



Journal of Social Science and Buddhistic Anthropology

วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ

<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JSBA/index>

Wat Wang Tawan Tok Nakhon Si Thammarat, Thailand

pp. 363-380

บทความวิจัย

ยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรอง
บนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก*

STRATEGIES TOURISM SUPPLY CHAIN COOPERATION
IN SECONDARY CITIES ON THE EASTERN
ECONOMIC CORRIDOR

ธงธรรม เจริญสถาพร¹, ธรีณี มณีศรี¹, สรพล บุณกุล¹Thongtham Jangsataporn¹, Tharinee Maneesri¹, Sorapol Buranakul¹¹วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม¹College of Logistics and Supply Chain, Sripatum University, Thailand¹Corresponding author E-mail: thongtham.j@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความร่วมมือใน โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก และ 2) จัดทำยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องก่อนลงพื้นที่สังเกตการณ์และสัมภาษณ์เชิงลึกแบบไม่มีโครงสร้างกับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 19 ท่าน แล้วนำข้อมูลที่ได้นำมาสังเคราะห์และสรุปเป็นข้อค้นพบ จากนั้นนำข้อค้นพบมาจัดสนทนากลุ่มร่วมกับผู้เชี่ยวชาญและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำนวน 7 ท่าน ผลการศึกษาพบว่าความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกประกอบไปด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การดำเนินงานร่วมกัน 2) การสื่อสารการทำงานร่วมกัน 3) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน 4) การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน 5) การร่วมกันในการตัดสินใจ และ 6) การลงทุนด้านเฉพาะทาง ในขณะที่ยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่ ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับ

* Received 26 October 2022; Revised 21 December 2022; Accepted 25 December 2022

ศักยภาพพื้นที่ มี 4 เป้าประสงค์ ได้แก่ 1) โครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐาน 2) การท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย 3) บูรณาการระบบงานภาครัฐ และ 4) แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ มี 4 เป้าประสงค์ ได้แก่ 1) เสริมสร้างและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยว 2) สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเฉพาะถิ่น 3) เพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาด และ 4) พัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการ และยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมความร่วมมือ มี 3 เป้าประสงค์ ได้แก่ 1) พัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ 2) ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายผู้ประกอบการ และ 3) ส่งเสริมเครือข่ายผู้ประกอบการในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์, ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเมืองรอง, ระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก

Abstract

This research aims to 1) Study components of factors affecting to tourism supply chain cooperation at secondary city in the Eastern Economic Corridor and 2) Create strategies of tourism supply chain cooperation at secondary city in the Eastern Economic Corridor by using qualitative research methods. By studying data from relevant documents before observation and unstructured In-depth interview methods with 19 experts or qualified persons. After that synthesize the obtained data and summarize the findings. Then focus group about all data that it has found with 7 professionals and entrepreneurs from tourism industry. The results showed that the tourism supply chain cooperation at secondary city in the Eastern Economic Corridor consist 6 factors such as 1) Joint operation 2) Collaborative communication 3) Sharing resources 4) Joint risk management 5) Joint decision-making and 6) Specialized investment. Meanwhile the strategies of tourism supply chain cooperation at secondary city in the Eastern Economic Corridor consists 3 strategies includes strategic 1 upgrading area potential, there are 4 goals such as 1) Infrastructure and logistics efficient standardized 2) Convenient and safety tourism 3) Integration in public system sector and 4) Tourist attraction potential. Strategic 2 supporting entrepreneurship potential, there are 4 goals such as 1) Support and develop the personnel skills who work for 2) Promote local tourism products and service 3) Increase marketing capabilities and 4) Develop entrepreneurial competency and Strategic 3 promoting cooperation, there are 3 goals such as 1)

Develop between government cooperation 2) Promote network entrepreneurial cooperation and 3) Support new innovation of entrepreneurial network.

Keywords: Strategy, Tourism Supply Chain Collaboration, Secondary city Tourism, Eastern Economic Corridor

บทนำ

ที่ผ่านมาการท่องเที่ยวทั่วโลกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องโดยในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกจำนวน 1.5 พันล้านคน โดยปรับตัวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 ร้อยละ 4 จัดได้ว่าเป็นปีแห่งการเติบโตที่แข็งแกร่งของการท่องเที่ยว และคาดการณ์ว่าจะมีการเติบโตของนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราเติบโตร้อยละ 3 - 4 ในปี พ.ศ. 2563 (World Tourism Organization, 2020) ในขณะที่ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศมากเป็นอันดับ 8 ของโลกด้วยจำนวน 39.8 ล้านคน โดยปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 ซึ่งอยู่ในอันดับที่ 10 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงเป็นอันดับ 4 ของโลก ด้วยมูลค่า 60.5 พันล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563) แต่ในช่วงปลายเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ได้เกิดการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่ (SARS-CoV-2) ที่มีผลกระทบต่อระบบทางเดินหายใจของมนุษย์ขึ้นในนครอู่ฮั่น เมืองหลวงของมณฑลหูเป่ย์ในประเทศจีน ก่อนที่จะระบาดไปยังประเทศอื่นจนองค์การอนามัยโลกต้องประกาศให้เป็นโรคระบาดทั่วในวันที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2563 (World Health Organization, 2020) และได้กำหนดชื่ออย่างเป็นทางการว่า “โควิด-19” (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงและรุนแรงต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยในช่วงสี่เดือนแรกของปีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั่วโลกลดลงถึง 180 ล้านคนหรือคิดเป็นร้อยละ 44 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปี พ.ศ. 2562 โดยภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกได้รับผลกระทบมากที่สุดด้วยจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่ลดลงถึงร้อยละ 51 (World Tourism Organization, 2020) เหตุการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวของทุกประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะกับประเทศที่พึ่งพิงรายได้จากการท่องเที่ยวดังเช่นประเทศไทย เหตุการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาประเทศและกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจของโลก ด้วยการใช้ภัยของนักท่องเที่ยวก่อให้เกิดการกระจายรายได้ไปยังทุกภาคส่วนตลอดทั้งโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 1) ธุรกิจนำเที่ยว 2) ขนส่งนักท่องเที่ยว 3) แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 4) ที่พักอาศัย 5) ร้านอาหาร และ 6) ร้านขายของที่ระลึก เนื่องจากการท่องเที่ยวมุ่งเน้นการให้บริการและมีความเชื่อมโยงการทำงานร่วมกันระหว่างพันธมิตรในโซ่อุปทานอย่างแยกไม่ออก ทำให้เกิดเป็นความร่วมมือระหว่างพันธมิตร ทั้งนี้การทำงานร่วมกันระหว่างพันธมิตรส่วนใหญ่เกิดขึ้นเพื่อแก้ปัญหา รวมถึงการพัฒนาความเข้าใจใหม่ ๆ และการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ (Denise, L., 1999) ตลอดจนร่วมกันเพิ่มมูลค่าและผลกำไรสูงสุดของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ที่สอดคล้องกันและเป็นไปใน

ทิศทางเดียวกัน (Song, H., 2012) ด้วยเหตุนี้ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจึงเป็นการดำเนินการเชิงกลยุทธ์ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างการพัฒนาอย่างยั่งยืนแก่ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

หน่วยงานภาครัฐมีส่วนสำคัญในการสร้างความแข็งแกร่งให้แก่ผู้ประกอบการในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ด้วยเป็นผู้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ส่งเสริมการผลิตแรงงานและพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานให้ตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการในแต่ละพื้นที่ ช่วยเสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพการผลิตและการบริการของผู้ประกอบการ ดังนั้นการสร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนจะช่วยพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการ โดยกลไกสำคัญของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือการกำหนดนโยบายและการพัฒนาความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้เข้มแข็ง ซึ่งต้องดำเนินการอย่างต่อเนื่องให้ทุกภาคส่วนมีเอกภาพ มีการบูรณาการร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจและสามารถลดต้นทุนเพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในเวทีสากล

ในปี พ.ศ. 2562 กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนและการกระจายรายได้สู่เมืองรอง ด้วยการจัดทำโครงการ Amazing Thailand Go Local ที่ปรับสัดส่วนผู้เยี่ยมชมเยือนเมืองหลักต่อเมืองรอง จากเดิม 70:30 เป็น 65:35 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) ประกอบกับยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ได้มุ่งพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ และสร้างความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวเมืองรอง (สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561) สอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564) ที่ให้ความสำคัญต่อการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนของจังหวัดเมืองรอง รวมถึงการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การพัฒนาโซ่อุปทานในพื้นที่ และการยกระดับอัตลักษณ์การท่องเที่ยว (คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559) สอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวให้เป็นการเพิ่มรายได้และพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นสากล (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560) และคำแถลงของคณะรัฐมนตรี โดยพลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี ที่มุ่งพัฒนาคุณภาพและความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงกลุ่มพื้นที่เมืองหลักและเมืองรองที่มีศักยภาพ ร่วมกับการส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้จากธุรกิจท่องเที่ยวสู่ชุมชน ด้วยการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจให้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาความเชื่อมโยงระหว่างธุรกิจเชิงกลุ่มพื้นที่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, 2562) ทำให้การท่องเที่ยวเมืองรองเป็นเป้าหมายในการพัฒนาเพื่อมุ่งยกระดับรายได้ กระจายเศรษฐกิจ และพัฒนาทักษะของแรงงานประกอบกับในงานสัมมนาและอบรมเชิงปฏิบัติการ การท่องเที่ยวเมืองรองและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาร่วมกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เมื่อวันที่ 6 - 8 กันยายน 2561 นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการ

ท่องเที่ยวและกีฬาในขณะนั้น มองว่า กลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออก มีความสอดคล้องกับการขยายผลนโยบายท่องเที่ยวเมืองรองที่มุ่งเน้นให้เกิดความร่วมมือตั้งแต่ระดับจังหวัด อำเภอ ตำบล และชุมชน โดยเฉพาะจังหวัดจันทบุรีที่มีการเติบโตอย่างชัดเจนทั้งจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้ที่ใกล้เคียงกับเมืองหลัก ถือเป็นต้นแบบเมืองรองที่มีศักยภาพรองรับการท่องเที่ยว (MGR Online, 2561) ประกอบกับคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกได้วางแผนปฏิบัติการปี พ.ศ. 2559 - 2563 ได้ให้วิสัยทัศน์ว่าเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวชายทะเลสี่แสนตะวันออกกระดับสากล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงสู่กัมพูชาและเวียดนาม (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก, 2561) ส่งผลให้เมืองรองในพื้นที่ระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ต้นแบบที่เหมาะสมในการศึกษายุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองเป็นอย่างยิ่ง

ผู้วิจัยตระหนักถึงความจำเป็นของความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองว่ามีความสำคัญต่อการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและความสามารถในการแข่งขันอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นการกระจายรายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วนและช่วยลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม และด้วยเมืองรองของกลุ่มจังหวัดในภาคตะวันออกมีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน ประกอบกับการเป็นประตูที่สามารถเชื่อมโยงสู่ความร่วมมือกับผู้ประกอบการในประเทศกัมพูชาและเวียดนาม จึงเหมาะแก่การเป็นพื้นที่ต้นแบบในการศึกษาถึงความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของเมืองรองและเพื่อให้ผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปสู่การพัฒนาความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองได้อย่างเป็นรูปธรรมและเกิดประโยชน์สูงสุด ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอในลักษณะของยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก ทั้งนี้รูปแบบของการวิจัยนี้ยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับการศึกษาความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในบริบทของพื้นที่เมืองรองอื่นต่อไปในอนาคตได้ด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก
2. เพื่อจัดทำยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระยองเศรษฐกิจภาคตะวันออก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้องก่อนลงพื้นที่สังเกตการณ์และสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview) กับผู้เชี่ยวชาญหรือผู้ทรงคุณวุฒิในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิแบบเจาะจง (Purposive sampling) มีประสบการณ์ใน

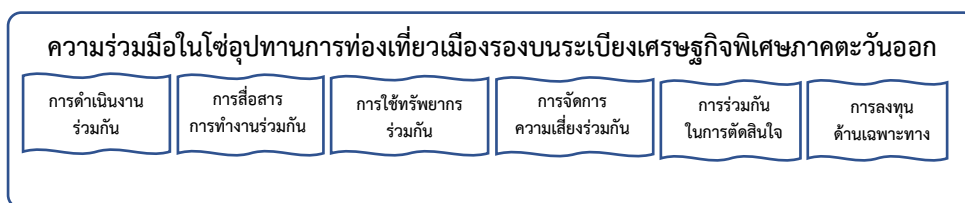
การบริหารจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวหรือการท่องเที่ยวไม่น้อยกว่า 10 ปี และเป็นผู้ที่มีประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จำนวน 19 ท่าน โดยเป็นผู้ที่อยู่ในองค์กรด้านการท่องเที่ยวในส่วนกลางจำนวน 5 ท่าน และเป็นผู้ประกอบการของ 6 ภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่ 1) ด้านธุรกิจนำเที่ยว 2) ด้านขนส่งนักท่องเที่ยว 3) ด้านแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น 4) ด้านที่พักอาศัย 5) ด้านร้านอาหาร 6) ด้านร้านขายของที่ระลึก และหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด รวม 12 ท่าน แล้วนำมาสรุปข้อมูลและสังเคราะห์ข้อค้นพบที่ได้ โดยการแยกส่วนข้อมูลออกเป็นหน่วยย่อย ๆ ตามความหมายเฉพาะของหน่วยที่มีความหมายตรงกับเรื่องที่ทำการวิเคราะห์ แล้วนำกลับมารวมกันใหม่ตามลักษณะความสัมพันธ์ที่หน่วยย่อยเหล่านั้นมีต่อกันตามกรอบแนวคิดการวิจัย ก่อนนำไปสู่ข้อสรุปของสิ่งที่ได้ค้นพบ

2. ยืนยันความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบด้วยการจัดสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญจากหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ในการบริหารจัดการไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 7 ท่าน (โยธิน แสงดี, 2549) แบบเจาะจงมาร่วมวิพากษ์วิจารณ์แลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากข้อค้นพบที่ได้ รวมถึงให้ข้อเสนอแนะและเสนอแนวทางการปฏิบัติในการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและการพัฒนาความร่วมมือของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองรองในพื้นที่จังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

3. นำข้อมูลของจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราดจากเอกสารที่ค้นคว้า การดำเนินงานภาคสนามตลอดจนการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มมาทำการสังเคราะห์เป็นยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก

ผลการวิจัย

1. รูปแบบของความร่วมมือการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียบเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การดำเนินงานร่วมกัน คือ การทำงานร่วมกันให้สำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล 2) การสื่อสารการทำงานร่วมกัน คือ การพูดคุยกันเพื่อให้การทำงานเป็นไปในทิศทางเดียวกัน 3) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน คือ การใช้สิ่งต่าง ๆ ร่วมกัน เพื่อลดต้นทุนและให้เกิดผลประโยชน์สูงสุด 4) การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน คือ การร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น 5) การร่วมกันในการตัดสินใจ คือ การปรึกษาและวางแผนร่วมกันในการแก้ไขปัญหา และ 6) การลงทุนด้านเฉพาะทาง คือ การลงทุนด้านการตลาดและการคิดค้นและการพัฒนาสินค้าหรือบริการ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก

2. ยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การยกระดับศักยภาพพื้นที่

เป้าประสงค์ที่ 1 โครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน เพื่อพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน

กลยุทธ์ 1) พัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานให้ครอบคลุมเส้นทางการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) เชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและโลจิสติกส์ในพื้นที่รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียงและเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชา และ 3) การจัดการขยะมูลฝอยและของเสียในพื้นที่

เป้าประสงค์ที่ 2 การท่องเที่ยวสะดวกและปลอดภัย เพื่อเพิ่มความสะดวกในการเดินทางและสร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 1) พัฒนาและเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว 2) ยกระดับระบบขนส่งสาธารณะจากภายนอกพื้นที่รวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน 3) ระบบขนส่งสาธารณะปลอดภัย เส้นทางปลอดภัย ได้มาตรฐาน และ 4) เพิ่มมาตรการความปลอดภัยให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

เป้าประสงค์ที่ 3 บูรณาการระบบงานภาครัฐ เพื่อพัฒนาระบบการบริหารรวมถึงการบริการของภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ

กลยุทธ์ 1) พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรและยกระดับการให้บริการขององค์กรภาครัฐให้รวดเร็วและมีคุณภาพ 2) พัฒนาระบบการให้บริการผ่านระบบเทคโนโลยีและระบบดิจิทัล และ 3) ยกระดับการให้บริการบริเวณจุดผ่านแดนให้สะดวก รวดเร็ว และได้มาตรฐานสากล

เป้าประสงค์ที่ 4 แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพ เพื่อพัฒนาตลอดจนฟื้นฟูและจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว

กลยุทธ์ 1) ฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีศักยภาพ และ 3) จัดทำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ

เป้าประสงค์ที่ 1 เสริมสร้างและพัฒนาทักษะบุคลากรด้านการท่องเที่ยว เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่

กลยุทธ์ 1) สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ 2) ผลิตแรงงานตามความต้องการของพื้นที่ 3) ยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงานในพื้นที่ และ 4) พัฒนาระบบฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมและเข้าถึงได้ง่าย

เป้าประสงค์ที่ 2 สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวเฉพาะถิ่น เพื่อส่งเสริมการคิดค้นสินค้าและบริการที่มีอัตลักษณ์ของพื้นที่

กลยุทธ์ 1) ส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เฉพาะพื้นที่ 3) ยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการเฉพาะพื้นที่ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว และ 4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของพื้นที่

เป้าประสงค์ที่ 3 เพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาด เพื่อส่งเสริมและผลักดันการพัฒนาด้านการตลาดของผู้ประกอบการในพื้นที่

กลยุทธ์ 1) พัฒนาและส่งเสริมการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) ส่งเสริมตลาดเฉพาะกลุ่มที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ 3) สนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ 4) สนับสนุนช่องทางการชำระเงินรูปแบบใหม่ในพื้นที่

เป้าประสงค์ที่ 4 พัฒนาสมรรถนะผู้ประกอบการ เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ให้พร้อมรับการแข่งขัน

กลยุทธ์ 1) สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ 2) ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่และวิสาหกิจชุมชน 3) วางมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ 4) สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นข้อมูลที่ทันสมัย และ 5) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมและทันสมัย

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ส่งเสริมความร่วมมือ

เป้าประสงค์ที่ 1 พัฒนาความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

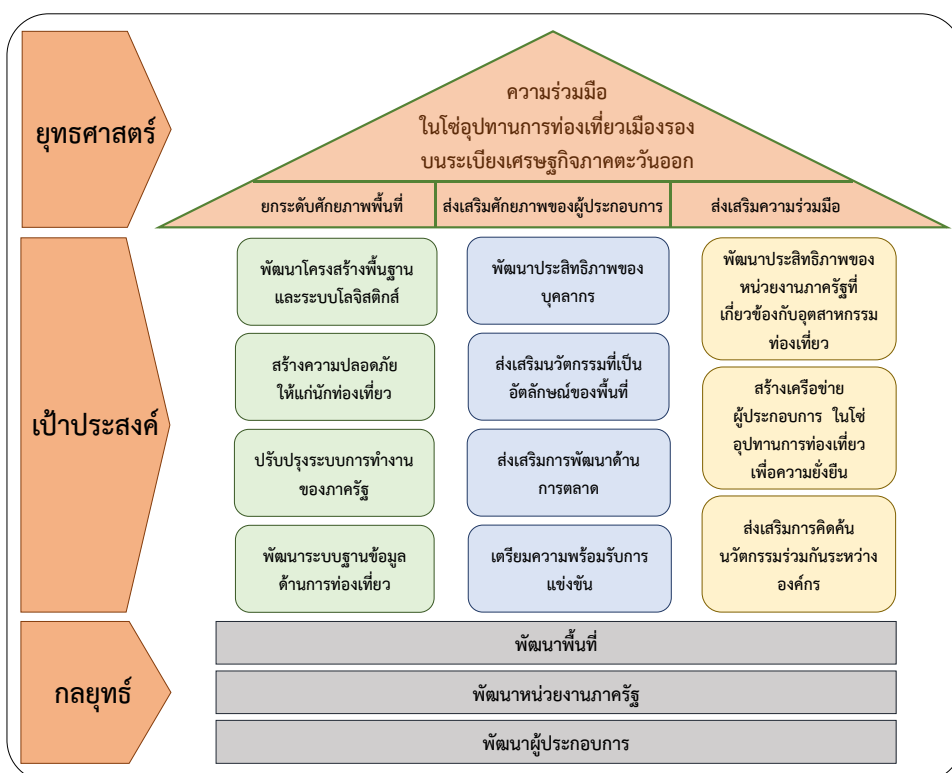
กลยุทธ์ 1) บูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะสูงและเป็นมืออาชีพ 2) เชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน 3) ร่วมกันจัดทำแผนรองรับภัยพิบัติ และ 4) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว

เป้าประสงค์ที่ 2 ส่งเสริมความร่วมมือกับเครือข่ายผู้ประกอบการ เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการในโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่

กลยุทธ์ 1) กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการ 2) พัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายผู้ประกอบการทุก ภาค ส่วน 3) ส่งเสริมการสร้างร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้ประกอบการและชุมชน และ 4) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยทำการตลาดเชิงรุกร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการ

เป้าประสงค์ที่ 3 ส่งเสริมเครือข่ายผู้ประกอบการในการคิดค้นนวัตกรรมใหม่ เพื่อส่งเสริม และความร่วมมือในการแสวงหาสิ่งใหม่ ๆ ที่จะช่วยเพิ่มจุดขายที่แตกต่างให้กับเครือข่ายของผู้ประกอบการใน โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของพื้นที่

กลยุทธ์ 1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายผู้ประกอบการคิดค้นและพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ 2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายผู้ประกอบการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายผู้ประกอบการคิดค้นการจัดทำการตลาดรูปแบบใหม่ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจ ภาคตะวันออก

อภิปรายผล

1. องค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออกประกอบไปด้วย

1.1 การดำเนินงานร่วมกัน พบว่า ภายในองค์กรต้องให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันของทุกฝ่าย ต้องแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบตามความสามารถ ทำงานเป็นระบบ ต้องปรึกษาหารือการวางแผนทำงานหรือแก้ไขปัญหาร่วมกัน ความสามัคคีกันส่งผลต่อประสิทธิผล ประสิทธิภาพและการพัฒนาขององค์กร การทำงานระหว่างองค์กรจะรวมกันเป็นเครือข่ายเพื่อเป็นตัวแทนของกลุ่มในการประสานงานกับภาครัฐ โดยภายในกลุ่มจะปรึกษากันเป็นประจำ เพื่อให้ดำเนินงานไปในทิศทางที่ร่วมกันกำหนดไว้ มีการถ่ายทอดความรู้และข้อมูลระหว่างกัน กับหน่วยงานของรัฐจะมีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันอยู่เสมอและทำงานร่วมกันทั้งในระดับนโยบายและการตลาด สอดคล้องกับ Azwar, H. et al. ที่พบว่า คนในท้องถิ่นเคคามัตันบาโซ (Kecamatan Baso) และคาบูปาเตน อากัม (Kabupaten Agam) ยังไม่เข้าใจวิธีการเตรียมและจัดการโฮมสเตย์ที่ตรงตามมาตรฐาน จึงเกิดการทำงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชนเพื่อจะได้แนวทางในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ความรู้และทักษะในการจัดการโฮมสเตย์ กิจกรรมบริการชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยเหลือชุมชนในแง่ของปัญหาที่เผชิญรูปแบบของกิจกรรมที่ได้ดำเนินการคือให้การฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์ (Azwar, H. et al., 2020)

1.2 การสื่อสารการทำงานร่วมกัน พบว่า ภายในองค์กรมีการปรึกษากันอยู่เสมอเพื่อให้เข้าใจถึงงาน ลดความผิดพลาดจากการสื่อสาร เกิดประสิทธิภาพในการทำงานและช่วยให้องค์กรก้าวไปตามแผนการที่กำหนดไว้ได้ การสื่อสารกันได้เปลี่ยนไปใช้ระบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้มีประสิทธิภาพและเกิดคุณภาพยิ่งขึ้น ซึ่งติดต่อกันได้ตลอดเวลาผ่านสื่อต่าง ๆ โดยปัญหาหลักของบุคลากรคือการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ การสื่อสารระหว่างองค์กรและกับ ผู้จัดหาวัตถุดิบต้องสื่อสารกันอยู่เสมอ เพื่อให้ทำงานไปในทิศทางเดียวกัน ช่วยลดข้อผิดพลาดและแก้ไขปัญหาได้รวดเร็วขึ้น ส่วนรูปแบบการติดต่อกับผู้จัดหาวัตถุดิบและลูกค้าในปัจจุบันจะใช้สื่อโซเชียล และการที่ภาครัฐนำสื่อสังคมออนไลน์มาให้บริการ ทำให้สะดวกรวดเร็วและมีช่องทางในการติดต่อกับภาครัฐมากขึ้นด้วย

1.3 การใช้ทรัพยากรร่วมกัน พบว่า ต้องฝึกให้บุคลากรสามารถทำหน้าที่แทนกันได้ ยกเว้นงานเฉพาะ เป็นการให้ทรัพยากรบุคคลให้เกิดประโยชน์สูงสุด มีการใช้ทรัพยากรภายในองค์กรร่วมกันเพื่อลดต้นทุนและลดค่าใช้จ่าย การใช้ทรัพยากรร่วมกันระหว่างองค์กรจะเป็นการใช้วัสดุอุปกรณ์ครุภัณฑ์และสถานที่ การแบ่งปันบุคลากรในระดับปฏิบัติงาน การเชิญมาเป็นวิทยากร กับหน่วยงานรัฐการใช้บุคลากรหรือสถานที่ร่วมกันจะอยู่ในรูปแบบการประชุม การอบรมหรือการฝึกเสริมทักษะอาชีพ จากหน่วยงานต่าง ๆ ของภาครัฐ

1.4 การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน พบว่า ภายในองค์กรบุคลากรต้องแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นร่วมกัน ซึ่งทำให้แก้ไขปัญหได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถผ่านพ้นปัญหาและอุปสรรคได้ ทำให้งานเสร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้และสร้างความเข้มแข็งแก่องค์กร ระหว่างองค์กรสมาชิกในกลุ่มจะช่วยเหลือกันในการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น ทำให้ลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ กับผู้จัดหาระดับสูงจะแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นในผลิตภัณฑ์หรือบริการร่วมกัน ถือได้ว่าเป็นการแบ่งปันความเสี่ยงร่วมกัน ดังที่ Meuwissen, M. et al. ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งปันความเสี่ยง พบว่าการควบคุมและป้องกันการสูญเสียสามารถทำได้โดยการปรับปรุงความสามารถของเกษตรกรในการเจรจาข้อตกลงการแบ่งปันความเสี่ยง ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ สำหรับเกษตรกรรายย่อยไม่สามารถต่อรองเงื่อนไขการจัดหาและการส่งมอบได้เช่นเดียวกับฟาร์มขนาดใหญ่ เนื่องจากความแตกต่างในด้านอำนาจการต่อรองและความรู้ อีกทั้งเกษตรกรแต่ละรายสามารถเอาตัวแปรเปรียบซึ่งกันและกันได้อย่างง่ายดาย ดังนั้นการรวมกลุ่มที่คล้ายคลึงกันเข้าด้วยกัน จะช่วยให้การเจรจาต่อรองประสบความสำเร็จได้มากขึ้น สามารถเป็นผู้นำในการเจรจาราคากับซัพพลายเออร์และกระบวนการจากต้นน้ำ (Meuwissen, M. et al., 2019)

1.5 การร่วมกันในการตัดสินใจ พบว่า หากเกี่ยวข้องกับการดำเนินงาน การวางแผน การเงินและการลงทุนมีการปรึกษากันในกลุ่มผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ หากเกี่ยวกับการปฏิบัติงานจะนำความคิดเห็นของบุคลากรมาประกอบการตัดสินใจ ในส่วนของการทำงานจะให้บุคลากรร่วมกันตัดสินใจ ส่วนการตัดสินใจร่วมกันระหว่างองค์กรจะปรึกษาหารือกัน วางแผนร่วมกันและตัดสินใจร่วมกัน ในส่วนของผู้จัดหาระดับสูงจะร่วมกันคิดค้น การออกแบบและการพัฒนาสินค้าหรือบริการร่วมกัน และร่วมกันแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นให้กับลูกค้า กับภาครัฐต้องปรึกษา วางแผนและตัดสินใจร่วมกัน หากมีความคิดเห็นขัดแย้งกัน โดยมากจะใช้มติเสียงข้างมากของที่ประชุมตัดสินใจ สอดคล้องกับ Japutra, A. and Situmorang, R. ที่สรุปว่า การตัดสินใจในช่วงวิกฤตต้องการความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย (เช่น บริษัท ซัพพลายเออร์ สมาคมการท่องเที่ยวและรัฐบาล) ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเหล่านี้จำเป็นต้องทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมให้สามารถจัดการวิกฤตแบบองค์รวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Japutra, A. & Situmorang, R., 2021)

1.6 การลงทุนด้านเฉพาะทาง พบว่า องค์กรจะลงทุนเกี่ยวกับการจัดทำสื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารกับลูกค้าในกลุ่มโซเชียลคอมเมอร์ซ (Social Commerce) และช่วยเพิ่มช่องทางติดต่อกับลูกค้า การลงทุนในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ รูปแบบการบริการหรือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ ก็เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าหรือบริการ ช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและดึงดูดลูกค้า พัฒนาทักษะบุคลากรด้วยการส่งไปศึกษาดูงานหรือฝึกอบรม มีการสร้างพันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงร่วมกันสร้างผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ ในด้านการท่องเที่ยวร่วมกันระหว่างองค์กร เพื่อสร้างความแตกต่างในธุรกิจ ช่วยส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพซึ่งกัน เพิ่มผลประกอบการและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาดร่วมกัน ดังที่ Garrido-Moreno, A. et al. ได้สรุปว่า

หนึ่งในกลยุทธ์การรับมือที่สำคัญของโรงแรมต่อวิกฤตโควิด-19 (COVID-19) เพื่อเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงาน จึงได้นำเทคโนโลยีเฉพาะสำหรับการบริการดิจิทัลแบบไม่ต้องสัมผัส เช่น การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือในการเช็คอิน-เช็คเอาท์และเปลี่ยนกุญแจห้อง ระบบการชำระเงินอัตโนมัติ รวมถึงการนำหุ่นยนต์และระบบปัญญาประดิษฐ์มาใช้ เป็นต้น (Garrido-Moreno, A. et al., 2021)

2. ผลการจัดทำยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก นำมาจากผลการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่ภาคสนาม การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม เพื่อใช้เป็นกรอบในการส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการและพัฒนาความร่วมมือใน โซ่อุปทานการท่องเที่ยวของพื้นที่ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด โดยประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ดังนี้

2.1 การยกระดับศักยภาพพื้นที่ มีเป้าประสงค์คือ

2.1.1 พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานในการรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ดังนี้ 1) พัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานให้ครอบคลุมเส้นทางการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ 2) เชื่อมโยงและพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวและโลจิสติกส์ในพื้นที่รวมถึงพื้นที่ใกล้เคียงและเชื่อมโยงกับประเทศกัมพูชา และ 3) การจัดการขยะมูลฝอยและของเสียในพื้นที่ ดังที่ Gao, Z. and Wang, L. พบว่า รัฐบาลท้องถิ่นมีบทบาทมากในการส่งเสริมทางเจียเลโฮมสเตย์ด้วยการ 1) ออกใบอนุญาตต่างๆ 2) กำหนดนโยบายการเช่าที่อยู่อาศัย 3) กำหนดกฎระเบียบของผู้มาเยือน 4) กำหนดพื้นที่และขนาดของโฮมสเตย์ตามหลักวิทยาศาสตร์อย่างมีเหตุผล และ 5) ร่วมลงทุนในการก่อสร้างศูนย์กิจกรรมของชาวท้องถิ่น ซึ่งในอดีตไม่มีข้อกำหนดรองรับการจัดทำโฮมสเตย์มาก่อน (Gao, Z. & Wang, L., 2019)

2.1.2 เพิ่มความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยวเมื่ออยู่ในพื้นที่ ซึ่งประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ดังนี้ 1) พัฒนาและเชื่อมโยงระบบขนส่งสาธารณะระหว่างสถานที่ท่องเที่ยว 2) ยกระดับระบบขนส่งสาธารณะจากภายนอกรวมถึงประเทศเพื่อนบ้าน 3) ระบบขนส่งสาธารณะปลอดภัยเส้นทางปลอดภัย ได้มาตรฐาน และ 4) เพิ่มมาตรการความปลอดภัยให้มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว

2.1.3 ปรับปรุงระบบการทำงานของภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ดังนี้ 1) พัฒนาระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรและยกระดับการให้บริการขององค์กรภาครัฐให้รวดเร็วและมีคุณภาพ 2) พัฒนาระบบการให้บริการผ่านระบบเทคโนโลยีและระบบดิจิทัล และ 3) ยกระดับการให้บริการบริเวณจุดผ่านแดนให้สะดวก รวดเร็ว และได้มาตรฐานสากล

2.1.4 พัฒนาร่วมกับการฟื้นฟูและจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีศักยภาพ ซึ่งประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) ฟื้นฟูและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ 2) ส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีศักยภาพ และ 3) จัดทำระบบฐานข้อมูลขนาดใหญ่ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่

2.2 ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ มีเป้าประสงค์คือ

2.2.1 พัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนาความรู้ความสามารถของบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ 2) ผลิตรายงานตามความต้องการของพื้นที่ 3) ยกระดับมาตรฐานฝีมือแรงงานในพื้นที่ และ 4) พัฒนาระบบฝึกอบรมให้มีประสิทธิภาพ ครอบคลุมและเข้าถึงได้ง่าย

2.2.2 มุ่งส่งเสริมการคิดค้นสินค้าและบริการที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) ส่งเสริมการสร้างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ให้ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชน 2) ส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่เฉพาะพื้นที่ 3) ยกระดับคุณภาพของสินค้าและบริการเฉพาะพื้นที่ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว และ 4) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ Gao, Z. and Wang, L. ที่พบว่า หยางเจียเล่โฮมสเตย์ไม่มีจุดชมวิวสำหรับการเที่ยวชม แต่อาศัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จัดเตรียมไว้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้หยางเจียเล่โฮมสเตย์เป็นต้นแบบในการสร้างแบรนด์จนสามารถจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัส ผ่านแนวคิดเรื่องการคุ้มครองสิ่งแวดล้อม ประเพณีโบราณในท้องถิ่น วิถีทัศนธรรมชาติอันบริสุทธิ์และวัฒนธรรมพื้นบ้านท้องถิ่น เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของตน (Gao, Z. & Wang, L., 2019)

2.2.3 ส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาดของผู้ประกอบการในพื้นที่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) พัฒนาและส่งเสริมการตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 2) ส่งเสริมตลาดเฉพาะกลุ่มที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ 3) สนับสนุนการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาด และ 4) สนับสนุนช่องทางการชำระเงินรูปแบบใหม่ในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับ Gao, Z. and Wang, L. ที่พบว่า หยางเจียเล่โฮมสเตย์ได้ปรับปรุงการตลาดให้มีประสิทธิภาพโดยดำเนินการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายด้วยการเลือกโซเชียลมีเดียเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์แบบออนไลน์และจัดทำเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนแก่นักท่องเที่ยว (Gao, Z. & Wang, L., 2019)

2.2.4 พัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ให้พร้อมรับการแข่งขัน ประกอบด้วย 5 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) สนับสนุนการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ 2) ส่งเสริมการพัฒนาผู้ประกอบการใหม่และวิสาหกิจชุมชน 3) วางมาตรการช่วยเหลือผู้ประกอบการเมื่อเกิดภัยพิบัติในพื้นที่ 4) สร้างโอกาสให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่จำเป็นและเป็นข้อมูล

ที่ทันสมัย และ 5) ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องจากการท่องเที่ยวให้ครอบคลุมและทันสมัย

2.3 ส่งเสริมความร่วมมือ มีเป้าประสงค์คือ

2.3.1 พัฒนาประสิทธิภาพของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) บูรณาการหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้มีสมรรถนะสูงและเป็นมืออาชีพ 2) เชื่อมโยงฐานข้อมูลระหว่างหน่วยงานภาครัฐให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน 3) ร่วมกันจัดทำแผนรองรับภัยพิบัติ และ 4) ส่งเสริมการสร้างเครือข่ายผู้ประกอบการในธุรกิจท่องเที่ยว

2.3.2 ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ ประกอบด้วย 4 กลยุทธ์ดังนี้ 1) กำหนดทิศทางการพัฒนาการท่องเที่ยวร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการ 2) พัฒนาศักยภาพและสร้างความเข้มแข็งให้กับเครือข่ายผู้ประกอบการทุกภาคส่วน 3) ส่งเสริมการสร้างร่วมมือระหว่างเครือข่ายผู้ประกอบการและชุมชน และ 4) เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันโดยทำการตลาดเชิงบูรณาการร่วมกับเครือข่ายผู้ประกอบการ ดังที่ Sifolo, P. P. S. ได้สรุปว่าการประสานงานเชิงกลยุทธ์ระหว่างพันธมิตรจะช่วยกระจายการท่องเที่ยวและปรับปรุงประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวได้ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและการเชื่อมโยงแบบแนบแน่นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความเจริญรุ่งเรืองขององค์กรด้านการท่องเที่ยว โดยมีผลประโยชน์สูงสุดจากการสร้างมูลค่าสำหรับองค์กรร่วมกัน (Sifolo, P. P. S., 2020)

2.3.3 ส่งเสริมความร่วมมือในการคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ในพื้นที่ ประกอบด้วย 3 กลยุทธ์ ดังนี้ 1) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายผู้ประกอบการคิดค้นและพัฒนาแบบการท่องเที่ยวใหม่ 2) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายผู้ประกอบการคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ และ 3) ส่งเสริมและสนับสนุนให้เครือข่ายผู้ประกอบการคิดค้นการทำการตลาดรูปแบบใหม่

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาองค์ประกอบของปัจจัยที่ส่งผลต่อความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การดำเนินงานร่วมกัน โดยภายในองค์กรต้องแบ่งหน้าที่ตามความรู้ความสามารถและมีความสามัคคีกัน ระหว่างองค์กรมีการสร้างเครือข่ายเพื่อช่วยเหลือกันและประสานงานกับภาครัฐ ทั้งนี้ควรแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละฝ่ายให้ชัดเจน สร้างความสามัคคีร่วมกัน กับพันธมิตรต้องกำหนดเป้าหมายให้สอดคล้องกันเพื่อให้ดำเนินงานไปในทิศทางเดียวกัน 2) การสื่อสารการทำงานร่วมกัน โดยต้องมีการปรึกษากันอยู่เสมอเพื่อลดปัญหาและข้อผิดพลาด มุ่งใช้สื่อโซเชียลติดต่อกัน

พบปัญหาการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้ควรใช้สื่อออนไลน์ในการติดต่อกัน ส่งเสริมการเรียนรู้ภาษาต่างประเทศ ต้องสื่อสารให้กระชับและได้ใจความ กับพันธมิตรและผู้จัดทำวัตถุดิบ ต้องสื่อสารอยู่เสมอเพื่อลดข้อผิดพลาดที่จะเกิดขึ้น 3) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน โดยให้ทุกคนทำหน้าที่แทนกันได้ ยกเว้นงานเฉพาะด้าน ระหว่างองค์กรจะใช้อุปกรณ์ครุภัณฑ์และสถานที่ร่วมกัน กับภาครัฐจะอยู่ในรูปแบบของการอบรมหรือการเสริมทักษะอาชีพจากภาครัฐ ทั้งนี้ต้องฝึกให้ทุกคนทำงานแทนกันได้ ให้ใช้ข้อมูลตลอดจนอุปกรณ์และยานพาหนะร่วมกัน กับพันธมิตรควรพัฒนาบุคลากรรวมถึงการแบ่งปันความรู้และแลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกัน 4) การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน โดยบุคลากรต้องร่วมกันแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น ระหว่างองค์กรจะช่วยเหลือกันภายในกลุ่ม กับผู้จัดทำวัตถุดิบจะร่วมกันแก้ไขปัญหาจากผลิตภัณฑ์หรือบริการ ทั้งนี้ต้องสื่อสารกันให้ชัดเจน ควรคาดการณ์ปัญหาที่จะเกิดและหาวิธีแก้ปัญหาไว้ล่วงหน้า พันธมิตรช่วยลดความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้ และต้องร่วมกับผู้จัดทำวัตถุดิบแก้ไขปัญหาให้กับลูกค้า 5) การร่วมกันในการตัดสินใจ โดยผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการจะเป็นผู้วางแผนการดำเนินงานและการเงิน ส่วนการปฏิบัติงานจะให้บุคลากรตัดสินใจร่วมกัน ระหว่างองค์กรรวมถึงผู้จัดทำวัตถุดิบและกับภาครัฐจะปรึกษา วางแผน และตัดสินใจร่วมกัน ทั้งนี้ควรนำข้อคิดเห็นของบุคลากรและพันธมิตรมาประกอบการตัดสินใจ และผู้จัดทำวัตถุดิบต้องมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหาให้ลูกค้ารวมถึงการคิดค้นและพัฒนาสินค้าหรือบริการใหม่ ๆ และ 6) การลงทุนด้านเฉพาะทาง โดยเน้นสื่อออนไลน์เพื่อสื่อสารกับลูกค้า การคิดค้นนวัตกรรมและพัฒนาทักษะของบุคลากร ระหว่างองค์กรจะเป็นการสร้างพันธมิตรเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพร่วมกันและเพิ่มส่วนแบ่งทางการตลาด ทั้งนี้ควรใช้การตลาดออนไลน์ส่งเสริมการพัฒนาทักษะบุคลากร สร้างจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่งและเพิ่มผลประโยชน์และผลประโยชน์การร่วมกันกับพันธมิตร ในขณะที่การจัดทำยุทธศาสตร์ความร่วมมือในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออกจะประกอบด้วย 3 ยุทธศาสตร์ ดังนี้ 1) การยกระดับศักยภาพพื้นที่ เพื่อ 1.1) พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและระบบโลจิสติกส์ให้มีประสิทธิภาพ และได้มาตรฐานในการรองรับการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ 1.2) เพิ่มความสะดวกและปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวและสร้างความมั่นใจในด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยวอยู่ในพื้นที่ 1.3) ปรับปรุงระบบการทำงานของภาครัฐให้มีประสิทธิภาพ และ 1.4) พัฒนาร่วมกับการฟื้นฟูและจัดทำระบบฐานข้อมูลด้านการท่องเที่ยว รวมถึงส่งเสริมและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนที่มีศักยภาพ 2) ส่งเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการ เพื่อ 2.1) พัฒนาประสิทธิภาพของบุคลากรในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของพื้นที่ 2.2) มุ่งส่งเสริมการคิดค้นสินค้าและบริการที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ 2.3) ส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาดของผู้ประกอบการในพื้นที่ และ 2.4) พัฒนาผู้ประกอบการในพื้นที่ให้พร้อมรับการแข่งขัน 3) ส่งเสริมความร่วมมือ เพื่อ 3.1) พัฒนาประสิทธิภาพของหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 3.2) ส่งเสริมความร่วมมือในการสร้างเครือข่ายของผู้ประกอบการในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและก่อให้เกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ และ 3.3) ส่งเสริมความ

ร่วมมือในการคิดค้นสิ่งใหม่ในพื้นที่ ทั้งนี้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปเป็นส่วนหนึ่งในการจัดทำยุทธศาสตร์ กำหนดนโยบายหรือแผนการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เมืองรองในประเทศไทยให้สอดคล้องกับปัญหาของแต่ละพื้นที่ ในขณะที่ผู้ประกอบการและผู้บริหารชุมชนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสามารถนำข้อมูลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ในการบริหารจัดการความร่วมมือในโซ่อุปทานของธุรกิจได้

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). การประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ครั้งที่ 2/2561. เรียกใช้เมื่อ 1 พฤษภาคม 2561 จาก https://www.mots.go.th/mobile_detail.php?cid=56&nid=10634
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). สถานการณ์ท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ปี 2562. เรียกใช้เมื่อ 2 สิงหาคม 2564 จาก https://www.mots.go.th/download/article/article_20201104090605.pdf
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560 - 2564). เรียกใช้เมื่อ 20 พฤษภาคม 2561 จาก https://www.mots.go.th/ewtadmin/ewt/mots_web57/download/article/article_20170320150102.pdf
- คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก. (2561). แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก พ.ศ. 2559 - 2563. เรียกใช้เมื่อ 12 มิถุนายน 2562 จาก <https://eeco.or.th/web-upload/filecenter/untitled%20folder/EEC010.pdf>
- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 - 2564. เรียกใช้เมื่อ 18 สิงหาคม 2562 จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422
- โยธิน แสงวดี. (2549). การสนทนากลุ่ม. เรียกใช้เมื่อ 8 เมษายน 2562 จาก <https://www.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/download/7840/6811>
- สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561 - 2580 (ฉบับย่อ). เรียกใช้เมื่อ 2 พฤษภาคม 2561 จาก https://www.nesdc.go.th/download/document/SAC/NS_SumPlan_Oct2018.pdf
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (2562). คำแถลงนโยบาย ของคณะรัฐมนตรี. เรียกใช้เมื่อ 18 สิงหาคม 2562 จาก <https://www.thaigov.go.th/main/contents>

- Azwar, H. et al. (2020). Improving Local Community Knowledge and Skills in Homestay Management. Retrieved May 30, 2021, from <https://www.atlantispress.com/proceedings/pssshers-19/125943655>
- Denise, L. (1999). Collaboration vs. C-Three (Cooperation, Coordination and Communication). Retrieved May 30, 2021, from <https://www.sccharter schools.org/assets/documents/collaborationvs the3cs.pdf>
- Gao, Z. & Wang, L. (2019). Research on the Development Path of Yangjiale Homestay in the Background of Rural Revitalization Strategy. Retrieved May 30, 2021, from https://web of proceedings.org/proceedings_series/ESSP/IWASS%202019/SS06086.pdf
- Garrido-Moreno, A. et al. (2021). Going beyond the curve: Strategic measures to recover hotel activity in times of COVID-19. Retrieved May 30, 2021, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431921000712>
- Japutra, A. & Situmorang, R. (2021). The repercussions and challenges of COVID-19 in the hotel industry: Potential strategies from a case study of Indonesia. Retrieved May 30, 2021, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431921000335>
- Meuwissen, M. et al. (2019). The role of group-based contracts for risk-sharing; what are the opportunities to cover catastrophic risk? Current Opinion in Environmental Sustainability. Retrieved May 30, 2021, from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877343519300879>
- MGR Online. (2561). เปิดตัวลิสต์ “รัฐมนตรีเมืองรอง” วีระศักดิ์ โควสุรัตน์ ชู “จันทบุรี” ขึ้นแท่น “ต้นแบบเมืองรอง”. Retrieved March 30, 2019, from <https://mgronline.com/travel/detail/9610000094802>
- Sifolo, P. P. S. (2020). Tourism Supply Chain Management: A Catalyst to Development in Africa. Retrieved June 11, 2019, from https://www.researchgate.net/publication/338321842_Tourism_Supply_Chain_Management_A_Catalyst_to_Development_in_Africa
- Song, H. (2012). Tourism Supply Chain Management Routledge. London and New York: Taylor & Francis Group.
- World Health Organization. (2020). WHO Director-General's opening remarks at the media briefing on COVID-19 - 11 March 2020. Retrieved July 22, 2021, from <https://www.who.int/director-general/speeches/detail/who-director-general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020>

general-s-opening-remarks-at-the-media-briefing-on-covid-19---11-march-2020

World Tourism Organization. (2020). Growth in international tourist arrivals continues to outpace the economy. UNWTO World Tourism Barometer , 18(1), 1-5.