



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ของประเทศไทย

โดย รองศาสตราจารย์ ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง และคณะ

กรกฎาคม 2556

สัญญาเลขที่ RDG5550064

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

คณะผู้วิจัย	สังกัด
1. รองศาสตราจารย์ ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
2. อาจารย์ ดร. ลัดดาวัลย์ แก้วกิติพงษ์	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
3. อาจารย์ ดร. ปิเตอร์ รักธรรม	มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ชุดโครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่ม
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย วช. สกว. ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

บทสรุปผู้บริหาร

แผนงานวิจัยเรื่อง โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย เป็นแผนงานวิจัยภายใต้โครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีวัตถุประสงค์หลักอยู่ 4 ข้อคือ 1) เพื่อศึกษาและสร้างความเข้าใจในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย (Tourism Supply Chain) ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน 2) สามารถระบุปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยได้ 3) เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและนโยบายด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในภูมิภาคอาเซียน เพื่อนำมาวางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต และ 4) เพื่อนำเสนอแนวทางและนโยบายในการเพิ่มความสามารถการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยและรองรับกับการที่ประเทศไทยจะเป็นหนึ่งในประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558 โดยงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นที่จะตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1 และ 2 ในส่วนของการทำความเข้าใจระบบโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยและปัญหา อุปสรรค ที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทย โดยประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ด้วยภาวะการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยซึ่งไม่เพียงสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศโดยตรงจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แต่ยังส่งผลกระทบในเชิงมูลค่าเพิ่มซึ่งอยู่ในรูปของการจ้างแรงงานและผลตอบแทนจากการผลิตต่างๆ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเกือบ 1.2 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 13% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐต้องให้ความสำคัญในการสนับสนุนและพัฒนาทั้งระบบสาธารณูปโภคต่างๆ และโครงสร้างในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสำหรับรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สูงขึ้น อย่างไรก็ตามการนำแนวความคิดทางด้านการจัดการโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก และยังไม่มีผู้ให้ความสำคัญในการศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจัง

จากความสำคัญและสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงตั้งคำถามขึ้นว่า ลักษณะเฉพาะของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเป็นอย่างไร ปัจจัยหรือองค์ประกอบใดที่ควรนำมาบริหารจัดการอย่างเป็นรูปแบบและมีการเชื่อมโยงกันอย่างไร เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดประสิทธิภาพ ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้สูงสุด

จากการทบทวนวรรณกรรมและการสัมภาษณ์และศึกษาการปฏิบัติงานจริงในธุรกิจด้านการท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยจัดกลุ่มผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวออกเป็น 6 กลุ่ม ได้แก่ โรงแรมและที่พัก ตัวแทนการท่องเที่ยว หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม ธุรกิจและบริการ

ด้านอาหาร และธุรกิจการเดินทาง ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 6 กลุ่มนี้ถือเป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลัก (Main Stakeholders) ของระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการพึ่งพิงกันสูงไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของการส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กันหรือการร่วมมือกันเพื่อสร้างบริการที่ครบวงจร ทั้งนี้เนื่องมาจากลักษณะของสินค้าประเภทการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าที่มีองค์ประกอบจากบริการหลายอย่างทั้งบริการการเดินทาง บริการที่พัก บริการร้านอาหาร ดังนั้นการพึ่งพิงกันในลักษณะดังกล่าวจะคงอยู่ไปในลักษณะนี้โดยยากที่จะเปลี่ยนแปลง ซึ่งลักษณะความสัมพันธ์เช่นนี้ก่อให้เกิดความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเป็นจำนวนมาก แต่การใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยนั้นทำได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ยังติดปัญหาที่มาจากลักษณะการทำงานปกติคือ การเดินทางไปพบลูกค้าในที่ต่างๆ ของพนักงานขาย และ ความต้องการทราบข้อมูลที่รวดเร็วของนักท่องเที่ยว ทำให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเช่นอีเมล นั้นเกิดความล่าช้า ซึ่งถือเป็นปัญหาหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับปัญหาด้านการจัดการข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ นอกจากนี้ในด้านนี้ งานวิจัยนี้ได้ชี้ให้เห็นถึงประเด็นปัญหาที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหลักๆ อีก 2 ด้านคือ ปัญหาจากลักษณะการทำงานในบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ ปัญหาอันเนื่องมาจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยและความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมนี้สามารถที่จะร่วมมือกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาของอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อให้ได้เข้าใจถึงภาพรวมของการประสานงานกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียหลัก และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้เสียแต่ละราย ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลเป็นอย่างมาก ดังนั้นหากการแลกเปลี่ยนหรือส่งต่อข้อมูลระหว่างกันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างสิ้นไหลและมีประสิทธิภาพ ก็จะส่งผลดีต่อทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรม

ในการศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้จัดทำการศึกษาแบบกลุ่ม (Focus group) กับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ โรงแรมและที่พัก ตัวแทนการท่องเที่ยว หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม ธุรกิจและบริการด้านอาหาร และธุรกิจการเดินทาง ใน 3 แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และสมุย นอกจากนี้ยังได้มีการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ

จากการศึกษา พบว่า ผู้มีส่วนได้เสียหลักแบ่งเป็น 6 กลุ่มตามที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น และกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดคือ โรงแรม และตัวแทนการท่องเที่ยว โดยปัญหาที่ผู้ประกอบการเหล่านี้มักประสบในการบริหารจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 3 ด้านคือ ปัญหาด้านการจัดการข้อมูล ข่าวสาร และความรู้ ปัญหาจากลักษณะการทำงานในบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และปัญหาอันเนื่องมาจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้วิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบข้อมูลโดยรวบรวมและจัดกลุ่มข้อมูลตามประเภทของธุรกิจและความต้องการใช้งานข้อมูลในการบริหารจัดการโซ่อุปทานของธุรกิจแต่ละกลุ่ม

Abstract

This research was strongly influenced by the need of developing an information exchange model where all relevance stakeholders within the Thailand tourism supply chain can effectively and efficiently collaborate with one another. Since information exchanges between stakeholders can promote sustainable growth and vastly reduce transaction cost within the tourism industry, it is pertinent to design an information exchange model where all stakeholders can benefit from such model.

The researchers collected our data by conducting focus groups with the six relevance stakeholders from 3 of the most popular provinces for tourist; Bangkok, Chiangmai and Suratthani (Samui Island). The six stakeholder groups are consists of 1) Hotel and accommodation, 2) Travel agents, 3) Tourism government agents, 4) Recreational activities companies, 5) Food and restaurant and 6) Transportation companies. In addition, the researchers also conduct in-depth interview with business owners and executives from each stakeholders as well.

The researchers concluded that there are only 2 groups within the tourism supply chain that extensively share relevance information with one another. These two groups are Hotel accommodation and travel agents. In addition, The lack of effective collaboration between other stakeholders within the value chain can be contribute from 1) Asymmetric information amongst the 6 stakeholders, 2) the complicated context and cultural complexity and 3) the rapid changes of the information technology that contribute to the information exchanges and collaboration amongst all stakeholders. The researchers also analyzed and develop an Thai tourism information exchange model by accumulating all stakeholders and their needs of information within the tourism supply chain.

สารบัญ

บทที่ 1	1
1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
บทที่ 2	4
2.1 ทฤษฎีและกรอบแนวความคิดของการวิจัย	4
2.2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	8
บทที่ 3	15
3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ	16
3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการเก็บข้อมูล	17
3.3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์และเสวนากลุ่มงานวิจัย.....	19
3.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล	20
บทที่ 4	22
4.1 กรอบของระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	22
4.2 ตัวแบบระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย.....	23
4.3 ปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของประเทศไทย	33
4.4 ตัวแบบข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	35
บทที่ 5	50
5.1 สรุปผลการศึกษา	50
5.2 ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ	55
5.3 ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี	56
5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย	57
5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต	58

บรรณานุกรม.....	59
ภาคผนวก 1 รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มย่อย แนวทางและปัญหาในการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว กรุงเทพฯ	63
ภาคผนวก 2 รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มย่อย แนวทางและปัญหาในการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่.....	71
ภาคผนวก 3 รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มย่อย แนวทางและปัญหาในการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว จังหวัดสุราษฎร์ธานี.....	79
ภาคผนวก 4 รายละเอียดการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญ.....	88
ภาคผนวก 5 ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์กิจกรรมที่วางแผนไว้กับกิจกรรมที่ได้ดำเนินการและผลที่ได้รับ.....	91
ภาคผนวก 6 สำเนาหนังสือเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการเสวนากลุ่ม.....	96
ภาคผนวก 7 แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	98
ภาคผนวก 8 ตารางสรุปการสำรวจข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ.....	103

สารบัญรูปภาพ

รูปที่ 2.1-1 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว (TOURISM) การต้อนรับ (HOSPITALITY) และการเดินทาง (TRAVEL)	4
รูปที่ 2.1-2 องค์ประกอบและความเชื่อมโยงในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	5
รูปที่ 2.1-3 ลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความเชื่อมโยงกับประเด็นในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว.....	6
รูปที่ 2.1-4 ความสัมพันธ์ระหว่าง IT และ โซ่อุปทานการท่องเที่ยว	7
รูปที่ 3.1-1 ขั้นตอนในการพัฒนากรอบแนวคิดและแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย.....	17
รูปที่ 4.1-1 THE SUPPLY CHAIN PROCESS.....	22
รูปที่ 4.2-1 ร่างตัวแบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	24
รูปที่ 4.2-2 เครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการหลักทั้งหมดและนักท่องเที่ยว.....	27
รูปที่ 4.2-3 การส่งต่อข้อมูลและสินค้า/บริการ.....	28
รูปที่ 4.4-1 ความสัมพันธ์ในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย.....	39
รูปที่ 4.4-2 ความสัมพันธ์ในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักและผู้มีส่วนได้เสีย.....	41
รูปที่ 4.4-3 ความสัมพันธ์ในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางและผู้มีส่วนได้เสีย	43
รูปที่ 4.4-4 ความสัมพันธ์ในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และผู้มีส่วนได้เสีย	45
รูปที่ 4.4-5 ความสัมพันธ์ในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว) และผู้มีส่วนได้เสีย	47

สารบัญตาราง

ตารางที่ 3.2-1 ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวของประเทศไทย	18
ตารางที่ 3.3-1 แนวคำถามเพื่อการเสวนากลุ่ม	20
ตารางที่ 4.1-1 ความแตกต่างระหว่างห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตโดยทั่วไป กับ ห่วงโซ่ อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว.....	22
ตารางที่ 4.4-1 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ เสีย	40
ตารางที่ 4.4-2 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักและผู้มีส่วนได้ เสีย.....	..41
ตารางที่ 4.4-3 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางและผู้มีส่วนได้เสีย	43
ตารางที่ 4.4-4 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และผู้มีส่วนได้เสีย	45
ตารางที่ 4.4-5 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว) และผู้มีส่วนได้เสีย	47

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญ และที่มาของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจัดเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทย โดยประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากรายได้ 367,380.36 ล้านบาท ในปีพ.ศ.2548 เป็น 585,961.80 ล้านบาท ในปีพ.ศ.2553 ซึ่งเพิ่มขึ้นถึง 59.50% หรือมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยปีละ 11.90% นอกจากนี้ยังพบว่า จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจาก 11,516,936 คน ในปี 2548 เป็น 15,841,683 คน ในปี 2553 โดยเพิ่มขึ้นถึง 37.45% หรือเพิ่มขึ้นเฉลี่ยปีละ 7.51%

สำหรับปีพ.ศ. 2554 คาดการณ์ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แม้ว่าภาคการท่องเที่ยวของไทยยังคงประสบกับปัจจัยลบ เช่น ภาวะการชะลอตัวทางเศรษฐกิจในสหรัฐอเมริกาและยุโรป ภัยธรรมชาติขนาดใหญ่ในต่างประเทศที่มีความถี่เพิ่มขึ้น ราคาน้ำมันในตลาดโลก การเก็บภาษีการโดยสารทางอากาศ (Air Passenger Duty) ในยุโรป สถานการณ์การเมืองภายในประเทศไทย และค่าเงินบาทที่มีแนวโน้มผันผวนรุนแรงกว่าปีที่ผ่านมาอย่างไรก็ตามปัจจัยดังกล่าวไม่ได้แตกต่างมากนักกับสถานการณ์ในปีพ.ศ. 2553 นอกจากนี้ปัจจัยบวกด้านการท่องเที่ยวของไทยก็ยังคงมีมาก โดยจำนวนนักท่องเที่ยวเอเชียจะยังคงขยายตัวต่อเนื่องตามภาวะเศรษฐกิจ เช่น จีน อินเดีย เกาหลีใต้ ตะวันออกกลาง และยุโรปบางประเทศ เช่น รัสเซีย สแกนดิเนเวีย ยุโรป ตะวันออก เป็นต้นและราคาสินค้า/บริการด้านการท่องเที่ยวของไทยที่ยังคงมีความคุ้มค่ากับการใช้จ่าย (Value of Money) สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ นอกจากนี้ UNWTO ยังคาดการณ์ว่า ในปี 2554 จำนวนนักท่องเที่ยวโลกจะขยายตัวประมาณ 4% ถึง 5% โดยภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกจะขยายตัวประมาณ 7% ถึง 9% (UNWTO, January 2011) ดังนั้นผลจากปัจจัยต่างๆ ดังกล่าวคาดว่า ในปี 2554 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศของไทยจะยังคงขยายตัวต่อเนื่องในอัตราที่ชะลอตัวจากปี 2553 โดยคาดว่าจะขยายตัวประมาณ 4.4% ถึง 5.0% หรือมีนักท่องเที่ยวประมาณ 16.5 - 16.6 ล้านคน(สำนักข่าวอินโฟเควสท์, 2554 อ้างจากนพ.มาร์ต มัสยวาณิช รองโฆษกประจำสำนักนายกรัฐมนตรี) และยังมีแนวโน้มการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (Business Monitor: Thailand Tourism Report Q2, 2011)

ด้วยภาวะการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งไม่เพียงสร้างรายได้มหาศาลให้กับประเทศโดยตรงจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว แต่ยังส่งผลกระทบในเชิงมูลค่าเพิ่มซึ่งอยู่ในรูปของการจ้างแรงงานและผลตอบแทนจากการผลิตต่างๆ เพื่อสนับสนุนอุตสาหกรรม

ท่องเที่ยว ซึ่งคิดเป็นมูลค่าเกือบ 1.2 ล้านล้านบาท หรือประมาณ 13% ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) (วิธาน เจริญผล ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน), 2553) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ภาครัฐต้องให้ความสำคัญในการสนับสนุนและพัฒนาทั้งระบบสาธารณูปโภคต่างๆ และโครงสร้างในการบริหารจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสำหรับรองรับการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องได้

การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องสร้างให้เกิดความน่าเชื่อถือ (confidential good) และเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องมีความเข้มข้นของข้อมูล (information-intensive industry) ที่ถูกต้องสูง เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างต้องการข้อมูลเพื่อวางแผนการท่องเที่ยว ทั้งที่เกี่ยวข้องกับการเดินทาง รายละเอียดของจุดหมายปลายทาง สถานที่พักอาศัย รูปแบบและการจัดตารางการท่องเที่ยว รวมถึงข้อมูลทางด้านค่าใช้จ่ายและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ส่งผลให้ความรวดเร็วและประสิทธิภาพของการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลและหน่วยต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการขาย การบริการ และการกระจายของหน่วยงานที่อยู่ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวสามารถแข่งขันได้ในสภาวะการแข่งขันปัจจุบัน

การจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการเชื่อมประสานการดำเนินธุรกิจตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานให้เป็นเอกภาพจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและกันและกำจัดส่วนเกินออกจากโซ่อุปทานตลอดสาย ทำให้โซ่อุปทานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น ด้วยต้นทุนที่ลดลง ส่งผลดีต่อแต่ละหน่วยธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการประยุกต์ใช้การจัดการโซ่อุปทานในหลายองค์กรหรือหลายอุตสาหกรรมล้วนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

อย่างไรก็ตามการนำแนวความคิดทางด้านการจัดการโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก และยังไม่มีความสำคัญในการศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างจริงจัง ในขณะที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเองมีหน่วยธุรกิจหรือหน่วยต่างๆที่เกี่ยวข้องเป็นจำนวนมาก อาทิ โรงแรม ผู้ผลิตสินค้าป้อนโรงแรม บริษัทนำเที่ยวตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบินหรือที่พัก บริษัทขนส่ง ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก ฯลฯ หากแต่ขาดการเชื่อมโยงและสอดคล้องประสานกันระหว่างหน่วยธุรกิจหรือหน่วยต่างๆ ดังนั้น เพื่อเป็นการยกระดับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีการจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น การนำแนวความคิดทางด้านการจัดการโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้จะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศอื่นๆทั่วโลก รวมทั้งยังเป็นการเตรียมความพร้อมกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งในประเทศไทยและในระดับโลก ซึ่งสอดคล้องกับ

เป้าหมายของแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ (พ.ศ. 2555-2559) ซึ่งต้องการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยเพิ่มขึ้นไม่น้อยกว่า 15 อันดับ หรือให้เป็น 1 ใน 5 ของทวีปเอเชียรวมถึงการเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นไม่น้อยกว่าร้อยละ 5

จากความสำเร็จและสิ่งที่เกิดขึ้นดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงตั้งคำถามขึ้นว่า ลักษณะเฉพาะของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทยนั้นเป็นอย่างไร ปัจจัยหรือองค์ประกอบใดที่ควรนำมาบริหารจัดการอย่างเป็นรูปแบบและมีการเชื่อมโยงกันอย่างไร เพื่อให้การบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทยเกิดประสิทธิภาพ ตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้สูงสุด และสามารถพัฒนาชุมชนใกล้เคียงกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ในประเทศไทยให้สามารถอยู่ได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างความเข้าใจถึงระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ของประเทศไทย
2. เพื่อสามารถระบุกลุ่มขององค์ประกอบ (Key Players) ที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย
3. เพื่อทำความเข้าใจถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการบริหารจัดการโซ่อุปทานขององค์ประกอบที่สำคัญ (Key Players) ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain)
4. สามารถระบุความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้อง และเป็นองค์ประกอบที่สำคัญ (Key Players) ในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยทั้งภายในและภายนอกโซ่อุปทาน
5. เพื่อใช้เป็นพื้นฐานอ้างอิงและเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

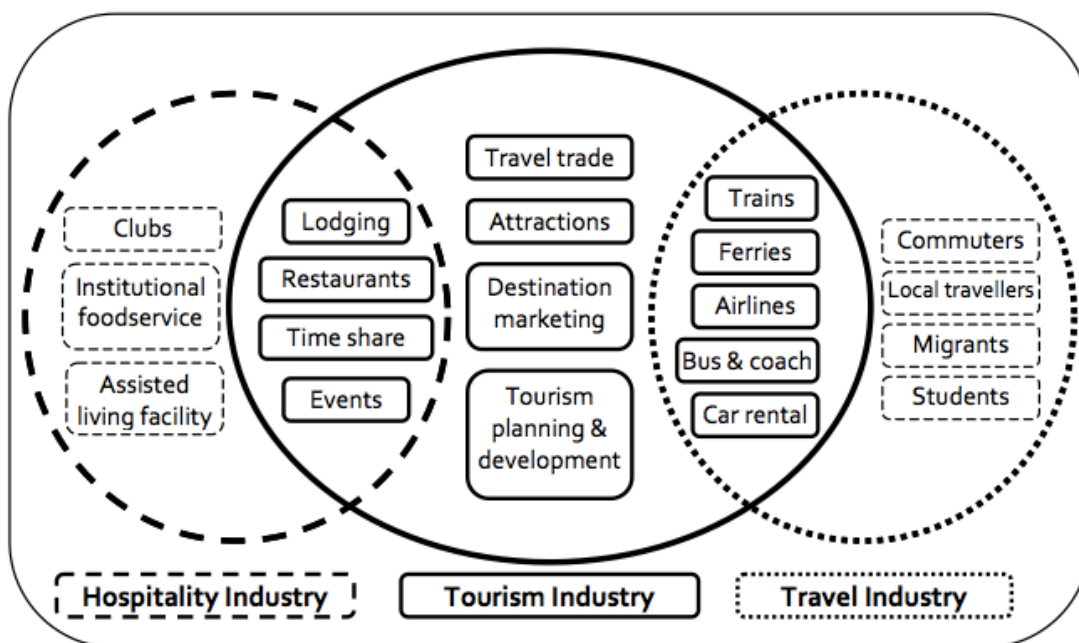
1. การศึกษาโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) เน้นในบริบทของการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. การศึกษาแหล่งข้อมูล(Business Entity) ในโซ่อุปทานและความต้องการของข้อมูลที่จำเป็น (Data Requirement) ในโซ่อุปทานในบริบทของการท่องเที่ยวในประเทศไทย

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรม

2.1 ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของการวิจัย

การพิจารณาบริบทของธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism) ยังคงมีความสับสนกับธุรกิจการต้อนรับ (hospitality) และธุรกิจเกี่ยวกับการเดินทาง (travel) อยู่เป็นอย่างมาก ซึ่งจุดประสงค์ของการให้บริการจากธุรกิจการต้อนรับและธุรกิจเกี่ยวกับการเดินทางนั้นส่วนหนึ่งเพื่อสนับสนุนธุรกิจท่องเที่ยว แต่อย่างไรก็ตามผู้ใช้บริการจากสองธุรกิจข้างต้นอาจไม่ใช่นักท่องเที่ยว (Piboonrungrroj and Disney, 2009) ซึ่งลักษณะความสัมพันธ์ของธุรกิจทั้งสามสามารถแสดงได้ดังรูปที่ 2.1-1

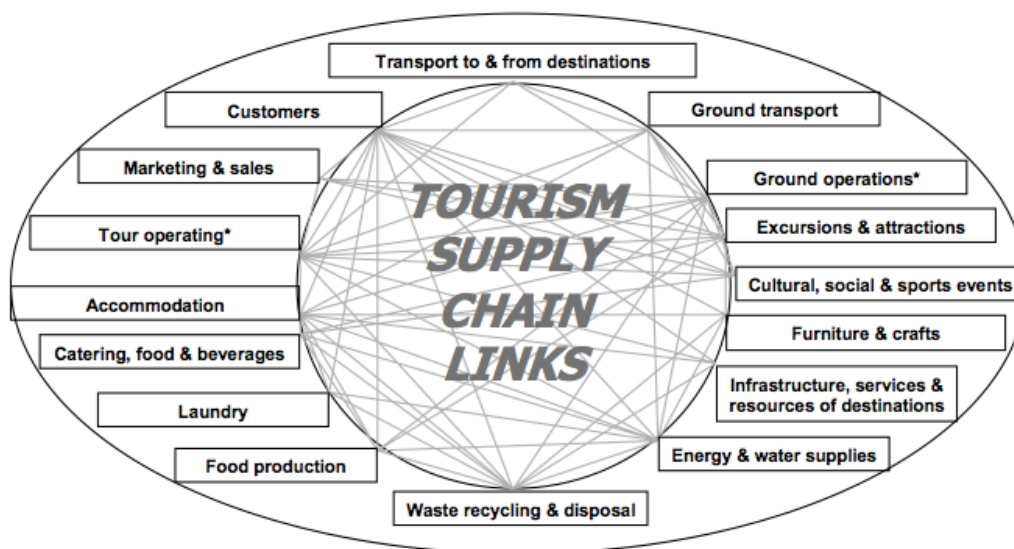


รูปที่ 2.1-1 ความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจท่องเที่ยว (Tourism) การต้อนรับ (hospitality) และการเดินทาง (travel)

ที่มา : Piboonrungrroj and Disney (2009)

ลักษณะของธุรกิจท่องเที่ยวตามการศึกษาข้างต้นประกอบไปด้วยปัจจัยที่หลากหลายทั้งที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง เช่น แหล่งท่องเที่ยว การค้าในแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น หรือปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของที่พักรับรอง อาหาร กิจกรรมงานต่าง ๆ ระบบขนส่งที่อำนวยความสะดวกประเภทของการเดินทางให้นักท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่ง Tapper

and Font (2004) ได้ระบุถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ไม่ได้มีแต่เพียงที่พัก การเดินทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวระยะสั้นเท่านั้น แต่ยังประกอบไปด้วยองค์ประกอบอื่น ๆ ที่เป็นส่วนสนับสนุนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวด้วย เช่น ร้านอาหาร บาร์ โรงงานทำอาหาร ร้านขายของที่ระลึก หน่วยงานกำจัดของเสีย หรือแม้แต่โครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ดังรูปที่ 2.1-2

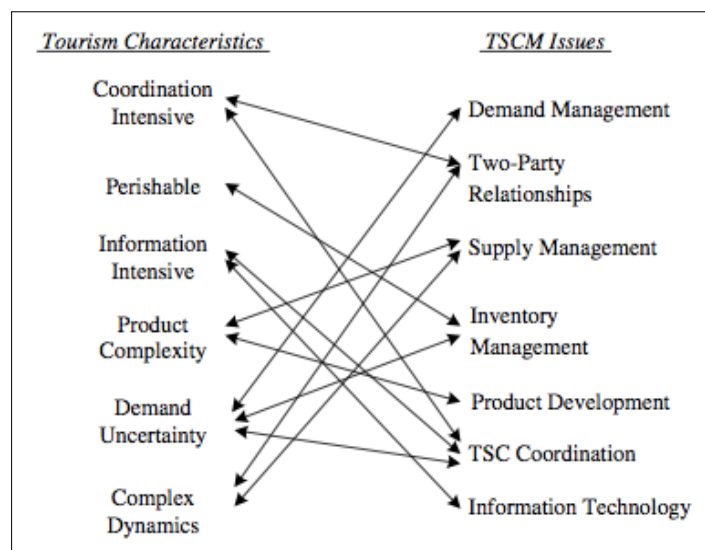


รูปที่ 2.1-2 องค์ประกอบและความเชื่อมโยงในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ที่มา : Tapper and Font (2004)

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

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

นอกจากการองค์ประกอบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่กล่าวมาซึ่งอยู่ในส่วนของอุปทาน (Supply Side) ที่ใช้ในการรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวแล้ว (Demand Side) Zhang, Song and Huang (2009) ได้ระบุถึงความสำคัญของการบริหารจัดการอุปสงค์ (Demand Management) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีผลต่อความไม่แน่นอนของอุปสงค์ (Demand Uncertainty) ที่เกิดขึ้นในอุตสาหกรรมนี้ซึ่งปัจจัยดังกล่าวเป็นหนึ่งในปัจจัยที่เป็นลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังรูปที่ 2.1-3



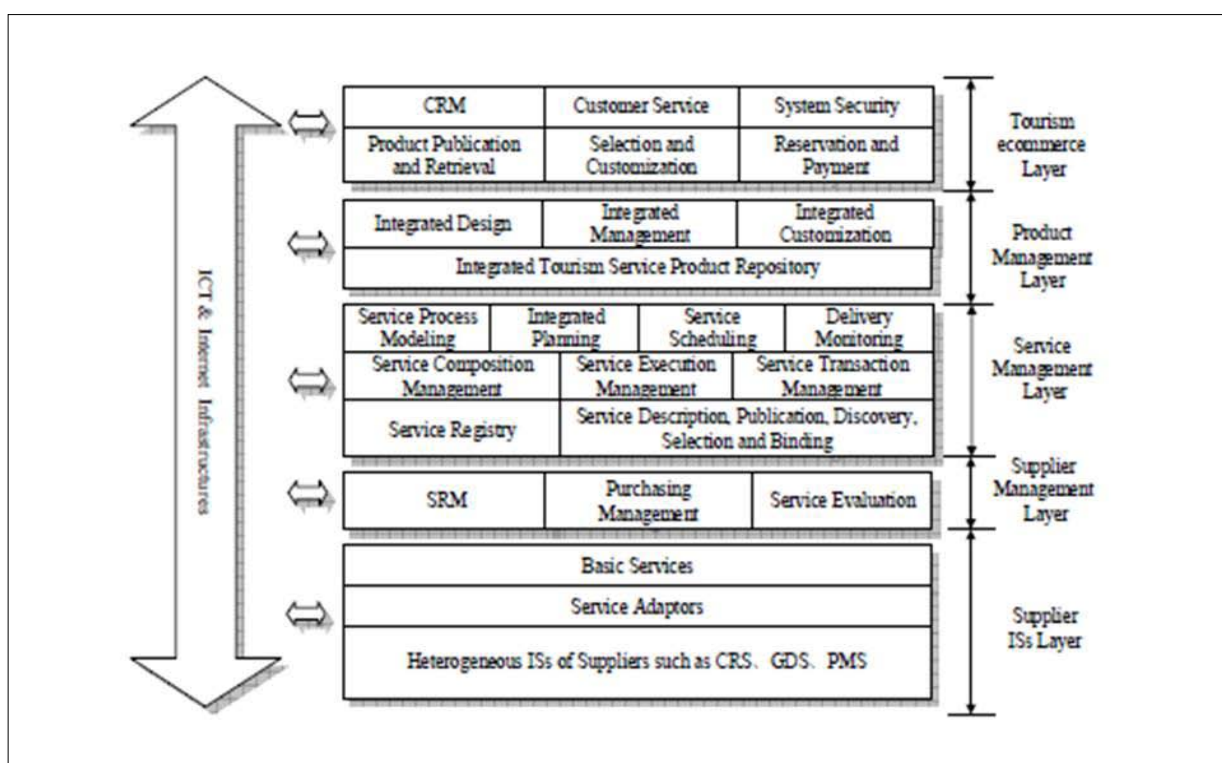
รูปที่ 2.1-3 ลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และความเกี่ยวข้องกับประเด็นในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว
ที่มา : Zhang, Song and Huang (2009)

จากรูปที่ 2.1-3 จะเห็นได้ว่าการจัดการทั้งด้านอุปสงค์และอุปทานในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวนั้นสิ่งที่จำเป็นและเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างยิ่งคือการสร้างความสอดคล้องและทำให้เกิดประโยชน์จากข้อมูล ข่าวสารที่ไหลเวียนในระบบได้อย่างเต็มที่ซึ่งจำเป็นต้องมีการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพอย่างไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ ระบบสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการวางแผนการท่องเที่ยว การขายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การหาลูกค้า ถือได้ว่าการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ต้องการใช้ข้อมูลที่เข้มข้นและมีประสิทธิภาพมากในทุกๆส่วนของโซ่อุปทาน (UNCTAD, 2007) ดังที่ดร. ศุภชัย พานิชภักดิ์ กล่าวไว้ความตอนหนึ่งว่า

"We firmly believe in the potential of integrating tourism and ICT. This fruitful combination can help reduce poverty, promote growth and assist developing countries in moving up the value chain

and assuming their rightful place in the global arena..." (UNCTAD SG, Malaysia, March 2007)

ดังนั้นอาจกล่าวได้ว่าระบบสารสนเทศเข้าไปมีบทบาทในทุกกิจกรรมและส่วนเชื่อมต่อในแต่ละกิจกรรมตลอดห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งระบบสารสนเทศเหล่านี้มักจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการให้บริการเป็นส่วนใหญ่ (Service-oriented architecture (SOA) ซึ่ง Xinyue (2007) ได้เสนอความสัมพันธ์ระหว่างระบบสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวดังรูปที่ 2.1-4 ซึ่งจากการศึกษาวรรณกรรมพบว่ายังมีความไม่เชื่อมต่อกันของข้อมูลทั้งในระนาบเดียวกัน และต่างระนาบอยู่อีกมาก (O'Connor and Frew (2001), Buhalis and Law (2008)



รูปที่ 2.1-4 ความสัมพันธ์ระหว่างเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และ ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว
ที่มา : O'Connor and Frew (2001), Buhalis and Law (2008)

จากกรอบแนวคิดของผู้เชี่ยวชาญในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประกอบไปด้วยองค์ประกอบที่หลากหลายและมีความเกี่ยวโยงกันอย่างซับซ้อน ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยระบบสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการอุปทานหรือปัจจัย (supplies) ที่ใช้ในการให้บริการหรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว เพื่อตอบสนองอุปสงค์หรือความต้องการของผู้ใช้บริการ (customer demands) ให้เกิดความพึงพอใจในประสบการณ์ที่ได้รับ โดยมุ่งหมายให้เกิดการยกระดับของความสามารถในการแข่งขันและเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2.2 การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

1. การจัดการด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Supply-side Management in Tourism Industry)

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่สร้างรายได้ให้แก่ประเทศไทย โดยในปี 2009 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยว 15,007.50 ล้านบาท หรือร้อยละ 1.5 ของ GDP (UNWTO, 2009) โดยอัตราการเจริญเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวและจำนวนนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี 2008 เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.6 และ ร้อยละ 6.6 ตามลำดับ (UNWTO, 2008) การบริหารจัดการการท่องเที่ยวจึงเป็นส่วนสำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยเฉพาะในการจัดการโซ่อุปทานที่สามารถสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันได้ (Christopher, 2005)

ลักษณะของอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความแตกต่างจากอุปทานของอุตสาหกรรมอื่น เนื่องจากการท่องเที่ยวไม่ได้เป็นภาคการผลิตหรือภาคการบริการอย่างชัดเจน (Page, 2009; Zhang and Murphy, 2009 อ้างใน Jafari, 1974). แต่เป็นการผสมผสานผลิตภัณฑ์ระหว่างสินค้ากับบริการ จึงทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความซับซ้อนมาก โซ่อุปทานการท่องเที่ยวประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้ให้บริการที่แตกต่างหลากหลาย และมีการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างมาก (March and Wilkinson, 2009) ดังนั้นการประสานงานกันในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงมีความเชื่อมโยงกันอย่างมาก

อุปทานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะถูกกำหนดโดยขีดความสามารถในการให้บริการจากทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ และเพื่อตอบสนองต่ออุปสงค์ (Demand) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Vellas and Becherel, 1995; Kim, 1996 อ้างใน Komppula, 2001) ทำให้เกิดผู้ให้บริการหรือผู้ขายสินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กิจกรรมการพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลาย ผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวประกอบไปด้วยหน่วยงานท้องถิ่น บริษัทเอกชน องค์กรท่องเที่ยว และผู้ให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน นอกจากนี้ยังมีผู้ให้บริการอื่นๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว เพื่อสร้างประสบการณ์ในการท่องเที่ยว และตอบสนองได้ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นอุปทานการท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกได้ 3 องค์ประกอบ คือ ผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว ที่พักอาศัย และโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยว เช่น ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ (Jafari, 1983 อ้างใน Piboonrunroj and Disney, 2009) องค์ประกอบทั้ง 3 สามารถที่จะเกิดขึ้นโดยพร้อมกันหรือไม่ก็ได้ และจะสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ดีอย่างสูงสุด (Pyo et al., 1991 อ้างใน Piboonrunroj and Disney, 2009)

ผลจากการศึกษาอุปทานการท่องเที่ยวสามารถแบ่งประเภทของอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เป็น 5 ประเภทหลัก ได้แก่

1. ทรัพยากรการท่องเที่ยว (Tourism Resources) เช่น ทรัพยากรธรรมชาติ และสถาปัตยกรรมสิ่งก่อสร้าง
2. โครงสร้างพื้นฐานของการท่องเที่ยว (Tourism Infrastructure) เช่น การคมนาคม โครงสร้างพื้นฐานของการสื่อสารโทรคมนาคม
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (Receptive Facilities) เช่น ที่พัก ร้านอาหารและเครื่องดื่ม
4. กิจกรรมการท่องเที่ยว (Tourists' Activities) เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกด้านความบันเทิง
5. การให้บริการการท่องเที่ยว (Tourism Reception Services) เช่น บริษัทนำเที่ยว บริษัทเช่ารถ มัคคุเทศก์

แนวคิดในการจัดการอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงระหว่างสินค้าและบริการต่างๆ ระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อลดความทับซ้อนของกระบวนการ นำไปสู่การพัฒนาการให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เมื่อพิจารณาถึงความสามารถและศักยภาพในการให้บริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย ประกอบกับการได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐบาลหรือองค์กรบริหารส่วนท้องถิ่น จะทำให้ผู้ให้บริการหรือผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยสามารถแข่งขันในภูมิภาคอาเซียน และเติบโตได้อย่างยั่งยืน

2. การจัดการด้านอุปสงค์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (*Demand-side Management in Tourism Industry*)

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

การศึกษาอุปสงค์การท่องเที่ยว โดยทั่วไปนิยมศึกษาข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย และการเพิ่มขึ้นของอุปทานการท่องเที่ยว ทั้งนี้อุปสงค์การท่องเที่ยวสามารถจำแนกได้เป็น 3 ลักษณะคือ 1) อุปสงค์ปัจจุบัน: นักท่องเที่ยวพร้อมเดินทาง 2) อุปสงค์ที่มีแนวโน้ม: นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มจะเดินทางแต่ขาดองค์ประกอบบางอย่าง และ 3) อุปสงค์ที่อาจเกิดขึ้น: ความต้องการท่องเที่ยวอยู่ในส่วนลึกของจิตใจทุกคน แต่ไม่มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว (ฉลองศรีพิมลสมพงศ์, 2005) การเพิ่มขึ้นหรือลดลงของอุปสงค์การท่องเที่ยว เกิดจากปัจจัยอันได้แก่ 1) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ 2) การเมือง 3) วิกฤตการณ์และอุปสรรค 4) การเปลี่ยนแปลงของประชากรศาสตร์ และ 5) เทคโนโลยี (Lohmann, 2004) โดยปัจจัยด้านเศรษฐกิจพบว่ามีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากที่สุด ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรด้านจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ, Gross Domestic Product - GDP, ราคาสินค้าและบริการ, ต้นทุนการเดินทางและ ความเสี่ยงของอัตราแลกเปลี่ยน (Chaitip et al., 2006) ทั้งนี้พบว่าตัวแปรด้านรายได้ที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยว (ใช้ข้อมูล GDP ของประเทศต้นทาง) เป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวมากที่สุด (Crouch, 1994 อ้างใน Halicioglu, 2004) สอดคล้องกับการศึกษาของ เมธา ขำนิ (2001) ว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวจะส่งผลให้อุปสงค์การท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น เช่นเดียวกับกรณีศึกษาของ Halicioglu (2004) ที่พบว่าตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่สุดต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังประเทศตุรกีคือ ระดับของรายได้ รองลงมาคือ ราคาเปรียบเทียบและต้นทุนในการเดินทาง

จากการที่อุปสงค์ของการท่องเที่ยวยังถูกมองว่ามีความซับซ้อนและไม่คงที่ ทำให้ยากต่อการตัดสินใจการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามบิน ทางยกระดับ เป็นต้น เพราะต้องขึ้นอยู่กับพยากรณ์อุปสงค์ หากปริมาณอุปสงค์ที่เกิดขึ้นจริงไม่สอดคล้องกับการลงทุน จะก่อให้เกิดต้นทุนจมที่สูง ดังนั้นการที่จะเข้าไปบริหารจัดการในอุปสงค์การท่องเที่ยว ต้องอาศัยความรู้เป็นอย่างมาก (Sigala, 2008; Lafferty and Fossen, 2001 อ้างใน Piboonrunroj 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) เช่นเดียวกับการศึกษาเรื่องอุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ใช้วิธีเชิงสถิติ และมีขอบเขตการศึกษาที่นักท่องเที่ยวต่างชาติและเน้นไปที่การวิเคราะห์หาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศเช่น การศึกษาของ Chaitip et al. (2006) พบว่าในระยะยาว GDP และ จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาประเทศไทย มีผลกระทบทั้งเชิงบวก (แปรผัน) และลบ (แปรผกผัน) ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย ในขณะที่ต้นทุนการเดินทาง อัตราแลกเปลี่ยนที่เกิดขึ้นจริง และความเสี่ยงในอัตราแลกเปลี่ยนมีผลกระทบเชิงลบ (แปรผกผัน) ต่อการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่มาประเทศไทย ในขณะที่ Song et al. (2003) มองต่างออกไปว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวไทยมากที่สุดคือ การบริโภคในอดีต (Habit Persistence) รวมถึงการบอกเล่าปากต่อปากส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่จะเลือกเดินทางมายังประเทศไทย

3. บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

การนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ส่งผลให้พฤติกรรมโครงสร้าง หน้าที และอุปสงค์ของอุตสาหกรรมเปลี่ยนแปลงไป (Buhalis and Law, 2008) หรืออาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศได้กลายเป็นปัจจัยพื้นฐานในการกำหนดกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Werthner and Ricci, 2004) และเป็นตัวขับเคลื่อนในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของกระบวนการในอุตสาหกรรม (Buhalis and Law, 2008) โดยไม่เพียงแต่เทคโนโลยีสารสนเทศจะช่วยนักท่องเที่ยวในการเลือกและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแต่เทคโนโลยีสารสนเทศยังเป็นเสมือนเครื่องมือสำหรับผู้ค้าในการพัฒนา จัดการ และกระจายผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวให้ไปทั่วโลก (Buhalis, 1998) หรืออาจกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศมีบทบาททั้งในการกำหนดอุปสงค์และอุปทานของอุตสาหกรรม

บทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศในด้านของอุปสงค์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลที่น่าเชื่อถือ และมีความถูกต้องเพื่อใช้ในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่เหมาะสมภายใต้ระยะเวลา และค่าใช้จ่ายที่น้อย (O'Connor, 1999) นอกจากนี้ยังมีส่วนช่วยในการเพิ่มคุณภาพของบริการ และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Buhalis and Law, 2008) โดยนักท่องเที่ยวต่างต้องการโต้ตอบกับผู้ค้าเพื่อเติมเต็มความต้องการพื้นฐานและความต้องการเฉพาะบุคคล (Morrison, Jing, O'Leary, and Lipping, 2001) เพื่อช่วยลดความเสี่ยง ความไม่แน่นอนในการเดินทาง และเพิ่มคุณภาพของการเดินทาง (Fodness and Murray, 1997) ซึ่งการมีข้อมูลและได้รับข้อมูลจำนวนมาก จะทำให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกของผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของตนเองได้มากยิ่งขึ้น (Buhalis and Law, 2008) หรือกล่าวได้ว่าเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเข้ามาเปลี่ยนวิถีของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน (Mill and Law, 2004) ดังนั้น

หน่วยต่างๆ ในอุตสาหกรรมจึงควรทราบและมีการเก็บรวบรวมข้อมูล รูปแบบ ทางเลือก พฤติกรรม และความกังวลของนักท่องเที่ยวในทุกๆ ระดับชั้นของการบริการ โดยคำนึงถึงความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวซึ่งขึ้นอยู่กับความถูกต้องและครบถ้วนของข้อมูล และความสามารถของผู้ค้าในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์

ในส่วนของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งประกอบด้วยผู้ผลิตและผู้ให้บริการที่หลากหลาย ทำการติดต่อสัมพันธ์กันอย่างมาก(March and Wilkinson, 2009; Zhang et al., 2009) การประสานกันภายในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีความเชื่อมโยงกันอย่างมาก เทคโนโลยีสารสนเทศได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงนี้ เช่น Global Distribution System (GDS) ที่เชื่อมต่อระหว่าง Computerized Reservation System (CRS) ของสายการบินต่างๆ และข้อมูลเกี่ยวกับห้องพักว่างของโรงแรมรายใหญ่จำนวนมากที่เป็นคู่ค้ากับสายการบินแต่ละราย ซึ่งทำให้ตัวกลางการท่องเที่ยวสามารถที่จะเชื่อมโยงข้อมูลเหล่านี้เข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น ระบบสารสนเทศเหล่านี้เป็นเพียงตัวอย่างหนึ่งของระบบสารสนเทศอีกจำนวนมากที่ได้เข้ามามีบทบาทในการจัดการโครงสร้างของข้อมูลสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวเพื่อสนับสนุนการสื่อสารทั้งภายในและภายนอกองค์กร (Buhalis, 2003)

ในปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวมีความก้าวหน้ามากขึ้นมาก และได้ช่วยให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการสามารถตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็ว และทำให้โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น กล่าวคือสามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้แก่ผู้ประกอบการ และทำให้การเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความถูกต้องและรวดเร็วมากขึ้นโดย

ข้อมูลด้านอุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะถูกประมวลผล จัดเก็บ แลกเปลี่ยนและเผยแพร่ระหว่างผู้ประกอบการ และนักท่องเที่ยว ผ่านโปรแกรมหรืออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวางแผนการท่องเที่ยวออนไลน์ (eTourism Planner) ถูกนำเสนอเพื่อให้ผู้ใช้ระบบสามารถสร้างแผนการเดินทางท่องเที่ยวได้ (Jakkilinki, Georgievski and Sharda, 2007) ผู้ให้บริการจะมีเว็บไซต์ของตนเองโดยมีเป้าหมายในการให้บริการสารสนเทศ (Livi, 2008) เทคโนโลยีเว็บไซต์ถูกนำมาใช้ในการประมวลผลระบบข้อมูลการท่องเที่ยว โดยให้ข้อมูลผ่านตัวอักษรและรูปภาพอย่างแพร่หลาย เพื่อให้คำแนะนำแก่นักท่องเที่ยว (Maedche and Staab, 2003) โดยผู้ประกอบการต้องมีการประสานงานหรือแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีข้อมูลที่ถูกต้อง ตรงต่อความต้องการ และทันต่อการใช้งานของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ทั้งนี้ระบบจะต้องถูกปรับปรุงเพื่อให้เกิดการพัฒนาการบริการและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอ

จากบทบาทสำคัญของเทคโนโลยีสารสนเทศต่อโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้งในด้านอุปสงค์และอุปทานประกอบกับความไม่แน่นอนของอุปสงค์การท่องเที่ยวที่ปรับเปลี่ยนตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนไปของโลก การเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยว ความหลากหลายของหน่วยต่างๆ ของอุปทานเป็นต้น ดังนั้นการจัดการเทคโนโลยีในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงจำเป็นต้องอาศัยระบบที่มีประสิทธิภาพ ซึ่ง**ระบบอัจฉริยะ (Intelligent System)** ได้ถูกนำมาใช้และสามารถสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากช่วยในการจัดเก็บและเตรียมข้อมูลความต้องการส่วนบุคคลและสถานการณ์ของผู้ใช้ สำหรับการนำระบบอัจฉริยะมาใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้น เดิมจะเน้นการศึกษาเรื่อง ระบบผู้เชี่ยวชาญ (Expert Systems) เพื่อการสนับสนุนการประกอบอาชีพต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Hruschka and Mazanec, 1990; Loban, 1997) สำหรับในปัจจุบันเรียกได้ว่าระบบอัจฉริยะที่ใช้ในการท่องเที่ยวเป็นเสมือนที่ปรึกษาการท่องเที่ยวแบบอัตโนมัติอย่างเต็มรูปแบบที่สามารถกำหนดข้อมูลความชอบของผู้ใช้ (User Preferences) และวางแผนความต้องการผู้ใช้ เช่นเดียวกับการค้นหาความรู้เฉพาะทางที่ถ่ายทอดด้วยการใช้เพียงปลายนิ้ว ทั้งยังสามารถให้คำแนะนำได้อย่างต่อเนื่องโดยประมวลผลจากข้อมูลตอบกลับ (Feedback) จากผู้ใช้งาน (Venturini and Ricci, 2006) นอกจากนี้ระบบอัจฉริยะยังช่วยในการพยากรณ์อุปสงค์การท่องเที่ยวซึ่งในการจะนำระบบมาใช้นั้นต้องมีความเข้าใจว่าขั้นตอนนั้นๆ กำลังสนับสนุนหน่วยหรือส่วนใดของโซ่อุปทานอยู่ อย่างไรก็ตามการได้มาซึ่งระบบอัจฉริยะจำเป็นต้องทราบถึงข้อมูลในทุกกิจกรรม ทุกขั้นตอน และทุกหน่วยภายในโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ต้องมีความถูกต้อง ครบถ้วน และทันต่อการนำไปใช้เพื่อให้ได้เทคโนโลยีสารสนเทศ และระบบอัจฉริยะที่มีประสิทธิภาพ และเกิดประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมอย่างมากที่สุด

แม้ว่างานวิจัยที่ผ่านมาจะมีการกล่าวถึงโซ่อุปทานซึ่งมักจะเป็นโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมการผลิตเป็นหลักการศึกษาโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมบริการยังมีอยู่เป็นสัดส่วนที่น้อยมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้และการจ้างงานสู่ชุมชนได้อย่างกว้างขวางอุตสาหกรรมหนึ่ง ความสำคัญของการท่องเที่ยวไทยได้ชัดเจนมากขึ้นเมื่อพิจารณาผลกระทบในเชิงมูลค่าเพิ่ม (value added) และการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติสำหรับการท่องเที่ยวไทยมีขนาดเทียบเคียงกับมูลค่าการส่งออกอุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า แต่สร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) และการจ้างงานมากกว่ามาก

นอกจากนั้นความก้าวหน้าและการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วของเทคโนโลยีทำให้รูปแบบของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป (Livi, 2008) ตั้งแต่เรื่องของการหาข้อมูล การวางแผน การจองที่พักและการเดินทาง ความเป็นอิสระในการจัดรูปแบบการท่องเที่ยว ซึ่ง Buhalis

and Law (2008) ได้รวบรวมวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบของเทคโนโลยีกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเอาไว้มากมาย

ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงนับเป็นการบุกเบิกในเรื่องการศึกษารูปแบบโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งนำไปสู่การกำหนดตัวแบบข้อมูลเพื่อรองรับโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในยุคข้อมูลข่าวสารที่สามารถเข้าถึงได้ทุกหนทุกแห่ง (Ubiquitous Era)

บทที่ 3

ระเบียบวิธีวิจัย

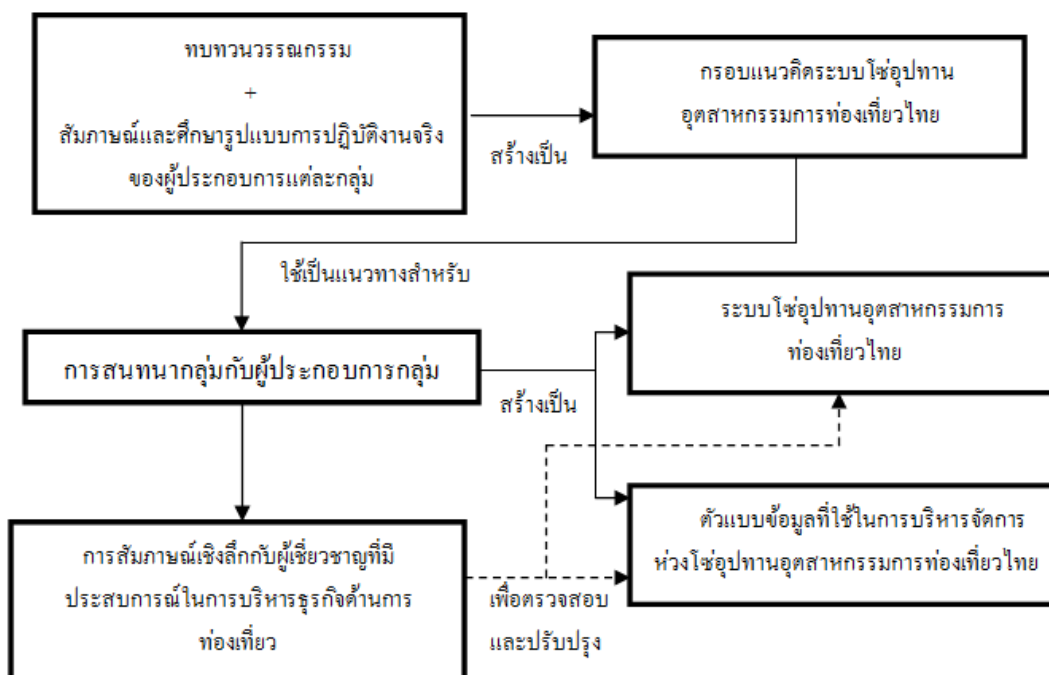
งานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและข้อมูลที่ไหลหรือถูกใช้งานอยู่ในระบบโซ่อุปทานนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้แบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนหลักดังนี้

- **ส่วนที่ 1** การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์และศึกษารูปแบบการปฏิบัติงานจริงของธุรกิจที่เกี่ยวข้องซึ่งแบ่งตามกลุ่มของผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ที่กำหนดได้จากการทบทวนวรรณกรรม
- **ส่วนที่ 2** การเสวนากลุ่ม (Focus Group) กับกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยคณะผู้วิจัยได้นำผลจากการสัมภาษณ์และปฏิบัติงานจริงในส่วนที่ 1 วิเคราะห์ร่วมกับผลการทบทวนวรรณกรรมทำให้สามารถแบ่งกลุ่มผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียออกเป็น 6 กลุ่มดังต่อไปนี้ 1) กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก (Hotel) 2) กลุ่มธุรกิจและบริการด้านอาหาร (Catering and Food Service) 3) กลุ่มธุรกิจการเดินทาง (Transportation) 4) กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม (Tourism Attraction and Activities) 5) กลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel Agencies and Tour Operators) และ 6) หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (Destination Marketing Organization)
- **ส่วนที่ 3** การสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (In-depth Interview) กับผู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการบริหารธุรกิจการท่องเที่ยวที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อขอความเห็นและนำความเห็นมาตรวจสอบและปรับปรุงห่วงโซ่อุปทานรวมทั้งตัวแบบข้อมูลที่พัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและการเสวนากลุ่ม

จากขั้นตอนการวิจัยหลักทั้ง 3 ส่วน จะเห็นได้ว่างานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ หัวข้อถัดไปในบทนี้จะกล่าวถึงความเหมาะสมในการเลือกวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากร การเลือกกลุ่มตัวอย่าง และการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยชิ้นนี้

3.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นที่จะศึกษาถึงลักษณะของระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยและตัวแบบข้อมูลสำหรับการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานดังกล่าว ซึ่ง Yin (1994, p.14) ได้ให้ความเห็นเกี่ยวกับประเภทงานวิจัยที่เหมาะสมกับงานวิจัยลักษณะนี้ไว้ว่า ผู้วิจัยควรเลือกใช้ประเภทงานวิจัยในเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Approach) การวิจัยเชิงคุณภาพจะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถที่จะทำความเข้าใจและอธิบายลักษณะเหตุการณ์ที่เหมาะสมกับบริบทหนึ่งๆ และอธิบายถึงเหตุผลความเป็นมาได้เชิงลึก ทั้งนี้ การวิจัยเชิงคุณภาพในงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่ใช้แนวทางการวิจัยแบบอุปนัย (Inductive) นั่นคือ ผู้วิจัยจะทำการพัฒนารอบทฤษฎีหรือแนวคิดต้นแบบ เพื่อจำกัดขอบเขตการวิจัยและจำกัดข้อมูลที่ต้องการค้นหามุ่งถึงการตีความข้อมูลดังกล่าว โดยกระบวนการทำงานคือ ผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลในบริบทที่จำกัด (Particular) จากเอกสารการสัมภาษณ์ และการสังเกตการณ์ เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวมาจัดเป็นระบบระเบียบ โดยการจัดเป็นกลุ่ม แบ่งแยกความแตกต่างและความเหมือนกันของข้อมูล และพัฒนาเป็นแนวคิดหรือทฤษฎีใหม่ๆ ที่สามารถประยุกต์ใช้ได้โดยทั่วไป จากการทบทวนวิจัยในอดีตที่กล่าวมาในบทที่ 2 ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมในอดีตและการสัมภาษณ์และเข้าศึกษารูปแบบการปฏิบัติงานจริงของผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่ม หลังจากได้ผลวิจัยเบื้องต้นแล้ว คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการเสวนากลุ่ม (Focus Group) กับผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในประเทศไทย หลังจากได้ผลวิจัยในส่วนนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้ทำการสัมภาษณ์เชิงลึกรายบุคคล (In-depth Interview) ต่อผู้เชี่ยวชาญเป็นจำนวน 11 ท่าน ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อเป็นการยืนยันต่อผลที่ได้มาจากการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาจากการทบทวนวรรณกรรมและการเสวนากลุ่มสรุปขั้นตอนในการพัฒนารอบแนวคิดและการเก็บข้อมูลสำหรับงานวิจัยปรากฏตามรูปที่ 3.1-1



รูปที่ 3.1-1 ขั้นตอนในการพัฒนารอบแนวคิดและแบบสอบถามสำหรับงานวิจัย

3.2 ประชากร กลุ่มตัวอย่างและการเก็บข้อมูล

เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้มุ่งเน้นที่จะทำความเข้าใจถึงลักษณะและปัญหาของระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย รวมถึงตัวแบบข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับการบริหารจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังนั้นประชากรที่คณะผู้วิจัยสนใจได้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยในทุกๆ กลุ่มธุรกิจ และทุกขนาด

สำหรับขั้นตอนการวิจัยทั้ง 3 ส่วน คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก (Convenient Sampling) เพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในส่วนที่ 1 คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์และสังเกตการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 4 ประเภท ได้แก่ โรงแรม ตัวแทนการท่องเที่ยว สายการบิน และ ธุรกิจการเดินทาง (รถทัวร์)

ในส่วนที่ 2 คณะผู้วิจัยได้แบ่งผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียออกเป็น 6 กลุ่มตามข้อมูลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมกับข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในส่วนที่ 1 และติดต่อไปยังผู้ประกอบการรายต่างๆ แบบสุ่มเพื่อหาผู้ที่ยินดีที่จะให้ข้อมูลในเชิงลึก และยินดีเข้าร่วมการเสวนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 96 แห่งซึ่งคาดหวังจำนวนผู้เข้าร่วมการเสวนาไว้ทั้งหมดที่ 150 คน ได้มี

ผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมเสวนากลุ่มทั้งหมด 69 แห่ง คิดเป็นร้อยละ 71.88 ของกลุ่มเป้าหมาย จำนวนผู้เข้าร่วมการเสวนากลุ่มทั้งหมด 99 คน คิดเป็นร้อยละ 66 ของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมการเสวนากลุ่มจำแนกตามกลุ่มธุรกิจทั้ง 6 กลุ่มปรากฏในตารางที่ 3.3-1

ตารางที่ 3.2-1 ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวของประเทศไทย

กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก	
โรงแรมในจังหวัดกรุงเทพ	2 โรงแรม
โรงแรมในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	5 โรงแรม
โรงแรมในจังหวัดเชียงใหม่	4 โรงแรม
กลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว	
ตัวแทนการท่องเที่ยวในจังหวัดกรุงเทพ	3 แห่ง
ตัวแทนการท่องเที่ยวในเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี	5 แห่ง
ตัวแทนการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	1 แห่ง
กลุ่มธุรกิจและบริการด้านอาหาร	
ผู้ประกอบการธุรกิจและบริการด้านอาหารในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	5 แห่ง
ผู้ประกอบการธุรกิจและบริการด้านอาหารในจังหวัดเชียงใหม่	9 แห่ง
หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	
หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	1 แห่ง
กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม	
ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมในจังหวัดกรุงเทพ	5 แห่ง
ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	5 แห่ง
ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมในจังหวัดเชียงใหม่	7 แห่ง
กลุ่มธุรกิจการเดินทาง	
ผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางในจังหวัดกรุงเทพ	6 แห่ง
ผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางในจังหวัดสุราษฎร์ธานี	1 แห่ง
ผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางในจังหวัดเชียงใหม่	10 แห่ง
รวมทั้งหมด	69 แห่ง

สำหรับงานวิจัยในส่วนที่ 3 เน้นที่การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญเพื่อขอความคิดเห็นเพิ่มเติม และสอบถามความถูกต้อง ครบถ้วนสมบูรณ์ของตัวแบบข้อมูลและระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่คณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์และพัฒนาขึ้น โดยในส่วน

สุดท้ายนี้คณะผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์กับผู้เชี่ยวชาญจากแต่ละกลุ่มธุรกิจทั้งหมด 5 กลุ่มจำนวน 11 หน่วยงานจากจำนวนหน่วยงานที่ตั้งเป้าหมายไว้ 15 หน่วยงานคิดเป็นร้อยละ 73.33 จากกลุ่มเป้าหมาย ประกอบไปด้วยหน่วยงานดังนี้

กลุ่มธุรกิจ	หน่วยงาน
หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
โรงแรมและที่พัก	โรงแรมทวินทาวเวอร์ Deevana Patong Resort & Spa สมาคมโรงแรมไทย
ตัวแทนการท่องเที่ยว	บริษัทชัยทัวร์
การท่องเที่ยวและกิจกรรม	บริษัท กรุงเทพมหานคร จำกัด (มหาชน) โรงละครไทยอลังการ พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ เมืองโบราณ และค่ายริมขอบฟ้ารีสอร์ท
การเดินทาง	บริษัท การบินไทย จำกัด

3.3 คำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์และเสวนากลุ่มงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงได้มาซึ่งคำถามเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและสารสนเทศซึ่งกันและกันของผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวในประเทศไทย อันจะสามารถนำไปสู่ผลของการวิจัยฉบับนี้ตัวแบบข้อมูลที่ใช้ในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวในประเทศไทยในประเทศไทยได้คำถามดังกล่าวมีรายละเอียดดังนี้ (ดังตารางที่ 3.4-2) โดยคำถามเหล่านี้เป็นคำถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในงานวิจัยส่วนที่ 1 และการเสวนากลุ่ม (Focus group) ในงานวิจัยส่วนที่ 2 ทั้งนี้คำถามเหล่านี้เป็นเพียงแนวคำถาม ซึ่งในการสัมภาษณ์และการทำเสวนากลุ่มในงานวิจัยทั้งสองส่วนนั้นได้มีการเพิ่มเติมคำถามตามความเหมาะสมและตามประเด็นที่ผู้ประกอบการกล่าวถึง สำหรับการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในส่วนสุดท้ายของงานวิจัยนั้นมุ่งเน้นไปที่การสอบถามถึงผลที่ได้จากการวิจัย และความครบถ้วนสมบูรณ์ของตัวแบบข้อมูลและระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ตารางที่ 3.-3-1 แนวคำถามเพื่อการเสวนากลุ่ม

คำถาม	อ้างอิง
การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม - ในฐานะที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีการติดต่อกับกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ มากน้อยแค่ไหน อย่างไร - ในฐานะที่เป็นกลุ่มผู้ประกอบการหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีกลุ่มธุรกิจอื่นๆ อีกหรือไม่ นอกเหนือจากที่กำหนดในกรอบที่ต้องติดต่อปฏิสัมพันธ์ (งานวิจัยมพันธุ์ด้วย)	Buhalis, D. (1998). Livi, E. (2008)
ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม - การติดต่อกับกลุ่มผู้ประกอบการอื่นๆ โดยส่วนใหญ่แล้วมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลอะไรกัน และมีการใช้งาน IT หรือ IS (ระบบสารสนเทศเข้ามาเกี่ยวข้องบ้างหรือไม่)	Christopher, M. (2005)
ปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม - ปัญหาหลักของการทำงานมีเรื่องอะไรบ้าง และปัญหาเหล่านี้แตกต่างกันหรือไม่ระหว่างผู้ประกอบการขนาดเล็ก กับผู้ประกอบการขนาดใหญ่ หรือ จะแตกต่างกันด้วยเกณฑ์ใดเป็นสำคัญ - เพื่อให้โครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยพัฒนาไปได้อย่างยั่งยืนและมีศักยภาพ ท่านคิดว่าควรจะต้องมีการแก้ปัญหาอะไรบ้าง (โดยเฉพาะปัญหาที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทานและการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานอื่น)	Christopher, M. (2005)

3.4 การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล

เนื่องจากงานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ดังนั้นกระบวนการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลคณะผู้วิจัยจึงได้ใช้การสอบทานจากความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสัมภาษณ์ในเชิงลึก ซึ่งเป็นการดำเนินงานในส่วนที่ 3 ตามที่ได้กล่าวมาแล้วข้างต้นเพื่อนำความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมาสอบทานกับผลการวิเคราะห์ที่เกิดจากการดำเนินงานในส่วนที่ 1 และ 2 รวมทั้งปรับปรุงตัวแบบของระบบโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในขั้นตอนสุดท้ายของงานวิจัย

นอกจากนี้ได้มีการสอบถามความสอดคล้องของข้อมูลที่ต้องการในการวางแผนการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงได้ทำการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวจำนวน 97 คน จาก 6 ภูมิภาค เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของตัวแบบข้อมูลที่น่าเสนอ

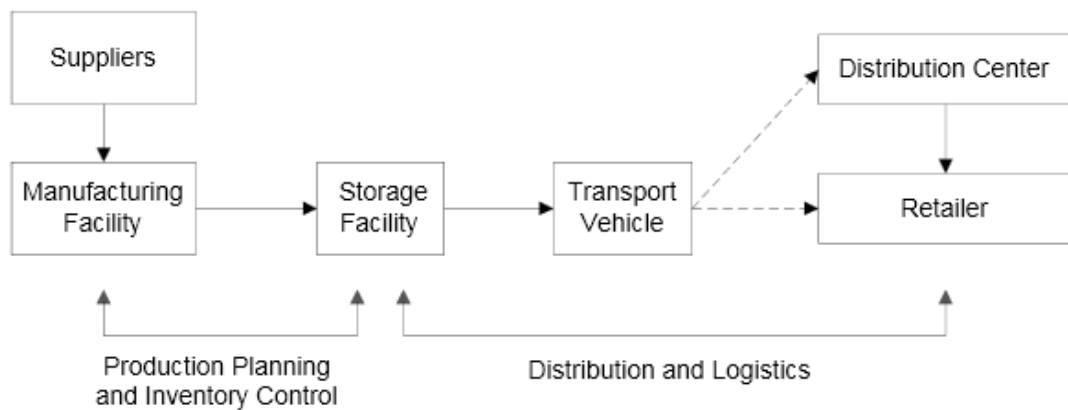
บทที่ 4

การวิเคราะห์ผลการศึกษา

4.1 กรอบของระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การออกแบบห่วงโซ่อุปทาน

Beamon (1998) อธิบายไว้ว่าห่วงโซ่อุปทานนั้นจะประกอบด้วย กระบวนการ (Process) หลักอยู่ 2 กระบวนการ ได้แก่กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการจัดการสินค้าคงคลัง และกระบวนการการขนส่งและกระจายสินค้าดังภาพที่ 4.1-1



รูปที่ 4.1-1 The supply chain process
ที่มา Beamon (1998)

ซึ่งหากพิจารณา 2 กระบวนการหลักจะพบความแตกต่างระหว่างห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตโดยทั่วไป กับ ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้

ตารางที่ 4.1-1 ความแตกต่างระหว่างห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการผลิตโดยทั่วไป กับ ห่วงโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

	อุตสาหกรรมการผลิตโดยทั่วไป	อุตสาหกรรมท่องเที่ยว
จุดเน้นในการผลิต	คุณภาพสินค้าที่ได้มาตรฐานบนต้นทุนสินค้าที่ต่ำที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้	บริการที่ดี เป็นที่ประทับใจ
การวางแผนการผลิตและควบคุมสินค้าคงคลัง	ลดคอขวดในสายการผลิต และต่อรองรับให้ได้วัตถุดิบคุณภาพดีในราคาต่ำ	ความรวดเร็วในการติดต่อคู่ค้าเพื่อผูกบริการต่างๆเข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองความต้องการ

	อุตสาหกรรมการผลิตโดยทั่วไป	อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
(Production Planning and Inventory Control)	ต้นทุนส่วนใหญ่อยู่ที่ต้นทุนการผลิตและการขนส่ง	ของลูกค้า ต้นทุนส่วนใหญ่อยู่ที่ต้นทุนในการรักษาความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel agent) และคู่ค้ารายอื่นๆ
	สินค้าคงคลังคือสินค้าที่ผลิตเสร็จแล้ว และจะต้องจัดการให้มีสินค้าคงคลังอยู่ในปริมาณที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าในแต่ละช่วงเวลา	สินค้าคงคลังได้แก่ จำนวนห้องพัก จำนวนที่นั่งของแต่ละเที่ยวบินหรือเที่ยวรถ ซึ่งไม่สามารถผลิตเพิ่มเพื่อเตรียมไว้สำหรับฤดูท่องเที่ยวที่มีความต้องการของลูกค้าสูงและลดปริมาณการผลิตลงได้เมื่อความต้องการลดลง
การกระจายและขนส่งสินค้า (Distribution and Logistics)	พยายามที่จะลดต้นทุนในการขนส่ง และทำให้การขนส่งสินค้าต่อ 1 เที่ยวมีประสิทธิภาพมากที่สุด	ไม่มีต้นทุนในเรื่องของการเคลื่อนย้ายบริการเนื่องจากลูกค้าจะเป็นผู้มารับบริการเอง

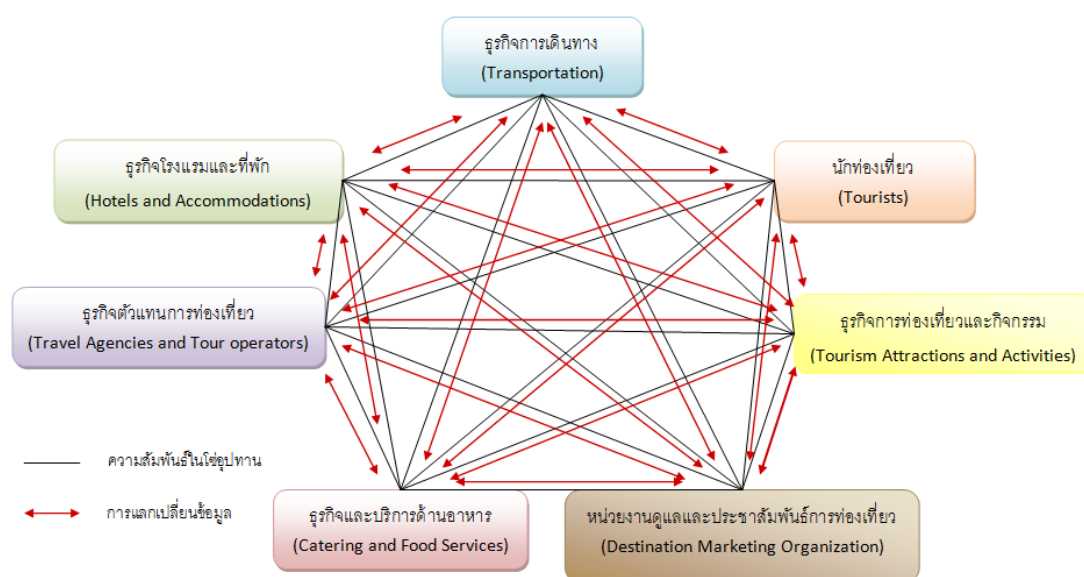
ดังนั้นในการวิเคราะห์และพัฒนาตัวแบบระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงให้ความสำคัญกับประเด็นหลักๆ ดังต่อไปนี้

- ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียในห่วงโซ่อุปทานในการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
- การแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และเทคโนโลยีสารสนเทศที่ใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูล
- ปัญหาในการแลกเปลี่ยนข้อมูลและการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการเป็นผู้มีส่วนได้เสียในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

4.2 ตัวแบบระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย

ในการศึกษาและจัดทำตัวแบบระบบโซ่อุปทานที่เหมาะสมกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยนั้นแบ่งออกได้เป็น 3 ส่วนหลัก ตามที่ได้กล่าวไปแล้วในส่วนหัวข้อระเบียบวิธีการวิจัย ในส่วนที่ 1 ซึ่งเน้นที่การทบทวนวรรณกรรมนั้น คณะผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาร่างตัวแบบระบบโซ่อุปทาน

ของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังรูปที่ 4.2-1 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์กันระหว่างผู้ประกอบการกลุ่มเป็นผู้มีส่วนได้เสียหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยที่จากการทบทวนวรรณกรรมนั้นคณะผู้วิจัยพบแต่เพียงว่า ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวผู้ประกอบการเป็นผู้มีส่วนได้เสียแต่ละกลุ่มมีความพึ่งพิงซึ่งกันและกัน และมีการเชื่อมโยงสินค้าหรือบริการจากหลากหลายกลุ่มในลักษณะที่ค่อนข้างซับซ้อน แต่มิได้แสดงให้เห็นถึงปัญหาและความเข้าใจถึงลักษณะเฉพาะของโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมนี้แต่อย่างใด



รูปที่ 4.2-1 ร่างตัวแบบระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการจัดเสวนากลุ่มซึ่งเป็นการดำเนินงานในส่วนที่ 2 ของการวิจัย ระหว่างผู้ประกอบการ 5 ประเภทได้แก่ กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก กลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว กลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม กลุ่มธุรกิจการเดินทาง และ กลุ่มธุรกิจและบริการด้านอาหาร (รายละเอียดเพิ่มเติมเกี่ยวกับการเสวนากลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ใน 3 จังหวัดได้แก่ กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ และ สมุย ปรากฏอยู่ในภาคผนวกที่ 1 2 และ 3 ตามลำดับ) คณะผู้วิจัยพบปัจจัยหรือประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดกรอบของระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย ดังนี้

1. **ขนาดของผู้ประกอบการแต่ละราย** ผู้ประกอบการกลุ่มเดียวกันก็อาจมีความแตกต่างกันในด้านขนาดของกิจการ ซึ่งส่งผลต่อรูปแบบการบริหารจัดการโซ่อุปทาน จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักขนาดเล็กมีจำนวนห้องไม่มากมีความต้องการพึ่งพิงผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวในระดับที่น้อยกว่าโรงแรมขนาดใหญ่ที่มีห้องพักจำนวนมาก ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมขนาดใหญ่มีความต้องการพึ่งพิงกับ

ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทาง และผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวมากกว่า กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ขนาดกลางและเล็ก ในขณะที่ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทาง และ กลุ่มธุรกิจและบริการด้านอาหารยังไม่ปรากฏผลที่มาจากขนาดของการประกอบการที่ต่างกันอย่างชัดเจน

2. **ลักษณะของการประกอบการ** ลักษณะของการประกอบการอาจจะส่งผลต่อรูปแบบความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการรายอื่นในห่วงโซ่ จากการศึกษาพบว่าผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวที่มีรถทัวร์และรถตู้เป็นของตนเองจะมีความต้องการพึ่งพิงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทางน้อยมาก ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักที่มีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเป็นกลุ่มผู้มาทำธุรกิจมีความต้องการพึ่งพิงและแลกเปลี่ยนข้อมูลกับกลุ่มผู้ประกอบการด้านอื่นๆน้อยมาก รวมทั้งแนวโน้มการขยายกิจการของผู้ประกอบการโดยมุ่งทิศทางไปยังกิจการอื่นๆในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวมีเพิ่มขึ้นเพื่อลดการพึ่งพิงกับผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจด้านอื่นๆ

3. **ลักษณะความต้องการของนักท่องเที่ยว** นักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มกับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เดินทางกันเอง นักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว นักท่องเที่ยวระดับไฮเอนด์ นักท่องเที่ยวในลักษณะของการมาศึกษาดูงาน นักท่องเที่ยวประเภทต่างๆ เหล่านี้จะมีความต้องการที่แตกต่างกัน และมีลักษณะของการติดต่อสื่อสารและ ความต้องการข้อมูลที่ไม่เหมือนกัน

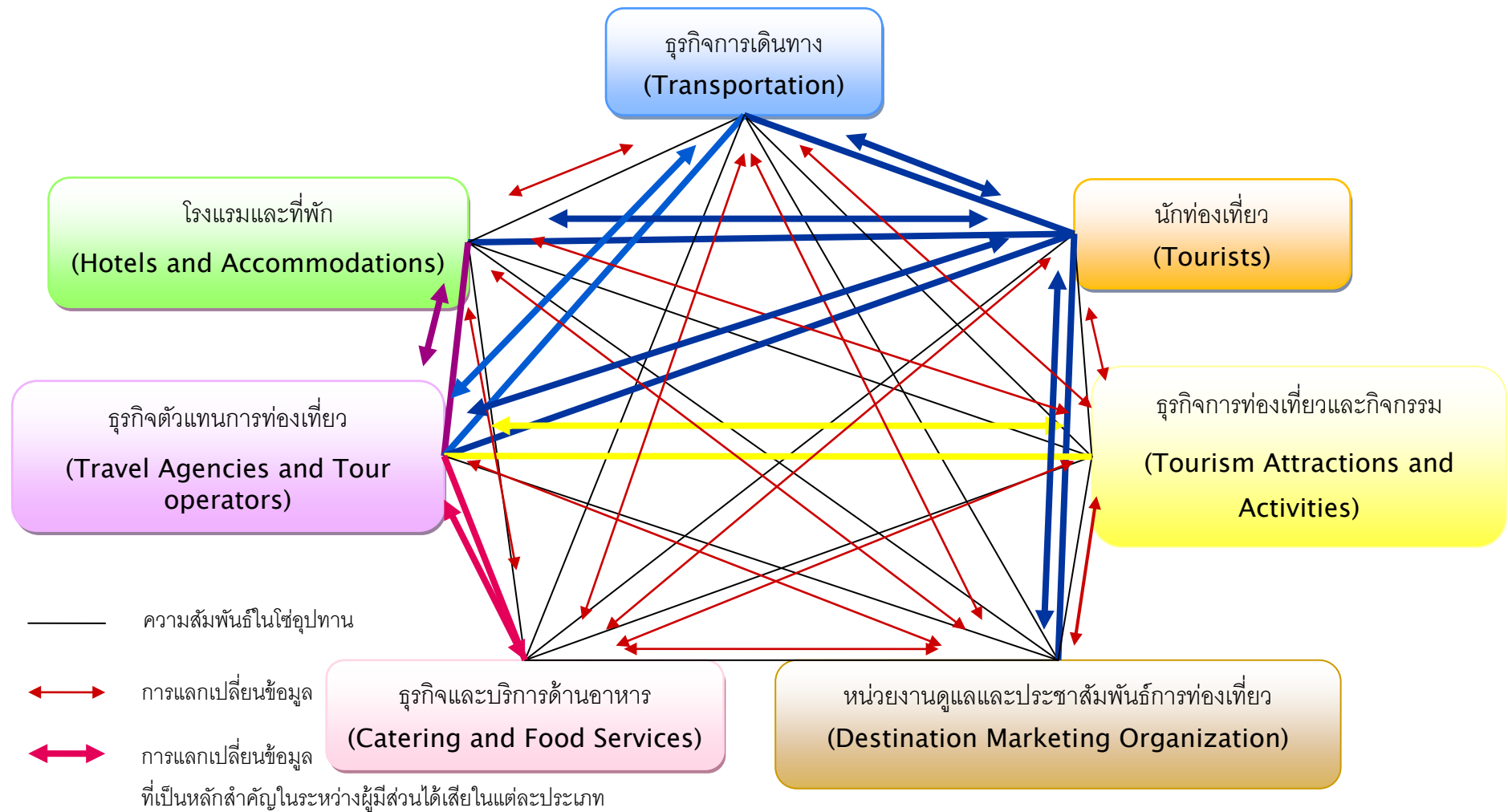
4. **ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการในกลุ่มเดียวกัน** ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจการเดินทาง และธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวนั้นก็อาจจะมีความต้องการพึ่งพาในกลุ่มเดียวกันในลักษณะพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น บริษัทรถทัวร์รับงานจากลูกค้าซึ่งต้องการรถ 10 คัน แต่ในช่วงนั้นบริษัทอาจมีรถว่างอยู่ 8 คันก็อาจจะติดต่อขอเช่าจากบริษัทรถทัวร์อีกบริษัทหนึ่ง หรือโรงแรมซึ่งไม่มีห้องในวันที่ลูกค้าต้องการอาจส่งต่อลูกค้าให้กับโรงแรมที่เป็นพันธมิตร หรือ ตัวแทนการท่องเที่ยวที่ตั้งอยู่ในภาคกลางหากต้องการจัดโปรแกรมท่องเที่ยวภาคเหนืออาจติดต่อกับตัวแทนการท่องเที่ยวในภาคเหนือเพื่อให้อำนวยความสะดวกรถเช่า จองร้านอาหารในพื้นที่ เป็นต้น

ประเด็นสำคัญเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าการกำหนดกรอบของระบบโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ครอบคลุมทุกๆคุณลักษณะที่แตกต่างกันได้นั้นเป็นเรื่องยาก หรือหากทำได้ก็จะเป็นกรอบที่ซับซ้อนและเข้าใจยาก ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงนำเสนอโซ่อุปทานใน 2 มุมมอง คือ 1) มุมมองที่แสดงให้เห็นถึงเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการหลักทั้งหมดและนักท่องเที่ยว (ดังภาพที่ 4.2-2) และ 2) มุมมองที่แสดงให้เห็นการส่งต่อข้อมูลและสินค้ารวมทั้งบริการ (ดังภาพที่ 4.2-3)

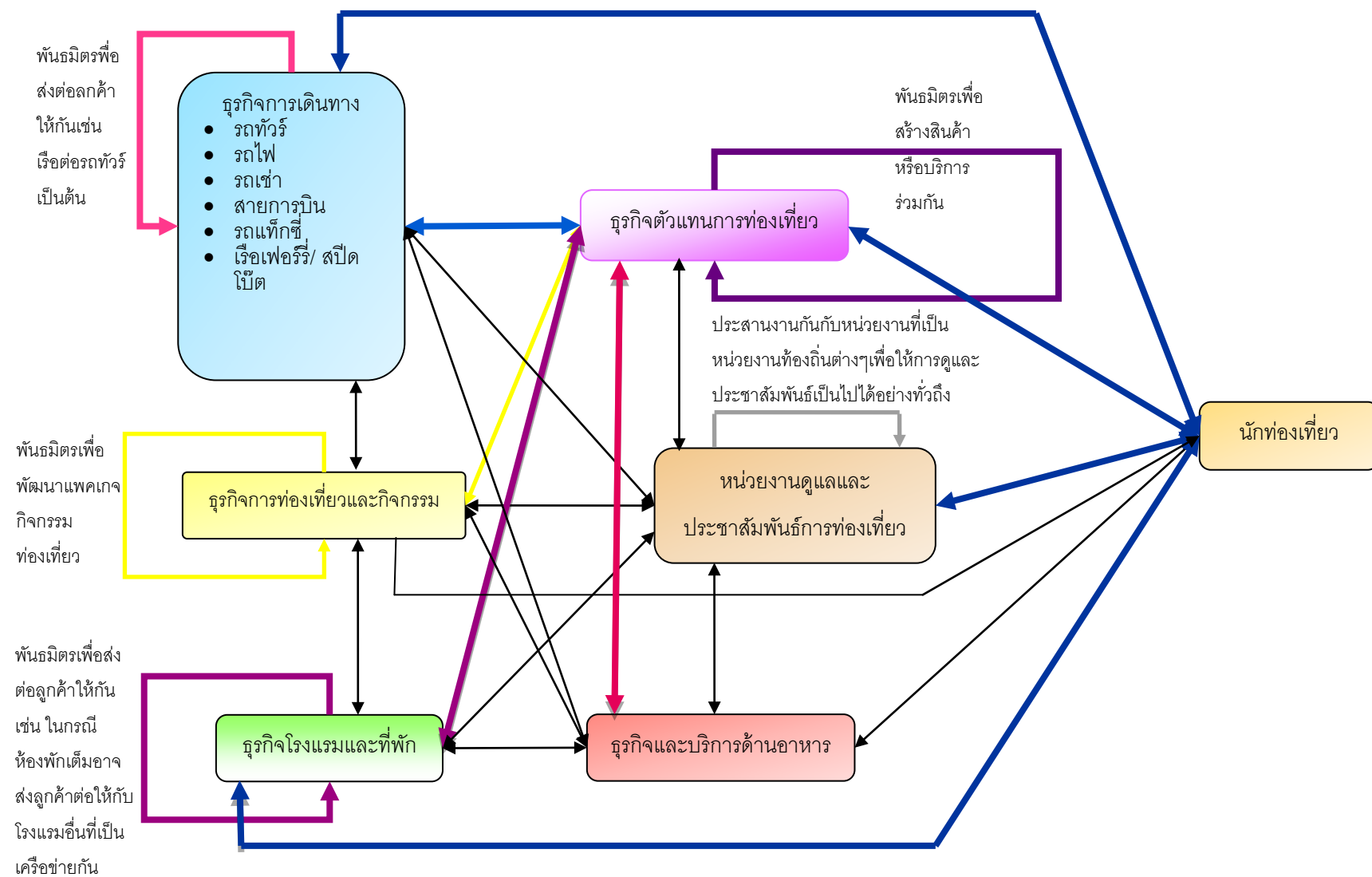
ในมุมมองที่ 1 ที่แสดงให้เห็นถึงเครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการหลักทั้งหมดและนักท่องเที่ยว (ดังภาพที่ 4.2-2) นั้น ตัวแบบที่นำเสนออยู่ในรูปแบบของความเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มเชื่อมโยงกันเป็นเครือข่ายโดยที่ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มมีระดับความต้องการพึ่งพิงไม่เท่ากัน ผู้ประกอบการกลุ่มที่มีความต้องการพึ่งพิงกันมาก คือ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักกับ

ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทาง และผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม โดยเส้นที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ที่มีความหนาแน่นกว่านั้นหมายถึงผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่มนั้นๆ มีความสัมพันธ์กันในลักษณะที่ต้องมีการติดต่อและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันมาก หรือต้องพึ่งพิงกันค่อนข้างมากนั่นเอง ในขณะที่ผู้ประกอบการบางกลุ่ม เช่น กลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พักกับผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางมีความพึ่งพิงกันน้อย ในตัวแบบจึงใช้เส้นแสดงความสัมพันธ์เป็นเส้นขนาดเล็ก

สำหรับมุมมองที่ 2 ในภาพที่ 4.2-3 แสดงให้เห็นการส่งต่อข้อมูล สินค้า และบริการนั้น ตัวแบบที่นำเสนอแสดงให้เห็นว่าในการจะผลิตสินค้าหรือบริการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในลักษณะของโปรแกรมท่องเที่ยว หรือโปรแกรมการเดินทางเช่นเรือตอร์ถนั้น จะต้องอาศัยความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานทั้งในแนวตั้งและแนวนอน รวมถึงมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลและให้ความร่วมมือกันในกลุ่มผู้ประกอบการประเภทเดียวกันด้วย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน หรือเป็นคู่แข่งกัน อาจให้ความร่วมมือกันหรือสร้างพันธมิตรกันในบางเรื่องได้



รูปที่ 4.2-2 เครือข่ายของกลุ่มผู้ประกอบการหลักทั้งหมดและนักท่องเที่ยว



รูปที่ 4.2-3 การส่งต่อข้อมูลและสินค้า/บริการ

เมื่อพิจารณาตัวแบบระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่า ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายในห่วงโซ่อุปทานนั้นมีความสัมพันธ์กันมากหรือน้อยแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับปัจจัยต่างๆ ที่ได้กล่าวแล้วข้างต้น และขึ้นอยู่กับว่าจะพิจารณาจากมุมมองของผู้ประกอบการรายใดเป็นหลัก

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไทยจากมุมมองของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรมและที่พัก

โรงแรมถือเป็นผู้ประกอบการรายหลักรายหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ขนาดของโรงแรมและ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของโรงแรมที่แตกต่างกันทำให้โรงแรมให้ความสำคัญกับความสัมพันธระหว่างผู้ประกอบการแต่ละรายไม่เท่ากัน

โดยทั่วไปแล้ว ส่วนที่จะต้องติดต่อประสานงานกับผู้ประกอบการรายอื่นในห่วงโซ่เป็นอย่างมาก ได้แก่ ฝ่ายขาย และ ฝ่ายจัดซื้อของโรงแรม โรงแรมยิ่งมีขนาดใหญ่มากเพียงใดความถี่ในการติดต่อกับผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องก็จะมีมากขึ้น ผู้ประกอบการที่ทางโรงแรมให้ความสำคัญได้แก่ ตัวแทนการท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นผู้ที่ช่วยทำการขาย และลดความเสี่ยงในการมีห้องว่างของโรงแรมลง อย่างไรก็ตาม โรงแรมขนาดเล็กที่มีจำนวนห้องพักน้อยจะมีความต้องการพึ่งพิงตัวแทนการท่องเที่ยวน้อย คือไม่จำเป็นต้องมีผู้ช่วยขายก็สามารถที่จะขายเองได้ในอัตราที่พึงพอใจอยู่แล้ว

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม และผู้ประกอบการธุรกิจและบริการด้านอาหารนั้น ทางโรงแรมไม่ได้มีความต้องการพึ่งพิงผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มากนัก การติดต่อกันเป็นเพียงการสอบถามหาข้อมูลเพิ่มเติมตามที่นักท่องเที่ยวต้องการจะทราบและทางโรงแรมจึงโทรศัพท์ไปสอบถามให้ลูกค้าเท่า เช่น ตรวจสอบที่ว่าง ราคา เวลาของกิจกรรม หรือ จองร้านอาหาร เป็นต้น นอกจากนี้โรงแรมบางโรงแรมได้มีการให้ตัวแทนการท่องเที่ยวเข้ามาเช่าพื้นที่เพื่อตั้งโต๊ะสำหรับขายโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยว เช่น โปรแกรมล่องเรือ โปรแกรมดำน้ำ เป็นต้น ซึ่งในกรณีนี้โรงแรมจะติดต่อกับผู้ประกอบการในกลุ่มกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างมาก

สำหรับความสัมพันธ์กับกลุ่มผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจการเดินทางจะคล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจและบริการด้านอาหาร คือทางโรงแรมจะมีการติดต่อกับกลุ่มนี้น้อยมาก คือ อาจเป็นเพียงการสอบถามเที่ยวรถ หรือ ที่นั่งว่างให้กับลูกค้า แต่หากโรงแรมมีตัวแทนการท่องเที่ยวที่เข้ามาเช่าพื้นที่อยู่แล้ว ทางโรงแรมก็มักจะผลัดภาระในส่วนนี้ให้กับตัวแทนการท่องเที่ยวไป อย่างไรก็ตามในปัจจุบัน สายการบินบางสายการบินหันมาทำธุรกิจแบบครบวงจรมากขึ้นคือสายการบินจะประสานงานร่วมกับพันธมิตรเช่น บริษัทเช่ารถและโรงแรมเพื่อทำโปรแกรมสำหรับขาย

นักท่องเที่ยว ในกรณีนี้โรงแรมที่สนใจร่วมกับสายการบินก็จะมีแลกเปลี่ยนข้อมูลในเรื่องของลักษณะห้องพัก จำนวนห้องพัก ช่วงเวลาที่ให้เข้าพักได้ และราคา

ในส่วนของการติดต่อกับหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว นั้น มักจะเป็นในลักษณะที่ทางหน่วยงานเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ขอข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนแขกที่เข้าพักในแต่ละช่วงเวลา เพื่อไปทำการประมวลผลข้อมูลทางสถิติ นอกจากการแลกเปลี่ยนข้อมูลในส่วนนี้แล้ว การติดต่อส่วนใหญ่จะเป็นไปในรูปแบบของการร่วมงานประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับททท. ในต่างประเทศ ซึ่งโรงแรมขนาดเล็กและกลางที่ไม่ได้มีแบรนด์ที่เป็นที่รู้จักในต่างประเทศและมีทรัพยากรจำกัดในการประชาสัมพันธ์ตัวเองให้เป็นที่รู้จักมักจะพึ่งพิงช่องทางที่ททท. จัดให้

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไทยจากมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม

ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมไม่ว่าจะเป็นกิจกรรมทางธรรมชาติ กิจกรรมผจญภัย กิจกรรมเชิงวัฒนธรรม หรือ กิจกรรมบันเทิง ล้วนแต่มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มสีสันและทางเลือกที่มากขึ้นให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีลักษณะคล้ายกับผู้ประกอบการโรงแรมคือจะต้องพึ่งพาตัวแทนการท่องเที่ยวค่อนข้างมาก เนื่องจากเป็นลักษณะของกิจการที่มีต้นทุนคงที่ (Fixed cost) ของสิ่งก่อสร้างค่อนข้างสูงจึงต้องการให้นักท่องเที่ยวให้มากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ต่อหนึ่งรอบของกิจกรรม ดังนั้นกิจการยิ่งมีขนาดใหญ่ก็ต้องพึ่งพาตัวแทนการท่องเที่ยวในการพานักท่องเที่ยวประเภทเดินทางเป็นกลุ่มค่อนข้างสูง

นอกจากนี้ยังมีลักษณะของการพึ่งพากันในลักษณะของการส่งลูกค้า หรือ การฝากแผ่นพับสำหรับประชาสัมพันธ์ไว้กับผู้ประกอบการกลุ่มการเดินทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งแท็กซี่ หรือ รถโดยสารประจำทางท้องถิ่น เช่น ตุ๊กตุ๊ก หรือ รถแดง (ในเชียงใหม่) ซึ่งคนขับรถจะสามารถที่จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว โปรแกรมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น และสามารถพาไปส่งได้ โดยคนขับรถจะได้รับค่าตอบแทนจากผู้ประกอบการในการส่งลูกค้าให้

อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการประเภทนี้นี้มักมีความสัมพันธ์กับโรงแรมและร้านอาหารน้อยมาก จะมีบ้างก็อาจจะเป็นในลักษณะของการนำแผ่นพับสำหรับประชาสัมพันธ์ไปฝากวาง (ในกรณีที่โรงแรมไม่ได้ให้ตัวแทนการท่องเที่ยวมาเข้าพื้นที่ในการขายโปรแกรมการท่องเที่ยวต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว) และเช่นเดียวกันกับโรงแรม ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมจะมีการออกงานประชาสัมพันธ์กับหน่วยงานเช่น ททท. ในต่างประเทศบ้างตามความเหมาะสม มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับธุรกิจของตัวเองเพื่อให้ททท. สามารถนำไปเพิ่มเติมหรือประชาสัมพันธ์ในเว็บไซต์และสื่อต่างๆ ของททท. ได้

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไทยจากมุมมองของ ผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทาง

ธุรกิจการเดินทางเป็นธุรกิจที่มีความหลากหลายทั้งขนาดและลักษณะได้แก่การเดินทางทางน้ำ ทางอากาศ หรือทางบก หากพิจารณาการท่องเที่ยวในประเทศไทยโดยมองว่านักท่องเที่ยวต่างชาติโดยสารเครื่องบินมาถึงในประเทศไทยแล้ว การเดินทางต่อโดยรถและเรือนับเป็นส่วนสำคัญที่จะกระจายนักท่องเที่ยวต่างชาติออกไปยังจังหวัดต่างๆ ในประเทศไทย และเมื่อไปถึงยังแหล่งท่องเที่ยวที่หมายแล้ว ธุรกิจการเดินทางในท้องถิ่นนั้นๆ ก็มีส่วนสำคัญที่จะช่วยอำนวยความสะดวกสบายและเพิ่มความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว

โดยทั่วไปแล้วผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางขนาดใหญ่โดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบิน หรือแม้กระทั่งบริษัทการเดินทางเรือรายใหญ่ มักจะให้ความสำคัญกับการสร้างระบบสารสนเทศและช่องทางที่จะติดต่อกับลูกค้าและตัวแทนการท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าสามารถที่จะซื้อตั๋วโดยสารได้เอง หรือเพื่อให้ตัวแทนการท่องเที่ยวสามารถที่จะสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับตั๋วโดยสารและขายตั๋วโดยสารให้ได้

ในปัจจุบันผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทางรายใหญ่นิยมที่จะทำธุรกิจครบวงจรหรือมีการจัดหาพันธมิตรและเปิดเที่ยวโดยสารที่มีตารางเวลาเอื้อกัน เช่น มีบริการรถเพื่อให้ไปต่อเรือ หรือ รถต่อเครื่องบิน เป็นต้น อย่างไรก็ตามยังมีธุรกิจการเดินทางรายเล็กที่ไม่สามารถที่ดำเนินการเองค่อนข้างเป็นอิสระจากผู้ประกอบการรายอื่น เช่น รถแท็กซี่ หรือ รถสองแถวท้องถิ่น เป็นต้น โดยเจ้าของรถเหล่านี้มักจะรวมตัวกันเป็นกลุ่มหรือเป็นสหกรณ์เพื่อจัดระเบียบ และช่วยเหลือกันเอง แต่จะมีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบการรายอื่นอันได้แก่ โรงแรม ร้านอาหาร และกิจกรรมการท่องเที่ยว น้อยมาก ส่วนใหญ่จะอยู่ในลักษณะของการพาลูกค้าไปส่งให้และได้รับค่าตอบแทนดังที่กล่าวไปแล้วข้างต้น

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไทยจากมุมมองของ ผู้ประกอบการธุรกิจและบริการด้านอาหาร

ผู้ประกอบการธุรกิจและบริการด้านอาหารนั้นมีความคล้ายคลึงกับธุรกิจกิจกรรมการท่องเที่ยวคือเป็นส่วนหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มความหลากหลาย เพิ่มทางเลือกให้กับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามจากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละประเภทในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยพบว่า ธุรกิจและบริการด้านอาหารนั้นค่อนข้างมีความเป็นเอกเทศ คือไม่ค่อยต้องแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ประกอบการรายอื่นมากนัก

ความสัมพันธ์กับโรงแรมในแง่ของการเป็นคู่ค้ากัน หรือช่วยเหลือกันและกันนั้นน้อยมาก เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่ก็จะมีร้านอาหารของตัวเองจึงต้องเน้นที่จะส่งเสริมร้านอาหารของตัวเองก่อน และโดย

ธรรมชาติแล้วก็มีนักท่องเที่ยวน้อยรายมากหรือแทบไม่มีเลยที่จะหาอาหารทานก่อนแล้วจึงสอบถามถึงที่พักที่นำเสนอจากร้านอาหาร

อย่างไรก็ตามธุรกิจด้านอาหารอาจมีความสัมพันธ์และต้องพึ่งพิงกันบ้างกับตัวแทนการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการรถโดยสารท้องถิ่น โดยเฉพาะร้านอาหารขนาดใหญ่ที่เน้นรับลูกค้าที่มาเที่ยวเป็นกลุ่ม มักจะมีการติดต่อกับตัวแทนการท่องเที่ยว หรือมีการให้ค่าตอบแทนกับรถโดยสารท้องถิ่นที่พาลูกค้ามาที่ร้านอาหาร นอกจากความสัมพันธ์ในลักษณะนี้แล้วธุรกิจและบริการด้านอาหารแทบจะไม่ได้มีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ประกอบการรายอื่นเลย

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไทยจากมุมมองของผู้ประกอบการตัวแทนการท่องเที่ยว

ตัวแทนการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนจุดศูนย์กลางของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว คือเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงข้อมูลจากผู้ประกอบการแต่ละรายมาประกอบกันเพื่อสร้างเป็นโปรแกรมการท่องเที่ยว หรือเพื่อรวบรวมไว้ให้นักท่องเที่ยวได้เปรียบเทียบและเลือกตามความต้องการ

ดังนั้นตัวแทนการท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นจุดศูนย์กลางข้อมูลการท่องเที่ยว และธุรกิจประเภทนี้มักจะต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับผู้ประกอบการรายอื่นอยู่เสมอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ถูกต้องและทันสมัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนห้องพักว่าง หรือ ที่นั่งโดยสารว่าง ซึ่งในปัจจุบันตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดใหญ่มักจะมีระบบสารสนเทศซึ่งเปิดให้โรงแรมต่างๆ เข้ามาเพิ่มหรือแก้ไขข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมและห้องพักของตัวเองได้ตลอดเวลาบนอินเทอร์เน็ต

นอกจากนี้ตัวแทนการท่องเที่ยวที่จัดโปรแกรมการท่องเที่ยวจะมีการติดต่อกับร้านอาหาร ในลักษณะของการปรับปรุงรายการอาหารของตนให้ตรงกับรายการอาหารของร้านอาหาร เลือกรายการอาหาร และจองโต๊ะสำหรับนักท่องเที่ยวในแต่ละโปรแกรม

ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการอื่นๆ ในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไทยจากมุมมองของหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยมีอยู่ 2 หน่วยงานหลักคือ กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬารับผิดชอบดูแลภาพรวมของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันระดับภูมิภาคและระดับโลก โดยกำหนดนโยบาย แผนยุทธศาสตร์ และพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงระบบการบริหาร

ระบบสารสนเทศและบุคลากร ส่วนการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยหรือ ททท. จะเน้นหนักไปที่การประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยในภาพรวมและเฉพาะเจาะจงสำหรับแต่ละพื้นที่

ดังนั้นทั้งสองหน่วยงานหลักนี้จะมีการทำสำรวจเพื่อเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการต่างๆอยู่เป็นประจำ อย่างไรก็ตามเนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเติบโตอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการรายใหม่เกิดขึ้นมากในแต่ละปี ทำให้การดูแลช่วยเหลือทำได้ไม่ทั่วถึง แต่การรวมกลุ่มกันเองเป็นสมาคมต่างๆ เช่น สมาคมโรงแรมไทย สมาคมตัวแทนการท่องเที่ยวไทย เป็นต้น ได้เข้ามามีบทบาทมาก โดยสมาคมเหล่านี้มีบทบาทเป็นตัวกลางระหว่างหน่วยงานดูแลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกสมาคม และเป็นตัวกลางระหว่างสมาชิกด้วยกันเอง ทำให้ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันได้มีโอกาสมาพบปะกันทำความรู้จักกัน และสามารถที่จะร่วมมือกันได้ในบางโอกาส

4.3 ปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการเสวนากลุ่มกับผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถแบ่งปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้เป็น 3 กลุ่มหลักคือ

1. ปัญหาจากลักษณะการทำงานในบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

- ปัญหาการจัดการกับอุปสงค์ (Demand) เช่น ในจังหวัดเชียงใหม่จะมีช่วงที่มีนักท่องเที่ยวจำนวนมากคือในฤดูหนาวจนถึงเทศกาลสงกรานต์ และจะซบเซาลงอย่างชัดเจนหลังจากสงกรานต์เป็นต้นไป หรือ สำหรับกลุ่มกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น ตลาดบางน้ำผึ้ง เมื่อมีรายการโทรทัศน์มาถ่ายทำ สุดสัปดาห์ถัดไปก็จะมีนักท่องเที่ยวมากันจำนวนมากเกินกว่าที่ผู้ประกอบการในตลาดคาดไว้จึงทำให้เกิดปัญหาไม่มีสินค้าวางขายเพียงพอ และปัญหาความแออัด สร้างความไม่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นการวางแผนกิจกรรมระยะยาวเป็นรายปีและเป็นองค์รวมโดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงาน เช่น ททท. อาจจะสามารถช่วยกระตุ้นอุปสงค์ (Demand) การท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดปีได้
- ททท. เป็นหน่วยงานหลักในการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทย ดังนั้นจึงต้องประสานงานกับหน่วยงานหรือองค์กรอื่นๆอีกเป็นจำนวนมาก เช่น สมาคมโรงแรมไทยภาคเหนือ ชมรมรถเช่าเชียงใหม่ สมาคมสปาล้านนาเชียงใหม่ สมาคมโรงแรมไทย ซึ่งทำให้ภาระงานของททท.มีค่อนข้างมาก เช่นเดียวกันกับข้อมูลที่ได้รับเข้ามาเป็นจำนวนมาก และจัดการได้ลำบาก
- แหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวจำนวนมากยังขาดความสามารถในการพัฒนาตนเอง เช่น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือ การ

พัฒนาสินค้าประจำท้องถิ่นให้โดดเด่น (เช่น โสมของประเทศเกาหลี หรือ บัวหิมะของประเทศจีน เป็นต้น)

- การสร้างแบรนด์ให้แข็งแรงและเป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาตินั้นยังไม่ประสบผลมากนักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย ซึ่งเป็นจุดอ่อนทำให้ธุรกิจการท่องเที่ยวโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจประเภทโรงแรมไม่สามารถตั้งราคาได้ดีเท่าที่ควร และยังคงพึ่งพิงธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวอยู่มาก เนื่องจากนักท่องเที่ยวอาจจะให้ความไว้วางใจกับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวใหญ่ ที่น่าเชื่อถือมากกว่า เช่น Expedia.com Agoda.com เป็นต้น

2. ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร และความรู้

- ความถี่ในการเก็บข้อมูล ททท. ต้องทำการเก็บข้อมูลค่อนข้างถี่เพื่อให้ข้อมูลมีความทันสมัย เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในบางพื้นที่ เช่น เชียงใหม่ เดิมโตเร็ว มีการเกิดใหม่ของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก อย่างไรก็ตามการจัดเก็บข้อมูลอาจต้องมีการขอความร่วมมือจากผู้ประกอบการบ้าง ดังนั้นความถี่ที่มากเกินไปก็อาจรบกวนการทำงานของผู้ประกอบการได้ และความถี่ที่น้อยเกินไปก็ทำให้ข้อมูลที่ได้มาเป็นข้อมูลที่ไม่เป็นปัจจุบัน
- ระยะเวลาในการกระจายข่าวสาร ททท. จะทำหน้าที่ช่วยในการประชาสัมพันธ์ข่าวสาร แต่อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรส่งข้อมูลเกี่ยวกับกิจกรรมได้แก่ เนื้อหาของกิจกรรม วันและเวลา จุดเน้นของกิจกรรม ความถี่ในการจัดกิจกรรม โดยส่งล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน เนื่องจากหากส่งมาช้าจะทำให้ไม่มีเวลาในการประชาสัมพันธ์และกระจายข่าวสาร
- ความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูล เมื่อเกิดการประมวลผลข้อมูลจำนวนมากทำให้เกิดความล่าช้า และทำให้สารสนเทศที่ได้นั้นไม่เป็นปัจจุบัน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังพบข้อมูลหลายๆอย่างบนเว็บไซต์ เช่น เบอร์โทรติดต่อหมู่บ้านในท้องถิ่น หรือเจ้าหน้าที่อุทยานต่างๆ นั้นเป็นเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อไม่ได้หรือมีการเปลี่ยนแปลงเบอร์โทรศัพท์ไปแล้วซึ่งทำให้การทำงานเป็นไปอย่างยากลำบาก และใช้เวลานานขึ้น
- การขาดการเข้าถึงข่าวสารและความรู้ใหม่ๆ ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการพลาดโอกาส หรือไม่สามารเตรียมตัวรับมือได้ เช่น กรณีของการเปิดประชาคมอาเซียน (AEC) ซึ่งผู้ประกอบการพอคาดเดาได้น่าจะเกิดผลดีในแง่ของการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น แต่ผู้ประกอบการก็ไม่ทราบว่าจะต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง หรือ จะมีผลกระทบเชิงลบในแง่ไหนบ้างหากไม่สามารถพัฒนาธุรกิจของตนได้ทัน ดังนั้นหน่วยงานของรัฐน่าจะมีการจัดอบรม ให้ข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมตัวรับมือกับ การเปิดประชาคมอาเซียน (AEC) ได้ดีขึ้น

3. ปัญหาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

- การพัฒนาเว็บไซต์ง่ายขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวประสบปัญหา เช่น มีผู้อ้างตัวเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวจำนวนมาก และนำโปรแกรมท่องเที่ยวมาขายบนอินเทอร์เน็ต โดยที่อาจจะไม่ใช่ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง
- เกิดการตัดราคาและลดความสำคัญของธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว เมื่อธุรกิจโรงแรม ธุรกิจกิจกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจการเดินทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบินพัฒนาเว็บไซต์เป็นของตนเองและเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง และตั้งราคาบนเว็บไซต์ของตนให้ถูกกว่าราคาที่เสนอจำหน่ายให้กับตัวแทนการท่องเที่ยว
- การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ในเชิงบวก Online review บนสังคมออนไลน์ เช่น Trip Advisor เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเปิดให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกได้รู้จักกับผู้ประกอบการแต่ละรายมากขึ้น ผู้ประกอบการก็ปรารถนาที่จะติดอันดับดีและได้รับการพูดถึงในแง่ดี ซึ่งจะมีผลมากต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในเชิงลบ ช่องทางเดียวกันนี้อาจเป็นช่องทางที่ให้คู่แข่งเข้ามาโจมตีหรือพูดถึงในแง่ไม่ดีได้ง่ายขึ้น
- เทคโนโลยีสารสนเทศชนิดใหม่ๆพัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว และหลายๆ ชนิดสามารถนำมาใช้ช่วยให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ อย่างไรก็ตามการที่เทคโนโลยีถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายเล็กไม่สามารถที่จะติดตาม และพัฒนาความรู้ได้ทัน ทำให้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ให้เกิดประโยชน์ไปได้ช้ากว่าที่ควรจะเป็น

4.4 ตัวแบบข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

หากพิจารณาจากตัวแบบระบบโซ่อุปทานในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวข้างต้นจะพบว่าการประสานงานกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกัน โดยข้อมูลเหล่านั้นสามารถถูกแบ่งได้เป็นกลุ่มข้อมูล (Data class) ที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องการเพื่อใช้ในการดำเนินการดังนี้

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม
● ลักษณะกิจกรรม ● เวลาเปิดและปิดของสถานที่ ● เวลาเริ่มต้นและจบของกิจกรรม ● ราคาสำหรับลูกค้าทั่วไป (ในการเข้าร่วมกิจกรรม) ● ราคาสำหรับตัวแทนการท่องเที่ยว ● บริการวิทยากรนำชม (มี หรือ ไม่มี) ● ราคาค่าบริการในกรณีต้องการวิทยากรนำชม ● จำนวนนักท่องเที่ยวที่รับได้ต่อรอบกิจกรรม ● สิ่งอำนวยความสะดวกที่มี ● ร้านอาหารและประเภทของอาหารที่มี

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พัก

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจโรงแรมและที่พัก
● ประเภทและลักษณะของห้องพัก ● ภาพถ่ายของห้องพัก ● จำนวนห้องพักว่างในแต่ละวันของแต่ละประเภทห้องพัก ● สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก ● ราคาสำหรับลูกค้าทั่วไป ● ราคาสำหรับตัวแทนการท่องเที่ยว ● เงื่อนไขที่เกี่ยวข้องกับการเข้าพัก ● สิ่งอำนวยความสะดวกที่มีในโรงแรม ● ร้านอาหารและประเภทของอาหารที่มีในโรงแรม

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจการเดินทาง

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจการเดินทาง
● เส้นทางการเดินทาง ● ระยะเวลาทั้งหมดที่ใช้ในการเดินทางของแต่ละเส้นทาง ● ตารางเวลาในการเดินทาง (ในแต่ละวัน) ของแต่ละเส้นทาง ● ราคาสำหรับลูกค้าทั่วไป ● ราคาสำหรับตัวแทนการท่องเที่ยว ● จำนวนผู้โดยสารที่รับได้ต่อการเดินทาง ● จำนวนที่นั่งว่างที่ยังเหลือ ● จุดเริ่มต้นและจุดหมายปลายทางของการเดินทาง (สถานที่ขึ้นและลงรถ/เครื่องบิน/เรือ) ● ลักษณะหรือประเภทของรถ/เครื่องบิน/เรือ ● ทะเบียนรถ (ในกรณีตัวแทนการท่องเที่ยวเช่ารถเพื่อจัดทำทัวร์ให้นักท่องเที่ยว) ● สิ่งอำนวยความสะดวกในรถ/เครื่องบิน/เรือ

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจและบริการด้านอาหาร

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจและบริการด้านอาหาร
● รายการอาหาร ● ราคาปกติ ● ราคาสำหรับการสั่งจำนวนมาก (สำหรับตัวแทนการท่องเที่ยว) ● จำนวนนักท่องเที่ยวที่รับได้ ● วัน เวลา ที่จะเข้ารับประทานอาหาร (ในกรณีของการจองล่วงหน้า) ● อาหารที่นักท่องเที่ยวรับประทานไม่ได้ หรือ แพ้

กลุ่มข้อมูลสำหรับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว

สำหรับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว หากเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวที่ทำโปรแกรมท่องเที่ยวจำหน่าย ไม่ว่าจะเป็น Tailor made คือทำตามความต้องการของลูกค้า หรือทำเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวสำเร็จรูป จะมีความต้องการใช้กลุ่มข้อมูลทั้ง 4 กลุ่มข้างต้นจากผู้ประกอบการทั้ง 4 กลุ่ม

สำหรับตัวแทนการท่องเที่ยวที่เน้นการจำหน่ายเฉพาะโรงแรมหรือตัวโดยสารสำหรับการเดินทางประเภทต่างๆ ก็มีความต้องการใช้งานเฉพาะกลุ่ม แล้วแต่กรณี

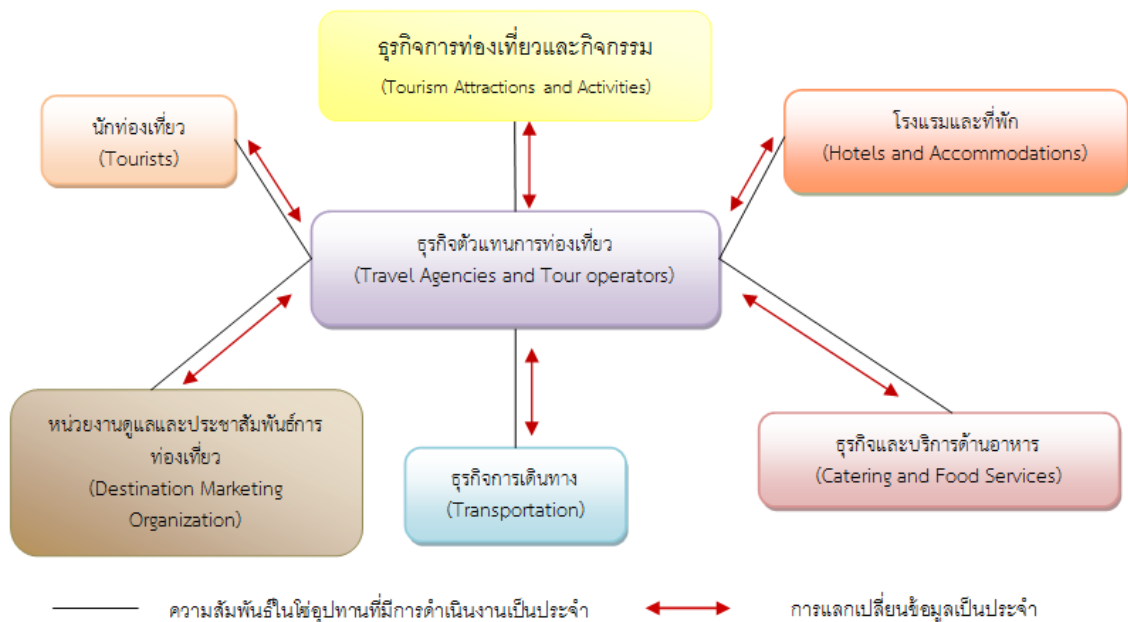
กลุ่มข้อมูลสำหรับหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

กลุ่มข้อมูลสำหรับหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว
• ที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ • ลักษณะของแหล่งท่องเที่ยว • กิจกรรมที่ทำได้ในแหล่งท่องเที่ยว (ถ้ามี) • เวลาเปิด-ปิดของแหล่งท่องเที่ยว • เส้นทางการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว • ชนิดของพาหนะในการเดินทาง • ราคาในการเข้าชมแหล่งท่องเที่ยว (ถ้ามี) • สถานที่พักที่ใกล้เคียงแหล่งท่องเที่ยว • สถานที่พักในประเทศไทยแบ่งตามประเภท (ชื่อ ที่ตั้ง เบอร์ติดต่อ และอีเมล) • การเดินทางภายในประเทศ (เส้นทาง และ เวลาในการเดินทาง) • ข้อมูลกิจกรรมและเทศกาลต่างๆประจำปี (ลักษณะกิจกรรม ช่วงเวลาที่จัด กิจกรรม สถานที่พักใกล้เคียงแหล่งกิจกรรม การเดินทางไปยังแหล่งกิจกรรม) • ข้อมูลกิจกรรมการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยประจำปี (ประเทศที่จะไปทำการประชาสัมพันธ์ วันที่และระยะเวลา ลักษณะงาน กลุ่มเป้าหมาย จำนวนผู้เข้าร่วม) • ข้อมูลการเข้าพักของนักท่องเที่ยว

กลุ่มข้อมูลที่กล่าวถึงข้างต้นคือกลุ่มข้อมูลที่ผู้ประกอบการแต่ละรายต้องการใช้งานและควรจะมีการจัดเก็บไว้เพื่อใช้ในการแลกเปลี่ยนหรือส่งต่อให้กับผู้ประกอบการกลุ่มอื่นที่ประสานงานกัน ดังนั้นหากพิจารณาโดยนำเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มในโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เข้ามาประกอบ จะสามารถแสดงให้เห็นถึงทิศทางการไหลของข้อมูล (Data flow) ระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มได้ด้วย

สำหรับผู้ประกอบการตัวกลางผู้ให้บริการท่องเที่ยว พบความสัมพันธ์ในระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและกลุ่มข้อมูล (Data class) ดังภาพที่ 4.4-1 และตารางที่ 4.4-1

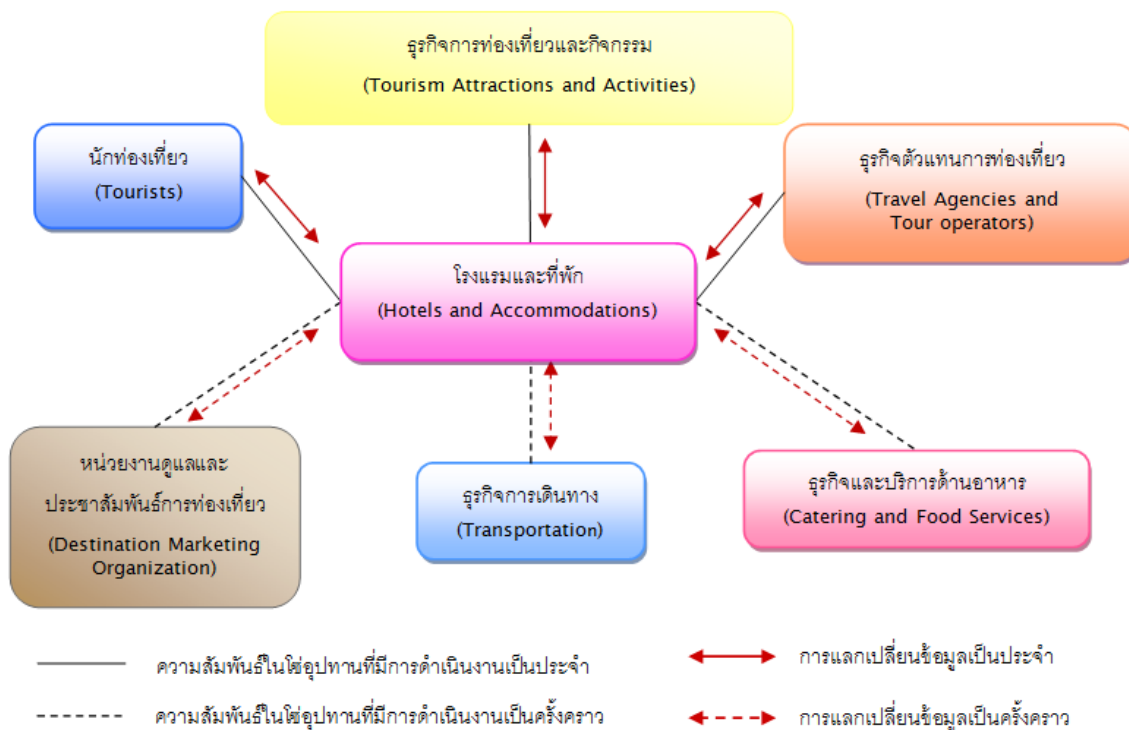


รูปที่ 4.4-1 ความสัมพันธ์ในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียด้านอื่นๆ

ตารางที่ 4.4-1 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
ธุรกิจการเดินทาง	1. ระยะเวลาในการจองตั๋วเครื่องบิน 2. ระยะเวลาในการจ่ายชำระค่าตั๋วเครื่องบิน 3. ความยืดหยุ่นในการจัดการเกี่ยวกับตั๋วเครื่องบิน 4. ประเภทของรถ เครื่องบิน 5. อายุการใช้งานของรถยนต์ 6. เลขทะเบียนรถยนต์ 7. ชื่อพนักงานขับรถ
นักท่องเที่ยว	1. ประเภทของลูกค้า บุคคลหรือหน่วยงาน 2. ช่วงอายุ 3. ข้อมูลเบื้องต้น เช่น เพศ อาชีพ 4. สถานที่ที่จะเดินทาง 5. ประเภทของการเดินทาง เครื่องบินหรือรถยนต์ 6. สายการบินที่พึงประสงค์ 7. สถานที่พักที่พึงประสงค์
หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	1. เวลาจัดกิจกรรมพิเศษ 2. วัตถุประสงค์ของการจัดกิจกรรม
สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว	1. จำนวนผู้เข้าชมที่รับได้ 2. ค่าธรรมเนียมการเข้าชม 3. บริการวิทยากรนำชม
โรงแรมและที่พัก	1. ระดับจำนวนดาวของโรงแรม 2. ระดับคุณภาพด้านความสะอาด การจัดการ ความปลอดภัย 3. ลักษณะของเตียงในห้องพัก 4. จำนวนห้อง 5. ราคา
ธุรกิจอาหาร	1. จำนวนลูกค้าที่รับได้ 2. ระดับคุณภาพด้านความสะอาด ความอร่อย การตกแต่งจานอาหาร ความหลากหลายของเมนู

สำหรับผู้ประกอบการโรงแรมและที่พัก พบความสัมพันธ์ในระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและกลุ่มข้อมูล (Data class) ดังภาพที่ 4.4-2 และตารางที่ 4.4-2



รูปที่ 4.4-2 ความสัมพันธ์ในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักและผู้มีส่วนได้เสีย

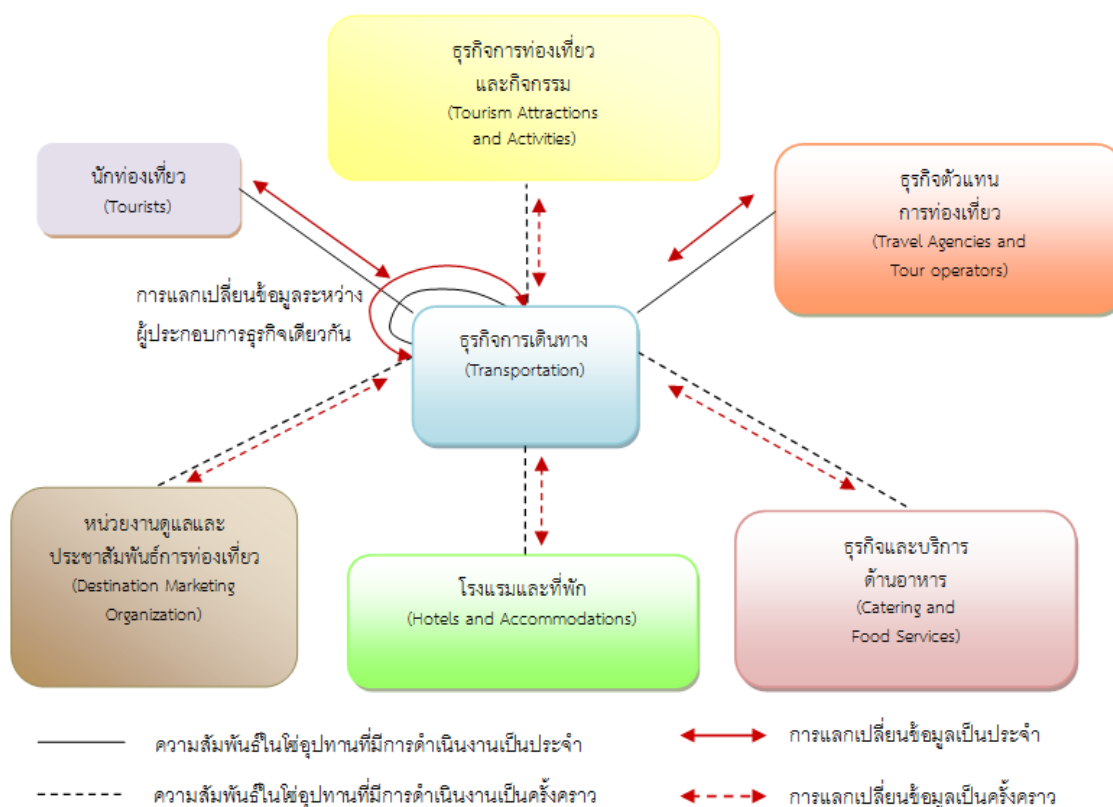
ตารางที่ 4.4- 2 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พักและผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
ธุรกิจการเดินทาง	1. ประเภทของรถ 2. ราคา 3. จำนวนผู้โดยสาร
นักท่องเที่ยว	1. วัตถุประสงค์การเดินทาง ท่องเที่ยว หรือ ติดต่อธุรกิจ 2. จำนวนคน 3. เที่ยวบินหรือรถยนต์ 4. สายการบินที่พึงประสงค์ 5. สถานที่พักที่พึงประสงค์

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	1. จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้าพักในช่วงระยะเวลาใดๆ 2. วัน เวลา และลักษณะกิจกรรมประชาสัมพันธ์ที่ทางหน่วยงานประชาสัมพันธ์ต้องการจัด
สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว	1. ประเภทบริการ 2. ราคา 3. เวลาเปิด ปิด
ตัวกลางผู้ให้บริการท่องเที่ยว	1. ประเภทและลักษณะของห้องพัก 2. จำนวนห้องพักว่างสำหรับห้องพักแต่ละประเภทและแต่ละวัน 3. ราคาห้องพักแต่ละประเภท 4. สิ่งอำนวยความสะดวกในห้องพัก 5. ภาพถ่ายห้องพัก 6. สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม 7. ที่ตั้งโรงแรมและการเดินทางมายังโรงแรม
ธุรกิจอาหาร	1. จำนวนที่นั่งที่ต้องการจอง (กรณีโรงแรมจองโต๊ะให้ลูกค้า) 2. รายการอาหารที่ต้องการสั่ง 3. เวลาเปิด ปิดของร้านอาหาร

สำหรับกลุ่มธุรกิจอาหาร ธุรกิจการเดินทาง และหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว เป็นกลุ่มที่ทางโรงแรมไม่ได้มีการติดต่อ แลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยเป็นประจำ แต่จะมีการทำเป็นครั้งหรือเป็นกรณีไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยว

สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทาง พบความสัมพันธ์ในระหว่างผู้มีส่วนได้เสียและกลุ่มข้อมูล (Data class) ดังภาพที่ 4.4-3 และตารางที่ 4.4-3



รูปที่ 4.4-3 ความสัมพันธ์ในระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางและผู้มีส่วนได้เสีย

ตารางที่ 4.4-3 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในธุรกิจการเดินทาง และผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
โรงแรมและที่พัก	พบการแลกเปลี่ยนข้อมูลน้อยมาก เป็นเพียงการสอบถามสถานที่ตั้งและการเดินทางไปยังโรงแรม หรือ โรงแรมสอบถามการเดินทางให้กับลูกค้าของตน
นักท่องเที่ยว	1. เส้นทางเดินทาง 2. ราคา 3. ที่นั่งว่าง 4. ระยะเวลาการเดินทาง 5. สถานีต้นทาง และ ปลายทาง
หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว	ยังไม่พบความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจนในผู้ประกอบการรายนี้

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว	ในบางกรณีเช่น กรณีของธุรกิจการเดินทางในท้องถิ่น จะมีการส่งลูกค้าให้กับสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นที่รู้จักและจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้พาลูกค้ามา
ตัวกลางผู้ให้บริการท่องเที่ยว	1. สถานที่รับลูกค้า 2. โปรแกรมการเดินทาง 3. จำนวนรถที่ต้องการ 4. จำนวนวันที่ต้องการ 5. ระยะเวลาใน 1 วันที่ต้องการรถ (ใช้รถตลอดทั้งวันหรือไม่) 6. ราคาประมูล หรือ ราคาที่ตกลงกันตามสัญญา
ธุรกิจอาหาร	พบการแลกเปลี่ยนข้อมูลน้อยมาก เป็นเพียงการสอบถามสถานที่ตั้งและการเดินทางไปยังร้านอาหาร ในบางกรณีเช่น กรณีของธุรกิจการเดินทางในท้องถิ่น จะมีการส่งลูกค้าให้กับร้านอาหารที่เป็นที่รู้จักและจ่ายค่าตอบแทนให้กับผู้พาลูกค้ามา
ธุรกิจการเดินทาง	(มีการติดต่อกันเองในลักษณะเช่น การจ้างรถทัวร์ของบริษัทอื่นมาเสริมในกรณีรถไม่พอ) 1. เลขทะเบียนรถ 2. ชื่อคนขับ 3. เบอร์โทรศัพท์ 4. บริษัทที่จ้าง 5. ระยะเวลา 6. สถานที่ที่จะไปรับ

สำหรับหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว พบความสัมพันธ์ในระหว่างผู้มีส่วนได้เสีย และกลุ่มข้อมูล (Data class) ดังภาพที่ 4.4-4 และ 4.4-5 และตารางที่ 4.4-4 และ 4.4-5



รูปที่ 4.4-4 ความสัมพันธ์ในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และผู้มีส่วนได้เสีย

ตารางที่ 4.4-4 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย) และผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
โรงแรมและที่พัก	1. ระดับดาว 2. ประเภท 3. สถานที่ตั้ง 4. การเดินทาง 5. Website หรือ เบอร์โทรศัพท์ 6. หน่วยงานรับรองที่พัก
นักท่องเที่ยว	1. ช่วงเวลารวมทั้งระยะเวลาสำหรับการท่องเที่ยว 2. สถานที่ท่องเที่ยวพึงประสงค์

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
ธุรกิจการเดินทาง	1. Website หรือ เบอร์โทรศัพท์ 2. ประเภทพาหนะ 3. เส้นทางการเดินทาง
สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว	1. ประเภทของกิจกรรม 2. รายการส่งเสริมการขาย 3. สถานที่ตั้ง 4. การเดินทาง 5. Website หรือ เบอร์โทรศัพท์
ตัวกลางผู้ให้บริการท่องเที่ยว	1. สถานที่ตั้ง 2. Website หรือ เบอร์โทรศัพท์
ธุรกิจอาหาร	1. ประเภท 2. สถานที่ตั้ง 3. การเดินทาง 4. Website หรือ เบอร์โทรศัพท์

เนื่องจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) เป็นหน่วยงานกลางที่รับผิดชอบในการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย ทางหน่วยงานจึงจะต้องมีการสำรวจและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผู้ประกอบการรายต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยอยู่เป็นประจำ เพื่อให้มีข้อมูลที่ทันสมัยและเชื่อถือได้



รูปที่ 4.4-5 ความสัมพันธ์ในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว) และผู้มีส่วนได้เสีย

ตารางที่ 4.4-5 ข้อมูลที่แลกเปลี่ยนในระหว่างหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว (กรมการท่องเที่ยว) และผู้มีส่วนได้เสีย

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
โรงแรมและที่พัก	ยังไม่พบความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจนในการศึกษาครั้งนี้
นักท่องเที่ยว	ยังไม่พบความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจนในการศึกษาครั้งนี้
ธุรกิจการเดินทาง	ยังไม่พบความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจนในการศึกษาครั้งนี้
สถานที่และกิจกรรมการท่องเที่ยว	ยังไม่พบความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจนในการศึกษาครั้งนี้
ตัวกลางผู้ให้บริการท่องเที่ยว	1. ประวัติการดำเนินงาน และมัคคุเทศก์ 2. ข้อมูลใบอนุญาตประกอบการ

ผู้มีส่วนได้เสีย	กลุ่มข้อมูล (Data class)
ธุรกิจอาหาร	ยังไม่พบความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ชัดเจนในการศึกษาครั้งนี้

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการพึ่งพิงกันสูงไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของการส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กันหรือการร่วมมือกันเพื่อสร้างบริการที่ครบวงจร ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของสินค้าประเภทการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าที่มีองค์ประกอบจากบริการหลายอย่าง ทั้งบริการการเดินทาง บริการที่พัก บริการร้านอาหาร ดังนั้นการพึ่งพากันในลักษณะดังกล่าวจะคงอยู่ไปในลักษณะนี้โดยยากที่จะเปลี่ยนแปลง

อย่างไรก็ตามลักษณะความสัมพันธ์เช่นนี้ก่อให้เกิดความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเป็นจำนวนมาก แต่การใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยนั้นทำได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ยังติดปัญหาที่มาจากลักษณะการทำงานตามปกติคือ การเดินทางไปพบลูกค้าในที่ต่างๆ ของพนักงานขาย และ ความต้องการทราบข้อมูลที่รวดเร็วของนักท่องเที่ยว ทำให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อีเมล นั้นเกิดความล่าช้า บางครั้งนักท่องเที่ยว หรือตัวแทนการท่องเที่ยวต้องการทราบคำตอบ ณ ขณะนั้นว่ามีห้องพักว่างหรือไม่ หรือมีที่นั่งว่างพอสำหรับโซว์รบนั้นหรือไม่ การใช้โทรศัพท์จะทำให้ได้รับคำตอบในทันที

นอกจากนี้ผู้ประกอบการประเภทโรงแรม กิจกรรมการท่องเที่ยว และร้านอาหารยังเผชิญกับปัญหา ความไม่คุ้มค่าของการพัฒนาระบบการจองห้องพัก หรือ กิจกรรม หรือ โต๊ะอาหารผ่านระบบการจองออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดเล็กหรือกลางที่ไม่ได้มีสาขา การจัดทำระบบสารสนเทศในลักษณะเดียวกับระบบการจองอัตโนมัติ (Computerized Reservation System) ของสายการบินเพื่อเปิดให้ตัวแทนการท่องเที่ยวแต่ละแห่งเข้ามาใช้ตรวจสอบห้องพักว่าง หรือ ที่นั่งว่างนั้นยังพิจารณาว่าเป็นการลงทุนที่ไม่คุ้มค่า

ดังนั้นในส่วนของการแลกเปลี่ยนข้อมูลห้องพักว่างระหว่างผู้ประกอบการโรงแรมกับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวนั้นเกิดขึ้นในรูปแบบที่สลับด้านกันกับกรณีของสายการบินกับตัวแทนการท่องเที่ยว คือในกรณีของโรงแรมและตัวแทนการท่องเที่ยว จะมีตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์รายใหญ่หลายๆ รายที่มีการพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ที่เปิดให้ทางโรงแรมสามารถที่จะใส่ข้อมูลห้องพัก จำนวนห้องพักที่ต้องการขายในแต่ละวัน และราคาห้องพักได้เองและสามารถทำการปรับเปลี่ยนได้ตลอด ซึ่งสร้างความยืดหยุ่นให้กับทางโรงแรมโดยที่โรงแรมสามารถที่จะจัดการให้เกิดการจองห้องพักให้มากที่สุดและได้ราคา

ดีที่สุด (เนื่องจากโรงแรมสามารถเปลี่ยนราคาได้วันต่อวัน) สำหรับตัวแทนการท่องเที่ยวขนาดเล็กถึงกลางที่ไม่สามารถพัฒนาระบบลักษณะดังกล่าวได้ อีเมลและโทรศัพท์ถือเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและไม่ได้ทำให้ประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยนข้อมูลลดลง ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดที่กล่าวข้างต้นคือตัวแทนการท่องเที่ยวมักจะต้องการคำตอบอย่างรวดเร็ว ในขณะที่โรงแรมก็ต้องการความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการห้องพัก ดังนั้นโรงแรมจึงต้องการที่จะให้คำตอบในลักษณะรายวัน หรือ ณ ขณะใด ๆ มากกว่าที่จะให้ข้อมูลล่วงหน้าผ่านระบบสารสนเทศไว้นานๆ

กล่าวโดยสรุปแล้ว จากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยนั้นยังไม่พบปัญหาในการบริหารจัดการความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มที่เป็นปัญหาร้ายแรง จะพบก็เพียงแต่ปัญหาเล็กๆ เช่น ความถี่ในการขอข้อมูลที่ถี่เกินไป อย่างไรก็ตามปัญหาที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับการพัฒนา ดูแล และทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการทุกกลุ่มรวมถึงหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกล่าวถึง

เพื่อสอบถามความสอดคล้องของข้อมูลที่ต้องการในการวางแผนการท่องเที่ยวจากมุมมองของผู้ประกอบการกับนักท่องเที่ยว ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูลเพิ่มเติมจากนักท่องเที่ยวจำนวน 97 คน จาก 6 ภูมิภาค พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สืบค้นข้อมูลเพื่อวางแผนการเดินทางจากผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยซึ่งเป็นหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลัก ข้อมูลส่วนใหญ่ที่นักท่องเที่ยวต้องการประกอบไปด้วย ข้อมูลเกี่ยวกับโรงแรมและที่พัก สถานที่ท่องเที่ยวและกิจกรรม การเดินทาง และตัวแทนธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้นำเสนอแล้วในตัวอย่างข้อมูลข้างต้น สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจการเดินทาง และธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวจะเห็นได้ว่าความต้องการข้อมูลที่ใช้สำหรับการดำเนินงานตามปกติเป็นไปในทิศทางเดียวกับข้อมูลที่นักท่องเที่ยวต้องการสืบค้นเช่นกัน (รายละเอียดปรากฏในภาคผนวกที่ 8)

บทที่ 5

บทสรุป

5.1 สรุปผลการศึกษา

งานวิจัยชิ้นนี้เกิดขึ้นจากการเล็งเห็นความสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยและความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมนี้สามารถที่จะร่วมมือกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาของอุตสาหกรรมที่ยั่งยืน ดังนั้นงานวิจัยชิ้นนี้จึงมุ่งที่จะศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพื่อให้ได้เข้าใจถึงภาพรวมของการประสานงานกันระหว่างผู้มีส่วนได้เสียหลัก และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้มีส่วนได้เสียแต่ละราย ทั้งนี้เนื่องจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลและการประมวลผลข้อมูลเป็นอย่างมาก ดังนั้นหากการแลกเปลี่ยนหรือส่งต่อข้อมูลระหว่างกันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ก็จะส่งผลดีต่อทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรม

ในการศึกษาโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย คณะผู้วิจัยได้จัดทำการเสวนากลุ่ม (Focus group) กับผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมด 6 กลุ่ม ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมและที่พัก ธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม ธุรกิจและบริการด้านอาหาร และธุรกิจการเดินทาง ใน แหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยทั้ง กรุงเทพฯ ภาคเหนือและภาคใต้โดยใช้สถานที่รวบรวมข้อมูลประกอบไปด้วย กรุงเทพฯ เชียงใหม่ และสมุย นอกจากนี้ยังได้มีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญในธุรกิจการท่องเที่ยวประเภทต่างๆ

จากการศึกษาพบว่า ผู้มีส่วนได้เสียรายหลักในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

1. ธุรกิจโรงแรมและที่พัก: โดยผู้ประกอบการในกลุ่มนี้มีความหลากหลายในเรื่องของขนาด และกลุ่มเป้าหมาย เช่น เน้นรองรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครอบครัว เน้นรองรับนักท่องเที่ยวประเภท Backpack เป็นต้น ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกันก็จะส่งผลให้การบริหารจัดการโซ่อุปทานนั้นมีลักษณะที่แตกต่างกันไป และมีความต้องการพึ่งพาผู้ประกอบการรายอื่นมากหรือน้อยแตกต่างกันไป
2. ธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว: ผู้ประกอบการในกลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยวมีความหลากหลายในเรื่องของสินค้าและบริการที่ตัวแทนการท่องเที่ยวเตรียมให้กับนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการบางรายให้บริการแบบครบวงจร คือ สามารถที่จะจัดหาที่พัก ตัวเครื่องบิน ตัวรถโดยสาร หรือ บริการ

รถรับส่ง พร้อม กิจกรรมการท่องเที่ยว และ อาหารตลอดการเดินทางของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการบางรายอาจเน้นเฉพาะบริการใดบริการหนึ่งที่ตนถนัดเท่านั้น เช่น บริการจองที่พัก บริการจองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น

3. ธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม: ผู้ประกอบการในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรมมีความจำเป็นที่จะต้องพึ่งพาผู้ประกอบการตัวแทนการท่องเที่ยวค่อนข้างมากในการเป็นตัวกลางแนะนำ และจัดหานักท่องเที่ยวให้มาเป็นลูกค้าของกิจกรรมการท่องเที่ยวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น โชว์ต่างๆ พิพิธภัณฑสถาน กิจกรรมการท่องเที่ยวในลักษณะผจญภัย และหากกิจกรรมเป็นลักษณะของการจองตั๋วเครื่องบินเช่น โชว์หรือละครต่างๆ ซึ่งมีที่นั่งมากเท่าไร ก็มักจะต้องอาศัยตัวแทนการท่องเที่ยวมากขึ้นเท่านี้ในการจัดหานักท่องเที่ยวมาลงเป็นกลุ่ม
4. ธุรกิจการเดินทาง: ธุรกิจการเดินหน้านั้นมีความหลากหลายค่อนข้างมากคือมีทั้งการเดินทางทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ ซึ่งลักษณะของการบริหารจัดการอาจคล้ายกันแต่มีรายละเอียดที่แตกต่างกันค่อนข้างมาก เช่น สายการบินจะต้องมีการจัดการเรื่องที่นั่ง และจำเป็นจะต้องบริหารให้เกิดการจองที่มากที่สุดต่อ 1 เที่ยวบินการเดินทาง สำหรับธุรกิจการเดินทางเรือก็แตกต่างกัน คือมีบริการการเดินทางโดยเรือหลายรูปแบบ เช่น เรือโดยสารท่องเที่ยวแบบค้างคืน เรือโดยสารข้ามเกาะ เป็นต้น ดังนั้นรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลที่ต้องการจัดเก็บก็จะแตกต่างกันไป
5. หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว: สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีหน้าที่หลักในการทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวไทยไปยังตลาดในทวีปและประเทศต่างๆ ดังนั้นสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กหรือกลางที่มีงบประมาณจำกัดในการออกไปประชาสัมพันธ์ตัวเองในประเทศต่างๆ มักจะอาศัยการออกประชาสัมพันธ์ในลักษณะ Roadshow ร่วมไปกับททท. ด้วย
6. ธุรกิจและบริการด้านอาหาร: จากการเสวนากลุ่มและการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่า ธุรกิจและบริการด้านอาหารนั้นต้องพึ่งพาตัวเองค่อนข้างสูง การสร้างความสัมพันธ์กับโรงแรมเพื่อให้โรงแรมส่งต่อลูกค้าให้เข้ามาใช้บริการร้านอาหารนั้นเป็นไปได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากโรงแรมส่วนใหญ่ก็มีร้านอาหารเป็นของตนเอง ส่วนการสร้างความสัมพันธ์กับตัวแทนการท่องเที่ยวเพื่อให้มีการพาลูกค้าที่เป็นกลุ่มมาทานอาหารนั้นจะทำได้ก็ต่อเมื่อร้านอาหารนั้นเป็นร้านอาหารขนาดใหญ่ มีความสามารถที่จะรับลูกค้าจำนวนมากๆ พร้อมกัน และสามารถที่จะรักษามาตรฐาน และรสชาติ ดังนั้นจึงมีร้านอาหารจำนวนไม่มากนักที่สามารถที่จะรองรับในส่วนนี้ได้ ดังนั้นธุรกิจและบริการด้านอาหารจึงเป็นผู้ประกอบการที่เป็นผู้ที่มีส่วนได้เสียและความสัมพันธ์น้อยที่สุดกับผู้ประกอบการรายอื่นในอุตสาหกรรม

ปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการเสวนากลุ่มกับผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถแบ่งปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานได้เป็น 3 กลุ่มหลักคือ

1. ปัญหาจากลักษณะการทำงานในบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่

- ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการกับอุปสงค์ (Demand) ที่มีลักษณะเพิ่มและลดแตกต่างกันอย่างมากและบางครั้งเปลี่ยนแปลงได้ด้วยปัจจัยภายนอกที่ควบคุมไม่ได้เช่น ภัยทางธรรมชาติ ปัญหาการเมือง เป็นต้น
- ปัญหาในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจและสามารถแข่งขันได้ เช่น การพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวแบบใหม่ๆ สำหรับดึงดูดนักท่องเที่ยว หรือ การพัฒนาสินค้าประจำท้องถิ่นให้โดดเด่น (เช่น โสมของประเทศเกาหลี หรือ บัวหิมะของประเทศจีน เป็นต้น)
- ปัญหาในการสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่งและเป็นที่รู้จักในระดับนานาชาติ ถือเป็นเรื่องยากโดยเฉพาะสำหรับผู้ประกอบการขนาดเล็กและกลางที่มีทรัพยากรและงบประมาณน้อยกว่า อย่างไรก็ตาม การพัฒนาแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักจะส่งผลเป็นอย่างมากต่อความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก

2. ปัญหาเกี่ยวกับข้อมูล ข่าวสาร และความรู้

- ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการและแบ่งปันข้อมูล ซึ่งผู้ประกอบการหนึ่งรายจะต้องจัดเก็บประมวลผล และแลกเปลี่ยนข้อมูลเป็นจำนวนมากกับผู้ประกอบการรายอื่น หรือ หน่วยงานอื่น ดังนั้น ความถี่ และ ปริมาณของข้อมูลจึงเป็นเรื่องสำคัญ
- ปัญหาเกี่ยวกับการจัดการความถูกต้องและเชื่อถือได้ของข้อมูล – เมื่อเกิดการประมวลผลข้อมูลจำนวนมากทำให้เกิดความล่าช้า และทำให้สารสนเทศที่ได้นั้นไม่เป็นปัจจุบัน รวมถึงข้อมูลหลายๆอย่างบนเว็บไซต์เป็นข้อมูลที่ไม่ถูกต้องหรือไม่เป็นปัจจุบัน
- การขาดการเข้าถึงข่าวสารและความรู้ใหม่ๆ – ซึ่งอาจทำให้ผู้ประกอบการพลาดโอกาสหรือไม่สามารถเตรียมตัวรับมือได้ เช่น กรณีของ AEC ซึ่งผู้ประกอบการพอดคาดเดาได้น่าจะเกิดผลดีในแง่ของการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น แต่ผู้ประกอบการก็ไม่ทราบว่าควรจะต้องเตรียมตัวอย่างไรบ้าง หรือ จะมีผลกระทบเชิงลบในแง่ไหนบ้างหากไม่สามารถพัฒนาธุรกิจของตนได้

ทัน ดังนั้นหน่วยงานของรัฐน่าจะมีการจัดอบรม ให้ข้อมูล เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถเตรียมตัวรับมือกับ AEC ได้ดีขึ้น

3. ปัญหาอันเนื่องมาจากการพัฒนาอย่างรวดเร็วทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

- การพัฒนาเว็บไซต์ง่ายขึ้น ซึ่งส่งผลกระทบต่อธุรกิจโดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวประสบปัญหา เช่น มีผู้อ้างตัวเป็นตัวแทนการท่องเที่ยวจำนวนมาก และนำไปโปรแกรมท่องเที่ยวมาจำหน่ายบนอินเทอร์เน็ต โดยที่อาจจะไม่ใช่ผู้ประกอบการที่จดทะเบียนอย่างถูกต้อง
- เกิดการตัดราคาและลดความสำคัญของธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว เมื่อธุรกิจโรงแรม ธุรกิจกิจกรรมการท่องเที่ยว และธุรกิจการเดินทางโดยเฉพาะอย่างยิ่งสายการบินพัฒนาเว็บไซต์เป็นของตนเองและเข้าถึงนักท่องเที่ยวโดยตรง และตั้งราคาบนเว็บไซต์ของตนให้ถูกกว่าราคาที่ให้กับตัวแทนการท่องเที่ยว
- การเกิดขึ้นของสื่อสังคมออนไลน์ส่งผลกระทบต่อธุรกิจการท่องเที่ยวทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ในเชิงบวก Online review บนสังคมออนไลน์ เช่น TripAdvisor เป็นอีกช่องทางหนึ่งในการเปิดให้นักท่องเที่ยวทั่วโลกได้รู้จักกับผู้ประกอบการแต่ละรายมากขึ้น ผู้ประกอบการก็อยากที่จะติดอันดับดีและได้รับการพูดถึงในแง่ดี ซึ่งจะมีผลมากต่อความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ในเชิงลบ ช่องทางเดียวกันนี้อาจเป็นช่องทางที่ให้ผู้แข่งขันเข้ามาโจมตีหรือพูดถึงในแง่ไม่ได้
- เทคโนโลยีสารสนเทศชนิดใหม่ๆ พัฒนาขึ้นอย่างรวดเร็ว และหลายๆ ชนิดสามารถนำมาใช้ช่วยให้การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นได้ อย่างไรก็ตามการที่เทคโนโลยีถูกพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการโดยเฉพาะรายเล็กไม่สามารถที่จะติดตาม และพัฒนาความรู้ได้ทัน

การแลกเปลี่ยนข้อมูลในการบริหารจัดการโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการพึ่งพิงกันสูงไม่ว่าจะเป็นในลักษณะของการส่งต่อนักท่องเที่ยวให้กันหรือการร่วมมือกันเพื่อสร้างบริการที่ครบวงจร ทั้งนี้เนื่องมาจากลักษณะของสินค้าประเภทการท่องเที่ยวซึ่งเป็นสินค้าที่มีองค์ประกอบจากบริการหลายอย่าง

ทั้งบริการการเดินทาง บริการที่พัก บริการร้านอาหาร ดังนั้นการพึ่งพากันในลักษณะดังกล่าวจะคงอยู่ไปในลักษณะนี้โดยยากที่จะเปลี่ยนแปลง

อย่างไรก็ตามลักษณะความสัมพันธ์เช่นนี้ก่อให้เกิดความต้องการที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลกันเป็นจำนวนมาก แต่การใช้ระบบสารสนเทศเข้ามาช่วยนั้นทำได้เพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ยังติดปัญหาที่มาจากลักษณะการทำงานปกติคือ การเดินทางไปพบลูกค้าในที่ต่างๆของพนักงานขาย และ ความต้องการทราบข้อมูลที่รวดเร็วของนักท่องเที่ยว ทำให้การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น อีเมล นั้นเกิดความล่าช้า บางครั้งนักท่องเที่ยว หรือตัวแทนการท่องเที่ยวต้องการทราบคำตอบ ณ ขณะนั้นว่ามีห้องพักว่างหรือไม่ หรือมีที่นั่งว่างพอสำหรับการแสดงรอบนั้นหรือไม่ การใช้โทรศัพท์จะทำให้ได้รับคำตอบในทันทีเร็วกว่าการใช้อีเมล

นอกจากนี้ผู้ประกอบการประเภทโรงแรม กิจกรรมการท่องเที่ยว และร้านอาหารยังเผชิญกับปัญหา ความไม่คุ้มค่าของการพัฒนาระบบการจองห้องพัก หรือ กิจกรรม หรือ โต๊ะอาหารผ่านระบบการจองออนไลน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจขนาดเล็กหรือกลางที่ไม่ได้มีสาขา การทำระบบสารสนเทศในลักษณะเดียวกับระบบการจองอัตโนมัติ (Computerized Reservation System) ของสายการบินเพื่อเปิดให้ตัวแทนการท่องเที่ยวแต่ละแห่งเข้ามาใช้ตรวจสอบห้องพักว่าง หรือ ที่นั่งว่างนั้นไม่คุ้มค่า

ดังนั้นในส่วนของการแลกเปลี่ยนข้อมูลห้องพักว่างระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมและที่พัก กับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวนั้นเกิดขึ้นในรูปแบบที่สลับซับซ้อนกับกรณีของสายการบินกับตัวแทนการท่องเที่ยว คือในกรณีของโรงแรมและตัวแทนการท่องเที่ยว จะมีตัวแทนการท่องเที่ยวออนไลน์รายใหญ่หลายๆ รายที่มีการพัฒนาระบบสารสนเทศออนไลน์ที่เปิดให้ทางโรงแรมสามารถที่จะใส่ข้อมูลห้องพักจำนวนห้องพักที่ต้องการขายในแต่ละวัน และราคาห้องพักได้เองและสามารถทำการปรับเปลี่ยนได้ตลอด ซึ่งสร้างความยืดหยุ่นให้กับทางโรงแรมโดยที่โรงแรมสามารถที่จะจัดการให้เกิดการจองห้องพักให้มากที่สุด และได้ราคาดีที่สุด (เนื่องจากโรงแรมสามารถเปลี่ยนราคาได้วันต่อวัน) สำหรับตัวแทนการท่องเที่ยวขนาดเล็กถึงกลางที่ไม่สามารถพัฒนาระบบลักษณะดังกล่าวได้ อีเมลและโทรศัพท์ถือเป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและไม่ได้ทำให้ประสิทธิภาพในการแลกเปลี่ยนข้อมูลลดลง ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดที่กล่าวข้างต้นคือ ตัวแทนการท่องเที่ยวมักจะต้องการคำตอบอย่างรวดเร็ว ในขณะที่โรงแรมก็ต้องการความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการห้องพัก ดังนั้นโรงแรมจึงต้องการที่จะให้คำตอบในลักษณะรายวัน หรือ ณ ขณะใดๆ มากกว่าที่จะให้ข้อมูลล่วงหน้าผ่านระบบสารสนเทศไว้นานๆ

กล่าวโดยสรุปแล้ว จากการสำรวจและสัมภาษณ์ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยนั้นยังไม่พบปัญหาในการบริหารจัดการความสัมพันธ์และการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่าง

ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มที่เป็นปัญหาร้ายแรง จะพบก็เพียงแค่ปัญหาเล็กๆ เช่น ความถี่ในการขอข้อมูลที่ถี่เกินไป อย่างไรก็ตามปัญหาที่พบจากการศึกษาในครั้งนี้เป็นปัญหาที่เกี่ยวกับการพัฒนา ดูแล และทำนุบำรุงแหล่งท่องเที่ยวในแต่ละท้องถิ่น ซึ่งเป็นปัญหาที่ผู้ประกอบการทุกกลุ่มรวมถึงหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวกล่าวถึง

5.2 ประโยชน์ในเชิงปฏิบัติ

การนำแนวความคิดทางด้านการจัดการโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจท่องเที่ยวในประเทศไทยกับประเทศอื่นๆทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนของการระบูกิจกรรมที่มีลักษณะ win-win advantage ได้แก่ การประสานงานและแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างโรงแรมและผู้ประกอบการกิจกรรมการท่องเที่ยวเกี่ยวกับตัวแทนการท่องเที่ยว ซึ่งหากสามารถที่จะหาแนวทางที่ช่วยให้การปรับปรุงข้อมูลบางอย่าง เช่น ข้อมูลห้องว่าง/ที่นั่งว่าง ราคา ให้เป็นอัตโนมัติมากขึ้นได้นั้นก็จะช่วยให้การขายของตัวแทนการท่องเที่ยวนั้นเป็นไปได้รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งก็จะส่งผลดีต่อทุกฝ่าย

นอกจากนี้การศึกษาและระบุมความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยที่ชัดเจน ยังช่วยชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยว (Value-added Experience) โดยจากการศึกษาพบว่า การสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวนั้นควรเริ่มต้นตั้งแต่ ตัวแทนการท่องเที่ยว และหน่วยงานดูแลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของภาครัฐ ซึ่งถือเป็นจุดแรก (Touch point) ที่นักท่องเที่ยว หรือ ผู้ที่กำลังจะวางแผนท่องเที่ยวมักจะติดต่อ หรือ สืบค้นข้อมูลจากทั้งสองแหล่งนี้ ดังนั้นการสร้างประสบการณ์ตั้งแต่จุดแรกที่นักท่องเที่ยวได้รู้จักกับประเทศไทยนั้นถือเป็นสิ่งสำคัญที่ตัวแทนการท่องเที่ยวและหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวควรเพิ่มความระมัดระวังให้มากขึ้น หากการสืบค้นข้อมูลในเบื้องต้น หรือ การติดต่อเพื่อสอบถามข้อมูลกับตัวแทนการท่องเที่ยวหรือกับหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวนั้นเป็นไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และได้รับทราบข้อมูลที่เป็นเชิงบวกก็จะส่งผลดีอย่างมากต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวและการเลือกซื้อสินค้า/บริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติม

ผู้ประกอบการรายต่างๆ ในห่วงโซ่อุปทานอาจจะเพิ่มกิจกรรมที่มีลักษณะ win-win advantage ได้ผ่านการวางแผนการตลาดร่วมกัน (Market Collaborate Strategic Plan) โดยอาจมีตัวแทนการท่องเที่ยว หรือ หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเป็นตัวกลางหรือเป็นผู้นำในการวางแผนการตลาดและจัดกิจกรรมร่วมกัน เช่น กิจกรรมส่งเสริมการท่องเที่ยวนอกฤดูท่องเที่ยวจะช่วยให้ผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ โดยเฉพาะที่เป็นผู้ประกอบการรายเล็กที่ไม่มีทรัพยากรเพียงพอที่จะทำการตลาด

เชิงรุกเองได้จะได้ประโยชน์จากกิจกรรมในลักษณะนี้มาก โดยอาจารย์ร่วมทำการประชาสัมพันธ์และการขายในลักษณะที่เป็นโปรแกรมร่วมไปพร้อมกับผู้ประกอบการรายอื่น ไม่ว่าจะเป็นการเดินทาง และ กิจกรรมการท่องเที่ยว

สำหรับในส่วนของการแลกเปลี่ยนข้อมูล จากการศึกษาพบว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นต้องพึ่งพิงกับความถูกต้องและความเป็นปัจจุบันข้อมูลอยู่มาก เนื่องจากลูกค้า (นักท่องเที่ยว) จะเห็นและตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการจากการอ่านข้อมูลที่ปรากฏอยู่ตามหนังสือและเว็บไซต์เท่านั้น ดังนั้นระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศจึงจะเข้ามามีบทบาทเป็นอย่างมากต่อการจัดการข้อมูลในอุตสาหกรรมนี้ หน่วยงานที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้ประกอบการต่างๆ และมีความต้องการข้อมูลจากผู้ประกอบการอื่นๆ มากที่สุดได้แก่ ตัวแทนการท่องเที่ยว ดังนั้นการพัฒนาระบบสารสนเทศสำหรับตัวแทนการท่องเที่ยวนี้ ควรจะมุ่งเน้นไปที่การอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างองค์กร การพัฒนานโยบายในการรักษาสิทธิในการเข้าถึงข้อมูล ความเป็นส่วนตัว และความปลอดภัยให้กับผู้ประกอบการรายอื่นๆ ที่จะเป็นผู้ให้ข้อมูลนำเข้าแก่ระบบสารสนเทศของตัวแทนการท่องเที่ยว รวมไปถึงควรจะมีการปรับปรุงข้อมูลที่จะเกิดขึ้นบ่อยให้มีความสะดวกและเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากผู้ให้ข้อมูล เช่น โรงแรม และ ธุรกิจการเดินทาง อาจมีความต้องการที่จะปรับเปลี่ยนราคาไปตามปริมาณความต้องการเพื่อที่จะสร้างกำไรสูงสุด นอกจากนี้การจัดเก็บข้อมูลให้ครบถ้วนทั้งในฝั่งของผู้ประกอบการที่เป็นซัพพลายเออร์และในฝั่งของลูกค้าจะช่วยเสริมให้เกิดประโยชน์อย่างมากในการวางแผนการตลาดร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการรายต่างๆ อีกด้วย

สำหรับกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Non value added) ในโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั้น จากการศึกษาพบว่า การจัดเก็บข้อมูลทางสถิติโดยหน่วยงานภาครัฐ เช่น สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวเข้าพักในแต่ละช่วงเวลา นั้นเป็นกิจกรรมที่ผู้ประกอบการต่างๆ มองว่าเป็นการเพิ่มงานและผู้ประกอบการบางรายก็ไม่ได้ให้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริง เนื่องจากเกรงปัญหาเกี่ยวกับคู่แข่งหรือไม่ได้อยากจะเปิดเผยข้อมูลทั้งหมด ซึ่งทำให้กิจกรรมนี้เป็นกิจกรรมที่ไม่ก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มจากมุมมองของผู้ประกอบการ ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐควรหาแนวทางที่จะพัฒนาและปรับปรุงการเก็บรวบรวมและประมวลผลข้อมูลทางสถิติ โดยมุ่งเน้นให้เกิดกระบวนการที่ง่าย สะดวกและมีประสิทธิภาพ และให้สารสนเทศที่เป็นประโยชน์และทันต่อเวลาให้กับผู้ประกอบการต่างๆ ให้มากที่สุด

5.3 ประโยชน์ในเชิงทฤษฎี

การจัดการโซ่อุปทาน(Supply Chain Management) เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการเชื่อมประสานการดำเนินธุรกิจตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบไปจนถึงผู้บริโภค ซึ่งการจัดการโซ่อุปทานให้เป็นเอกภาพจะทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันและจำกัดส่วนเกินออกจากโซ่อุปทานตลอดสาย ทำให้โซ่

อุปทานตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีขึ้น รวดเร็วขึ้น ด้วยต้นทุนที่ลดลง ส่งผลดีต่อแต่ละหน่วยธุรกิจตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งการประยุกต์ใช้การจัดการโซ่อุปทานในหลายองค์กรหรือหลายอุตสาหกรรมล้วนประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี อย่างไรก็ตามผลจากการศึกษาในครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า แนวทางการบริหารจัดการโซ่อุปทานแบบเส้นตรงจากซัพพลายเออร์ไปจนถึงผู้จัดจำหน่ายและกระจายสินค้าจนถึงมือลูกค้า นั้นอาจไม่เพียงพอหรือไม่เหมาะสมสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งมีคุณลักษณะที่แตกต่างออกไป คือมีความพึ่งพิงอยู่กับการจัดการข้อมูลเป็นอย่างมาก และผู้ประกอบการรายต่างๆ มีความสัมพันธ์กันเป็นเครือข่ายที่ค่อนข้างซับซ้อนและมีตัวแทนการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นตัวประสานหรือเป็นจุดศูนย์กลางของอุตสาหกรรม (ถึงแม้ว่าจะมีผู้ประกอบการขนาดใหญ่บางรายพยายามที่จะใช้ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศเข้าถึงลูกค้าโดยตรงและตัดตัวแทนการท่องเที่ยวออกไป แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการขนาดกลางถึงเล็กอีกเป็นจำนวนมากที่ยังต้องอาศัยตัวแทนการท่องเที่ยวอยู่)

ดังนั้นสำหรับตัวแบบข้อมูลที่จะใช้สำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกันในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว นั้น จึงควรพิจารณาให้ครบทุกด้านความสัมพันธ์ คือพิจารณาถึงผู้ประกอบการรายต่างๆ ที่จะแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยมิใช่พิจารณาแต่ในบริบทของผู้ประกอบการรายใดรายหนึ่งเป็นที่ตั้ง ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้ได้นำเสนอตัวแบบข้อมูลที่ครบถ้วนในทุกมิติความสัมพันธ์ คือ ผู้ประกอบการรายหนึ่ง อาจใช้ชุดข้อมูลหลายชุดขึ้นอยู่กับคู่ค้าหรือผู้ที่กำลังแลกเปลี่ยนข้อมูลด้วยในบริบทหนึ่งๆ

5.4 ข้อจำกัดของงานวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งเน้นเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการทำเสวนากลุ่ม จึงมีข้อจำกัดอยู่ที่จำนวนของผู้ให้ข้อมูลซึ่งเมื่อเทียบกับประชากรคือผู้ประกอบการทั้งหมดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย อย่างไรก็ตามคณะผู้วิจัยได้พยายามที่จะลดทอนข้อจำกัดนี้ด้วยการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการจากหลายแหล่งท่องเที่ยวและทุกประเภทของผู้ประกอบการในแต่ละแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูล

อย่างไรก็ตามผลการวิจัยชิ้นนี้อาจไม่สามารถนำไปใช้ได้กับบริบทที่แตกต่างออกไป เช่น ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศที่มีผู้ประกอบการรายใหญ่เช่น โรงแรม มากกว่ารายเล็ก ซึ่งจะทำให้ความต้องการในการพึ่งพิงตัวแทนการท่องเที่ยวนี้น้อยลง ซึ่งต่างกับบริบทของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

5.5 ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

งานวิจัยในอนาคตอาจมุ่งเน้นไปที่การแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างธุรกิจโรงแรม ธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวและธุรกิจการเดินทาง ซึ่งผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่มนี้มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกันมาก และต้องพึ่งพากันค่อนข้างสูง นอกจากนี้หากพิจารณาจากมุมมองของนักท่องเที่ยว บริการที่เกี่ยวข้องที่พัก และการเดินทางก็มักจะเป็นอันดับแรกของการสืบค้นและเลือกซื้อในแต่ละครั้งของการท่องเที่ยวเสมอ ดังนั้นหากมีการศึกษาที่มุ่งเน้นไปในเรื่องของการใช้ระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาอำนวยความสะดวกในการจัดเก็บและแลกเปลี่ยนข้อมูลกันระหว่างผู้ประกอบการทั้ง 3 กลุ่มและนักท่องเที่ยว ก็จะช่วยทำให้การบริหารจัดการโซ่อุปทานของผู้มีส่วนได้เสียรายหลักของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั้ง 3 รายเป็นไปได้ อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้งานวิจัยในอนาคตอาจศึกษาถึงเรื่องของการวางแผนนโยบายเกี่ยวกับการรักษาความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และสิทธิ์ในการเข้าถึงข้อมูลให้รัดกุมและชัดเจนมากขึ้น ซึ่งจะทำให้ผู้ประกอบการรายต่างๆ เกิดความมั่นใจในการให้ข้อมูลกับหน่วยงานอื่น

และงานวิจัยในอนาคตอาจจะให้ความสำคัญกับเรื่องความซับซ้อนของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการแต่ละราย โดยอาจจะศึกษาและจำลองเป็นตัวแทนความสัมพันธ์โดยดูว่าผู้ประกอบการประเภทใดควรมีความสัมพันธ์กับผู้ประกอบประเภทใดบ้าง และไม่ควรจะมีความสัมพันธ์กับบริษัทมากเกินไปจนเกินไป เพื่อให้เกิดการบริหารจัดการที่ง่าย สะดวก และเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและใช้ทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่ามากที่สุด

บรรณานุกรม

- จิตราภา กุณฑบุตร. (2009). *การจัดระบบข้อมูลและสารสนเทศทางการศึกษาในโรงเรียน.วิธีสืบค้นวัสดุสารสนเทศ.[ออนไลน์]. เข้าถึงได้*
จากhttp://www.chittrapa.net/index.php?option=com_content&task=view&id=35&Itemid=51 (วันที่ค้นข้อมูล :24 กรกฎาคม 2011).
- ฉลองศรี พิมพ์สมพงศ์. (2005) *การวางแผนและพัฒนาตลาดการท่องเที่ยว.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.*
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. *การตลาดท่องเที่ยว (Tourism Marketing) วิธีสืบค้นวัสดุสารสนเทศ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.shef.ac.uk/library/libdocs/hsl-dvc1.pdf>. (วันที่ค้นข้อมูล: 10 กรกฎาคม 2011).*
- เมธา ขำนิ (2001).*แบบจำลองอุปสงค์ของการท่องเที่ยว: ปัจจัยที่มีผลต่อรายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติของประเทศไทย. ระดับ.วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์และการเงินระหว่างประเทศบัณฑิตวิทยาลัย, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.*
- Beamon, B. M. (1998) Supply Chain Design and Analysis: Models and Methods, *International Journal of Production Economics* , Vol. 55, no. 3, p. 281-294.
- Buhalis, D. (1998). Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management*, Vol. 19, no. 5, p. 409-421.
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management.* Pearson, Financial Times: Prentice-Hall.
- Buhalis, D. and Law, R. (2008).Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of eTourism research. *Tourism Management*, Vol. 29, p. 609-623.
- 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.*
- Chaitip, P. et al. (2010). A Structural Equation Model: Greece's Tourism Demand for Tourist Destination. *APSTRACT (Applied Studies In Agribusiness And Commerce)*, Vol. 4, no.1-2, p. 75-83.

- Chaovanapoonphol Y. et al. (2010). *Time Series Modelling of Tourism Demand from the USA, Japan and Malaysia to Thailand*. University of Canterbury, Department of Economics and Finance.
- Claveria, O. and Datzira, J. (2010). Forecasting tourism demand using consumer expectations. *Tourism Review*, Vol.65, no.1, p. 18-36.
- Christopher, M. (2005). *Logistics and Supply Chain Management: Creating Value - Adding Network 3rd ed*, Harlow: Prentice-Hall.
- Fodness, D., & Murray, B. (1997). Tourist information search. *Annals of Tourism Research*, Vol. 24 no. 3, p. 503-523.
- Giacomelli, A. (2006) *Tourism Demand*. Ph.D. dissertation at the University of Insubria, Italy.
- Halicioglu, F. (2004) An ARDL Model of International Tourist Flows to Turkey. *Global Business and Economics Review 2004 Anthology*, p.614-624.
- Hruschka H. and Mazanec.J. (1990). Computer-assisted travel counseling, *Annals of Tourism Research* 17, p. 208-227.
- 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.
- Jakkilinki, R., Georgievski, M., and Sharda, N. (2007). Connecting destinations with an ontology-based e-tourism planner. In M. Sigala, L. Mich, & J. Murphy (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2007*. p. 21-32. Springer Wien.
- 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.

- Lee, Y.T. and Umeda, S. (2000). *An IDEF1x Information Model for a Supply Chain Simulation*. [WWW] NIST. Available from: <http://www.mel.nist.gov/msidlibrary/doc/idefx.pdf>. [Accessed 24/07/11].
- Livi, E. (2008) Information technology and new business models in the tourism industry in: *Proceedings of the 8th Global Conference on Business & Economics*, October 18 – 19, 2008, Florence, Italy
- Loban S.R., (1997) A framework for computer-assisted travel counseling, *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, no. 4, p. 813–834.
- Lohmann, M. (2004). New Demand Factors in Tourism. In: *Proceedings of the European Tourism Forum, October 15, 2004, Budapest, Hungary*.
- Maedche, A., and Staab, S. (2003). Services on the move: Towards P2Penabledsemantic web services. In A. Frew, P. O'Connor, & M. Hitz (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2003. ENTER 2003 proceedings*. p. 124–133. New York: Springer Wien.
- March, R., and Wilkinson, I. (2009). Conceptual tools for evaluating tourism partnerships. *Tourism Management* Vol. 30, p. 455-462.
- Mills, J., and Law, R. (2004). *Handbook of consumer behaviour, tourism and the Internet*. New York: Harworth Hospitality Press.
- Morrison, A. M., Jing, S., O'Leary, J. T., & Lipping, A. C. (2001). Predicting usage of the Internet for travel bookings: An exploratory study. *Information Technology & Tourism*, Vol. 4, no. 1, p. 15–30.
- O'Connor, P. (1999). *Electronic information distribution in tourism and hospitality*. Wallingford: CAB.
- O'Connor, P., and Frew, A. (2001). Expert perceptions on the future on hotel electronic distribution channels. In P. J. Sheldon, K. W. Wober, & D. R. Fesenmaier (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2001* p. 346–357. New York: Springer Wien.
- Pease, W.R., Rowe, M. and Copper, M. (2007). *Information and Communication Technologies in Support of the Tourism Industry*. Idea Group Publishing, United Kingdom.

- 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, S.F. and Li, G. (2003) Modeling and forecasting the demand for Thaitourism. *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.(2008). *UNWTO World Tourism Barometer* [Online] UNWTO. Available from <http://mkt.unwto.org/en/barometer.htm> [Accessed: 20 July 2011].
- UNWTO.(2009). Tourism: Creating Opportunities in Challenging Times. *UNWTO news: Magazine of the World Tourism Organization XXIII*.
- Venturini, A., and Ricci, F. (2006).Applying Trip@dvice recommendation technology to www.visiteurope.com, 4th prestigious applications of intelligent systems (PAIS-2006). *The 17th European Conference on Artificial Intelligence, Riva del Garda, Italy, Aug 28th –Sept 1st, 2006*.
- Werthner, H., and Ricci, F. (2004).E-Commerce and tourism. *Communicationsof the ACM*, Vol. 47, no. 12, 101–105.
- Xinyue, H. (2007). Integrated Tourism Service Supply Chain Management System Basedon SOA. [Online] The Index of Science &Engineering .Available from <http://www.seiofblue mountain.com/upload/product/201001/1264392050gkprsnra.pdf>. [Accessed 24/07/11].
- 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.

ภาคผนวกที่ 1

รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มย่อย

แนวทางและปัญหาในการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

วันศุกร์ที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2556 เวลา 13:00 – 17:00 น

ณ ห้องประชุมวัน ชั้น 2 โรงแรม เอเชีย กรุงเทพ

ผู้เข้าร่วมสัมมนา : 16 หน่วยงาน (จากแบบตอบรับเข้าร่วมฯ 17 หน่วยงาน) ประกอบด้วย
ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรม/ที่พัก ท่องเที่ยว/กิจกรรม ตัวแทนการท่องเที่ยวและการเดินทาง

	ชื่อผู้เข้าร่วม	หน่วยงาน	กลุ่ม	
1.	คุณกรรียา อีสระ เสนา ณ อยุธยา	พิพิธภัณฑ์พระที่นั่งวิมานเมฆ	ท่องเที่ยวและกิจกรรม	
2.	คุณจุไร โชติธรรมโม			
3.	คุณอิสริย์ ยัฒพันธ์	บริษัท สหศิณีมา จำกัด (ศาลาเฉลิมกรุง)		
4.	คุณกุลธิดา ปราบริพันธ์			
5.	คุณสุธาสินี ชัยเชื่อนพันธ์	ตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง		
6.	คุณอรุณลักษณ์ อ่อนวิมล	ตลาดสามชุก		
7.	คุณราตรี โอภาส			
8.	คุณพิสูตร ยังเขียวสด	โรงละครโจหลุยส์เฮียร์เตอร์		
9.	คุณชนันญา ชูนาค			
10.	คุณเกษราพร มีสินทสูตร	โรงแรมใบหยกสกาย		โรงแรมและที่พัก
11.	คุณทรงวุฒิ ยุทธสุคนธ์			
12.	คุณกฤษ เจ็งสีบสันต์	โรงแรมเอเชีย		

	ชื่อผู้เข้าร่วม	หน่วยงาน	กลุ่ม
13.	คุณพล คำวิจิตร	การรถไฟแห่งประเทศไทย	การเดินทาง
14.	คุณชัชชนก แสงมุก		
15.	คุณประยูร ช่วยแก้ว	องค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพฯ (ขสมก.)	
16.	คุณสุปรียา เทพมาก		
17.	คุณฐิติวัฒน์ ศักมลธรรม		
18.	คุณกุลวรี กุลวิหก	บริษัท ขนส่ง จำกัด 999	
19.	คุณสุรพล รินแจ้ง		
20.	คุณชลิกา กุลดิลก	บริษัท เพชรบุรีคาร์เร้นท์ (1978) จำกัด	
21.	คุณสุวรรณ แสงอาทิตย์		
22.	คุณดำรงค์ เพิ่มรัตน์	สหกรณ์เจริญเมืองแท็กซี่	
23.	คุณนิรมล แสงมณี	เบญจพรทัวร์แอนด์เซอร์วิส จำกัด	
24.	คุณรุ่งทิwa โชคอนันต์ตระกูล		
25.	คุณดาวรุ่ง วิจิตรสกุลสูง	บริษัท ทีเคที อีโคทัวร์	ตัวแทนการท่องเที่ยว
26.	คุณสมคิด จิตรอักษร	บริษัท สมถวิลทัวร์ แอนด์ บิกสตาร์ กรุ๊ป	
27	คุณภััสสร พิพัฒนนันท์	บริษัท รุ่งทรัพย์แกรนด์ทัวร์ จำกัด	

สรุปประเด็นจากผู้ประกอบการ :

ประเด็นที่ 1 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ **โรงแรม/ที่พัก**

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยทางผู้ประกอบการจะส่งข้อมูลปริมาณนักท่องเที่ยว สัญชาติ และแนวโน้มการท่องเที่ยวในแต่ละช่วงให้กับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หลังจากนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะสรุปข้อมูลให้เป็นสารสนเทศเสนอให้ผู้ประกอบการ รวมไปถึงข้อมูลตารางการจัดกิจกรรม งาน ประชาสัมพันธ์ต่างๆ ประจำปี เพื่อให้ผู้ประกอบการนำไปวางแผนในการทำการตลาด
2. ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันเองโดยมีสมาคมโรงแรมเป็นสื่อกลาง
3. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการให้กับบริษัททัวร์และลูกค้าตามบริษัทต่างชาติผ่านช่องทางการสื่อสารต่างๆ

❖ **ท่องเที่ยว/กิจกรรม**

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยว/กิจกรรมมีการติดต่อกับหน่วยงานภาครัฐ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกรุงเทพมหานคร เพื่อแลกเปลี่ยนข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยว ซึ่งทางหน่วยงานภาครัฐจะให้ความช่วยเหลือในด้านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ การจัดแสดงสินค้าและบริการ การโฆษณาผ่านทางโทรทัศน์ วิทยุ และสื่อออนไลน์ต่างๆ
2. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยว/กิจกรรมมีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารให้กับนักท่องเที่ยวโดยตรง การติดต่อ Tour Operator และ Travel Agent ทำผ่านทางโทรศัพท์ โดยการส่งข้อมูลรายละเอียดการท่องเที่ยว เช่น โบรชัวร์ ให้กับกลุ่มผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทางและกลุ่มธุรกิจโรงแรม

❖ **ตัวแทนการท่องเที่ยว**

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีการรับข้อมูลข่าวสารจากทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในเรื่องการจัดงานแสดง

สินค้าและบริการประชาสัมพันธ์ และงานกิจกรรมต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ อีเมล และทางโทรศัพท์

2. ผู้ประกอบการกลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยวมีการติดต่อขอข้อมูลจากทางโรงแรม ร้านอาหาร ธุรกิจการเดินทาง และสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนจัดการท่องเที่ยว การเดินทาง และทำการตลาด
3. ผู้ประกอบการกลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการติดต่อกับนักท่องเที่ยวผ่านทางโทรศัพท์ อีเมล หรือมีการตั้งโต๊ะให้บริการข้อมูลตามโรงแรม และหน้าเว็บไซต์

❖ การเดินทาง

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มการเดินทางมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกับทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการจัดการปริมาณยานพาหนะให้สอดคล้องกับแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มการเดินทางจะมีการติดต่อกับ Tour Operator เพื่อให้เป็นตัวกลางในการรับนักท่องเที่ยวไปยังโรงแรม และนำเที่ยวในสถานที่ต่างๆ
3. ผู้ประกอบการกลุ่มการเดินทางประเภทรถเช่า และแท็กซี่จะมีการทำสัญญากับทางโรงแรมในการส่งต่อนักท่องเที่ยว
4. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มการเดินทางมีการติดต่อกับนักท่องเที่ยวโดยตรงผ่านทางโทรศัพท์ และอีเมล มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ แจกข้อมูลข่าวสารผ่านช่องทางต่างๆ เช่น Call Center เว็บไซต์ นิตยสาร ป้ายโฆษณา และการบอกต่อของนักท่องเที่ยว เป็นต้น

ประเด็นที่ 2 ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ โรงแรม/ที่พัก

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พัก ประกอบด้วย

1. ข้อมูลการจัดงานประชาสัมพันธ์ ออกงานแสดงสินค้าและบริการ และแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ข้อมูลปริมาณนักท่องเที่ยว สัญชาติ ลักษณะการเดินทาง
3. ข้อมูลนักท่องเที่ยว (ชื่อ เพศ สัญชาติ อายุ ฯลฯ) ที่มาเข้าพัก
4. ข้อมูลด้านความน่าเชื่อถือของ Tour Operator และ Travel Agent

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยว/กิจกรรม ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วงเวลา ประเภทนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามา
2. ข้อมูลเหตุการณ์ งานเทศกาล และการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่จัดขึ้นประจำปี

❖ ตัวแทนการท่องเที่ยว

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. รายละเอียดร้านอาหาร เมนู ราคา และทำเลที่ตั้งในแต่ละพื้นที่
2. รายละเอียดโรงแรม จำนวนดาว จำนวนห้องพัก ทำเลที่ตั้ง และระดับราคาในแต่ละพื้นที่
3. เส้นทางการเดินทาง สภาพถนน ประเภทพาหนะที่ใช้ รายละเอียดผู้ประกอบการกลุ่มการเดินทางในแต่ละท้องถิ่น
4. รายละเอียดโปรแกรมท่องเที่ยว การเดินทาง ราคา และคุณภาพของตัวแทนท่องเที่ยวระดับท้องถิ่น
5. ข้อมูลตัวแทนบริษัท หน่วยงานที่เข้ามาติดต่อ ข้อมูลนักท่องเที่ยว รายชื่อ ที่อยู่ จำนวน สัญชาติ อายุ เบอร์โทรศัพท์ และอีเมลในการติดต่อ ประเภทของโปรแกรมท่องเที่ยว การเดินทางที่สนใจ ความพึงพอใจในการใช้บริการ
6. กำหนดการ รายละเอียดโปรแกรมท่องเที่ยว การเดินทาง ราคา และมีคฤเทศก์
7. ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว เวลาเปิด-ปิด ตารางเวลาการแสดง ความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายและเงื่อนไขในการเข้าชม

❖ การเดินทาง

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มตัวแทนการเดินทาง ประกอบด้วย

1. กำหนดการของการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวในแต่ละปี รวมไปถึงรายละเอียดการจัดประชุม เสวนา และงานแสดงสินค้าและบริการ ต่างๆ ช่วงเวลา สถานที่ กิจกรรมที่จัด และนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย
2. ปริมาณนักท่องเที่ยวตามความคาดการณ์ในแต่ละช่วงของปี
3. รูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยว นักธุรกิจ กรู๊ปทัวร์
4. จำนวนนักท่องเที่ยว สัญชาติ เส้นทางการเดินทาง ระยะเวลาและประเภทของพาหนะที่ต้องการ
5. ข้อมูลโรงแรม tour operator และ travel agency ตามพื้นที่ต่างๆ

ประเด็นที่ 3 ปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ โรงแรม/ที่พัก

1. ปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสารล่าช้าจากหน่วยงานรัฐ หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือการกระจายข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง เช่น ข้อมูลการตลาด ข้อมูลแนวโน้มปริมาณนักท่องเที่ยวในช่วง เป็นต้น

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

1. ปัญหาช่องทางประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐมีน้อย และไม่ทั่วถึง

❖ ตัวแทนการท่องเที่ยว

1. ปัญหาหน่วยงานภาครัฐด้านการท่องเที่ยวไม่มีข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงลึก และข้อมูลไม่ตรงกับสภาพปัจจุบัน
2. ปัญหาไม่มีหน่วยงานเป็นตัวกลางในการให้ข้อมูลด้านความปลอดภัย
3. ปัญหาการแข่งขันด้านราคา ธุรกิจบริการการท่องเที่ยวในประเทศไทยมักใช้วิธีการขายตัดราคา

❖ การเดินทาง

1. ปัญหาขาดการประสานงานหรือความเชื่อมโยงด้านข้อมูลข่าวสาร ทั้งกับหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ไม่มีการประสานงานล่วงหน้า
2. ปัญหาไม่มีหน่วยงานในการประสานความร่วมมือทางการจราจร

ภาพประกอบ :



ภาคผนวกที่ 2

รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มย่อย

แนวทางและปัญหาในการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

วันจันทร์ที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2556 เวลา 13:00 – 17:00 น

ณ โรงแรม อิมพีเรียลแม่ปิง จังหวัด เชียงใหม่

ผู้เข้าร่วมสัมมนา : 32 หน่วยงาน (จากแบบตอบรับเข้าร่วมฯ 37 หน่วยงาน) ประกอบด้วย ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรม/ที่พัก บริการด้านอาหาร ท่องเที่ยว/กิจกรรม หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและ การเดินทาง

	ชื่อผู้เข้าร่วม	หน่วยงาน	กลุ่ม
1.	คุณสุกฤณา สิงห์เดช	โรงแรมรัตนล้านนา ริเวอร์ไซด์ สปา รีสอร์ท	โรงแรมและที่พัก
2.	คุณปณรดา ศิริภักมงคล	โรงแรมดุสิตธานี	
3.	คุณกัลยารัตน์ คงพิบูลย์กิจ	โรงแรมโนเบิลเพลสเชียงใหม่	
4.	คุณลติศรินทร์ นาคสุวรรณ	โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง	
5.	คุณเทอดศักดิ์ รักษ์เผ่าสุวรรณ	ร้านอาหารคุ้มชั้นโตก	บริการด้านอาหาร
6.	คุณชัยเลิศ มะลิวรรณ		
7.	คุณฉันทนา ชูวัฒนกุล	ร้านของฝากกวนสินธุ์	
8.	คุณรุจิรัตน์ วงศ์เวียง	ร้านสวนอาหารบ้านกั้งหัน เชียงใหม่	
9.	คุณรัชตรณณ์ ทองอินทร์		
10.	คุณอติศรินทร์ นาคสุวรรณ	โรงแรมอิมพีเรียลแม่ปิง	
11.	คุณสุนิสา ฐวานนท์	ร้านแกงร้อนบ้านสวน	
12.	คุณจรัสพงษ์ บุรุษพัฒน์	ร้านเหือนเพ็ญ	

	ชื่อผู้เข้าร่วม	หน่วยงาน	กลุ่ม
13.	คุณประพันธ์ ตันวิจิตร	ร้านคัมเสื่อ แม่ริม	
14.	คุณสิริวัathy สุระยศ		
15.	คุณมานพ ธนสุวรรณกุล	ร้านขนมบ้านไทยร่มเย็น	
16.	คุณทิพย์วิมล ละออชัย	ร้านขนมจีนบ้านเจ็ดยอด	
17.	คุณวิสูตร บัวชุม	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (เชียงใหม่)	หน่วยงานดูแลและ ประชาสัมพันธ์การ ท่องเที่ยว
18.	คุณณัฐพิมล จันทร์ช่วงชัย	สวนสัตว์เชียงใหม่	ท่องเที่ยวและกิจกรรม
19.	คุณวสันต์ ปันนา		
20.	คุณเกศินีกานต์ เอกกิตติธณภูมิ	สวนพฤกษศาสตร์	
21.	คุณจิรัชยา เศวตวีรภัทร		
22.	คุณจารุวรรณ ยิ้มหิ้น	สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง	
23.	คุณสมบัติ ลุงปา		
24.	คุณชัชวาล คำตุ้ย	อุทยานแห่งชาติดอยสุเทพ-ปุย	
25.	คุณเกษตรภรณ์ วิญญานะ		
26.	คุณนิมนวล ธัญญวัฒน์นัย	ไนท์ซาฟารี	
27.	คุณณัฐวุฒิ เอี่ยมอินทร์	iSiam	
28.	คุณเสกสันต์ สุทธะ	Fah Lanna Massage	
29.	คุณจิราพร อีชีโหล		
30.	คุณจุฬารักษ์ ตันภู	หทัยทัวร์ แอนด์ คาร์เรนทอล	การเดินทาง

	ชื่อผู้เข้าร่วม	หน่วยงาน	กลุ่ม
31.	คุณวิเชียร สกุลหาญ	บริษัท ล้านนาแวน จำกัด	
32.	คุณเกศรินทร์ กอบแก้ว	สหกรณ์นครลันนาเดินรถ จำกัด	
33.	คุณสมฤทัย เกื้อเสนาะ		
34.	คุณสมบูรณ์ เรืองศรี	รถแดงเชียงใหม่	
35.	คุณชัยสหัสส ไชยลำพูน	Chay Red Car Service บริการนำเที่ยวเชียงใหม่	
36.	คุณวินัย กตัญญู	NK bicycle forrent	
37.	คุณจำรัส ไชยชนะ	รถแท็กซี่บริการนำเที่ยว เชียงใหม่	
38.	คุณมังกร เสนพนัสสัก		
39.	คุณมิ่งขวัญ พันธุ์เกษม	Handsomevanbykwun	
40.	คุณสุรางคนาง ไค	บริษัท ชัยพัฒนาขนส่งเชียงใหม่ จำกัด	
41.	คุณณัฐพงษ์ กัปกัลป์		
42.	คุณวาสนา ไชยดวงแก้ว	กิตติกรทัวร์	การเดินทางและ ตัวแทนการท่องเที่ยว

สรุปประเด็นจากผู้ประกอบการ :

ประเด็นที่ 1 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ โรงแรม/ที่พัก

1. การติดต่อกับซัพพลายเออร์ด้านอาหาร : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักมีการติดต่อกับซัพพลายเออร์โดยใช้ราคากลางจากเว็บไซต์ในเบื้องต้น และเมื่อสั่งซื้อสินค้าจะใช้โทรสารหรือโทรศัพท์

2. การติดต่อกับธุรกิจการเดินทาง : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักมีติดต่อกับผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทางในลักษณะการทำสัญญาคู่ค้าอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยว
3. การติดต่อกับธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักมีการทำสัญญาอย่างเป็นทางการโดยตรงกับผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวบางแห่ง โดยทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างนักท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยว
4. การติดต่อกับธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว : ตัวแทนการท่องเที่ยวจะทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างโรงแรมกับสถานที่ท่องเที่ยว โดยจัดเป็นโปรแกรมท่องเที่ยวให้โรงแรมแนะนำต่อนักท่องเที่ยว
5. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักติดต่อให้ข้อมูลข่าวสารกับนักท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ของโรงแรม โทรศัพท์และอีเมลและมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร การออกร้านในงานแสดงบริการ เป็นต้น
6. วิธีการบริหารจัดการข้อมูลของโรงแรมมี 2 ลักษณะ
 - (1) โรงแรมขนาดใหญ่ มีการแต่งตั้ง Channel Manager คอยดูแลจำนวน Channel ทั้งหมด โดยจะซื้อระบบที่มีลิขสิทธิ์ เช่น Easy U หรือ Rate Gain System เข้ามาช่วยบริหารจัดการ
 - (2) โรงแรมขนาดกลางและเล็ก ไม่มีการใช้ระบบสารสนเทศ เนื่องจากไม่คุ้มค่ากับการลงทุน

❖ บริการด้านอาหาร

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารผ่านทางโทรศัพท์ และอีเมลเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐช่วยประชาสัมพันธ์ และมีการใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เพื่อนำข้อมูลไปวางแผนการทำการตลาดให้สอดคล้องกับแผนและนโยบายประจำปี
2. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจโรงแรม : ผู้ประกอบการกลุ่มบริการด้านอาหารมีการติดต่อทำสัญญากับทางโรงแรมบ้าง โดยให้ทางโรงแรมเป็นตัวกลางในการส่งต่อนักท่องเที่ยว
3. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจการเดินทาง : ผู้ประกอบการกลุ่มบริการด้านอาหารมีการทำสัญญาให้ค่าตอบแทนกับกลุ่มธุรกิจการเดินทางในกรณีที่เป็นตัวกลางในการพานักท่องเที่ยวมาที่ร้าน
4. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มบริการด้านอาหารมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการติดต่อและให้ข้อมูลข่าวสาร โปรโมชั่นต่างๆ กับนักท่องเที่ยว เช่น เฟสบุ๊ก เว็บไซต์ เป็นต้น

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวจะติดตามแผนงานประชาสัมพันธ์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แล้วทำแผนการตลาดให้

สอดคล้องตามแผนกิจกรรมของนั้น เพื่อช่วยประหยัดงบประมาณด้านการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยช่วยประชาสัมพันธ์ข้อมูลลงในเว็บไซต์

2. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจโรงแรม การเดินทาง ตัวแทนการท่องเที่ยว และร้านอาหาร จะมีการติดต่อให้ค่านายหน้าในกรณีที่เป็นตัวกลางนำนักท่องเที่ยวเข้ามา
3. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสารสนเทศในการให้ข้อมูลข่าวสารและประชาสัมพันธ์

❖ การเดินทาง

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการธุรกิจเดินทางมีการติดต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารผ่านทางเว็บไซต์ของหน่วยงานรัฐและมีการติดต่อกับสมาคมผู้ประกอบการในพื้นที่ เพื่อกำหนดราคาค่าโดยสาร
2. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจการเดินทางด้วยตนเอง : ผู้ประกอบการธุรกิจเดินทางมีการโทรศัพท์ติดต่อระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจการเดินทางด้วยกัน ในกรณีที่มีการส่งต่อนักท่องเที่ยว
3. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจโรงแรม : ผู้ประกอบการธุรกิจเดินทางมีการติดต่อทำสัญญากับโรงแรมเพื่อส่งต่อนักท่องเที่ยวบ้าง
4. การติดต่อกับกลุ่มนักท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการธุรกิจเดินทางเป็นตัวกลางนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและร้านอาหารให้กับนักท่องเที่ยว
5. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการธุรกิจเดินทางมีการติดต่อทำสัญญากับผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยวในกำหนดราคาค่าเช่า

ประเด็นที่ 2 ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ โรงแรม/ที่พัก

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พัก ประกอบด้วย

1. ข้อมูลด้านสถิติของนักท่องเที่ยว จำนวนคนอายุ สัญชาติ
2. ข่าวสารการจัดประชุม สัมมนา และนวัตกรรมใหม่ๆในการบริหารจัดการโรงแรม
3. ข้อมูลด้านยอดขาย และราคาห้องพักของโรงแรมอื่นๆ ในระดับดาวเท่ากัน
4. ข้อมูลรายละเอียดของบริษัททัวร์ที่ทำธุรกิจร่วมกัน

❖ บริการด้านอาหาร

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจและบริการด้านอาหาร ประกอบด้วย

1. ข้อมูลประเทศของนักท่องเที่ยวที่มารับประทานอาหาร ความถี่ของเมนูอาหารที่ถูกคำสั่ง เบอร์โทรศัพท์ อีเมลล์ของผู้ติดต่อ

2. ข้อมูลแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยว ตารางเวลาจัดกิจกรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม ประกอบด้วย

1. ข้อมูลประเทศของนักท่องเที่ยว ลักษณะความชอบของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เบอร์โทรศัพท์ อีเมลของผู้ติดต่อ
2. ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับตัวแทนการท่องเที่ยว
3. ข้อมูลจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละรูปหัว และปริมาณนักท่องเที่ยวในแต่ละวัน

❖ การเดินทาง

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจการเดินทาง ประกอบด้วย

1. ข้อมูลนักท่องเที่ยว จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วง สัญชาติ ลักษณะไลฟ์สไตล์การเดินทาง
2. ปริมาณนักท่องเที่ยวตามความคาดการณ์ในอนาคต
3. ข้อมูลโรงแรมในจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศที่อยู่ในเส้นทางเดินรถของบริษัท

ประเด็นที่ 3 ปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ โรงแรม/ที่พัก

1. ปัญหาการได้รับข้อมูลล่าช้า หรือไม่ได้รับข้อมูลจากทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ทำให้ไม่สามารถวางแผนการตลาดล่วงหน้าได้
2. ปัญหาการแข่งขันด้านราคา ผู้ประกอบการโรงแรม/ที่พักขายตัดราคากันเอง
3. ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรพนักงานบริการและแม่บ้าน

❖ บริการด้านอาหาร

1. ปัญหาด้านภาษา การสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยเฉพาะชาวจีน ไม่มีหน่วยงานรัฐเข้ามาช่วยในการอบรมให้ความรู้
2. ปัญหาการดูแลและการประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง หน่วยงานรัฐไม่ให้ความสนใจกับผู้ประกอบการขนาดเล็ก

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

1. ปัญหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวกระจุกกระจาย และขาดความเชื่อมโยง
2. ปัญหาข้อมูลการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐไม่มีความน่าเชื่อถือ ขาดความถูกต้อง และช่องทางในการประชาสัมพันธ์ไม่มีเทคโนโลยีสารสนเทศที่ทันสมัยมารองรับ

❖ การเดินทาง

1. ปัญหาการแข่งขันด้านราคา ผู้ประกอบกลุ่มธุรกิจการเดินทางในปัจจุบันมีจำนวนมาก เกิดปัญหาการตัดราคากันเอง
2. ปัญหาบุคลากรขาดความรู้ด้านเทคโนโลยี ทำให้ขาดประสิทธิภาพการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อรับข้อมูลข่าวสาร
3. ปัญหาขาดการส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐอย่างต่อเนื่อง
4. ปัญหาด้านเส้นทางคมนาคมไม่เอื้ออำนวยต่อการเดินทาง

ภาพประกอบ :



ภาคผนวกที่ 3

รายงานสรุปผลการจัดเสวนากลุ่มย่อย

แนวทางและปัญหาในการบริหารจัดการระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

โครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

วันอาทิตย์ที่ 24 มีนาคม พ.ศ. 2556 เวลา 13:00 – 17:00 น

ณ โรงแรม มิโมซ่า รีสอร์ท แอนด์ สปา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผู้เข้าร่วมสัมมนา : 21 หน่วยงาน (จากแบบตอบรับเข้าร่วมฯ 35 หน่วยงาน) ประกอบด้วย
ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจโรงแรม/ที่พัก บริการด้านอาหาร ท่องเที่ยว/กิจกรรม และ ตัวแทนการท่องเที่ยว

	ชื่อผู้เข้าร่วม	หน่วยงาน	กลุ่ม
1.	คุณเกรียงศักดิ์ สุขประเสริฐ	โรงแรมพาวิลเลียน สมุย บุติค รี สอร์ท	โรงแรมและที่พัก
2.	คุณสุรินทร์ บุญตาล	โรงแรมศิริคายน ลักซ์ซูรี พูล วิลล่า แอนด์ สปา	
3.	คุณปราชญ์นา อุณาภูล	โรงแรมอนันตรา ลาวานา รีสอร์ท แอนด์ สปา	
4.	คุณพ่ายพ์ อีระสาร	โรงแรมบ่อผุด รีสอร์ท แอนด์ สปา	
5.	คุณณลินี เกียรติชัยพิพัฒน์	โรงแรมมิโมซ่า รีสอร์ท แอนด์ สปา	
6.	คุณเฉลย วงแก่นท้าว	ร้านอาหารบิกจิว ซีฟู้ด	บริการด้านอาหาร
7.	คุณชนิกานต์ วงแก่นท้าว		
8.	คุณอดิสร เจริญสุข	ห้องอาหารชมทะเลเฉวงรีเจิ้นท์บีช รีสอร์ท	
9.	คุณนภาลัย ทองนา	ห้องอาหารโรงแรมมิโมซ่า รีสอร์ท	
10.	คุณเพ็ญจันทร์ คงเวช	ร้านอาหาร Steak & More	
11.	คุณศรวิวรรณ นวลเปลี่ยน		

	ชื่อผู้เข้าร่วม	หน่วยงาน	กลุ่ม
12.	คุณธาวิน สิงห์เสวก	ร้านอาหารฟ้าศิขรินทร์	ท่องเที่ยวและกิจกรรม
13.	คุณปนัดดา คำภา	หน้าเมือง ซาฟารี ปาร์ค	
14.	คุณสมศักดิ์ บุรุษชาติ	Grand Sea Discovery	
15.	คุณชิตณรงค์ สุทธธาร		
16.	Mrs. Nattina Wanin	สมุย ฟุตบอล กอล์ฟ คลับ	
17.	คุณปานิสรมา มาสุข		
18.	คุณอุไรวรรณ แห่ล้อยัง	Magnolia Spa	ท่องเที่ยวและกิจกรรม และการเดินทาง
19.	คุณนิพนธ์ เศรอนันต์	บริษัท เรือเร็วลมพระยา จำกัด	
20.	คุณโยชิตา สุภาพ		
21.	คุณเพ็ญจันทร์ คงเวช	บริษัท Sea One Tours	ตัวแทนการท่องเที่ยว
22.	คุณศรีวรรณ นวลเปลี่ยน		
23.	คุณเบญจพล มนสนิทธิ	บริษัท Seatran Discovery จำกัด	
24.	คุณจิตรปรีชา สุวรรณรัตน์		
25.	คุณวิฑูรย์ ตั้งรัตนพิบูล	บริษัท สมุย ชันไชย โฮลیدی ทัวร์ จำกัด	
26.	Lin Ting Yuan		
27.	คุณสหพัฒน์ ศรีฟ้า	สบาย สมุย ทราเวล	
28.	คุณพงศกร ชิตเทพ		
29.	คุณศิริภาณี อนันตเมฆ	The Glory Worldwide Travel	
30.	คุณศิริพันธ์ อนันตเมฆ		

สรุปประเด็นจากผู้ประกอบการ :

ประเด็นที่ 1 การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ โรงแรม/ที่พัก

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักมีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับทางสมาคมโรงแรมไทย สมาคมการท่องเที่ยวสมุย สมาคมโรงแรมภาคใต้ และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยมีการส่งข้อมูลผู้เข้าพักให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อสรุปภาพรวมส่งกลับมายังผู้ประกอบการทั้งนี้ผู้ประกอบการจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์เพื่อทำการตลาด กำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
2. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจบริการด้านอาหารและตัวแทนการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พักมีการให้ข้อมูลด้านร้านอาหารและบริการทัวร์ท้องถิ่นแก่นักท่องเที่ยวที่มาพักตามช่องทางการสื่อสารต่างๆ เช่น โบรชัวร์ หน้าจอทีวี และช่องทางการสื่อสารออนไลน์ต่างๆ
3. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวบนเกาะสมุยส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยตัวเอง โดยรับข้อมูลข่าวสารและทำการจองผ่านทาง Online Travel Agents หรือการติดต่อทางโทรศัพท์หรืออีเมลกับทางโรงแรมโดยตรง

❖ บริการด้านอาหาร

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มบริการด้านอาหารรายใหญ่ๆ จะมีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลกับทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย นอกจากนี้ทางสมาคมและหน่วยงานภาครัฐจะมีการจัดอบรมให้ความรู้ในการประกอบธุรกิจบริการด้านอาหารเพื่อให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน
2. การติดต่อกับกลุ่มธุรกิจตัวแทนการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มบริการด้านอาหารส่วนใหญ่จะทำการประชาสัมพันธ์ผ่านทางสื่อออนไลน์ และร้านใหญ่ๆ จะติดต่อกับ Tour Operators เพื่อรับกรุ๊ปทัวร์ผ่านทาง แฟกซ์ และอีเมล และมีการร่วมกันจัดทำโปรโมชั่นร่วมกับธุรกิจการเดินทาง ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่เป็นการ walk-in หรือมากับบริษัททัวร์

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยว/กิจกรรมมีการติดต่อรับข้อมูลข่าวสารผ่านทางสมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกาะสมุย สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะส่งข้อมูลการจัดกิจกรรมหรือข่าวสารต่างๆ ผ่านทางอีเมลโดยมีสมาคมเป็นตัวกลาง ซึ่งหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวจะทำการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ที่หน่วยงานนั้นดูแลรับผิดชอบ

2. ผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยว/กิจกรรมมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลกับหน่วยงานภาครัฐอื่นๆ เช่น กรมเจ้าท่า เนื่องจากกิจกรรมการท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเกี่ยวข้องกับการออกเรือ จึงต้องมีการตรวจเช็คข้อมูลและจำนวนลูกค้าที่ใช้บริการในแต่ละวัน ซึ่งเป็นเรื่องกฎหมายความปลอดภัยทางทะเล
3. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะ walk-in เข้ามาใช้บริการ หรือมากับ แพคเกจทัวร์ Agency โดยหาข้อมูลและทำการจองผ่านเว็บไซต์ หรือรับข้อมูลข่าวสารจาก เคาน์เตอร์ Agent Tour ตามสนามบินและโรงแรม
4. ผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยว/กิจกรรมส่วนใหญ่จะมีการติดต่อทำธุรกิจร่วมกับ Agent Tour บริษัทรถเช่า โรงแรมตามเกาะต่างๆ

❖ **ตัวแทนการท่องเที่ยว**

1. การติดต่อกับหน่วยงานด้านการท่องเที่ยว : ผู้ประกอบการกลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยวมีการรับข่าวสารจากทางสมาคมการท่องเที่ยว และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผ่านทางเข้าร่วมประชุมหรือข้อมูลจากทางเว็บไซต์ของหน่วยงานต่างๆ และกำหนดแผนของบริษัทให้สอดคล้องกับแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในแต่ละปี โดยทางผู้ประกอบการบางบริษัทจะมีโปรแกรมเฉพาะสำหรับเก็บข้อมูลลูกค้า และนำเสนอข้อมูลแพ็คเกจท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์
2. การติดต่อระหว่างตัวแทนการท่องเที่ยวหรือเอเจนต์ทัวร์ :
 - (1) **ติดต่อลักษณะ B2B** คือ การติดต่อกับ Tour Operator ต่างประเทศที่มีสำนักงานในไทย บริษัททัวร์เอเจนต์ด้วยกันเองจะมีรหัส Log in เข้าระบบเพื่อดู Organization Chart ของทัวร์เอเจนต์บริษัทอื่นได้ เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน มีการส่งต่อลูกค้าระหว่างกัน
 - (2) **ติดต่อลักษณะ B2C** คือ ลูกค้าสามารถเข้าระบบ แล้วจัด Tailor Made Package ด้วยตัวเอง ซึ่งลูกค้าสามารถดูกิจกรรมต่างๆ ที่เอเจนต์ทัวร์จัดและคำนวณค่าใช้จ่ายด้วยตัวเอง นอกจากนี้ เอเจนต์ทัวร์จากทั่วโลกสามารถอัพเดทข่าวสารการบริการ โดยทางตัวแทนการท่องเที่ยวจะเป็นตัวกลางประสานงาน
3. การติดต่อกับนักท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ 70% จะจองโรงแรมที่พักเอง และติดต่อให้ตัวแทนการท่องเที่ยวจัดกิจกรรม จัดหาพาหนะในการเดินทางให้ ดังนั้นการที่นักท่องเที่ยวจะกลับมาใช้บริการอีกหรือไม่จึงขึ้นอยู่กับ Service Provider

ประเด็นที่ 2 ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยแต่ละกลุ่ม

❖ โรงแรม/ที่พัก

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มโรงแรม/ที่พัก ประกอบด้วย

1. ปริมาณนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม (สัญชาติ, อายุ)
2. ข้อมูลนักท่องเที่ยว (ชื่อ เพศ สัญชาติ อายุ ฯลฯ) ที่มาเข้าพัก
3. กำหนดการจัดงานและกิจกรรมต่างๆ และแผนการตลาดประจำปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
4. ข้อมูลผู้ประกอบการกลุ่มบริษัทและเรือที่ทำธุรกิจร่วมกัน ตารางการเดินทางเรือตามเกาะต่างๆ

❖ บริการด้านอาหาร

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มบริการด้านอาหาร ประกอบด้วย

1. มาตรฐานการบริการด้านอาหาร รูปแบบการแต่งตัว ความสะอาด และการกำจัดขยะ
2. ปริมาณและข้อมูลนักท่องเที่ยว (สัญชาติ อายุ ฯลฯ)

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มท่องเที่ยว/กิจกรรม ประกอบด้วย

1. ข้อมูลการจัดกิจกรรม การประชาสัมพันธ์ และแผนการตลาดประจำปีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย
2. ข้อมูลนักท่องเที่ยว (ชื่อ เพศ สัญชาติ อายุ ฯลฯ) ที่มาใช้บริการ
3. ปริมาณการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละช่วง
4. ข้อมูลกลุ่มบริษัทและเรือ ประเภทยานพาหนะ จำนวนที่นั่ง ราคา
5. ข้อมูลเอเจนต์ทัวร์ในท้องถิ่น โปรแกรมท่องเที่ยว ช่วงเวลา ราคา
6. ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของนักท่องเที่ยวหลังใช้บริการ
7. สภาพภูมิอากาศ

❖ ตัวแทนการท่องเที่ยว

ข้อมูลที่ต้องการในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการกลุ่มตัวแทนการท่องเที่ยว ประกอบด้วย

1. ข้อมูลข่าวสารงานประชาสัมพันธ์ งานแสดงสินค้าและบริการต่างๆ และแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

2. รายการอาหาร ราคา รสชาติอาหาร สถานที่ตั้ง
3. ค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ราคาน้ำมัน ค่าเช่า และค่ามัคคุเทศก์
4. เส้นทางการเดินทาง พาหนะที่ต้องใช้
5. รายละเอียดสถานที่ท่องเที่ยว ประเภทของกิจกรรม ราคา ช่วงเวลาเปิดทำการ
6. ข้อมูลนักท่องเที่ยว ลักษณะหรือพฤติกรรมเฉพาะของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม รูปแบบการ
ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม (ยุโรป เอเชีย ฯลฯ) การใช้บริการของลูกค้าในแต่ละ
กลุ่ม
7. ปริมาณนักท่องเที่ยวสัญชาติต่างๆ ในแต่ละช่วง
8. จำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละโปรแกรมท่องเที่ยว
9. รายละเอียดโรงแรม จำนวนดาว (3 4 5 ดาว) ราคาห้องพักและโปรโมชั่นในแต่ละช่วง การ
บริการ ทำเลที่ตั้ง

**ประเด็นที่ 3 ปัญหาในการบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ
ไทยแต่ละกลุ่ม**

❖ โรงแรม/ที่พัก

1. ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสารทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่มีข้อมูลเชิงลึกที่จะช่วยเหลือ
ผู้ประกอบการ
2. ไม่มีระบบข้อมูลหนึ่งเดียวทำให้ข้อมูลไม่มีความเชื่อมโยงกันโดยเฉพาะด้านการเดินทางทำให้
นักท่องเที่ยวไม่สามารถวางแผนการเดินทางและคำนวณค่าใช้จ่ายที่แน่นอนได้
3. ปัญหาผลกระทบจากภัยธรรมชาติและระบบสาธารณสุขโรค น้ำจืดไม่เพียงพอ
4. ปัญหาเรื่องบุคลากร พนักงานบริการและแม่บ้านไม่เพียงพอ
5. ปัญหาด้านโลจิสติกส์ สนามบินมีเพียงแห่งเดียวซึ่งราคาแพงมาก และไม่เพียงพอต่อปริมาณ
นักท่องเที่ยว

❖ บริการด้านอาหาร

1. ปัญหาการได้รับข้อมูลข่าวสารไม่ทั่วถึง หรือไม่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากหน่วยงานรัฐ
ร้านอาหารเล็กๆ ไม่ได้รับความสนใจ หรือการประชาสัมพันธ์
2. ปัญหาและอุปสรรคด้านการสื่อสารภาษาต่างประเทศ การให้บริการด้านภาษาต่างๆ เช่น
จีน รัสเซีย เพื่อจัดทำเมนูอาหารให้กับนักท่องเที่ยว

❖ ท่องเที่ยว/กิจกรรม

1. ปัญหาการรับข้อมูลข่าวสารและแผนการตลาดของทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไม่
ครบถ้วน ช่องทางการประชาสัมพันธ์มีน้อย ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องติดตามข่าวสาร
ต่างๆ ด้วยตัวเอง

2. ปัญหาไม่มีหน่วยงานรัฐให้การสนับสนุนหรือเป็นตัวกลางจัดทำแผนที่ระบุสถานที่ประกอบการบินเกาะ ปัจจุบันต้องพึ่งพิงภาคเอกชน และไม่มีการส่งเสริมทำ Mobile Application ที่แสดงแผนที่บนเกาะสมุย
3. ปัญหาสนามบินไม่พอกับความต้องการนักท่องเที่ยว
4. ปัญหาข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะแผนที่เกาะสมุยไม่เพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
5. ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรคนไทยที่พูดได้หลายภาษา และปัญหาด้านกฎหมายให้สงวนสิทธิ์อาชีพไกด์สำหรับคนไทยเท่านั้น
6. ปัญหาการจดทะเบียนผู้ประกอบการท่องเที่ยวเกาะสมุย หรือการต่ออายุไกด์ ต้องเดินทางไปจดทะเบียนที่สำนักงานภูเก็ตซึ่งมีระยะทางค่อนข้างไกล ทำให้ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ไม่จดทะเบียนในการทำธุรกิจ

❖ **ตัวแทนการท่องเที่ยว**

1. ปัญหาด้านข้อมูลข่าวสาร โดยเฉพาะแผนการตลาดของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะเป็นภาพกว้าง ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลมาใช้ประโยชน์ได้จริง
2. ปัญหาความน่าเชื่อถือของข้อมูล เนื่องจากผู้ประกอบการส่วนใหญ่มักปกปิดข้อมูลสำคัญ ทำให้การจัดเก็บข้อมูลและการสรุปผลไม่น่าเชื่อถือ
3. ปัญหาความไม่แน่นอนของนโยบายและแผนของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยอาจมีการปรับเปลี่ยน ทำให้การบริหารจัดการขาดความต่อเนื่อง
4. ปัญหาการแข่งขันด้านราคา ผู้ประกอบการโรงแรมขายตัดราคากันเอง
5. Travel Insurance ไม่ครอบคลุมกิจกรรมกีฬาทางน้ำ ทำให้ค่าชดเชยค่าเสียหายอุปกรณ์คิดแพงมากเกินไปจริง
7. ปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่มีความสามารถในวิชาชีพด้านการท่องเที่ยว ภาครัฐไม่มีโครงการฝึกอบรมด้านภาษาและการปลูกฝังความรักและทัศนคติที่ดีในการทำงานวิชาชีพ

ภาพประกอบ :



ภาคผนวกที่ 4

รายละเอียดการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญในงานวิจัยส่วนที่ 3

กลุ่มหน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว 2 แห่ง

ชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 1	ปลัดกระทรวง	กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 2	ผู้อำนวยการ ฝ่ายวางแผน กอง วิจัยการตลาด	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/ที่พัก 3 แห่ง

ชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 3	นายกสมาคม	สมาคมโรงแรมไทย
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 4	กรรมการผู้อำนวยการ	โรงแรมทวินทาวเวอร์
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 5	Group Director of Sales & Marketing	DeevanaPatong Resort & Spa

กลุ่มผู้ประกอบการตัวแทนการท่องเที่ยว 1 แห่ง

ชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 6	Domestic Tour manager	บริษัท ชัยทัวร์ จำกัด

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจบริการด้านท่องเที่ยว/กิจกรรม 4 แห่ง

ชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 7	ผู้อำนวยการโครงการกรีนเฮลท์	บริษัทกรุงเทพดุสิตเวชการ จำกัด (มหาชน)
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 8	กรรมการผู้อำนวยการ	โรงละครไทยอลังการ
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 9	รองผู้อำนวยการ	พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 10	ผู้จัดการฝ่ายการตลาดและการขาย	เมืองโบราณ และค่ายริมขอบฟ้ารีสอร์ท

กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจเดินทาง 1 แห่ง

ชื่อผู้เชี่ยวชาญ	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
ผู้เชี่ยวชาญคนที่ 11	Risk Management & Internal Control Support Department manager	บริษัท การบินไทย จำกัด

ภาคผนวกที่ 5

ตารางเปรียบเทียบวัตถุประสงค์ กิจกรรมที่วางแผนไว้ กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ และผลที่ได้รับ

ระยะเวลา	วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
15 ก.ค. 55 – 14 ม.ค. 56	1. เพื่อสร้างความเข้าใจถึงระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ของประเทศไทย 2. เพื่อสามารถระบุกลุ่มขององค์กรประกอบ (Key Players) ที่สำคัญในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย 3. เพื่อทำความเข้าใจถึงระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับการบริหารจัดการโซ่อุปทานขององค์กรประกอบที่สำคัญ (Key Players) ที่เกี่ยวข้องตลอดโซ่อุปทานอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) 4. สามารถระบุความต้องการในการใช้ข้อมูลเพื่อเชื่อมโยงกิจกรรมระหว่างองค์กรที่เกี่ยวข้อง และเป็นองค์กรประกอบที่สำคัญ (Key	1. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ผ่านมา ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในเชิงของโซ่อุปทานของธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศและประเทศไทย 2. เข้าสัมภาษณ์ศึกษารูปแบบการปฏิบัติงานจริงของธุรกิจที่เกี่ยวข้องแบ่งตามรายภาค 3. วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลที่พบจากกระบวนการทำงานในปัจจุบันที่เป็นอยู่ในมุมมองของโซ่อุปทาน เพื่อระบุให้ได้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น	1. ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่ผ่านมา ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาในเชิงของโซ่อุปทานของธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยวในต่างประเทศและประเทศไทย 2. เข้าสัมภาษณ์ศึกษารูปแบบการปฏิบัติงานจริงของธุรกิจที่เกี่ยวข้องแบ่งตามรายภาค 3. วิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรมและข้อมูลที่พบจากกระบวนการทำงานในปัจจุบันที่เป็นอยู่ในมุมมองของโซ่อุปทาน เพื่อระบุให้ได้ถึงปัญหาที่เกิดขึ้น	1. รูปแบบเบื้องต้นของระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย

ระยะเวลา	วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
	Players) ในโซ่อุปทานของ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยทั้งภายในและภายนอก โซ่อุปทาน 5. เพื่อใช้เป็นพื้นฐานอ้างอิงและเป็น แนวทางในการพัฒนาศักยภาพ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของ ประเทศไทยในอนาคต			
15 ม.ค. 55 - 14 ก.ค. 56		4.กำหนดกรอบของระบบโซ่อุปทาน ธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว บนบริบทของประเทศไทย 5.พัฒนากลอบของระบบโซ่อุปทาน ธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในธุรกิจ และจัดทำ Focus Group เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับ กรอบแนวคิดของระบบโซ่อุปทาน ธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว 6. สร้างแบบจำลองของระบบโซ่	4.กำหนดกรอบของระบบโซ่อุปทาน ธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว บนบริบทของประเทศไทย 5.พัฒนากลอบของระบบโซ่อุปทาน ธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ที่เกี่ยวข้อง ในธุรกิจ และจัดทำ Focus Group เพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับ กรอบแนวคิดของระบบโซ่อุปทาน ธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยว 6. สร้างแบบจำลองของระบบโซ่	1. กรอบของระบบ โซ่อุปทานของ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของ ประเทศไทยและ นำเสนอตัวแบบ ข้อมูลที่ เหมาะสมสำหรับ โซ่อุปทานของ อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของ ประเทศไทย

ระยะเวลา	วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
		อุปทานธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะแต่ละประเภทว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรและมีผลต่อระบบโซ่อุปทานโดยรวมอย่างไร 7. พัฒนาระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับประเทศไทย โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในข้อ 5-7 8. นำระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดส่งให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 5 ธุรกิจเป็นอย่างน้อย เพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง และความเหมาะสมของระบบที่ได้พัฒนาขึ้น 9. สรุปและนำเสนอกรอบของระบบโซ่	อุปทานธุรกิจให้บริการด้านการท่องเที่ยว เพื่อวิเคราะห์ถึงผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะแต่ละประเภทว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรและมีผลต่อระบบโซ่อุปทานโดยรวมอย่างไร 7. พัฒนาระบบโซ่อุปทานธุรกิจการให้บริการด้านการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับประเทศไทย โดยพิจารณาถึงปัจจัยที่เกี่ยวข้องในข้อ 5-7 8. นำระบบโซ่อุปทานอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดส่งให้กับธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในประเทศไทย จำนวน 5 ธุรกิจเป็นอย่างน้อย เพื่อขอความคิดเห็นเกี่ยวกับความถูกต้อง และความเหมาะสมของระบบที่ได้พัฒนาขึ้น 9. สรุปและนำเสนอกรอบของระบบโซ่	2. บุคลากรวิจัยที่ได้รับทุนสามารถนำความรู้ที่ได้จากการวิจัยไปปฏิบัติงานต่อได้ 3. เครือข่ายวิจัยสามารถสร้างผลงานต่อยอดความรู้เพิ่มเติมได้ 4. นำตัวแบบโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไปพัฒนาประสิทธิภาพและสร้างมูลค่าเพิ่มของกิจกรรมการท่องเที่ยว 5. มีการนำตัวแบบ

ระยะเวลา	วัตถุประสงค์	กิจกรรมที่วางแผนไว้	กิจกรรมที่ได้ดำเนินการ	ผลที่ได้รับ
		อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและนำเสนอตัวแบบข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยและนำเสนอตัวแบบข้อมูลที่เหมาะสมสำหรับโซ่อุปทานของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	ข้อมูลระหว่างกิจกรรมในโซ่อุปทานไปใช้ในพัฒนาระบบสารสนเทศ

ภาคผนวกที่ 6

สำเนาหนังสือเชิญผู้ที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมการเสวนากลุ่ม

คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
เลขที่ 2 ถนนพระจันทร์
แขวงพระบรมมหาราชวัง เขตพระ
นคร กรุงเทพมหานคร 10200

วันที่ 11 กุมภาพันธ์ 2556

เรื่อง ขอเรียนเชิญร่วมการเสวนากลุ่ม

เรียน

ตามที่สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) เพื่อดำเนินงานวิจัยโครงการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยภายใต้แผนงาน “โครงการศึกษาระบบโลจิสติกส์และโซ่อุปทานเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย

โครงการวิจัยดังกล่าวกำลังอยู่ในระหว่างการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะการทำงาน บทบาทและความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder) แต่ละรายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย และมีความประสงค์จะจัดกิจกรรม Focus Group เพื่อระดมข้อคิดเห็นจากผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดตามเอกสารแนบ

กิจกรรมนี้จะจัดขึ้นในวันศุกร์ที่ 8 มีนาคม พ.ศ. 2556 เวลา 13:00 – 16:00 น. ณ ห้องปทุมวัน ชั้น 2 โรงแรมเอเชีย กรุงเทพมหานคร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาเข้าร่วมรวมทั้งส่งผู้แทนเข้าร่วมในการให้ข้อมูลจากขอบคุณยิ่ง

ขอแสดงความนับถือ

(รองศาสตราจารย์ ศรีสมรัก อินทุจันทร์ยง)

ภาคผนวกที่ 7

แบบสอบถามที่ใช้ในการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

No....

Tourist Questionnaire

 THAMMASAT BUSINESS SCHOOL	Thammasat Business School, Thammasat University is conducting a research funded by The Thailand Research Fund to improve the Thai tourism industry in the future. We kindly ask you to participate in a survey questions about tourists visiting Thailand. The interview will take about 10-15 minutes and is conducted in brief. Thank you for taking the time to participate in this survey and wish you a safe and happy journey
---	---

Demographic

1. In which country do you live?
2. How many days did you spend in Thailand for your trip ?
☐ 1-3 days ☐ 4-7 days ☐ 8-30 days ☐ 1 to 2 months ☐ 2 months or more
3. What is your employment status?
☐ Employed. ☐ Self-employed. ☐ Unemployed.
☐ Retired. ☐ Student. ☐ Other, what: _____
4. - What is your age group?
☐ under 18 years ☐ 18-24 years ☐ 25-29 years
☐ 30-34 years ☐ 35-39 years ☐ 40-44 years
☐ 45-49 years ☐ 50-54 years ☐ 55-59 years
☐ 60-64 years ☐ 65 years and more
5. Gender: ☐ Male. ☐ Female.
6. How many people are you traveling with ?
☐ Alone ☐ With a friend ☐ With my husband/wife/partner
☐ With my husband/wife/partner and children ☐ With a group of people

☐ Other :.....

1. What are the main reasons for this trip ?

- (A) Rest and relaxation.
- (B) Visiting relatives and friends.
- (C) Business reasons.
- (D) Attending a conference, congress, seminar, and other forms of educations.
- (E) Culture.
- (F) Fun.
- (G) Sports and recreation.
- (H) Health/ wellness
- (I) Religious reasons.
- (J) Other:

2. What activities did you enjoy most during your trip in Thailand?

- (A) Diving, Swimming, Snorkeling, Fishing
- (B) Spa & Health Club
- (C) Adventure activities
- (D) Shopping
- (E) Culture, Art and Lifestyles
- (F) Other:

3. Is this your first visit to Thailand ?

- (A) Yes. (Please continue with question 5)
- (B) No. (Please continue with question 4)

4. How many times have you visited Thailand from the past to present ?

- (A) 1 time (B) 2 times (C) 3-5 times (D) 5 times or more
- (E) Every year (F) Other :

5. How did you organize this trip ?

- (A) Through tour operator and Travel agency. (Please continue with question 7)
- (B) On your own. (Please continue with question 8)

6. How did you book your trip with your travel agency ? (More than one answer allowed)

- (A) In person at a travel agency in your own country
- (B) By phone at a travel agency in your own country

- (C) Through the internet at a travel agency in your own country
- (D) In person at a travel agency in Thailand
- (E) By phone at a travel agency in Thailand
- (F) Through the internet at a travel agency in Thailand
- (G) Other:

7. How did you get information about your trip? *(More than one answer allowed)*

- (A) Online Travel agency (e.g. tripadvisor, booking.com, lonelyplanet)
- (B) Family
- (C) Friends
- (D) Newspapers/magazines
- (E) Travel brochures
- (F) Travel guides TV/ Radio
- (G) Print media (Book/ Magazine)
- (H) Tourism fairs
- (I) Internet
- (J) Official website (e.g. <http://www.tourismthailand.org>)
- (K) Other:

8. Which information did you find to plan your trip before coming to Thailand?

- (A) Hotel and Accommodation
- (B) Transportation
- (C) Travel Agency and Tour operator
- (D) Destination Marketing Organization
- (E) Catering and Food Services
- (F) Tourism Attractions and Activities
- (G) Shopping center
- (H) Entertainment complex

9. What any further information do you need to know? *(continued from question 8)*

Please specify

10. Where do you expect to find necessary travel information?

- (A) Online Travel agency (e.g. tripadvisor, booking.com, lonelyplanet)
- (B) Newspapers/magazines

- (C) Travel brochures
- (D) Travel guides TV/ Radio
- (E) Print media (Book/ Magazine)
- (F) Internet
- (G) Official website (e.g. <http://www.tourismthailand.org>)
- (H) Other:

11. Would you recommend us to improve the official website of Tourism Authority of Thailand ?

- Are you satisfied with travel information in this website? , Why do you think so?
.....
- What is missing travel information that this website should have for further improvement?
.....

12. Do you recognize the reputation of Thai medical tourism industry? Have you ever come across any medical tourism packages offered by hospitals or travel agents?

13. If you are to come for health/ wellness related services, what information do you need to know before making a decision?

14. Have you ever had experience in medical tourism before? If yes, where and for what kind of service?

ภาคผนวกที่ 8

ตารางสรุปผลการสำรวจข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ

Question		Frequency
1.In which country do you live?	Europe	31
	America	8
	Oceania	7
	Middle East	3
	Africa	1
	Asia	47
รวม		97
2. How many days did you spend in Thailand for your trip?	4-7 days	43
	8-30 days	34
	1 months	1
	1to 2 months	11
	2 month or more	8
รวม		97
3. What is your employment status?	Student	13
	Retired	11
	Unemployed	6
	Employed	51
	Self-employed	14
	School	1
	Other	1
รวม		97
4. What is your age group?	Under 18 years	3
	18-24 years	13
	25-29 years	18
	30-34 years	18
	35-39 years	16
	40-44 years	8
	45-49 years	5

Question		Frequency
	50-54 years	4
	60-64 years	5
	65 years and more	7
รวม		97
5. Gender	Male	43
	Female	54
รวม		97
6. How many people are you traveling with ?	Alone	14
	With my husband	13
	With my wife	12
	With a friend	27
	With my partner	5
	With a group of 2 people	4
	With a group of 3 people	8
	With a group of 4 people	5
	With a group of 5 people	4
	With a group of 15 people	1
	With my parent	1
	With my wife and 1 child	1
	Mother	1
	Daughter	1
รวม		97
7. What are the main reasons for this trip?	(A) Rest and relaxation	55
	(B) Visiting relatives and friends	4
	(C) Business reasons	1
	(D) Attending a conference	1
	(E) Culture	24
	(F) Fun	18
	(G) Sports and recreation	6
	(H) Health / Wellness	3

Question		Frequency
	(I) Religious reasons	-
	(J) Study exchange program	1
รวม		
8. What activities did you enjoy most during your trip in Thailand?	(A) Diving, Swimming, Fishing	11
	(B) Spa & Health Club	20
	(C) Adventure activities	7
	(D) Shopping	22
	(E) Culture, Art and Lifestyles	56
	(F) Other	-
9. Is this your first visit to Thailand ?	(A) Yes	55
	(B) No	42
รวม		97
10. How many times have you visited Thailand from the past to present?	(A) 1 time	3
	(B) 2 times	14
	(C) 3-5 times	12
	(D) 5 times or more	4
	(E) Every year	10
11. How did you organize this trip ?	(A) Through tour operator	42
	(B) On my own	54
รวม		96
12. How did you book your trip with your travel agency ?	(A) In person at a travel agency in your own country	14
	(B) By phone at a travel agency in your own country	5
	(C) Through the internet at a travel agency in your own country	15
	(D) In person at a travel agency in Thailand	17
	(E) By phone at a travel agency in Thailand	-
	(F) Through the internet at a travel agency in Thailand	8

Question		Frequency
13. How did you get information about your trip ?	(A) OTA	36
	(B) Family	24
	(C) Friends	48
	(D) magazines	1
	(E) Travel brochures	-
	(F) Travel Guides	13
	(G) Print media	4
	(H) Tourism fair	4
	(I) Internet	75
	(J) Official Website	1
	(K) My college	3
14. Which information did you find to plan your trip before coming to Thailand?	(A) Hotel and Accommodation	71
	(B) Transportation	61
	(C) Travel Agency and Tour operator	26
	(D) Destination Marketing Organization	3
	(E) Food	19
	(F) Tourism Attractions and Activities	69
	(G) Shopping center operator	9
	(H) Entertainment complex	14
15. Where do you expect to find necessary travel information ?	(A) OTA	37
	(B) Magazines	18
	(C) Travel brochures	17
	(D) Travel Guides	6
	(E) Print media	14
	(F) Internet	76
	(G) Official travel website	11
	(H) Tour agency	12