



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
ของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

โดย รองศาสตราจารย์ ดร. แก้วตา โรหิตร์ตนะ และคณะ
กันยายน 2556

สัญญาเลขที่ RDG5550064

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขัน
ของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

คณะผู้วิจัย	สังกัด
1. รศ.ดร. แก้วตา โรหิตรัตนะ	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. อ. อลิสรดา ชรินทร์สาร	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3. ดร. นิติ รัตนปรีชาเวช	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
4. รศ. ศรีสุมรัก อินทุจันทร์ยง	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
5. อ. ดร. ปิเตอร์ รักธรรม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
6. อ. ดร. ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
7. ดร. นครินทร์ สัทธรรมนวงศ์	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
8. รศ. ดร. ธวัชชัย เหล่าศิริหงส์ทอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
9. นายทรงสนะ บุษอยู่	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. - สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)



Executive Summary

บทสรุปผู้บริหาร

แผนงานโครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งเล็งเห็นความสำคัญและบทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อย่างไรก็ตามด้วยลักษณะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังขาดการเชื่อมโยงและสอดคล้องกันระหว่างหน่วยธุรกิจหรือหน่วยต่างๆ คุณภาพการให้บริการของระบบขนส่งสาธารณะภายในประเทศไทยยังไม่อยู่ในระดับที่น่าพอใจเมื่อเทียบกับระดับสากล ส่งผลโดยตรงต่อการเดินทางของนักท่องเที่ยวสู่จุดหมายต่างๆ รวมถึงความพร้อมด้านนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อการเปิดประชาคมอาเซียน จึงตั้งคำถามต่อการพัฒนาของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าจะทำอย่างไรจึงจะสามารถพัฒนาให้บริการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้สูงสุด สามารถรองรับต่อการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของภูมิภาคที่กำลังจะรวมตัวกันกลายเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือ

1. เพื่อศึกษาและสร้างความเข้าใจในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอยู่ในปัจจุบัน
2. สามารถระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้
3. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภูมิภาคอาเซียน เพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนานโยบายในการเพิ่มความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยและรองรับกับประชาคมอาเซียนในปี 2015

ทั้งนี้การศึกษาในระดับแผนงานโครงการนี้ เป็นการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการศึกษาของโครงการวิจัยภายใต้แผนงานทั้ง 3 โครงการคือ



- โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015)
- โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

ร่วมกับการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงผลการศึกษาเข้าสู่กรอบการศึกษาซึ่งผ่านการคัดเลือกตัวแบบที่เหมาะสมเพื่อสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวม โดยจากการบูรณาการผลการศึกษสามารถสรุปได้ว่าการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้ง 3 โครงการ ได้ชี้ให้เห็นช่องว่างของนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังไม่มีการกล่าวถึงการเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ไม่มีความชัดเจนถึงแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน และเป็นนโยบายที่ขาดความสอดคล้องของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การไม่มีเป้าหมายและจุดเน้นที่ชัดเจนในการพัฒนาหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ไม่ได้มุ่งเน้นการท่องเที่ยวตามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ขาดความพร้อมด้านบุคลากรการท่องเที่ยว และขาดการสร้างเรื่องราวเชิงพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับเส้นทางหรือแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศไทยในหลายประเด็นได้รับคะแนนในการประเมินต่ำกว่าประเทศที่มีความเป็นเลิศอย่างสิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยเฉพาะสาหรณูปโภคพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีซึ่งการศึกษาได้พบปัญหาของระบบสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลายประเด็นทั้งความไม่ทันต่อเวลา ความถูกต้องของข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลในกิจกรรมจำกัด และลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่เห็นความจำเป็นของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการพัฒนาศักยภาพของการให้บริการ ทั้งนี้ตัวแบบและกลุ่มข้อมูลที่ใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการแต่ละกลุ่ม ควรมีความแตกต่างกันตามลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละกลุ่ม ในขณะที่การพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางกายภาพอันได้แก่สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปแบบสากลในสถานบริการ ความสะอาดและมาตรฐานด้านความปลอดภัยของยานพาหนะ และความพร้อมของบุคลากรผู้ให้บริการ รวมถึงการพัฒนาในเรื่องการบริการในด้านความเชื่อถือได้ของบริการ และความตรงต่อเวลาเป็นสำคัญ



บทคัดย่อ

แผนงานวิจัยนี้เกิดขึ้นจากความสำคัญและบทบาทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเมื่อเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน กอปรกับลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ขาดการเชื่อมโยงและสอดคล้องประสานระหว่างหน่วยงานๆ คุณภาพการให้บริการของระบบขนส่งสาธารณะภายในประเทศไทยยังไม่อยู่ในระดับที่น่าพอใจเมื่อเทียบกับระดับสากล รวมถึงความพร้อมด้านนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยต่อการเปิดประชาคมอาเซียน งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาการบริการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เกิดประสิทธิภาพ สามารถรองรับต่อการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มากขึ้น และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของภูมิภาคที่กำลังจะรวมตัวกันกลายเป็นประชาคมอาเซียน โดยใช้การทบทวนวรรณกรรมและบูรณาการผลการศึกษาของโครงการภายใต้แผนงาน 3 โครงการคือ โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015) โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย และโครงการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

ทั้งนี้จากการเชื่อมโยงผลการศึกษาของ 3 โครงการกับกรอบการวิจัย แสดงให้เห็นถึงช่องว่างของนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังไม่มีการกล่าวถึงการเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ขาดความชัดเจนของแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน รวมถึงความสอดคล้องระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การไม่มีเป้าหมายและจุดเน้นที่ชัดเจนในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศ ขาดความพร้อมด้านบุคลากรการท่องเที่ยว และขาดการสร้างเรื่องราวเชิงพื้นที่ ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศไทยในหลายประเด็นได้รับคะแนนในลำดับท้ายๆ ของอาเซียน โดยเฉพาะสาขารัฐบุณย์พื้นฐานทางด้านเทคโนโลยี ซึ่งจากการศึกษาได้พบปัญหาของระบบสารสนเทศในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งความไม่ทันตรงต่อเวลา ความถูกต้องของข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลในกิจกรรมจำกัด และลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่เห็นความจำเป็นของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการพัฒนาศักยภาพของการให้บริการ

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอว่าตัวแบบและกลุ่มข้อมูลที่ใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มควรมีความแตกต่างกันตามลักษณะของผู้ประกอบการแต่ละกลุ่ม ในขณะที่การพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางกายภาพอันได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปแบบสากลในสถานบริการ ความสะอาดและมาตรฐานด้านความปลอดภัยของยานพาหนะ และความพร้อมของบุคลากรผู้ให้บริการ รวมถึงการพัฒนาในเรื่องการบริการในด้านความเชื่อถือได้ของบริการ และความตรงต่อเวลาเป็นสำคัญ



Abstract

This research is propelled by the importance and the role of Thailand's tourism industry Thailand when entering into the ASEAN Economic Community. At present, the integration and coordination within public and private sectors of the tourism industry are still ineffective as well as the service quality of public transport which still has not well satisfied compared to international standard. In addition, its tourism policy is not structurally prepared for the ASEAN Community.

The aim of this research is to find out the approach for improving the effectiveness of tourism management in Thailand and supporting continued growth of the tourism industry under the ASEAN competitive conditions. The analytical framework of the literature review technique is used in analyzing data gathered from the results of the three sub-projects which are A Comparative Study of Tourism Development Plan Between Thailand and ASEAN Members Towards AEC 2015, The Study of Tourism Supply Chain and Its Information Model in Thailand, and The Study of Service Quality Improvement for Public Transportation Services for International Tourists in Thailand.

According to the results of the projects, there are significant gaps noticed in tourism policies such as the lack of explicit and harmonious action plans on tourism development which should also respond to the ASEAN's plan, and the lack of productive human resources and narrative attractions. Consequently, Thailand has been ranked behind in many criteria of ASEAN Tourism Competitiveness, especially in technology infrastructure. For example, the study found that there are many information system problems in the tourism industry such as travel delay; information inaccuracy and exchange restriction in tourism activities, and majority of the entrepreneurs in tourism industry are reluctantly employ information technology to develop their services.

The researchers suggest that the model and data base for entrepreneurs in tourism industry should be categorized according to their characteristics. While, the tourism logistics should focus on physical development such as the common facilities, the public signage in universal format, the cleanliness and safety standards of vehicles, the availability of service personnel, and the reliability of punctuality of the services.



สารบัญ

	หน้า
บทสรุปผู้บริหาร	Ex-1
บทคัดย่อ	Abs-1
สารบัญ	Index-1
สารบัญตาราง	Index-3
สารบัญรูป	Index-4
บทที่ 1 บทนำ	1-1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	1-1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา	1-2
1.3 ขอบเขตของการศึกษา	1-3
1.4 วิธีการศึกษา	1-4
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	1-5
บทที่ 2 การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง	2-1
2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว	2-1
2.2 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	2-2
2.3 การจัดการอุปสงค์ และอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	2-7
2.4 สถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	2-10
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	3-1
3.1 กรอบแนวคิดและกรอบการวิจัย	3-1
3.2 ข้อมูลและวิธีการศึกษา	3-3
บทที่ 4 ผลการศึกษา	4-1
4.1 ผลการศึกษาโครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศไทย และสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน (AEC 2015)	4-1
4.2 ผลการศึกษาโครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย	4-6
4.3 ผลการศึกษาโครงการศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับ นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย	4-12



สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 5 การอภิปราย สรุปผล และข้อเสนอแนะ	5-1
บรรณานุกรม	Ref-1



สารบัญตาราง

	หน้า
ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ปี 1995 2010 และ 2020	2-12
ตารางที่ 2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศไทยรายไตรมาสปี 2011 – 2012	2-20



สารบัญรูป

	หน้า
รูปที่ 1.1 กรอบการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	1-3
รูปที่ 2.1 แสดงแนวคิดทางด้านโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมโดยทั่วไป	2-3
รูปที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism) การต้อนรับ (Hospitality) และการเดินทาง (Travel)	2-4
รูปที่ 2.3 แสดง Tourism Industry Model ของ Johnston and Clark	2-4
รูปที่ 2.4 แสดงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ Alford	2-5
รูปที่ 2.5 องค์ประกอบและความเชื่อมโยงในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	2-6
รูปที่ 2.6 แสดงการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2020	2-11
รูปที่ 2.7 อัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวโลกจำแนกตามภูมิภาค เปรียบเทียบ 2010/2009 และ 2011/2010	2-12
รูปที่ 2.8 อัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวโลกปี 2004 – 2011	2-13
รูปที่ 2.9 การพยากรณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกในปี 2030	2-14
รูปที่ 2.10 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวในปี 2011 ตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว	2-15
รูปที่ 2.11 แสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวในปี 2011	2-16
รูปที่ 2.12 แสดงอันดับของประเทศปลายทางการท่องเที่ยว จากรายได้การท่องเที่ยว ระหว่างประเทศ	2-17
รูปที่ 2.13 แสดงมูลค่าตามใบเสร็จของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค	2-18
รูปที่ 2.14 จำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยปี 2011	2-20
รูปที่ 2.15 อัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยรายเดือนปี 2011	2-21
รูปที่ 2.16 แสดงจำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย ปี 2007 – 2011	2-21
รูปที่ 2.17 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยรายเดือน 2008 – 2011	2-22
รูปที่ 2.18 อัตราการเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ เปรียบเทียบโลกและประเทศไทยปี 2007 – 2011	2-23
รูปที่ 2.19 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยจำแนกตามภูมิภาคที่สำคัญ ปี 2011 – 2012	2-23
รูปที่ 2.20 จำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวตลาดหลักของประเทศไทยปี 2011	2-24
รูปที่ 2.21 จำนวนนักท่องเที่ยว 10 ตลาดแรกและสัดส่วนนักท่องเที่ยว 10 ตลาดแรกปี 2007- 2011	2-24



สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 2.22 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและอัตราการเปลี่ยนแปลงปี 2007 – 2011	2-25
รูปที่ 2.23 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและอัตราการเปลี่ยนแปลง จำแนกตามภูมิภาคปี 2011	2-25
รูปที่ 3.1 แสดงกรอบการวิจัย เรื่อง การศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย	3-2
รูปที่ 4.1 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของสิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทยปี 2012	4-2
รูปที่ 4.2 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยรถไฟสาธารณะ	4-14
รูปที่ 4.3 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยเครื่องบิน	4-15
รูปที่ 4.4 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะ	4-16
รูปที่ 4.5 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยเรือโดยสาร	4-17
รูปที่ 4.6 แสดง SWOT ของการขนส่งโดยรถตู้โดยสาร	4-18



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทย โดยประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากรายได้ 367,380.36 ล้านบาท ในปี 2005 เป็น 585,961.80 ล้านบาท ในปี 2010 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 59.50 หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยร้อยละ 11.90 ต่อปี นอกจากนั้นยังพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 11,516,936 คน ในปี 2005 เป็น 15,841,683 คน ในปี 2010 โดยเพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 37.45 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.51 ต่อปี

นอกจากนั้น ยังคาดการณ์ว่าในปี 2015 ประเทศไทยจะมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยถึง 21,553,000 คน เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.05 จากปี 2010 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 7.21 โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 29,993 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือคิดเป็นเงินไทยประมาณ 890,852.08 ล้านบาท (อัตราแลกเปลี่ยนถัวเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักระหว่างธนาคารวันที่ 27 กรกฎาคม 2011 เท่ากับ 29.702 บาท/ดอลลาร์สหรัฐฯ) เพิ่มขึ้นร้อยละ 52.03 หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยร้อยละ 10.41 ต่อปี (Business Monitor International, Tourism Industry Forecast Q3 – 2011)

โดยลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีหน่วยธุรกิจหรือหน่วยต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อาทิ โรงแรม ผู้ผลิตสินค้าป้อนโรงแรม บริษัทนำเที่ยว ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินหรือที่พัก บริษัทขนส่ง ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ หากแต่ขาดการเชื่อมโยงข้อมูลและการทำงานที่สอดคล้องกันระหว่างหน่วยธุรกิจหรือหน่วยต่างๆ ส่งผลให้การประสานงานและการบริหารจัดการเกิดช่องว่างที่สามารถปรับปรุงได้

ในด้านของการขนส่งนั้น ปัจจุบันคุณภาพการให้บริการของระบบขนส่งสาธารณะภายในประเทศไทยยังมีปัญหาหลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ปัญหาการเพิ่มรถโดยสารประจำทางจากสนามบินไปยังหาดกะตะที่ยังติดปัญหาการคัดค้านของผู้ประกอบการรถแท็กซี่ ปัญหาจราจรติดขัดในเส้นทางหลักจากสนามบินมายังตัวเมืองภูเก็ต ปัญหาเส้นทางการจราจรหรือถนนไม่เพียงพอรองรับปริมาณการใช้ที่มีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง (การประชุมรับฟังความคิดเห็นของคณะทำงานเศรษฐกิจภาคบริการและการท่องเที่ยว สภาที่ปรึกษาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เรื่องแนวทางการส่งเสริมการเพิ่มรายได้การท่องเที่ยวของไทย กรณีศึกษาระบบขนส่งมวลชน เพื่อรองรับการท่องเที่ยวในเมืองหลัก วันที่ 26 กรกฎาคม 2013 ที่ห้องประชุมโรงแรมเฟิร์ล อ.เมือง จ.ภูเก็ต) ปัญหาจราจรติดขัด และความไม่พอใจของผู้ใช้บริการขนส่งอันเนื่องมาจากรถสองแถว รถเมล์สาธารณะ รถแท็กซี่ ที่ยัง



ขาดการจัดระบบการขนส่งอย่างมีประสิทธิภาพ (งานวิจัยเรื่อง การออกแบบการปรับปรุงและการศึกษาความเป็นไปได้ของการจัดการระบบรถประจำทางของเทศบาลนครเชียงใหม่ ของ ผศ.ดร.ปุ่น เทียงบุญธรรม คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ภายใต้การสนับสนุนของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย) ปัญหาเหล่านี้ล้วนส่งผลโดยตรงต่อการดำรงชีวิต การสัญจรของคนท้องถิ่นและการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปสู่จุดหมายต่างๆ ทำให้นักท่องเที่ยวไม่สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายหรือแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างสะดวก ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว และนำไปสู่ปัญหาการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวสู่ท้องถิ่นในที่สุด นอกจากนี้ประเด็นด้านความปลอดภัยของระบบการขนส่งก็มีความสำคัญเช่นกัน อุบัติเหตุจากการขนส่งที่เกิดขึ้นกับผู้โดยสารและนักท่องเที่ยว จะกระทบต่อความเชื่อมั่น และส่งผลกระทบต่อธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม

ยิ่งไปกว่านั้นในปี 2015 ประเทศไทยและประเทศอื่นๆ ในภูมิภาคอาเซียนกำลังจะมีการรวมตัวกันเป็นประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) ซึ่งแน่นอนว่าย่อมส่งผลกระทบให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่างๆ ในภูมิภาคทั้งในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม โดยในส่วนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งจัดเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่สำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศต่างๆ ในภูมิภาคอาเซียนย่อมได้รับผลกระทบเช่นกัน นโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยจึงมีความจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนเพื่อรองรับต่อปัจจัยต่างๆ ที่กำลังจะเกิดขึ้น

จากความสำเร็จและสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าว ทีมวิจัยจึงตั้งคำถามขึ้นว่า ทำอย่างไรจึงจะสามารถพัฒนาให้บริการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ตอบสนองต่อความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้สูงสุด สามารถรองรับต่อการเจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้สภาวะการแข่งขันที่มากขึ้นภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปของภูมิภาคที่กำลังจะรวมตัวกันกลายเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015 จึงเป็นที่มาของ “โครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย”

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อศึกษาและสร้างความเข้าใจในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นอยู่ในปัจจุบัน
2. สามารถระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้

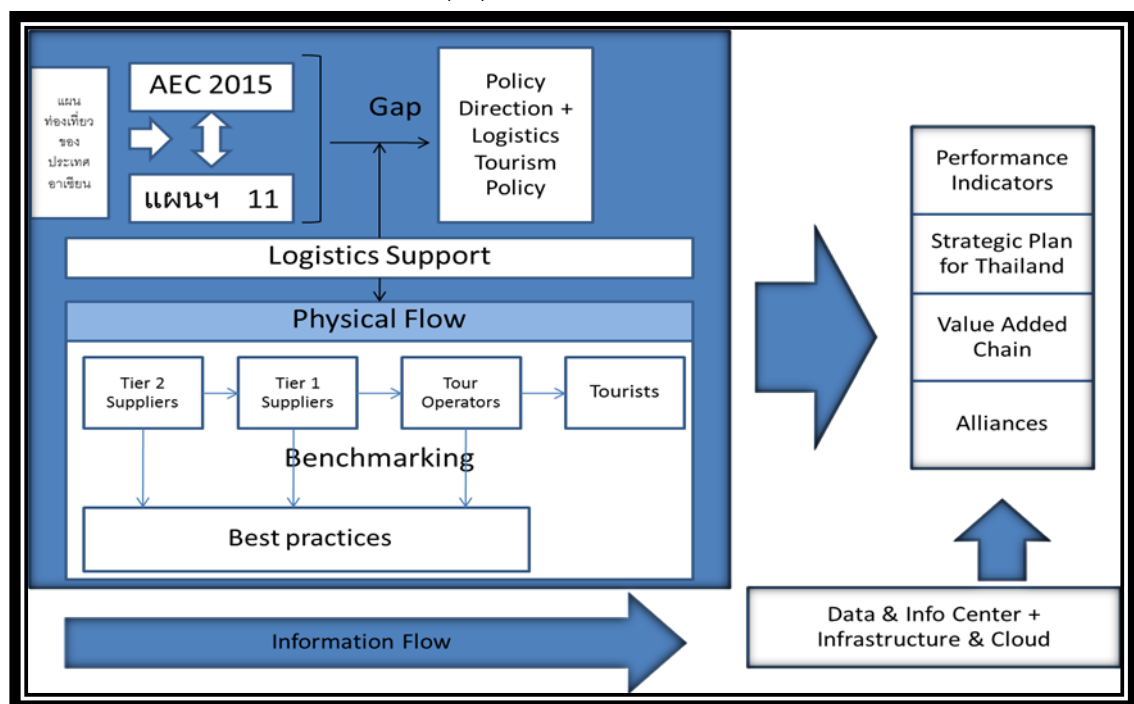


3. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศในภูมิภาคอาเซียน เพื่อใช้เป็นข้อเสนอแนะในการวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต
4. เพื่อนำเสนอแนวทางในการพัฒนานโยบายในการเพิ่มความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยและรองรับกับประชาคมอาเซียนในปี 2015

1.3 ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้ศึกษาเห็นควรพิจารณาการศึกษาใน 3 ด้านหลักดังแสดงในรูปที่ 1.1 คือ

รูปที่ 1.1 กรอบการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ
ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย



1. นโยบาย – มุ่งวิเคราะห์นโยบายแผนท่องเที่ยวและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ของประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงทิศทางนโยบายและนโยบายด้านโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย



2. การไหลทางกายภาพ – มุ่งวิเคราะห์ที่ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย โดยใช้กระบวนการ Benchmarking เพื่อหา Best Practices ของแต่ละสาขา
3. การไหลของข้อมูล – มุ่งวิเคราะห์ตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ทราบถึงความต้องการในการใช้ข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมในแต่ละองค์กรที่เกี่ยวข้องกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทาน

อย่างไรก็ตามเนื่องจากข้อจำกัดด้านระยะเวลา ดังนั้นในการดำเนินการศึกษาภายใต้การศึกษารั้งนี้จึงได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะใน 3 ประเด็นดังต่อไปนี้

1. ศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015) เพื่อระบุช่องว่างของนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการรวมเป็นประชาคมอาเซียน และรักษาความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. ศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อระบุความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องและเป็นองค์ประกอบสำคัญ (Key Players) ในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทาน
3. ศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะ

1.4 วิธีการศึกษา

การศึกษาในระดับแผนงานโครงการนี้ เป็นการบูรณาการข้อมูลที่ได้จากการศึกษาของโครงการวิจัยภายใต้แผนงานทั้ง 3 โครงการคือ

- โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015)
- โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย



ร่วมกับการทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเชื่อมโยงผลการศึกษาเข้าสู่กรอบการศึกษาซึ่งผ่านการคัดเลือกตัวแบบที่เหมาะสมดังแสดงในรูปที่ 1.1 เพื่อสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมภายใต้ขอบเขตการศึกษาที่กล่าวไปในหัวข้อที่ผ่านมา

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลของการวิจัยไปกำหนดแผนกลยุทธ์ และยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้พร้อมต่อการเป็นประชาคมอาเซียนในปี 2015
2. นำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐาน เพื่อใช้ในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารการท่องเที่ยวสำหรับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
4. สร้างคุณภาพในการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย 4 รูปแบบหลัก คือ (1) รถโดยสารประจำทาง (2) ทางรถไฟ (3) ทางน้ำ และ (4) ทางอากาศ
5. จัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาระบบขนส่งเพื่อตอบสนองความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างๆ ในประเทศไทย



บทที่ 2

การทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง

การทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของแผนงานโครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนี้ เป็นการรวบรวมบททบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากโครงการภายใต้แผนงานทั้ง 3 โครงการ และการทบทวนเอกสารเพิ่มเติม โดยมีหัวข้อของเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

องค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization หรือ UNWTO) ได้ให้คำนิยามของการท่องเที่ยวว่า “การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ของบุคคลที่เดินทางไปและพักอาศัยในสถานที่อื่นๆ ชั่วคราว ที่ไม่ใช่สภาพแวดล้อมที่คุ้นเคยโดยใช้ระยะเวลาไม่น้อยกว่า 1 ปีติดต่อกัน เพื่อพักผ่อน ทำธุรกิจ และวัตถุประสงค์อื่นๆ” โดยกำหนดให้การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางภายใต้เงื่อนไขสามประการ คือ ประการที่หนึ่ง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว ประการที่สอง การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยความสมัครใจ ประการที่สาม การท่องเที่ยวเป็นการเดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆ ก็ตามที่ไม่ใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือหารายได้ นักท่องเที่ยวสามารถก่อให้เกิดการกระจายและการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจภายในประเทศทั้งจากการใช้จ่ายของบุคคลจากการท่องเที่ยวภายในประเทศ (Domestic tourism) หรือการใช้จ่ายเงินตราต่างประเทศของชาวต่างประเทศผ่านการท่องเที่ยวในประเทศ (In-bound tourism) โดยนักท่องเที่ยวดังกล่าวสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการใช้จ่ายในส่วนของคุณค่าเดินทาง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ค่าซื้อของฝากของที่ระลึก และอื่นๆ โดยเป็นการเพิ่มมูลค่าของเงิน (Multiplied effect) และเพิ่มการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้ไปสู่ส่วนภูมิภาคของการท่องเที่ยวเชิงท้องถิ่นตลอดจนเป็นการสร้างงานและพัฒนาอาชีพของผู้ให้บริการการท่องเที่ยว

Macintosh and Goeldner อ้างถึงใน (Hammersley 2012) ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่าเป็นผลรวมของปรากฏการณ์และความสัมพันธ์ซึ่งเกิดจากการปฏิสัมพันธ์ของนักท่องเที่ยว ธุรกิจ รัฐบาล เจ้าบ้าน และประชาคมของเจ้าบ้านในการดึงดูดและต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน



ในขณะที่ Mathieson and Wall อ้างถึงใน (Ross K. Dowling 2003) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวแบบกว้างๆ ไว้ว่า เป็นการเดินทางชั่วคราวออกไปนอกร้านหรือที่ทำงานปกติ โดยกิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นระหว่างการอยู่ที่จุดหมายปลายทางนั้นๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกิดขึ้นก็เป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

วรรณ วรชวานิช (1996) ได้ให้ความหมายของการท่องเที่ยวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเคลื่อนย้ายของประชากรจากแหล่งหนึ่งไปสู่อีกแห่งหนึ่ง รวมทั้งการเดินทางภายในประเทศและเดินทางระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่มีความสัมพันธ์ต่อกัน มีกิจกรรมร่วมกัน มีความสัมพันธ์ร่วมกัน ได้รับรู้ความสนุกสนานเพลิดเพลิน

จากความหมายของการท่องเที่ยวข้างต้น พอสรุปได้ว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางไปยังอีกที่หนึ่งที่ไม่ใช่ที่อยู่ปกติเป็นการชั่วคราว โดยมีวัตถุประสงค์เฉพาะและไปด้วยความสมัครใจ ซึ่งก่อให้เกิดปฏิสัมพันธ์ระหว่างหน่วยต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของการท่องเที่ยว

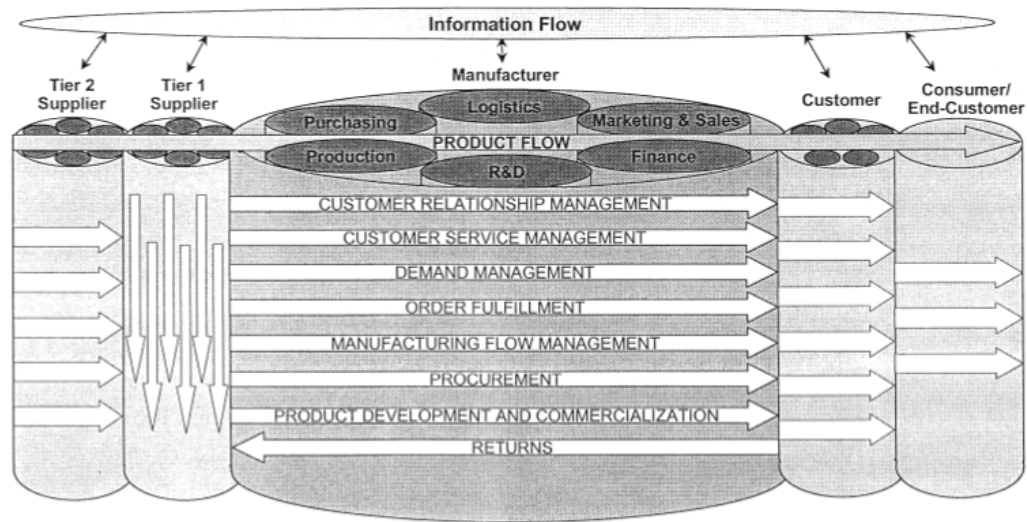
ทั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของการบริการซึ่งมีลักษณะจำเพาะหลายประการที่แตกต่างจากการผลิตและการขายสินค้า ได้แก่ การบริการเป็นสิ่งที่จับต้องไม่ได้ (Intangibility) และไม่อาจสัมผัสก่อนที่จะมีการซื้อขายเกิดขึ้น การบริการไม่สามารถแบ่งแยกออกจากกันได้ หรืออีกนัยหนึ่งคือ การผลิตและการอุปโภคบริการเกิดขึ้นในระยะเวลาเดียวกันหรือใกล้เคียงกัน ตลอดจนการบริการไม่สามารถเก็บรักษาไว้ได้ และไม่สามารถแสดงความเป็นเจ้าของและมีความไม่คงที่ เนื่องจากการให้บริการแต่ละแบบขึ้นอยู่กับผู้ให้บริการแต่ละคน (Zeithaml, Parasuraman & Berry, 1985; Lennon 2008)

ดังนั้นการท่องเที่ยวในฐานะของการบริการจึงมีรูปแบบที่แตกต่างจากการผลิตสินค้าและบริการโดยทั่วไปเพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าหรือผู้ใช้บริการ แต่การท่องเที่ยวเป็นการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันโดยคำนึงถึงความใกล้ชิดระหว่างผู้ให้และผู้รับบริการ

2.2 โซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

Lambert et al. (1998) ได้พัฒนาแนวคิดทางด้านโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมโดยทั่วไปไว้ดังแสดงในรูปที่ 2.1 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงลำดับชั้นของซัพพลายเออร์หรืออุตสาหกรรมต้นน้ำจนถึงปลายน้ำที่ผู้บริโภคลำดับสุดท้าย โดยมีผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมนั้นๆ เป็นจุดพิจารณา (Focal Point)

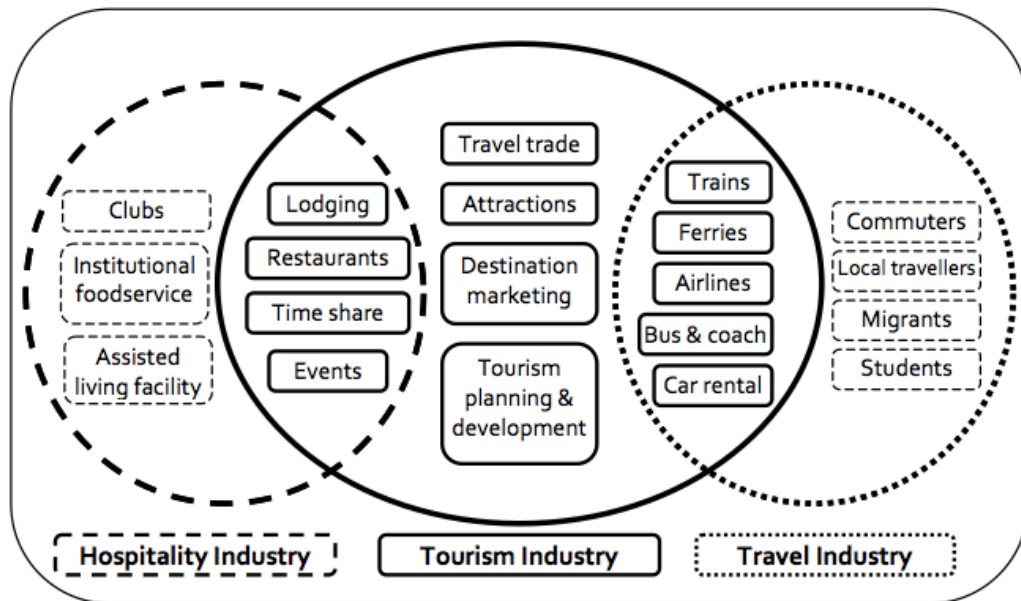
รูปที่ 2.1 แสดงแนวคิดทางด้านโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของธุรกิจหรืออุตสาหกรรมโดยทั่วไป



ที่มา : Lambert et al. (1998)

สำหรับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นได้มีการกำหนดรูปแบบ (Model) ของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมไว้หลากหลาย โดยการพิจารณาบริบทของธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism) ยังคงมีความสัมพันธ์กับธุรกิจการต้อนรับ (Hospitality) และธุรกิจเกี่ยวกับการเดินทาง (Travel) อยู่เป็นอย่างมาก ซึ่งจุดประสงค์ของการให้บริการจากธุรกิจการต้อนรับและธุรกิจเกี่ยวกับการเดินทางนั้นส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการจากสองธุรกิจข้างต้นอาจไม่ใช่นักท่องเที่ยว (Piboonrungsri and Disney, 2009 อังนศรีสมรัก อินทจันทร์ยง และคณะ, 2013) ซึ่งลักษณะความสัมพันธ์ของธุรกิจทั้งสามสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 2.2 โดยลักษณะของธุรกิจท่องเที่ยวตามการศึกษาในรูปที่ 2.2 ประกอบไปด้วยปัจจัยที่หลากหลายทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น แหล่งท่องเที่ยว การค้าในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้นหรือปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของการที่พัก อาหาร กิจกรรมงานต่างๆ ระบบขนส่งที่อำนวยความสะดวกประเภทของการเดินทางให้แก่ นักท่องเที่ยว เป็นต้น

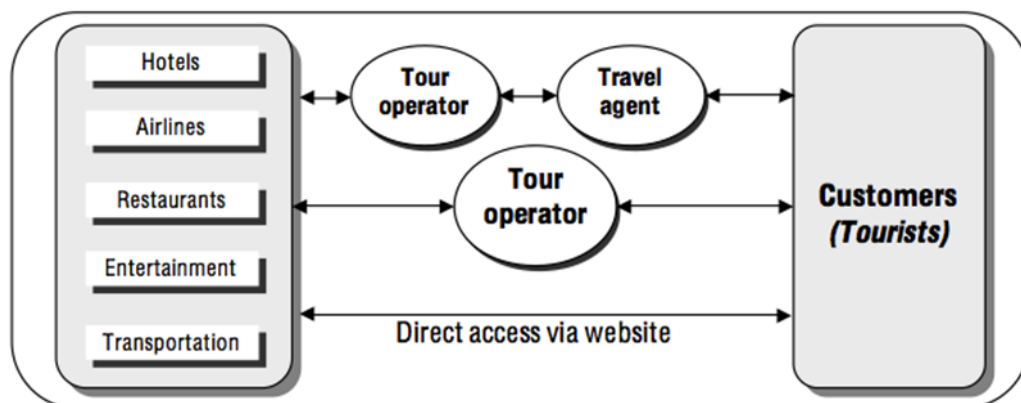
รูปที่ 2.2 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism)
การต้อนรับ (hospitality) และการเดินทาง (travel)



ที่มา : Piboonrungrroj and Disney (2009)

ในขณะที่ Johnston and Clark (2008) ได้กล่าวถึงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไว้อย่างง่ายว่าประกอบด้วยผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรม 3 ส่วนหลัก คือ 1) ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการทั้งในธุรกิจโรงแรม สายการบิน ร้านอาหาร บันเทิง และการขนส่ง 2) ลูกค้าซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจได้รับบริการโดยตรงจากผู้ให้บริการ หรือผ่าน 3) ตัวแทน ซึ่งหมายรวมถึงบริษัททัวร์ และตัวแทนการท่องเที่ยว ดังแสดงกรอบแนวคิดในรูปที่ 2.3

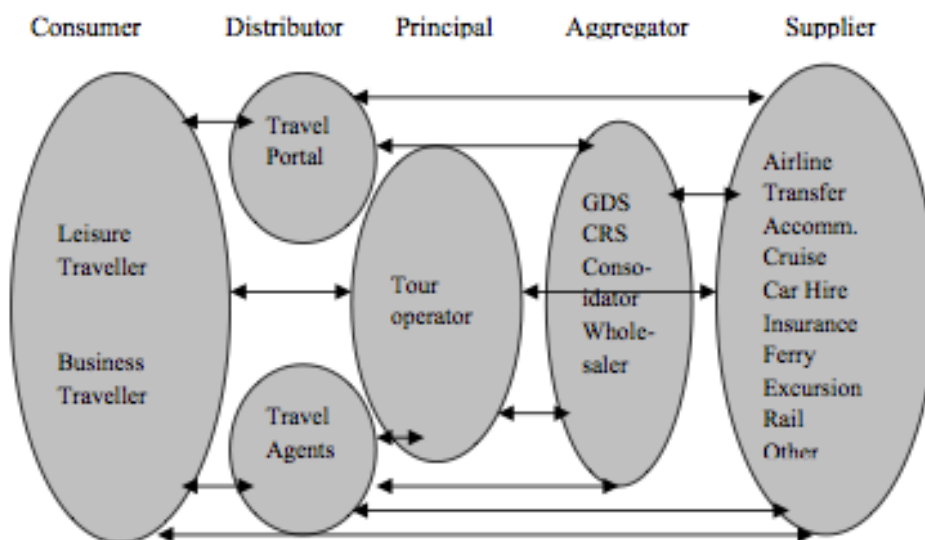
รูปที่ 2.3 แสดง Tourism Industry Model ของ Johnston and Clark



ที่มา : Johnston and Clark (2008)

Alford (2005) ได้ขยายกรอบโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในหลายมิติมากขึ้น โดยจากรูปที่ 2.4 แสดงให้เห็นองค์ประกอบของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้บริโภค ซึ่งแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวทั่วไป และนักท่องเที่ยวในเชิงธุรกิจ 2) กลุ่มผู้แจกจ่าย (จัดจำหน่าย) ได้แก่ตัวแทนการท่องเที่ยว และแหล่งบริการการท่องเที่ยว 3) ผู้ให้บริการทัวร์ 4) กลุ่มผู้รวบรวมนักท่องเที่ยว และ 5) กลุ่มผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในฐานะต้นน้ำ ทั้งสายการบิน ที่พักอาศัย การขนส่ง หรือประกันภัย เป็นต้น

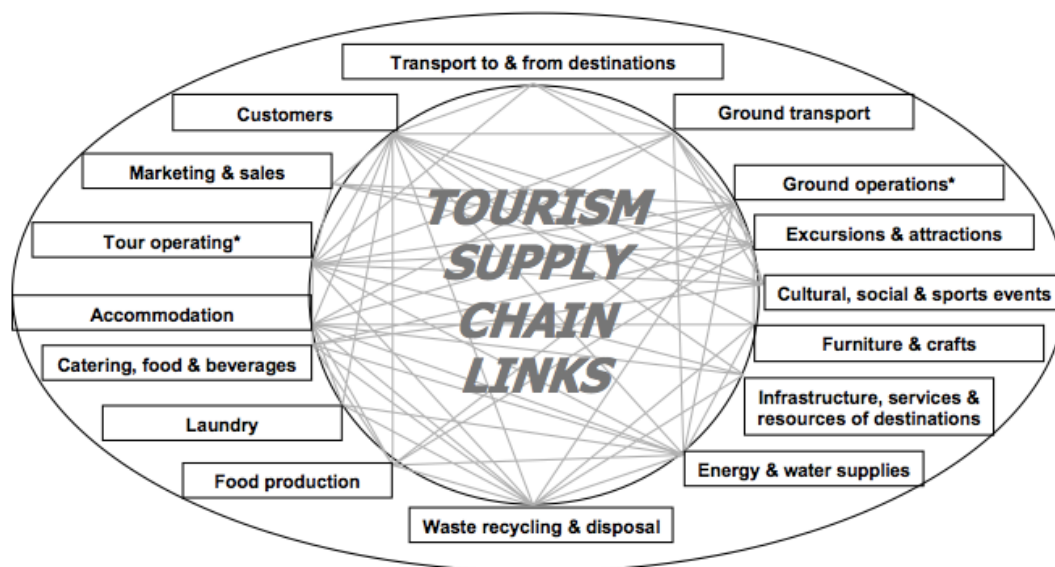
รูปที่ 2.4 แสดงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ Alford



ที่มา : Alford (2005)

นอกจากนี้ Tapper and Font (2004 อ้างในศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง และคณะ, 2013) ได้ระบุถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีแต่เพียงที่พัก การเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวระยะสั้นเท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เป็นส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย เช่น ร้านอาหาร บาร์ โรงงานทำอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หน่วยงานกำจัดของเสีย หรือแม้แต่โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ดังรูปที่ 2.5

รูปที่ 2.5 องค์ประกอบและความเชื่อมโยงในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว



ที่มา : Tapper and Font (2004)

ซึ่งจะเห็นได้ว่าความเชื่อมโยงระหว่างนักท่องเที่ยว (Customers) กับองค์ประกอบต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไม่ได้จำกัดอยู่แค่ความสัมพันธ์ระหว่างกันโดยตรงเท่านั้น แต่องค์ประกอบต่าง ๆ อาจมีความเชื่อมโยงกันเองก่อนที่จะถึงนักท่องเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวมีบทบาทสำคัญต่อการซื้อผลิตภัณฑ์และบริการ ประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ได้รับ (Holiday Experience) ของนักท่องเที่ยวในโซ่อุปทานไม่ว่าจะเป็นโรงแรมที่พัก สถานที่รับประทานอาหาร สถานที่ท่องเที่ยว และของที่ระลึกต่าง ๆ ทั้งนี้ Tapper and Font (2004) ได้กำหนดปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ดังนี้

1. สถานที่พัก (Accommodation)
2. การเดินทาง (Transport)
3. กิจกรรม/สถานที่ท่องเที่ยว (Ground handlers, excursions and activities)
4. อาหารและบริการที่เกี่ยวข้อง (Food and catering)



2.3 การจัดการอุปสงค์ และอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.3.1 การจัดการด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Supply-side Management in Tourism Industry) (อ้างในศรีสมรัก อินทจันทร์ยงค์ และคณะ, 2013)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย โดยในปี 2009 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 15,007.50 ล้านบาท สหรัฐฯ แม้แต่ในระดับสากลก็ต้องยอมรับว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญ (UNWTO, 2009) โดยอัตราการเจริญเติบโตของการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลก ในปี 2008 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 และ ร้อยละ 6.6 ตามลำดับ (UNWTO, 2008) การบริหารจัดการ การท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในการจัดการโซ่อุปทานที่สามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันได้ (Christopher, 2005)

ลักษณะของอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากอุปทานของ อุตสาหกรรมอื่นเนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นภาคการผลิตหรือภาคการบริการอย่างชัดเจน (Page, 2009; Zhang and Murphy, 2009 อ้างใน Jafari, 1974). แต่เป็นการผสมผสานผลิตภัณฑ์ระหว่างสินค้า กับบริการ จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความซับซ้อนมาก โซ่อุปทานการท่องเที่ยวประกอบด้วย ผู้ผลิตและผู้ให้บริการที่แตกต่างหลากหลาย และมีการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างมาก (March and Wilkinson, 2009) ดังนั้นการประสานงานกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงมีความเชื่อมโยงกันอย่างมากอุปทาน ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะถูกกำหนดโดยขีดความสามารถในการให้บริการ จากทรัพยากรและ สิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และจะถูกตอบสนองต่ออุปสงค์ (Demand) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Vellas and Becherel, 1995; Kim, 1996 อ้างใน Kamppula, 2001) ซึ่งทำให้เกิดผู้ให้บริการหรือผู้ขายสินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กิจกรรมการพักผ่อนในสถานที่ ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นหน่วยงาน ท้องถิ่นบริษัทเอกชน องค์กรท่องเที่ยว และผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ยังมีผู้ให้บริการอื่นๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการ ของนักท่องเที่ยว

ดังนั้นอุปทานการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 3 องค์ประกอบ คือ ผลิตภัณฑ์ การท่องเที่ยว ที่พักอาศัย และพื้นฐานการท่องเที่ยว เช่นทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ (Jafari, 1983 อ้างใน Piboonrungrroj and Disney, 2009) องค์ประกอบทั้ง 3 สามารถที่จะเกิดขึ้นโดยพร้อมกันหรือไม่ก็ได้ และ จะสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีอย่างสูงสุด (Pyo et al., 1991 อ้างใน Piboonrungrroj and Disney, 2009)



จากการศึกษาอุปทานการท่องเที่ยวจึงสามารถแบ่งประเภทของอุปทานในอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวได้เป็น 5 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism resources) เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ และ
สถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง
2. โครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) เช่น การคมนาคม
โครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารโทรคมนาคม
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Receptive Facilities) เช่น ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourists' activities) เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความ
บันเทิง
5. การให้บริการการท่องเที่ยว (Tourism reception services) เช่น บริษัทนำเที่ยว
บริษัทเช่ารถ มัคคุเทศก์

แนวคิดในการจัดการอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยง
ระหว่างสินค้าและบริการต่างๆ ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อลดความ
ทับซ้อนของกระบวนการ นำไปสู่การพัฒนาการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
เมื่อพิจารณาถึงความสามารถและศักยภาพในการให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย ประกอบ
กับการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลหรือองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น จะทำให้ผู้ให้บริการหรือ
ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามารถแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2.3.2 การจัดการด้านอุปสงค์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Demand-side Management in Tourism Industry) (อ้างในศรีสมรัก อินทุจันทร์ยงค์ และคณะ, 2013)

อุปสงค์การท่องเที่ยว (Tourism Demand) หมายถึง ความต้องการของนักท่องเที่ยว
ที่จะเดินทางไปซื้อสินค้าและบริการหรือบริโภคผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวในสถานที่ท่องเที่ยว นักท่องเที่ยว
จะต้องมีความต้องการ มีอำนาจซื้อ และมีความเต็มใจที่จะจ่ายค่าสินค้าและบริการที่กำหนดในเวลานั้นๆ
(ฉลองศรี พิมลสมพงศ์, 2005) การเดินทางดังกล่าวต้องเป็นช่วงเวลาระยะสั้นตั้งแต่ 1 วัน (Minimum
length of Stay) จนถึงไม่เกิน 1 ปี (Maximum length of stay) และพำนักร ณ สถานที่ที่ไม่ใช่
สภาพแวดล้อมปกติ โดยไม่มีจุดประสงค์เพื่อการทำธุรกิจหรือจุดประสงค์อื่นๆ (WTO and UNSTAT,
1994, cited in Cooper et al., 1998: 8 อ้างใน Pender and Sharpley, 2005)

การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว นิยมศึกษาข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จาก
การท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย และการเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว ทั้งนี้อุปสงค์การท่องเที่ยวสามารถ
จำแนกได้เป็น 3 ลักษณะ คือ 1) อุปสงค์ปัจจุบัน: นักท่องเที่ยวพร้อมเดินทาง 2) อุปสงค์ที่มีแนวโน้ม:



นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเดินทางแต่ขาดองค์ประกอบบางอย่าง และ 3) อุปสงค์ที่อาจเกิดขึ้น: ความต้องการท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์, 2005) การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว เกิดจากปัจจัยอันได้แก่ 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 2) การเมือง 3) วิฤตการณ์และอุปสรรค 4) การเปลี่ยนแปลงของประชากรศาสตร์ และ 5) เทคโนโลยี (Lohmann, 2004) โดยปัจจัยด้านเศรษฐกิจพบว่ามีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ, Gross Domestic Product - GDP, ราคาสินค้าและบริการ, ต้นทุนการเดินทางและ ความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยน (Chaitip et al., 2006) ทั้งนี้พบว่า ตัวแปรด้านรายได้ที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว (ใช้ข้อมูล GDP ของประเทศต้นทาง) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากที่สุด (Crouch, 1994 อ้างใน Halicioglu, 2004) สอดคล้องกับการศึกษาของเมธา ขำนิ (2001) ว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ของนักท่องเที่ยวจะส่งผลให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับกรณีศึกษาของ Halicioglu (2004) ที่พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่สุดต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศตุรกีคือ ระดับของรายได้ รองลงมาคือ ราคาเปรียบเทียบและต้นทุนในการเดินทาง

จากการที่อุปสงค์ของการท่องเที่ยวยังถูกมองว่าซับซ้อนและไม่คงที่ ทำให้ยากต่อการตัดสินใจการลงทุนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยเฉพาะการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามบิน ทางยกระดับ เป็นต้น เพราะต้องขึ้นอยู่กับการคาดการณ์อุปสงค์ หากการลงทุนไม่ตอบสนองกับปริมาณอุปสงค์ที่เกิดขึ้นจริง จะก่อให้เกิดต้นทุนจมที่สูง ดังนั้นการที่จะเข้าไปบริหารจัดการในอุปสงค์การท่องเที่ยว ต้องอาศัยความรู้เป็นอย่างมาก (Sigala, 2008; Lafferty and Fossen, 2001 อ้างใน Piboonrungraj and Disney, 2009) เนื่องจากการท่องเที่ยวเป็นบริการที่ไม่สามารถเก็บรักษาไว้เหมือนสินค้าได้ (Lovelock, 1980 อ้างใน Kandampully, 2000) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีลักษณะเป็นช่วงเทศกาลซึ่งส่งผลให้อุปสงค์นั้นมีความผันผวนสูง จึงมีการนำการจัดการด้านอุปสงค์ (Demand-Side Management) ใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain Management -TSCM) ซึ่งได้ผลเป็นอย่างดี (Zhang et al., 2009)

การจัดการด้านอุปสงค์นั้นประกอบด้วย การพยากรณ์อุปสงค์ การตลาด และการวางแผนการขาย โดยเฉพาะการพยากรณ์อุปสงค์ได้รับความสนใจเป็นอย่างมาก ในช่วงปี 1960-2000 มีการศึกษาในหัวข้อการพยากรณ์อุปสงค์การท่องเที่ยวประมาณ 420 ชิ้นใช้วิธีการทางสถิติ โดยเฉพาะ เศรษฐมิติ และ Time-series approaches (Li, Song, and Witt, 2005 อ้างใน Zhang et al., 2009) เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่องอุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้วิธีเชิงสถิติและมีขอบเขตการศึกษาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ และเน้นไปที่การวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศเช่น การศึกษาของ Chaitip et al. (2006) พบว่าในระยะยาว GDP และ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทย มีผลกระทบทั้งเชิงบวก (แปรผัน) และ ลบ (แปรผกผัน) ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ในขณะที่ต้นทุนการเดินทาง อัตรา



แลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นจริง และความเสี่ยงในอัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบเชิงลบ (แปรผกผัน) ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทย ในขณะที่ Song et al. (2003) มองต่างออกไปว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวไทยมากที่สุดคือ การบริโภคในอดีต (Habit Persistence) รวมถึงการบอกเล่าปากต่อปากส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมายังประเทศไทย

2.4 สถานการณ์อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.4.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก (อ้านในแก้วตา โรหิตรัตนะ และคณะ, 2013 และ นครินทร์ สัทธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013)

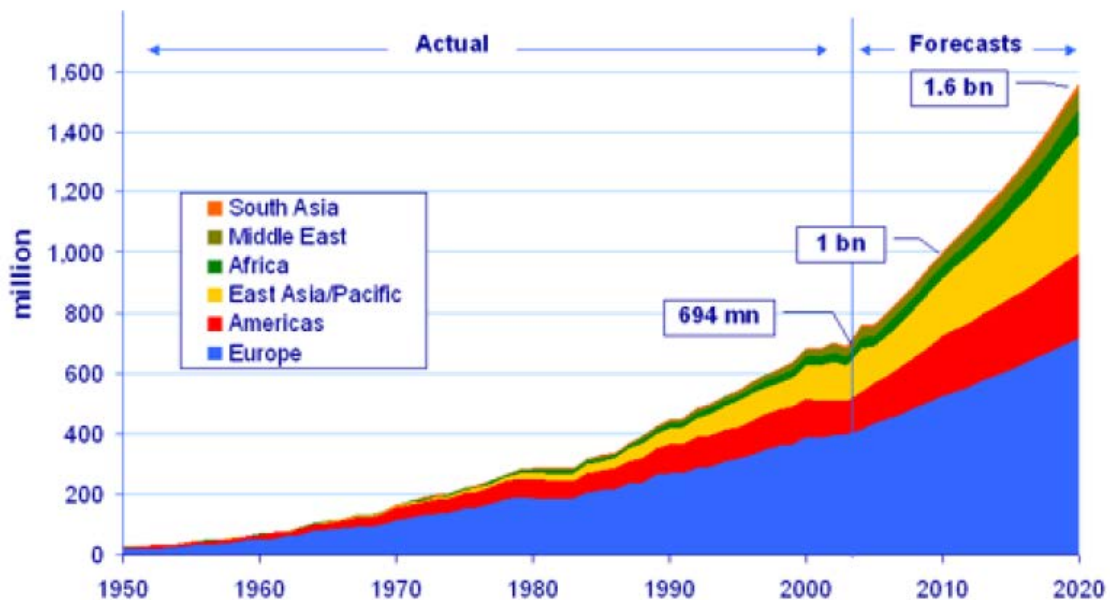
จากสถิติข้อมูลการเดินทางท่องเที่ยวของ UNWTO พบว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี 2005 - 2011 จะอยู่ที่ระดับร้อยละ 5.5 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับอัตราการเติบโตในปี 2007 พบว่าต่ำกว่าประมาณครึ่งหนึ่ง และมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศเฉลี่ย 800 ล้านคน โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยวประมาณ 856,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ทั้งนี้การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการชะลอตัวลงตามภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลกและภูมิภาค สำหรับประเทศไทยนั้น เหตุการณ์ธรณีพิบัติภัย อุทกภัยและความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตลอดจนภาวะความไม่สงบทางการเมือง การแข่งขันที่รุนแรงจากแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ของประเทศเวียดนาม จีน และอินเดีย ตลอดจนการสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ ได้แก่ ประเทศญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลี เป็นตัวแปรหลักที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยอยู่ในภาวะคงที่ในปี 2005 - 2011 โดยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้าไทยเฉลี่ยไม่ต่ำกว่า 15 ล้านคน อันเป็นผลจากความพยายามในการกระตุ้นตลาดและการเร่งฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวที่ประสบภัยอย่างเร่งด่วนของภาครัฐบาลและเอกชนที่ทำให้การท่องเที่ยวของไทยกระทบกระเทือนจากภาวะวิกฤตรอบด้านไม่มากนัก

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเดินทางและการท่องเที่ยวโลกปี 1950 - 2011 จากรูปที่ 2.6 พบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับภาวะเศรษฐกิจโลก กล่าวคือ ภาวะเศรษฐกิจเป็นปัจจัยสำคัญที่แต่ละบุคคลจะตัดสินใจในการเดินทางและการท่องเที่ยว เนื่องจากในปีที่เกิดภาวะวิกฤตเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างมีนัยสำคัญ และจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิกที่เพิ่มขึ้นอย่างมากในปี 2007 เป็นต้นมา ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวชาวยุโรปและอเมริกา และพบว่าอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวในกลุ่มดังกล่าว ในปี 2007 เติบโตในอัตราราคที่และไม่สูงมากนัก และเมื่อพิจารณาการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2012 - 2020 จากรูปที่ 2.6 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในอนาคตมีความสอดคล้องกับอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในอดีต กล่าวคือ ในปี 2020 จำนวน



นักท่องเที่ยวของโลกที่คาดว่าจะมีอัตราการเติบโตสูง คือ นักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวชาวอเมริกันและนักท่องเที่ยวชาวยุโรปตามลำดับ

รูปที่ 2.6 แสดงการประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวในปี 2020



ที่มา: UN World Tourism Organization

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาตารางที่ 2.1 เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวโดยวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดและอัตราการเติบโตเฉลี่ยเปรียบเทียบปี 1995 และการคาดการณ์ในปี 2020 เมื่อกำหนดให้ปี 1995 เป็นปีฐาน และปี 2010 เป็นปีที่ใช้เป็นสถิติกำหนดอัตราการเติบโต พบว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วโลกคิดเป็นร้อยละ 4.1 และมีนักท่องเที่ยวประมาณไม่ต่ำกว่า 1,561 ล้านคน หรือประมาณ 1.6 พันล้านคน โดยนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญ คือ นักท่องเที่ยวในภูมิภาคเอเชียตะวันออกและแปซิฟิก ตะวันออกกลาง และเอเชียใต้ ที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยคิดเป็นร้อยละ 6.5 6.7 และ 6.2 ตามลำดับ และมีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 25.4 4.4 และ 1.2 ตามลำดับ ในปี 2020 เมื่อกำหนดปี 1995 เป็นปีฐานที่มีส่วนแบ่งการตลาดคิดเป็นร้อยละ 14.4 2.2 และ 0.7 ตามลำดับ ซึ่งการเติบโตของส่วนแบ่งการตลาดกว่ากึ่งหนึ่งแสดงให้เห็นว่าจำนวนนักท่องเที่ยวในกลุ่มดังกล่าวจะเป็นนักท่องเที่ยวที่สมควรพิจารณาการเจริญเติบโตและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงอัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวโลกแสดงโดยรูปที่ 2.7 สอดคล้องกับตารางที่ 2.1 โดยภูมิภาคที่มีอัตราการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญ คือ เอเชียและแปซิฟิก



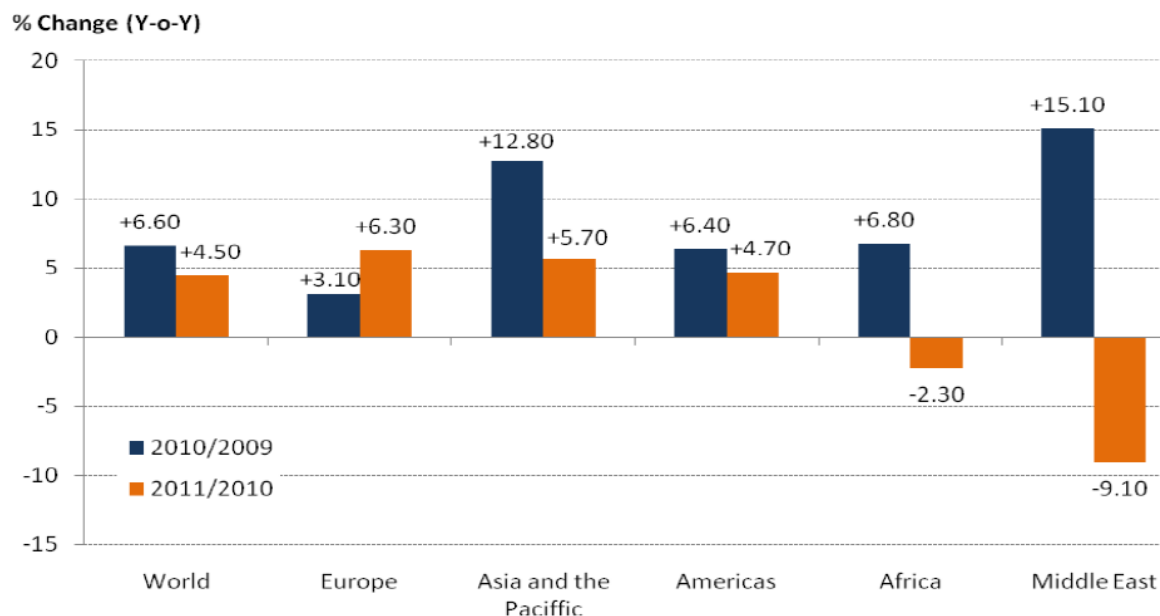
ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวในภูมิภาคต่างๆ ปี 1995 2010 และ 2020

ภูมิภาค	ปีฐาน	พยาน			ส่วนแบ่งการตลาด		ค่าเฉลี่ยการเติบโต
	(ล้านคน)	(ล้านคน)			(ร้อยละ)		(ร้อยละ)
	1995	2010	2020	2010	2020	1995 - 2020	
ทั่วโลก	565	1,006	1,561	100	100	4.1	
เอเชียตะวันออก และแปซิฟิก	81	195	397	14.4	25.4	6.5	
ตะวันออกกลาง	14	36	69	2.2	4.4	6.7	
เอเชียใต้	4	11	19	0.7	1.2	6.2	
ยุโรป	336	527	717	59.8	45.9	3.1	
อเมริกา	110	190	282	19.3	18.1	3.8	
แอฟริกา	20	47	77	3.6	5	5.5	
ไทย*	6	14.5	-	-	-	-	ปีละ 3 - 6

* รวบรวมจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

ที่มา: Tourism 2020 Vision และ UN World Tourism Organization

รูปที่ 2.7 อัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวโลกจำแนกตามภูมิภาค
เปรียบเทียบ 2010/2009 และ 2011/2010



ที่มา: UN World Tourism Organization



เมื่อพิจารณาการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี 2011 จากรูปที่ 2.8 พบว่า การเดินทางของนักท่องเที่ยวโลกมีอัตราการขยายตัวอย่างต่อเนื่องจากปี 2010 โดยในภาพรวมมีจำนวน นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศในปี 2011 จำนวน 671 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี 2010 จำนวน 29 ล้านคน ในปี 2010 หรือคิดเป็นร้อยละ 4.8 โดยจำนวนนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศที่มีการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น จากเดิม 122 ประเทศ เป็น 150 ประเทศ ซึ่งในจำนวนดังกล่าว 57 ประเทศรวมประเทศไทย มีจำนวน นักท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ หรือเพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10 โดยแนวโน้มของจำนวน นักท่องเที่ยวระหว่างประเทศโดยรวมของโลกในปี 2011 จะขยายตัวประมาณร้อยละ 4-5 และสำหรับ ปี 2012 คาดว่านักท่องเที่ยวจะมีอัตราการเพิ่มขึ้นที่ลดลง โดยคาดว่าจะมีการขยายตัวไม่ต่ำกว่า ร้อยละ 3-4

รูปที่ 2.8 อัตราการเปลี่ยนแปลงของนักท่องเที่ยวโลกปี 2004 - 2011



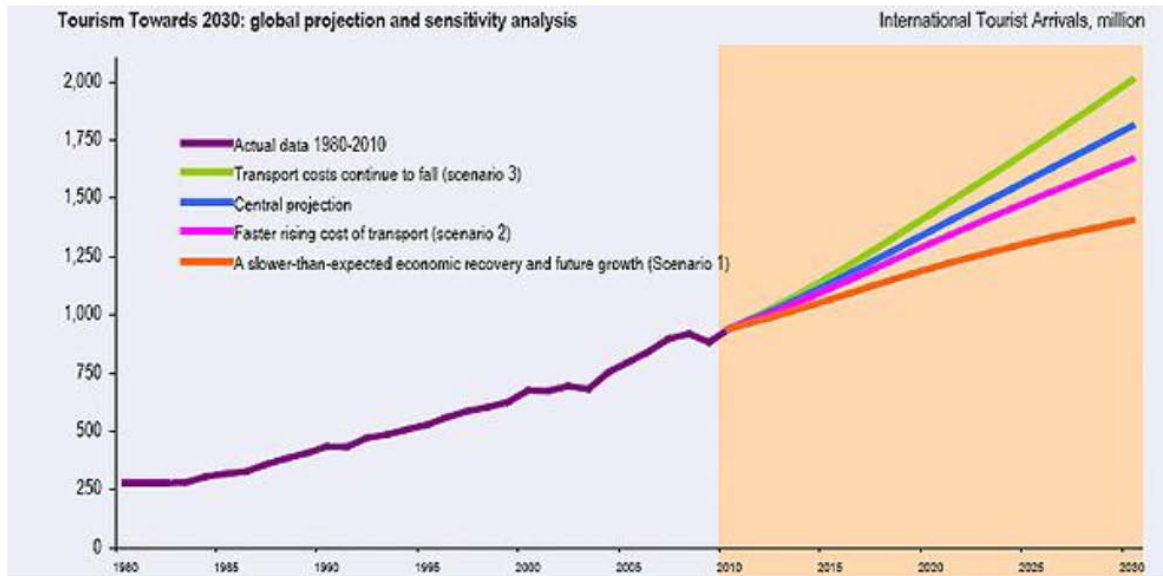
ที่มา: UN World Tourism Organization

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาถึงการพยากรณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลก ในปี 2030 จากรูปที่ 2.9 พบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะยังคงเติบโตต่อไปแต่ลดระดับลงจากร้อยละ 4.2 ต่อปี ระหว่างปี 1980 - 2020 เป็นร้อยละ 3.3 ต่อปี ระหว่างปี 2010 - 2030 เนื่องจากปัจจัยที่สำคัญสามประการ ได้แก่ ประการที่หนึ่ง การเติบโตของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (GDP) ต่ำลง ขณะที่เศรษฐกิจอัมตั่ว ประการที่สอง ความยืดหยุ่นของการเดินทางท่องเที่ยวต่อ GDP ต่ำลง และประการที่สาม ค่าใช้จ่ายในการเดินทางเปลี่ยนแปลงจากลดลงเป็นเพิ่มขึ้น ผลจากต้นทุนน้ำมันในการขนส่งและเดินทางเพิ่มมากขึ้น การคาดการณ์การท่องเที่ยวในปี 2030 แสดงให้เห็นว่ายังคงมีศักยภาพขยายตัวต่อไปในทศวรรษหน้า โดยแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ จะได้ประโยชน์จากแนวโน้มและโอกาสที่เกิดขึ้น หากมีการกำหนดนโยบายและเงื่อนไขที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โครงสร้างพื้นฐาน สิ่งอำนวยความสะดวก



การตลาดและทรัพยากรบุคคล พร้อมทั้งมีโอกาสในการเพิ่มผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และสังคม และลดผลกระทบเชิงลบ โดยรูปแบบการเติบโตในระยะยาวจะเป็นแบบปานกลางมีความยั่งยืนและเป็นองค์รวม

รูปที่ 2.9 การพยากรณ์การท่องเที่ยวระหว่างประเทศของโลกในปี 2030



ที่มา: World Tourism Organization (UNWTO)

จากการคาดการณ์ของ UNWTO ถึงโอกาสและความท้าทายของการท่องเที่ยวโลกที่จะเกิดขึ้นในอนาคตสามารถสรุปได้ คือ ประการที่หนึ่ง การท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือที่ทรงอำนาจในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมรวม ทั้งลดความยากจนในหลายประเทศจากการสร้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและรายได้จากการส่งออก ประการที่สอง บทบาทของการท่องเที่ยวจะเปลี่ยนไปเนื่องจากการกำหนดเป้าหมายเพื่ก้าวไปสู่ศักยภาพนี้จำเป็นต้องสร้างและยกระดับการรับรู้ และทำให้การท่องเที่ยวเป็นเรื่องสำคัญในวาระทางการเมือง ประการที่สาม ความยั่งยืนทางสังคม เศรษฐกิจและสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญมากขึ้นสำหรับการท่องเที่ยว โดยเน้นเรื่องการพึ่งพาพลังงาน การปรับตัวและบรรเทาผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เศรษฐกิจสีเขียว การจัดการพื้นที่แออัด และการบริหารความเสี่ยง และประการที่สี่ ความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงง่ายเนื่องจากมีประสบการณ์มากขึ้น มีความต้องการสูงขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ ปัจจัยเกี่ยวกับอายุ การย้ายถิ่นและความหลากหลายของโครงสร้างครอบครัว การเปลี่ยนแปลงค่านิยม และวิถีชีวิตจากเศรษฐกิจเชิงบริการสู่เศรษฐกิจเชิงประสบการณ์ และประการสุดท้าย การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นในแง่ของการสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่เหมาะสม เช่น นวัตกรรม ความหลากหลายของสินค้า ตลาดและกลุ่มลูกค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การตลาดและการส่งเสริมสินค้า การวิจัย การประเมินผล การพัฒนาทรัพยากรบุคคล คุณภาพ เป็นต้น



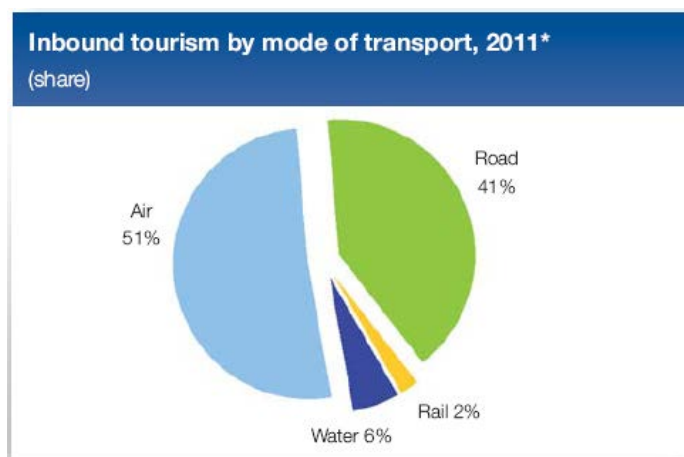
นอกจากนี้ The World Tourism Organization (UNWTO) (2012) ยังรายงานสถานการณ์ล่าสุดของการท่องเที่ยวในบริบทโลกในปี 2011 ว่ารายได้จากการท่องเที่ยวขาเข้า (inbound tourism) ทั่วโลก คิดเป็นมูลค่ากว่า 1.2 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ หรือเฉลี่ย 3.4 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อวัน ตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 4.6 หรือคิดเป็นจำนวนนักท่องเที่ยว 983 ล้านคน จาก 940 ล้านคนทั่วโลกในปี 2010

เมื่อพิจารณาจากตัวเลขภาคการค้าบริการระหว่างประเทศ (Internationally traded service) จะพบว่า ภาคการท่องเที่ยวสามารถสร้างมูลค่าการส่งออกคิดเป็นร้อยละ 30 ของการค้าบริการทั่วโลก และคิดเป็นร้อยละ 6 ของมูลค่าการส่งออกทั้งหมดในหมวดสินค้าและบริการระหว่างประเทศ (World Tourism Organization (UNWTO), 2012)

ในขณะที่ World Travel and Tourism Council (WTTC) (2012) คาดการณ์ว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะสามารถสร้างรายได้ให้กับระบบเศรษฐกิจโลกประมาณ 6.5 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และสร้างงานกว่า 260 ล้านตำแหน่ง หรือคิดเป็น 1 ใน 12 ของตำแหน่งงานทั่วโลกในปี 2012

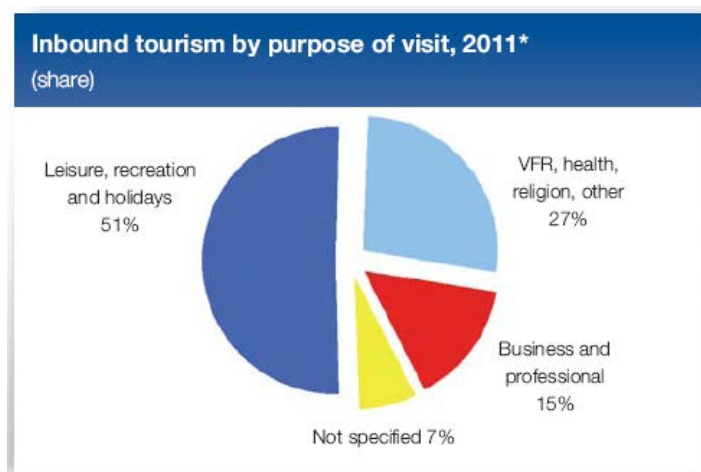
จากรายงานของ UNWTO (2012) ยังพบว่าวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน โดยมีอัตราส่วนถึงร้อยละ 51 ของการเดินทางท่องเที่ยวในปี 2011 หรือคิดเป็น 505 ล้านคน ในขณะที่การเดินทางระหว่างประเทศเพื่อดำเนินกิจกรรมของนักท่องเที่ยวมีอัตราส่วนร้อยละ 15 และการเดินทางเพื่อวัตถุประสงค์อื่น ซึ่งรวมถึงการเดินทางเพื่อเยี่ยมเยียนญาติและมิตร การเดินทางที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวข้องกับสุขภาพ และการเดินทางเพื่อประกอบกิจการเกี่ยวกับการศาสนานั้นมีสัดส่วนอยู่ที่ร้อยละ 27 อย่างไรก็ตามการเดินทางอีกร้อยละ 7 ไม่สามารถระบุวัตถุประสงค์ของการเดินทางที่ชัดเจนได้ ดังแสดงในรูปที่ 2.10

รูปที่ 2.10 แสดงสัดส่วนนักท่องเที่ยวในปี 2011 ตามวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยว





รูปที่ 2.11 แสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวในปี 2011



ที่มา: UNWTO Tourism Highlights – 2012 Edition

ทั้งนี้รูปแบบการเดินทางระหว่างประเทศของนักท่องเที่ยวในปี 2011 มีสัดส่วนการเดินทางทางอากาศมากที่สุดถึงร้อยละ 51 และมีแนวโน้มเติบโตมากขึ้น ในขณะที่การเดินทางทางถนนอยู่ที่ร้อยละ 41 ทางน้ำร้อยละ 6 และทางรางอยู่ที่ร้อยละ 2 ดังแสดงสัดส่วนรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวในปี 2011 ในรูปที่ 2.11

นอกจากนี้ The World Tourism Organization ยังได้มีการจัดอันดับของประเทศปลายทางการเดินทางของนักท่องเที่ยวทั่วโลก จากรายรับตามใบเสร็จที่ได้จากการการท่องเที่ยวในปี 2011 ของแต่ละประเทศดังแสดงในรูปที่ 2.12 ซึ่งจากตารางแสดงให้เห็นว่าประเทศสหรัฐอเมริกาเป็นประเทศที่มีรายได้จากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติมากสุดเป็นอันดับที่ 1 นอกจากนี้ยังพบว่าประเทศในอันดับที่ 1 ถึง 10 ยังคงสามารถรักษาระดับการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวไว้ที่อันดับเดิมเมื่อเทียบกับปี 2010 ในขณะที่ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นอันดับที่ 11 เปลี่ยนแปลงจากปี 2010 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 12 โดยมีอัตราการเปลี่ยนแปลงของรายได้เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26 เมื่อเทียบกับปี 2010



รูปที่ 2.12 แสดงอันดับของประเทศปลายทางการท่องเที่ยว จากรายได้การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ

World's top destinations by international tourism receipts

		% change over previous year					Full year								
		(local currencies, current prices)					US\$				euro				
Rank		Series¹	08/07	09/08	10/09	11*/10	2008	2009	2010	2011*	2008	2009	2010	2011*	
'11	'10									(billion)				(billion)	
1	1	United States	13.4	-14.7	9.9	12.3	110.4	94.2	103.5	116.3	75.1	67.5	78.1	83.5	
2	2	Spain	-0.4	-9.0	3.9	8.6	61.6	53.2	52.5	59.9	41.9	38.1	39.6	43.0	
3	3	France	-2.9	-7.7	-1.1	10.1	56.6	49.5	46.6	53.8	38.5	35.5	35.1	38.7	
4	4	China	\$	9.7	-2.9	15.5	5.8	40.8	39.7	45.8	48.5	27.8	28.4	34.6	34.8
5	5	Italy	-0.1	-7.2	1.4	5.5	45.7	40.2	38.8	43.0	31.1	28.9	29.3	30.9	
6	6	Germany	3.2	-8.5	5.3	6.7	39.9	34.6	34.7	38.8	27.1	24.8	26.2	27.9	
7	7	United Kingdom	1.6	-1.3	8.4	6.9	36.0	30.1	32.4	35.9	24.5	21.6	24.4	25.8	
8	8	Australia	10.7	10.3	-0.2	-6.2	24.7	25.4	29.8	31.4	16.8	18.2	22.5	22.6	
9	9	Macao (China)	26.2	6.6	53.5	..	16.9	18.1	27.8	..	11.5	13.0	21.0	..	
10	10	Hong Kong (China)	11.1	6.7	35.6	22.7	15.3	16.4	22.2	27.2	10.4	11.8	16.7	19.5	
11	12	Thailand	4.9	-9.0	15.7	26.0	18.2	16.1	20.1	26.3	12.4	11.5	15.2	18.9	
12	11	Turkey	\$	18.7	-3.2	-2.1	10.6	22.0	21.3	20.8	23.0	14.9	15.2	15.7	16.5
13	13	Austria	7.6	-5.3	0.9	1.7	21.6	19.4	18.6	19.9	14.7	13.9	14.0	14.3	
14	14	Malaysia	5.6	9.1	5.9	-5.1	15.3	15.8	18.3	18.3	10.4	11.3	13.8	13.1	
15	18	Singapore	10.9	-10.1	41.4	17.4	10.7	9.4	14.1	18.0	7.3	6.7	10.7	12.9	
16	16	Switzerland	6.7	-1.4	1.5	-0.1	14.4	14.1	15.0	17.6	9.8	10.1	11.3	12.6	
17	17	India	14.4	8.3	18.1	19.6	11.8	11.1	14.2	17.5	8.0	8.0	10.7	12.6	
18	15	Canada	-0.2	-6.0	4.2	3.5	15.7	13.7	15.7	16.9	10.7	9.8	11.9	12.2	
19	21	Greece	2.8	-10.6	-7.6	9.3	17.1	14.5	12.7	14.6	11.6	10.4	9.6	10.5	
20	20	Netherlands	-6.6	-2.3	9.6	6.8	13.3	12.4	12.9	14.4	9.1	8.9	9.7	10.4	
21	24	Sweden	0.4	6.3	1.7	12.9	11.2	10.3	11.1	13.9	7.6	7.4	8.4	10.0	
22	26	Korea, Republic of	\$	59.2	0.5	5.5	18.8	9.8	9.8	10.4	12.3	6.6	7.0	7.8	8.8
23	23	Mexico	\$	3.4	-15.2	4.3	-0.8	13.3	11.3	11.8	11.7	9.0	8.1	8.9	8.4
24	30	Russian Federation	\$	25.4	-20.9	-5.7	29.1	11.8	9.4	8.8	11.4	8.1	6.7	6.7	8.2
25	27	Portugal	0.5	-7.2	10.0	7.2	10.9	9.6	10.1	11.3	7.4	6.9	7.6	8.1	

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO May 2012)

¹ All percentages are derived from series in local currencies, unless otherwise indicated: \$: US\$; €: euro.

ที่มา: World Tourism Organization (UNWTO)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาตัวเลขการเติบโตของรายได้การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาค ซึ่งคิดจากมูลค่าตามใบเสร็จรับเงิน (International Tourism Receipt) จะพบว่า ทวีปอเมริกามีการอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.7 ภูมิภาคยุโรปเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.2 ภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกเพิ่มขึ้นร้อยละ 4.3 และทวีปแอฟริกาเพิ่มขึ้นร้อยละ 2.2 ในขณะที่ตะวันออกกลางเป็นภูมิภาคเดียวที่อัตราการเติบโตของรายได้ลดลงถึงร้อยละ 14 ทั้งนี้เป็นผลมาจากเหตุการณ์ความไม่มั่นคงที่เกิดขึ้นภายในภูมิภาค (Arab Spring) แต่หากพิจารณาจากส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคำนวณจากมูลค่าตามใบเสร็จในปี 2011 กลับพบว่ายุโรปถือส่วนครองตลาดการท่องเที่ยวมากที่สุดถึงร้อยละ 45 โดยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 463 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ รองลงมาคือภูมิภาคเอเชีย-แปซิฟิกมีส่วนครองอยู่ที่ร้อยละ 28 คิดเป็นรายได้ 289 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และขณะที่อเมริกาที่มีอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวสูงสุดกลับมีส่วนแบ่งของอุตสาหกรรมเป็นอันดับ 3 คิดเป็นร้อยละ 19 หรือประมาณ 199 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ



ภูมิภาคตะวันออกกลางมีส่วนแบ่งร้อยละ 4 คิดเป็นรายได้ 46 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ และทวีปแอฟริกา ซึ่งมีส่วนแบ่งของรายได้น้อยที่สุดร้อยละ 3 คิดเป็นรายได้ประมาณ 33 พันล้านดอลลาร์สหรัฐฯ ดังแสดงในรูปที่ 2.13 โดยมีรายละเอียดสถานการณ์การท่องเที่ยวในแต่ละภูมิภาคดังที่จะกล่าวต่อไป

รูปที่ 2.13 แสดงมูลค่าตามใบเสร็จของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จำแนกตามภูมิภาค

	International Tourism Receipts Local currencies, constant prices change (%)				Market share (%)	US\$ Receipts			Euro Receipts		
						per arrival			per arrival		
	08/07	09/08	10/09	11*/10	2011*	2010	2011*	2011*	2010	2011*	2011*
World	1.6	-5.6	5.4	3.9	100	927	1,030	1,050	699	740	750
Advanced economies¹	1.7	-6.4	5.7	4.8	64.5	589	664	1,270	444	477	910
Emerging economies¹	1.4	-3.9	4.9	2.2	35.5	338	366	800	255	263	570
By UNWTO regions,											
Europe	-0.9	-6.5	0.0	5.2	45.0	409.3	463.4	920	308.8	332.9	660
Northern Europe	-2.5	-4.1	2.7	5.0	6.8	61.4	70.3	1,190	46.3	50.5	850
Western Europe	-2.2	-6.6	1.1	3.7	15.6	142.2	160.4	1,010	107.2	115.2	720
Central/Eastern Europe	4.3	-8.0	-2.9	7.9	5.4	48.1	56.1	540	36.3	40.3	390
Southern/Mediterranean	-0.6	-6.9	-1.0	5.7	17.1	157.6	176.7	970	118.9	126.9	700
- of which EU-27	-2.7	-7.0	0.7	4.3	36.6	335.0	377.5	980	252.7	271.2	700
Asia and the Pacific	4.6	-0.6	15.5	4.4	28.1	255.3	289.4	1,330	192.5	207.9	960
North-East Asia	8.2	1.9	21.4	3.8	13.9	128.6	143.1	1,240	97.0	102.8	890
South-East Asia	-0.8	-7.0	15.1	9.3	7.9	68.6	81.9	1,060	51.7	58.8	760
Oceania	3.0	5.2	-1.9	-7.3	4.0	39.2	41.6	3,560	29.5	29.9	2,560
South Asia	7.7	-4.6	16.5	14.6	2.2	18.9	23.0	1,850	14.3	16.5	1,330
Americas	4.8	-10.0	4.2	5.7	19.3	180.7	199.1	1,270	136.3	143.0	910
North America	6.9	-12.2	6.0	6.6	14.1	131.2	145.1	1,430	99.0	104.2	1,020
Caribbean	-4.1	-6.4	-0.1	1.3	2.3	22.7	23.9	1,150	17.1	17.2	830
Central America	0.3	-5.4	4.8	0.9	0.7	6.7	7.2	860	5.0	5.2	620
South America	3.1	0.0	-2.1	6.5	2.2	20.1	22.9	890	15.1	16.5	640
Africa	-2.5	-5.8	1.7	2.2	3.2	30.4	32.6	650	22.9	23.4	470
North Africa	-3.9	-4.7	0.2	-6.7	0.9	9.7	9.5	560	7.3	6.8	400
Subsaharan Africa	-1.7	-6.4	2.6	6.3	2.2	20.7	23.1	700	15.6	16.6	500
Middle East	5.5	1.2	17.2	-14.4	4.5	51.7	45.9	830	39.0	33.0	590

Source: World Tourism Organization (UNWTO) ©

(Data as collected by UNWTO June 2012)

¹ Classification based on the International Monetary Fund (IMF), see the Statistical Annex of the IMF World Economic Outlook of April 2012, page 177, at www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2012/01.

ที่มา: UNWTO Tourism Highlights - 2012 Edition

2.4.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย (นครินทร์ สัทธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ตั้งแต่ความงามหรือความโดดเด่นทางธรรมชาติทั้งทางบกและชายฝั่งทะเล ความวิจิตรและทรงคุณค่าของศิลปะและวัฒนธรรม ตลอดจนวิถีชีวิตของชุมชนชนบทที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเองในแต่ละท้องถิ่นที่ ก่อปรกัับอุปนิสัยของคนไทยที่เอื้อและเป็นมิตรไมตรี ส่งผลทำให้ภาพลักษณ์ของประเทศไทยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในสายตาของโลก และเมื่อวิเคราะห์บทบาทของรัฐบาลในการสนับสนุนการท่องเที่ยวนั้น ประเทศไทยมีการพัฒนาการท่องเที่ยวเริ่มตั้งแต่ก่อนแผนการพัฒนาเศรษฐกิจฉบับที่ 1 ในปี 1960 โดยการจัดตั้งองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการร่วมมือของภาคเอกชนจากปี 1960 ประเทศไทยมีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 81,340 คน สามารถนำรายได้ให้แก่ประเทศจำนวน 196 ล้านบาท



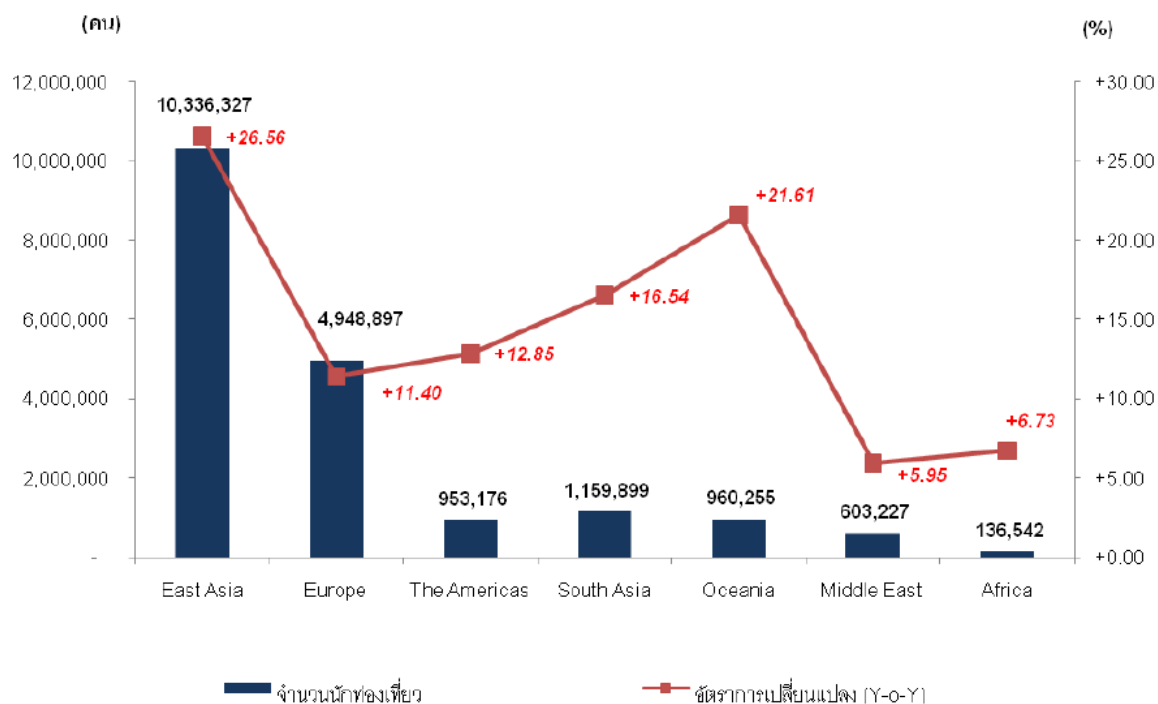
จนกระทั่งในปี 1997 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทยรวม 7.22 ล้านคน สามารถทำรายได้ให้แก่ประเทศไทย 2.2 แสนล้านบาท

ในปี 2007 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มเป็น 14.46 ล้านคน มีรายได้สูงถึง 5.4 ล้านบาท และในปี 2010 มีจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพิ่มสูงขึ้นเป็น 15.93 ล้านคน และรายได้เข้าประเทศเพิ่มสูงขึ้นเป็น 12.63 ล้านบาท ในปี 2011 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางมายังประเทศไทย 19.098 ล้านคน โดยเพิ่มมากขึ้นจากปี 2010 คิดเป็น 3,161,923 คน หรือร้อยละ 19.84 โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มประเทศที่มีอัตราการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจค่อนข้างสูงหรือกลุ่มประเทศเศรษฐกิจใหม่ ได้แก่ ประเทศจีน อินเดีย และรัสเซีย ที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นการกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น โดยประเทศไทยนับเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางของการเดินทางและการท่องเที่ยวที่สำคัญ และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมสูง ส่วนหนึ่งสืบเนื่องจากการดำเนินมาตรการหรือแผนงานเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้อง

ดังนั้นเมื่อพิจารณาถึงจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของประเทศไทยจากรูปที่ 2.14 และตารางที่ 2.2 พบว่าในปี 2011 ชาวเอเชียเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยสูงที่สุด 10,336,327 คน มีอัตราการเติบโตร้อยละ 26.56 รองลงมาเป็นชาวยุโรป มีนักท่องเที่ยวจำนวน 4,948,897 คน มีอัตราการเติบโตร้อยละ 11.40 และเมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวเป็นรายเดือนจากรูปที่ 2.15 พบว่านักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในเดือนตุลาคม 2011 มีนักท่องเที่ยวสูงกว่ากันในช่วงระยะเวลาเดียวกันในรอบ 3 ปีที่ผ่านมา นับจากปี 2008 และลดลงในช่วงเดือนพฤศจิกายน – ธันวาคม จากผลกระทบของอุทกภัยภายในประเทศ การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสามารถสรุปได้จากรูปที่ 2.15 และ 2.16 การวิเคราะห์แนวโน้มของจำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศไทยปี 2007 - 2011 พบว่าในช่วงปี 2007 - 2009 จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงเนื่องจากปัญหาวิกฤตเศรษฐกิจทั่วโลกและปัญหาการเมืองภายในประเทศ ต่อมาในปี 2009 - 2011 จำนวนนักท่องเที่ยวจึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับรูปที่ 2.17 จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติของประเทศไทยรายเดือน 2008 - 2011 โดยช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากคือ พฤษภาคม ถึงสิงหาคมของแต่ละปี



รูปที่ 2.14 จำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยปี 2011



ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และกรมการท่องเที่ยว

ตารางที่ 2.2 จำนวนนักท่องเที่ยวของประเทศไทยรายไตรมาสปี 2011 – 2012

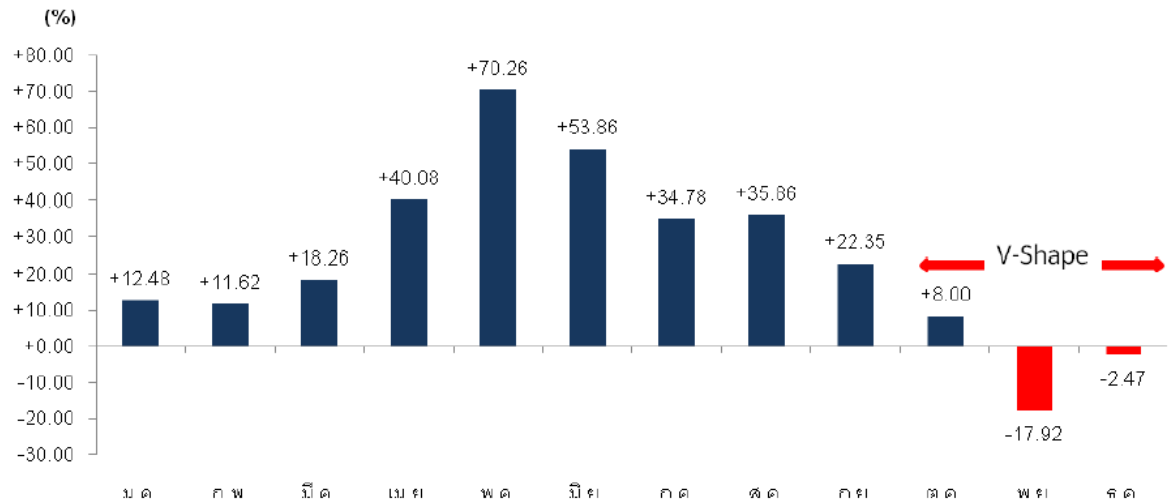
หน่วย: ล้านคน

ภูมิภาค	2011				2012				รวม	
	ไตรมาส				ไตรมาส					
	1	2	3	4	1	2	3	4	2554	2555
อาเซียน	1.28	1.46	1.41	1.36	1.36	1.31	1.40	1.55	5.51	5.62
ยุโรป	1.79	0.88	0.96	1.31	1.66	1.01	1.08	1.41	4.94	5.16
เอเชียตะวันออก	1.31	1.13	1.38	1.04	1.32	1.08	1.32	1.23	4.86	4.95
อื่นๆ	0.93	0.97	0.98	0.52	0.84	1.10	1.05	1.07	3.40	4.06
รวมทั้งหมด	5.31	4.44	4.73	4.23	5.18	4.50	4.85	5.26	18.71	19.79

ที่มา: สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

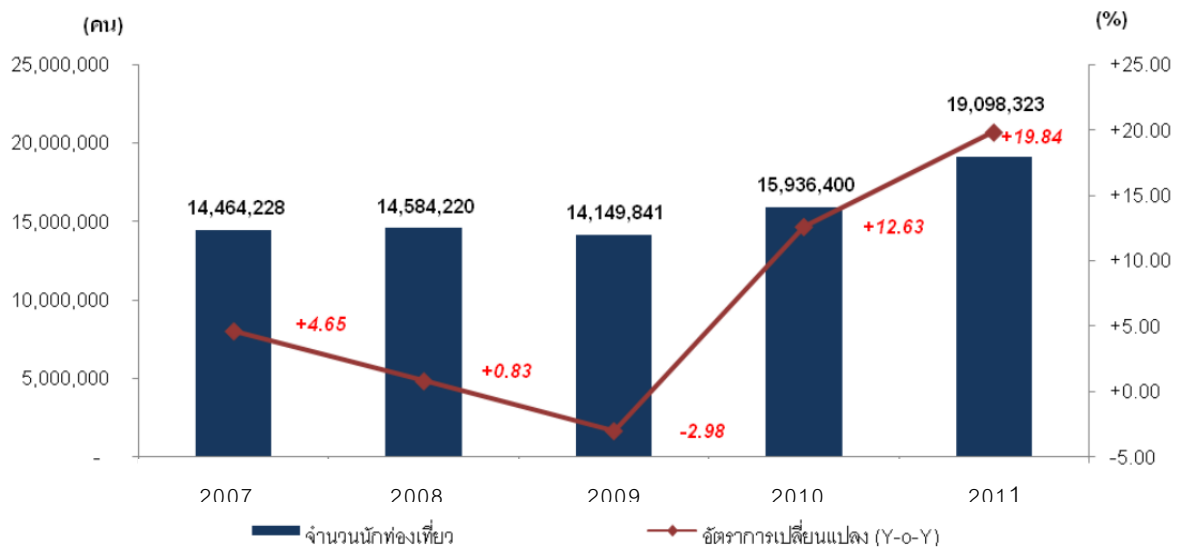


รูปที่ 2.15 อัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยรายเดือนปี 2011



ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว

รูปที่ 2.16 แสดงจำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย ปี 2007 – 2011

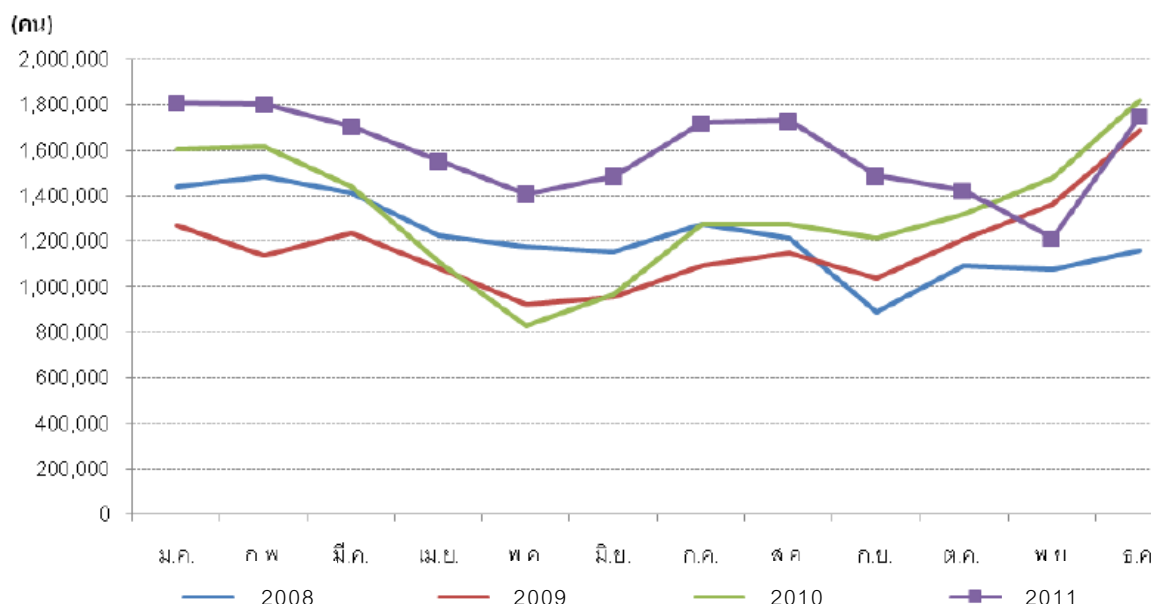


*** ข้อมูลปี 2554 เป็นข้อมูลเบื้องต้น

ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และกรมการท่องเที่ยว



รูปที่ 2.17 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยรายเดือน 2008 - 2011

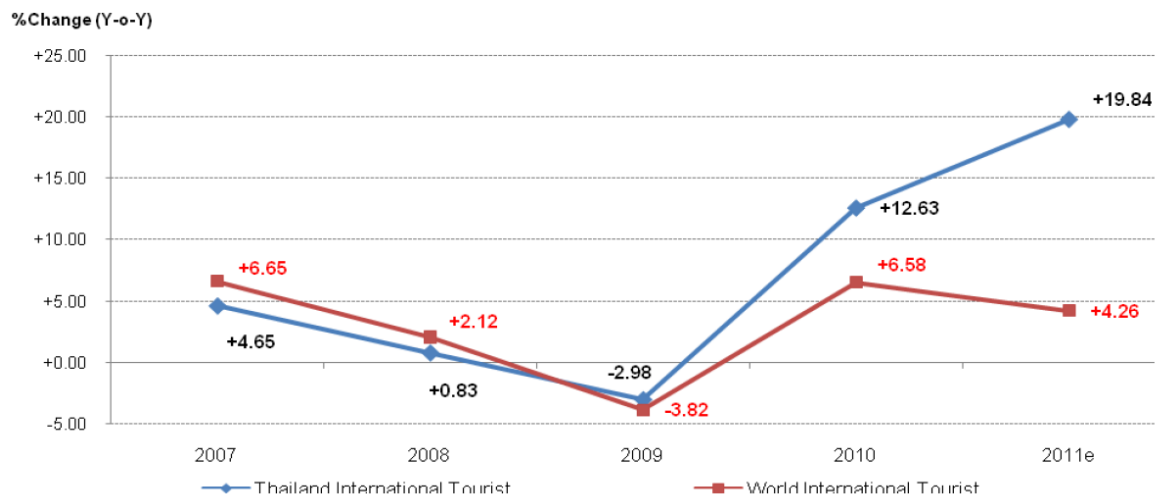


ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมือง และกรมการท่องเที่ยว

นอกจากนั้นเมื่อเปรียบเทียบอัตราการเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติเปรียบเทียบกับโลกและประเทศไทยปี 2007 - 2011 จากรูปที่ 2.18 พบว่านักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไปเที่ยวยังต่างประเทศเปรียบเทียบกับนักท่องเที่ยวของประเทศอื่นๆ ที่ท่องเที่ยวมีอัตราการเปลี่ยนแปลงใกล้เคียงกัน โดยมีแนวโน้มลดลงในปี 2007 - 2009 และเพิ่มขึ้นในปี 2009 - 2011 โดยคนไทยตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังประเทศอื่นในอัตราการเปลี่ยนแปลงที่มากกว่านักท่องเที่ยวต่างชาติ และจากรูปที่ 2.19 แสดงจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยจำแนกตามภูมิภาคที่สำคัญพบว่านักท่องเที่ยวจากอาเซียนและยุโรปเป็นตลาดสำคัญของประเทศไทยโดยมีการเติบโตอย่างมีนัยสำคัญตั้งแต่ปี 2009 - 2011

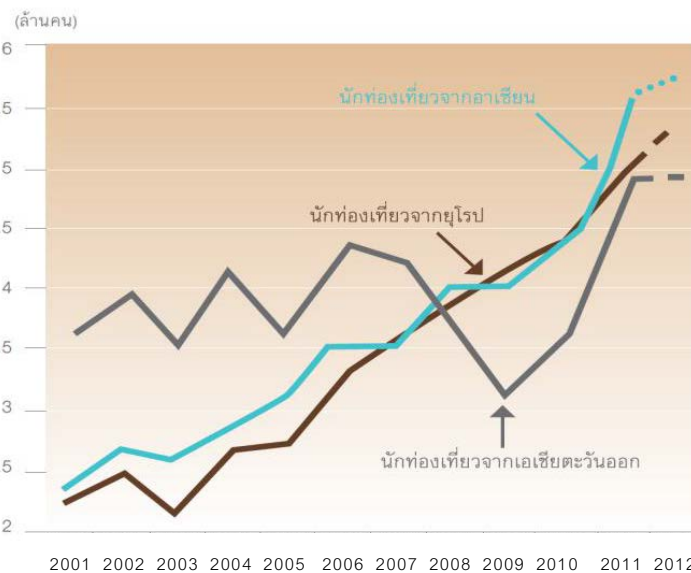


รูปที่ 2.18 อัตราการเปลี่ยนแปลงของการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ
เปรียบเทียบโลกและประเทศไทยปี 2007 – 2011



ที่มา: World Tourism Organization และ กรมการท่องเที่ยว

รูปที่ 2.19 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทยจำแนกตามภูมิภาคที่สำคัญปี 2011 - 2012



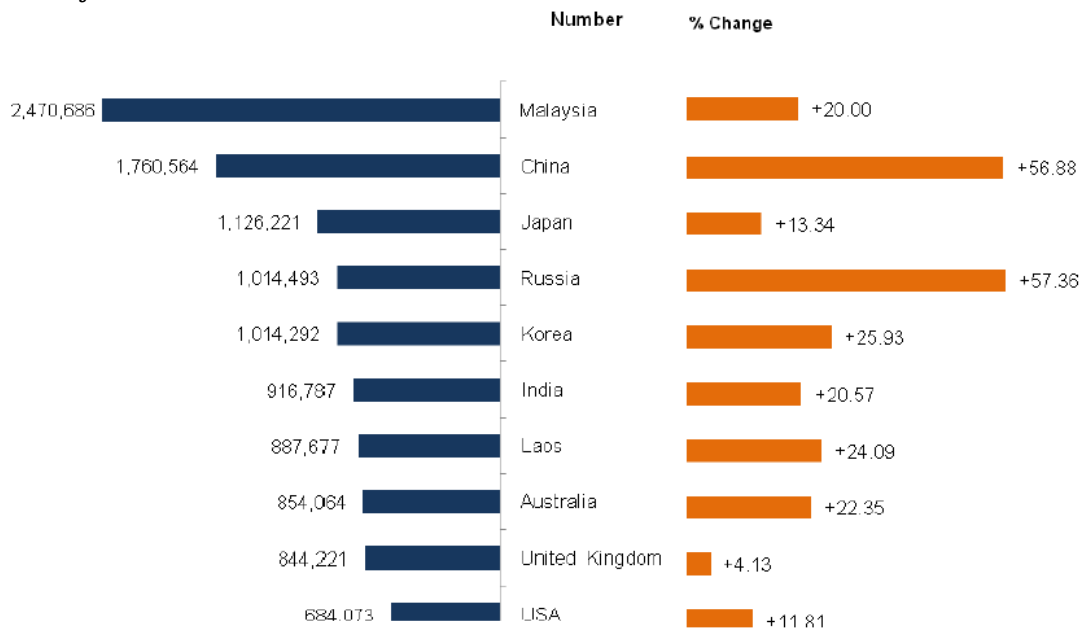
ที่มา: สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวในประเทศไทยในปี 2011 จำแนกตามสัญชาติ จากรูปที่ 2.20 และ 2.21 พบว่าประเทศมาเลเซีย จีน ญี่ปุ่น และรัสเซีย มาเที่ยวประเทศไทยเป็น 4 อันดับ



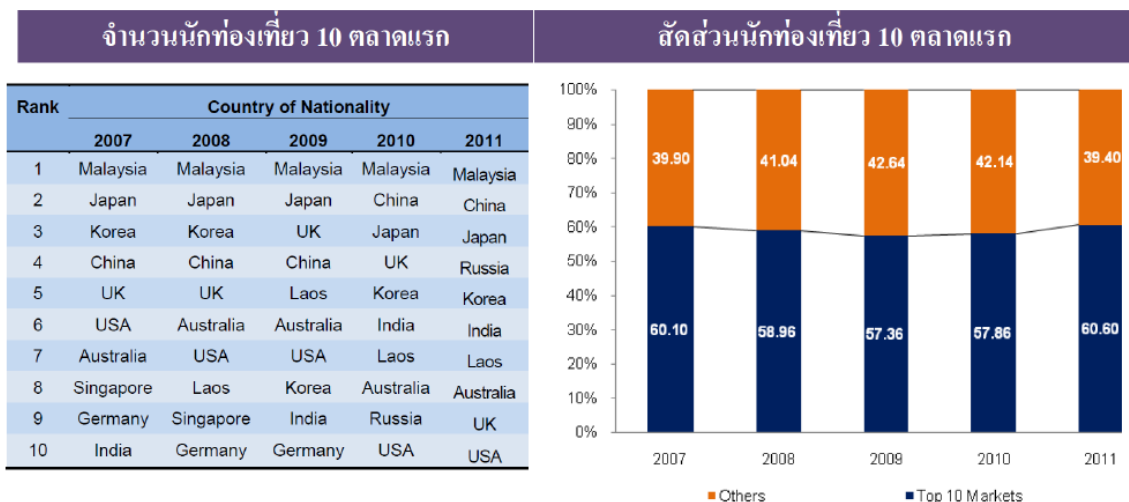
แรก และมีจำนวนนักท่องเที่ยวคิดเป็นจำนวนกว่ากึ่งหนึ่งของนักท่องเที่ยวทั้งหมดโดยประเทศจีนและรัสเซียมีอัตราการเปลี่ยนแปลงมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 56.58 และ 57.36 ตามลำดับ

รูปที่ 2.20 จำนวนและอัตราการเปลี่ยนแปลงนักท่องเที่ยวตลาดหลักของประเทศไทยปี 2011



ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว

รูปที่ 2.21 จำนวนนักท่องเที่ยว 10 ตลาดแรก และสัดส่วนนักท่องเที่ยว 10 ตลาดแรกปี 2007 - 2011



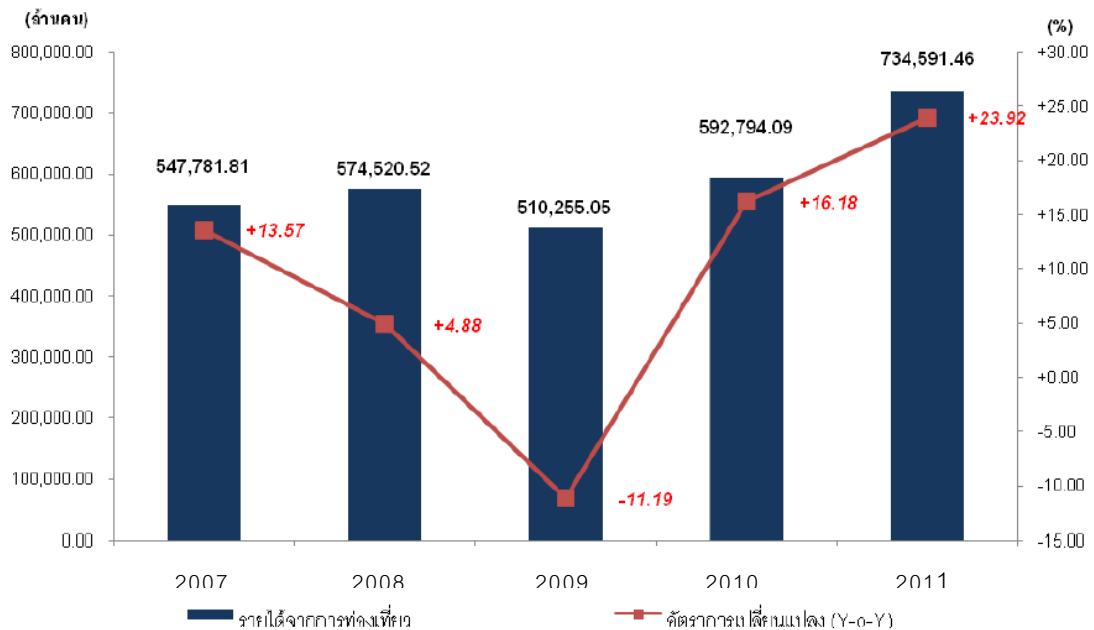
ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว

เมื่อพิจารณารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติและอัตราการเปลี่ยนแปลงในปี 2007 - 2011 และรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติและอัตราการเปลี่ยนแปลง จำแนกตามภูมิภาคปี 2011 จากรูปที่ 2.22 และ 2.23 ตามลำดับ พบว่ารายได้จากนักท่องเที่ยวมีอัตราการเติบโตลดลงตั้งแต่ปี 2007



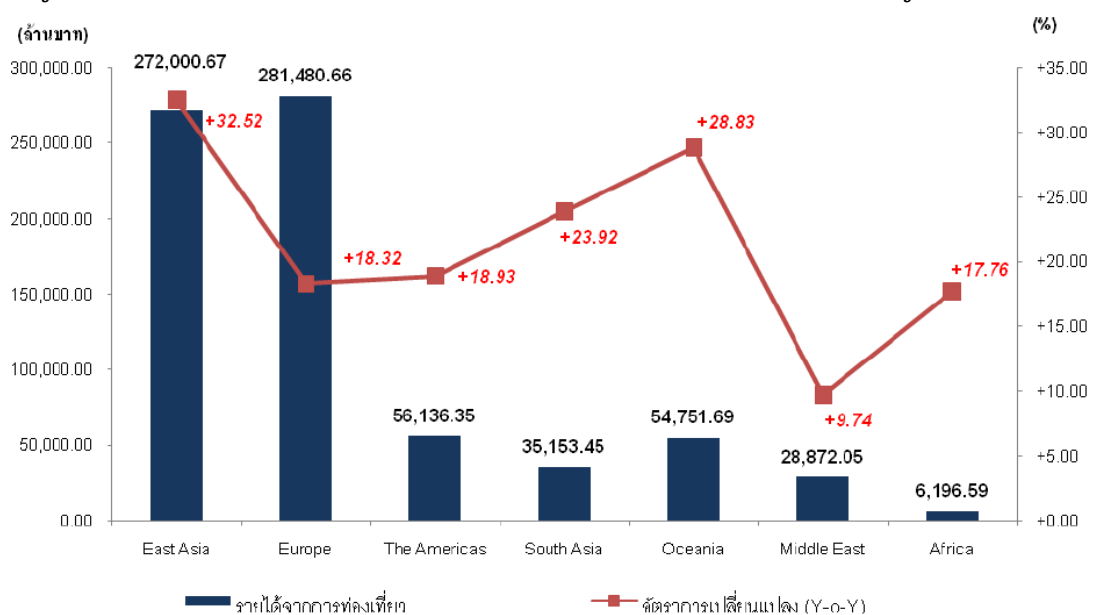
– 2009 จากนั้นจึงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปี 2009 - 2011 โดยประเทศที่มีการใช้จ่ายมากที่สุด คือ ประเทศกลุ่มยุโรปคิดเป็น 281 ล้านบาท รองลงมาเป็นประเทศในกลุ่มเอเชีย คิดเป็น 272 ล้านบาท แต่ประเทศกลุ่มเอเชียมีการเติบโตในการใช้จ่ายสูงกว่าประเทศยุโรปกว่าครึ่งหนึ่ง คือ ประเทศกลุ่มเอเชียเติบโตร้อยละ 13.57 และประเทศยุโรปเติบโตร้อยละ 4.88

รูปที่ 2.22 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและอัตราการเปลี่ยนแปลงปี 2007 - 2011



ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว

รูปที่ 2.23 รายได้จากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติและอัตราการเปลี่ยนแปลงจำแนกตามภูมิภาค ปี 2011



ที่มา: สำนักงานตรวจคนเข้าเมืองและกรมการท่องเที่ยว



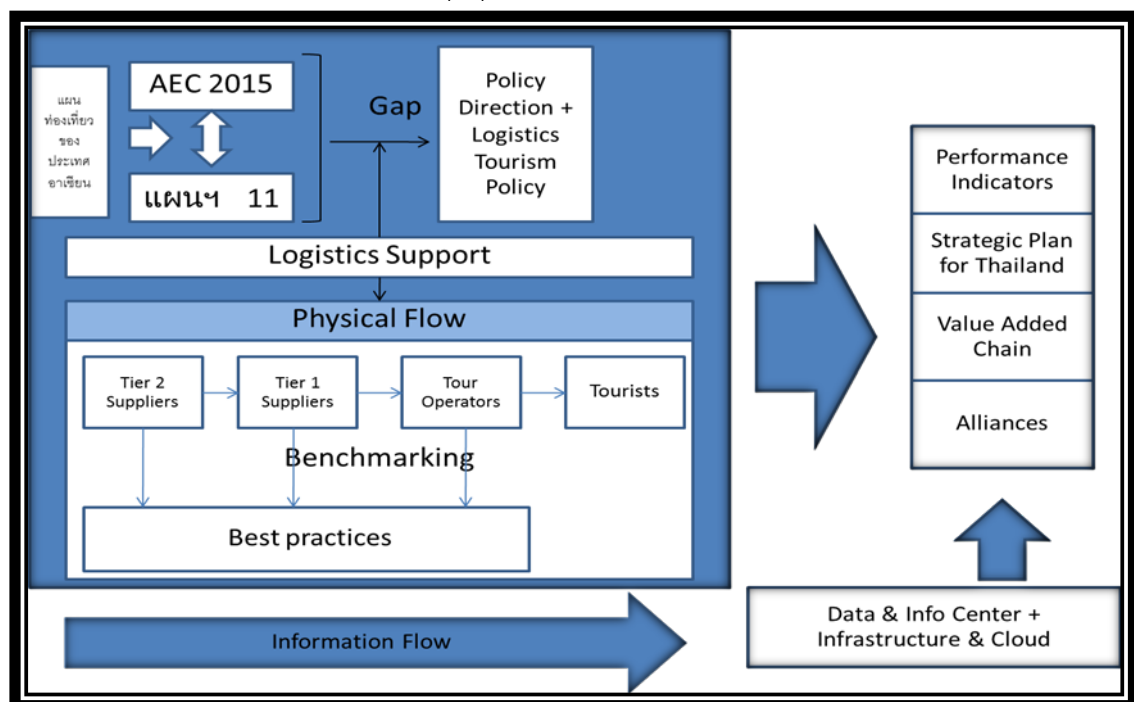
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา เพื่อศึกษาและสร้างความเข้าใจในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย (Tourism Supply Chain) ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งประกอบด้วยภาคนโยบาย (Policy) การไหลทางกายภาพ (Physical Flow) และการไหลของข้อมูล (Information Flow) เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย โดยเฉพาะหลังจากการเปิดประชาคมอาเซียน โดยอาศัยการบูรณาการผลการศึกษาจากโครงการภายใต้แผนงาน 3 โครงการ ซึ่งจะได้อธิบายในรายละเอียดดังต่อไปนี้

3.1 กรอบแนวคิดและกรอบการวิจัย

การศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้ศึกษาเห็นควรพิจารณาการศึกษาใน 3 ด้านหลักดังแสดงกรอบแนวคิดในรูปที่ 1.1 คือ

รูปที่ 1.1 กรอบแนวคิดระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ
ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย



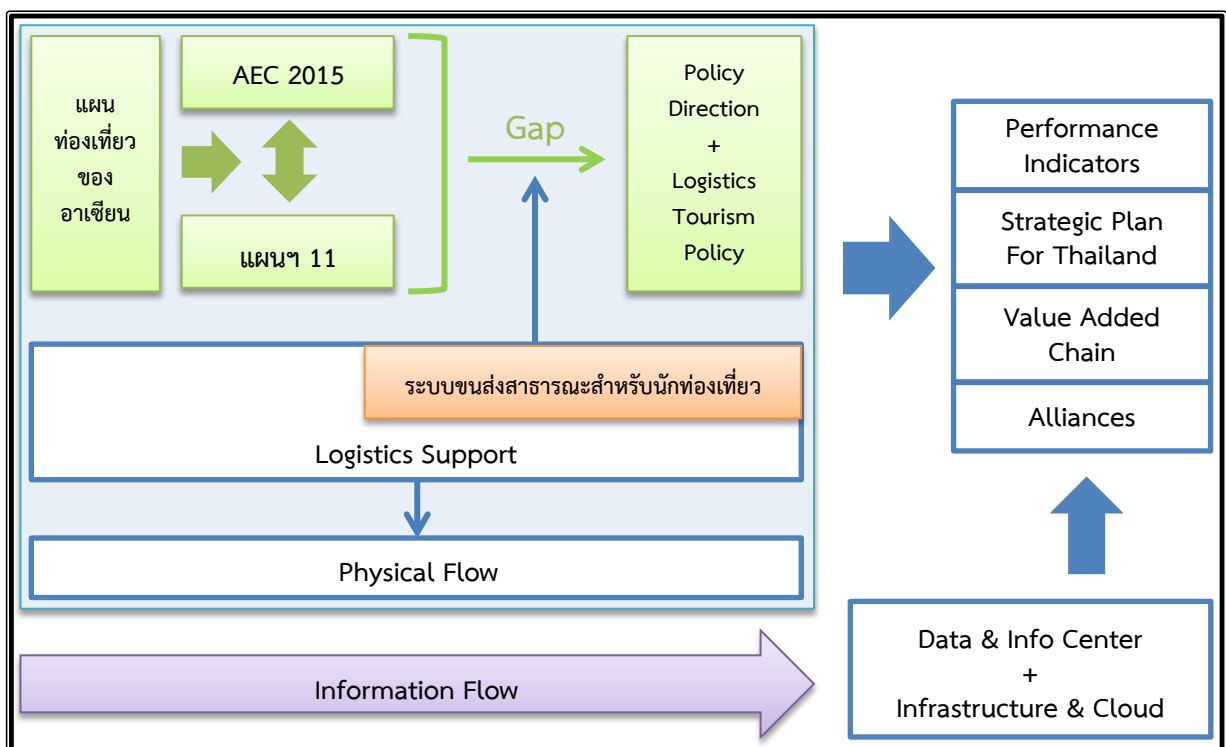
ที่มา: แก้วตา โรหิตรัตน์ (2011)



1. นโยบาย – มุ่งวิเคราะห์นโยบายแผนท่องเที่ยวและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 ของประเทศไทย เพื่อให้ทราบถึงทิศทางนโยบายและนโยบายด้านโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย
2. การไหลทางกายภาพ – มุ่งวิเคราะห์ที่ผู้เกี่ยวข้องในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย โดยใช้กระบวนการ Benchmarking เพื่อหา Best Practices ของแต่ละสาขา
3. การไหลของข้อมูล – มุ่งวิเคราะห์ตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ให้ทราบถึงความต้องการในการใช้ข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมในแต่ละองค์กรที่เกี่ยวข้องกัน ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทาน

อย่างไรก็ตามหากจะทำการศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในทุกด้าน และทุกหน่วยของโซ่อุปทานอาจต้องใช้ระยะเวลาในการศึกษาให้ครอบคลุมทั้งโซ่อุปทาน ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้เลือกศึกษาเฉพาะส่วนโดยแบ่งเป็นการศึกษาออกเป็นโครงการย่อย 3 โครงการ ซึ่งได้แสดงส่วนที่ทำการศึกษาในการวิจัยครั้งนี้ไว้ในส่วนที่แรเงาดังรูปที่ 3.1 คือ

รูปที่ 3.1 แสดงกรอบการวิจัย เรื่อง การศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ
ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย





1. ศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015) เพื่อระบุช่องว่างของนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับกรอบนโยบายการท่องเที่ยวของประชาคมอาเซียน ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการรวมเป็นประชาคมอาเซียน และรักษาความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังแสดงในกรอบสีเขียวตามภาพที่ 3.2
2. ศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อระบุความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องและเป็นองค์ประกอบสำคัญ (Key Players) ในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทาน ดังแสดงในกรอบสีม่วงตามภาพที่ 3.2
3. ศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะ ดังแสดงในกรอบสีส้มตามภาพที่ 3.2

3.2 ข้อมูลและวิธีการศึกษา

การศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ใช้การวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่เกี่ยวข้องกับโซ่อุปทานและโลจิสติกส์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว บุคลากรผลการศึกษาของโครงการวิจัยภายใต้แผนงานทั้ง 3 โครงการ คือ

- โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015)
- โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
- โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

ทั้งนี้เพื่อเชื่อมโยงองค์ความรู้ และผลการศึกษาของโครงการภายใต้แผนงานเข้ากับกรอบการศึกษาซึ่งผ่านการคัดเลือกตัวแบบที่เหมาะสม เพื่อสรุปข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมภายใต้ขอบเขตการศึกษา



บทที่ 4

ผลการศึกษา

ดังที่กล่าวไปแล้วในบทที่ผ่านมาว่า การศึกษาของแผนงานโครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยนี้ เป็นการบูรณาการผลการศึกษาจากโครงการภายใต้แผนงานทั้ง 3 โครงการ ดังนั้นในบทนี้จะเป็นการสรุปผลการศึกษาของ 3 โครงการย่อยภายใต้แผนงาน ตามกรอบการศึกษาที่ได้กล่าวไว้ในบทที่ 3 โดยมีรายละเอียดในแต่ละโครงการดังต่อไปนี้

4.1 ผลการศึกษาโครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยว ของประเทศไทย และสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจ อาเซียน (AEC 2015)

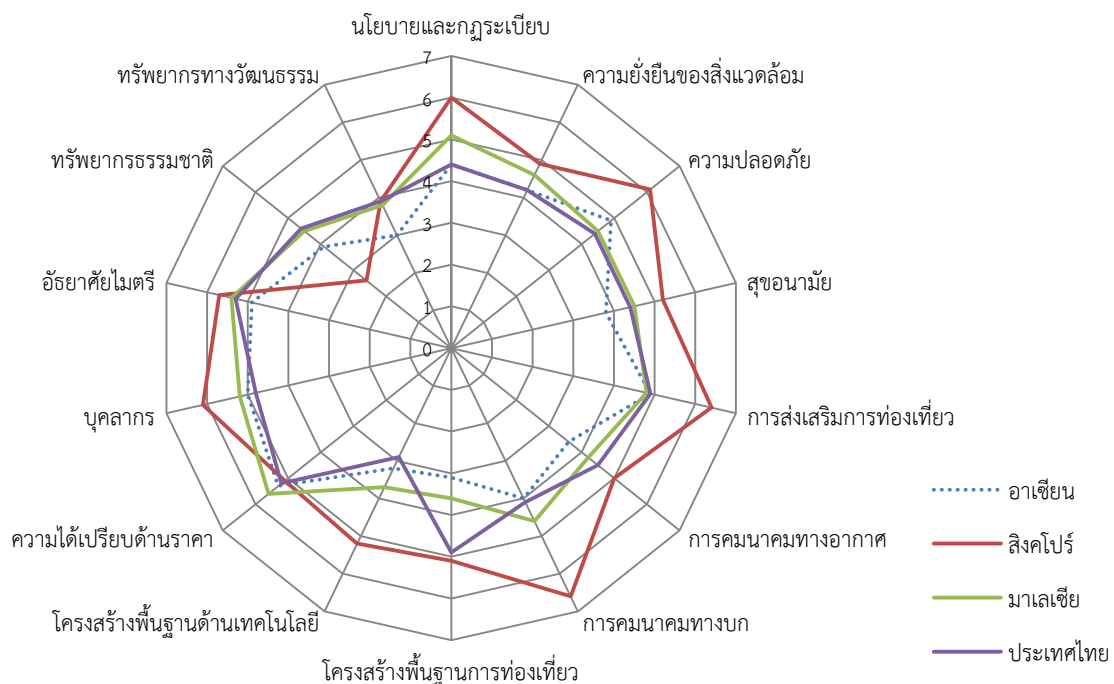
โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย และสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015) (แก้วตา โรหิตรัตน์ และคณะ, 2013) ได้ทำการศึกษา โดยมีผลการศึกษา นโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยสมาชิกอาเซียนพบว่า แนวโน้มการส่งเสริมการท่องเที่ยวของหลายประเทศมุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวตามกรอบประชาคมอาเซียน (ASTP) อย่างไรก็ตามแนวทางในการส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของแต่ละประเทศสมาชิกมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะทรัพยากร และความพร้อมของแต่ละประเทศในการพัฒนาและรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ประเทศสิงคโปร์ และมาเลเซียถือเป็นประเทศสมาชิกที่มีความโดดเด่นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งนี้วัดจากรายได้จากการท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยว และการจัดอันดับความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดย The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012 อยู่ในอันดับ 1 ใน 3 ของอาเซียนร่วมกับประเทศไทย โดยพบว่า

ประเทศสิงคโปร์แม้จะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่จำกัด แต่มีความพร้อมในเรื่องระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานสำหรับการท่องเที่ยว เทคโนโลยีในการสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวโดยอาศัยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงการมีกฎหมายและบทลงโทษที่เข้มงวดทำให้ประเทศสิงคโปร์เป็นประเทศที่ได้รับการยอมรับในเรื่องความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยว ด้วยความได้เปรียบดังกล่าวทำให้สิงคโปร์เป็นประเทศที่มีความเป็นเลิศในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของอาเซียน ในขณะที่ประเทศมาเลเซียซึ่งมีความพร้อมของระบบสาธารณูปโภคพื้นฐานทางการท่องเที่ยว



และทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย แต่มีข้อจำกัดในเรื่องการกระจายตัวของแหล่งท่องเที่ยว มาเลเซีย
จึงมีนโยบายในการส่งเสริมและจับกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้สูงอายุและผู้พำนักระยะยาว และตลาด
จัดประชุมสัมมนา และเมื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน
ประเด็นต่างๆ ของประเทศไทย สิงคโปร์ และมาเลเซียแล้วแสดงในรูปที่ 4.1

รูปที่ 4.1 ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ของสิงคโปร์ มาเลเซีย และประเทศไทยปี 2012



ที่มา: ปรับปรุงจาก The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012

เมื่อพิจารณานโยบายในการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยเพื่อ
รองรับการเปิดประชาคมอาเซียนนั้นพบว่า แผนกลยุทธ์ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้ง
จากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 –
2559 แผนยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559 และแผนปฏิบัติการของ
การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยปี 2556 เทียบกับแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) พบว่ายังมี
ช่องว่างของนโยบายคือ



1. กลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียนซึ่งมุ่งเน้นการสร้างแพ็คเกจการท่องเที่ยวใน 4 รูปแบบ คือ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ การท่องเที่ยวเชิงวิถีชุมชน และการท่องเที่ยวทางน้ำและการล่องเรือ แต่จากแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยยังไม่มีแนวทางในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยว การสร้างความร่วมมือในการจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศสมาชิกอื่นในอาเซียนอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้อาจจำเป็นต้องมีการปรับปรุงแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับปัจจุบัน โดยเพิ่มเติมในประเด็นการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อาเซียนที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ประเทศในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง

ทั้งนี้ประเทศไทยควรใช้จุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีศักยภาพและมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน เช่น การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ โดยส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือระหว่างโรงพยาบาลในสิงคโปร์ หรือมาเลเซีย ในการส่งต่อผู้ป่วยระหว่างกัน โดยไม่มีความแตกต่างในการรับบริการและรักษา หรือมีข้อจำกัดด้านการตรวจลงตรา เพื่อให้ผู้ป่วยและญาติสามารถใช้เวลาในช่วงพักฟื้นในหลายจุดหมายปลายทาง หรือการกำหนดช่วงเวลาการท่องเที่ยวแบบชอปปิงที่ใกล้เคียงกันระหว่างกัวลาลัมเปอร์ของมาเลเซีย สิงคโปร์ และประเทศไทย หรือการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ด้วยการสร้างความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีประวัติศาสตร์ร่วมกัน เช่น ไทย และลาว ซึ่งเป็นประเทศที่ต่างมีแนวนโยบายในการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมเช่นเดียวกัน เป็นต้น ทั้งนี้ต้องทำความเข้าใจกับการสร้างเรื่องราวให้กับเส้นทางการท่องเที่ยวดังกล่าวตามแนวทางของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นต้น

ในขณะที่นโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยส่วนใหญ่มุ่งเน้นที่การเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยว แต่ยังขาดความชัดเจนของเป้าหมายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวหรือการกำหนดทิศทางว่าต้องการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแบบใดหรือไม่ โดยความไม่ชัดเจนนี้จะส่งผลในการกำหนดนโยบาย และยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวในระดับต่อไป ดังนั้นจึงควรมีการระบุถึงทิศทางการส่งเสริมกลุ่มการท่องเที่ยวที่ชัดเจนตามศักยภาพของประเทศไทย เช่น การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ หรือการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม เป็นต้น เพื่อสร้างจุดเน้นและสร้างความเข้มแข็งให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างมีเป้าหมาย ทั้งนี้เพื่อป้องกันปัญหาด้านความเสื่อมโทรม หรือความสูญเสียเอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว

2. ความสอดคล้องของแนวนโยบาย การดำเนินนโยบาย และตัวชี้วัด โดยจากการศึกษาพบว่านโยบายบางประเด็นขาดตัวชี้วัดที่ชัดเจน ในขณะที่บางนโยบายมีการระบุตัวชี้วัดที่ชัดเจน หากแต่ตัวชี้วัดที่ระบุไว้ในหลายประเด็นไม่สามารถสะท้อน หรือขาดความชัดเจนในการบ่งชี้ความสำเร็จของนโยบายที่



แท้จริงได้ เช่นนโยบายที่เกี่ยวข้องกับความสมดุลและยั่งยืน แต่ให้น้ำหนักการชีวิตจากมูลค่าทางเศรษฐกิจ เป็นส่วนใหญ่ เป็นต้น ทั้งนี้การขาดตัวชีวิต หรือการมีตัวชีวิตที่ไม่สะท้อนความสำเร็จของนโยบายจะทำให้ ทิศทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวมีความคลาดเคลื่อนไม่สอดคล้องหรือตรงตามเป้าหมายที่แท้จริงของ นโยบาย

3. การกำหนดมาตรฐานและความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว ซึ่งแม้ว่าประเทศไทยจะมีโครงการ จัดทำมาตรฐานที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยวอยู่บ้าง อย่างไรก็ตามมาตรฐานต่างๆ ขาดความชัดเจนและ ความเข้มงวดของการปฏิบัติและบทลงโทษ ทำให้แหล่งท่องเที่ยวบางแห่งยังมีปัญหาในเรื่องความสะอาด ความยั่งยืน หรือแม้กระทั่งเรื่องความปลอดภัย ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ทราบถึงปัญหาที่ผ่าน มาจึงได้มีการจัดทำโครงการพัฒนามาตรฐานต่างๆ ทางการท่องเที่ยว รวมถึงการให้ความสำคัญกับการ ท่องเที่ยวปลอดภัย การรับมือกับความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติซึ่งได้กล่าวไว้ในยุทธศาสตร์กระทรวงการ ท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559 แต่การดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าความก้าวหน้าของโครงการยังมีไม่ มากนัก โดยเฉพาะประเด็นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ที่พบว่านักท่องเที่ยวหลายรายต้องเผชิญกับ ความเสี่ยงต่อชีวิต และทรัพย์สินในหลายเหตุการณ์ และการสะท้อนกลับจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยว เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งนี้ การประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมามีพลังในการจูงใจ หรือเปลี่ยนความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ หรือ การขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังให้ตรงตามภาพลักษณ์ที่หน่วยงานทางการท่องเที่ยวทำการ ประชาสัมพันธ์ และตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็เป็นเรื่องสำคัญในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวซึ่ง เคยเดินทางมาท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และเกิดการบอกต่อ ดังนั้นนอกจากการประชาสัมพันธ์แหล่ง ท่องเที่ยวแล้ว การพัฒนา ปรับปรุง และรักษาภาพลักษณ์อันดีของสถานที่ท่องเที่ยวก็ควรถูกบรรจุไว้ใน แผนการดำเนินงานของภาครัฐอย่างจริงจังอีกด้วย

นอกจากนี้จะต้องพิจารณาแนวทางในการดำเนินนโยบายการท่องเที่ยวเมื่อเข้าสู่ประชาคม อาเซียนของประเทศไทย ในประเด็นด้านรูปแบบการลงทุน การปฏิบัติ แนวทางการบริหาร ตรวจสอบ การลงทุนที่ชัดเจนของผู้ประกอบการอาเซียน การควบคุมการดำเนินงานที่ขัดต่อความยั่งยืนของ ทรัพยากร เป็นต้น

4. ประเด็นด้านแรงงานและมาตรฐานแรงงาน ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน ปัจจุบันประสบปัญหารุนแรง คือ ปัญหาด้านแรงงานไม่เพียงพอทั้งในด้านจำนวน และทักษะในวิชาชีพ ทั้งนี้เมื่อเปิดประชาคมอาเซียนก็มีแนวโน้มว่าจะมีความรุนแรงของปัญหาด้านแรงงานมากยิ่งขึ้น ดังนั้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องกล่าวถึงแผนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรการท่องเที่ยว และกำหนดให้เป็น นโยบายเชิงกลยุทธ์ เนื่องจากข้อกำหนดเกี่ยวกับ MRA ในสาขาการท่องเที่ยว และค่าใช้จ่ายในการบริหาร จัดการในประเด็นด้านบุคลากรอาจต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก ดังนั้นอาจจำเป็นต้องมีการพิจารณา



อย่างรอบคอบ โดยการส่งเสริมนโยบายด้านแรงงานของภาครัฐอาจมีการร่วมมือกันกับกระทรวงศึกษาธิการ ในการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองต่อตลาดแรงงาน เพื่อให้แรงงานที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมมีทักษะที่ตรงตาม สายงานและความต้องการของผู้ประกอบการ ขณะเดียวกันผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงานซึ่งได้มีโอกาสเรียนรู้ และปฏิบัติงานในสายงานมาก่อนในขณะกำลังศึกษามีความมั่นใจต่อการทำงานในสายงานต่อไปในอนาคต ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาการเข้าและออกจากสายงาน (turnover) ที่มีสูงในปัจจุบันได้ในระดับหนึ่ง ในขณะที่ สถาบันการศึกษาที่มีหลักสูตรที่เกี่ยวข้องอาจปรับเปลี่ยนช่วงเวลาในการฝึกงานของนักศึกษาให้ตรงกับ ฤดูกาลท่องเที่ยวของแต่ละพื้นที่ ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาการขาดแคลนแรงงานและไม่เพิ่มภาระค่าใช้จ่ายให้กับ ผู้ประกอบการขนาดกลางหรือขนาดเล็กด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการพัฒนาแรงงานที่เพียงพอ และมีศักยภาพในการตอบสนองต่อการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในอนาคต

ทั้งนี้รัฐบาลควรมีนโยบายที่ตรงต่อความต้องการของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรม โดยเฉพาะการพัฒนาหรือกำหนดหลักสูตรการฝึกอบรมจากส่วนกลางให้กับผู้ประกอบการหรือแรงงาน ในอุตสาหกรรม และควรเผยแพร่ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเปิดประชาคมอาเซียน ผลของการเปิด ประชาคมอาเซียนที่มีต่อโครงสร้างอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการ และแรงงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ให้กับผู้ประกอบการโดยเฉพาะผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยอาจต้องดำเนินการ ในเชิงรุก ด้วยการเข้าหาผู้ประกอบการในสถานประกอบการ เนื่องจากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมซึ่งเป็นผู้ประกอบการส่วนใหญ่ในอุตสาหกรรมอาจให้ความสำคัญกับการดำเนินกิจการ ทำให้ไม่มีเวลาในการเข้าร่วมอบรมตามหลักสูตรที่ภาครัฐจัดให้จากส่วนกลาง รวมถึงการเลือกใช้การสื่อสาร วิธีการ หรือการใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายในการส่งต่อและถ่ายทอดความรู้ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถหา แนวทางในการเตรียมความพร้อมและรับมือจากผลของการเปิดประชาคมอาเซียนได้อย่างเท่าทัน

นอกจากนี้การศึกษาโครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย และสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015) ยังได้ตั้งข้อสังเกตใน ประเด็นท้าทายอื่นๆ จากการเปิดประชาคมอาเซียนที่อาจส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไว้ด้วยดังนี้

ประเด็นด้านความมั่นคง ทั้งนี้เมื่อมีการเปิดเสรีการท่องเที่ยว และการเปิดเสรีแรงงาน ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การจัดทำ ASEAN Visa เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว การอำนวยความสะดวกให้กับนักลงทุนอาเซียนได้เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ย่อมหมายถึงการไหลเข้า- ออกของคนจำนวนมาก ดังนั้นหากประเทศไทยขาดการเตรียมการหรือแนวทางในการคัดกรองนักท่องเที่ยว แรงงาน และนักลงทุนจากต่างชาติ อาจก่อให้เกิดปัญหาด้านความมั่นคงของประเทศ ซึ่งไม่ใช่เพียงแต่ การแฝงตัวของผู้ก่อการร้าย แต่ยังหมายถึงความมั่นคงในด้านอื่นอันได้แก่ ความมั่นคงด้านสุขภาวะ จากความเสี่ยงของการแพร่กระจายของโรคอุบัติใหม่อุบัติซ้ำ ความมั่นคงในเรื่องการเคลื่อนย้ายของ ประชากร เป็นต้น



ประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม การเปิดเสรีด้านการท่องเที่ยวที่ขาดมาตรการรองรับการขยายตัวอย่างกว้างขวางของหน่วยธุรกิจและจำนวนนักท่องเที่ยว อาจนำมาซึ่งประเด็นเรื่องความเสื่อมโทรมของสิ่งแวดล้อม จากการรองรับนักท่องเที่ยว และการขยายตัวของธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เพิ่มปริมาณมากขึ้น นอกจากนี้อาจมีความเสี่ยงจากการรุกล้ำพื้นที่ธรรมชาติ หรือการใช้ทรัพยากรทางการท่องเที่ยวอย่างสิ้นเปลืองเพื่อผลตอบแทนทางด้านเศรษฐกิจ

ประเด็นด้านอัตลักษณ์ การเปิดโอกาสให้นักลงทุนอาเซียนสามารถถือหุ้นและเข้ามาลงทุนในธุรกิจบริการได้มากขึ้น ก่อปรกับประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวและเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุนอาเซียนที่ต้องการเข้ามาลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยว ดังนั้นในประเด็นดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อ การนำเสนอความเป็นไทยเป็นจุดขายหรือการประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับหน่วยธุรกิจของนักลงทุนอาเซียนที่เข้ามาลงทุนในประเทศไทย ที่อาจไม่เข้าใจถึงวัฒนธรรมและความเป็นไทยอย่างถ่องแท้ จากความละเอียดอ่อนของวัฒนธรรมไทย ทำให้สื่อสารอัตลักษณ์ของประเทศไทยกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ อย่างผิดเพี้ยน ย่อมส่งผลกระทบต่อความผันแปรของอัตลักษณ์ของชาติ จนท้ายที่สุดประเทศไทยอาจไม่สามารถรักษาไว้ซึ่งอัตลักษณ์ดั้งเดิมที่มีคุณค่าของประเทศไว้ได้

ทั้งนี้ผลกระทบในประเด็นต่างๆ ดังกล่าวไปแล้วข้างต้นนั้นอาจจะเกิดขึ้น หรือไม่เกิดขึ้น หรืออาจมีความรุนแรงมากหรือน้อย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับการให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนว่ามีมากน้อยเพียงใด รวมถึงการมองอย่างรอบด้านจากการเปิดประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และการให้ความสำคัญกับนโยบายทั้งในเชิงรุกและรับ การกำหนดแนวทางและมาตรการในการป้องกันอย่างรัดกุมและรอบด้าน ทั้งนี้ต้องไม่ขัดต่อแนวทางและหลักการของประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

4.2 ผลการศึกษาโครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ของประเทศไทย

จากการศึกษาโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย (ศรีสมรัก อินทจันทร์ยง และคณะ, 2013) พบว่ามีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียรายหลัก ได้แก่

1. กลุ่มโรงแรมและที่พัก ซึ่งมีความหลากหลายในเรื่องของขนาด และ กลุ่มเป้าหมาย เช่น เน้นรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว เน้นรองรับนักท่องเที่ยวประเภท Backpack เป็นต้น ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันก็จะส่งผลให้การบริหารจัดการโซ่อุปทานนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันไป และมีความต้องการพึงพาผู้ประกอบการรายอื่นมากหรือน้อยแตกต่างกันไป



2. ตัวแทนการท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่มีความหลากหลายในเรื่องของสินค้าและบริการที่ตัวแทนการท่องเที่ยวเตรียมให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการบางรายให้บริการแบบครบวงจร คือ สามารถที่จะจัดหาที่พัก ตัวเครื่องบิน ตั๋วรถโดยสาร หรือ บริการรถรับส่ง พร้อมกิจกรรมการท่องเที่ยว และอาหารตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ผู้ประกอบการบางรายอาจเน้นเฉพาะบริการใดบริการหนึ่งที่ตนถนัดเท่านั้น เช่น บริการจองที่พัก บริการจองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น

3. ธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม ซึ่งมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้ประกอบการตัวแทนการท่องเที่ยวค่อนข้างมากในการเป็นตัวกลางแนะนำ และจัดหานักท่องเที่ยวให้มาเป็นลูกค้าของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โชว์ต่างๆ พิธีภัณฑ์ กิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะผาดโผน และหากกิจกรรมเป็นลักษณะของการจองตั๋วล่วงหน้าเช่น โชว์หรือละครต่างๆ ซึ่งมีที่นั่งมากเท่าไรก็มักจะต้องอาศัยตัวแทนการท่องเที่ยวมากขึ้นเท่านั้น ในการจัดหานักท่องเที่ยวมาลงเป็นกลุ่ม

4. ธุรกิจการเดินทาง ซึ่งมีความหลากหลายค่อนข้างมากคือมีทั้งการเดินทางทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งลักษณะของการบริหารจัดการอาจคล้ายกันแต่มีรายละเอียดที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก เช่น สายการบินจะต้องมีการจัดการเรื่องที่นั่ง และจำเป็นจะต้องบริหารให้เกิดการจองที่มากที่สุดต่อ 1 เที่ยวบิน สำหรับธุรกิจการเดินทางเรือก็แตกต่างกัน คือมีบริการการเดินทางโดยเรือหลายรูปแบบ เช่น เรือโดยสารท่องเที่ยวแบบค้างคืน เรือโดยสารข้ามเกาะ เป็นต้น ดังนั้นรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการจัดเก็บก็จะแตกต่างกันไป

5. หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีหน้าที่หลักในการทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยไปยังตลาดในทวีปและประเทศต่างๆ ดังนั้นสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือกลางที่มีงบประมาณจำกัดในการออกไปประชาสัมพันธ์ตัวเองในประเทศต่างๆ มักจะอาศัยการออกประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Roadshow ร่วมไปกับททท. ด้วย

6. ธุรกิจและบริการด้านอาหาร ที่จำเป็นต้องพึ่งพาตัวเองค่อนข้างสูง การสร้างความสัมพันธ์กับโรงแรมเพื่อให้โรงแรมส่งต่อลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการร้านอาหารนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่ก็มีร้านอาหารเป็นของตนเอง ส่วนการสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนการท่องเที่ยวเพื่อให้มีการพาลูกค้าที่เป็นกลุ่มมาทานอาหารนั้นจะทำได้ก็ต่อเมื่อร้านอาหารนั้นเป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ มีความสามารถที่จะรับลูกค้าจำนวนมากๆ พร้อมกัน และสามารถที่จะรักษามาตรฐาน และรสชาติ ดังนั้นจึงมีร้านอาหารจำนวนไม่มากนักที่สามารถที่จะรองรับในส่วนนี้ได้ ดังนั้นธุรกิจและบริการด้านอาหารจึงเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียและความสัมพันธ์น้อยที่สุดกับผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรม



ทั้งนี้จากผลการศึกษาปัญหาในการจัดการโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานอุตสาหกรรม
การท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการประสบปัญหาใน 3 ประเด็นหลักคือ

1. ปัญหาจากลักษณะการทำงานในบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

a. ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการกับอุปสงค์ (Demand) ที่มีลักษณะเพิ่มและลดแตกต่างกัน
อย่างมากและบางครั้งเปลี่ยนแปลงได้ด้วยปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้เช่น ภัยทางธรรมชาติ ปัญหา
การเมือง เป็นต้น

b. ปัญหาในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและ
สามารถแข่งขันได้เช่น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยวหรือ
การพัฒนาสินค้าประจำท้องถิ่นให้โดดเด่น (เช่น โสมของประเทศเกาหลี หรือ บัวหิมะของประเทศจีน
 เป็นต้น)

c. ปัญหาในการสร้างแบรนด์ให้แข็งแรงและเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ถือเป็นเรื่องยาก
โดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลางที่มีทรัพยากรและงบประมาณน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม
การพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักจะส่งผลเป็นอย่างมากต่อความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว
ได้เป็นอย่างมาก

2. ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร และความรู้

a. ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการและแบ่งปันข้อมูล ซึ่งผู้ประกอบการหนึ่งรายจะต้องจัดเก็บ
ประมวลผล และแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นจำนวนมากกับผู้ประกอบการรายอื่น หรือหน่วยงานอื่น ดังนั้นความถี่
และปริมาณของข้อมูลจึงเป็นเรื่องสำคัญ

b. ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูล เมื่อเกิดการประมวลผล
ข้อมูลจำนวนมากทำให้เกิดความล่าช้า และทำให้สารสนเทศที่ได้นั้นไม่เป็นปัจจุบัน รวมถึงข้อมูลหลายๆ
อย่างบนเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เป็นปัจจุบัน

c. การขาดการเข้าถึงข่าวสารและความรู้ใหม่ๆ ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการพลาดโอกาส
หรือไม่สามารถเตรียมตัวรับมือได้ เช่น กรณีของ AEC ซึ่งผู้ประกอบการพอคาดเดาได้น่าจะเกิดผลดีในแง่
ของการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น แต่ผู้ประกอบการก็ไม่ทราบว่าควรจะต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง หรือจะมี
ผลกระทบเชิงลบในแง่ไหนบ้างหากไม่สามารถพัฒนาธุรกิจของตนได้ทัน ดังนั้นหน่วยงานของรัฐน่าจะมีการ
จัดอบรมให้ข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมตัวรับมือกับ AEC ได้ดีขึ้น

3. ปัญหาอันเนื่องมาจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

a. การพัฒนาเว็บไซต์ง่ายขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจตัวแทนการ
ท่องเที่ยวประสบปัญหา เช่น มีผู้อ้างตัวเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวจำนวนมาก และนำโปรแกรมท่องเที่ยวมา
จำหน่ายบนอินเทอร์เน็ต โดยที่อาจจะไม่ใช่ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง

b. เกิดการตัดราคาและลดความสำคัญของธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว เมื่อธุรกิจโรงแรม
ธุรกิจกิจกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจการเดินทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบินพัฒนาเว็บไซต์เป็นของ



ตนเองและเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง และตั้งราคาบนเว็บไซต์ของตนให้ถูกกว่าราคาที่ให้กับตัวแทนการท่องเที่ยว

c. การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ในเชิงบวก Online review บนสังคมออนไลน์ เช่น TripAdvisor เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเปิดให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกได้รู้จักกับผู้ประกอบการแต่ละรายมากขึ้น ผู้ประกอบการก็อยากที่จะติดอันดับดีและได้รับการพูดถึงในแง่ดี ซึ่งจะมีผลมากต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในเชิงลบ ช่องทางเดียวกันนี้อาจเป็นช่องทางที่คู่แข่งเข้ามาโจมตีหรือพูดถึงในแง่ไม่ดีได้

d. เทคโนโลยีสารสนเทศชนิดใหม่ๆ พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว และหลายๆ ชนิดสามารถนำมาใช้ช่วยให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ อย่างไรก็ตาม การที่เทคโนโลยีถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายเล็กไม่สามารถที่จะติดตามและพัฒนาความรู้ได้ทัน

โดยในประเด็นด้านการแลกเปลี่ยนข้อมูลในการบริหารโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย พบว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการพึ่งพิงกันสูงไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของการส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กันหรือการร่วมมือกันเพื่อสร้างบริการที่ครบวงจร ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของสินค้าประเภทการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าที่มีองค์ประกอบจากบริการหลายอย่างทั้งบริการการเดินทาง บริการที่พัก บริการร้านอาหาร ดังนั้นการพึ่งพิงกันในลักษณะดังกล่าวจะคงอยู่ไปในลักษณะนี้โดยยากที่จะเปลี่ยนแปลง

ทั้งนี้ลักษณะความสัมพันธ์เช่นนี้ก่อให้เกิดความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเป็นจำนวนมาก แต่การใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยนั้นทำได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ยังติดปัญหาที่มาจากลักษณะการทำงานปกติคือ การเดินทางไปพบลูกค้าในที่ต่างๆ ของพนักงานขาย และความต้องการทราบข้อมูลที่รวดเร็วของนักท่องเที่ยว ทำให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเช่น อีเมล นั้นเกิดความล่าช้า บางครั้งนักท่องเที่ยว หรือตัวแทนการท่องเที่ยวต้องการทราบคำตอบ ณ ขณะนั้นว่ามีห้องพักว่างหรือไม่ หรือมีที่นั่งว่างพอสำหรับการแสดงรอบนั้นหรือไม่ การใช้โทรศัพท์จะทำให้ได้รับคำตอบในทันทีเร็วกว่าการใช้อีเมล

นอกจากนี้ผู้ประกอบการประเภทโรงแรม กิจกรรมการท่องเที่ยว และร้านอาหารยังเผชิญกับปัญหาความไม่คุ้มค่าของการพัฒนาระบบการจองห้องพัก หรือ กิจกรรม หรือ โตะอาหารผ่านระบบการจองออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดเล็กหรือกลางที่ไม่ได้มีสาขา การทำระบบสารสนเทศในลักษณะเดียวกับระบบการจองอัตโนมัติ (Computerized Reservation System) ของสายการบินเพื่อเปิดให้ตัวแทนการท่องเที่ยวแต่ละแห่งเข้ามาใช้ตรวจสอบห้องพักว่าง หรือที่นั่งว่างนั้นไม่คุ้มค่า



ดังนั้นในส่วนของการแลกเปลี่ยนข้อมูลห้องพักว่างระหว่างผู้ประกอบการโรงแรมกับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวนั้นเกิดขึ้นในรูปแบบที่สลับซับซ้อนกับกรณีของสายการบินกับตัวแทนการท่องเที่ยว คือในกรณีของโรงแรมและตัวแทนการท่องเที่ยว จะมีตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์รายใหญ่หลายๆ รายที่มีการพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ที่เปิดให้ทางโรงแรมสามารถที่จะใส่ข้อมูลห้องพัก จำนวนห้องพักที่ต้องการขายในแต่ละวัน และราคาห้องพักได้เองและสามารถทำการปรับเปลี่ยนได้ตลอด ซึ่งสร้างความยืดหยุ่นให้กับทางโรงแรมโดยที่โรงแรมสามารถที่จะจัดการให้เกิดการจองห้องพักให้มากที่สุดและได้ราคาดีที่สุด (เนื่องจากโรงแรมสามารถเปลี่ยนราคาได้วันต่อวัน) สำหรับตัวแทนการท่องเที่ยวขนาดเล็กถึงกลางที่ไม่สามารถพัฒนาระบบลักษณะดังกล่าวได้ อีเมลล์และโทรศัพท์ถือเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและไม่ได้ทำให้ประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยนข้อมูลลดลง ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดที่กล่าวข้างต้นคือ ตัวแทนการท่องเที่ยวมักจะต้องการคำตอบอย่างรวดเร็ว ในขณะที่โรงแรมก็ต้องการความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการห้องพัก ดังนั้นโรงแรมจึงต้องการที่จะให้คำตอบในลักษณะรายวัน หรือ ณ ขณะใดๆ มากกว่าที่จะให้ข้อมูลล่วงหน้าผ่านระบบสารสนเทศไว้นานๆ

หรือกล่าวได้ว่าผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยนั้นมีความคิดเห็นว่าการบริหารจัดการความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มนั้นไม่ได้เป็นปัญหาที่ร้ายแรง จะพบก็เพียงแต่ปัญหาเล็กๆ เช่น ความถี่ในการขอข้อมูลที่ถี่เกินไป อย่างไรก็ตามปัญหาที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับการพัฒนา ดูแล และทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการทุกกลุ่มรวมถึงหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกล่าวถึง

ทั้งนี้จากการศึกษาพบว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวนั้นควรเริ่มต้นตั้งแต่ตัวแทนการท่องเที่ยว และหน่วยงานดูแลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ ซึ่งถือเป็นจุดแรก (Touch point) ที่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่กำลังจะวางแผนท่องเที่ยว มักจะติดต่อหรือสืบค้นข้อมูลเป็นแหล่งแรก ดังนั้นการสร้างประทับใจตั้งแต่จุดแรกนี้ถือเป็นสิ่งสำคัญที่ตัวแทนการท่องเที่ยวและหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรเพิ่มความระมัดระวังให้มากขึ้น หากการสืบค้นข้อมูลในเบื้องต้น หรือการติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลกับตัวแทนการท่องเที่ยวหรือกับหน่วยงานดูแลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และได้รับทราบข้อมูลที่เป็นเชิงบวกก็จะส่งผลดีอย่างมากต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวและการเลือกซื้อสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

โดยการจัดการโซ่อุปทานเพื่อให้เกิดข้อได้เปรียบในการแข่งขันนี้สามารถส่งเสริมในกิจกรรมที่เป็น win-win advantage ระหว่างผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน เช่น การประสานงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างโรงแรมและผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยวกับตัวแทนการท่องเที่ยวซึ่งหากสามารถที่จะหาแนวทางที่ช่วยในการปรับปรุงข้อมูลบางอย่าง เช่น ข้อมูลห้องพัก/ที่นั่งว่าง ราคา ให้เป็นอัตโนมัติมากขึ้นได้



นั่นก็จะช่วยให้การขายของตัวแทนการท่องเที่ยวนั้นเป็นไปได้รวดเร็วมากขึ้นซึ่งก็จะส่งผลดีต่อทุกฝ่าย หรือตัวแทนการท่องเที่ยวหรือหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นตัวกลางหรือเป็นผู้นำในการวางแผนการตลาดและจัดกิจกรรมร่วมกัน (Market Collaborate Strategic Plan) เช่น กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกฤดูท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะที่เป็นผู้ประกอบการรายเล็กที่ไม่มีทรัพยากรเพียงพอที่จะทำการตลาดเชิงรุกเองได้จะได้ประโยชน์จากกิจกรรมในลักษณะนี้มาก โดยอาจร่วมทำการประชาสัมพันธ์และการขายในลักษณะที่เป็นโปรแกรมร่วมไปพร้อมกับผู้ประกอบการรายอื่น ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง และ กิจกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับในส่วนของการแลกเปลี่ยนข้อมูล จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นต้องพึ่งพิงกับความถูกต้องและความเป็นปัจจุบันข้อมูลอยู่มาก เนื่องจาก นักท่องเที่ยวจะเห็นและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการจากการอ่านข้อมูลที่ปรากฏอยู่ตามหนังสือและเว็บไซต์เท่านั้น ดังนั้นระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศจึงจะเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการจัดการข้อมูลในอุตสาหกรรมนี้ หน่วยงานที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ และมีความต้องการข้อมูลจากผู้ประกอบการอื่นๆ มากที่สุดได้แก่ตัวแทนการท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับตัวแทนการท่องเที่ยวนั้นควรจะมุ่งเน้นไปที่การอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กร การพัฒนานโยบายในการรักษาสีทธิในการเข้าถึงข้อมูล ความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลนำเข้ากระบบสารสนเทศของตัวแทนการท่องเที่ยว รวมไปถึงควรจะรองรับการปรับปรุงข้อมูลที่จะเกิดขึ้นบ่อยให้มีความสะดวกและเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากผู้ให้ข้อมูล เช่น โรงแรม และ ธุรกิจการเดินทาง อาจมีความต้องการที่จะปรับเปลี่ยนราคาไปตามปริมาณความต้องการ เพื่อที่จะสร้างกำไรสูงสุด นอกจากนี้การจัดเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนทั้งในฝั่งของผู้ประกอบการที่เป็นซัพพลายเออร์และในฝั่งของลูกค้าจะช่วยเสริมให้เกิดประโยชน์อย่างมากในการวางแผนการตลาดร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการรายต่างๆ อีกด้วย

นอกจากนี้การศึกษายังพบกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Non value added) ในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั่นคือการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติโดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักในแต่ละช่วงเวลา นั้นเป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการต่างๆ มองว่าเป็นการเพิ่มงานและผู้ประกอบการบางรายก็ไม่ได้ให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง เนื่องจากเกรงปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งหรือไม่ได้อยากจะเปิดเผยข้อมูลทั้งหมด ซึ่งทำให้กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากมุมมองของผู้ประกอบการ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรวางแนวทางที่จะพัฒนาและปรับปรุงการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยมุ่งเน้นให้เกิดกระบวนการที่ง่าย สะดวกและมีประสิทธิภาพ และให้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์และทันต่อเวลากับผู้ประกอบการต่างๆ ให้มากที่สุด



อย่างไรก็ตามการจัดการโซ่อุปทานให้เป็นเอกภาพจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน และจำกัดส่วนเกินออกจากโซ่อุปทานตลอดสาย ทำให้โซ่อุปทานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น ด้วยต้นทุนที่ลดลง ส่งผลดีต่อแต่ละหน่วยธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการประยุกต์ใช้การจัดการโซ่อุปทานในหลายองค์กรหรือหลายอุตสาหกรรมล้วนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ผลจากการศึกษาในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า แนวทางการบริหารจัดการโซ่อุปทานแบบเส้นตรงจากซัพพลายเออร์ไปจนถึงผู้จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าจนถึงมือลูกค้านั้นอาจไม่เพียงพอหรือไม่เหมาะสมสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งมีคุณลักษณะที่แตกต่างออกไป คือมีความพึ่งพิงอยู่กับการจัดการข้อมูลเป็นอย่างมาก และผู้ประกอบการรายต่างๆ มีความสัมพันธ์กันเป็นเครือข่ายที่ค่อนข้างซับซ้อนและมีตัวแทนการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นตัวประสานหรือเป็นจุดศูนย์กลางของอุตสาหกรรม (ถึงแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการขนาดใหญ่บางรายพยายามที่จะใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและตัดตัวแทนการท่องเที่ยวออกไป แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการขนาดกลางถึงเล็กอีกเป็นจำนวนมากที่ยังต้องอาศัยตัวแทนการท่องเที่ยวอยู่)

ดังนั้นตัวแบบข้อมูลที่จะใช้สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น จึงควรจะพิจารณาให้ครบทุกด้านความสัมพันธ์ คือพิจารณาถึงผู้ประกอบการรายต่างๆ ที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยมิใช่พิจารณาแต่ในบริบทของผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งเป็นที่ตั้ง ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้นำเสนอตัวแบบข้อมูลที่ครบถ้วนในทุกมิติความสัมพันธ์ คือ ผู้ประกอบการรายหนึ่ง อาจใช้ชุดข้อมูลหลายชุดขึ้นอยู่กับคู่ค้าหรือผู้ที่กำลังแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยในบริบทหนึ่งๆ

4.3 ผลการศึกษาโครงการศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย

การศึกษาโครงการศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (นครินทร์ สัทธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013) ได้สรุปผลการศึกษาใน 2 ประเด็น คือ

1. ปัญหาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะ

ในการศึกษาปัญหาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะได้ทำการศึกษาการเดินทางใน 4 รูปแบบ คือ การเดินทางทางอากาศ การเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง การเดินทางด้วยรถไฟ และการเดินทางทางน้ำ ในแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ พัทยา (ชลบุรี) และสมุย (สุราษฎร์ธานี) โดยจากการศึกษาพบว่า

1.1 การเดินทางทางอากาศ เป็นรูปแบบการเดินทางที่มีการจัดการด้านคุณภาพการให้บริการสูง มีมาตรฐานสากลรองรับ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวก และความปลอดภัยอย่างครบถ้วน



หากแต่การเชื่อมต่อระหว่างการขนส่งรูปแบบอื่นยังไม่ครอบคลุม โดยเฉพาะท่าอากาศยานที่ตั้งอยู่ในต่างจังหวัด ซึ่งจะมีการรับส่งนักท่องเที่ยวจากสนามบินด้วยแบบรถเช่า แท็กซี่ หรือลิμουซีนของโรงแรมที่พักเป็นส่วนใหญ่ ขาดการเชื่อมต่อด้วยการขนส่งสาธารณะอื่นเพื่อเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว จุดสำคัญของเมืองหรือที่พัก ดังนั้นควรดำเนินการปรับปรุงด้านการเชื่อมต่อการเดินทางกับการเดินทางรูปแบบอื่น เช่น การจัดบริการเดินระยะสั้น (Shuttle Bus) ระหว่างท่าอากาศยานกับจุดสำคัญของเมือง

1.2 การเดินทางด้วยรถโดยสารประจำทาง จากการสำรวจพบว่าปัญหาของการเดินทางด้วยรถประจำทางเกิดขึ้น 2 จุดคือ 1) การบริการที่สถานีขนส่งผู้โดยสาร ซึ่งส่วนใหญ่พบปัญหาจากความไม่ชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์ที่ติดตั้งภายในสถานี ที่ไม่สามารถนำทางผู้โดยสารไปยังช่องจำหน่ายบัตรโดยสาร หรือขึ้นขาลาได้ ความไม่เพียงพอของเก้าอี้ในการนั่งรอในช่วงเวลาที่มีปริมาณการเดินทางหนาแน่น และข้อจำกัดด้านภาษาของพนักงานจำหน่ายบัตรโดยสาร และผู้ให้บริการภายในสถานีในการแจ้งตารางการเดินทาง ระยะทาง ระยะเวลาในการเดินทาง และ 2) การบริการของรถโดยสารประจำทาง ซึ่งพบว่าโดยส่วนใหญ่มีคุณภาพการให้บริการที่มีคุณภาพ ทั้งด้านความสะอาดของรถโดยสาร การติดตั้งอุปกรณ์อำนวยความสะดวกประจำบนรถโดยสาร แต่ยังมีผู้ประกอบการบางรายยังขาดการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยขณะโดยสารรถประจำทาง

1.3 การเดินทางด้วยรถไฟ ทั้งนี้พบว่าปัญหาส่วนใหญ่คือ ปัญหาเกี่ยวกับตารางการเดินทางป้ายและสัญลักษณ์ไม่ชัดเจนจากตำแหน่งการติดและการให้ข้อมูลเฉพาะภาษาไทย ความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ที่นั่งพักรอ ห้องน้ำ เป็นต้น ความสะอาดของห้องน้ำ และการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัยขณะโดยสารรถไฟ

1.4 การเดินทางทางน้ำ ซึ่งปัญหาที่พบมีความคล้ายคลึงกับการเดินทางรูปแบบอื่นคือ ปัญหาเรื่องความชัดเจนของป้ายและสัญลักษณ์ที่ยังมีเฉพาะภาษาไทย โดยเฉพาะป้ายประกาศ และป้ายเกี่ยวกับข้อมูลด้านความปลอดภัย ปัญหาความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่นการจัดที่นั่งรอเรือ ห้องน้ำ เป็นต้น

2. ความพึงพอใจของระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การวัดความพึงพอใจในระบบขนส่งสาธารณะของนักท่องเที่ยวต่างชาตินี้ พิจารณาจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับจริง ดังนั้น การที่นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกพึงพอใจรถไฟมากกว่าเครื่องบิน ไม่ได้หมายความว่า การบริการของเครื่องบินมีมาตรฐานการบริการต่ำกว่ามาตรฐานการบริการของรถไฟ แต่หมายความว่า นักท่องเที่ยวได้รับบริการจากรถไฟใกล้เคียงกับที่คาดหวังว่าจะได้รับ แต่นักท่องเที่ยวอาจคาดหวังที่จะได้รับบริการจากเครื่องบินไว้ในระดับสูง ทำให้เกิดความแตกต่างระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่คาดหวัง นักท่องเที่ยวจึงรู้สึกจากรถไฟให้ความพึงพอใจสูงกว่าเครื่องบิน ทั้งนี้จากการศึกษาได้สรุปผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของระบบขนส่งสาธารณะของนักท่องเที่ยวต่างชาติตามรูปแบบการขนส่งเป็น 5 รูปแบบดังนี้



2.1 การเดินทางด้วยรถไฟ จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการของรถไฟในภาพรวมเป็นอันดับที่ 1 โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุดได้แก่ ราคาค่าโดยสารความปลอดภัย ตัวสถานี และการประชาสัมพันธ์ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำสุด (หรือมีคุณภาพต่ำสุด) ได้แก่ ด้วยานพาหนะ ความเชื่อถือได้ของการบริการ และตารางเวลาการให้บริการ ทั้งนี้พบว่าการเดินทางด้วยรถไฟมี SWOT ดังแสดงในรูปที่ 4.2

รูปที่ 4.2 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยรถไฟสาธารณะ

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
-สามารถกำหนดเวลาในการเดินทางได้ -เป็นระบบขนส่งที่มีต้นทุนต่ำ ก่อให้เกิดมลพิษน้อย จึงถูกส่งเสริมโดยนโยบายของรัฐ -เป็นระบบขนส่งที่ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการ -ค่าโดยสารต่ำ เพราะรัฐอุดหนุน เนื่องจากเป็นระบบขนส่งที่ประชาชนที่มีรายได้ต่ำนิยมใช้ -มีบุคลากรที่มีประสบการณ์จำนวนมาก -มีความปลอดภัยสูง -เป็นระบบขนส่งที่ดำเนินการโดยรัฐ การขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐจึงทำได้สะดวก	-ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก การขยายตัวจึงเป็นไปได้ช้า -ความสะดวกน้อยกว่ารถโดยสาร เพราะไม่สามารถให้บริการแบบ Door-to-Door ได้ จำเป็นต้องใช้ระบบขนส่งอื่นในการเดินทางและขนส่ง -มีการบริหารจัดการค่อนข้างอนุรักษ์นิยม การเปลี่ยนแปลงเพื่อการพัฒนาเป็นไปได้ยากกว่าระบบขนส่งอื่น -มีความเร็วต่ำกว่ารถโดยสาร -องค์กรมีขนาดใหญ่ การบริหารจัดการให้มีคุณภาพทำได้ลำบาก
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
-เป็นระบบขนส่งที่ใช้เป็นตัวนำการพัฒนาระหว่างประเทศ -เป็นระบบขนส่งที่องค์กรทั้งในและระหว่างประเทศสนับสนุน เพราะมีมลพิษต่ำ ประหยัดพลังงานเมื่อเทียบกับปริมาณผู้โดยสารและสินค้าที่สามารถขนส่งได้ -ไม่มีคู่แข่ง เพราะต้องลงทุนสูงมาก -ราคาน้ำมันเพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว รถไฟจึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น	-ต้องใช้เงินลงทุนจำนวนมาก การลงทุนเพื่อเพิ่มโครงข่ายจึงมักถูกจับตาจากสังคม -ไม่สามารถใช้เส้นทางร่วมกับระบบขนส่งอื่นได้ การเพิ่มความสมบูรณ์ของโครงข่ายต้องลงทุนเพิ่มเพียงอย่างเดียว -จำเป็นต้องบริหารโดยรัฐ (ถึงแม้มีการร่วมทุน แต่ผู้ดำเนินการหลักคือรัฐ) ทำให้การพัฒนาไม่มีความคล่องตัว

ที่มา : นครินทร์ สัตถธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013

2.2 การเดินทางด้วยเครื่องบิน เป็นรูปแบบการเดินทางที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในอันดับที่ 2 โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ราคาค่าโดยสารความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ และประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความเชื่อถือได้ของการบริการ และตารางเวลาการให้บริการ ทั้งนี้เมื่อพิจารณาความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงาน พบว่ายังขาดแรงจูงใจในการทำงาน แต่พนักงานมีความเข้าใจต่อมาตรฐานของ



หน่วยงานในเกณฑ์ที่ดีถึงดีมาก โดยพบว่าการเดินทางด้วยเครื่องบินมีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ดังแสดงในรูปที่ 4.3

รูปที่ 4.3 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยเครื่องบิน

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
-การเดินทางสะดวกรวดเร็ว สามารถวางแผนการเดินทาง -ความปลอดภัยสูง -มาตรฐานการบริการสูง -ไม่มีคู่แข่งจากระบบการขนส่งอื่นในเรื่องของความรวดเร็วและความสะดวกสบาย -มักเป็นหน้าที่ของรัฐในการเชื่อมต่อระบบขนส่งอื่นๆ เข้าสู่สนามบิน	-ค่าโดยสารและค่าขนส่งราคาแพง นิยมในประชาชนที่มีรายได้สูง -ไม่เหมาะสมในการขนส่งสินค้าบางประเภทเท่านั้น -ไม่สามารถให้บริการแบบ Door-to-Door ได้ -จำเป็นต้องใช้ระบบขนส่งอื่นในการเดินทางและขนส่ง -ไม่เหมาะที่จะเป็นระบบขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวระยะไม่ไกล -มีการจำกัดการเข้าสู่ตลาดด้วยเงินลงทุน เทคโนโลยี และกฎระเบียบระหว่างประเทศ จึงมักเป็นธุรกิจผูกขาด
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
-การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ มักมาพร้อมกับการพัฒนาสนามบิน -เป็นการเดินทางที่นิยมใช้ที่สุดในการเดินทางระหว่างประเทศ	-ใช้น้ำมันเป็นพลังงานขับเคลื่อน ค่าดำเนินการ และค่าบริการจึงผันผวนตามราคาน้ำมันในตลาดโลก -การสร้างสนามบินเป็นไปได้อย่างยาก เพราะก่อให้เกิดมลภาวะทางเสียง จึงมักถูกต่อต้านจากประชาชนในบริเวณโดยรอบ -การให้บริการขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ

ที่มา : นครินทร์ สัตถธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013

2.3 การเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะ นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการของรถโดยสารในภาพรวมเป็นอันดับที่ 3 โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ราคาค่าโดยสาร ความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ตัวยานพาหนะ คนขับรถโดยสาร พนักงานบริการ และตารางเวลาการให้บริการ ในขณะที่คุณภาพการบริการของรถโดยสารในส่วนของการพนักงานบริการ พบว่า ความสามารถในการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงดีเท่านั้น โดยพนักงานของรถโดยสารมีความเข้าใจในมาตรฐานของหน่วยงาน แต่ขาดแรงจูงใจในการทำงาน และความเหมาะสมของตำแหน่งงานกับความสามารถยังไม่สอดคล้องกันเท่าที่ควร ทั้งนี้ SWOT ของการเดินทางด้วยรถโดยสารสาธารณะแสดงดังรูปที่ 4.4



รูปที่ 4.4 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยรถโดยสารสาธารณะ

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
-สามารถให้บริการใกล้เคียงรูปแบบ Door-to-Door ที่สุด -เป็นระบบขนส่งที่ประชาชนส่วนใหญ่ใช้บริการ -สามารถเชื่อมต่อกับระบบขนส่งอื่นๆ ได้อย่างสะดวก -มีโครงข่ายเส้นทางที่สมบูรณ์ เชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญทั้งหมด -รัฐช่วยเหลือเรื่องต้นทุนการดำเนินการ เนื่องจากมีผลกระทบต่อประชาชนส่วนใหญ่ถ้าค่าบริการสูง	-ความปลอดภัยของการเดินทาง -การควบคุมมาตรฐานเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีจำนวนมาก -ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม -ใช้พลังงานที่มีอยู่จำกัด เช่น น้ำมัน ก๊าซ ฯลฯ -ไม่สามารถกำหนดเวลาของการเดินทางได้ -ไม่สามารถขึ้นราคาได้ตามต้นทุนที่สูงขึ้น ผู้ประกอบการขาดแรงจูงใจที่จะพัฒนา
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
-การพัฒนาทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศมักใช้การขนส่งทางบก เช่น รถโดยสาร เป็นตัวนำการพัฒนา -การพัฒนาระบบขนส่งอื่นๆ ต้องมีการพัฒนาระบบรถโดยสารเพื่อเชื่อมต่อกับระบบขนส่งเหล่านั้นด้วย -การพัฒนากิจกรรมทางเศรษฐกิจ ต้องมีการพัฒนาระบบรถโดยสารเพื่อเชื่อมต่อกับแหล่งกิจกรรมเหล่านั้นด้วย	-ค่าบริการขึ้นอยู่กับราคาพลังงานโลก -รัฐส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งอื่น เช่น รถไฟ -การขยายตัวของรถตู้ ทั้งที่ถูกกฎหมาย และผิดกฎหมาย -การเพิ่มขึ้นของรถยนต์ส่วนตัว ทำให้การเดินทางโดยรถโดยสารล่าช้า การกำหนดเวลาการเดินทางที่แน่นอนไม่ได้ -เป็นระบบขนส่งที่ก่อมลพิษ และใช้พลังงานที่มีจำกัด จึงมักถูกต่อต้านการขยายตัว

ที่มา : นครินทร์ สัตถธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013

2.4 การเดินทางด้วยเรือโดยสาร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการของเรือโดยสารในภาพรวมเป็นอันดับสุดท้าย โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ราคาค่าโดยสาร และการประชาสัมพันธ์ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความปลอดภัย ตัวยานพาหนะ และพนักงานบริการ เมื่อพิจารณาที่พนักงานบริการ พบว่า พนักงานของเรือโดยสารมีความสามารถปฏิบัติงานอยู่ในเกณฑ์ปานกลางถึงดีเท่านั้น ซึ่งปัญหาหลักจะอยู่ที่ขาดแรงจูงใจในการทำงาน ทั้งนี้ SWOT ของการเดินทางโดยเรือโดยสารแสดงในรูปที่ 4.5



รูปที่ 4.5 แสดง SWOT ของการขนส่งด้วยเรือโดยสาร

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
-เป็นระบบขนส่งที่ไม่มีคู่แข่งในการเดินทางและขนส่งข้ามแม่น้ำหรือระหว่างเกาะ -สามารถกำหนดเวลาในการเดินทางได้ -การขนส่งทางน้ำมีต้นทุนต่ำ เพราะสามารถขนส่งทั้งคนและสินค้าได้ครั้งละมากๆ -ประเทศไทยมีวัฒนธรรมที่ผูกพันกับน้ำมาอย่างยาวนาน การท่องเที่ยวทางน้ำจึงเป็นที่นิยมในหมู่ชาวต่างชาติ	-ความปลอดภัย -ความเร็วต่ำ -มักเป็นธุรกิจผูกขาด การพัฒนาจึงเป็นไปได้ช้า -ไม่สามารถให้บริการตลอดทั้งวันได้ เนื่องจากเหตุผลด้านความปลอดภัยและต้นทุนของการดำเนินการ -ความสามารถในการเดินเรือในแม่น้ำขึ้นกับระดับน้ำ
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
-ประเทศไทยมีชื่อเสียงระดับโลกในเรื่องของความสวยงามของทะเลและชายหาด -รัฐให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก การเดินทางโดยเรือสามารถเกาะกระแสการพัฒนานี้	-ทั่วโลกให้ความสนใจกับสภาพธรรมชาติใต้ท้องทะเล -การให้บริการขึ้นอยู่กับสภาพภูมิอากาศ -ความแปรปรวนของธรรมชาติทำให้แม่น้ำตื้นเขิน เป็นอุปสรรคกับการเดินเรือ

ที่มา : นครินทร์ สัตถธรมนวงศ์ และคณะ, 2013

2.5 การเดินทางโดยรถตู้โดยสาร นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการบริการของรถตู้ในภาพรวมเป็นอันดับที่ 4 โดยประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจสูงสุด ได้แก่ ราคาค่าโดยสาร ความเชื่อถือได้ของการให้บริการ ตารางเวลาการให้บริการ และการประชาสัมพันธ์ ประเด็นที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่ำสุด ได้แก่ ความปลอดภัย พนักงานบริการ และตัวยานพาหนะ โดยการเดินทางโดยรถตู้โดยสารมี SWOT ดังแสดงในรูปที่ 4.6



รูปที่ 4.6 แสดง SWOT ของการขนส่งโดยรถตู้โดยสาร

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
-สามารถให้บริการใกล้เคียงรูปแบบ Door-to-Door ที่สุด -เมื่อเปรียบเทียบกับการเดินทางทางบก เช่น รถโดยสาร และรถไฟ รถตู้โดยสารเป็นรูปแบบที่สามารถเดินทางไปสู่จุดหมายปลายทางได้รวดเร็วกว่าการเดินทางทางบกด้วยกัน เช่น รถโดยสาร รถไฟ -สามารถเชื่อมต่อกับระบบขนส่งอื่นๆ ได้อย่างสะดวก -มีโครงข่ายเส้นทางที่สมบูรณ์ในระยะทางไม่เกิน 300 กิโลเมตร ทำให้สามารถใช้เป็นรูปแบบการเดินทางย่อยได้เป็นอย่างดี และเชื่อมต่อกับแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญทั้งหมด	-ความปลอดภัยของการเดินทาง -การควบคุมมาตรฐานเป็นไปได้ยาก เนื่องจากมีจำนวนมาก -ใช้พลังงานที่มีอยู่จำกัด เช่น น้ำมัน ก๊าซ ฯลฯ -มีผู้ประกอบการที่ไม่ได้รับใบอนุญาต หรือ รถตู้ป้ายดำ ให้บริการอยู่เป็นจำนวนมาก ทำให้เจ้าหน้าที่ดำเนินการตรวจสอบการให้บริการ และมาตรฐานความปลอดภัยยาก
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
-เป็นรูปแบบการเดินทางที่มีความสะดวก รวดเร็ว และสามารถเข้าถึงพื้นที่ต่างๆ ได้ดีกว่ารูปแบบการเดินทางทางบกอื่นๆ เช่น รถโดยสาร และรถไฟ ดังนั้น จึงสามารถพัฒนาเป็นโครงข่ายการเดินทางย่อยในระยะทางสั้นๆ ได้ดีกว่า -การพัฒนาาระบบขนส่งอื่นๆ ต้องมีการพัฒนาระบบรถโดยสารเพื่อเชื่อมต่อกับระบบขนส่งเหล่านั้นด้วย -การพัฒนากิจการทางเศรษฐกิจ ต้องมีการพัฒนาระบบรถโดยสารเพื่อเชื่อมต่อกับแหล่งกิจกรรมเหล่านั้นด้วย	-ค่าบริการขึ้นอยู่กับราคาพลังงานโลก -มีรถตู้ที่ไม่ได้รับใบอนุญาตหรือรถตู้ป้ายดำให้บริการ โดยรถตู้ดังกล่าวไม่มีการตรวจสอบการให้บริการ ค่าโดยสาร และมาตรฐานด้านความปลอดภัย ซึ่งส่งผลเสียต่อภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ และเกิดปัญหาอุบัติเหตุ

ที่มา : นครินทร์ สัตถธรมนวงศ์ และคณะ, 2013



บทที่ 5

การอภิปราย สรุปผล และข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษาในโครงการภายใต้แผนงานการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้ง 3 โครงการ ซึ่งประกอบด้วย

1) การศึกษาในภาคนโยบาย (Policy) ซึ่งมุ่งวิเคราะห์นโยบายแผนท่องเที่ยว และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ของประเทศไทย ภายใต้โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบาย และแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015) เพื่อระบุช่องว่างของนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยกับกรอบนโยบายการท่องเที่ยวของประชาคมอาเซียน ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนานโยบายการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการรวมเป็นประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และรักษาความสามารถในการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

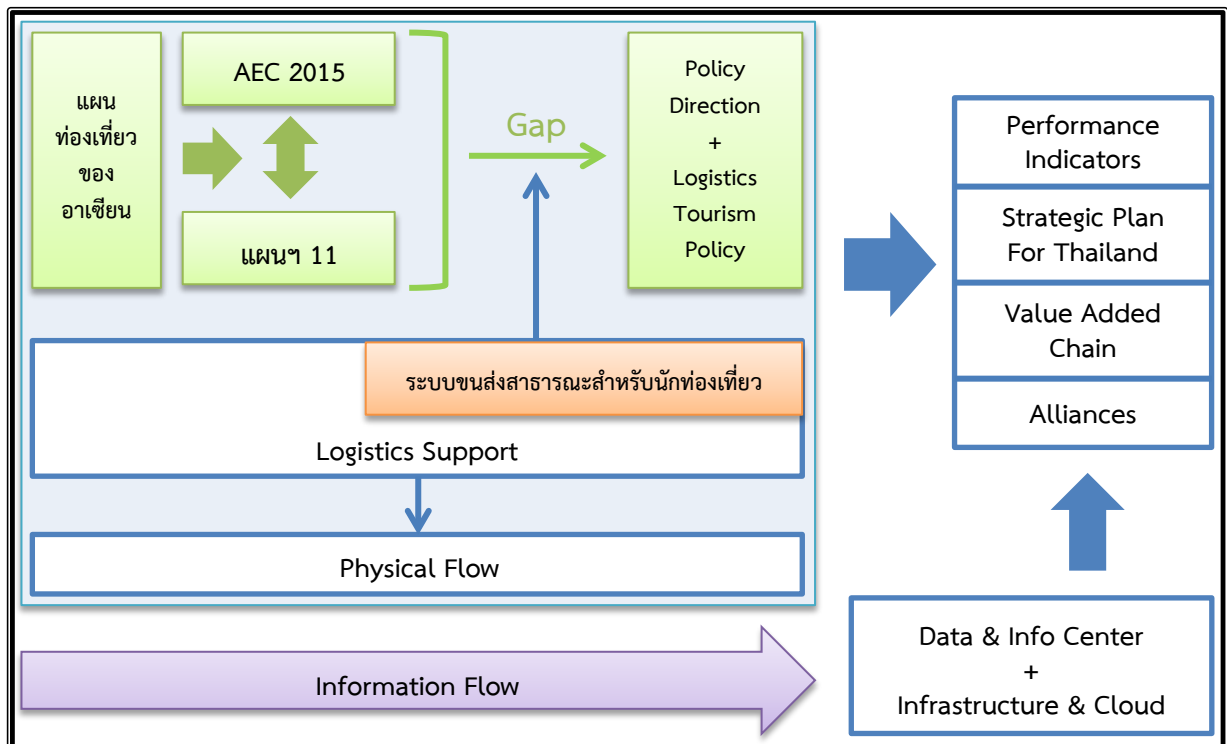
2) การศึกษาการไหลของข้อมูล (Information Flow) ภายใต้โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เพื่อระบุความต้องการในการใช้ข้อมูล เพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้องและเป็นองค์ประกอบสำคัญ (Key Players) ในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทาน

3) การศึกษาระบบโลจิสติกส์ในส่วนของการขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของโครงการศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะ

ทั้งนี้ได้สรุปผลการศึกษาของแต่ละโครงการไว้ในบทที่ผ่านมา ดังนั้นในบทนี้จึงจะได้ทำการอภิปราย ผลการศึกษาแบบบูรณาการ โดยยึดตามกรอบการศึกษาที่แสดงไว้แล้วในรูปที่ 3.1 ในบทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย ทั้งนี้รูปที่ 3.1 ยังได้แสดงให้เห็นถึงระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภาพรวม และมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในอุตสาหกรรม 7 กลุ่มคือ นักท่องเที่ยว กลุ่มโรงแรมและที่พัก ตัวแทนการท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจการ ธุรกิจการเดินทาง หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว และธุรกิจและบริการด้านอาหาร



รูปที่ 3.1 แสดงกรอบการวิจัย เรื่อง การศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถ
ในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย



ที่มา: แก้วตา โรหิตรัตน์ (2011)

การศึกษาในส่วนของนโยบายพบว่า แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 ได้กล่าวถึงทิศทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยไว้อย่างกว้าง และไม่ได้กล่าวถึงกลยุทธ์ในการรองรับการเปิดประชาคมอาเซียนอย่างเจาะจง แต่ก็ได้วางแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมบริการซึ่งหมายรวมถึงอุตสาหกรรมท่องเที่ยวภายใต้ปัจจัยแวดล้อมภายนอกและภายในที่เป็นทั้งโอกาสและอุปสรรค และมีความผันผวนตลอดเวลา โดยมุ่งเน้นที่ความสมดุลและความยั่งยืน การพัฒนาเชิงสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการเสริมสร้างความเข้มแข็งของท้องถิ่นและชุมชน ให้กับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการสำคัญพื้นฐานสำหรับการจัดทำแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของอาเซียน (Guiding Principles) ในเรื่องการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Sustainable and Responsible Development)

ทั้งนี้หากพิจารณาช่องว่างของนโยบายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 กับการรวมตัวเป็นประชาคมอาเซียนและแผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน (ASEAN Tourism Strategic Plan 2011 – 2015) อาจพบว่ามีช่องว่างของนโยบายอยู่มาก เนื่องจากแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเป็นเสมือนแผนแม่บทในการพัฒนาของประเทศในทุกด้าน ทำให้



ไม่มีการลงรายละเอียดของนโยบายในเชิงกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้วยเหตุนี้โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยและสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015) จึงได้ทำการศึกษาเพิ่มเติมถึงนโยบายเฉพาะของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ได้แก่ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559¹ ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559² แผนปฏิบัติการของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ปี 2556³ และรายงานสรุปโครงการริเริ่มแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2555-2560⁴ โดยพบว่านโยบายส่วนใหญ่เป็นไปตามกรอบของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 และส่วนใหญ่ไม่ได้กล่าวถึงกลยุทธ์การเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนเป็นการเฉพาะ ยกเว้นยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555 – 2559 และรายงานสรุปโครงการริเริ่มแผนพัฒนาบริการท่องเที่ยวเพื่อรองรับการเปิดเสรีบริการท่องเที่ยวประจำปี พ.ศ. 2555-2560 ซึ่งได้มีแผนในการจัดทำโครงการเพื่อเตรียมความพร้อมให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน อย่างไรก็ตามยุทธศาสตร์และแผนการดำเนินงานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กล่าวไว้ในแผนฯ ทั้ง 4 ฉบับ ทั้งที่กล่าวถึงและไม่ได้กล่าวถึงยุทธศาสตร์หรือกำหนดแผนการดำเนินงานในการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนก็ตาม แต่ก็เป็นประโยชน์ต่อการเชื่อมต่อและการเปิดประชาคมอาเซียนอยู่มาก เช่น นโยบายในการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการท่องเที่ยว หรือการสร้างเชื่อมั่นและคุณภาพของการท่องเที่ยว เป็นต้น

ทั้งนี้แผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) ซึ่งตั้งอยู่บนพื้นฐานของหลักการ 6 เรื่อง คือ การพัฒนาอย่างเป็นระบบและการปรับโครงสร้างอย่างบูรณาการเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว (Integrated and Structured Tourism Development) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (Sustainable and Responsible Development) การสร้างความร่วมมือระหว่างผู้มีส่วนได้เสียในกลุ่มต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ (Wide Ranging Stakeholder Collaboration) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ (Quality Tourism Products) การให้บริการที่เป็นเลิศ (Service Excellence) และการสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างและการมีปฏิสัมพันธ์ (Distinctive and Interactive Experiences) และมีแผนปฏิบัติการและโครงการต่างๆ ใน 3 แผนหลักคือ

1. การพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ของภูมิภาคและกลยุทธ์การลงทุน และการตลาดที่สร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นการสร้างแพ็คเกจการท่องเที่ยว 4 รูปแบบคือ แพ็คเกจท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แพ็คเกจท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและมรดกชาติ แพ็คเกจท่องเที่ยวโดยมีชุมชนเป็นศูนย์กลาง และแพ็คเกจล่องเรือและท่องเที่ยวทางน้ำ

¹ คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

² กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

³ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

⁴ กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา



2. การเพิ่มคุณภาพด้านทรัพยากรมนุษย์ การให้บริการ และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในภูมิภาค ด้วยการจัดทำมาตรฐานการท่องเที่ยวอาเซียนและกระบวนการให้บริการ (สำหรับโรงแรม สีเขียว โฮมสเตย์ ห้องน้ำสาธารณะ ธุรกิจสปา การท่องเที่ยวที่ปลอดภัย และการเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลง สภาพภูมิอากาศ) และการพัฒนาเครื่องมือและดำเนินโครงการพัฒนาบุคลากร (การจัดทำข้อตกลง ยอมรับร่วม - MRA)

3. การเร่งปรับปรุงการอำนวยความสะดวกในการเดินทางและการเชื่อมโยงทางคมนาคมของ อาเซียน โดยเฉพาะในประเด็นความร่วมมือด้านการตรวจลงตรา (visa และ e-visa) และคุณภาพและความ ครอบคลุมของการเชื่อมต่อของการคมนาคมทุกรูปแบบ

และเมื่อพิจารณาโดยใช้แผนกลยุทธ์การท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) เป็นนโยบายตั้งต้น จะพบว่า โดยภาพรวมแล้วนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยดูคล้ายว่าจะมีความสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์ การท่องเที่ยวของอาเซียน (ATSP) ในทุกประเด็น แต่เมื่อพิจารณาโดยละเอียดถึงแนวทางการดำเนินงาน พบว่ายังมีช่องว่างของนโยบายในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

1. การสร้างความร่วมมือในการจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศสมาชิก ในอาเซียนอย่างเป็นรูปธรรม เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อาเซียนที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยว มากกว่า 1 ประเทศในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง โดยความสำเร็จของนโยบายขึ้นอยู่กับความพร้อมของ เส้นทางเดินทาง และการอนุญาตผ่านแดนระหว่างประเทศสมาชิกด้วย

2. การกำหนดมาตรฐานและความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว ซึ่งแม้ว่าประเทศไทยจะมีโครงการ จัดทำมาตรฐานที่พักแรม แหล่งท่องเที่ยวอยู่บ้าง อย่างไรก็ตามมาตรฐานต่างๆ ขาดความชัดเจนและ ความเข้มงวดของการปฏิบัติและบทลงโทษ ทำให้ปัจจุบันประเทศไทยยังมีปัญหาเกี่ยวกับภาพลักษณ์ใน สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง

3. ประเด็นด้านแรงงานและมาตรฐานแรงงาน ซึ่งผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใน ปัจจุบันประสบปัญหารุนแรง คือ ปัญหาด้านแรงงานไม่เพียงพอทั้งในด้านจำนวน และทักษะในวิชาชีพ ทั้งนี้ การดำเนินงานในประเด็นแรงงานและมาตรฐานแรงงานของประเทศไทยที่ผ่านมายังไม่ตรงต่อความต้องการ ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

นอกจากนี้ยังพบช่องว่างระหว่างนโยบายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กับการนำนโยบายไปใช้ กับผู้ประกอบการด้วย เนื่องจากนโยบายจากส่วนกลางไม่ตรงต่อความต้องการ หรือสภาพแวดล้อมและ ลักษณะธุรกิจของในอุตสาหกรรม และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ซึ่งเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมยัง ไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารที่ชัดเจนเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงและผลที่จะเกิดขึ้นจากการรวมเป็นประชาคม อาเซียน รวมถึงช่องว่างของนโยบายและตัวชี้วัดนโยบายที่ไม่สามารถสะท้อนความสำเร็จของนโยบายนั้นได้ เช่น ยุทธศาสตร์การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเชิงคุณภาพให้มีการเติบโตอย่างสมดุลและยั่งยืน ของแผน ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 ที่กำหนดตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์ที่ 2 จาก



รายได้จากการท่องเที่ยวต้องเติบโตไม่ต่ำกว่าอัตราการเติบโตของ GDP การมีส่วนแบ่งการตลาดเมื่อเทียบกับคู่แข่งในภูมิภาคไม่ต่ำกว่าปี 2011 รวมถึงอัตราการยอมรับประเทศไทยในฐานะแหล่งท่องเที่ยวที่ทรงคุณค่า ซึ่งจะเห็นได้ว่าตัวชี้วัดดังกล่าวไม่สามารถประเมินความยั่งยืนทางการท่องเที่ยวได้

นอกจากนี้เมื่อพิจารณานโยบายในเชิงเปรียบเทียบกับประเทศอื่นในกลุ่มสมาชิกโดยพิจารณาตามกรอบการประเมินนโยบาย The Geelhoed-Schouwstra Framework⁵ พบว่าจากนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศสมาชิกอาเซียนแบ่งเป้าหมายออกเป็น 2 ระดับ คือ

1. ระดับพื้นฐาน ที่ต้องการใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นตัวจักรสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สังคม ในประเทศเป็นหลัก ซึ่งเป็นเป้าหมายของประเทศสมาชิกซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เช่น กัมพูชา ลาว เวียดนาม เป็นต้น

2. ระดับก้าวหน้า ต้องการพัฒนาให้ประเทศเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภูมิภาคและใช้การท่องเที่ยวเป็นตัวชักนำ “คุณภาพ” เข้ามาสู่ประเทศ โดยเป็นเป้าหมายของประเทศพัฒนาแล้วอย่างสิงคโปร์

ทั้งนี้ในส่วนของประเทศไทยพบว่า เป้าหมายไม่ได้มีการระบุอย่างชัดเจนว่าต้องการพัฒนาประเทศให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแบบใดหรือไม่ เพียงระบุว่าการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวเท่านั้น ซึ่งความไม่ชัดเจนนี้จะส่งผลในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวต่อไป

สำหรับวัตถุประสงค์ในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวที่ประเทศในอาเซียนต้องการมากที่สุดคือความยั่งยืนในการจ้างงานในประเทศ และการเพิ่มรายได้เข้าประเทศ ทั้งนี้แม้ว่าหลายประเทศจะไม่ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนว่าต้องการให้การท่องเที่ยวเป็นกลไกในการกระตุ้น/การขยายตัวทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะภาคการผลิตก็ตาม แต่จะเห็นได้ว่าวัตถุประสงค์ส่วนใหญ่นำไปสู่การใช้การท่องเที่ยวเป็นกลไกให้เกิดการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ และเป็นที่น่าสังเกตว่ามีหลายประเทศในกลุ่มอาเซียนที่ต้องการให้ประเทศเป็นจุดศูนย์กลางเฉพาะทาง ไม่ว่าจะเป็นจุดหมายปลายทางของการพักผ่อนของนักท่องเที่ยว (บรูไน) หรือเป็นผู้นำในตลาดจัดประชุมและนิทรรศการ (สิงคโปร์) หรือการเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม (ลาว) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ (ลาวและเวียดนาม) ในขณะที่ประเทศไทยนั้นต้องการที่จะพัฒนากลุ่มท่องเที่ยวที่หลากหลายตามลักษณะเด่นของแต่ละพื้นที่ในประเทศ ซึ่งถือว่าเป็นจุดเด่นของวัตถุประสงค์ของประเทศไทยในการมุ่งเน้นที่จะทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักแหล่งท่องเที่ยว (โดยส่วนใหญ่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ) อย่างไรก็ตามอาจต้องมีการพิจารณาร่วมกับแผนการดำเนินการที่สอดคล้องกันอย่างเข้มแข็ง ในทางกลับกันการพัฒนาพื้นที่ซึ่งครอบคลุมพื้นที่เกือบทุกจังหวัดในประเทศไทยในคราวเดียวกัน อาจต้องใช้ปัจจัยและทรัพยากรในการพัฒนาค่อนข้างสูง ใช้เวลานาน และท้ายที่สุดอาจส่งผลให้

⁵ ถูกพัฒนาจากโครงการ VBTB ของกระทรวงการคลัง ประเทศเนเธอร์แลนด์เพื่อวิเคราะห์นโยบายตั้งแต่กระบวนการในการกำหนดนโยบาย การวางแผนและการประเมินนโยบายและโครงการที่มีประสิทธิภาพ สามารถปรับใช้ในการวิเคราะห์และประเมินโครงการและนโยบายทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับชาติได้ ประกอบไปด้วย 6 ขั้นตอนคือการกำหนดนโยบาย วัตถุประสงค์ วิธีการหรือเครื่องมือ การดำเนินกิจกรรม ผลการปฏิบัติ และการประเมินผล โดยพิจารณาร่วมกันทั้ง Conceptual framework และ Institutional framework



ประเทศไทยไม่มีจุดเด่นที่ชัดเจน นอกจากนี้ ยังพบว่าการตั้งเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของนโยบายการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่มอาเซียนนั้น ทำให้เป้าหมายและวัตถุประสงค์กลายเป็นสิ่งเดียวกันอย่างแยกไม่ได้

และจากการพิจารณาความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงเปรียบเทียบกับประเทศสมาชิกอาเซียนพบว่า ประเทศไทยมีประเด็นที่ต้องให้ความสำคัญได้แก่นโยบายและกฎระเบียบที่เอื้อต่อการเข้ามาลงทุนของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การเดินทางเข้า-ออกของนักท่องเที่ยว ความปลอดภัย การคมนาคมทางบก และโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยี (พิจารณารูปที่ 4.1 ประกอบ)

ทั้งนี้เพื่อปิดช่องว่างความสามารถในการแข่งขันที่พบจากการศึกษาตามกรอบการวิจัยในรูปที่ 3.2 ข้างต้น การศึกษาภายใต้แผนงานจึงได้ครอบคลุมการศึกษาในประเด็นของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในโครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย (ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง และคณะ, 2013) เพื่อระบุความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้อง และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ (Key Players) ในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทานเพื่อใช้เป็นพื้นฐานอ้างอิงและเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต และการศึกษาในประเด็นด้านการคมนาคมขนส่งซึ่งครอบคลุมการขนส่งทางอากาศ และการคมนาคมขนส่งทางบก ในโครงการศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (นครินทร์ สัทธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013) เพื่อทราบถึงคุณภาพ และปัญหาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย และจัดทำข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีแนวทางในการพัฒนาระบบขนส่งเพื่อตอบสนองความต้องการเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ต่างๆ ในประเทศไทยต่อไป เพื่อลดช่องว่างของความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยยังตามหลังสิงคโปร์ มาเลเซีย และอยู่ในเกณฑ์ต่ำกว่าคะแนนเฉลี่ยของอาเซียนในบางประเด็น

ในประเด็นความสามารถในการแข่งขันที่พิจารณาจากโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี ซึ่งประเทศไทยได้รับการประเมินในประเด็นนี้ในระดับต่ำกว่าเฉลี่ยของอาเซียนนั้น จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยต้องประสบปัญหาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศ ดังต่อไปนี้

1. การเก็บข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ โดยเฉพาะการจัดการและแบ่งปันข้อมูลซึ่งมีความถี่และปริมาณของข้อมูลมาก จำเป็นต้องใช้เวลาในการประมวลผลข้อมูลมากทำให้เกิดความล่าช้า และทำให้สารสนเทศนั้นไม่เป็นปัจจุบัน รวมถึงข้อมูลหลายอย่างที่เผยแพร่บนเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง ซึ่งความไม่เป็นปัจจุบันและความไม่ถูกต้องของข้อมูล ทำให้ผู้ประกอบการไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและความรู้ใหม่ๆ ทำให้พลาดโอกาส หรือไม่สามารถเตรียมการรับมือต่อการเปลี่ยนแปลง



2. ความรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้สร้างทั้งโอกาสและอุปสรรคให้กับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยในทางบวกนั้นการเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ทำให้เกิด Online Review ซึ่งทำให้สถานที่/บริการ เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยวมากขึ้น รวมถึงเทคโนโลยีสารสนเทศหลายชนิดสามารถนำมาใช้ช่วยให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ อย่างไรก็ตามการที่เทคโนโลยีฯ ที่ถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายเล็กไม่สามารถที่จะติดตามและพัฒนาความรู้ได้ทัน หรือสังคมออนไลน์ก็อาจสร้างข้อมูลทางด้านลบให้กับสถานที่/บริการส่งตรงถึงนักท่องเที่ยวได้เช่นกัน นอกจากนี้ยังทำให้เกิดการตัดราคาและลดความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยว จากการที่ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจกิจกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจการเดินทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบินพัฒนาเว็บไซต์เป็นของตนเองและเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง และตั้งราคาบนเว็บไซต์ของตนให้ถูกกว่าราคาที่ให้กับตัวแทนการท่องเที่ยว และการพัฒนาเว็บไซต์ที่สามารถทำได้ง่ายขึ้น ยังส่งผลต่อภาพลักษณ์ในเรื่องความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวประสบปัญหาการถูกแอบอ้างจากมิชชันนารี หรือผู้ประกอบการที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง

3. ระบบสารสนเทศมีบทบาทในการแลกเปลี่ยนข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพียงบางส่วน แม้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเป็นอุตสาหกรรมที่มีลักษณะพึ่งพิงกันสูงในการส่งต่อนักท่องเที่ยวและการร่วมมือกันเพื่อสร้างบริการที่ครบวงจร ซึ่งเป็นการพึ่งพาในลักษณะที่เปลี่ยนแปลงได้ยาก ทั้งนี้เนื่องจากผู้ประกอบการยังติดกับลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบเดิม และต้องการทราบข้อมูลที่รวดเร็ว บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศจึงถูกจำกัดอยู่ในกิจกรรมบางขั้นตอน โดยเฉพาะระบบการจองอัตโนมัติ (Computerized Reservation System) ซึ่งส่วนใหญ่มีอยู่ในธุรกิจสายการบิน และโรงแรม/ที่พักขนาดใหญ่เท่านั้น

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความคิดเห็นว่าการบริหารจัดการความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มนั้นไม่ได้เป็นปัญหาที่ร้ายแรง ดังนั้นการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจึงมีพัฒนาการที่ไม่รวดเร็วมากนัก

แต่โดยลักษณะอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จะต้องสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวตั้งแต่จุดแรก (Touch point) ที่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่กำลังจะวางแผนท่องเที่ยว มักจะติดต่อหรือสืบค้นข้อมูลเป็นแหล่งแรก นั่นคือตัวแทนการท่องเที่ยว หรือ/และหน่วยงานดูแลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ ดังนั้นตัวแทนการท่องเที่ยวและหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรเพิ่มความระมัดระวังให้มากขึ้นในการเข้าถึงข้อมูลเบื้องต้นของนักท่องเที่ยวที่จะต้องมีความสะดวก รวดเร็ว และได้รับข้อมูลเชิงบวก เพื่อให้ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวและเลือกซื้อสินค้า/บริการการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ทั้งนี้การจัดการโซ่อุปทานและการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศมีส่วนช่วยในการพัฒนาศักยภาพของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกิจกรรมที่เป็น win-win advantage ระหว่างผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน



ในขณะที่การแลกเปลี่ยนข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งต้องอาศัยความถูกต้องและความเป็นปัจจุบันของข้อมูล โดยเฉพาะข้อมูลของตัวแทนการท่องเที่ยว ระบบสารสนเทศจึงมีบทบาทต่อการจัดการข้อมูลในอุตสาหกรรมนี้อย่างมาก ทั้งนี้การพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับตัวแทนการท่องเที่ยวควรมุ่งเน้นไปที่การอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กร การพัฒนานโยบายในการรักษาสีทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูล ความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลนำเข้าแก่ระบบสารสนเทศของตัวแทนการท่องเที่ยว รวมไปถึงควรจะมีการปรับปรุงข้อมูลที่จะเกิดขึ้นบ่อยให้มีความสะดวกและเป็นไปได้โดยมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ทั้งนี้แนวทางการบริหารจัดการโซ่อุปทานแบบเส้นตรงจากซัพพลายเออร์ไปจนถึงผู้จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าจนถึงมือลูกค้านั้นอาจไม่เพียงพอหรือไม่เหมาะสมสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งมีความพึงพิงอยู่กับการจัดการข้อมูลเป็นอย่างมาก และผู้ประกอบการรายต่างๆ มีความสัมพันธ์กันเป็นเครือข่ายที่ค่อนข้างซับซ้อนและมีตัวแทนการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นตัวประสานหรือเป็นจุดศูนย์กลางของอุตสาหกรรม (ถึงแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการขนาดใหญ่บางรายพยายามที่จะใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและตัดตัวแทนการท่องเที่ยวออกไป แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการขนาดกลางถึงเล็กอีกเป็นจำนวนมากที่ยังต้องอาศัยตัวแทนการท่องเที่ยวอยู่) ดังนั้นตัวแบบข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มศักยภาพให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยควรขึ้นอยู่กับลักษณะของกลุ่มผู้ประกอบการ โดยการศึกษาได้เสนอกลุ่มข้อมูล (Data Class) ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องการเพื่อใช้ในการดำเนินการ ได้แก่ กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม กลุ่มข้อมูลสำหรับโรงแรม กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจการเดินทาง กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจร้านอาหาร กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว กลุ่มข้อมูลสำหรับหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง และคณะ, 2013. โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย)

ในขณะที่การปิดช่องว่างในประเด็นของการคมนาคมโดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งทางบกซึ่งประเทศไทยได้คะแนนสูงกว่าค่าเฉลี่ยของอาเซียนเพียงเล็กน้อย และตามหลังสิงคโปร์ และมาเลเซียในด้านนี้นั้น โครงการศึกษาการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย (นครินทร์ สัทธรรมนวงศ์ และคณะ, 2013) พบว่าปัญหาหลักของการบริการระบบขนส่งสาธารณะคือความไม่เพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐาน เช่น ที่นั่งพักรอ ห้องน้ำ เป็นต้น ความไม่ชัดเจนของป้ายประชาสัมพันธ์ภายในสถานีให้บริการ ข้อจำกัดด้านภาษาของป้ายและผู้ให้บริการ นอกจากนี้ยังพบว่าการเชื่อมต่อการเดินทางจากการขนส่งทางอากาศกับการขนส่งทางบกในรูปแบบอื่น อย่างไรก็ตามจากการสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการขนส่งสาธารณะของประเทศไทยโดยพิจารณาจากความแตกต่างระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกับบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับจริงพบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจการเดินทางด้วยรถไฟมากที่สุด เนื่องจากมีปัจจัยด้านราคา ความปลอดภัย



ตัวสถานีและการประชาสัมพันธ์ แต่ต้องปรับปรุงในเรื่องตัวยานพาหนะ ความเชื่อถือได้ของบริการ และตารางเวลาการให้บริการ รองลงมาคือการเดินทางด้วยเครื่องบิน โดยพึงพอใจจากปัจจัยด้านราคา ความปลอดภัย และการประชาสัมพันธ์ แต่ไม่พึงพอใจในเรื่องความเชื่อถือได้ของการบริการ และตารางเวลาการให้บริการ ในขณะที่การเดินทางโดยรถโดยสารสาธารณะนั้นนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบริการเป็นอันดับ 3 โดยพึงพอใจในด้านเรื่องราคา ความปลอดภัย การประชาสัมพันธ์ แต่ไม่พึงพอใจในเรื่องตัวยานพาหนะ พนักงานขับรถโดยสารและบริการ และตารางการให้บริการ ในขณะที่การเดินทางด้วยเรือโดยสารเป็นบริการการเดินทางที่นักท่องเที่ยวพึงพอใจน้อยที่สุด เนื่องจากประเด็นด้านความปลอดภัย ตัวยานพาหนะ และพนักงานบริการ

จะเห็นได้ว่าจากผลสำรวจความพึงพอใจในการให้บริการขนส่งสาธารณะในทุกรูปแบบนั้นมีประเด็นที่ผู้ให้บริการขนส่งสาธารณะต้องมีการพัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพการบริการและสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้นในแต่ละรูปแบบจะมีความคล้ายคลึงกัน คือ เรื่องตัวยานพาหนะ พนักงาน ความเชื่อถือได้ของการบริการ และตารางเวลาให้บริการ ดังนั้นนโยบายในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเพื่อปิดช่องว่างของศักยภาพการแข่งขันในเรื่องการคมนาคมทางบกของประเทศไทยให้เทียบเท่ามาเลเซียและสิงคโปร์ ควรพัฒนาในเรื่องความน่าเชื่อถือของบริการ ความตรงต่อเวลา ความพร้อมของสถานที่ให้บริการ และความพร้อมของบุคลากร ทั้งนี้การคมนาคมเป็นส่วนหนึ่งของการเส้นทางการท่องเที่ยวที่มีความร่วมมือกันระหว่างประเทศต่างๆ ของอาเซียนให้เข้าถึงได้ง่ายและสะดวกมากยิ่งขึ้น

ทั้งนี้จากการศึกษาของแผนงานการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยทั้ง 3 โครงการ ได้ชี้ให้เห็นช่องว่างของนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่ยังไม่มีการกล่าวถึงการเตรียมความพร้อมต่อการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ไม่มีความชัดเจนถึงแผนการดำเนินงานที่สอดคล้องกับแผนการท่องเที่ยวของอาเซียน และเป็นนโยบายที่ขาดความสอดคล้องของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การไม่มีเป้าหมายและจุดเน้นที่ชัดเจนในการพัฒนาหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวของประเทศ ไม่ได้มุ่งเน้นการท่องเที่ยวตามศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ขาดความพร้อมด้านบุคลากรการท่องเที่ยว และขาดการสร้างเรื่องราวเชิงพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับเส้นทางหรือแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมของประเทศไทยในหลายประเด็นได้รับคะแนนในการประเมินต่ำกว่าประเทศที่มีความเป็นเลิศอย่างสิงคโปร์ และมาเลเซีย โดยเฉพาะสาธารณูปโภคพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีซึ่งการศึกษาได้พบปัญหาของระบบสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยหลายประเด็นทั้งความไม่ทันต่อเวลา ความถูกต้องของข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูลในกิจกรรมจำกัด และลักษณะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองที่ทำให้ผู้ประกอบการไม่เห็นความจำเป็นของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยในการพัฒนาศักยภาพของการให้บริการ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เสนอว่าตัวแบบและกลุ่มข้อมูลที่ใช้ในกลุ่มผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มควรมีความแตกต่างกันตามลักษณะ



ของผู้ประกอบการแต่ละกลุ่ม ในขณะที่การพัฒนาด้านโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวควรให้ความสำคัญกับปัจจัยทางกายภาพอันได้แก่ สิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและป้ายประชาสัมพันธ์ที่เป็นรูปแบบสากลในสถานบริการ ความสะอาดและมาตรฐานด้านความปลอดภัยของยานพาหนะ และความพร้อมของบุคลากรผู้ให้บริการ รวมถึงการพัฒนาในเรื่องการบริการในด้านความเชื่อถือได้ของบริการ และความตรงต่อเวลาเป็นสำคัญ

ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

1. จากการศึกษาในส่วนของนโยบาย ซึ่งพบว่านโยบายการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีช่องว่างหลายประเด็นดังกล่าวไปแล้วข้างต้น ทั้งนี้เพื่อลดช่องว่างของนโยบายดังกล่าวภาครัฐควรสร้างร่วมมือในการจัดทำแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชื่อมโยงกันระหว่างประเทศสมาชิกอื่นในอาเซียนอย่างเป็นรูปธรรม ทั้งนี้อาจจำเป็นต้องมีการปรับเปลี่ยนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวฉบับปัจจุบัน โดยเพิ่มเติมในประเด็นการสร้างความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียน เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์อาเซียนที่ต้องการให้นักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวมากกว่า 1 ประเทศในการท่องเที่ยวแต่ละครั้ง ทั้งนี้ประเทศไทยควรใช้จุดแข็งด้านทำเลที่ตั้งในการสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวในประเภทการท่องเที่ยวที่ประเทศไทยมีศักยภาพเชื่อมต่อกับประเทศเพื่อนบ้านที่มีศักยภาพและมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน และควรมีการระบุถึงทิศทางการส่งเสริมกลุ่มการท่องเที่ยวที่ชัดเจนตามศักยภาพของประเทศไทย

2. ภาครัฐควรเพิ่มความเข้มงวดต่อการกำหนดมาตรฐานและความปลอดภัยทางการท่องเที่ยว เนื่องจากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าความก้าวหน้าของโครงการยังมีไม่มากนัก โดยเฉพาะประเด็นด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว ที่พบว่านักท่องเที่ยวหลายรายต้องเผชิญกับความเสี่ยงต่อชีวิต และทรัพย์สินในหลายเหตุการณ์ และการสะท้อนกลับจากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องการให้ภาครัฐให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ทั้งนี้การประชาสัมพันธ์ที่ผ่านมาอาจยังไม่มีพลังในการจูงใจ หรือเปลี่ยนความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ หรือการขาดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างจริงจังให้ตรงตามภาพลักษณ์ที่หน่วยงานทางการท่องเที่ยวทำการประชาสัมพันธ์ และตรงตามความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก็เป็นเรื่องสำคัญในการจูงใจให้นักท่องเที่ยวซึ่งเคยเดินทางมาท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และเกิดการบอกต่อ ดังนั้นนอกจากการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวแล้ว การพัฒนาปรับปรุง และรักษาภาพลักษณ์อันดีของสถานที่ท่องเที่ยวก็ควรถูกบรรจุไว้ในแผนการดำเนินงานของภาครัฐอย่างจริงจังอีกด้วย

3. ภาครัฐควรร่วมมือกันกับกระทรวงศึกษาธิการในการพัฒนาหลักสูตรที่ตอบสนองต่อตลาดแรงงาน เพื่อให้แรงงานที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรมมีทักษะที่ตรงตามสายงานและความต้องการของผู้ประกอบการ ขณะเดียวกันผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงานซึ่งได้มีโอกาสเรียนรู้และปฏิบัติงานในสายงานมาก่อนในขณะกำลังศึกษามีความมั่นใจต่อการทำงานในสายงานต่อไปในอนาคต



4. ในประเด็นการนำระบบข้อมูลสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการในกิจกรรมของผู้ประกอบการเอกชนนั้น พบว่าผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มไม่ได้เห็นว่าเป็นปัญหาในปัจจุบัน หากแต่พบว่าการจัดเก็บข้อมูลทางสถิติโดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักในแต่ละช่วงเวลา เป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการต่างๆ มองว่าเป็นการเพิ่มงานและผู้ประกอบการบางรายก็ไม่ได้ให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง เนื่องจากเกรงปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งหรือไม่ได้อาจจะเปิดเผยข้อมูลทั้งหมด ซึ่งทำให้กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากมุมมองของผู้ประกอบการ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรหาแนวทางที่จะพัฒนาและปรับปรุงการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยมุ่งเน้นให้เกิดกระบวนการที่ง่ายสะดวกและมีประสิทธิภาพ และให้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์และทันต่อเวลากับผู้ประกอบการต่างๆ ให้มากที่สุด



บรรณานุกรม

- แก้วตา โรหิตร์ตนะ และคณะ. (2013). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเปรียบเทียบนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย และสมาชิกประเทศอาเซียนตามกรอบประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC 2015)*.
- ฉลองศรี พิมลสมพงศ์. (2005) *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นครินทร์ สัทธรรมนวงศ์ และคณะ. (2013). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพการบริการระบบขนส่งสาธารณะสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย*.
- เมธา ขานี (2001). *แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว: ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย*. ระดับวิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และการเงินระหว่างประเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศรีสมรัก อินทุจนทรัพย์ และคณะ. (2013). *รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย*.
- Alford, P. (2005). *A framework for mapping and evaluating business process costs in the tourism industry supply chain*. In A. J. Frew (Ed.), *Information and communication technologies in tourism 2005*. Vienna: Springer Verlag.
- Chaitip, P. and Rangaswamy, N. and Chaiboonsri C. (2006). *VECM Model and Modeling International Tourism Demand in Thailand*. In: *Proceedings of The 7th Asia Pacific Industrial Engineering and Management Systems Conference*. Bangkok, Thailand, December 17-20, 2006.
- Halicioglu, F. (2004) *An ARDL Model of International Tourist Flows to Turkey*. *Global Business and Economics Review 2004 Anthology*, p.614-624.
- Jafari, J. (1974). *The components and nature of tourism: The tourism market basket of goods and services*. *Annals of Tourism Research*, Vol. 1,no. 3, p. 73-89.
- Johnston, R. and Clark, G. 2008. *Service Operations Management: improving Service Delivery*. London, Prentice Hall.



- Kandampully, J. (2000). "The impact of demand fluctuation on the quality of service: a tourism industry example", *Managing Service Quality*, Vol.10, p.10 – 19.
- Kampala, R. *New-Product Development in Tourism Companies – Case studies on Nature-based Activity Operations*, 10th Nordic Tourism Research Symposium. Finland, October 18-20 2001.
- Lambert, M.D. and Cooper, M.C. (2000). "Issues in Supply Chain Management". *Industrial Marketing Management*. Vol. 29, p. 65–83.
- March, R., and Wilkinson, I. (2009). "Conceptual tools for evaluating tourism partnerships." *Tourism Management*. Vol. 30, p. 455-462.
- Parasuraman, Zeithaml, and Berry (1985) *A conceptual model of service quality and its implications for future research*. Journal of marketing 49(4) Fall. 41-50.
- Pender, L. and Sharpley, R. (2005). *The Management of Tourism*. London: SAGE Publications Ltd.
- Piboonrungrroj, P. and Disney, S.M. *Tourism Supply Chains: A Conceptual Framework, Exploring Tourism III: Issue in PhD Research*. In: Proceeding of the PhD Networking Conference, July 2009. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute.
- Song, H. Witt, SF. and Li, G. (2003) "Modeling and forecasting the demand for Thai tourism." *Tourism Economics*, Vol.9, no.4, p.363 - 387.
- Tapper, R. and Font, X. (2004). "Tourism supply chains". *Report of a desk research project for the travel foundation* .p. 23. Leeds Metropolitan University.
- UNWTO. (2012). *UNWTO Tourism Highlights, 2012 Edition*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition>. เมื่อวันที่ 7 สิงหาคม 2012.
- World Economic Forum. (2012). *The ASEAN Travel & Tourism Competitiveness Report 2012*. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_ASEAN_Report_2012.pdf เมื่อวันที่ 8 มกราคม 2013.



Zhang, Y. and Murphy, P. (2009) 'Supply-chain considerations in marketing underdeveloped regional destinations: A case study of Chinese to Goldfields region of Victoria. *Tourism Management*, Vol. 30, No. 2. p. 278-287.