

ชื่อโครงการ	ค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ (Roadshows/ Trade shows)
หน่วยงานที่รับผิดชอบ	กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว
ปีงบประมาณ	๒๕๖๒

๑. หลักการและเหตุผล

กรุงเทพมหานครเป็นเมืองหลวงที่เป็นศูนย์กลางด้านคมนาคม เศรษฐกิจ และการปกครองของประเทศ อีกทั้งยังเป็นเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางมาท่องเที่ยวอันเนื่องมาจากเป็นเมืองที่มีแหล่งโบราณสถาน วัฒนธรรมนิยมประเพณี และวิถีชีวิตของชุมชนที่หลากหลาย นอกจากนี้ กรุงเทพมหานครยังเป็นประตูในการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมต่อไปยังเมืองต่าง ๆ ของภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้และภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศไทย และด้วยศักยภาพดังกล่าวจึงทำให้กรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจากทั่วทุกมุมโลก ให้เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวและนำรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศ

กองการท่องเที่ยว สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว ในฐานะหน่วยงานที่รับผิดชอบงานด้านการท่องเที่ยวโดยตรงได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของการส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รับทราบข้อมูลรายละเอียดของแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ถูกต้อง แล้วเกิดความประสงค์ที่จะเดินทางมาท่องเที่ยวกรุงเทพมหานครมากขึ้น จึงเห็นควรจัดทำโครงการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ (Roadshows/ Trade shows) เพื่อส่งเสริมประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Branding) และส่งเสริมการตลาดของกรุงเทพมหานคร ให้มีนโยบายและทิศทางที่ชัดเจนในแต่ละปี และมีจุดขายทางการตลาดต่อไป

๒. วัตถุประสงค์

๒.๑ เพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว ทั้งในด้านการตลาดการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ การท่องเที่ยว การสร้างความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับนานาชาติ การสนับสนุนกิจกรรมการท่องเที่ยว และการเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการของผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครแก่นักท่องเที่ยวและประชาชนอย่างต่อเนื่อง

๒.๒ เพื่อประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้เป็นที่รู้จัก ทั้งในประเทศและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

๒.๓ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครในสายตาของชาวต่างประเทศ

๓. เป้าหมาย

โครงการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ (Roadshows/ Trade shows) กำหนดให้มีการจัดกิจกรรมเพื่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยว จำนวน ๕ งาน ดังนี้

- งาน Outbound Travel Market (OTM ๒๐๑๙) ณ เมืองมุมไบ สาธารณรัฐอินเดีย มีกำหนดจัดงานเดือนมกราคม ๒๕๖๒

- งาน Internationale Tourismus Borse (ITB ๒๐๑๙) ณ กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี กำหนดจัดงาน เดือนมีนาคม ๒๕๖๒

- งาน Shandong International Tourism Fair ๒๐๑๙ ณ เมืองจีหนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน กำหนดจัดงาน เดือนพฤษภาคม ๒๕๖๒

- งาน JATA Tourism EXPO Japan ๒๐๑๙ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น กำหนดจัดงาน เดือนกันยายน ๒๕๖๒

- งาน Arabian Travel Market (ATM ๒๐๑๙) ณ นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ กำหนดจัดงานระหว่างเดือนเมษายน - พฤษภาคม ๒๕๖๒

ทั้งนี้ ระยะเวลาการจัดงานอาจเปลี่ยนแปลงตามข้อกำหนดของผู้จัดงานในต่างประเทศ

๔. ลักษณะโครงการ

- เป็นโครงการต่อเนื่อง ,
- เป็นโครงการที่สอดคล้องกับแผนพัฒนากรุงเทพมหานคร ระยะ ๒๐ ปี ระยะที่ ๒ (๒๕๖๑-๒๕๖๕) และแผนปฏิบัติราชการกรุงเทพมหานคร ประจำปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ด้านที่ ๖ มหานครแห่งเศรษฐกิจและการเรียนรู้ มิติที่ ๖.๒ เมืองแห่งนักท่องเที่ยวระดับโลก เป้าประสงค์ที่ ๖.๒.๑.๓ กรุงเทพมหานครมีศักยภาพในการดำเนินการ การท่องเที่ยว ทั้งด้านองค์กร บุคลากร การบริการข้อมูลข่าวสารและการส่งเสริมการตลาด เป็นองค์กรที่รู้จัก ของสาธารณชน สามารถแข่งขันกับเมืองท่องเที่ยวชั้นนำในภูมิภาคอาเซียนและเอเชียได้อย่างภาคภูมิ มาตรการที่ ๒ ส่งเสริมประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Branding) และส่งเสริมการตลาดของกรุงเทพมหานครให้มั่นนโยบาย หรือทิศทางที่ชัดเจนในแต่ละปีมีจุดขายทางการตลาด

๕. แนวทางการดำเนินงาน

- ๕.๑ ขอความเห็นชอบจัดทำแผนงานและขออนุมัติดำเนินการตามโครงการ
- ๕.๒ ประสานงานกับหน่วยงานภายในและต่างประเทศ เพื่อดำเนินการตามกิจกรรมที่กำหนดไว้
- ๕.๓ แต่งตั้งคณะกรรมการเพื่อกำหนดรายละเอียดขอบเขตของการทำงานในแต่ละกิจกรรม
- ๕.๔ ขออนุมัติรายละเอียดขอบเขตของการทำงานในแต่ละกิจกรรม
- ๕.๕ ขอความเห็นชอบและขออนุมัติจ้างดำเนินการตามโครงการ
- ๕.๖ ดำเนินการตามรายละเอียดที่กำหนดในโครงการ

๖. ระยะเวลาดำเนินการ

ดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม ๒๕๖๑ - กันยายน ๒๕๖๒

๗. งบประมาณ

โดยเบิกจ่ายจากงบประมาณประจำปี ๒๕๖๒ แผนงานการท่องเที่ยว งานการท่องเที่ยว หมวดรายจ่ายอื่น รายการค่าใช้จ่ายในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวในประเทศและต่างประเทศ (Roadshows/ Trade shows) จำนวน ๕ งวน เป็นเงิน ๒๐,๐๐๐,๐๐๐ บาท (ยี่สิบล้านบาทถ้วน) มีค่าใช้จ่ายดังนี้

๗.๑ งาน Outbound Travel Market (OTM ๒๐๑๙) ณ เมืองมูมไบ สาธารณรัฐอินเดีย เป็นเงิน ๒,๗๙๘,๕๘๐ บาท

๗.๒ งาน Internationale Tourismus Borse (ITB ๒๐๑๙) ณ กรุงเบอร์ลิน สหพันธ์สาธารณรัฐเยอรมนี เป็นเงิน ๕,๖๗๕,๕๐๐ บาท

๗.๓ งาน Shandong International Tourism Fair ๒๐๑๙ ณ เมืองจีหนาน สาธารณรัฐประชาชนจีน เป็นเงิน ๒,๕๓๔,๓๒๐ บาท

๗.๔ งาน JATA Tourism EXPO Japan ๒๐๑๙ ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น เป็นเงิน ๔,๓๘๙,๐๐๐ บาท

๗.๕ งาน Arabian Travel Market (ATM ๒๐๑๙) ณ นครดูไบ สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ เป็นเงิน ๔,๖๐๒,๖๐๐ บาท

โดยถัวจ่ายได้ทุกรายการ ในกรณียอดโดยอดหนึ่งไม่เพียงพอ แต่ไม่เกินวงเงินงบประมาณที่ได้รับ

๘. ปัญหาและอุปสรรค

๘.๑ การจัดกิจกรรมต่าง ๆ ตามโครงการอาจจะไม่สามารถดำเนินการได้ตามระยะเวลาที่กำหนด อันเนื่องมาจากการหาสถานที่จัดงานไม่ได้ตามเป้าหมาย การเปลี่ยนแปลงจากสภาพภูมิอากาศ การประสานงานที่ล่าช้า

จากองค์การทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้น ควรมีการวางแผนประสานล่วงหน้าก่อนได้รับงบประมาณ เพื่อสามารถเตรียมการให้สอดคล้องกับสถานการณ์

๘.๒ การดำเนินการเพื่อหาผู้รับจ้างตามขั้นตอนอาจทำให้เกิดความล่าช้า ไม่สามารถจองพื้นที่ได้ล่วงหน้า ทำให้ได้พื้นที่ที่ไม่เหมาะสม ดังนั้น ควรมีการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานภายในและต่างประเทศก่อนในเบื้องต้น เพื่อประโยชน์ของกรุงเทพมหานครในการประชาสัมพันธ์

๙. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๙.๑ นักท่องเที่ยวจะได้รับรู้ข้อมูลและข่าวสารด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครโดยตรง ทำให้กรุงเทพมหานครเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น และนำรายได้จากการท่องเที่ยวเข้าสู่ท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

๙.๒ การส่งเสริมประชาสัมพันธ์องค์กร (Corporate Branding) และการส่งเสริมการตลาดของกรุงเทพมหานครมีนโยบายหรือทิศทางที่ชัดเจนในแต่ละปีและมีจุดขายทางการตลาด

๙.๓ บุคลากรของกองการท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ในการทำงาน และสามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้าทางการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครให้ดียิ่งขึ้น

๑๐. การติดตามประเมินผล

๑๐.๑ ประเมินผลจากการสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ

๑๐.๒ ประเมินผลจากสถิติและจำนวนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร

(ลงชื่อ).....
(นายธนิต ต้นบัวคลี)
ผู้อำนวยการกองการท่องเที่ยว
สำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว

(ลงชื่อ).....
(นางกนกกรัตน์ พันธน์รา)
รองผู้อำนวยการสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว
ปฏิบัติราชการแทนผู้อำนวยการสำนักวัฒนธรรม กีฬา และการท่องเที่ยว