของโมเต็ลซึ่งอยู่ริมถนนหลวงจึงเหมาะสมและสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่เข้าพักที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่ายและไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่มากมาย

1.3 โรงแรมสนามบิน (Airport Hotels) โรงแรมประเภทนี้จะตั้งอยู่ใกล้หรือติดกับบริเวณสนามบิน เป้าหมายของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวคือ นักเดินทางที่ต้องการพักเพื่อเปลี่ยนเครื่องบินหรือผู้โดยสารที่ถูกยกเลิกเที่ยวบิน และรวมทั้งพนักงานของสายการบินซึ่งต้องการที่พักใกล้สนามบิน โดยโรงแรมประเภทนี้จะมีบริการที่พิเศษและเกี่ยวข้องกับการใช้บริการของสายการบิน เช่น มีอัตราค่าห้องพักแบบครึ่งวัน (Day rate) มีบริการรถรับส่งถึงสนามบิน มีตารางเที่ยวบินให้ชมภายในโรงแรม เป็นต้น

1.4 โรงแรมตากอากาศ (Resort Hotels) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในบริเวณหรือมีความใกล้ชิดกับธรรมชาติ เช่น ชายทะเล ภูเขา แม่น้ำ น้ำตก ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าได้พักผ่อน สามารถสัมผัสกับธรรมชาติได้อย่างแท้จริง โรงแรมต้องจัดบริการต่าง ๆ เช่น ห้องอาหาร การซักรีด การติดต่อสื่อสาร หรือบริการอื่น ๆ เหมือนโรงแรมทั่วไป แต่ต้องเน้นบริการทางด้านกิจกรรมนันทนาการและการกีฬาให้แก่ลูกค้าของโรงแรมให้มากกว่าโรงแรมทั่วไป ดังนั้นโรงแรมรีสอร์ท ต้องจัดสร้างสระว่ายน้ำ สนามเทนนิส สนามขี่ม้า ฟุตบอลชายหาด พายเรือคายัก ตลอดจนกิจกรรมในการบันเทิงอื่น ๆ ให้กับลูกค้าผู้มาพัก ซึ่งมีวัตถุประสงค์ในด้านการพักผ่อนเป็นหลัก ในปัจจุบันโรงแรมรีสอร์ทนอกจากมีวัตถุประสงค์เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจแล้ว การตอบสนองลูกค้าเพื่อการเพื่อการประชุม สัมมนา การจัดงานเที่ยวแบบให้รางวัล (Incentive Tour) เพิ่มปริมาณมากขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้สถานที่ดังกล่าวแล้วนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพราะสามารถลดค่าบริการได้ต่ำกว่าฤดูกาลท่องเที่ยว

2. แบ่งตามจำนวนห้องพัก (Number of Guest Rooms)

- 2.1 โรงแรมขนาดเล็ก มีห้องพักที่มีจำนวนต่ำกว่า 150 ห้อง
- 2.2 โรงแรมขนาดกลาง มีห้องพักระหว่าง 150 – 299 ห้อง
- 2.3 โรงแรมขนาดใหญ่ มีห้องพักระหว่าง 300 – 599 ห้อง
- 2.4 โรงแรมขนาดใหญ่มาก มีห้องพักตั้งแต่ 600 ห้องขึ้นไป

(ปรีชา แดงโรจน์, 2544) สำหรับการบริการต่าง ๆ ก็เหมือนกับโรงแรมทั่วไป แต่อาจจะมากน้อยแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของโรงแรม

3. แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าพัก (Period of Staying)

3.1 โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว (Transient Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีมากกว่าประเภทอื่น ๆ ทำเลที่ตั้งจะตั้งอยู่ในตัวเมือง ทั้งนี้เพื่อความสะดวกในการติดต่อธุรกิจและการเดินทาง ลูกค้าซึ่งพักในโรงแรมดังกล่าวแล้ว เป็นนักธุรกิจ นักท่องเที่ยว ที่มีวัตถุประสงค์พักชั่วคราวเพื่อติดต่อธุรกิจ หรือการท่องเที่ยว มิได้มี

วัตถุประสงค์เพื่อเช่าอยู่เป็นที่พักประจำหรือระยะยาวสำหรับการประกอบธุรกิจ หรือที่อยู่อาศัย โรงแรมเพื่อการพาณิชย์ หรือโรงแรมลูกค้าพักไม่ประจำดังกล่าวแล้ว จะจัดบริการสิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ แก่ลูกค้าอย่างพร้อมเพรียง เช่น ห้องอาหาร สถานที่บริการด้านธุรกิจ เช่น การส่งจดหมาย โทรสาร ไวไฟ หรือระบบการสื่อสารอื่น ๆ สถานที่พักผ่อนหย่อนใจและการออกกำลังกาย เช่น สระว่ายน้ำ สนามเทนนิส ฯลฯ องค์กรประกอบดังกล่าวแล้วต้องจัดบริการให้ลูกค้าเพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ในการติดต่อธุรกิจ และการพักผ่อนอย่างพอเพียง เพื่อให้การบริการเกิดความประทับใจในการบริการ

3.2 โรงแรมสำหรับพักประจำ (Residential Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีวัตถุประสงค์ในการให้ลูกค้าเช่าเพื่อพักอาศัยอยู่ประจำ มีการจัดห้องอาหารบริการแก่ลูกค้าประจำและลูกค้าทั่วไป ทำเลที่ตั้ง โดยปกติแล้วอยู่ในบริเวณชานเมืองเพื่อเหมาะแก่การเป็นที่พักอาศัย แต่ก็ยังมีบางโรงแรมตั้งอยู่ใกล้ย่านธุรกิจ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการเดินทางเพื่อติดต่อการทำงานภายในเมือง

4. แบ่งตามระดับความหรูหรา (Luxury)

4.1 โรงแรมชั้นเยี่ยม (Deluxe) (ยุพวรรณ นังคลาภิวัฒน์, 2558) เป็นโรงแรมที่มีขนาดเล็กจนถึงขนาดกลางซึ่งมีห้องพัก 100-400 ห้อง ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ที่มีสภาพเศรษฐกิจมั่นคง สถานที่ตั้งมักอยู่ในทำเลที่มีทัศนียภาพสวยงาม มีการจัดบริการอย่างมีคุณภาพโดยพนักงานที่ผ่านการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี ภายในห้องพักจัดให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ ครว ตู้เย็น และบาร์ อัตราค่าบริการค่อนข้างสูง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับขนาด สถานที่ตั้ง และการบริการ มีการบริหารงานโดยผู้บริหารระดับอาชีพซึ่งมีประสบการณ์สูง สภาพห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกถูกจัดไว้เป็นอย่างดี มีความหรูหรา มีรสนิยม และมักมีห้องอาหารหรือภัตตาคารมากกว่า 1 แห่ง

4.2 โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class)

4.3 โรงแรมชั้นสอง (Second Class)

4.4 โรงแรมชั้นสาม (Third Class)

4.5 โรงแรมชั้นประหยัด (Economy Class) เป็นโรงแรมขนาดเล็กกราว 10 - 150 ห้อง มีทำเลที่ตั้งอยู่ในแถบชานบทหรือชานเมือง และตั้งอยู่ใกล้เส้นทางสายสำคัญ ๆ ระหว่างเมืองหรือระหว่างรัฐอย่างในประเทศสหรัฐอเมริกา การบริการผู้เข้าพักมักมีอยู่จำกัดเนื่องจากมีบุคลากรจำนวนน้อย ผู้เข้าพักมักจะใช้บริการเพียงแค่นอนพักค้างระหว่างการเดินทางเท่านั้น ซึ่งโรงแรมประเภทนี้ถือเป็นปรากฏการณ์ใหม่ของการบริการที่พักรที่จัดให้แก่ผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวที่ต้องการที่พักราคาถูก ประหยัด สะอาดปราศจากการรบกวนและมีความทันสมัยตามสมควร เช่น โมเทล ชิซซ์ (Motel 6) และเดส์ อินน์ (Days Inn) ในสหรัฐอเมริกาหรือ ทีบิส (Tbis) ในแถบทวีปยุโรป

5. แบ่งตามระดับการบริการ (Service Level)

5.1 โรงแรมที่ให้บริการจำกัด (Limited – service Hotels) (ยุพวรรณ นังคลาภิวัฒน์, 2558, หน้า 40-41) โรงแรมประเภทนี้เก็บค่าบริการถูกกว่าโรงแรม 2 ประเภทดังกล่าวแล้ว การบริการอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่อุปกรณ์ในเรื่องความสะดวกสบายมีน้อยกว่า โรงแรมเน้นเกี่ยวกับเรื่องความสะดวก ความสุข

ความสะดวกสบาย ห้องพักราคาประหยัด และการจัดอุปกรณ์ชั้นพื้นฐานให้แก่ลูกค้าอย่างครบถ้วน แต่ไม่หรูหราหรือเป็นวัสดุอุปกรณ์ราคาแพง เช่น ในห้องน้ำ มีสบู่ ยาสระผม ผ้าเช็ดตัว ฯลฯ ในห้องนอน มีโทรทัศน์วิทยุ ไว้บริการลูกค้าเพื่อให้เกิดเพลิดเพลิน งดการบริการอาหารและเครื่องดื่มภายในห้องพัก ลูกค้าต้องรับประทานที่ห้องอาหารของโรงแรม การจัดอุปกรณ์ชั้นพื้นฐานสำหรับแต่ไม่หรูหรา การบริการที่ได้มาตรฐาน แต่ราคาประหยัด คือ นโยบายหลักที่สำคัญของโรงแรมประเภทนี้

5.2 โรงแรมที่ให้บริการระดับปานกลาง (Mid – range Service Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับลูกค้าทั่วไปทั้งนักธุรกิจ นักท่องเที่ยวรายบุคคล และหมู่คณะ โรงแรมจะลดราคาให้แก่ลูกค้าประเภทข้าราชการ นักการศึกษา บริษัทนำเที่ยว ลูกค้าที่พักเป็นหมู่คณะ และประชาชนอาวุโส (Senior Citizens) การบริการของโรงแรมอยู่ในระดับมาตรฐาน แต่สิ่งอำนวยความสะดวกสบายต่าง ๆ อาจลดน้อยกว่าโรงแรมที่มีการบริการระดับโลก เป้าหมายด้านการตลาดที่สำคัญอย่างหนึ่งของโรงแรมประเภทนี้ คือ การจัดการประชุม สัมมนา และการฝึกอบรม

5.3 โรงแรมที่ให้บริการแบบดีเยี่ยม (World Class Service Hotels) โรงแรมประเภทนี้มีเป้าหมายในการรับลูกค้าระดับบุคคลสำคัญของประเทศ หรือบุคคลสำคัญของโลก นักธุรกิจผู้มั่งคั่ง และบุคคลผู้มีชื่อเสียงในด้านต่าง ๆ ค่าบริการค่อนข้างสูง แต่ก็สอดคล้องกับบริการและความสะดวกสบายต่าง ๆ ที่ลูกค้าได้รับ ห้องพัก ห้องรับรอง ห้องอาหาร ห้องน้ำ ต้องตกแต่งอย่างสวยงาม และใช้เครื่องประดับตกแต่งที่ค่อนข้างหรูหรา ราคาแพง เพื่อให้เกิดความสบายในการบริการ เครื่องมือสื่อสารทางการติดต่อธุรกิจ และการบันเทิงต้องจัดเตรียมให้ลูกค้าในห้องพัก สำหรับลูกค้าหรือบุคคลสำคัญ (Very Important Person = VIP.) โรงแรมอาจต้องจัดให้มีการลงทะเบียนในห้องพัก และจัดเลขานุการส่วนตัวหรือตัวแทนของบุคคลสำคัญนั้น สำหรับบริการทางด้านธุรกิจให้แก่ลูกค้า เลขานุการส่วนตัวหรือตัวแทนอาจจะต้องทำหน้าที่บริการด้านอาหาร เครื่องดื่ม หรือช่วยเหลือลูกค้าด้านอื่น ๆ ถ้าโรงแรมไม่จัดพนักงานรับใช้ให้แก่ลูกค้าประเภทนี้

6. การแบ่งตามความเป็นเจ้าของและการเป็นสมาชิกในสถาบันโรงแรม (Ownership and Affiliation)

6.1 โรงแรมบริหารงานอย่างอิสระ (Independent Hotels) โรงแรมประเภทนี้ บุคคลคนเดียวหรือคณะบุคคลเป็นเจ้าของ การบริหารงานเป็นอิสระ ไม่ขึ้นอยู่กับโรงแรมอื่น ๆ จึงทำให้มีความคล่องตัวและมีอำนาจในการบริหารงาน สามารถปรับทิศทางในการบริหารสอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้สะดวกแต่ก็มีข้อจำกัดในด้านประสบการณ์ในการบริหารงาน การสร้างเครือข่ายด้านการตลาด และการขยายธุรกิจในอนาคต

6.2 โรงแรมเครือข่าย (Chain Hotels) โรงแรมเครือข่ายจัดแบ่งการบริหารงานออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

6.2.1 การบริหารโดยบริษัทแม่ (Parent Company) โรงแรมเครือข่ายในลักษณะนี้ ทรัพย์สินการบริหารงาน เป็นของบริษัทแม่ทั้งหมด บริษัทแม่เป็นองค์กรกลางในการจัดวางระบบการบริหารงานในโรงแรมเครือข่ายทั้งหมดให้เป็นแนวทางเดียวกัน และใช้ชื่อเดียวกันทุกสาขา ความได้เปรียบของโรงแรมประเภทนี้ ก็คือ มีทรัพย์สินในการลงทุนมาก บริหารงานโดยมีอาชีพที่มีประสบการณ์ สร้างระบบการตลาด

และการส่งเสริมการขายร่วมกัน แยกสามารถจดจำได้ง่าย ข้อเสียคือระบบงานเป็นแนวเดียวกันหมด ไม่มีความหลากหลายแตกต่างกันตามลักษณะของสิ่งแวดล้อมในแต่ละพื้นที่

6.2.2 การบริหารโดยพันธสัญญา (Management Contract) การบริหารงานในลักษณะนี้เป็นรูปแบบหนึ่งของการบริการโรงแรมแบบเครือข่าย ทรัพย์สินในการจัดสร้างโรงแรมเป็นของบุคคลภายนอกบริษัทแม่ แต่ต้องการใช้ระบบการบริหารงานแบบเครือข่าย ทั้งนี้เพราะระบบเครือข่ายมีบุคลากรที่มีความสามารถ การจัดวางระบบงานที่ดี มีข้อได้เปรียบในด้านการตลาด และการส่งเสริมการขาย นอกจากนี้ในด้านการเสนอโครงการกู้ยืมเงินเพื่อสร้างโรงแรม ถ้าการบริหารงานโดยผ่านระบบเครือข่ายธนาคาร หรือองค์กรธุรกิจด้านการลงทุนก็อนุมัติโครงการได้ง่ายขึ้น เพราะมีความมั่นใจในการบริหารงาน ดังนั้น การที่ผู้ลงทุนทางด้านการโรงแรม ต้องเสียผลประโยชน์จากรายได้ส่วนหนึ่งในการประกอบธุรกิจให้แก่ ผู้บริหารโรงแรมในระบบเครือข่าย ก็คุ้มค่าในการลงทุน และลดความเสี่ยงของธุรกิจ

6.2.3 การบริหารงานแบบแฟรนไชส์ (Franchise Groups) คำว่า แฟรนไชส์ หมายถึง สิทธิพิเศษที่บริษัทแม่มอบให้แก่ผู้ที่เข้าร่วมกิจการหรือเจ้าของธุรกิจแฟรนไชส์ เจ้าของธุรกิจดังกล่าวแล้วไม่ใช่ผู้แทนจำหน่ายและไม่ใช่นักงาน แต่เป็นผู้บริหารงาน โดยใช้เครื่องหมายการค้า สินค้า หรือบริการ ระบบงานและข้อบังคับต่างๆ ของบริษัทแม่เจ้าของธุรกิจ หรือบริษัทในเครือ ต้องจ่ายค่าสมาชิก ค่าลิขสิทธิ์ ค่าสัญญา และเงินทุนประกอบการตาม ทั้งนี้เพื่อแลกเปลี่ยนกับข้อได้เปรียบในเรื่องการบริหารงาน การใช้เครื่องหมายการค้าร่วมกัน การส่งเสริมการขาย และชื่อเสียงที่ดีของบริษัทแม่ ระบบแฟรนไชส์ในปัจจุบันแพร่หลายทั้งธุรกิจบริการและการขายผลผลิตที่มีตัวตน เช่น ร้านค้าต่าง ๆ

ในด้านการโรงแรม ระบบแฟรนไชส์จะวางระบบการจัดการบริหารหน้าที่ของบุคลากร การวางแผนพัฒนาองค์กร ระบบการตลาดออกแบบในการตกแต่งโรงแรม การใช้วัสดุอุปกรณ์ และการวางระบบงานบริการให้ได้มาตรฐาน เจ้าของธุรกิจโรงแรมในระบบแฟรนไชส์มีสิทธิ และอำนาจในการจัดการแต่ต้องสอดคล้องกับข้อตกลงซึ่งให้ไว้กับระบบแฟรนไชส์ (Gray and Liquori, 1994 : 308 - 309) กล่าวโดยสรุประบบแฟรนไชส์จะให้บริการ 3 ประการ คือ ประการที่หนึ่งวางระบบการบริหาร และพัฒนาบุคลากร ประการที่สอง จัดวางระบบการตกแต่งร้านให้ได้มาตรฐาน และประการที่สาม ช่วยเหลือด้านการตลาด

7. แบ่งตามวัตถุประสงค์ (Objective) (চারীতথ্য তাকি. 2549)

7.1 โรงแรมคาสิโน (Casino Hotels) โรงแรมบ่อนการพนันจัดสร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของแขกในการเล่นการพนัน ดังนั้นโรงแรมประเภทนี้จึงจัดให้มีการเล่นการพนันเกือบทุกประเภทไว้บริการแขกเพื่อความสะดวกสบายของแขก จึงได้จัดห้องพัก ภัตตาคาร เพื่อจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มให้แก่แขกตลอดเวลา 24 ชั่วโมง ตัวอย่างโรงแรมคาสิโนที่มีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก เช่น โรงแรมคาสิโนในเมืองลาสเวกัส ประเทศสหรัฐอเมริกา ซึ่งสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไปได้มากและทำรายได้สูงสุดให้แก่รัฐ

7.2 โรงแรมคอนเวนชัน (Convention Hotels) ส่วนใหญ่เป็นโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีห้องพักประมาณ 1,000 - 2,000 ห้องขึ้นไป มีภัตตาคารจำนวนมากกว่า 10 ภัตตาคาร มีห้องพักผ่อน ร้านค้าและห้องจัดเลี้ยงขนาดใหญ่หลายห้อง และที่สำคัญที่สุดคือตัวโรงแรมได้ถูกออกแบบก่อสร้างสำหรับรองรับและบริการสำหรับการประชุมหรือสัมมนาที่มีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวนมาก โรงแรมประเภทนี้มักตั้งอยู่ตามนครหรือเมืองใหญ่ๆ

อย่างไรในประเทศสหรัฐอเมริกา จะมีอยู่ในนครนิวยอร์ก ชิคาโก ลอสแอนเจลิส ซานฟรานซิสโก ในยุโรป เช่น นครปารีส และในแถบเอเชีย เช่น โตเกียว กรุงเทพมหานคร หรือสิงคโปร์ นอกจากการบริการที่เน้นการอำนวยความสะดวกสำหรับการจัดประชุมสัมมนาแล้ว ยังมีบริการประเภทบันเทิงในรูปแบบต่างๆ สำหรับให้ผู้เข้าประชุมได้ถือโอกาสพักผ่อนไปด้วยในช่วงว่างจากการประชุม

7.3 โรงแรมคอนโดมิเนียม (Condominium Hotels หรือ Condotels) โรงแรมประกอบด้วยห้องชุด ซึ่งมีห้องนอน ห้องน้ำ ห้องรับแขก ห้องอาหารและห้องครัว เจ้าของห้องชุดมิได้พักประจำในที่พักดังกล่าวแล้ว จึงได้มอบหมายให้หน่วยธุรกิจจัดการให้บุคคลอื่นแบ่งเช่าพักอาศัยชั่วคราวแบบโรงแรมทั่วไป เป็นการแบ่งเวลาในการพักแรม เพื่อมิให้ที่พักว่างเปล่า ดังนั้นจึงเรียกโรงแรมประเภทนี้ว่า โรงแรมแบ่งเวลาเช่าพัก (Time – Share Hotels) โดยทั่วไปแล้ววัตถุประสงค์ในการก่อสร้างโรงแรมดังกล่าวแล้ว ก็เพื่อการพักผ่อนตากอากาศ ดังนั้นโรงแรมจึงอยู่ในเขตพื้นที่ชายทะเลเป็นส่วนมาก

นอกจากนี้การแบ่งโรงแรมต่างประเภทต่าง ๆ ข้างต้นแล้ว ยังมีโรงแรมอื่น ๆ อีก ดังเช่น

1. โรงแรมห้องชุด (All-suite Hotels) เป็นการจัดบริการที่พักแรมแนวใหม่ ซึ่งที่พักรวมหรือโรงแรมประเภทนี้สร้างขึ้นเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการที่พักค่อนข้างกว้างขวางและมีบริการชั้นเยี่ยมตลอดเวลาที่พักรวม มักเป็นโรงแรมขนาดเล็กจนถึงขนาดกลางที่มีห้องชุด 100 - 400 ห้อง ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงจากนักธุรกิจและครอบครัวนักเดินทาง การจัดห้องพักของโรงแรมประเภทนี้ทุกห้องพักมักมีครัวและอุปกรณ์การปรุงอาหารอย่างครบครัน อาหารและวัตถุดิบสำหรับเตรียมอาหารพร้อมอยู่ในตู้เย็น มีห้องนั่งเล่น ห้องพักผ่อน และอาจมีห้องนอนมากกว่า 1 ห้อง ที่มีขนาดกว้างขวาง ผู้เข้าพักจะมีความรู้สึกเหมือนพักอยู่ในอาคารชุดหรูหรามากกว่าการมาพักตามโรงแรมโดยทั่วไป

โรงแรมแบบห้องชุดมักมีการจัดบริการหลายๆอย่างคล้ายโรงแรมขนาดใหญ่ เช่น จัดให้มีห้องประชุมขนาดเล็กและขนาดกลาง ห้องจัดเลี้ยง ภัตตาคารและห้องสุขภาพ (Health Clubs) โรงแรมในประเทศไทยที่จัดว่าเป็นประเภทห้องชุดนี้ เช่น โรงแรมคราวน์ไนยาง (Crown Nai Yang All Suite Hotel) ที่จังหวัดภูเก็ต โรงแรมริเจนท์ จังหวัดเชียงใหม่ ไบฮกสวิตโฮเต็ล และโรงแรมสุขโขทัย ในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น

2. มอเตอร์โฮเต็ล (Motor Hotels) ตามปกติโรงแรมประเภทนี้มักมีการจัดสถานที่จอดรถยนต์ฟรีให้แก่แขกที่พัก เป็นโรงแรมขนาดกลางมีห้องพัก 150-400 ห้อง การจำกัดจำนวนห้องเป็นผลดีต่อการบริการของโรงแรม เพราะหากมีห้องเกินกว่านี้อาจประสบปัญหาการจัดการที่จอดรถ และการบริการอำนวยความสะดวกอื่นๆ แก่แขก เนื่องจากมอเตอร์โฮเต็ลมักมีพนักงานจำนวนน้อย นอกจากนี้โรงแรมประเภทนี้ยังมีภัตตาคารและเลานจ์ (Lounge) ไว้บริการด้วย บางแห่งอาจจัดให้มีสระว่ายน้ำไว้เป็นบริการส่วนหนึ่งของโรงแรม ทำเลที่ตั้งของมอเตอร์โฮเต็ลมักอยู่ชานเมือง และตั้งอยู่ตามเส้นทางหลวงสายสำคัญๆ ที่เชื่อมโยงระหว่างเมืองใหญ่ๆ หรือภาคต่างๆ ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีโรงแรมประเภทนี้

บริการอยู่มาก ทั้งยังได้รับความนิยมจากผู้เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัว

3. ที่พักแรมแบบบ้าน (Bed and Breakfast Inns) หรือที่เรียกว่าการบริการที่พักแรมแบบ B & B เป็นที่พักแรมขนาดเล็กที่มีห้องพัก 10-150 ห้อง ตามปกติมักตั้งอยู่แถบชานเมือง นับเป็นการจัดบริการที่พักแรมตามแนวคิดใหม่อีกประเภทหนึ่งที่มีกำเนิดมาจากแถบยุโรปและอเมริกา โดยเริ่มการจัดที่พักแรมลักษณะนี้ในที่พักส่วนตัวของเจ้าของธุรกิจที่อยู่ตามชนบท ซึ่งส่วนใหญ่มักมีเส้นทางรถยนต์สายสำคัญตัดผ่านนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยรถยนต์ส่วนตัวนิยมเข้าพัก ในบ้านพักจะถูกดัดแปลงให้มีห้องนอน 2 - 3 ห้อง มีห้องน้ำ และอาหารมื้อเช้าบริการไว้ในบรรยากาศแบบครอบครัว ที่พักแรมแบบ B & B ยังไม่ค่อยเป็นที่นิยมในเมืองไทยมากนักแต่นับเป็นธุรกิจแนวใหม่ที่น่าสนใจ การดำเนินธุรกิจลักษณะนี้ไม่ยุ่งยากซับซ้อนเท่าใดนัก เพียงแต่จัดปรับปรุงบ้านพักให้มีความสะดวกสบาย และผู้ประกอบการบริการด้วยอัธยาศัยไมตรี

4. ที่พักแรมที่จัดโดยสถาบันต่างๆ (Institutional Housing) เป็นที่พักแรมของสถาบันการศึกษา (Corporate Education Centers) เช่น หอพักในมหาวิทยาลัย ที่พักที่จัดโดยสถาบันทางการแพทย์ และที่พักโรงพยาบาล ซึ่งส่วนใหญ่จำกัดการบริการและมักเป็นการบริการตนเองมากกว่า อัตราค่าบริการจึงมักมีราคาถูกและจัดการบริการอาหารได้ด้วย การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกมีตามสมควร ผู้ดำเนินการมักเป็นหน่วยงานรัฐของท้องถิ่นหรือสถาบันที่เป็นเจ้าของกิจการ

5. ที่พักสำหรับเยาวชน (Youth Hostels) เป็นที่พักสำหรับนักเดินทางที่มีการจัดบริการห้องพักราคาถูกสำหรับนักเรียน นักศึกษา กิจการประเภทนี้เริ่มต้นโดยครูชาวเยอรมัน ต่อมาได้แพร่ขยายไปในสหรัฐอเมริกา ประมาณปี ค .ศ.1934 (พ.ศ.2477) การจัดบริการมีเฉพาะสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็น ห้องพักอาจเป็นห้องนอนขนาดใหญ่มีเตียง 2 ชั้น (Bunk Bed) จำนวนหลายสิบเตียงอยู่ในห้องเดียวกัน ใช้ห้องน้ำร่วมกันแต่แยกชายหญิง มีห้องพักผ่อนสำหรับชมรายการวิทยุโทรทัศน์ หรือเล่นเกมร่วมกัน บางแห่งผู้เข้าพักต้องช่วยทำงานบ้านเล็กๆน้อยๆ เช่น เก็บที่นอน หรือจัดโต๊ะอาหารเช้าด้วย บางแห่งอนุญาตให้ผู้เข้าพักทำงานแลกเปลี่ยนกับค่าที่พัก ที่พักประเภทนี้เหมาะสำหรับเยาวชนที่ยังมีรายได้น้อย หรือผู้เดินทางท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดค่าใช้จ่าย ในแถบยุโรปและอเมริกามี Youth Hostels กระจายอยู่แทบทุกเมือง และคาดว่ามียุมน้อยกว่า 6,000 แห่งทั่วโลก ซึ่งบางแห่งดำเนินการในรูปธุรกิจ บางแห่งดำเนินการเป็นการกุศลโดยไม่หวังผลกำไร หรือบางแห่งอาจบริการเฉพาะผู้ที่เป็สมาชิกและมักไม่อนุญาตให้พักเป็นเวลานานๆ ทำเลที่ตั้งส่วนใหญ่อาจอยู่ไกลจากย่านธุรกิจการค้า

6. เพนชั่น (Pensions) เป็นที่พักที่เจ้าของเป็นผู้ดำเนินการเอง และผู้เป็นเจ้าของมักพักอาศัยอยู่ในอาคารเพนชั่นด้วย เนื้อที่ที่แบ่งให้ผู้เช่าจะมีอยู่ไม่มากนัก แต่มีการดำเนินธุรกิจประเภทนี้อยู่มากในประเทศต่างๆแถบยุโรป เพนชั่นเป็นที่พักที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และมีบทบาทสูงต่ออุตสาหกรรมگردสถานที่พักแถบยุโรป เนื่องจากมีความสะดวกสบายและราคาถูก

7. เกสต์เฮ้าส์ (Guesthouse) เป็นที่พักที่เจ้าของบ้านแบ่งให้นักท่องเที่ยวเช่าพัก ตามปกติมักตั้งอยู่ย่านชุมชนหรือเมืองใหญ่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมักใช้เป็นที่พักในตอนกลางคืน ส่วนตอนกลางวันจะใช้เวลาออกท่องเที่ยว ราคาเช่าที่พักประเภทนี้จะค่อนข้างถูก การบริการส่วนใหญ่มีเพียงเตียงและห้องน้ำรวมไว้ให้ ในปัจจุบันเกสต์เฮ้าส์ได้รับการพัฒนาไปมาก เช่น มีการติดตั้งเครื่องปรับอากาศในห้องพัก จัดบริการอาหารและเครื่องดื่ม จัดให้มีโทรทัศน์ หรืออุปกรณ์อำนวยความสะดวกไว้ตามความจำเป็น

8. สถานที่พักกลางแจ้ง (Campgrounds) ที่พักประเภทนี้จัดให้สำหรับนักท่องเที่ยวบางกลุ่ม เป็นที่พักที่ได้รับความนิยมค่อนข้างสูงจากผู้ที่ต้องการพักค้างเพียง 1-2 คืน นักท่องเที่ยวจากทั่วโลกทั้งในทวีปอเมริกาเหนือ ยุโรป และเอเชีย นิยมใช้บริการกันมาก ในที่นี้รวม ถึงที่พักประเภทหนึ่งที่พัฒนามาจากรถยนต์ (Recreational Vehicle) โดยการดัดแปลงมาจากรถตู้ ในด้านหลังคนขับเป็นห้องน้ำห้องส้วม ห้องครัว และห้องนอน ในยุโรปและอเมริกานิยมใช้รถชนิดนี้สำหรับการเดินทางท่องเที่ยวเป็นครอบครัว เพราะสามารถขับไปได้เรื่อยๆเมื่อถึงเวลาเย็นก็สามารถจอดรถตามจุดพัก (Camp Site) ซึ่งจัดที่จอดไว้เป็นล็อกๆ เมื่อจอดรถแล้วสามารถใช้บริการน้ำและไฟฟ้าได้ทันที ในบริเวณจุดพักมักจัดสิ่งอำนวยความสะดวกอื่นๆ ไว้ด้วย เช่น รัยขายอาหาร รัยขายของชำ สถานที่เดินร่ำ สระว่ายน้ำ เป็นต้น

นอกจากที่พักประเภทต่าง ๆ ที่กล่าวไว้แล้วนั้น ผู้เดินทางอาจใช้บริการที่พักประเภทไพรเวทโฮม (Private Homes) ซึ่งเป็นบ้านหรือห้องว่างที่รับขึ้นทะเบียนการค้าสำหรับให้นักท่องเที่ยวเช่าพักหรือแบบพาราเดอร์ส (Paradors) ที่เป็นที่พักในประเทศสเปน ส่วนใหญ่ดัดแปลงมาจากวังโบราณ โบสถ์หรือสำนักแม่ชี ถือเป็นลักษณะการส่งเสริมการท่องเที่ยวและหารายได้เข้าประเทศอีกรูปแบบหนึ่ง หรือที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวแบบไทยๆที่นิยมพักตามวัด โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลที่มีการทำบุญทอดกฐิน ทอดผ้าป่า โดยทางวัด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นวัดในต่างจังหวัด มักจัดห้องโถง เสื้อ หมอน อาหาร และห้องน้ำไว้บริการโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย ที่พักประเภทต่าง ๆ ดังที่กล่าวมาข้างต้นนั้น บางประเภทอาจมีชื่อเรียกเป็นอย่างอื่น แต่ยังคงมีลักษณะการบริการลักษณะใดลักษณะหนึ่งที่คล้ายคลึงกับที่พักแรมที่มีการจัดประเภทไว้แล้ว

อย่างไรก็ตามการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ร่วมกับมูลนิธิพัฒนามาตรฐานและบุคลากรในอุตสาหกรรม บริการและการท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมไทย (THA) สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (ATTA) และสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษา ได้ดำเนินโครงการจัดทำมาตรฐานโรงแรม ในประเทศไทย เพื่อยกระดับและส่งเสริมมาตรฐานการบริการด้านที่พักของไทยให้ได้มาตรฐานทัดเทียมกับโรงแรมชั้นนำใน ต่างประเทศ สร้างการยอมรับและความเชื่อถือให้กับทั้งผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้องในธุรกิจ โรงแรม ผู้ใช้บริการสามารถเลือกใช้โรงแรมที่ให้บริการได้ตรงกับความต้องการของตน ปัจจุบันมีโรงแรมเข้าร่วมโครงการซึ่งผ่านการรับรองมาตรฐานโรงแรมระดับ 2-5 ดาว ทั่วประเทศ โดยการแบ่งมาตรฐาน โรงแรมมีหลักพิจารณาโดยคร่าว ๆ (ฉันทิช วรรณถนอม, 2552) ดังนี้

มาตรฐานโรงแรมระดับ 1 ดาว นอกจากเรื่องความสะอาดและปลอดภัยที่โรงแรมทุก ระดับให้ความสำคัญแล้วโรงแรมเน้นการมีสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานทั่วไป อาทิ ห้องพัก ที่มีขนาดไม่ เล็กกว่า 10 ตารางเมตร พร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ ภายในห้องน้ำมี กระจกชำระผ้าเช็ดตัวไว้บริการ

มาตรฐานโรงแรมระดับ 2 ดาว มีเฟอร์นิเจอร์ตกแต่งภายในโรงแรม และสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไปไว้บริการ อาทิ ห้องพัก ที่มีขนาดไม่เล็กกว่า 14 ตารางเมตร มีตาแมว โซ่คล้องประตูพร้อมเตียงขนาด 3 ฟุต กระจกแต่งหน้า ถังขยะ โต๊ะ เก้าอี้ น้ำดื่ม โทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไป และ โทรศัพท์ติดต่อกภายใน ห้องน้ำแบบชักโครกมีผ้าเช็ดตัวและกระจกชำระ เป็นต้น

มาตรฐานโรงแรมระดับ 3 ดาว มีสิ่งอำนวยความสะดวกระดับปานกลาง อาทิ ห้องพัก ขนาดไม่น้อยกว่า 18 ตารางเมตร ซึ่งมีโทรทัศน์ขนาด 14 นิ้วขึ้นไปพร้อมรีโมทคอนโทรล ตู้เสื้อผ้า ไฟหัวเตียง เครื่องเขียน

ในห้องน้ำมีอ่างอาบน้ำ ระบบน้ำร้อน-น้ำเย็นเย็น สบู่หมวกอาบน้ำ แก้ว ผ้าเช็ดหน้า ผ้าเช็ดเท้า ถุงใส่ผ้าอนามัย บริการอื่น ๆ ที่มี เช่น รัมเซอร์วิสเซอร์ Coffee Shop ห้องประชุมและอุปกรณ์ที่ จำเป็น Business Center ห้องน้ำสาธารณะ ห้องน้ำคนพิการ เป็นต้น

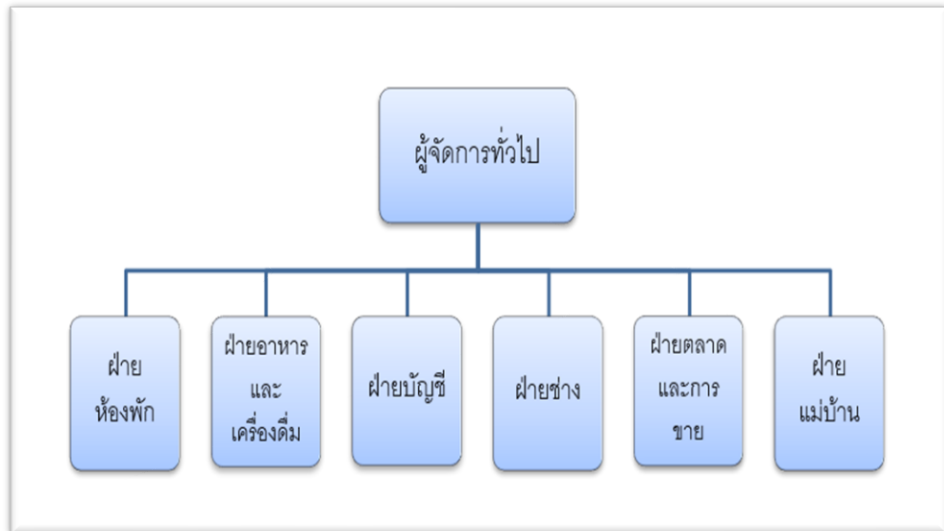
มาตรฐานโรงแรมระดับ 4 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงาม พร้อมด้วยบริการและสิ่งอำนวยความสะดวก อาทิห้องพักมาตรฐานซึ่งกว้างกว่า 24 ตารางเมตร ภายในมีเตียงขนาดไม่น้อย กว่า 3.5 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้วขึ้นไปที่มีรายการให้ชมมากกว่า 8 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ก้าม น้ำร้อนพร้อมชา กาแฟ ชุดขัดรองเท้า ถุงซักผ้า เสื้อคลุมอาบน้ำ รองเท้าแตะ โทรศัพท์ที่สามารถโทร ทางไกล/ต่างประเทศได้โดยตรง ห้องน้ำที่มีเครื่องใช้ครบถ้วน อุปกรณ์ในห้องน้ำที่เพิ่มเติมจากระดับ 3 ดาว คือ ครีมอาบน้ำ แชมพูผ้าเช็ดมือ อุปกรณ์เย็บผ้า ไดรอปู ผม ปลั๊กไฟสำหรับโกนหนวด มีห้องชุด ให้บริการ 2 แบบ นอกจากนั้นยังมีห้องอาหาร ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์มากกว่า 5 ชนิด ห้องอบ ใอน้ำ ห้องนวด สระว่ายน้ำBusiness Center ห้องประชุมใหญ่ และห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 2 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คและอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย

มาตรฐานโรงแรมระดับ 5 ดาว มีการตกแต่งที่สวยงามทั้งภายนอกและภายใน เปรียบพร้อมด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่ประทับใจ อุปกรณ์เครื่องใช้ต่าง ๆ ได้รับการดูแล รักษาให้อยู่ในสภาพดี ห้องพักมาตรฐานกว้างกว่า 30 ตารางเมตร พร้อมเตียงสะอาดขนาดไม่น้อยกว่า 4 ฟุต โทรทัศน์ขนาด 20 นิ้ว ขึ้นไป ซึ่งมีรายการให้ชมมากกว่า 12 ช่องรายการ ตู้เย็น มินิบาร์ และ อุปกรณ์การติดต่อสื่อสารที่ครบครัน ห้องน้ำขนาดใหญ่ สุขภัณฑ์สะอาด สวยงาม เครื่องใช้ครบถ้วน พร้อมเครื่องชั่งน้ำหนัก และโทรศัพท์ฟวางอยู่ ภายใน นอกจากนั้นยังมีห้องชุดให้เลือกใช้บริการถึง 3 แบบ ห้องอาหารซึ่งให้บริการทั้งอาหารไทยและอาหารนานาชาติ ห้องออกกำลังกายที่มีอุปกรณ์ มากกว่า 7 ชนิด ห้องอบใอน้ำอ่างจากุซซี่ ห้องนวด สระว่ายน้ำ ห้องประชุมใหญ่ที่มีอุปกรณ์ครบถ้วน พร้อมห้องประชุมย่อยอีกไม่น้อยกว่า 4 ห้อง มีระบบการตรวจเช็คความปลอดภัยและอุปกรณ์ที่ทันสมัย

4.2.2 โครงสร้างการบริหารงานภายในธุรกิจโรงแรมและที่พัก

การดำเนินงานของธุรกิจโรงแรมและที่พักเป็นธุรกิจบริการ (Service Business) ที่มีการดำเนินงานตลอดเวลา 24 ชั่วโมงต่อวันต่อสัปดาห์ ตลอดเดือนตลอดปีไม่มีวันหยุด จึงต้องมีผู้บริหารระดับต่าง ๆ และพนักงานปฏิบัติงานอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง ประสานงานร่วมมือกันเพื่อประสิทธิผล และประสิทธิภาพสูงสุด (Most Effective and Efficiency) โรงแรมขนาดใหญ่มีลักษณะเป็นอุตสาหกรรม (Industrial) ครอบคลุมการทำงานฝ่าย แผนกและหน่วยต่าง ๆ (Division, Departments and Sub-departments) ตำแหน่งงานมากกว่า 100 ตำแหน่ง เพื่อให้กิจการดำเนินไปด้วยดีไม่มีการทำงานซ้ำซ้อนจึงต้องจัดโครงสร้างองค์กรและวางนโยบายหลัก (Organizational Structure and Major Policies) เป็นเครื่องนำทางกำกับการบริหารจัดการ และปฏิบัติงาน

โครงสร้างขององค์กรธุรกิจโรงแรมคือ การกำหนดและแบ่งบทบาทการทำงานของพนักงานเพื่อให้เกิดการประสานงานและร่วมมือซึ่งกันและกัน โดยจะมีการจัดทำแผนภูมิองค์กร (Organization Charts) แบ่งสายงานลำดับการบังคับบัญชา เพื่อให้ผู้บริหารทุกระดับทั้ง ฝ่าย แผนก หน่วย และพนักงานตำแหน่งต่าง ๆ รับผิดชอบงานในหน้าที่เฉพาะด้านอย่างเป็นระเบียบถูกต้องเพื่อการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรโรงแรม



ภาพที่ 4.1 ภาพแผนภูมิองค์กรของโรงแรมทั่วไป

ที่มา : วีระ วีระโสภณ 2563

จากแผนภาพด้านบนแสดงถึงบทบาทหน้าที่ของผู้จัดการทั่วไป ซึ่งแบ่งเป็นฝ่ายต่าง ๆ ได้ดังนี้คือ

- ฝ่ายห้องพัก (Room Division)
- ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage)
- ฝ่ายบัญชี (Accounting)
- ฝ่ายช่าง (Engineering)
- ฝ่ายตลาดและการขาย (Marketing & Sales)
- ฝ่ายแม่บ้าน (Housekeeping)

โดยในแต่ละฝ่ายจะมีผู้จัดการทั่วไป (General Manager) เป็นผู้รับผิดชอบและบริหาร

ผู้จัดการทั่วไป (General Manager) หมายถึง บุคคลที่ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการบริหาร ให้ดำรงตำแหน่งผู้จัดการทั่วไป บุคคลดังกล่าวอาจเป็นหนึ่งในคณะกรรมการบริหารหรือเป็นบุคคลภายนอก ที่คณะกรรมการบริหารเชิญมาดำรงตำแหน่งให้เงินเดือนเป็นค่าตอบแทน เนื่องจากมีคุณสมบัติที่เหมาะสม มีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ในการบริหารงานด้านโรงแรม ผู้จัดการทั่วไปมีหน้าที่และความรับผิดชอบในการบริหาร และควบคุมการปฏิบัติงานของทุกฝ่ายภายในโรงแรมให้ดำเนินไปตามเป้าหมายและนโยบายที่คณะกรรมการบริหารของโรงแรมกำหนดไว้ รวมทั้งเป็นผู้ประสานงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ภายในโรงแรมให้สามารถดำเนินงานไปอย่างราบรื่น และสอดคล้องกันกับเป้าหมายการบริหารงานของโรงแรม

ฝ่ายห้องพัก (Room Division) หมายถึง ฝ่ายที่มีขนาดใหญ่ที่สุดฝ่ายหนึ่งในโรงแรม เนื่องจากมีพนักงานประจำมากที่สุด และยังเป็นฝ่ายที่สำคัญมากของโรงแรมเพราะมีหน้าที่ให้บริการลูกค้าโดยตรง พนักงานต้องพบปะกับแขกผู้พักหรือผู้เข้ามาติดต่อในโรงแรมมากที่สุดในช่วงปฏิบัติงานและตลอดเวลาที่ลูกค้าพักอยู่ การปฏิสัมพันธ์ (Interaction) จะมีผลโดยตรงต่อความรู้สึกพึงพอใจของลูกค้าผู้ใช้บริการ นอกจากนั้น ฝ่ายห้องพักยังเป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับลูกค้าที่พักในโรงแรม และอื่น ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อการให้บริการ ในทางปฏิบัติ พนักงานสังกัดฝ่ายนี้ไม่เพียงต้องปฏิบัติงานตามหน้าที่เพื่ออำนวยความสะดวกแก่แขกผู้เข้ามาพัก แต่ยังต้องบันทึกข้อมูลความเป็นไปเกี่ยวกับแขก (เช่น การเก็บประวัติลูกค้า) และเป็นตัวแทนในการส่งเสริมการขาย (เช่น การแนะนำให้ผู้พักได้ใช้บริการห้องอาหารหรือห้องกิจกรรมต่าง ๆ ในโรงแรม) และบางเวลาที่เหมาะสม พนักงานในสังกัดนี้ยังอาจมีบทบาทกลายเป็นเพื่อนที่ผู้เดินทางมาพักเพียงลำพังจะพูดคุยได้อีกด้วย ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น (2546) สรุปได้ว่าหน้าที่ที่สำคัญของฝ่ายห้องพักได้แก่ บริเวณส่วนหน้า ซึ่งมีผู้จัดการส่วนหน้า (Front office manager) เป็นผู้ควบคุมดูแล และส่วนบริเวณที่พักซึ่งอยู่หน้ารับผิดชอบของแม่บ้าน (Executive Housekeeper) อย่างไรก็ตาม ในโรงแรมบางแห่งอาจไม่ปรากฏตำแหน่ง Room division manager แต่มีการจัดแบ่งแผนกตามหน้าที่ปฏิบัติการโดยตรง คือ แบ่งเป็นแผนกงานส่วนหน้าและแผนกงานแม่บ้านให้เป็นอิสระจากกันและขึ้นตรงต่อผู้จัดการทั่วไป

ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม (Food & Beverage) หมายถึง หน้าที่การให้บริการด้านอาหารและเครื่องดื่มภายในโรงแรมซึ่งเป็นฝ่ายที่คอยให้บริการแก่ลูกค้าของโรงแรมทั้งที่เป็นบริการปกติ และการบริการงานจัดเลี้ยงทั้งภายในโรงแรมและภายนอกสถานที่โรงแรม รวมทั้งการจัดเลี้ยงในงานประชุมสัมมนา การบริการอาหารเครื่องดื่มในห้องพัก (Room service) การบริการอาหารงานของฝ่ายอาหารและเครื่องดื่มของโรงแรมระดับมาตรฐาน จะแบ่งงานบริหารออกเป็น 3 ฝ่ายด้วยกัน คือ ฝ่ายผลิตอาหาร (Food production) ฝ่ายบริการอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage service) และฝ่ายจัดการธุรกิจ (Business management) (ฉลองศรี พิมลสมพงษ์, 2543, หน้า12-21)

ฝ่ายบัญชีและการเงิน (Accounting and Finance) หมายถึง ทำหน้าที่ในการตรวจสอบรายรับ – รายจ่ายทั้งหมดที่เกิดขึ้นในโรงแรม รวมถึงควบคุมการจัดซื้อจากแผนกต่าง ๆ เช่น แผนกแม่บ้าน ฝ่ายอาหารและเครื่องดื่ม หรือแผนกบริการส่วนหน้าของโรงแรม ซึ่งโดยทั่วไปหัวหน้าฝ่ายบัญชีจะมีหน้าที่ในการกำหนดงบประมาณในแต่ละปีเสนอแก่คณะผู้บริหารโรงแรม เมื่องบประมาณผ่านการอนุมัติแล้ว หัวหน้าฝ่ายบัญชีมีหน้าที่ประสานงานกับทุกฝ่าย เพื่อให้แต่ละฝ่ายใช้งบประมาณที่มีอย่างเหมาะสม โดยฝ่ายการบัญชีการเงินนั้นเน้นเสนอข้อมูลเกี่ยวกับงบการเงิน (ซึ่งได้แก่ งบดุล งบกำไรขาดทุน งบแสดงการเปลี่ยนแปลงส่วนของผู้ถือหุ้น งบกระแสเงิน) ให้แก่ผู้บริหาร ผู้ถือหุ้น เจ้าหนี้ นักลงทุน และหน่วยงานราชการ (ได้แก่ กรมสรรพากร และกระทรวงพาณิชย์) ในขณะที่ การบัญชีบริหาร เน้นนำเสนอข้อมูลเพื่อการบริหาร เพื่อการตัดสินใจ การวางแผน การอำนวยความสะดวก และการควบคุม โดยเสนอแก่ ฝ่ายบริหารของกิจการของโรงแรม ได้แก่ ประธานกรรมการ กรรมการบริหาร ผู้จัดการฝ่ายต่าง ๆ ภายในโรงแรม เป็นต้น

ฝ่ายช่าง (Engineering) หมายถึง ฝ่ายที่มีหน้าที่รับผิดชอบและบำรุงรักษาทั้งภายในและภายนอกโรงแรม รวมถึงรักษาให้เครื่องมือและเครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในโรงแรมทำงานได้นานและมีประสิทธิภาพ โดยฝ่ายช่างต้องทำงานประสานกันกับแผนกแม่บ้านและแผนกงานบริการส่วนหน้า เรื่องสภาพห้องพัก รวมถึงคอย

ตรวจสอบสิ่งของเครื่องใช้ต่าง ๆ ภายในโรงแรม ฝ่ายนี้ไม่ได้ทำรายได้โดยตรงให้แก่โรงแรมแต่มีหน้าที่สนับสนุนให้อาคารและสิ่งอำนวยความสะดวกภายในโรงแรมมีคุณภาพที่ดีพร้อมใช้สำหรับลูกค้า

ฝ่ายตลาดและการขาย (Marketing & Sales) หมายถึง ฝ่ายที่มีหน้าที่ในการศึกษาและวิเคราะห์ตลาดเพื่อที่จะกลุ่มลูกค้าของโรงแรม และวางแผนการตลาดของโรงแรมในแต่ละปี เพื่อให้พนักงานขายของโรงแรมนำสินค้าและบริการของโรงแรมที่ฝ่ายการตลาดได้วางแผนไว้นำไปเสนอขายต่อกลุ่มลูกค้าโดยแบ่งหน้าที่ของพนักงานขายตามกลุ่มของลูกค้า เช่น พนักงานขายกลุ่มลูกค้าภาครัฐ (sales government) พนักงานขายกลุ่มลูกค้าภาคเอกชน (sales corporate) พนักงานขายกลุ่มลูกค้าบริษัททัวร์ (sales agent) พนักงานขายกลุ่มลูกค้างานจัดเลี้ยง (sales catering) เป็นต้น

ฝ่ายแม่บ้าน (Housekeeping) หมายถึง ฝ่ายที่อาจจะไม่ได้พบเจอกับลูกค้าของโรงแรมโดยตรงแต่แม่บ้านส่วนใหญ่จะเป็นงานหลังบ้าน การติดต่อกับลูกค้าก็มีส่วนสำคัญไม่น้อย ยกตัวอย่างเช่น ลูกค้าถามข้อมูลเกี่ยวกับการบริการอาหารเครื่องดื่มของโรงแรมหรือการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ คุณอาจจะคิดว่า แม่บ้านแต่ในฐานะพนักงานคนหนึ่งของโรงแรมก็ควรจะต้องรู้เรื่องเกี่ยวกับบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่โรงแรมจัดไว้ให้ลูกค้ามากพอที่จะตอบคำถามพื้นฐานของลูกค้าได้ ซึ่งในทางหนึ่งก็เป็นทำให้ความช่วยเหลือแก่ลูกค้าด้วย ถ้าแม่บ้านสามารถตอบคำถามของลูกค้าได้ และตอบอย่างชัดเจนด้วยความเต็มอกเต็มใจก็จะมีส่วนช่วยให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกที่ดีและอยากกลับมาพักหรือใช้บริการที่โรงแรมอีก ซึ่งก็เป็นสิ่งที่ดีมีประโยชน์ต่อโรงแรมและต่อพนักงานทุกคนที่ทำงานในโรงแรมนั้นด้วย ตำแหน่งงานในแผนกแม่บ้าน โดยทั่วไปเช่น หัวหน้าแผนกแม่บ้าน (Executive Housekeeper) แม่บ้านประจำชั้นห้องพักของโรงแรม (Floor Housekeeper) พนักงานดูแลห้องพัก (Room Attendant) พนักงานทำความสะอาด (Cleaner) เป็นต้น

4.2.3 ระบบการบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมและที่พัก

อุตสาหกรรมโรงแรมและที่พักเป็นอุตสาหกรรมที่มีการพัฒนาเรื่องรูปแบบการบริหารจัดการเรื่อยมาจนถึงปัจจุบัน ซึ่งธุรกิจโรงแรมแต่ละแห่งก็จะมีรูปแบบการบริหารงานที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการตลาดทรัพยากรภายในองค์กร และสภาพเศรษฐกิจของโรงแรมนั้น ๆ ซึ่งสามารถแบ่งการบริหารจัดการออกเป็นดังนี้

4.2.3.1 ระบบอิสระ (Independents System)

ระบบอิสระ หรือ Independent System คือ โรงแรมที่ไม่ได้เข้าร่วมกับองค์กรธุรกิจใดๆ ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ไม่ว่าจะเป็นเครือข่ายโรงแรมต่าง แพรนไชส์ หรือบริษัทรับบริหารจัดการในธุรกิจโรงแรมใดๆ ทั้งสิ้น เป็นโรงแรมที่เจ้าของบริหารงานเอง ซึ่งในบางแห่งเป็นลักษณะการบริหารงานแบบครอบครัว ส่วนใหญ่จะเป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองเล็ก ๆ และในชุมชนริสอร์ทตามฤดูกาล แยกหรือผู้มาใช้บริการในโรงแรมอิสระมักนิยมการบริการที่เป็นส่วนตัว และนิยมโรงแรมที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง ซึ่งเอกลักษณ์ดังกล่าวนี้อาจจะเป็นเอกลักษณ์ในเรื่องสถานที่ตั้ง การบริการ การออกแบบ และ/หรือ วิธีการจัดการทรัพย์สินก็ได้

ลักษณะทั่วไปของกิจการที่มีรูปแบบจัดการแบบอิสระ ได้แก่ด้านรายได้และการเงิน หากธุรกิจดำเนินไปได้ดีประสบความสำเร็จ กิจการจำได้รับผลตอบแทนเป็นกำไรเต็มจำนวน ในทางกลับกัน ก็จะได้รับภาระขาดทุนโดยตรงจากการบริหารเองและรับผิดชอบหนี้สินทั้งหมด ส่วนมากเงินทุนจะมีจำกัด และแหล่งเงินทุนมี

น้อย ต้องเสียค่าใช้จ่ายสูงในการได้มาซึ่งแหล่งเงินเพื่อการเพิ่มทุน การเติบโตของกิจการแม้จะเป็นไปได้ช้าแต่มีความแน่นอน

ข้อได้เปรียบและเสียเปรียบการบริการงานโรงแรมระบบอิสระ

ข้อได้เปรียบ

1. การบริหารงานมีความคล่องตัวมากกว่า เนื่องจากเจ้าของและผู้บริหารงานมักเป็นบุคคลคนเดียวกันการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจสามารถทำได้อย่างรวดเร็ว

2. โรงแรมที่ใช้ระบบบริหารงานแบบอิสระมักเป็นโรงแรมขนาดเล็กที่มีกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดที่จำกัด ซึ่งนับเป็นสิ่งที่ดีเนื่องจากโรงแรมสามารถสร้างเอกลักษณ์หรือจุดขายของตนเองได้ง่าย

3. การโฆษณาและประชาสัมพันธ์โรงแรมแบบอิสระทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน เช่น การประชาสัมพันธ์แบบ Direct Mail โดยส่งเอกสารไปยังแขกและผู้ที่เคยมาใช้บริการโดยตรง

ข้อเสียเปรียบ

1. โรงแรมระบบอิสระมักมีปัญหาเรื่องการจัดการด้านการเงิน โดยเฉพาะการบริการค่าใช้จ่าย แรงงาน และการควบคุมคุณภาพ ในกรณีนี้ผู้จัดการทั่วไปจะต้องมีความเข้าใจในการออกแบบระบบ และการสนับสนุนให้ดี

2. โรงแรมระบบอิสระมักจะได้รับพนักงานที่ขาดประสบการณ์ เนื่องจากโอกาสความก้าวหน้ามีไม่มากนัก ผู้ที่มีประสบการณ์มากจึงไม่มาสมัครทำงานในโรงแรมระบบนี้ และไม่มีระบบในการจัดการฝึกอบรมพนักงาน โดยส่วนใหญ่จะให้เพื่อนร่วมงานที่ปฏิบัติงานในตำแหน่งเดียวกันมาก่อนเป็นผู้ฝึกอบรมให้

3. ในการแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน เจ้าของหรือผู้บริหารมักจะต้องแก้ปัญหาด้วยตัวเองตามลำพัง ขาดการสนับสนุนช่วยเหลือจากผู้อื่น ซึ่งในบางครั้งอาจเกิดความผิดพลาดในการตัดสินใจได้

4.2.3.2 ระบบเครือข่าย (Chain System)

ระบบเครือข่าย หรือ Chain System คือ การบริหารงานในลักษณะของการรวมกลุ่มกันของโรงแรมต่างๆ โดยมีความเป็นเจ้าของ และ/หรือ การควบคุมการบริหารและการควบคุมดูแลที่เหมือนกันหรืออยู่ในระบบเดียวกัน การจัดการในระบบนี้สามารถเกิดขึ้นได้หลายทาง เช่น chains อย่าง Interstate Hotels, Inc. และ Ocean Properties, Ltd. พัฒนาขึ้นโดยการใช้สัญญา franchise และ management contracts อีกกรณีหนึ่ง เช่น Adam's Mark และ Canadian Pacific Hotels ทุกกิจการที่อยู่ภายใต้เครือข่ายเดียวกันถูกบริหารและเป็นเจ้าของโดยบริษัทเดียว และส่วนใหญ่จะตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ หรือในทำเลที่มีผู้เดินทางหรือนักท่องเที่ยวไปมาเป็นจำนวนมาก หรืออยู่ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความต้องการที่พักสม่ำเสมอในปริมาณสูง โรงแรมในกลุ่มจะดำเนินการทางธุรกิจโดยใช้ชื่อประกอบการร่วมกัน และ/หรืออยู่ภายใต้ระบบบริหารเดียวกัน ที่มาจากส่วนกลาง การเติบโตเป็นกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผลจากการขยายกิจการของโรงแรมที่ประสบความสำเร็จ

มีความรอบรู้และชำนาญในการบริหารจนเป็นที่รู้จักในตลาด จึงใช้ชื่อประกอบการเดิมเพื่อแสดงความเป็นกลุ่มเดียวกัน ที่ยังคงนโยบายและแนวทางการดำเนินงานเหมือนกัน

อย่างไรก็ตามการขยายกิจการที่ต้องอาศัยเงินทุนที่มีจำกัดเพียงแหล่งเดียว ทำให้สูญเสียโอกาสการทำรายได้ในสถานการณ์ตลาดที่ยังมีความต้องการที่พอกอีกมาก ขณะเดียวกันก็มีผู้สนใจที่ต้องการเข้ามาลงทุนประกอบธุรกิจโรงแรม แต่ขาดความรู้ความชำนาญ ดังนั้นจึงได้มีการพัฒนาการจัดการธุรกิจ ที่อำนวยความสะดวกต่อการเติบโตอย่างรวดเร็วของกลุ่มที่มีความสามารถในวิชาชีพขึ้น จนกลายเป็นรูปแบบการจัดการโรงแรมที่ได้รับความนิยมเพราะสอดคล้องกับความต้องการทั้งสองฝ่าย คือ รูปแบบการจัดการภายใต้สัญญาว่าจ้างบริหารหรือสัญญาจัดการ (Management Contract) และการจัดการในระบบธุรกิจแฟรนไชส์ (Franchise) ซึ่งเป็นวิธีสำคัญที่ช่วยให้การขยายกิจการโรงแรมในกลุ่มเพิ่มจำนวนได้เร็วในตลาดซึ่งหลายคนมีความเชื่อผิดๆ ที่ว่าการบริหารจัดการแบบ Franchise และ chain นั้นเหมือนกัน ซึ่งโดยความเป็นจริงแล้วกิจการที่บริหารแบบ franchise คือส่วนหนึ่งของเครือข่าย ส่วนกิจการที่บริหารจัดการแบบเครือข่ายไม่จำเป็นจะต้องเป็นแบบ franchise

ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการบริหารงานโรงแรมระบบเครือข่าย

ข้อได้เปรียบ

1. การบริหารงานมีความคล่องตัวทางการเงินมากกว่า เนื่องจากมีเงินทุนเป็นจำนวนมาก
2. ใช้มาตรฐานเดียวกันในการให้บริการแก่แขกที่มาพักในโรงแรมในเครือทุกแห่ง
3. ง่ายต่อการกำหนดมาตรฐานการบริการและนโยบายด้านการปฏิบัติการ
4. โรงแรมระบบเครือข่ายสามารถเลือกพนักงานที่มีความรู้ความสามารถมาปฏิบัติงานได้ เนื่องจากความก้าวหน้าในโรงแรม จึงเป็นที่ดึงดูดของผู้ที่มีความสนใจปฏิบัติงานในโรงแรม
5. ในกรณีที่เกิดปัญหา ก็สามารถขอความช่วยเหลือหรือขอคำแนะนำจากเครือข่ายได้ตลอดเวลา

ข้อเสียเปรียบ

1. การบริหารงานและการตัดสินใจในบางเรื่องอาจล่าช้า เนื่องจากจะต้องรอให้ทางเครือข่ายเป็นผู้พิจารณาก่อน
2. ผู้บริหารรวมทั้งพนักงานในโรงแรมขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการบริการ เนื่องจากทุกสิ่งทุกอย่างเครือข่ายจะเป็นผู้กำหนดให้ทั้งสิ้น
3. การสร้างเอกลักษณ์ของโรงแรมระบบเครือข่ายทำได้ยากเนื่องจากความหลากหลายของแขกที่มาพักและใช้บริการ

เครือข่ายโรงแรมระหว่างประเทศที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องกับกิจการโรงแรมในประเทศไทย

- กลุ่ม Accor จากฝรั่งเศส ซึ่งบริหารหรือขายสิทธิใช้ตราโรงแรมที่ชื่อว่า Sofitel, Novotel, Mercure, Ibis

- กลุ่ม Choice Hotels International จากสหรัฐอเมริกาซึ่งขายสิทธิใช้ตราโรงแรมที่ชื่อว่า Clarion, Quality, Comfort, Sleep
 - กลุ่ม Holiday Inn Worldwide จากสหรัฐอเมริกาซึ่งบริหารหรือขายสิทธิใช้ตราโรงแรมที่ชื่อว่า Holiday Inn Crown Plaza, Holiday Inn, Garden Court
 - กลุ่ม ITT Sheraton Corp. จากสหรัฐอเมริกาซึ่งบริหารโรงแรมที่ชื่อว่า Sheraton
 - กลุ่ม Meridien จากสหรัฐอเมริกาซึ่งบริหารโรงแรมที่ชื่อว่า Le Meridien
 - กลุ่ม Sol จากสเปนอเมริกาซึ่งบริหารหรือขายสิทธิใช้ตราโรงแรมที่ชื่อว่า Melia, Sol
 - กลุ่ม Hyatt International จากสหรัฐอเมริกาซึ่งบริหารโรงแรมที่ชื่อว่า Grand Hyatt, Hyatt
 - กลุ่ม Shangri-La International จากฮ่องกงซึ่งบริหารโรงแรมที่ชื่อว่า Shangri-La
- ในส่วนเครือโรงแรมที่ก่อตั้งในประเทศไทยที่มีกิจการด้านรับจ้างบริหารโรงแรมได้แก่
- เครือดุสิตธานี ซึ่งบริหารหรือขายสิทธิใช้ตราโรงแรมที่ชื่อว่า Dusit, Royal Princess, Pathumwan Princess, Thani
 - เครืออมารี ซึ่งบริหารโรงแรมที่ใช้ชื่อว่า Amari

4.2.3.3 การดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาแบบแฟรนไชส์ (Franchise)

แฟรนไชส์เป็นวิธีการตกลงกันทางธุรกิจแบบหนึ่งโดยทำเป็นสัญญาระหว่างแฟรนไชเซอร์ (Franchisor) ซึ่งเป็นบริษัทผู้ให้สิทธิดำเนินการ และแฟรนไชซี (Franchisee) ซึ่งเป็นโรงแรมผู้รับสิทธิ โดยฝ่ายแรกเป็นเจ้าของระบบดำเนินการ อนุญาตให้ฝ่ายหลังใช้สิทธิในการใช้ชื่อทางการค้าและวิธีดำเนินธุรกิจภายใต้การควบคุมดูแลตามเงื่อนไขที่กำหนด โดยมีการจ่ายค่าตอบแทนการใช้วิธีดำเนินธุรกิจที่เจ้าของระบบได้พัฒนาขึ้น ลักษณะสำคัญของแฟรนไชส์คือ เป็นระบบจัดจำหน่าย (Distribution) ที่มีการจำกัดสิทธิให้เฉพาะสมาชิกในกลุ่มที่ได้รับอนุญาต โดยเปิดโอกาสให้กิจการที่สนใจทั่วไปเข้าร่วมระบบได้ แต่จะต้องผ่านการคัดเลือกโดยพิจารณาความเหมาะสม เพราะเป็นระบบที่ต้องพึ่งพากัน

สัญญาแบบแฟรนไชส์จะผูกพันระหว่างสองฝ่ายภายในระยะเวลาหนึ่งตามข้อตกลงที่ระบุรายละเอียดไว้ซึ่งสามารถขยายขอบเขตสิทธิต่างได้ เช่น การขายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น การปรับวิธีดำเนินการและอื่นๆ นอกจากนั้นกิจการทั้งสองฝ่ายจะมีอิสระในด้านการเงิน เจ้าของโรงแรมผู้รับสิทธิจะเป็นผู้ลงทุนดำเนินการและจ่ายค่าตอบแทนเป็นค่าสิทธิ ซึ่งอาจกำหนดเป็นค่าธรรมเนียมลักษณะต่างๆ ได้แก่ ค่าธรรมเนียมเบื้องต้น ค่าธรรมเนียมรายปี และค่าวัสดุ สิ่งของเครื่องใช้สำหรับการดำเนินธุรกิจ (คิดจากยอดขาย) โดยจ่ายให้กับบริษัทผู้ให้สิทธิซึ่งเป็นผู้ลงทุนในการพัฒนาระบบดำเนินการ การมีโรงแรมจำนวนมากร่วมใช้ชื่อและวิธีการทางการค้าจึงกลายเป็นการร่วมลงทุนในการขยายกิจการให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการบริหารงานโรงแรมระบบ Franchise

ข้อได้เปรียบ

1. ช่วยส่งเสริมทางการตลาด เช่น ในเรื่องการประชาสัมพันธ์และกลยุทธ์ทางการตลาด
2. ช่วยสร้างแรงจูงใจในการซื้อของแขกและส่งเสริมให้แขกมีความจงรักภักดีต่อชื่อของกลุ่ม
3. ช่วยในด้านการอบรมบุคคล

ข้อเสียเปรียบ

1. การรักษามาตรฐานของโรงแรมในเครือ ถ้าบริษัทลูกไม่สามารถรักษามาตรฐานได้ จะส่งผลกระทบต่อชื่อเสียงของกลุ่มและบริษัทในเครือได้ทั้งหมด

2. ค่าใช้จ่าย Franchise Fees ค่อนข้างสูง

3. การตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ อาจล่าช้า เนื่องจากต้องได้รับการสนับสนุนจากบริษัทแม่ก่อน

4.2.3.4 การดำเนินธุรกิจภายใต้สัญญาจัดการ (Management Contract)

เป็นการจัดการโดยว่าจ้างบริษัทจัดการเข้ามาบริหารโรงแรมภายใต้สัญญาจัดการ ซึ่งทำขึ้นระหว่างเจ้าของโรงแรม (Owner) และบริษัทจัดการซึ่งเป็นผู้ดำเนินการ (Operator) ที่มีความรู้ความชำนาญในวิชาชีพมาทำหน้าที่บริหาร โดยมีข้อตกลงกันดังนี้

ฝ่ายเจ้าของโรงแรม (Owner)

- เป็นผู้ลงทุนดำเนินการ มีกรรมสิทธิ์ในทรัพย์สินรวมถึงที่ดิน อุปกรณ์เครื่องใช้ เครื่องตกแต่ง
- ตกลงให้ผู้ดำเนินงาน (คือบริษัทจัดการ) เป็นผู้มีอำนาจ และมีสิทธิ์ขาดในการควบคุมการบริหารจัดการโดยสมบูรณ์
- ไม่ก้าวก้าวยางานบริหารจัดการโรงแรม
- เป็นผู้จ่ายค่าจ้างและเงินเดือนทั้งหมด
- รับผิดชอบให้มีการทำประกันภัยคุ้มครองชีวิตและทรัพย์สิน
- รับผิดชอบค่าใช้จ่ายตามสัญญาจัดการ ได้แก่ ค่าจ้างบริหาร ส่วนแบ่งตามรายได้และยอดขายและค่าธรรมเนียมอื่น ๆ

ฝ่ายผู้ดำเนินการ/บริษัทจัดการ (Operator/Management Company)

- รับผิดชอบการบริหารงานตามระบบ และนโยบายของบริษัทจัดการภายใต้ชื่อและมาตรฐานของเครือ รวมทั้งนำระบบจัดจำหน่ายทั่วโลก (GDS) มาใช้ในงานรับจอง
- บริหารงานบุคคล (ตั้งแต่การคัดเลือก ว่าจ้าง อบรมพนักงาน จนถึงควบคุมการปฏิบัติ)
- กำหนดราคาขาย และอัตราค่าบริการต่าง ๆ
- จัดทำระบบบัญชี

- เจริญต่อรองในการจัดจ้างบริการอื่นที่จำเป็น
- จัดหาวัสดุอุปกรณ์เครื่องใช้ทั้งหมดที่ใช้หมดที่ใช้สำหรับการดำเนินงานโรงแรม
- บริหารการตลาดรวมถึงการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จัดรายการส่งเสริมการขาย
- ดูแลรักษาทรัพย์สิน รวมถึงการปรับปรุงซ่อมบำรุงอาคารสถานที่
- ปฏิบัติตามกฎหมายท้องถิ่น

ค่าธรรมเนียมในการบริหารจัดการซึ่งมักจะคิดเป็นรายปี มีวิธีการคิดหลายแบบแต่ที่เป็นที่นิยมมีอยู่

ด้วยกัน 2 แบบ คือ คิดจากรายรับทั้งหมดที่โรงแรมได้รับ (Gross Revenue) และคิดจากผลกำไรจากการดำเนินงานของโรงแรม (Gross Operating Profit) บางสัญญาที่ใช้วิธีการทั้งสองแบบผสมผสานเข้าด้วยกัน ซึ่งในแต่ละวิธีต่างก็เอื้อประโยชน์ต่อเจ้าของและผู้บริหารจัดการต่างกันไป เช่น การคิดค่าธรรมเนียมจากรายรับทั้งหมดของโรงแรมนั้น ผู้บริหารจัดการสามารถใช้จ่ายเงินในการดำเนินการต่าง ๆ ได้อย่างเสรี โดยไม่กระทบกระเทือนกับค่าธรรมเนียมที่ตนจะได้รับแต่อย่างใด ส่วนวิธีคิดจากผลกำไร ก็มักจะเป็นภาระที่ผู้บริหารจัดการจะต้องบริหารจัดการโรงแรมให้มีกำไรมากที่สุด จึงจะทำให้ตนได้รับประโยชน์สูงสุด การใช้จ่ายในเรื่องต่างๆ จึงต้องมีความรอบคอบมากขึ้น

ระยะเวลาของสัญญาก็เป็นอีกเรื่องหนึ่งที่มีความสำคัญในการร่วมสัญญาในการบริหารโรงแรม ผู้บริหารจัดการต้องการร่วมสัญญาที่มีระยะเวลายาวนาน ทั้งนี้เพื่อปกป้องและให้ได้รับค่าตอบแทนคุ้มกับการลงทุนของตนในด้านต่างๆ เช่น อุปกรณ์เครื่องใช้บางอย่าง การออกแบบตกแต่งโรงแรม รวมทั้งค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เป็นการร่วมรับภาระกับเจ้าของ อย่างไรก็ตามสัญญาที่มีระยะเวลายาวนานมักไม่เป็นผลดีต่อเจ้าของ โดยเฉพาะในเรื่องของความยืดหยุ่นและการขอแก้ไขหรือการขอเลิกสัญญา ผู้บริหารจัดการโรงแรมที่มีชื่อเสียงสามารถต่อรองกับเจ้าโรงแรมให้มีการทำสัญญาในระยะยาวได้ ซึ่งส่วนมากจะมีระยะเวลาตั้งแต่ 8 ถึง 10 ปี

ข้อได้เปรียบเสียเปรียบของการบริหารโรงแรมระบบทำสัญญาจัดการ

ข้อได้เปรียบ

1. ในแง่ของเจ้าของโรงแรม การทำสัญญาร่วมจัดการกับบริษัทรับบริหารจัดการธุรกิจโรงแรมที่มีประสบการณ์สูง หรือเป็นบริษัทที่มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป เป็นสิ่งที่ประกันถึงผลตอบแทนที่เจ้าของโรงแรมจะได้รับ แม้ว่าจะต้องจ่ายค่าธรรมเนียมบริหารจัดการไปบางส่วนก็ตาม

2. ในแง่ของผู้ที่รับบริหารจัดการ การทำสัญญาร่วมจัดการเป็นการขยายธุรกิจของตนออกไป โดยลงทุนเพียงเล็กน้อยบางส่วนเท่านั้น ผู้บริหารจัดการสามารถดูแลควบคุมทรัพย์สินเป็นจำนวนมาก โดยมีอัตราเสี่ยงทางการเงินต่ำ

ข้อเสียเปรียบ

1. ในแง่เจ้าของโรงแรม ในขณะที่ตนเองไม่ต้องรับผิดชอบในเรื่องการบริหารจัดการ แต่จะต้องรับผิดชอบในเรื่องค่าใช้จ่ายทั้งหมด แม้ว่าในอนาคตผู้รับบริหารจัดการอาจจะมีร่วมลงทุนในบางส่วนแต่

เจ้าของโรงแรมก็ยังคงต้องรับภาระในการระดมทุนเพื่อมาใช้ในการบริหารทรัพย์สิน ไม่ว่าจะโรงแรมจะอยู่ในภาวะใด ค่าธรรมเนียมบริหารจัดการ (Management Fee) ก็ไม่ได้เปลี่ยนแปลงแต่อย่างใด

2. ในแง่ของผู้บริหารจัดการ ความน่าเชื่อถือของผู้บริหารจัดการเกิดจากผลการบริหารโรงแรมที่ตนดูแลอยู่ ในกรณีที่เจ้าของปฏิเสธในการจัดหาหรือไม่สามารถหาเงินทุนมาเพิ่มได้ ก็ย่อมส่งผลถึงการดำเนินงาน ซึ่งในที่สุดก็จะส่งผลต่อไปยังชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ และเนื่องจากธุรกิจโรงแรมเป็นธุรกิจที่ไม่สามารถจะประสบความสำเร็จได้เพียงชั่วข้ามคืน ต้องใช้เวลาเป็นแรมปีในการสร้างผลกำไร ดังนั้นผู้ที่อยู่ร่วมในธุรกิจนี้เป็นเวลานานเท่านั้น จึงจะสามารถได้รับประโยชน์ในกรณีนี้

4.3 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

ธุรกิจให้บริการแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวไม่ว่าเป็นสถานที่ต่าง ๆ กิจกรรมประเพณีวัฒนธรรมจะเป็นสิ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมของแต่ละท้องถิ่นที่มีความแตกต่างและหลากหลาย สามารถที่จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเดินทางไปเที่ยวชมยังแหล่งท่องเที่ยวเหล่านั้นซึ่งธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้หลายประเภท ราณี อธิชัยกุล (2546) ดังนี้

4.3.1 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติในปัจจุบันส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่ของหน่วยงานที่เป็นของภาครัฐรับหน้าที่ดูแลและให้บริการกับนักท่องเที่ยวทางเข้ามาเที่ยวชมและศึกษาภูมิศาสตร์ธรณีวิทยา และระบบป่าไม้ที่หลากหลาย เช่นอุทยานแห่งชาติ วนอุทยาน สวนรุกขชาติ เป็นต้น แต่ก็มีหน่วยงานภาคเอกชนเข้ามาดำเนินการทำธุรกิจการให้บริการแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและ ความงามตามธรรมชาติด้วย เช่นสวนดอกไม้ สถานีเพราะพันธุ์ไม้ สวนกล้วยไม้สวนพันธุ์ไม้มีความโดดเด่นสวยงามทางธรรมชาติ เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้าไปเยี่ยมชมโดยอาจจะเสียค่าธรรมเนียม หรือค่าเข้าชม ค่าบำรุงสถานที่ เช่น ภูเขา น้ำตก ชายหาด เกาะแก่ง ปะการัง สัตว์ป่า และพันธุ์พืช เป็นต้น ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ที่เป็นองค์ประกอบสำคัญดังนี้

4.3.1.1 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวแบ่งตามภูมิประเทศ มีแหล่งท่องเที่ยวหลายที่ที่พัฒนานำเอาภูมิประเทศของตนมาเป็นจุดขายและทำเป็นธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวโดยใช้ภูมิประเทศ โดยสร้างจุดขายและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวด้วยภูมิประเทศที่มีความสวยงาม แตกต่าง เช่น อุทยานแห่งชาติดอยอินทนนท์ ดอยอ่างขาง ภูชี้ฟ้า ภูกระดึง เขาสนนหอกว้าว เทือกเขาหิมาลัย ยอดเขาแมทเทอร์ฮอร์นสวิตเซอร์แลนด์ หุบเขาที่เมืองซาปา เวียดนาม เป็นต้น

4.3.1.2 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวแบ่งตามภูมิอากาศ ธุรกิจที่ใช้ภูมิอากาศในการสร้างจุดขายโดยนำเอาภูมิอากาศที่มีความโดดเด่นและแตกต่างจากสถานที่อื่น ๆ มาพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวในเรื่องของอุณหภูมิและความแตกต่างของบรรยากาศ เพราะอุณหภูมิที่พอเหมาะและแสงสีของบรรยากาศ รวมถึงแสงสีบนท้องฟ้าทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวมีความสวยงามชีวิตชีวาสนุกสนานขึ้น เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวในแถบม่อนแจ่ม จังหวัดเชียงใหม่ เพราะในช่วงฤดูหนาวนั้นภูมิอากาศจะรู้สึกเย็นสบาย ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวในฤดูหนาวที่เมืองฮอกไกโดจะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากไปสัมผัสอากาศหนาวและเล่นหิมะ เป็นต้น

4.3.1.3 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวแบ่งตามธรรมชาติทางน้ำ แหล่งท่องเที่ยวทางน้ำมีผู้ดำเนินธุรกิจให้บริการกับนักท่องเที่ยวทั้งในรูปแบบของภาครัฐและเอกชนเพราะแหล่งท่องเที่ยวทางน้ำไม่ว่าจะเป็น ทะเล

หมู่เกาะ ปะการัง ชายหาดชายทะเล แม่น้ำ ทะเลสาบ มีผู้ประกอบการจำนวนมากนำไปพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้บริการกับนักท่องเที่ยวจนได้รับความนิยม เช่น ชายหาดทรายในเกาะเสม็ด การดำน้ำดูปะการังพักที่เกาะหลีเป๊ะ การพักผ่อนดำน้ำที่หมู่เกาะมัลดีฟส์ เป็นต้น

4.3.1.4 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวที่แบ่งตามธรรมชาติของพันธุ์พืชและป่า ปัจจุบันมีธุรกิจที่ดำเนินการนำพันธุ์พืชพันธุ์ไม้ต่าง ๆ ที่มีความสวยงามและหายากนำมารวบรวมและเปิดให้บริการเป็นแหล่งท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในพันธุ์ไม้ ดอกไม้ที่สวยงามได้ศึกษาและถ่ายภาพเป็นที่ระลึก เช่น สวนนงนุชที่พัทยา สวนราชพฤกษ์ที่เชียงใหม่ การ์เดนส์ บาย เดอะ เบย์ที่สิงคโปร์ ฟุงดอกบัวทองที่แม่ฮ่องสอน นางพญาเสือโคร่งที่สถานีเกษตรดอยอ่างขาง ชมดอกซากุระที่สวนสาธารณะอุเอโนะ

4.3.2 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุ สำหรับในประเทศไทยแล้วผู้ที่ให้บริการและจัดการแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุจะเป็นหน่วยงานของทางภาครัฐที่จะจัดการดูแลรักษารวมถึงบริการข้อมูลทางประวัติศาสตร์ ความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาชมโดยมีการคิดค่าบริการในราคาที่ไม่สูงมาก เช่น โบราณสถานโบราณวัตถุและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติตามจังหวัดต่าง ๆ ก็จะเป็นหน้าที่ของกระทรวงวัฒนธรรมที่ให้การอำนวยความสะดวกโดยร่วมมือกับหน่วยงานรัฐอื่น ๆ เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่ในต่างประเทศก็มีทั้งภาคเอกชน และรัฐบาลที่ช่วยกันดูแลและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาชมแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และมีความสำคัญในฐานะเป็นแหล่งข้อมูลหลักฐานทางประวัติศาสตร์ โบราณคดีและศาสนา ที่แสดงถึงอารยธรรมท้องถิ่น มีผลดึงดูดให้นักท่องเที่ยวไปเยือน เช่น วัดพระศรีรัตนศาสดาราม วัดอรุณราชวรารามราชวรมหาวิหาร อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ พระราชวังแวร์ซายส์ พิพิธภัณฑลุ่มพ์ เป็นต้น

4.3.3 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและเทศกาล ในปัจจุบันมีการนำเอาศิลปวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคน ชุมชนต่าง ๆ มาเข้าสู่ระบบบริหารจัดการ ถ่ายทอดผ่านสื่อ ส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเพื่อที่จะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างถิ่นได้มีความต้องการที่จะเข้าไปสัมผัสเรียนรู้ศิลปวัฒนธรรมประเพณี และขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีเอกลักษณ์ และถ่ายทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบันเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์เช่น วิถีความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน ภาษา การแต่งกาย การละเล่น ดนตรีกีฬาสปะและ ขนบธรรมเนียมต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณีงานเทศกาล พิธีกรรม เป็นต้น โดยปัจจุบันก็จะมีกรรวมกลุ่มหรือชุมชนที่เกิดความรักในท้องถิ่นตนเองต้องการอนุรักษ์และเผยแพร่ให้กับบุคคลภายนอก และนักท่องเที่ยวได้เดินทางเข้ามาเยี่ยมชมจนเกิดเป็นลักษณะธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทนี้ขึ้นมา เช่น งานแห่เทียนพรรษาจังหวัดอุบลราชธานี งานบั้งไฟพญานาคจังหวัดหนองคาย งานประเพณีลอยกระทงจังหวัดสุโขทัย งานประเพณีสงกรานต์จังหวัดเชียงใหม่ งานยอยสยั้งฟ้าจังหวัดพระนครศรีอยุธยา งานเทศกาลร่มบ่อสร้างและหัตถกรรมสันกำแพงจังหวัดเชียงใหม่ เทศกาลงานวิ่งควายจังหวัดชลบุรี โฮมสเตย์หมู่บ้านแม่กำปอง โฮมสเตย์หมู่บ้านคีรีวงค์ โฮมสเตย์ชุมชนเกาะยวน้อย ประเพณีตักบาตรข้าวเหนียวประเทศลาว

4.3.4 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวในปัจจุบันจำนวนมากเป็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมา เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวโดยการ

สร้างกิจกรรมใหม่หรือปรับปรุง ดัดแปลงสถานที่ต่าง ๆ เพื่อให้สถานที่ที่มีความหลากหลายในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยว ทรัพยากร การท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้น แบ่งออกได้ออกเป็น 3 ประเภทดังนี้

4.3.4.1 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้นประเภทเพื่อศึกษาสัตววิทยา ได้แก่ ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวที่มีการจัดการในการรวบรวมพันธุ์สัตว์ที่น่าสนใจ หรือเป็นประโยชน์ในการศึกษาหาความรู้ตลอดจนสร้างความสุข ความเพลิดเพลินให้กับนักท่องเที่ยว เช่น สวนสัตว์เปิดเขาเขียว สวนสัตว์เชียงใหม่ สวนสัตว์เชียงใหม่ไนท์ซาฟารี ฟาร์มจระเข้ ซาฟารี เวิลด์ สวนเสือศรีราชา ฟาร์มงู ฟาร์มผีเสื้อ ฟาร์มแกะ เป็นต้น

4.3.4.2 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้นประเภทเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ ประกอบด้วยธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นของภาครัฐ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวของกรมวิชาการเกษตร เช่น ศูนย์วิจัยเกษตรหลวง เชียงใหม่-ขุนวาง สถานี ทดลองเกษตรที่สูง ศูนย์บริการท่องเที่ยวเกษตรบ้านร่องกล้า แหล่งท่องเที่ยวกรมส่งเสริมการเกษตร เช่น ศูนย์บริการท่องเที่ยวเชิงเกษตรแหล่งท่องเที่ยวเกษตร บ้านมณีพฤกษ์จังหวัดน่าน เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวขององค์การสวนพฤกษศาสตร์กรมป่าไม้ เช่น สวนพฤกษศาสตร์สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์จังหวัดเชียงใหม่ สวนรวมพรรณไม้ป่า 60 พรรษา มหาราชินี เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวโครงการหลวง เช่น สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง สถานีวิจัยหลวงอินทนนท์ เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้เช่น สวนป่าแม่แจ่ม สวนป่าเขากระยาง เป็นต้น ตลอดจนสวนสาธารณะเช่น สวนหลวงร.9 เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวเพื่อศึกษาพฤกษศาสตร์ที่เป็นของภาคเอกชน เช่น สวนกล้วยไม้สวนกุหลาบ สวนสมุนไพรวินิจฉัยสวนสมุนไพร สวนนงนุช เป็นต้น

4.3.4.3 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้นประเภทเพื่อศึกษาหาความรู้ทั่วไป เป็นพิพิธภัณฑ์สถานที่เก็บรวบรวมศิลปะและวิทยาศาสตร์ทั้งที่เป็นพิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติที่อยู่ในความดูแลของกรมศิลปากรและพิพิธภัณฑ์ถาวรของเอกชน เช่น พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พิพิธภัณฑ์ยางพารา เมืองโบราณ พิพิธภัณฑ์สถานชาติพันธุ์วิทยาของสยามสมาคม มิวเซียมสยาม พิพิธภัณฑ์จิมทอมป์สัน เป็นต้น

4.3.5 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและความบันเทิง

4.3.5.1 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวสวนสนุกและสถานที่ชมทิวทัศน์ ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทนี้ส่วนมากจะเป็นกลุ่มลงทุนจากเอกชนที่ลงทุนบริหารจัดการสร้างสวนสนุกเพื่อที่จะดึงดูดใจนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ เช่น สวนสนุกดรีมเวิลด์ สวนน้ำรามายณะ สวนน้ำการ์ตูนเน็ตเวิร์ก สวนน้ำวานานาวา สวนสนุกดิสนีย์แลนด์ สวนสนุกยูนิเวอร์แซลสตูดิโอ เป็นต้น

4.3.5.2 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวสถานบันเทิงและสถานที่ซื้อสินค้า เช่น ห้างสยามพารากอน ห้างไอคอนสยาม คิงพาวเวอร์ดูตีฟรี สยามนิรมิต ภูเก็ตแฟนตาซี โรงละครโรงภาพยนตร์ ตลาดนัดสวนจตุจักร เป็นต้น

4.3.5.3 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวกีฬาและนันทนาการ เนื่องจากในปัจจุบันมีการกีฬาหลายชนิดที่เป็นที่นิยมจากคนจำนวนมากทำให้เกิดการเดินทางไปในลักษณะเพื่อกิจกรรมนันทนาการและการกีฬาเกิดขึ้น เช่น การเดินทางไปเยี่ยมชมสนามกีฬาฟุตบอล เดินทางไปเยี่ยมชมสนามกีฬาโอลิมปิก การเดินทางเล่นคาสีโน การเล่นบันจี้จัม การเล่นสกี การเล่นกระดานโต้คลื่น เป็นต้น

4.4 ธุรกิจร้านอาหาร

ในหลายประเทศนั้นมีการสร้างจุดขายทางการท่องเที่ยวและบริการของประเทศด้วยการใช้อาหารประจำชาติมาเป็นจุดขายหลัก และส่งเสริมการตลาดช่วยให้เป็นที่รู้จักกับนักท่องเที่ยวนานาชาติจนทำให้อาหารของชาตินั้นมีความโด่งดังและเป็นที่ปรารถนาของนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศนั้น ๆ และได้ลองรับประทานอาหารที่ทำจากฝีมือของเจ้าของอาหารนั้น ธุรกิจร้านอาหารภัตตาคารจึงเป็นธุรกิจหลักอย่างหนึ่งที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการตลอดมาเพราะเป็นธุรกิจที่สร้างรายได้มหาศาลได้กับประเทศ รวมทั้งยังสร้างชื่อเสียงให้กับประเทศที่เป็นเจ้าของอาหารนั้นด้วย เช่นอาหารไทย อาหารจีน อาหารญี่ปุ่น อาหารฝรั่งเศส อาหารอิตาลี เป็นต้น

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีชื่อเสียงทางการทำอาหาร เพราะรสชาติของอาหารไทยนั้นมีความหลากหลาย และกลมกล่อมไม่ว่าจะเป็น รสเผ็ด รสหวาน รสเปรี้ยว จึงทำให้นักท่องเที่ยวทางทั่วทุกมุมโลกเมื่อได้เดินทางเข้ามาในประเทศไทยแล้วสิ่งหนึ่งที่จะขาดไม่ได้เมื่อเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวคือการได้ลองรับประทานอาหารไทยในแต่ภูมิภาคของประเทศเมื่อได้ลองรับประทานแล้วกลับไปประเทศเขานักท่องเที่ยวเหล่านั้นก็จะเกิดการบอกต่อปากต่อปากถึงรสชาติของอาหารไทยที่มีความอร่อยและที่สำคัญคือราคาไม่แพง จึงเป็นเหตุให้ธุรกิจของการทำร้านอาหารของประเทศไทยนั้นมีการเติบโตอยู่ตลอดเวลาจาก ข้อมูลของกระทรวงพาณิชย์ พบว่ามูลค่าตลาดธุรกิจร้านอาหารในประเทศไทยปี 2560 - 2561 https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201902.pdf สืบค้นเมื่อ 16/08/2563 มีมูลค่าสูงกว่า 4 แสนล้านบาท และมีแนวโน้มเติบโตสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องผนวกกับความสามารถในการทำกำไรของธุรกิจ ที่เพิ่มขึ้นทุกปี ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้ผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดธุรกิจร้านอาหารอย่างต่อเนื่องธุรกิจร้านอาหารเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยปัจจุบันการท่องเที่ยวถือเป็นรายได้หลักของประเทศในปี 2561 สามารถสร้างรายได้ถึง 2,007,503 ล้านบาท และพบว่ามูลค่าการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติ ใช้จ่ายในด้านค่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นลำดับที่ 3 รองจากที่พักและการคมนาคมขนส่งซึ่งสอดคล้องกับการมีชื่อเสียงของอาหารไทยในระดับโลกประกอบกับการสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรมในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองหลักและเมืองรองของภาครัฐและเอกชนล้วนเป็นปัจจัยผลักดันให้ธุรกิจร้านอาหารเติบโตตามอย่างต่อเนื่อง

4.4.1 ประเภทของธุรกิจร้านอาหาร

ธุรกิจร้านอาหารจึงเป็นสิ่งดึงดูดใจกับนักท่องเที่ยวทั้งนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่มีความต้องการเดินทางไปชิมรสชาติอาหารที่มีชื่อเสียงได้รับการบอกต่อกันมา (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548) สามารถแบ่งธุรกิจอาหารออกได้เป็น 7 ประเภทดังนี้

4.4.1.1 ธุรกิจร้านอาหารจานด่วน (Fast food) ธุรกิจร้านอาหารจานด่วนเป็นธุรกิจที่มีอิทธิพลมาจากชาติตะวันตกโดยเฉพาะอย่างยิ่งในสหรัฐอเมริกาจนมีการขยายตัวเข้ามาในประเทศไทยอย่างรวดเร็ว รวมทั้งได้รับความนิยมจากคนไทยและนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา ด้วยลักษณะของการให้บริการที่รวดเร็ว ราคาไม่แพงธุรกิจร้านอาหารจานด่วนจึงรองรับชีวิตผู้คนในเมืองรวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาที่ต้องการความรวดเร็วในการสั่งอาหาร รับประทานอาหาร ซึ่งธุรกิจอาหารจานด่วนจะบริการอาหารแก่ลูกค้าทั้งที่รับประทานในร้านหรือซื้อออกไปรับประทานยังสถานที่อื่น ๆ รายการอาหารที่บริการมีค่อนข้างจำกัด แต่ราคาไม่แพง โดยปกติการดำเนินธุรกิจอาหารจานด่วนมักอยู่ในรูปการรับสิทธิ (Franchising) ทำให้ต้องรักษามาตรฐาน ราคา และ

คุณภาพของอาหารตามข้อตกลงกับบริษัทแม่ที่ให้สิทธิในการประกอบการยังสาขาอื่น ๆ เช่น ร้าน แอมเบอร์เกอร์แมคโดนัลด์ ร้านไก่ทอดเคเอฟซี ร้านพิซซ่าฮัท ร้านไก่เซสเตอร์กริล เป็นต้น

4.4.1.2 ธุรกิจร้านอาหารสำเร็จรูปรายวัน (Deli food shop) เป็นธุรกิจร้านอาหารที่มีการปรุงสำเร็จพร้อมสำหรับรับประทาน ซึ่งต้องจำหน่ายหรือเก็บในตู้เย็นและเก็บไม่ได้หลายวัน ซึ่งในปัจจุบันกำลังได้รับความนิยมจากลูกค้าสูงมาก อาหารกลุ่มนี้ได้ค่อยๆขยายสัดส่วนการจำหน่ายในร้านค้าปลีกอาหารปลีกอาหาร ไม่ว่าจะเป็นซูเปอร์มาร์เกต ร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้าแผนกอาหาร ฯลฯ รวมถึงมีการเปิดเป็นร้านอาหารที่มีอาหารสำเร็จรูปรายวันให้บริการภายในร้านซึ่งร้านประเภทนี้อาจจะมีที่นั่งค่อนข้างจำกัดและมักมีที่ตั้งอยู่ในทำเลที่มีผู้คนหนาแน่น เช่น ห้างสรรพสินค้า ศูนย์การค้า สถานที่ชุมชน เป็นต้น

4.4.1.3 ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟ่ต์ (Buffet) เป็นลักษณะของธุรกิจร้านอาหารแบบที่ลูกค้าต้องบริการตนเอง ปกติมักมีบริการทั้งอาหารรวมทั้งเครื่องดื่มด้วย และในปัจจุบันเป็นรูปแบบร้านอาหารที่ได้รับความนิยมต่อลูกค้าเป็นจำนวนมากเนื่องจากลูกค้าชำระค่าบริการอาหารในราคาเดียวกันแต่ลูกค้าสามารถเลือกที่จะรับประทานอาหารได้ทั้งหมดตามที่ทางร้านจัดบริการวางไว้ให้บนโต๊ะบริการไม่ว่าจะเป็นอาหารก่อนอาหารหลัก อาหารหลัก ของหวาน รวมถึงเครื่องดื่มต่าง ๆ ในปัจจุบันนี้ภัตตาคารในโรงแรมต่าง ๆ ก็จะมีอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ให้บริการด้วยไม่ว่าจะเป็นมื้อเช้า กลางวัน และเย็น รวมไปถึงร้านอาหารโดยทั่วไปภายนอกผู้ประกอบการนิยมเปิดเป็นร้านให้บริการในแบบบุฟเฟ่ต์และลูกค้าบริการตนเองได้เลย เช่น บุฟเฟ่ต์หมูกระทะ บุฟเฟ่ต์ข้าวแกง บุฟเฟ่ต์เนื้อย่าง บุฟเฟ่ต์ขนมหวาน บุฟเฟ่ต์เครื่องดื่ม เป็นต้น

4.4.1.4 ธุรกิจร้านกาแฟช้อปปิ้ง (Coffee shop) เป็นธุรกิจอาหารที่มีลักษณะการให้บริการลูกค้าที่เน้นเครื่องดื่มร้อนและอาหารประเภทขนมอบทั้งของหวานและของหวาน เช่น กาแฟร้านเย็น ชาร้อนเย็น ขนมปังครัวซอง แชนนวิช ขนมเค้ก พาย เป็นต้น โดยในปัจจุบันผู้ประกอบการนิยมเปิดร้านประเภทนี้เพราะลูกค้าสามารถเข้ามาใช้บริการรับประทานอาหาร เครื่องดื่ม ใช้เวลาพักผ่อนพูดคุย ทำงานใช้คอมพิวเตอร์ รวมถึงในร้านก็จะมีบริการไวไฟให้ลูกค้าได้ใช้โดยไม่คิดค่าใช้จ่าย ซึ่งนิยมจัดตกแต่งร้านให้ดูสะอาดตาและมีความน่าสนใจที่จะเข้าไปใช้บริการโดยมีเปิดทั้งภายในศูนย์การค้าและภายนอกศูนย์การค้าที่เป็นที่ชุมชน เช่น ภายในหมู่บ้านสวนสาธารณะ แหล่งท่องเที่ยว สถานีบริการน้ำมัน เป็นต้น

4.4.1.5 ธุรกิจร้านอาหารคาเฟ่ที่เรีย (Cafeteria) เป็นธุรกิจร้านอาหารที่ลูกค้าสามารถบริการตัวเองในการเลือกดูและซื้ออาหารโดยทางร้านจะมีหน้าที่ประกอบอาหารให้ตามลูกค้าต้องการหรือตักอาหารให้ตามที่ลูกค้าสั่งโดยบริการตัวเองโดยการยกอาหารไปนั่งรับประทาน ซึ่งอาหารส่วนใหญ่ค่อนข้างมีจำกัดกว่าภัตตาคารทั่วไป และทำเลที่ตั้งของร้านจะเป็นหน้าร้านที่ไม่ใหญ่มากหรือเป็นตู้กระจกที่ซึ่งมีผู้คนจำนวนมากเดินผ่าน เช่น ตั้งอยู่ที่ศูนย์การค้า สนามบิน มหาวิทยาลัย โรงเรียน โรงพยาบาล เป็นต้น

4.4.1.6 ธุรกิจร้านอาหารกูร์เมต์ (Gourmet) เป็นธุรกิจร้านอาหารที่ต้องใช้เงินลงทุนค่อนข้างสูงกว่าภัตตาคารหรือร้านอาหารประเภทอื่น ๆ เพราะต้องมีการจ้างพ่อครัวที่มีประสบการณ์มีความชำนาญในระดับสูง และพนักงานในตำแหน่งต่าง ๆ ที่มีประสบการณ์และความรับผิดชอบสูง เช่น ผู้จัดการร้าน พ่อครัว พนักงานบัญชี พนักงานบริการ เป็นต้น รวมถึงการตกแต่งร้านให้มีสภาพแวดล้อมที่ค่อนข้างหรูหรา ซึ่งธุรกิจอาหารประเภทนี้ต้องการดูแลเอาใจใส่ลูกค้าที่ต้องการมาตรฐานระดับค่อนข้างสูง และพร้อมที่จะจ่ายแพงเพื่อซื้อบริการที่พึงพอใจ ราคาอาหาร จึงค่อนข้างสูงกว่าปกติ รายการอาหารและเครื่องดื่มได้รับการคัดเลือกให้อยู่

ในระดับดี พนักงานบริการดี เยี่ยม และบรรยากาศการตกแต่งมีรสนิยมสูง ส่วนใหญ่จะเปิดอยู่ในโรงแรมระดับมาตรฐาน 5 ดาว ตามศูนย์การค้าระดับ 5 ดาว หรือสถานที่ในย่านธุรกิจ เป็นต้น

4.4.1.7 ธุรกิจร้านอาหารเฉพาะกลุ่มเชื้อชาติ (Ethnic restaurant) หลายประเทศมีการนำเสนอการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมซึ่งอาหารก็เป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมดังนั้นในหลาย ๆ ประเทศก็จะมีร้านอาหารที่ให้บริการอาหารประจำชาติของตนเอง รายการอาหารประจำท้องถิ่นหรือประจำชาติ เช่น ภัตตาคารอาหารไทย ภัตตาคารอาหารลาว ภัตตาคารอาหารเวียดนาม ภัตตาคารอาหารจีน ภัตตาคารอาหารญี่ปุ่น ภัตตาคารอาหารฝรั่งเศส ภัตตาคารอาหารฝรั่งเศส เป็นต้น การตกแต่งภายในร้านก็จะมีรูปแบบตามประจำชาติ รูปแบบการให้บริการ รายการอาหารและเครื่องแบบพนักงาน ส่วนราคาอาหารอาจแตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับคุณภาพและรายการอาหาร สถานที่ตั้ง การลงทุนในการตกแต่งภายในร้าน ซึ่งแต่ละร้านก็จะมีอาหารที่เป็นอาหารที่มีชื่อเสียงหรือรสชาติเป็นที่ยอมรับมากกว่าร้านอื่น

4.4.2 อาหารไทย

อาหารไทยเป็นอาหารประจำชาติที่มีชื่อเสียงออกไปไกลทั่วโลกเพราะมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ได้ลองชิมอาหารไทยส่วนใหญ่จะต้องติดอกติดใจกันทุกชาติที่ได้เลยลองชิมอาหารไทย เพราะนอกจากรสชาติอันเป็นเอกลักษณ์ยากจะหาชาติใดเหมือนแล้ว อาหารไทย ยังถือเป็นสมบัติของชาติที่สืบทอดต่อกันมายาวนาน และยังแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ศิลปะและวัฒนธรรม ผ่านรายการอาหารที่สวยงามและรสชาติ นับเป็นความภาคภูมิใจของคนไทยทุกคน อาหารไทยจึงมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนอาหารประจำชาติอื่น (เอกพล อ่อนนุ่มพันธ์, 2555) ดังนี้

4.4.2.1 อาหารไทยมีข้าวเป็นอาหารหลัก อาหารหลักของคนไทยที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณนั้นก็คือข้าว โดยไม่จำเป็นว่าจะจะเป็นข้าวเจ้าหรือข้าวเหนียวก็ตาม ซึ่งคนไทยจะนิยมบริโภคข้าวในทุกมื้ออาหาร โดยมีกับข้าว รับประทานคู่กับข้าวเสมอ ซึ่งกับข้าวจะแบ่งออกเป็น 6 ประเภท แกง, ยำและพล่า, น้ำพริกหรือเครื่องจิ้ม, ผัด, เครื่องเคียงและของแถม จัดเป็นเอกลักษณ์ในการกินของคนไทยที่มีมาแต่สมัยโบราณและสืบทอดมาจนถึงปัจจุบัน

4.4.2.2 อาหารไทยในหนึ่งคำมี 7 รสชาติ ความพิเศษของอาหารไทยที่ทำให้อาหารไทยนั้นแตกต่างจากชาติอื่น ๆ นั่นก็คือ รสชาติอาหารที่มีถึง 7 รสชาติใน 1 คำ อย่างเช่น อาหารประเภท “เมี่ยงคำ” ที่มีรสเปรี้ยวจากมะนาว รสหวานจากน้ำตาลปีบ รสเค็มจากกะปิ รสขมและรสปร่าจากขิง รสมันจากมะพร้าวคั่ว และรสฝาดจากใบชะพลูและเปลือกมะนาว ทำให้เห็นถึงการผสมผสานรสชาติจากวัตถุดิบต่าง ๆ ให้เข้ากันและลงตัวในเมนูอาหารนั้น ทำให้เกิดเป็นความพิเศษของรสชาติอาหารไทยขึ้นมากกว่าอาหารชาติอื่น

4.4.2.3 อาหารไทยพิถีพิถันทุกขั้นตอน อาหารไทยถือเป็นสุดยอดของการใส่ใจในทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นอาหารคาวและของหวาน ซึ่งมีขั้นตอนการทำที่มีความพิถีพิถัน การเลือกวัตถุดิบ การปรุงรส และการจัดเสิร์ฟ ยกตัวอย่างเช่นแกงเขียวหวาน ที่ต้องใช้พริกแกงที่ได้จากพริกเขียว นำมาตำผสมกับวัตถุดิบอื่น ๆ จนละเอียด ก่อนนำไปผัดกับกะทิที่คั้นสด โดยกะทิต้องแตกมันก่อนถึงจะผัดกับพริกแกงได้ ซึ่งกว่าจะได้แกงหนึ่งหม้อต้องใช้เวลาและพิถีพิถันในทุกขั้นตอน ส่วนขนมไทย อย่างลูกชุบ ยังต้องกวนและปั้นด้วยมือให้เป็นรูปผลไม้ต่าง ๆ นำมาทาสี ก่อนนำไปชุบกับวุ้นให้เกิดความเงา และนำมาอบควันเทียนเพื่อเพิ่มกลิ่นหอม

4.4.2.4 อาหารไทยเน้นความประณีต อาหารไทยไม่ใช่แค่รสชาติที่ดีเท่านั้น แต่ยังต้องมีความสวยงาม เพื่อเป็นอาหารตาน่าดูน่ามอง การแกะสลักผักและผลไม้คือเป็นงานที่ประณีตและบรรจง ในการสลักปลาที่มีดลงบนผักและผลไม้เกิดลวดลายที่สวยงาม เพื่อนำมาประดับตกแต่งบนสำหรับอาหาร นอกจากความสวยงามแล้ว ผักและผลไม้ที่นำมาแกะสลัก (แสงอรุณ เชื้อวงศ์บุญ, 2554) ยังสามารถรับประทานได้อีกด้วย

4.4.2.5 อาหารไทยกับการใช้บรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติ การใช้วัสดุจากธรรมชาติ เช่น กระจับปี่ไม้ไผ่ ใบตอง ใบมะพร้าว หวายมาห่ออาหารและบรรจุอาหาร ผสมผสานกับเทคนิคการห่อ มัด รัด ร้อย จนทำให้กลายเป็นเอกลักษณ์ของอาหารไทยขึ้น อย่างเช่นเมนู ข้าวต้มมัด ที่ใช้ใบตองในการห่อข้าว มัดด้วยตอกก่อนนำไปนึ่งให้สุก นอกจากใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติแล้วยังได้กลิ่นหอมจากใบตองในอาหารด้วย ซึ่งเมื่อนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมาได้พบและลองชิมก็จะรู้ถึงความแตกต่างจากการรับประทานอาหารแบบตะวันตก

4.4.2.6 อาหารไทยเป็นยา อาหารไทยอุดมด้วยพืชผักสมุนไพรหลายชนิด ซึ่งมีสรรพคุณทางยาจากสารพรรณพืช ช่วยในการรักษาสุขภาพให้เป็นปกติกับปรับปรุงสุขภาพให้ดีขึ้น เช่น แกงเลียง แกงโบราณเก่าแก่ ช่วยในการขับลม ทั้งผักที่ใส่ยังให้ประโยชน์ต่างกันไปขึ้นอยู่กับฤดูกาล เช่น ฤดูร้อน เป็นช่วงที่อากาศร้อนจัด เกิดอาการร้อนในขึ้นบ่อย ๆ ควรใส่ผักที่ทำให้รู้สึกเย็น เช่น พริกเขียว น้ำเต้า แตงกวา หลีกเลียงผักที่มีรสเผ็ดร้อน ใส่พริกไทยและใบแมงลักแต่พอสมควร ส่วนฤดูฝน เป็นช่วงที่มีอาการท้องอืดได้ง่าย จึงควรใส่ผักที่มีรสเผ็ดร้อน ได้แก่ ต้นข่าอ่อน ต้นกระเทียมอ่อน และเมื่อถึงฤดูหนาว เป็นช่วงที่มีอากาศเย็น แห้ง มีอาการท้องผูกได้ง่าย ควรเลือกผักสมุนไพร เนื้อแข็งกรอบ เพื่อเพิ่มกากใย เช่น ผักเหมียง ผักหวานป่า ผักหวานบ้าน เป็นต้น

4.4.2.7 อาหารไทยเป็นที่นิยมของนานาชาติ อาหารไทยในปัจจุบันจัดว่าเป็นอาหารระดับโลกที่คนในทวีปรู้จักกันเป็นอย่างดีเพราะในหลาย ๆ เมนูถูกชาวต่างชาติเรียกทับศัพท์จนติดหูกับนักท่องเที่ยวทั่วโลกไปแล้ว เช่น ต้มยำกุ้ง แกงเขียวหวาน ผัดไทย ผัดกะเพรา ต้มข่าไก่ หมูสะเต๊ะ แกงพะแนง เป็นต้น

ผศ.เอกพล อ่อนนุ่มพันธ์. หลักการประกอบอาหารไทย. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2555.

ผศ.ดร.แสงอรุณ เชื้อวงศ์บุญ. การแกะสลักผักและผลไม้เพื่อการตกแต่ง. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2554.

4.4.3 อาหารตะวันตก

ปัจจุบันอาหารตะวันตกมีบทบาทอย่างมากต่ออุตสาหกรรมอาหารเพื่อการท่องเที่ยว เนื่องจากสมัยก่อนที่ยังมีการล่าอาณานิคม ประเทศผู้ล่าทั้งหลายส่วนมากจากทวีปยุโรป และภายหลัง เสร็จสิ้นการยึดครองและคืนการปกครองให้แก่แต่ละประเทศแล้วประเทศเหล่านั้นได้ฝากร่องรอย ประเพณี วัฒนธรรมต่าง ๆ ไว้มากมายโดยเฉพาะวัฒนธรรมเรื่องของการกิน ดังจะเห็นได้ว่าในปัจจุบันนี้ อาหารจากประเทศแถบตะวันตกเป็นที่นิยมอย่างมากทั่วโลก เราจึงควรรู้จักประเภทของอาหารตะวันตกเพื่อนำไปเป็นความรู้ในการปฏิบัติงาน (พลศรี คชาชีวะ, และบุญเสริม หุตะแพทย์, 2539, หน้า 18-32) โดยมีการแบ่งมื้ออาหารของการรับประทานแบบตะวันตกออกเป็นทั้งสิ้น 6 มื้อด้วยกันดังนี้

4.4.3.1 อาหารเช้า (Breakfast) คือ อาหารที่รับประทานในเวลาเช้าระหว่าง เวลา 7.00-9.00 น. แบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ

4.4.3.1.1 อาหารเช้าแบบยุโรป (European Breakfast) ประกอบด้วยน้ำผลไม้ขนมปัง แยม เนยอย่างใดอย่างหนึ่ง และชาหรือกาแฟ

4.4.3.1.2 อาหารเช้าแบบอเมริกัน (American Breakfast) ประกอบด้วย น้ำผลไม้ ข้าวกรอบ ธัญพืช ขนมปัง ไข่ดาว แยม เบคอน แล้วตามด้วยชาหรือกาแฟ

4.4.3.2 อาหารก่อนกลางวัน (Brunch) คือ อาหารที่รับประทานสายเกินกว่าเวลาอาหารเช้า ผู้รับประทานสายเกินกว่าเวลาอาหารเช้ามักจะสั่งอาหารที่หนักกว่าอาหารเช้า แต่ไม่ถึงกับเป็นอาหารมื้อกลางวันเสียทีเดียว Brunch มาจากคำว่า Breakfast และ Lunch ช่วงเวลารับประทานคือ 09.00-10.30 น.

4.4.3.3 อาหารกลางวัน (Lunch หรือ Luncheon) อาหารกลางวันโดยปกติแล้วสำหรับมื้ออาหารแบบตะวันตกจะรับประทานไม่เป็นอาหารหนักอาจจะมีอาหารประเภทไข่ (Omelet) กับนม หรือซूपกับสลัดไม่เกิน 2-3 อย่าง แต่ถ้ารับประทานอาหารหนักหลายอย่าง เรียกว่า Dinner คำว่า Lunch นั้นไม่ได้แปลตรงตัวว่าอาหารกลางวัน และ Dinner ไม่ได้แปลว่าอาหาร เย็น แต่แปลว่าอาหารหนัก คือ ในตอนเย็นนิยมรับประทานอาหารหนักหลายอย่าง โดยอาหารกลางวัน มักจะรับประทานระหว่างเวลา 11.30-14.00 น. อาหารกลางวันส่วนใหญ่มีอาหารประเภทเนื้อสัตว์ ได้แก่ เนื้อ หมู ปลา มีผักเป็น ส่วนประกอบ หรือเป็นแซนด์วิชต่าง ๆ ซึ่งทำง่าย ๆ และรวดเร็ว เพราะเนื่องจากมีเวลาพักกลางวันน้อยจึงจำเป็นต้องรีบรับประทาน (Latin, G. 1995) อาหารกลางวันแบ่งออกเป็นประเภทต่าง ๆ ดังนี้

4.4.3.3.1 ประเภทอาหารจานเดียว(One Course) หรือ A La Carte เหมาะสำหรับคนมีเวลาน้อยต้องการความรีบเร่ง หรือต้องการเลือกอาหารโดยเฉพาะ หรือสำหรับคนที่รับประทานอาหาร ไม่มาก อาหารประเภทนี้เป็นอาหารประเภทเนื้อ ไก่ หมู ปลา ซึ่งจะต้องมีส่วนประกอบ เช่น ผักและสลัด ต่าง ๆ ประกอบการรับประทานด้วย

4.4.3.3.2 ประเภทอาหาร 2 จาน (Two Courses) จานแรกอาจเป็นพวกซूप หรืออาหารที่ไม่หนักมา เช่น Cocktail ต่าง ๆ อาจเป็น กุ้ง ปู ผลไม้ เป็นต้น รวมถึงจำพวกซูปอาจเป็นซูปใส ซูปครีม ซูปข้น ส่วน อาหารจานที่สองจะเป็นพวกอาหารหนักคือจำพวกเนื้อ ไก่ เป็ด และสลัดผักสดเป็นส่วนประกอบ

4.4.3.3.3 อาหารประเภท 3 จาน (Three Courses) จานแรกอาจเป็นพวกซूप จานที่สองเป็นพวกกุ้ง ปลาประเภทต่าง ๆ จะเป็นอบ ย่าง ปิ้ง ทอด อย่างหนึ่งอย่างใดแล้วแต่ความพอใจของลูกค้าที่สั่งอาหาร โดยจานที่สามจะเป็นอาหารหนัก ได้แก่ เนื้อ ไก่ หมู เป็ด และสลัดผักเป็นส่วนประกอบ

4.4.3.3.4 อาหารกลางวันแบบบุฟเฟ่ จัดเป็นอาหารกลางวันที่มีการรับประทานแบบไม่เป็นทางการ และลูกค้าสามารถบริการตนเองในอาหารต่าง ๆ ที่ถูกจัดวางไว้บนโต๊ะไม่ว่าจะเป็นพวกสลัด ขนมปัง อาหารหลัก ของหวาน ชาหรือกาแฟ ลูกค้าสามารถเลือกรับประทานและตักอาหารได้ตามความต้องการของตนเองโดยจะตักอาหารจำนวนกี่รอบก็ได้ตามความต้องการ

4.4.3.3.5 อาหารช่วงเวลาน้ำชา (Afternoon Tea) อาหารมื้อนี้รับประทานกันระหว่างเวลา 15.00-17.00 น. น้ำชาประกอบด้วยชาพร้อมเค้กหรือผลไม้ต่าง ๆ โดยมีอาหารประเภทช่วงเวลาน้ำชานี้ได้รับอิทธิพลมาจากประเทศอังกฤษที่นิยมรับประทานน้ำชาพร้อมกับขนมอบในช่วงหลังมื้ออาหารกลางวัน

4.4.3.3.6 อาหารเย็น (Dinner) เวลาที่รับประทานอาหารเย็นคือประมาณ 19.00 น. เป็นต้นไป อาหารมีมากมายหลายอย่าง ก่อนเสิร์ฟอาจจะมีการเสิร์ฟเครื่องดื่มอัลกอฮอล์ประเภทก่อนอาหารเพื่อช่วยเจริญอาหาร แล้วจึงเริ่มรับประทานอาหาร คำ ส่วนมากจะรับประทานกันอย่างไม่รีบเร่งแต่จะพิถีพิถันในการบริการ อาหารจานแรกเป็นอาหารเรียกน้ำย่อย คือ ซุป ต่อมาเป็น พวกออาหารทะเล แล้วจึงเป็นอาหารหลักซึ่งเป็นเนื้อสัตว์ เสริ้จากรับประทานอาหารหลักก็จะมีอาหาร หลังอาหาร เช่น ผลไม้ ของหวาน กาแฟ

4.4.3.3.7 อาหารมื้อดึก (Supper) อาหารมื้อดึกเป็นอาหารที่จำนวนอาหารไม่หนักมากเท่า มื้อเย็น จะรับประทานหลังจากรับประทานอาหารค่ำแล้ว ดังนั้นผู้ที่รับประทานอาหารหนัก ในตอนกลางวันแล้ว ในตอนเย็นไม่รับประทานมากนัก ก็จะเรียกอาหารนี้ว่า Supper แทน หรือในบางครั้งก็ถูกนำมาถึงร้านอาหารในตอนค่ำมาก หรือเข้ามาพักในโรงแรมเป็นเวลาที่ดีแล้ว ก็สามารถเข้าไปรับประทานอาหารในร้านที่เลยเวลา 21.00 ไปแล้ว ก็เรียกว่าอาหารมื้อดึกได้เช่นกัน

4.5 ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง

การคมนาคมขนส่งหมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายคน สัตว์ สิ่งของ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยอาศัยสื่อกลางต่าง ๆ ภายใต้อุปกรณ์และราคาที่ได้ตกลงกันไว้ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคือ การคมนาคมขนส่งจะต้องเป็นกิจกรรมที่ต้องมีการขนส่งจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง การขนส่งนั้นต้องอาศัยอุปกรณ์ต่าง ๆ โดยการขนส่งนั้นต้องเป็นไปตามความต้องการของผู้ที่ต้องการใช้บริการ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ ต้องใช้ธุรกิจการคมนาคมขนส่งตลอดเวลาเพื่อที่จะขนส่งนักท่องเที่ยวรวมถึงวัสดุอุปกรณ์ต่างที่อยู่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้อุตสาหกรรมบริการนี้สามารถดำเนินการต่อไปได้อย่างยั่งยืน

การบริการขนส่งในเชิงพาณิชย์ ส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการขนย้ายผู้โดยสารและสินค้าจากจุด หนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง แต่การขนส่งที่นับว่ามีอิทธิพลกับท่องเที่ยวโดยตรงก็คือ การขนส่งผู้โดยสาร การขนส่ง นักท่องเที่ยว ซึ่งอาจแบ่งออกตามรูปแบบการขนส่งได้ 4 ประเภท คือ การขนส่งทางบก(Land Transportation) การขนส่งทางน้ำ (Water Transportation) การขนส่งทางอากาศ (Air Transportation) และการขนส่งทางท่อ (Tube Transportation) แต่หากจะมองในภาพการเดินทางท่องเที่ยวการขนส่งจะหมายถึงการขนส่งทางรถยนต์ ขนส่งทางรถราง ขนส่งทางเรือและขนส่งทางอากาศ (ฉันทิช วรรณอนอม, 2552) ดังนี้

4.5.1 การขนส่งทางบกด้วยรถยนต์ การคมนาคมขนส่งทางบกด้วยรถยนต์จัดว่าเป็นรูปแบบการเดินทางที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะการเดินทางโดยรถยนต์เนื่องจากความสะดวก คล่องตัว และประหยัดถึงแม้ว่าจะใช้เวลาการเดินทางมากกว่าการเดินทางด้วยเครื่องบิน แต่การเดินทางบกดด้วยรถยนต์เป็นการเดินทางที่สะดวกง่ายที่สุด โดยการคมนาคมขนส่งด้วยรถยนต์นั้นแบ่งได้ 2 ประเภทดังนี้

4.5.1.1 ประเภทของรถยนต์

4.5.1.1.1 รถยนต์โดยสารสาธารณะ เป็นรถยนต์ที่นำมารับจ้างส่งบุคคลหรือนักท่องเที่ยวเพื่อสินจ้างทั้งแบบประจำ และไม่ประจำทาง สำหรับในประเทศไทยการขนส่งด้วยรถยนต์ประเภทนี้จะใช้ทะเบียนรถสีเหลืองเป็นรถยนต์โดยสารแบบสาธารณะ เช่น รถยนต์โดยสารสาธารณะประจำทาง รถยนต์โดยสารสาธารณะประเภทแท็กซี่

4.5.1.1.2 รถยนต์บริการ เป็นรถยนต์ประเภทที่ให้บริการขนส่งบุคคลหรือนักท่องเที่ยวเพื่อ

ธุรกิจส่วนตัวแต่ไม่ใช่เพื่อเป็นการให้บริการเช่าเพื่อรับจ้างอีกต่อหนึ่ง สำหรับในประเทศไทยรถยนต์ที่ให้บริการประเภทนี้จะใช้ป้ายเลขทะเบียนเป็นสีเขียว เช่น รถยนต์เช่าทั่วไป รถบัสเช่าเหมา รถบริการรับส่งที่สนามบิน เป็นต้น

4.5.1.2 เส้นทางถนน เป็นเส้นทางสำหรับรถยนต์โดยสารวิ่งบริการไปยังสถานที่ต่าง ๆ รัฐบาลทุกประเทศได้เล็งเห็นความสำคัญของถนน จึงได้ใช้งบประมาณจำนวนมากในการพัฒนาถนนเชื่อมต่อถึงกันต่าง ๆ เพื่อให้ประชาชนสามารถเดินทางไปมาหาสู่ติดต่อกันได้ และยังผลประโยชน์ถึงนักท่องเที่ยวให้สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดต่าง ๆ การกำหนดเส้นทางหลวงหลักเป็นหมายเลขประจำโดยใช้ตัวเลข 1 หลักเพื่อความสะดวกแก่ผู้ใช้เส้นทางระหว่างการเดินทาง โดยแบ่งออกเป็น 4 สาย ดังต่อไปนี้

ทางหลวงหมายเลข 1 เป็นเส้นทางหลวงสายเหนือชื่อถนนพหลโยธิน(เดิมชื่อถนนประชาธิปไตย) มีจุดเริ่มต้นจากอนุสาวรีย์ชัยสมรภูมิไปสิ้นสุดที่จังหวัดเชียงราย รวมระยะทาง 845 กิโลเมตร

ทางหลวงหมายเลข 2 เป็นเส้นทางหลวงตะวันออกเฉียงเหนือชื่อมิตรภาพ โดยแยกจากเส้นทางหลวงหมายเลข 1 ที่จังหวัดสระบุรี ไปสิ้นสุดที่จังหวัดหนองคาย รวมระยะทาง 408 กิโลเมตร

ทางหลวงหมายเลข 3 เป็นเส้นทางหลวงสายตะวันออกชื่อถนนสุขุมวิท มีความยาว 315 กิโลเมตร ไปสิ้นสุดที่จังหวัดตราด

ทางหลวงหมายเลข 4 เป็นเส้นทางหลวงสายใต้ชื่อถนนเพชรเกษม จากกรุงเทพมหานครไปสิ้นสุดที่อำเภอสะเดา จังหวัดสงขลา รวมระยะทาง 1,305 กิโลเมตร

4.5.2 การขนส่งทางบกด้วยระบบราง

4.5.2.1 การคมนาคมขนส่งด้วยรถไฟ

การให้บริการขนส่งผู้โดยสารด้วยรถไฟของประเทศไทยอยู่ในระบบเศรษฐกิจแบบผูกขาดโดยการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.) ซึ่งเป็นรัฐวิสาหกิจที่ได้รับใบอนุญาตประกอบการขนส่งผู้โดยสารด้วยรถไฟทั่วทั้งประเทศไทย การรถไฟแห่งประเทศไทยได้จัดขบวนรถโดยสารบริการขนส่งผู้โดยสารระหว่างเมืองไว้ 4 ประเภท คือ ประเภทที่ 1 ขบวนรถด่วน (express train) สำหรับให้บริการผู้โดยสารชั้นที่ 1 และชั้น 2 และทางขบวนอาจมีรถนั่งชั้น 3 ไว้บริการตามความเหมาะสม ประเภทที่ 2 ขบวนรถเร็ว (rapid train) ปัจจุบันจะให้บริการผู้โดยสารชั้น 2 และชั้น 3 เท่านั้น การใช้บริการขบวนรถด่วนหรือขบวนรถเร็ว ผู้ใช้บริการจะต้องเสียค่าธรรมเนียมรถด่วนหรือรถเร็วเพิ่มขึ้นนอกเหนือจากค่าโดยสารตามชั้นที่นั่ง และถ้าหากต้องการใช้บริการรถนอนหรือรถปรับอากาศก็ต้องเสียค่าธรรมเนียมเพิ่ม ประเภทที่ 3 ขบวนรถธรรมดา (Ordinary Train)

โดยทั่วไปจะบริการผู้โดยสารชั้นที่ 3 เท่านั้น และประเภทที่ 4 ขบวนรถดีเซลราง ซึ่งเป็นขบวนรถที่สามารถขับเคลื่อนได้ด้วยตนเองโดยไม่ต้องมีหัวรถจักรลากจูง

โดยเส้นทางการขนส่งผู้โดยสารด้วยรถไฟของการรถไฟแห่งประเทศไทยเกือบทั้งหมดเป็นการให้บริการขนส่งผู้โดยสารระหว่างเมืองในประเทศไทย การขนส่งผู้โดยสารด้วยรถไฟระหว่างเมืองของประเทศไทย เป็นการให้บริการขนส่งผู้โดยสารของการรถไฟแห่งประเทศไทย เส้นทางที่การรถไฟฯ เปิดเดินรถเฉพาะสายใหญ่(ไม่รวมสายแม่กลอง) มีความยาวรวมทั้งสิ้น 4,443 กิโลเมตร การขนส่งผู้โดยสารด้วยรถไฟที่ให้บริการนักท่องเที่ยวระหว่างเมืองต่าง ๆ ของประเทศไทยสามารถจำแนกตามภูมิภาคได้ดังต่อไปนี้

สายเหนือ เริ่มจากกรุงเทพฯ ไปชุมทางบ้านภาชี จังหวัดพระนครศรีอยุธยาขึ้นไปทางเหนือ สถานีปลายทางที่จังหวัดเชียงใหม่ ระยะทางประมาณ 751 กิโลเมตร

สายตะวันออกเฉียงเหนือ เริ่มจากกรุงเทพฯ แล้วแยกเป็น 2 สาย สายหนึ่งไปยังสถานีปลายทางที่จังหวัดอุบลราชธานี ระยะทางประมาณ 575 กิโลเมตร ส่วนอีกสายหนึ่งแยกจากสถานีจังหวัดนครราชสีมา ไปสถานีปลายทางที่จังหวัดหนองคาย รวมระยะทางประมาณ 624 กิโลเมตร

สายตะวันออก เริ่มจากกรุงเทพฯ ไปทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือถึงสถานีปลายทางที่อำเภอธัญบุรี จังหวัดสระแก้วรวมระยะทางประมาณ 255 กิโลเมตร

สายใต้ เริ่มจากกรุงเทพฯ เลียบฝั่งตะวันตกของแม่น้ำเจ้าพระยา ไปยังสถานีปลายทางที่ปาดังเบซาร์ ระยะทางประมาณ 990 กิโลเมตร และอีกสายหนึ่งจากกรุงเทพฯ ไปยังสถานีชุมทางหาดใหญ่ถึงสถานีปลายทางที่สุไหงโกลก รวมระยะทางประมาณ 1,159 กิโลเมตร

สายตะวันตก เริ่มจากกรุงเทพฯ ไปสุดปลายทางที่จังหวัดสุพรรณบุรี ระยะทางประมาณ 157 กิโลเมตร และอีกสายหนึ่งจากกรุงเทพฯ ไปสุดปลายทางที่จังหวัดกาญจนบุรี รวมระยะทางประมาณ 210 กิโลเมตร

4.5.2.2 การคมนาคมขนส่งด้วยรถไฟฟ้า

การขนส่งผู้โดยสารทางรถไฟฟ้านี้ นับเป็นการขนส่งประเภทเดียวกับรถไฟเนื่องจากใช้ระบบรางเหมือนกัน ในประเทศที่เจริญแล้วจะได้รับความนิยมอย่างมากเนื่องจากสะดวกรวดเร็ว สำหรับประเทศไทยเพิ่งจะมีการขนส่งทางนี้เกิดขึ้นเมื่อไม่นาน และมีเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร และในอนาคตอันใกล้ก็จะขยายพื้นที่บริการไปยังเขตจังหวัดที่มีพื้นที่ติดต่อกัน โดยการขนส่งทางรถไฟฟ้านี้ปัจจุบันมีผู้ให้บริการอยู่ 2 บริษัท คือ บริษัทระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้า BTS และบริษัทรถไฟฟ้ากรุงเทพ จำกัด (มหาชน) หรือรถไฟฟ้ามหานคร รถไฟฟ้าทั้งสองประเภทเหมาะสำหรับการเดินทางที่ต้องการหลีกเลี่ยงการจราจรที่หนาแน่น ต้องการความเร็วเหมาะสำหรับการเดินทางจากเขตนอกเมืองเข้ามาภายในเมืองหรือเที่ยวชมเมือง พร้อมทั้งเดินทางจากสนามบินเพื่อเข้ามาในตัวเมืองก็ได้

4.5.2.2.1 รถไฟฟ้า BTS (Bangkok Mass Transit System Public Company Limited)

รถไฟฟ้าบีทีเอส เป็นรถไฟฟ้าสายแรกของประเทศไทยดำเนินการ โดยบริษัท ระบบขนส่งมวลชนกรุงเทพ จำกัด (มหาชน) เปิดให้บริการครั้งแรกเมื่อวันที่ 5 ธันวาคม 2542 ใน 2 เส้นทาง คือสายสุขุมวิท ระยะทาง 17 กม. ได้รับชื่อพระราชทานว่า "รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ ๖ รอบพระชนมพรรษา สาย ๑" และ

เมื่อวันที่ 12 สิงหาคม 2554 ได้เปิดให้บริการส่วนต่อขยาย สายสุขุมวิทอย่างเป็นทางการ ระยะทาง 5.25 กม. จากสถานีอ่อนนุชถึงสถานีแบริ่ง และสายสีลม ระยะทาง 6.5 กม. ซึ่งได้รับชื่อพระราชทานว่า "รถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ ๖ รอบพระชนมพรรษา สาย ๒" วันที่ 23 สิงหาคม 2552 ได้เปิดให้บริการส่วนต่อขยายสายสีลม อย่างเป็นทางการ ระยะทาง 2.2 กม. จากสถานีสะพานตากสินถึงสถานีวงเวียนใหญ่ วันที่ 14 กุมภาพันธ์ 2556 ได้เปิดให้บริการส่วนต่อขยายสายสีลมเพิ่มขึ้นอีก 2 สถานี ระยะทาง 2.17 กม. คือสถานีโพธิ์นิมิตรและสถานีตลาดพลู วันที่ 5 ธันวาคม 2556 ได้เปิดเพิ่มขึ้นอีก 2 สถานี คือสถานีวุฒากาศและสถานีบางหว้า ระยะทาง 3.8 กม. วันที่ 3 เมษายน 2560 ได้เปิดให้บริการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง – สำโรง อีก 1 สถานี คือ สถานีสำโรงระยะทาง 1.8 กม. วันที่ 6 ธันวาคม 2561 เปิดบริการรถไฟฟ้าส่วนต่อขยายสายสีเขียว ช่วงแบริ่ง-สมุทรปราการ อีก 9 สถานี คือ สถานีสำโรง สถานีปู่เจ้า สถานีช้างเอราวัณ สถานีโรงเรียนนายเรือ สถานีปากน้ำ สถานีศรีนครินทร์ สถานีแพรกษา สถานีสายลวด สถานีเคหะฯ ระยะทาง 11 กม.วันที่ 9 สิงหาคม 2562 เปิดให้บริการ 1 สถานี สถานีห้าแยกลาดพร้าว ระยะทาง 1.13 กม. วันที่ 4 ธันวาคม 2562 ได้เปิดให้บริการ 4 สถานี คือ สถานีพหลโยธิน 24 สถานีรัชโยธิน สถานีเสนานิคม สถานีมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ และล่าสุดวันที่ 5 มิถุนายน 2563 ได้เปิดให้บริการอีก 4 สถานี ได้แก่ สถานีกรมป่าไม้ สถานีบางบัว สถานีกรมทหารราบที่ 11 และสถานีวัดพระศรีมหาธาตุ ระยะทาง 4.2 กิโลเมตร รวมระยะทางทั้งหมด 58.32 กิโลเมตร ใน 52 สถานี <https://www.bts.co.th/routemap.html> สืบค้นเมื่อ 19/08/2563

4.5.2.2.2 รถไฟฟ้า MRT (Metropolitan Rapid Transit)

การจราจรทางถนนในกรุงเทพมหานครติดขัดมาก สมควรเร่งรัดการดำเนินการในส่วนของบริษัท รถไฟฟ้าขนส่งมวลชน เพื่ออำนวยความสะดวกให้ประชาชนสามารถเดินทางได้โดยไม่ต้องใช้รถยนต์ส่วนบุคคล ดังนั้น คณะรัฐมนตรีจึงมีมติเมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม 2535 เห็นชอบให้จัดตั้งรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของนายกรัฐมนตรีเพื่อรับผิดชอบการดำเนินงานโครงการระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จึงได้มีการตรา “พระราชกฤษฎีกาจัดตั้งองค์การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชน พ.ศ. 2535” (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 109 ตอนที่ 90 วันที่ 20 สิงหาคม 2535) โดยอาศัยอำนาจตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการจัดตั้งองค์การของรัฐบาล พ.ศ. 2496 จึงได้มีการตรา “พระราชบัญญัติการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2543” (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 117 ตอนที่ 114ก วันที่ 1 ธันวาคม 2543) จัดตั้ง “การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย” เรียกโดยย่อว่า “รฟม.” เพื่อปรับปรุงอำนาจหน้าที่ขององค์การรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนให้สามารถดำเนินกิจการรถไฟฟ้าให้เป็นระบบและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งอำนาจหน้าที่ในการคุ้มครองความปลอดภัยของกิจการรถไฟฟ้าและคนโดยสารรถไฟฟ้า มีฐานะเป็นรัฐวิสาหกิจภายใต้การกำกับของนายกรัฐมนตรี <https://metro.bemplc.co.th/Default> สืบค้นเมื่อ 19/08/2563

รถไฟฟ้าขนส่งมวลชนเป็นระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ที่ดำเนินการโดยการรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนแห่งประเทศไทย (รฟม.) เป็นส่วนหนึ่งของโครงข่ายระบบขนส่งมวลชนทางราง ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลนอกเหนือไปจากระบบรถไฟฟ้าขนส่งมวลชนอื่น ได้แก่ ระบบขนส่งมวลชน

กรุงเทพมหานคร (รถไฟฟ้าบีทีเอส) ของกรุงเทพมหานคร (กทม.) และโครงการระบบรถไฟฟ้าชานเมือง (สายสีแดง) ของการรถไฟแห่งประเทศไทย (รฟท.)

4.5.3 การขนส่งทางน้ำ

ประวัติศาสตร์ได้แสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า เรือถูกใช้เป็นพาหนะการเดินทางสำรวจดินแดนเพื่อการค้าขายมาเป็นระยะเวลาอันยาวนานแล้ว นอกจากนี้เรื่อยังถูกใช้เป็นพาหนะคมนาคมขนส่งระหว่างเมืองท่าต่าง ๆ ใน ค.ศ. 1383 (พ.ศ.2318) แซมมวล คิวินาร์ด เจ้าของบริษัทเดินเรือได้ริเริ่มเส้นทางเดินเรือกลไฟประจำทางข้ามมหาสมุทรแอตแลนติกระหว่างเมืองลิเวอร์พูลกับฮาลิแฟกซ์ ต่อมาบริษัทเดินเรืออื่น ๆ เกิดขึ้นเพื่อเดินเรือข้ามมหาสมุทรหลายรูปแบบ เช่น บริษัทพีแอนด์โอ ซึ่งมีชื่อเสียงมานานจนปัจจุบัน บริษัทแคนาดาเดียแปซิฟิก และบริษัทฮอลแลนด์ อเมริกัน เป็นต้น ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีขนส่งทางอากาศและค่าใช้จ่ายที่สูงขึ้นทำให้การท่องเที่ยวเรือเดินข้ามทะเลมหาสมุทรลดน้อยลง แต่ธุรกิจเดินเรือสำราญเติบโตขึ้น ซึ่งผลสำเร็จดังกล่าวอาจเป็นผลมาจากความร่วมมือกันระหว่างบริษัทขนส่งทางเรือกับบริษัทการบิน โดยเกิดการท่องเที่ยวในแนวใหม่ คือ บินล่องเรือ (Fly-cruise package)

สำหรับการขนส่งทางน้ำในประเทศไทยนั้นได้ลดความสำคัญลง เนื่องจากประชาชนไม่นิยมเดินทางเพราะต้องใช้เวลาในการเดินทางนานกว่าการขนส่งผู้โดยสารประเภทอื่น อีกทั้งการขนส่งผู้โดยสารทางเรือสามารถทำได้เฉพาะในบริเวณที่มีทางน้ำตามธรรมชาติ หรือเป็นทางน้ำที่มนุษย์ทำขึ้น เช่น มหาสมุทร ทะเลสาบ แม่น้ำและคลองต่าง ๆ เป็นต้น แต่การขนส่งทางเรือมีบทบาทสำคัญในการขนส่งสินค้าระหว่างประเทศมากกว่าทางอื่น ๆ เนื่องจากสามารถขนส่งสินค้าได้ครั้งละมาก ๆ การเดินทางท่องเที่ยวทางน้ำแบ่งออกเป็นหลายประเภทดังนี้

4.5.3.1 เรือเดินทะเล (Ocean-lines)

4.5.3.2 เรือสำราญ (cruise Ships/lines)

4.5.3.3 เรือข้ามฟาก (ferry)

4.5.3.4 เรือใบและเรือยอร์ช (Sail cruise and yacht)

4.5.3.5 เรือบรรทุกสินค้า (cargo lines)

4.5.4 การขนส่งทางอากาศ

เมื่อหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ก่อให้เกิดผลดีในระยะยาวต่อการเจริญเติบโตของธุรกิจการบินพาณิชย์ เช่น เทคโนโลยีการบินด้านความเร็ว ประสิทธิภาพของเชื้อเพลิงที่คิดค้นขึ้นในช่วงสงคราม การพัฒนาลำตัวเครื่องบินให้กว้างขึ้น ความรู้และก้าวหน้าทางอากาศ และการปรับปรุงแผนที่อากาศให้ทันสมัยและปลอดภัย การฝึกฝนนักบินโดยใช้เครื่องบินที่เหลือใช้จากสงครามจำนวนมาก ตลอดจนการพัฒนาเครื่องบินไอพ่น ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการขนส่งผู้โดยสารทางอากาศเป็นอย่างดี อุตสาหกรรมการบินพาณิชย์ได้ก้าวหน้าอีกครั้งหนึ่งในทศวรรษ 1970 เมื่อมีการผลิตเครื่องบินขนาดใหญ่รุ่นลำตัวกว้าง เช่น บริษัทดักลาส ผลิตเครื่องบิน D-10 บริษัทโบอิงผลิตเครื่องบิน Boeing 747 ที่มีถึง 4 เครื่องยนต์และบรรทุกผู้โดยสารได้มากที่สุด ในยุคนั้นและเน้นความสะดวกสบายของผู้โดยสารแต่ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของเครื่องบินเหล่านี้คือการเดินทางระยะไกลที่ประหยัดขึ้น โดยปรับปรุงเครื่องยนต์และลดน้ำหนักของเครื่องบิน เช่น เครื่องบินโบ

อั่ง 757 แต่ในปัจจุบันมีบริษัทที่ผลิตเครื่องบินแอร์บัสที่สามารถผลิตเครื่องบินที่มีขนาดใหญ่และสามารถบรรทุกผู้โดยสารได้มากกว่า 500 คนโดยใช้รหัสว่า Airbus A380 เป็นที่นิยมของหลาย ๆ สายการบินที่ให้ความสนใจและซื้อเครื่องบินนี้มาใช้ในการขนส่งผู้โดยสารระหว่างประเทศ

4.5.4.1 ท่าอากาศยานระหว่างประเทศ มีบทบาทและหน้าที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งผู้โดยสารที่เดินทางมาท่องเที่ยวหรือติดต่อสื่อสารกันระหว่างประเทศ อันได้แก่

1) มีบทบาทเสมือนประตูเข้าออกของนักท่องเที่ยว จึงต้องมีการบริการขนส่งผู้โดยสาร อันได้แก่ สะดวกด้านต่าง ๆ ที่จะทำให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกประทับใจ

2) การตกแต่งท่าอากาศยานให้สะท้อนถึงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของประเทศ รวมทั้งสร้างความปลอดภัยเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว เช่น การติดป้ายต้อนรับนักท่องเที่ยว มีพนักงานต้อนรับที่ยิ้มแย้มและพร้อมที่จะให้ความช่วยเหลือ เป็นต้น

3) มีระบบการขนส่งกระเป๋าของผู้โดยสารที่รวดเร็ว และถูกต้อง

4) มีระบบการขนส่งระหว่างท่าอากาศยานกับสถานีขนส่งในพื้นที่ หรือกับที่พักในพื้นที่ที่สะอาดและรวดเร็ว

5) มีสถานีที่ให้บริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว หรือบริการนำเที่ยว ที่พักแรม บริการรถเช่าและการแลกเปลี่ยนเงินตรา

4.5.4.2 การบริการของสายการบินนานาชาติ ปัจจัยหนึ่งที่ส่งเสริมการขยายตัวของตลาดนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ คือ การมีบริการของสายการบินนานาชาติที่มายังประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยตัวการสำคัญที่กำหนดจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ใช้บริการของการบินระหว่างประเทศคือ ตารางการบิน ความถี่ของเที่ยวบิน จำนวนที่นั่งบนเครื่องบินที่อยู่ในเส้นทางการบิน สัดส่วนที่นั่งบนเครื่องบินที่มุ่งสู่จุดท่องเที่ยวที่สำคัญ เส้นทางของสายการบินและการเชื่อมโยงเมืองที่เป็นศูนย์กลางการขนส่งทางอากาศ ระยะเวลาการเดินทาง ค่าโดยสาร จุดเริ่มต้นและปลายทาง ตลอดจนการตัดสินใจเลือกสายการบิน สำหรับประเทศไทย บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งที่มีบทบาทสำคัญต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เนื่องจากเป็นสายการบินแห่งชาติที่ดำเนินการด้านการพาณิชย์ทั้งในประเทศและระหว่างประเทศ การบินไทยมีภารกิจหลักคือการให้บริการขนส่งทางอากาศอย่างครบวงจรทั้งภายในและระหว่างประเทศ โดยคำนึงถึงความปลอดภัย ความสะดวกสบาย ความพึงพอใจของลูกค้าและบริหารธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส โดยเฉพาะอย่างยิ่งภารกิจสำคัญที่สุดคือ ความรับผิดชอบต่อประเทศในฐานะเป็นสายการบินแห่งชาติ โดยร่วมส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวร่วมกับกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันการบินไทยมีเครือข่ายเส้นทางการบินที่ให้บริการครอบคลุมเครือข่ายเส้นทางบินกว่า 62 จุดบิน ใน 35 ประเทศ และจะขยายเส้นทางอีก เพื่อรองรับยุทธศาสตร์เสริมสร้างประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางการบินหลักของภูมิภาคเอเชีย นอกเหนือจากการบริการของสายการบินระหว่างประเทศแล้ว การบริการสายการบินภายในประเทศก็เป็นปัจจัยสำคัญเช่นกัน ซึ่งในหลายประเทศมีการพัฒนาระบบเครือข่ายการบินภายในประเทศที่ดีและมีประสิทธิภาพ สำหรับประเทศไทย ปัจจุบันเริ่มมีสายการบินของเอกชนเข้ามาสู่ธุรกิจการบินมากขึ้น ซึ่งในอนาคตจะมีเพียงสายการบินไทย ซึ่งเป็นสายการบินแห่งชาติ และสายการบินบางกอกแอร์

เวย์ ของบริษัทการบินกรุงเทพ จำกัด เท่านั้น โดยสายการบินเหล่านี้จะทำการบินทั้งในและต่างประเทศ และในอดีตสายการบินเอกชนไม่สามารถทำการบินในเส้นทางที่สายการบินไทยทำการบินอยู่ได้ แต่ในปัจจุบันรัฐบาลมีนโยบายเปิดเสรีด้านการบิน จึงมีผู้ประกอบการเอกชนเข้ามาสู่ธุรกิจการบินมากขึ้น โดยสายการบินเอกชนสามารถทำการบินในเส้นทางเดียวกันกับสายการบินไทยได้ และยังมีสายการบินต้นทุนต่ำเกิดขึ้นอีกหลายสายการบิน เช่น ไทยสมายล์ นกแอร์ และไทยแอร์เอเชีย เวียดนาม แสดงให้เห็นว่าผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำเป็นต้องอาศัยเครือข่ายทางการบินในการรองรับการเติบโตและการกระจายตัวของการท่องเที่ยว นอกจากนี้ ภาคเอกชนควรจะได้รับ การสนับสนุนพัฒนาบริการด้านสายการบินที่มีความปลอดภัย และมีความน่าเชื่อถือเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศและภูมิภาคให้มีความมั่นคงและประสบความสำเร็จทางธุรกิจสายการบิน

4.6 ธุรกิจร้านขายของที่ระลึก

สินค้าที่ระลึกเป็นสิ่งสำคัญสิ่งหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการเพราะไม่ว่าจะมีการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ใดก็ตามนักท่องเที่ยวจะต้องมีการมองหาสิ่งของที่ผลิตหรือหาได้จากสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนั้นได้เดินทางไปนำมาเป็นของฝากของที่ระลึก รวมไปถึงสะสมจากการเดินทางไปเที่ยวในแต่ละครั้ง และยังเป็น การช่วยเตือนความทรงจำในแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน และเป็นของขวัญของฝากแก่ญาติมิตร เพื่อนฝูงเจ้านายและลูกน้อง เป็นต้น

สินค้าที่ระลึก หมายถึง ศรัณยู วรากุลวิทย์ (2546: 200 - 210) สินค้า ๆ ที่นักท่องเที่ยวได้ซื้อจากแหล่งท่องเที่ยวที่ได้มีโอกาสไปเยือนและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตนเอง โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าเหล่านั้นต่าง ๆ กันไป เช่น มีความประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือนจึงซื้อสินค้าที่ระลึก เพื่อระลึกถึงประสบการณ์ที่ดีงามหรือเป็นสื่อในการเล่าเรื่องราวประสบการณ์จากการท่องเที่ยวให้แก่ญาติและมิตรสหาย หรือเป็นของฝากให้บุคคลใกล้ชิด หรือเป็นสิ่งเตือนใจของการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่ไปเยือน เป็นต้น

สินค้าของฝากและของที่ระลึกสำหรับคนไทยนั้นเป็นที่รู้จักมาเป็นเวลานานแล้ว แต่ในความหมายของคำว่าของฝากซึ่งอาจกล่าวได้ว่าเป็นค่านิยมของคนไทยมานานแล้วว่า เมื่อมีโอกาสเดินทางไปเยี่ยมญาติมิตร จำต้องมาของฝากติดมือไปมอบให้บุคคลที่เคารพนับถือหรือครอบครัวที่ไปเยือน และลักษณะของฝากเหล่านั้นอาจเป็นได้ทั้งของกินและของใช้ที่ผลิตในถิ่นที่อยู่อาศัยของตน อีกความหมายของสินค้าที่ระลึก คือ สินค้าหัตถกรรม ซึ่งหมายถึง งานฝีมือที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนไทยตั้งแต่ในสมัยโบราณ โดยใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ ณ ท้องถิ่นนำมาผลิตโดยอาศัยภูมิปัญญาไทยทางด้านศิลปะและวัฒนธรรม รวมถึงประเพณีอันดีงามและนำหัตถกรรมอนุรักษ์เอาไว้ถูกนำมาสร้างสรรค์เป็นงานหัตถกรรมเพื่อใช้สอยในครัวเรือน สินค้าที่ระลึกประเภทนี้มีคุณค่าสำหรับนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมากเพราะจะเป็นสินค้าที่เป็นรูปธรรมเฉพาะไม่เหมือนท้องถิ่นอื่น การผลิตโดยใช้ฝีมือของคนท้องถิ่น สินค้าแต่ละชิ้นจะมีลักษณะเฉพาะ เช่น ผ้าไหม และผ้าไหมมัดหมี่ เสื้ออาหารประจำถิ่น เป็นต้น

4.6.1 ลักษณะของสินค้าที่ระลึก

4.6.1.1 สินค้าที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในท้องถิ่นนั้น ๆ และมีการบ่งบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น มีจุดเด่นที่สามารถเป็นตัวแทนของท้องถิ่นนั้น ๆ ได้และเมื่อมีการกล่าวถึงผลิตภัณฑ์นั้นแล้วเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไปว่าเมื่อเห็นผลิตภัณฑ์นั้นจะนึกถึงสถานที่มาของผลิตภัณฑ์นั้น

4.6.1.2 สินค้าที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ที่หายากมีแต่แหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น ๆ เป็นต้นกำเนิดของสินค้าที่ระลึกประเภทนี้ เป็นสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อเพราะเห็นว่าเป็นต้นกำเนิดของการผลิต มีความแน่ใจว่าได้ซื้อสินค้าที่เป็นของแท้จากสถานที่การผลิต และมีราคาไม่แพงเมื่อเทียบกับการไปซื้อจากที่อื่น เช่น ทูเรียนจากจันทบุรี นาฬิกาจากสวิตเซอร์แลนด์ คริสตัลจากออสเตรีย เป็นต้น

4.6.1.3 สินค้าที่ระลึกเป็นผลิตภัณฑ์ราคาไม่แพงเมื่อซื้อในแหล่งผลิตนั้น ๆ และเทียบจากเมื่อซื้อจากที่อื่น เช่น ข้าวหลามจากหนองมน ไม้แกะสลักจากหมู่บ้านถวาย ผ้าไหมมัดหมี่จากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ร่มจากบ่อสร้าง มีดพกหรือนาฬิกาจากประเทศสวิสเซอร์แลนด์ ชาจากประเทศอังกฤษ น้ำหอมจากฝรั่งเศส เป็นต้น

4.6.1.4 สินค้าที่ระลึกเป็นสินค้าที่หาซื้อได้ง่าย นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้ง่ายในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมาก จะมีร้านขายของที่ระลึกจากภูมิภาคต่าง ๆ จัดหาไว้บริการให้แก่นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อได้

4.6.1.5 สินค้าที่ระลึกเป็นสินค้าที่ใช้วัสดุในท้องถิ่นนั้น ๆ เพราะถ้าสินค้าที่ระลึกผลิตจากวัตถุดิบภายในท้องถิ่นนั้น ๆ ก็จะทำให้ราคานั้นไม่สูงและยังสามารถหาซื้อได้แพร่หลายในสถานที่นั้นด้วย เช่น ต้นย่านลิเภา และต้นกกที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทูเรียนจันทบุรีที่มีการปลูกจำนวนมากมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์มากมายไม่ว่าจะเป็น ตุเรียนสด ตุเรียนกวน ตุเรียนทอดกรอบ

4.6.1.6 สินค้าที่ระลึกเป็นสินค้าที่ได้รับการออกแบบและการผลิตอย่างประณีตงดงาม มีความคุ้มค่าในการซื้อ และมีประโยชน์ในการใช้สอย เช่นผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าขนายที่ทำออกมามีความหลากหลายทั้งสี รูปแบบ รวมทั้งราคาที่ไม่แพงทำให้เป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวจีน

4.6.1.7 สินค้าที่ระลึกเป็นสินค้าที่สาธิตขั้นตอนวิธีการของการผลิตได้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และเห็นถึงคุณค่าก่อนที่จะถูกผลิตออกมาสู่มือนักท่องเที่ยว ยังเป็นการช่วยให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายยิ่งขึ้น

4.6.1.8 สินค้าที่ระลึกเป็นสินค้าที่มีรายละเอียดอธิบายส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ และมีวิธีการประกอบผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ซึ่งสามารถสร้างมูลค่าและความภาคภูมิใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางไปซื้อมาจากสถานที่ต้นกำเนิด เช่น เพชรแท้จากเบลเยียม นาฬิกาโรเล็กซ์จากสวิตเซอร์แลนด์ ซีสแท้จากเนเธอร์แลนด์ นาฬิกาไซโกจากญี่ปุ่น เป็นต้น

4.6.2 วิธีการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

4.6.2.1 การศึกษาวิธีการผลิตสินค้าที่ระลึก

4.6.2.1.1 รูปแบบของการผลิตสินค้าที่ระลึกสามารถดำเนินการในรูปแบบดังนี้มีรายละเอียดดังนี้

4.6.2.1.1.1 อุตสาหกรรมในครัวเรือน ดำเนินการผลิตในช่วงเวลาว่างจากงานประจำ เช่น งานเกษตร เป็นต้น หรือการดำเนินการผลิตเป็นอาชีพหลักของอุตสาหกรรมในครัวเรือน เช่น การแกะสลักไม้ ของชาวบ้านถวายเป็น ฯลฯ

4.6.2.1.1.2 อุตสาหกรรมขนาดย่อม ดำเนินการผลิตให้เกิดผลผลิตจำนวนมากโดยจ้างแรงงาน มาดำเนินการผลิตเพื่อให้ได้ผลผลิตมีปริมาณตามที่ต้องการ การผลิตสินค้าที่ระลึกรูปแบบนี้มีจำนวนมาก

4.6.2.1.2 การผลิตสินค้าที่ระลึกต้องคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ (ศรัญญา วรากุลวิทย์. 2546:378)

4.6.2.1.2.1 ผลิตสินค้าให้ตรงตามความต้องการของตลาด ต้องคำนึงถึงความต้องการของลูกค้า เป้าหมาย คือกลุ่มลูกค้าฐานะดี รสนิยมสูง ผลผลิตต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานรูปแบบดีมีฝีมือประณีต

4.6.2.1.2.2 ระดับกลาง เน้นรูปแบบตรงสมัยนิยมใช้ประโยชน์ได้ในและชีวิตประจำวันและต้องคำนึงถึงเทศกาลที่จะใช้

4.6.2.1.2.3 ผลิตสินค้าที่ใช้วัสดุที่เป็นธรรมชาติในท้องถิ่น

4.6.2.1.2.4 ไม่ลอกเลียนแบบและมีประโยชน์ใช้สอย มีคุณภาพดี

4.6.2.1.3 การพัฒนาสินค้าของที่ระลึก หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องให้บริการต่าง ๆ และการให้ความช่วยเหลือ และการให้ความช่วยเหลือในการพัฒนาสินค้าที่ระลึกให้มีความทันสมัยเป็นที่ต้องการของนักท่องเที่ยว และตลาดอุตสาหกรรมบริการ ดังนี้

4.6.2.1.3.1 การบริการด้านการฝึกอบรมสัมมนาที่มีแบบแผนที่ถูกต้อง ทั้งด้านการจัดการ การผลิต การตลาด และพัฒนารูปแบบสินค้าที่ระลึก ทั้งในและนอกสถานที่ โดยมี การจัดการฝึกอบรมถ่ายทอดสู่ต่อกันมาเป็นรุ่นสู่รุ่น

4.6.2.1.3.2 การบริการให้คำปรึกษาแนะนำ ในการปรับปรุงคุณภาพและรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของตลาดที่มีความต้องการที่หมุนเวียนเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาตามปัจจัยและสถานการณ์ตลาด แต่สินค้าที่ระลึกยังคงอยู่ถึงแก่นแท้ของสินค้าที่ระลึกในท้องถิ่นนั้น ๆ รวมถึงมีการให้คำปรึกษาแนะนำด้านสิทธิบัตรทางการค้า การกำหนดราคาสินค้า การรับใบสั่งซื้อ การทำสัญญาซื้อขายรวมถึงการให้บริการเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตโดยใช้เครื่องจักร เครื่องทุ่นแรง และอุปกรณ์การผลิต

4.6.2.1.3.3 การบริการด้านเศรษฐกิจการเงิน ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดกลางจนถึงขนาดย่อมตลอดจนอุตสาหกรรมในครัวเรือน และหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ ที่มีต้องการขยายกิจการหรือขาดเงินทุนที่จะนำไปใช้ซื้ออุปกรณ์ เครื่องทุ่นแรง หรือเป็นเงินทุน หรือเงินทุนหมุนเวียนในการประกอบอาชีพ สามารถกู้ได้ในอัตราดอกเบี้ยต่ำเนื่องจากการดำเนินธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวและบริการทางภาครัฐและเอกชนจะให้การสนับสนุนทางการเงินอย่างเต็มที่

4.6.2.1.3.4 การบริการด้านการตลาด มีสถานที่แสดงและเผยแพร่ เพื่อเป็นแหล่งเชื่อมโยงตลาดให้ผู้ผลิตและผู้ซื้อสามารถติดต่อซื้อขายกัน

4.6.2.1.3.5 การบริการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด จึงให้มีการประกวดแข่งขันการออกแบบผลิตภัณฑ์

4.6.2.1.4 สินค้าที่ระลึกประเภทหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นนโยบายของรัฐบาลตั้งแต่สมัย ดร. ทักษิณ ชินวัตร ในการฟื้นฟูเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับพื้นฐานประชาชนในแต่ละท้องถิ่นที่มีการส่งเสริมสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มาเป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวจากต่างถิ่นได้เข้ามาซื้อสินค้าได้ในราคาที่ไม่แพงและมีการสาธิตการผลิตซึ่งส่วนใหญ่จะผลิตด้วยการผลิตด้วยมือ และนโยบายกระจายรายได้ลงสู่ชุมชน รัฐบาลได้ให้การส่งเสริมผลิตภัณฑ์หมู่บ้านอย่างเป็นระบบ ทั้งโครงการเงินกู้หนึ่งหมู่บ้านหนึ่งล้านบาทและโครงการบัณฑิตอาสา ฯลฯ โครงการเหล่านี้ช่วยในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของทุกชีวิตในหมู่บ้าน มีการดำเนินการอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งด้านการผลิต การจัดการและการตลาด ให้ชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้เองนำไปสู่ความยั่งยืนในการประกอบธุรกิจของที่ระลึกระดับชุมชนให้มีความยั่งยืน

4.6.2.1.5 สินค้าที่ระลึกที่ผลิตจากมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง พระองค์ทรงก่อตั้งมูลนิธิดังกล่าวเมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2519 เพื่อช่วยเหลือบรรดาชาวไร่ ชาวนาผู้ที่ประสบปัญหาความยากจน มีรายได้น้อยและครอบครัวประกอบอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ และที่สำคัญยังเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดศิลปหัตถกรรมของคนไทย โดยคัดเลือกสมาชิกศิลปาชีพจากครอบครัวที่ประสบปัญหาความยากจน จากทั่วทุกภาคของประเทศ มารับการฝึกศิลปหัตถกรรม ในศูนย์ศิลปาชีพต่าง ๆ เช่น โรงฝึกศิลปาชีพสวนจิตรลดาซึ่งเป็นโรงฝึกศิลปาชีพที่ใหญ่ที่สุด นอกจากนี้ยังมีศูนย์ศิลปาชีพบ้านกุดนาขาม จังหวัดสกลนคร ศูนย์ศิลปาชีพบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา และศูนย์ศิลปาชีพบ้านละเวง ศูนย์ศิลปาชีพบ้านน้ำแม่ต๋ำ จังหวัดลำปาง เป็นต้น

4.6.2.2 การจำหน่ายสินค้าที่ระลึก

4.6.2.2.1 สินค้าปลอดภาษี (duty free) สินค้าปลอดภาษีเป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศ หรือนักท่องเที่ยวที่เดินทางออกนอกประเทศ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้าที่มีจำหน่ายในร้านค้าปลอดภาษีโดยเป็นสินค้าที่ทางประเทศนั้นคิดราคาที่ไม่รวมภาษีกับสินค้าเหล่านี้อาจเป็นสินค้าภายในประเทศ หรือสินค้าจากต่างประเทศก็ได้ ที่ได้รับการยกเว้นขาเข้าและภาษีขาออก นักท่องเที่ยวหรือผู้ซื้อสามารถซื้อในอัตราที่กำหนดไว้และต้องยื่นหลักฐานโดยจะต้องแสดงหนังสือเดินทาง ตัวเครื่องบินแสดงเมื่อซื้อสินค้าทางร้านค้าประเภทนี้อาจจัดจำหน่ายได้หลายรูปแบบ เช่น ร้านค้าปลอดภาษีห้างสรรพสินค้า ร้านสินค้าปลอดภาษีคิงพาวเวอร์ในบริเวณท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ สินค้าปลอดภาษีบนเครื่องบิน สินค้าปลอดภาษีบนเรือสำราญ

ตามบริเวณด้านการเข้าออกระหว่างประเทศ ในบางประเทศนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าแล้วได้รับสินค้าทันที เช่นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเที่ยวญี่ปุ่นแล้วซื้อของจากร้านดองก็ก็จะได้รับสินค้าทันทีเลยแต่จะถูกปิดผนึกอย่างหนาแน่นไม่ให้นักท่องเที่ยวเปิดใช้ในญี่ปุ่น ในบางประเทศนักท่องเที่ยวซื้อสินค้าแล้วต้องรับสินค้าที่สนามบินโดยนักท่องเที่ยวไม่สามารถรับสินค้าเมื่อซื้อได้ทันที เช่น นักท่องเที่ยวที่ซื้อนาฬิกาหุราราคาแพง

จากคิงพาวเวอร์ชอปปิ้งน้ำเมื่อชำระเงินค่านาฬิกาแล้วจะได้รับสินค้าอีกทีเมื่อเดินทางถึงสนามบินเพื่อเตรียมตัวเดินทางกลับประเทศของตนเอง ในบางประเทศเป็นเมืองปลอดภาษี นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้าในร้านค้าต่าง ๆ ในประเทศนั้น ๆ ได้โดยไม่เสียภาษี เช่น ฮองกง สิงคโปร์และดูไบ ฯลฯ ประเทศเหล่านี้ประสบความสำเร็จมากในการดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางไปซื้อสินค้าปลอดภาษี

4.6.2.2.2 การคืนภาษี (claimed tax) สินค้าที่มีการคืนภาษีให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการจูงใจให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าต่าง ๆ ได้ง่ายขึ้นนักท่องเที่ยวจะมีความรู้สึกที่ซื้อสินค้าในราคาที่ถูกลงเป็นการลดราคาสินค้าในส่วนที่เป็นค่าภาษีอากรให้แก่นักท่องเที่ยวทั้งนี้เพื่อเป็นการดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวและซื้อสินค้าในประเทศนั้นเพราะมีความรู้สึกว่าคุณค่าเมื่อได้เดินทางไป โดยการจัดการขายในลักษณะนี้แบ่งเป็น ดังนี้

4.6.2.2.2.1 ลดราคาสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวที่แสดงหนังสือเดินทาง ณ จุดที่จ่ายเงินตามจำนวนร้อยละที่กำหนดไว้ เช่นนักท่องเที่ยวที่เดินทางไปท่องเที่ยวที่ประเทศญี่ปุ่นแล้วซื้อสินค้าที่ร้านแฟมิลีมาร์ทสามารถแสดงหนังสือเดินทางและบัตรโดยสารสายการบินก็จะได้หักภาษีไปในกรณีที่ซื้อมากกว่า 5,000 เยน ขึ้นไป

4.6.2.2.2.2 การขอภาษีคืน นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าตามยอดซื้อขั้นต่ำ ซึ่งร้านค้ากำหนดไว้และนักท่องเที่ยวกรอกแบบฟอร์มยื่นความประสงค์ขอภาษีคืน ร้านค้าจัดทำเอกสารระบุยอดซื้อของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวมอบเอกสารดังกล่าวให้แก่เจ้าหน้าที่ศุลกากร หรือเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองที่สนามบิน เมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางออกนอกประเทศ เจ้าหน้าที่จัดส่งเอกสารกลับไปยังร้านค้านั้นเมื่อร้านค้าได้รับเอกสารแล้ว จัดส่งเงินจำนวนที่ระบุไว้เป็นส่วนลดภาษีกลับไปให้นักท่องเที่ยว ณ ภูมิลาเนาที่ระบุไว้ การจัดการขายในลักษณะเป็นที่นิยมของห้างสรรพสินค้าใหญ่ เช่น ห้างแฮรอด (Harrod) ในประเทศสหราชอาณาจักร ร้านดองกิ (Don don donki) ในประเทศญี่ปุ่น เป็นต้น

4.6.2.2.3 การคืนภาษีของรัฐบาลกลาง ในบางประเทศการซื้อสินค้าต้องจ่ายภาษีให้แก่รัฐบาลท้องถิ่นและรัฐบาลกลางแต่ในกรณีที่นักท่องเที่ยวจะสามารถเรียกขอภาษีในส่วนที่เป็นของรัฐบาลกลางคืนได้โดยนักท่องเที่ยวกรอกแบบฟอร์มขอคืนภาษีพร้อมแนบใบเสร็จรับเงิน ส่งทางไปรษณีย์ไปยังหน่วยงานที่ทำหน้าที่เก็บภาษีอากร นักท่องเที่ยวจะได้รับเงินภาษีในส่วนนี้คืนทางไปรษณีย์ ในบางประเทศจะมีหน่วยงานรับดำเนินการขอคืนภาษี โดยนักท่องเที่ยวจ่ายเงินค่าธรรมเนียม แล้วจะได้รับเงินภาษีที่ได้รับการยกเว้นทันที เช่นประเทศแคนาดา เป็นต้น

4.6.2.2.4 ร้านขายของที่ระลึก นักท่องเที่ยวซื้อสินค้าที่ระลึกได้ทั่วไปในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไป เช่นห้างสรรพสินค้าในเมืองต่าง ๆ จะจัดจำหน่ายสินค้าที่ระลึกของทุกภาค หรือในตลาดพื้นเมือง นักท่องเที่ยวจะสามารถซื้อสินค้าได้ในราคาต่ำ

4.6.2.2.5 โรงงานผลิตสินค้าที่ระลึก นักท่องเที่ยวสามารถซื้อสินค้าที่ระลึกได้ในแหล่งผลิตที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปชมขบวนการผลิต นักท่องเที่ยวสามารถซื้อ ณ แหล่งผลิตได้ถูกกว่าร้านค้าอื่น เช่นโรงงานผลิตเซรามิกจังหวัดลำปาง โรงงานผลิตกล้วยไม้สดเป็นเข็มติดเสื้อที่มีอายุคงทน รมบ่อ

สร้าง และไม้แกะสลักที่หมู่บ้านถวาย จังหวัดเชียงใหม่ โรงงานเหล้าสาเกในประเทศญี่ปุ่น ครีมบัวหิมะที่ประเทศจีน เป็นต้น

4.7 ธุรกิจไมซ์และอีเว้นท์

ธุรกิจ MICE หมายถึงธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดการประชุมขององค์กร การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลการจัดประชุมนานาชาติและการจัดงานแสดงสินค้าเข้าด้วยกันโดยมีการจัดการจัดการที่ดีและสมบูรณ์อย่างมืออาชีพ ทั้งทางด้านการบริการ ด้านสถานที่ ด้านการจัดประชุม ด้านอาหาร และเครื่องดื่ม ด้านเครื่องมืออุปกรณ์อำนวยความสะดวก ด้านการรับส่งสินค้าที่จะจัดแสดง ด้านพิธีการ ศุลกากร ฯลฯ โดยธุรกิจไมซ์ประกอบไปด้วยธุรกิจหลักอยู่ 4 กลุ่มตามตัวอักษรย่อที่มีความต่อเนื่อง เชื่อมโยงกัน และมีความแตกต่างกัน อย่างชัดเจนอันได้แก่

1. ธุรกิจการจัดประชุมขององค์กร (Meeting หรือ M) คือการจัดงานประชุมสัมมนาขึ้นในระดับที่เป็นการจัดประชุมภายในองค์กรหรือหน่วยงานภายใน รวมถึงระหว่างองค์กรด้วยตนเอง เช่นการจัดประชุมอธิการบดีทั่วประเทศ การจัดประชุมผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Incentive หรือ I) คือการจัดการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัลแก่พนักงานหรือบุคคลที่สามารถทำงานได้ตามเป้าหมายหรือตามวัตถุประสงค์ที่องค์กรได้ตั้งไว้ส่วนหนึ่งเพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้กับบุคลากรเหล่านั้นได้มีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้ดียิ่งขึ้น เช่น การจัดรายการท่องเที่ยวไปต่างประเทศเพื่อพนักงานขายประกันชีวิตที่สามารถทำยอดขายได้ตามเป็นของบริษัท การจัดการรายการท่องเที่ยวประจำปีของบริษัทโดยพาพนักงานทั้งหมดขององค์กรไปท่องเที่ยวและมีงานเลี้ยงสังสรรค์เพื่อเป็นขวัญกำลังใจให้กับพนักงาน

3. การจัดประชุมนานาชาติ (Conventions หรือ C) คือการประชุมนานาชาติ รวมบุคคลในสายอาชีพเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ซึ่งมักจะเป็นการจัดงานขนาดใหญ่ในระดับภูมิภาคหรือประเทศ เช่นการจัดประชุมหมอและบุคลากรทางการแพทย์ทั่วโลกโดยมีประเทศไทยเป็นเจ้าภาพในการดำเนินงานจัด การประชุมผู้นำกลุ่มความร่วมมือทางเศรษฐกิจในเอเชีย-แปซิฟิก หรือ เอเปค (APEC)

4. การจัดงานแสดงสินค้า (Exhibitions หรือ E) คือการจัดงานแสดงสินค้าหรือบริการ อาจจัดในระดับภูมิภาคหรือระดับชาติก็ได้โดยมีหน่วยงาน หรือประเทศที่เป็นเจ้าภาพในการจัดงานขึ้น เช่น งานบางกอกมอเตอร์โชว์ งานโตเกียวมอเตอร์โชว์ งานมหกรรมงานแสดงนาฬิกาประจำปีที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก 'BASELWORLD' ที่ประเทศสวิตเซอร์แลนด์ เป็นต้น

จากความหมายของธุรกิจไมซ์ที่ได้กล่าวมาข้างต้นนั้นแล้วจะเห็นได้ว่าธุรกิจไมซ์ (MICE Business) ธุรกิจไมซ์และอีเว้นท์เป็นธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจที่มีความแตกต่างจากธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนหย่อนใจอยู่ 6 ประการคือ

(ก) ผู้สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแบบทั่วไปนั้นนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการเดินทางท่องเที่ยวทั้งหมดเอง ส่วนการท่องเที่ยวแบบธุรกิจไมซ์ บริษัท หรือนายจ้างจะเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายเองทั้งหมด

(ข) ผู้เลือกสถานที่ท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแบบทั่วไบนักท่องเที่ยวจะเป็นผู้กำหนดและตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวเอง ส่วนการท่องเที่ยวแบบธุรกิจไมซ์ผู้จัดการด้านนี้จะมีบทบาทในการกำหนดและเลือกสถานที่ท่องเที่ยว โดยพิจารณาให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าเป็นสำคัญ

(ค) ช่วงเวลาการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบทั่วไบนักท่องเที่ยวนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว ในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์และวันหยุดประจำปีส่วนการท่องเที่ยวแบบธุรกิจไมซ์สามารถจัดได้ตลอดปีและนิยมจัดในช่วงวันที่มีการทำงานคือจันทร์ถึงวันศุกร์

(ง) ระยะเวลาสำรองการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบทั่วไบนักท่องเที่ยวจะมีการสำรองการท่องเที่ยวล่วงหน้าไม่ว่าจะเป็นการจองรายการนำเที่ยว การจองห้องพัก การจองอาหาร ฯลฯ โดยระยะเวลาสำรองการท่องเที่ยวจะยาวนานแค่ไหนขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการเดินทางท่องเที่ยว ถ้าหากต้องการท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลหรือวันหยุดที่ติดต่อกันนานหลายวัน อาจต้องมีการสำรองการท่องเที่ยวยาวนานเป็นเดือน เนื่องจากเป็นช่วงระยะเวลาที่มีความต้องการเดินทางท่องเที่ยวมาก ส่วนการท่องเที่ยวแบบธุรกิจไมซ์หรืออีเว้นท์ในระดับที่เป็นนานาชาติควรมี การจองล่วงหน้านานเป็นปี

(จ) ประเภทของผู้เดินทางท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบทั่วไบนักเดินทางท่องเที่ยวได้แก่นักท่องเที่ยวทุกคนที่ต้องการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจคลายเครียดจากการทำงานประจำ ส่วนการท่องเที่ยวแบบธุรกิจไมซ์และอีเว้นท์ผู้ที่เดินทางท่องเที่ยวได้แก่ สมาชิกของหน่วยงานหรือลูกจ้างของบริษัทที่ได้รับการคัดเลือกให้เดินเข้าร่วมงานไมซ์และอีเว้นท์นั้น ๆ

(ฉ) ประเภทของสถานที่ท่องเที่ยวการท่องเที่ยวแบบทั่วไบนักท่องเที่ยวสามารถเลือกสถานที่ท่องเที่ยวได้ ทุกประเภทของแหล่งท่องเที่ยวทั้งแหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติและประเภทวัฒนธรรม ส่วนการท่องเที่ยวแบบธุรกิจไมซ์หรืออีเว้นท์ก็สามารถเลือกแหล่งท่องเที่ยวตามเมืองใหญ่ในการจัดกิจกรรม เนื่องจากมีสิ่งอำนวยความสะดวกพร้อม และมีระบบคมนาคมขนส่งที่ประสิทธิภาพคอยบริการนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้

4.7.1 ความสำคัญของธุรกิจไมซ์

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมไมซ์ มีบทบาทสำคัญมากยิ่งขึ้นในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระดับโลก จาก MICE industry by Event Type: Global Opportunity Analysis and Industry Forecast, 2017-20231 ได้รายงานว่าเป็นปี 2559 มูลค่าของอุตสาหกรรมไมซ์ทั่วทั้งโลกสูงถึง 752 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยสหรัฐอเมริกายังคงทำรายได้จากอุตสาหกรรมไมซ์มากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 42 ของตลาดอุตสาหกรรมไมซ์ทั้งหมด นอกจากนี้ ยังคาดการณ์ ว่าระหว่างปี 2560-2566 อุตสาหกรรมไมซ์จะมีอัตราการเจริญเติบโตร้อยละ 7.5 ต่อปี และภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะเป็นภูมิภาคที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงที่สุดกว่าร้อยละ 8.6 ต่อปีซึ่งในปี 2566 อุตสาหกรรมไมซ์ อาจจะมีมูลค่าสูงมากถึง 1,245 ล้านดอลลาร์สหรัฐ <https://www.alliedmarketresearch.com/press-release> สืบค้นเมื่อ 12/09/2563 เนื่องจากการเติบโตของเศรษฐกิจทำให้การเดินทางท่องเที่ยว เชิงธุรกิจปรับตัวสูงขึ้นจำนวนผู้เข้าร่วมงานจึงแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง แนวโน้มค่าใช้จ่ายที่ต่อหัวที่ สูงเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวแบบปกติ รวมทั้งอุตสาหกรรมไมซ์ยังสร้างการกระจายรายได้ไปสู่ภาคธุรกิจอื่น ๆ ซึ่งเป็นการช่วยพัฒนาเศรษฐกิจ

ภายในประเทศได้เป็นอย่างดีแต่ละประเทศจึง พยายามพัฒนาศักยภาพของการเป็นเมืองเป้าหมายของกิจกรรมไมซ์ในประเทศของตนรวมถึงประเทศไทยโดยให้ความพร้อมรับการแข่งขัน เพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งด้านการตลาดให้เพิ่มมากขึ้น

1. ความสำคัญด้านรายได้ทางตรงจากรายได้ของนักท่องเที่ยวที่มาใช้จ่ายในประเทศไทย
2. ความสำคัญด้านรายได้ทางอ้อมและการส่งเสริมธุรกิจอื่น นอกเหนือจากรายได้จากนักท่องเที่ยวไมซ์ทางตรงแล้ว รายได้ที่เกิดจากการเจรจาการค้า การลงทุน การจัดงานแสดงสินค้า เป็นต้น ล้วนก่อให้เกิดรายได้ต่อประเทศหมุนเวียนจำนวนมหาศาล อุตสาหกรรมไมซ์ยังสามารถส่งเสริมให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ หรือถ่ายทอดเทคโนโลยี เพื่อพัฒนาทรัพยากรบุคคลของประเทศได้ด้วย
3. ความสำคัญในการยกระดับภาพลักษณ์และสร้างความเชื่อมั่นให้กับประเทศ

สรุป

ในการศึกษาถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมบริการนั้นจะมีธุรกิจต่างๆ ที่มีส่วนเกี่ยวข้องอยู่มากมายเพราะทุกธุรกิจนั้นต่างก็มีหน้าที่สนับสนุนอุตสาหกรรมบริการอยู่เป็นปกติอยู่แล้ว แต่ในบทเรียนนี้สามารถที่จะสรุปถึงธุรกิจที่มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมบริการโดยตรงและเป็นหลักอยู่แล้ว ซึ่งสามารถแบ่งได้ออกเป็น 7 ธุรกิจหลักคือ ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจการคมนาคมขนส่ง ธุรกิจจำหน่ายสินค้าของที่ระลึก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจไมซ์และอีเว้นท์ ธุรกิจทั้งหมดนี้เป็นธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องสัมพันธ์กันจากการเป็นธุรกิจที่อยู่ในอุตสาหกรรมบริการโดยตรง และสามารถสร้างรายได้รวมกันให้กับประชาชน ผู้ลงทุน และรายได้มหาศาลเข้าประเทศในทุกๆปี

คำถามท้ายบท

1. จงอธิบายความหมาย และประเภทของบริษัทนำเที่ยวตามความในพระราชบัญญัติธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์
2. จงอธิบายว่าการจัดแบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมและที่พักนั้นมีกี่ประเภทแต่ละประเภทมีอะไรบ้างให้อธิบายพอสังเขป
3. จงอธิบายพร้อมยกตัวอย่างของธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต่อไปนี้
 - 3.1 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ
 - 3.2 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์โบราณสถานและโบราณวัตถุ
 - 3.3 ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมประเพณีและเทศกาล
4. จงอธิบายถึงเส้นทางของถนนในประเทศไทยที่ว่ามีกี่เส้นทางในการเดินทางไปต่างจังหวัด และแต่ละเส้นทางมีชื่ออย่างไรเดินทางไปภาคไหนบ้าง
5. จงอธิบายถึงลักษณะที่สำคัญของสินค้าที่ระลึกพร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบ
6. จงอธิบายว่าประเภทของธุรกิจร้านอาหารนั้นมีทั้งหมดกี่ประเภท พร้อมทั้งยกตัวอย่างประกอบ
7. จงบอกถึงความสำคัญของธุรกิจไมซ์และอีเว้นท์ในประเทศไทย

-

เอกสารอ้างอิง

(กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา) <https://www.dot.go.th/pages/4> สืบค้นเมื่อ 02/08/2563

- ฉันทิช วรรณถนอม. (2552). **อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : สามลดา
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2543). **การจัดการบริการอาหารและเครื่องดื่ม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
- ธารีทิพย์ ทากิ. (2549). **การจัดการงานส่วนหน้าของโรงแรม**. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒน์ นา. (2548). **การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน**. กรุงเทพฯ: เพรส แอดน์ ดีไซน์
- ปิยพรรณ กลั่นกลิ่น. (2546). **การปฏิบัติงานและการจัดการส่วนหน้าของโรงแรม**. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์
- ปรีชา แดงโรจน์. (2544). **อุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่ศตวรรษที่21**. กรุงเทพฯ : บริษัทไฟว์ แอนด์
- พิศรา เสริมรัตน์วิศิษฐ์, (2560). **แผนธุรกิจนำเที่ยวไทยแบบ Private Tour สำหรับนักท่องเที่ยวญี่ปุ่น**. การค้นคว้าอิสระ. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชีมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พลศรี คชาชีวะ และบุญเสริม หุตะแพทย์. (2539). **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกิจการภัตตาคาร**. เอกสารการสอนชุดวิชาการจัดการและเทคนิคการบริการในภัตตาคาร. นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ยุพวรรณ นังคลาภวัฒน์. (2558). **การดำเนินงานธุรกิจที่พักแรม**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม
- ราณี อธิชัยกุล. (2546). **ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล**. หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน.นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- ศรีัญญา วรากุลวิทย์. (2546). **ปฐมนิเทศอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว**. กรุงเทพฯ : เฟื่องฟ้า พรินต์ติ้ง.
- แสงอรุณ เชื้อวงศ์บุญ. (2554). **การแกะสลักผักและผลไม้เพื่อการตกแต่ง**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- เอกพล อ่อนน้อมพันธ์. (2555). **หลักการประกอบอาหารไทย**. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.
- Gray, W. S. and S. C. Liguori. (1994). **Hotel and motel management and operations**, Prentice Hall. USA.
- <https://www.alliedmarketresearch.com/press-release> สืบค้นเมื่อ 12/09/2563
- <https://www.bts.co.th/routemap.html> สืบค้นเมื่อ 19/08/2563
- https://www.dbd.go.th/download/document_file/Statistic/2562/T26/T26_201902.pdf สืบค้นเมื่อ 16/08/2563
- https://www.gsbresearch.or.th/wp-content/uploads/2020/01/IN_hotel_12_62_detail-1.pdf สืบค้นเมื่อ 08/08/2563
- <https://metro.bemplc.co.th/Default> สืบค้นเมื่อ 19/08/2563

