

รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

A Model of Supply Chain for Tourism Management in Thailand

อรรถพล จันทร์สมุด

สำนักงานคณบดี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

Artaphon Chansamut

Office of Dean, Faculty of Home Economic, Technology, Rajamangala University
of Technology Bangkok

วันที่รับ (Received) : 24 March 2024

วันที่แก้ไขเสร็จ (Revised) : 9 May 2025

วันที่ตอบรับ (Accepted) : 11 May 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบโซ่อุปทานในการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย 2) เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบโซ่อุปทานการจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย และ 3) เพื่อประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย การวิจัยใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสาน โดยมีการเก็บข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านโซ่อุปทานและการท่องเที่ยว จำนวน 20 คน ผ่านแบบสอบถาม และการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ผู้จัดจำหน่ายเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการทัวร์ ตัวแทนการท่องเที่ยว ลูกค้า และผู้บริโภค ซึ่งมีความสัมพันธ์และทำงานร่วมกันอย่างบูรณาการ ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่ารูปแบบมีความเหมาะสมในระดับดี (ค่าเฉลี่ย = 3.82 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน = 0.89) แสดงให้เห็นว่ารูปแบบนี้สามารถส่งเสริมประสิทธิภาพการจัดการท่องเที่ยว ลดต้นทุน และเพิ่มความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาภาคท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: รูปแบบโซ่อุปทาน, การจัดการท่องเที่ยว, ประเทศไทย

Abstract

This research aimed to 1) investigate expert opinions regarding a supply chain model for tourism management in Thailand 2) analyze the components of the proposed supply chain model, and 3) evaluate the effectiveness of the supply chain model for tourism management in Thailand. A mixed-methods approach was employed, collecting data from 20 experts in the fields of supply chain and tourism through questionnaires and in-depth interviews. The data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation. The findings revealed that the tourism supply chain model comprises five key components: tourism-related suppliers, tour operators, travel agents, customers, and end consumers. These components are integrated through collaborative mechanisms. The expert evaluations indicated that the model was appropriate at a good level (mean = 3.82, standard deviation = 0.89), demonstrating its potential to enhance the efficiency of tourism management, reduce costs, and improve tourist satisfaction, thereby contributing to the sustainable development of the tourism sector.

Keywords: A model of supply chain, Tourism management, Thailand

บทนำ

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในภูมิภาคเอเชีย โดยได้รับการยอมรับในนาม "ดินแดนแห่งรอยยิ้ม" จากทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งชายหาดที่สวยงาม มรดกทางประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ อาหารไทยที่ได้รับการยอมรับระดับโลก และโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานในราคาที่แข่งขันได้ สถิติการท่องเที่ยวแสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2559 ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 32.6 ล้านคน และเพิ่มขึ้นเป็น 40 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 ก่อนจะลดลงในช่วงสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 และกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งในปี พ.ศ. 2565-2566 ความสำคัญของไทยในฐานะจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวระดับโลกสะท้อนให้เห็นจากการที่กรุงเทพมหานครติดอันดับ 10 เมืองท่องเที่ยวยอดนิยมของโลก (Ministry of Foreign Affairs Netherlands Embassy in Bangkok, 2018; Chansamut, 2023) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าประเทศไทยจะมีศักยภาพและจุดแข็งด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างมาก แต่ยังคงประสบปัญหาสำคัญด้านการบริหารจัดการที่ส่งผลกระทบต่อการแข่งขันในระยะยาว ปัญหาหลักสามประการที่พบมีดังนี้ ประการแรก การขาดการประสานงานที่มีประสิทธิภาพระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดความซ้ำซ้อนในการให้บริการและการใช้ทรัพยากร ประการที่สอง การขาดระบบการไหลเวียนข้อมูลข่าวสารที่เชื่อมโยงกันตลอดห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ทำให้ไม่สามารถติดตามและประเมินผลการดำเนินงานได้อย่างแม่นยำ และประการสุดท้าย การขาดกลไกการสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล (บริษัท โคจิสติกส์ จำกัด, 2568) ปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญ เมื่อศึกษางานวิจัยที่ผ่านมา พบว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) เพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในบริบทของประเทศไทยยังมีการศึกษาอย่างจำกัด งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การพัฒนาองค์ประกอบเดี่ยวๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน ระบบคมนาคม หรือการตลาด โดยขาดการบูรณาการมุมมองแบบองค์รวม (Holistic Approach) ที่เชื่อมโยงกระบวนการตั้งแต่การวางแผน การจัดหา การผลิต การจัดส่งบริการ จนถึงการประเมินผลย้อนกลับ (มนตรีฯ สังข์ทอง และคณะ, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ยังขาดรูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความซับซ้อนของการท่องเที่ยวสมัยใหม่ที่เน้นประสบการณ์และความยั่งยืน

จากช่องว่างดังกล่าว จึงนำไปสู่คำถามสำคัญทางทฤษฎีว่า ประเทศไทยควรมีองค์ประกอบของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวในลักษณะใด ที่สามารถเชื่อมโยงกลไกการทำงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียตลอดห่วงโซ่ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ และประสิทธิภาพรูปแบบโซ่อุปทานของประเทศไทยอยู่ในระดับใด เพื่อเป็นข้อมูลในการยกระดับการบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งด้านการบริการ การลดต้นทุน และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างยั่งยืน ผลการวิจัยที่ได้ คาดว่าจะสามารถนำไปสู่การยกระดับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้มีความสามารถในการแข่งขันและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว รวมถึงเป็นต้นแบบสำหรับประเทศในภูมิภาคที่มีลักษณะการท่องเที่ยวคล้ายคลึงกัน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การจัดการโซ่อุปทานด้วยเทคโนโลยีเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรในยุคดิจิทัล โดยการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ากับกระบวนการโซ่อุปทานทำให้เกิดการไหลของข้อมูลข่าวสารที่

ต่อเนื่องและการประสานงานที่มีประสิทธิภาพ (อรรถพล จันทรสมุทร, 2559) งานวิจัยของ Michale (2006) และอรรถพล จันทรสมุทร (2563) ได้ชี้ให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเช่น แท็บเล็ต ซอฟต์แวร์ แอปพลิเคชัน ระบบ GPS และเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ สามารถเชื่อมโยงกิจกรรมหลัก 5 กระบวนการ ได้แก่ การวางแผน การจัดหา การผลิต การจัดส่ง และการส่งคืน เข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ การวิเคราะห์หลักฐานเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าเทคโนโลยีไม่เพียงแต่เป็นเครื่องมือสนับสนุน แต่เป็นปัจจัยขับเคลื่อนที่สำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะการลดต้นทุนการดำเนินงานและเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าผ่านการตอบสนองความต้องการที่รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น

การประยุกต์ใช้แบบจำลองโซ่อุปทานในสถาบันการศึกษาได้รับการพิสูจน์ประสิทธิภาพแล้วและสามารถนำไปปรับใช้ในบริบทอื่นได้ อรรถพล จันทรสมุทร (2563) ได้พัฒนาและทดสอบแบบจำลองโซ่อุปทานสำหรับการจัดการหลักสูตรตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ 15 คน จาก 3 สาขาความเชี่ยวชาญ ผลการประเมินแสดงค่าเฉลี่ยความเหมาะสม 3.59 และผ่านการทดสอบ Black Box Testing ในทำนองเดียวกัน การศึกษาแบบจำลองโลจิสติกส์สำหรับมหาวิทยาลัยของผู้วิจัยคนเดียวกันได้ผลการประเมินที่สูงกว่าที่ 4.14 จากผู้เชี่ยวชาญ 10 คน การวิเคราะห์ผลการศึกษทั้งสองชิ้นแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการถ่ายทอดแนวคิดและวิธีการจากบริบทการศึกษาไปสู่อุตสาหกรรมอื่น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมบริการที่มีลักษณะการดำเนินงานที่คล้ายคลึงกัน ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ในสถาบันการศึกษาจึงเป็นหลักฐานสำคัญที่สนับสนุนความเป็นไปได้ในการพัฒนาแบบจำลองสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนและต้องการการจัดการที่เป็นระบบเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน มนทรา สังข์ทอง และคณะ (2563) ได้ศึกษาการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวใน จังหวัดนครศรีธรรมราชโดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานกับกลุ่มตัวอย่าง 340 คน จาก 3 ภาควิชา และใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) ผลการศึกษาระบุองค์ประกอบ 4 ด้านหลัก คือ ปัจจัยต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ในขณะที่ Supply Chain Council (2012) และอรรถพล จันทรสมุทร (2563) ได้เสนอกระบวนการหลัก 5 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวางแผน การจัดหา การผลิต การจัดส่ง และการส่งคืน การวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างองค์ประกอบเชิงโครงสร้างและกระบวนการเชิงปฏิบัติการแสดงให้เห็นว่าโซ่อุปทานการท่องเที่ยวต้องการการบูรณาการทั้งในมิติแนวตั้ง (จากต้นน้ำสู่ปลายน้ำ) และมิติแนวนอน (กระบวนการที่เชื่อมโยงกัน) ซึ่งความซับซ้อนนี้เป็นเหตุผลสำคัญที่อธิบายว่าทำไมการจัดการท่องเที่ยวจึงต้องการรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงและแตกต่างจากอุตสาหกรรมอื่น

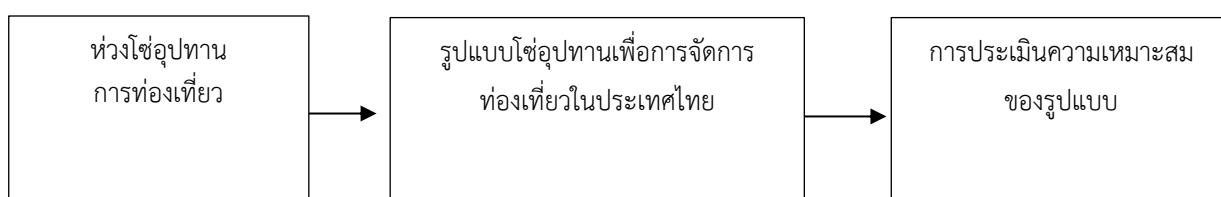
ความสำเร็จของการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับการทำงานระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลากหลายกลุ่มที่มีบทบาทและผลประโยชน์ที่แตกต่างกัน การศึกษาของมนทรา สังข์ทอง และคณะ (2563) ได้ระบุผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลัก 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการทัวร์ ตัวแทนการท่องเที่ยว และลูกค้า/นักท่องเที่ยว โดยแต่ละกลุ่มสามารถสร้างความร่วมมือในการพัฒนากิจกรรมและผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวผ่านการใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ งานวิจัยนี้ยังได้รับการสนับสนุนจากการศึกษาของอรรถพล จันทรสมุทร (2563) ที่แสดงให้เห็นความสำคัญของการเชื่อมโยงข้อมูลข่าวสารและการประสานงานผ่านระบบเทคโนโลยี การวิเคราะห์ที่ลึกซึ้งไปในความสัมพันธ์ระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเหล่านี้เผยให้เห็นว่าโซ่อุปทานการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงแค่ลำดับของกิจกรรม แต่เป็นระบบนิเวศที่ซับซ้อนซึ่งความสำเร็จของแต่ละองค์ประกอบส่งผลต่อความสำเร็จของทั้งระบบ ดังนั้น การพัฒนารูปแบบการจัดการจึงต้องคำนึงถึงการสร้างมูลค่าร่วมและการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรมระหว่างทุกฝ่าย

แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แบบจำลองโซ่อุปทานในหลากหลายบริบทและมีการศึกษาเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด แต่ยังคงมีช่องว่างสำคัญในองค์ความรู้ที่ต้องการการศึกษาเพิ่มเติม การศึกษาของอรรถพล จันทรสมุทร (2563) แสดงให้เห็นความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้แนวคิดโซ่อุปทานในบริบทการศึกษา ขณะที่มนทรา สังข์ทอง และคณะ (2563) ได้พิสูจน์ประสิทธิภาพในระดับจังหวัด อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการศึกษาที่ครอบคลุมในระดับประเทศซึ่งมีความซับซ้อนและความหลากหลายที่สูงกว่า การวิเคราะห์ช่องว่างนี้แสดงให้เห็นว่าการพัฒนารูปแบบโซ่อุปทานสำหรับการจัดการท่องเที่ยวในระดับประเทศต้องการการศึกษาที่คำนึงถึงความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และระดับการพัฒนาของแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ นอกจากนี้ การประเมินประสิทธิ

ภาพของรูปแบบดังกล่าวยังต้องการเครื่องมือและวิธีการที่เหมาะสมกับขนาดและของระบบระดับประเทศ ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาโยบายและยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่องรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีพื้นฐานทางทฤษฎีจากแนวคิดการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ของ Supply Chain Council (2012) ที่ประกอบด้วยกระบวนการหลัก 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวางแผน (Planning) การจัดหา (Sourcing) การผลิต (Manufacturing) การจัดส่ง (Delivery) และการส่งคืน (Return) โดยนำมาประยุกต์ใช้กับบริบทการท่องเที่ยวของประเทศไทยผ่านการบูรณาการเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเชื่อมโยงผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วน กรอบแนวคิดการวิจัยนี้มุ่งเน้นการประเมินประสิทธิภาพรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ดังแสดงใน ภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัยของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย
ที่มา: Kaewngam, Chatwattana, Piriyasurawong, (2019)

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่ผสมผสานระหว่างการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณในกรอบการวิจัยแบบการสำรวจ (Survey Research) โดยส่วนของการวิจัยเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงลึกและมุมมองที่หลากหลายจากผู้เชี่ยวชาญ ขณะที่ส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณใช้การสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามเพื่อประเมินความเหมาะสมของรูปแบบอย่างเป็นระบบและสามารถวัดผลได้เชิงตัวเลข การผสมผสานวิธีการทั้งสองแบบนี้ช่วยให้การศึกษามีความลึกและความกว้างในการตอบคำถามวิจัย สามารถตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากหลายมุมมอง (Triangulation) และให้ผลการวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย

การกำหนดประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้คือผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้และประสบการณ์ในด้านการจัดการโซ่อุปทานและการท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน ด้วยวิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดให้ผู้เชี่ยวชาญทุกคนต้องสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาเอกและมีประสบการณ์ทำงานมากกว่า 6 ปี เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้ข้อมูลมีพื้นฐานทางวิชาการและประสบการณ์ที่เพียงพอในการประเมินรูปแบบที่พัฒนาขึ้นสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์เพิ่มเติมให้มีประสบการณ์ในระดับผู้จัดการขึ้นไปและมีอายุงานมากกว่า 10 ปี ในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พัก ร้านอาหาร การขนส่ง และหน่วยงานรัฐด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากผู้ที่มีประสบการณ์ในระดับนี้จะมีความเข้าใจเชิงลึกในการดำเนินงานจริงและสามารถให้ข้อมูลที่มีคุณค่าสำหรับการพัฒนารูปแบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การพัฒนาและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เครื่องมือหลักที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยแบบสอบถามแบบปลายปิดและแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง โดยแบบสอบถามได้รับการออกแบบให้ครอบคลุมการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบโซ่อุปทาน 6 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ องค์ประกอบหลัก ผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการทัวร์ ตัวแทนการท่องเที่ยว ลูกค้า และผู้บริโภค โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert

Scale) ซึ่งมีการกำหนดช่วงค่าเฉลี่ยสำหรับการแปลผลตั้งแต่ระดับ 1.00-1.80 (เหมาะสมน้อยที่สุด) ไปจนถึงระดับ 4.21-5.00 (เหมาะสมมากที่สุด) ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (Content Validity) และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่าแบบสอบถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.70-1.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่ 0.50 ทั้งนี้ข้อคำถามที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญได้รับการปรับปรุงแก้ไขให้มีความชัดเจนและเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การดำเนินการวิจัยได้รับการวางแผนและจัดการอย่างเป็นระบบใน 3 ระยะหลัก เริ่มจากระยะการเตรียมการและพัฒนาเครื่องมือ ซึ่งประกอบด้วยการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การพัฒนารอบแนวคิด การออกแบบและสร้างรูปแบบ และการพัฒนาเครื่องมือวิจัย จากนั้นเข้าสู่ระยะการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นขั้นตอนที่ละเอียดอ่อนและต้องการความระมัดระวังสูง เนื่องจากคุณภาพของข้อมูลจะส่งผลโดยตรงต่อความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการนำเสนอรูปแบบโซ่อุปทานที่พัฒนาขึ้นต่อผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนอย่างละเอียด โดยอธิบายรายละเอียดความสำคัญ และความเชื่อมโยงระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญมีความเข้าใจที่ถูกต้องและครบถ้วนก่อนการประเมิน การเก็บข้อมูลใช้วิธีการทั้งแบบสอบถามและการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งช่วยให้ได้ข้อมูลทั้งเชิงตัวเลขและเชิงบรรยาย ข้อมูลเชิงตัวเลขจากแบบสอบถามให้ภาพรวมของระดับความเหมาะสมอย่างเป็นระบบ ขณะที่ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ให้มุมมองเชิงลึก ข้อเสนอแนะ และแนวทางการปรับปรุงที่มีคุณค่าสำหรับการพัฒนารูปแบบให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการที่แตกต่างกันสำหรับข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและมีความลึกในการตอบคำถามวิจัย สำหรับข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ความถี่ และร้อยละ โดยการแปลผลระดับความเหมาะสมอ้างอิงจากเกณฑ์มาตรฐานของ ประคอง กรรณสูต (2558) และมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (2561) การใช้สถิติเหล่านี้ช่วยให้เห็นภาพรวมของความเหมาะสมในแต่ละองค์ประกอบและสามารถเปรียบเทียบระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีการของลิเคิร์ต (Likert Scale)

มากที่สุด	ให้คะแนน	5	คะแนน
มาก	ให้คะแนน	4	คะแนน
ปานกลาง	ให้คะแนน	3	คะแนน
พอใช้	ให้คะแนน	2	คะแนน
ปรับปรุง	ให้คะแนน	1	คะแนน

กำหนดเกณฑ์แปลผลค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	4.51- 5.00	หมายถึง พอใจในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.51-4.50	หมายถึง พอใจระดับมาก
ค่าเฉลี่ย	2.51-3.50	หมายถึง พอใจระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย	1.51-2.50	หมายถึง พอใจระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย	0.00=1.50	หมายถึง พอใจระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่ารูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ด้าน ที่มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. ความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย องค์ประกอบนี้เป็นรากฐานสำคัญของรูปแบบโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยเน้นการสร้างเครือข่ายที่มีความเชื่อมโยงและพึ่งพาอาศัยกันอย่างใกล้ชิดตลอดทั้งห่วงโซ่ ตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการทำงานร่วมกันของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพสูงสุด การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีประกอบด้วยหลายมิติที่สำคัญ ได้แก่ การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพระหว่างหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ในห่วงโซ่ การประสานงานที่มีคุณภาพและตอบสนองต่อความต้องการร่วมในการสร้างความร่วมมือที่แข็งแกร่งระหว่างภาครัฐและเอกชน การแบ่งปันผลประโยชน์และความเสี่ยงอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส การบูรณาการเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน และการให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่ยั่งยืนร่วมกันเป็นเป้าหมายหลัก ความสัมพันธ์เหล่านี้จะช่วยสร้างความแข็งแกร่งและความยืดหยุ่นให้กับห่วงโซ่อุปทาน ทำให้สามารถรับมือกับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การไหลเวียนของข้อมูลและการสื่อสาร องค์ประกอบนี้ทำหน้าที่เป็นระบบประสาทของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ซึ่งสามารถขับเคลื่อนประสิทธิภาพและความสำเร็จของอุตสาหกรรมได้อย่างมีนัยสำคัญ การแลกเปลี่ยนข้อมูลที่มีคุณภาพสูง ทั้งในด้านความเร็ว ความถูกต้องแม่นยำ และความครอบคลุมทั่วถึง จะช่วยให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายในห่วงโซ่สามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อเหตุการณ์ รวมถึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้อย่างแม่นยำและตรงตามความต้องการที่แท้จริง ระบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพนี้ยังช่วยในการบริหารจัดการความเสี่ยง การวางแผนกลยุทธ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ ๆ และการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน การไหลเวียนของข้อมูลที่ดีจะช่วยลดความซ้ำซ้อน ลดข้อผิดพลาด และเพิ่มความโปร่งใสในการดำเนินงานตลอดทั้งห่วงโซ่ ทำให้เกิดการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. การสร้างคุณค่าและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว องค์ประกอบนี้ถือเป็นเป้าหมายสูงสุดและจุดมุ่งหมายหลักของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทั้งระบบ เนื่องจากความสำเร็จของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับความสำเร็จ ความพึงพอใจและประสบการณ์ที่มีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว ความร่วมมือและการทำงานประสานกันอย่างมีประสิทธิภาพของทุกภาคส่วนในห่วงโซ่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการส่งมอบประสบการณ์และบริการที่เกินความคาดหมายของนักท่องเที่ยว และช่วยสร้างความทรงจำที่ดีและน่าประทับใจที่จะติดตามักท่องเที่ยวไปตลอดชีวิต การสร้างคุณค่านี้ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่การให้บริการที่มีคุณภาพ แต่ยังรวมถึงการออกแบบประสบการณ์ที่มีความหมายและเป็นเอกลักษณ์ การสร้างความผูกพันทางอารมณ์และจิตใจ การถ่ายทอดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตท้องถิ่น และการสร้างความประทับใจที่ยั่งยืนซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวต้องการกลับมาเยือนอีกครั้งและกลายเป็นทูตที่ช่วยโปรโมทการท่องเที่ยวไทยให้กับผู้อื่น

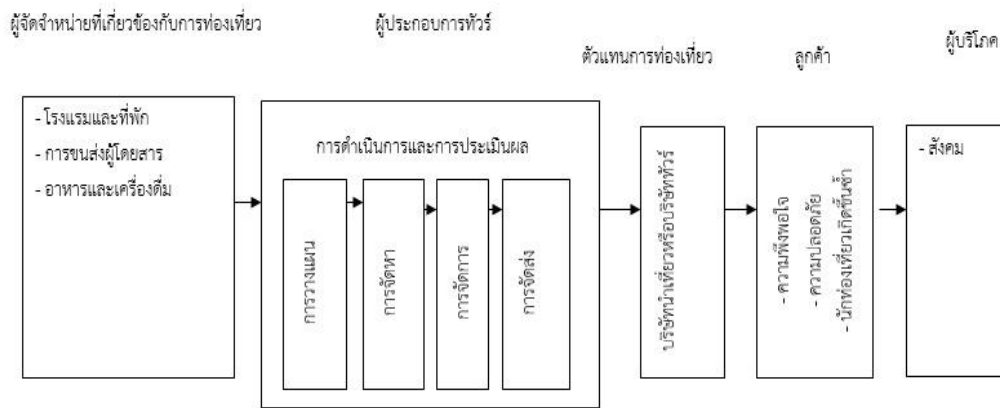
4. ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม องค์ประกอบนี้กลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เนื่องจากในปัจจุบันนักท่องเที่ยวและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกฝ่ายต่างให้ความสำคัญและตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นทางด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมจากกิจกรรมการเดินทางและการท่องเที่ยวมากขึ้น อย่างเป็นรูปธรรม การบูรณาการหลักการความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคมเข้าสู่ทุกขั้นตอนและกระบวนการของห่วงโซ่อุปทานจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับการสร้างการเติบโตที่มั่นคงและยั่งยืนในระยะยาว ความยั่งยืนนี้ครอบคลุมหลายมิติ ได้แก่ การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีสติและรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม การลดผลกระทบเชิงลบต่อสิ่งแวดล้อมและระบบนิเวศ การสนับสนุนและส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็ง การอนุรักษ์และส่งเสริมวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น และการสร้างการกระจายผลประโยชน์ที่เป็นธรรมและเสมอภาคให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง การดำเนินการด้วยความรับผิดชอบต่อสังคมนี้ไม่เพียงแต่ช่วยปกป้องและอนุรักษ์ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าสำหรับคนรุ่นต่อไป แต่ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและเพิ่มความน่าเชื่อถือให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในระดับสากล

5. การจัดการความท้าทายและการคว้าโอกาส องค์ประกอบสุดท้ายนี้เป็นความสามารถเชิงกลยุทธ์ในการปรับตัวและการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อรับมือกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ความท้าทายที่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องเผชิญในปัจจุบันมีความหลากหลายและซับซ้อน ตั้งแต่การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศโลกและผลกระทบต่อสถานที่ท่องเที่ยว การแข่งขันที่รุนแรงและเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจากประเทศคู่แข่งในภูมิภาค การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวสมัยใหม่ ไปจนถึงวิกฤตการณ์ที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ล่วงหน้า เช่น การระบาดของโรคติดต่อ ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือความไม่มั่นคงทางการเมืองและสังคม ในขณะเดียวกัน ยังมีโอกาสมากมายที่สามารถคว้าไว้และพัฒนาให้เป็นจุดแข็งของอุตสาหกรรม เช่น การเติบโตอย่างต่อเนื่องของตลาดนักท่องเที่ยวเอเชีย การพัฒนาและการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาประยุกต์ใช้ การเพิ่มขึ้นของความต้องการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์และท่องเที่ยวที่มีความหมาย และการยอมรับในตัวตนและเอกลักษณ์ของการท่องเที่ยวไทย ความสามารถในการจัดการความท้าทายเหล่านี้อย่างชาญฉลาดและการคว้าโอกาสต่าง ๆ อย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยให้ประเทศไทยสามารถรักษาตำแหน่งผู้นำในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวระดับโลกและสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนและครอบคลุมผลประโยชน์สำหรับทุกภาคส่วนในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของประเทศ

องค์ประกอบทั้ง 5 ด้านนี้มีความเชื่อมโยงและส่งเสริมซึ่งกันและกันอย่างเป็นระบบ โดยความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจะช่วยให้การไหลเวียนของข้อมูลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้สามารถสร้างคุณค่าและประสบการณ์ที่ดีให้กับนักท่องเที่ยวได้ การดำเนินงานด้วยหลักความยั่งยืนจะช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับระบบในระยะยาว และความสามารถในการจัดการความท้าทายและโอกาสจะช่วยให้ห่วงโซ่อุปทานสามารถปรับตัวและพัฒนาไปอย่างต่อเนื่อง การทำงานร่วมกันของทุกองค์ประกอบนี้จะช่วยให้เกิดรูปแบบโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ มีความยืดหยุ่น และสามารถสร้างประโยชน์ให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องอย่างยั่งยืน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 องค์ประกอบของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

จากการศึกษาและพัฒนาารูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์องค์ประกอบของรูปแบบโซ่อุปทานและสร้างรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ส่วนที่มีความเชื่อมโยงและสนับสนุนซึ่งกันและกัน รูปแบบดังกล่าวได้รับการออกแบบให้สามารถตอบสนองต่อความซับซ้อนและความต้องการที่หลากหลายของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยในยุคปัจจุบัน โดยคำนึงถึงความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกระดับตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ รูปแบบโซ่อุปทานที่พัฒนาขึ้นนี้แสดงให้เห็นถึงการไหลของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว การบริการ ข้อมูล และความสัมพันธ์ระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ ซึ่งจะช่วยให้เกิดการจัดการที่มีประสิทธิภาพและการสร้างคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวอย่างสูงสุด รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยนี้ ได้นำเสนอในภาพที่ 2 พร้อมด้วยคำอธิบายรายละเอียดของแต่ละองค์ประกอบ เพื่อให้เข้าใจถึงบทบาท หน้าที่ และความสำคัญของแต่ละส่วนในการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เกิดความยั่งยืนต่อไป



ภาพที่ 2 รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย
ที่มา: ผู้แต่ง

คำอธิบายองค์ประกอบของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

1. ผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Tourism-Related Suppliers)

ผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นองค์ประกอบเริ่มต้นของห่วงโซ่อุปทานที่มีบทบาทสำคัญในการจัดหาและส่งมอบวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ และบริการพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของผู้ให้บริการการท่องเที่ยวในขั้นตอนต่อไป กลุ่มผู้จัดจำหน่ายนี้ประกอบด้วยผู้ให้บริการหลากหลายประเภท ได้แก่ ผู้ให้บริการที่พักและโรงแรมในฐานะคู่ค้าของตัวแทนการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการการขนส่งผู้โดยสารทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่มสำหรับธุรกิจการท่องเที่ยว ผู้ให้บริการอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงาน รวมถึงผู้ให้บริการสนับสนุนอื่น ๆ เช่น ระบบการจองและการชำระเงิน ระบบรักษาความปลอดภัย และบริการด้านการตลาดและการโฆษณา ความสามารถในการจัดหาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพสูง ราคาเหมาะสม และตรงตามมาตรฐานที่กำหนดจากกลุ่มผู้จัดจำหน่ายเหล่านี้จะเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยรวม การสร้างความสัมพันธ์ที่แข็งแกร่งและการพัฒนาความร่วมมือระยะยาวกับผู้จัดจำหน่ายจะช่วยเพิ่มความมั่นคงและประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

2. ผู้ประกอบการทัวร์ (Tour Operators)

ผู้ประกอบการทัวร์ทำหน้าที่เป็นหัวใจหลักของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยเป็นผู้รับผิดชอบในการประสานงาน บูรณาการ และจัดการกิจกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุด ผู้ประกอบการทัวร์มีหน้าที่หลากหลายที่ครอบคลุมทุกด้านของการจัดการการท่องเที่ยว ได้แก่ การทำหน้าที่เป็นมัคคุเทศก์และผู้นำเที่ยวที่ให้ความรู้และดูแลนักท่องเที่ยว การดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวในทุกขั้นตอน และการประเมินผลการท่องเที่ยวเพื่อการปรับปรุงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง การดำเนินงานของผู้ประกอบการทัวร์สามารถแบ่งออกเป็น 4 กิจกรรมหลัก ดังนี้

2.1 การวางแผนโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนเริ่มต้นที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการคาดการณ์ความต้องการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในอนาคต การวิเคราะห์แนวโน้มตลาดและการแข่งขัน การกำหนดกลยุทธ์การหาและเลือกคู่ค้าที่เหมาะสม และการพัฒนาแผนฉุกเฉินและแผนสำรองเพื่อรับมือกับสถานการณ์ที่ไม่คาดคิดหรือเหตุการณ์ที่อาจส่งผลกระทบต่อการทำงาน เช่น ภัยธรรมชาติ วิกฤตการณ์ด้านสุขภาพ หรือการเปลี่ยนแปลงของนโยบายรัฐบาล

2.2 การจัดหาในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเลือกสรรและการจัดการความสัมพันธ์กับซัพพลายเออร์และคู่ค้าที่มีคุณภาพ การเจรจาต่อรองเงื่อนไขและราคาที่เป็นธรรม การประเมินและตรวจสอบมาตรฐานการให้บริการ และการสร้างเครือข่ายความร่วมมือที่แข็งแกร่ง กลุ่มซัพพลายเออร์หลักที่ต้องจัดการ ได้แก่ ผู้ให้บริการขนส่งทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ ผู้ให้บริการที่พักในทุกระดับและรูปแบบ และผู้ให้บริการกิจกรรมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย เช่น กิจกรรมผจญภัย การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

2.3 การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการประสานงานและควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ ในโซ่อุปทานอย่างใกล้ชิดและต่อเนื่อง เพื่อให้มั่นใจว่านักท่องเที่ยวจะได้รับบริการที่มีคุณภาพสูง ตรงตามความคาดหวัง และดำเนินไปตามกำหนดเวลาที่วางแผนไว้ การจัดการนี้รวมถึงการติดตามและควบคุมคุณภาพการให้บริการ การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การประสานงานระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ และการรักษามาตรฐานความปลอดภัยตลอดการเดินทาง

2.4 การจัดส่งในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เป็นขั้นตอนสุดท้ายที่เกี่ยวข้องกับการส่งมอบบริการและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่สมบูรณ์แก่นักท่องเที่ยว ครอบคลุมการให้บริการขนส่งที่ปลอดภัยและสะดวกสบาย การจัดการเรื่องการเข้าพักที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับความต้องการ และการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและมีคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยว

3. ตัวแทนการท่องเที่ยว (Travel Agents)

ตัวแทนการท่องเที่ยวทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมที่สำคัญระหว่างผู้ให้บริการการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยว โดยมีบทบาทหลักในการเป็นผู้ให้คำปรึกษาและแนะนำเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับความต้องการ งบประมาณ และความสนใจของลูกค้าแต่ละราย ตัวแทนการท่องเที่ยวมีความรู้และประสบการณ์เฉพาะด้านที่ช่วยให้สามารถให้คำแนะนำที่มีคุณค่าเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง กิจกรรมที่น่าสนใจ ช่วงเวลาที่เหมาะสมในการเดินทาง และข้อควรระวังต่าง ๆ นอกจากการให้คำปรึกษาแล้ว ตัวแทนการท่องเที่ยวยังทำหน้าที่เป็นผู้จัดการและประสานงานการให้บริการการท่องเที่ยวในนามของลูกค้า รวมถึงการจองที่พัก การจัดการเรื่องการขนส่ง การจัดหาเอกสารการเดินทางที่จำเป็น และการให้บริการสนับสนุนอื่น ๆ ที่จำเป็นสำหรับการเดินทางที่ราบรื่นและสำเร็จ ความสามารถของตัวแทนการท่องเที่ยวในการสร้างความไว้วางใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้าจะส่งผลโดยตรงต่อความสำเร็จของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวโดยรวม

4. ลูกค้า (Customers)

ลูกค้าในบริบทของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวหมายถึงนักท่องเที่ยวที่เป็นผู้รับบริการการท่องเที่ยวและมีความคาดหวังต่อคุณภาพ ความปลอดภัย และความคุ้มค่าของการเดินทาง ลูกค้าที่มีคุณภาพคือผู้ที่ได้รับบริการการท่องเที่ยวแล้วเกิดความพึงพอใจในระดับสูง รู้สึกปลอดภัยตลอดการเดินทาง และได้รับประสบการณ์ที่ตรงหรือเกินความคาดหวังที่ตั้งไว้ ความพึงพอใจของลูกค้าเป็นตัวชี้วัดสำคัญของประสิทธิภาพและคุณภาพของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว เนื่องจากลูกค้าที่พอใจจะมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ (Repeat Customers) ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงถึงความน่าเชื่อถือและมาตรฐานการให้บริการที่คงเส้นคงวา นอกจากนี้ ลูกค้าที่มีความพึงพอใจสูงยังจะกลายเป็นทูตแบรนด์ที่ช่วยแนะนำและโปรโมทการท่องเที่ยวให้กับเพื่อนฝูง ครอบครัว และเครือข่ายสังคมของตน ซึ่งเป็นการสร้างลูกค้าใหม่ที่มีประสิทธิภาพและค่าใช้จ่ายต่ำ

5. ผู้บริโภค (Consumers)

ผู้บริโภคเป็นองค์ประกอบสุดท้ายและเป็นจุดหมายปลายทางของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ซึ่งมีความหมายที่กว้างขวางและครอบคลุมมากกว่าแค่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว ผู้บริโภคในที่นี้รวมถึงสังคมไทยโดยรวมที่ได้รับผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมจากอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ชุมชนท้องถิ่นที่มีส่วนร่วมในการให้บริการและได้รับรายได้จากการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดและความปลอดภัยจากการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้บริโภคที่มีคุณภาพจะแสดงออกถึงความพึงพอใจผ่านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ การแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยว และการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวไทยในระดับสากล ความสำเร็จในการสร้างผู้บริโภคที่มีคุณภาพจะส่งผลให้เกิดวงจรที่ดีของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะยาวและช่วยสร้างความแข็งแกร่งให้กับเศรษฐกิจของประเทศโดยรวม (มนทรา สังข์ทอง และคณะ, 2563; Banik Pathik et al., 2012; Chansamut, 2023; Chansamut & Piriya-surawong, 2014; Habib & Jungthirapanich, 2010)

รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยที่พัฒนาขึ้นนี้แสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงและการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างองค์ประกอบทั้ง 5 ส่วนอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากผู้จัดทำหน้าที่จัดหาวัตถุดิบและบริการพื้นฐาน ผ่านผู้ประกอบการทัวร์ที่ทำหน้าที่ประสานงานและจัดการ ไปยังตัวแทนการท่องเที่ยวที่ให้คำปรึกษาและ

อำนวยความสะดวก จนถึงลูกค้าที่เป็นผู้รับบริการ และสุดท้ายคือผู้บริโภคที่ได้รับประโยชน์ในวงกว้าง การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพของทุกองค์ประกอบจะส่งผลให้เกิดการสร้างคุณค่าสูงสุดให้กับนักท่องเที่ยวและสังคม รวมถึงการสร้างที่ยั่งยืนให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยในระยะยาว

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 การประเมินประสิทธิภาพรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย การนำเสนอผลการประเมินประสิทธิภาพรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ดำเนินการโดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่รวบรวมจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 20 คน ผ่านแบบสอบถามที่ใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การประเมินครอบคลุมทุกองค์ประกอบหลักและองค์ประกอบย่อยของรูปแบบ เพื่อให้ได้ภาพรวมที่สมบูรณ์และรายละเอียดที่ลึกซึ้งเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบที่พัฒนาขึ้น ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงความสำเร็จของการพัฒนารูปแบบที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทุกองค์ประกอบได้รับการประเมินในระดับที่น่าพอใจและแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการนำไปประยุกต์ใช้ในทางปฏิบัติ โดยมีรายละเอียดดังตารางต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ความเหมาะสมขององค์ประกอบหลักของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
องค์ประกอบหลัก			
1. ผู้จัดการหน่วยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	3.75	0.71	ดี
2. ผู้ประกอบการทัวร์	3.80	0.41	ดี
3. ตัวแทนการท่องเที่ยว	3.95	0.51	ดี
4. ลูกค้า	3.75	0.85	ดี
5. ผู้บริโภค	3.85	0.98	ดี
รวม	3.79	0.76	ดี

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินองค์ประกอบหลักจะเห็นว่าองค์ประกอบหลักของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเหมาะสมในระดับดี ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.79 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.76 เมื่อพิจารณาความเหมาะสมขององค์ประกอบหลักเฉพาะองค์ประกอบหลักทั้ง 5 ค่าเฉลี่ยคะแนนในระดับดี กล่าวคือ ตัวแทนการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.95 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 ผู้บริโภค มีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.98 ผู้ประกอบการทัวร์ มีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.80 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.41 ลูกค้ามีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.85 ผู้จัดการหน่วยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.71

ตารางที่ 2 ความเหมาะสมผู้จัดการหน่วยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
ผู้จัดการหน่วยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว			
1. ที่พักบริษัทนำเที่ยว	3.75	0.91	ดี
2. การขนส่งผู้โดยสาร	3.85	1.26	ดี
3. อาหารและเครื่องดื่ม	3.70	1.11	ดี
รวม	3.78	1.09	ดี

จากตารางที่ 2 จะเห็นได้ว่าความเหมาะสมผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.0 เมื่อพิจารณาความเหมาะสมขององค์ประกอบย่อยทั้ง 3 ของผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในระดับดี กล่าวคือ การขนส่งผู้โดยสารมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.26 ที่พักบริษัทนำเที่ยวมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.91 อาหารและเครื่องดื่ม มีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.11

ตารางที่ 3 ความเหมาะสมผู้ประกอบการทัวร์

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
ผู้ประกอบการทัวร์			
1. การวางแผน	3.85	1.26	ดี
2. การจัดหา	3.75	1.06	ดี
3. การจัดการ	3.90	1.16	ดี
4. การจัดส่ง	3.75	1.37	ดี
รวม	3.81	1.21	ดี

จากตารางที่ 3 จะเห็นได้ว่าความเหมาะสมผู้ประกอบการทัวร์มีความเหมาะสมในระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.21 เมื่อพิจารณาความเหมาะสมขององค์ประกอบย่อยทั้งสี่ของผู้ประกอบการทัวร์มีความเหมาะสมในระดับดี กล่าวคือ การจัดการมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.16 การวางแผนมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.26 การจัดส่งมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.37 การจัดหามีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.06

ตารางที่ 4 ความเหมาะสมตัวแทนการท่องเที่ยว

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
ตัวแทนการท่องเที่ยว			
1. บริษัทนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์	3.85	1.13	ดี
รวม	3.85	1.13	ดี

จากตารางที่ 4 จะเห็นได้ว่าความเหมาะสมตัวแทนการท่องเที่ยวมีความเหมาะสมในระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.13

ตารางที่ 5 ความเหมาะสมลูกค้า

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
ลูกค้า			
1. ความพึงพอใจ	3.90	1.25	ดี
2. ความปลอดภัย	3.75	0.44	ดี
3. นักท่องเที่ยวเกิดขึ้นซ้ำ	3.85	0.74	ดี
รวม	3.83	0.81	ดี

จากตารางที่ 5 จะเห็นได้ว่าความเหมาะสมตัวแทนลูกค้ามีความเหมาะสมในระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.81 เมื่อพิจารณาความเหมาะสมขององค์ประกอบย่อยทั้งสามของลูกค้ามีความ

เหมาะสมในระดับดี กล่าวคือ ความพึงพอใจมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.90 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.25 นักท่องเที่ยวเกิดขึ้นซ้ำมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.74 ความปลอดภัยมีความเหมาะสมระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.75 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.44

ตารางที่ 6 ความเหมาะสมผู้บริโภครวม

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
ผู้บริโภครวม			
1. สังคม	3.85	0.36	ดี
รวม	3.85	0.36	ดี

จากตารางที่ 6 จะเห็นได้ว่าความเหมาะสมผู้บริโภครวมมีความเหมาะสมในระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.36

ตารางที่ 7 ผลการประเมินประสิทธิผลรวมของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย

หัวข้อประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความเหมาะสม
1. องค์ประกอบหลัก	3.79	0.76	ดี
2. ผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	3.78	1.09	ดี
3. ผู้ประกอบการทัวร์	3.81	1.21	ดี
4. ตัวแทนการท่องเที่ยว	3.83	1.13	ดี
5. ลูกค้า	3.83	0.81	ดี
6. ผู้บริโภค	3.85	0.36	ดี
รวม	3.82	0.89	ดี

จากตารางที่ 7 ผลการประเมินประสิทธิผลรวมของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยรวม 6 องค์ประกอบมีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.82 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.89 นอกจากนี้ องค์ประกอบย่อยของผู้บริโภค ลูกค้าตัวแทนการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการทัวร์ องค์ประกอบหลัก ผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว มีความเหมาะสมระดับดี โดยมีค่าเฉลี่ยคะแนนอยู่ที่ 3.85, 3.83, 3.81, 3.78 และ 3.79 ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

ผลการประเมินรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบห่วงโซ่อุปทานเพื่อการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความสัมพันธ์และการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การไหลเวียนของข้อมูลและการสื่อสาร การสร้างคุณค่าและประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว ความยั่งยืนและความรับผิดชอบต่อสังคม ความท้าทายและโอกาสในการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้อย่างยั่งยืน

2. ความเหมาะสมขององค์ประกอบหลักของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.79 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.76 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี เนื่องจากองค์ประกอบหลักจัดอยู่ในกลุ่มระบบห่วงโซ่อุปทาน เริ่มจากผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวขับเคลื่อนไปที่ผู้บริโภคหรือสังคม คือผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป

3. ความเหมาะสมของผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.78 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.09 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี เนื่องจากการจัดการโซ่อุปทานจะเริ่มจากผู้จัดจำหน่าย

ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเคลื่อนที่ไปสู่ผู้บริโภคท้ายสุด คือนักท่องเที่ยวที่ได้รับความปลอดภัยจากการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นซ้ำอีกเป็นกระบวนการลำดับสุดท้าย

4. ความเหมาะสมของผู้ประกอบการทัวร์รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.81 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.21 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี เนื่องจากการดำเนินงานด้านการท่องเที่ยวและการประเมินผลการท่องเที่ยว เริ่มจากการวางแผน การจัดหา การจัดการ และการจัดส่ง ของทุกกิจกรรม

5. ความเหมาะสมของตัวแทนการท่องเที่ยวรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยได้ ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 1.13 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี เนื่องจากเป็นผู้ให้ คำปรึกษาที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือตัวแทนการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ให้บริการท่องเที่ยวของแบบรูปแบบทำให้นักท่องเที่ยวมีความพอใจในการบริการ

6. ความเหมาะสมของลูกค้างานรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.83 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.81 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี เนื่องจากลูกค้า คือนักท่องเที่ยวที่รับบริการ การท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและมีความปลอดภัย รวมถึงนักท่องเที่ยวเกิดขึ้นซ้ำอีก

7. ความเหมาะสมของผู้บริโภครูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ได้ค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.85 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.36 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี เนื่องจากเป็นกิจกรรมปลายทางของห่วงโซ่อุปทาน เป็นจุดที่นักท่องเที่ยวสร้างประโยชน์ให้กับประเทศไทยซึ่งรวมถึงสังคมหรือความพึงพอใจของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวที่ได้รับความปลอดภัยจากการท่องเที่ยวที่จะเกิดขึ้นซ้ำอีก

สรุปผลการประเมินเฉลี่ยทั้งหมด พบว่า ค่าเฉลี่ยทั้งหมด เท่ากับ 3.82 และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.89 จึงสามารถสรุปผลการประเมินอยู่ในระดับดี สามารถนำแนวคิดของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยส่งเสริมการทำงานลดต้นทุน และสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวซึ่งจะส่งผลดีต่อการพัฒนาภาคท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย ผู้วิจัยได้เสนอการอภิปราย ดังนี้

1. รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความเหมาะสมอยู่ในระดับดี หมายความว่า จากข้อมูลที่รวบรวม และวิเคราะห์มานั้นโดยภาพรวม องค์ประกอบของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยสามารถสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวได้ดี ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาเอกสารงานวิจัยในประเทศ สอดคล้องกับ อรรถพล จันทรสมุทร (2562); อรรถพล จันทรสมุทร (2563) ได้ศึกษา ห่วงโซ่อุปทานในสถาบันอุดมศึกษา และสอดคล้องกับงานวิจัยภายนอกของ Chansamut & Piriyasurawong (2014) ได้ศึกษากรอบแนวคิดระบบสารสนเทศการบริหารห่วงโซ่อุปทานเพื่อการจัดการหลักสูตร

2. ผลการประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเหมาะสมระดับดี สามารถดำเนินงานและบรรลุเป้าหมาย ตั้งแต่การวางแผน การจัดหา การผลิต การจัดส่งของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของ มนทิรา สังข์ทอง และคณะ (2563) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนประกอบด้วย ผู้จัดจำหน่ายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการทัวร์ ตัวแทนการท่องเที่ยว ลูกค้า ถือว่าองค์ประกอบทั้ง 4 ส่วน มีความสัมพันธ์และเชื่อมโยงเป็นหนึ่งเดียวกันในห่วงโซ่อุปทาน จากการศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีผู้ประกอบการที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ประกอบด้วย ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย 6 กลุ่ม ได้แก่ โรงแรมและที่พัก ตัวแทนการท่องเที่ยว หน่วยงานดูแลและประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ธุรกิจการท่องเที่ยวและกิจกรรม ธุรกิจและการบริการด้านอาหาร ธุรกิจเดินทาง และกลุ่มที่มีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด คือ โรงแรม ตัวแทนการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chansamut (2022) ได้ศึกษาห่วงโซ่อุปทานเพื่อการจัดการศึกษา และงานวิจัยของ Chansamut (2023) ที่กล่าวถึง แบบจำลองห่วงโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวและสอดคล้องกับ อรรถพล จันทรสมุทร (2563); Kaewngam et al., (2019) ได้ศึกษาห่วงโซ่อุปทานการศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา พบว่าการจัดการโซ่อุปทานใน

สถาบันอุดมศึกษาจะประกอบด้วยขั้นตอน ตั้งแต่ ผู้ส่งมอบ ผู้ผลิต ลูกค้า ผู้บริโภค แนวคิดนี้จะสามารถนำมาประยุกต์ใช้งานได้อย่างเหมาะสมเพิ่มมูลค่าให้กับสังคม

ข้อเสนอแนะสำหรับการพัฒนาต่อไป

1. รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทยมีความเหมาะสมในระดับดี หากเป็นไปได้ควรนำรูปแบบที่ได้พัฒนาไปใช้งานจริงเพื่อให้รูปแบบมีประสิทธิภาพ
2. ควรมีการศึกษากรณีตัวอย่างของหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน สถานประกอบการในประเทศและต่างประเทศที่ได้ใช้รูปแบบโซ่อุปทานเพื่อการจัดการท่องเที่ยว

เอกสารอ้างอิง (ภาษาไทย)

- บริษัท โคจิสติกส์ จำกัด. (2568). *เผย 5 ปัญหา Supply Chain ในอุตสาหกรรมอาหาร พร้อมวิธีจัดการซัพพลายเชนอย่างมืออาชีพ*. <https://www.cogistics.co.th/th/blog/knowledge/5-problems-supply-chain/>
- ประคอง กรณสุต. (2528). *สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ศูนย์หนังสือ ดร.ศรีสง่า.
- มนทิรา สังข์ทอง, ศิริวิทย์ กุลโรจน์ภัทร และวิชัย แหวนเพชร. (2563). รูปแบบการจัดการห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. *วารสารมหาวิทยาลัยวิชาการ*, 7(2), 17-35.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา. (2561). *การสำรวจความพึงพอใจของประชาชนผู้รับบริการที่มีต่อการบริการขององค์การบริหารส่วนจังหวัดระนองประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2561*. <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER13/DRAWER007/GENERAL/DATA0000/00000286.PDF>
- อรรถพล จันทรสมุด. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างสารสนเทศกับห่วงโซ่อุปทานในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 3(5), 1-8.
- อรรถพล จันทรสมุด. (2559). ระบบสารสนเทศการบริหารห่วงโซ่อุปทานเพื่อการจัดการงานวิจัยในสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 36(2), 210-221.
- อรรถพล จันทรสมุด. (2562). แบบจำลองระบบดิจิทัลเพื่อการจัดการงานวิจัยในโซ่อุปทานสำหรับสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารแม่โจ้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 5(2), 70-81.
- อรรถพล จันทรสมุด. (2563). แบบจำลองโซ่อุปทานเพื่อการจัดการหลักสูตรตามกรอบคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ. *วารสารแม่โจ้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 6(1), 10-26.
- อรรถพล จันทรสมุด. (2563). แบบจำลองระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการงานวิจัยในโซ่อุปทานสำหรับสถาบันอุดมศึกษา. *วารสารวิชาการ ปชมท*, 9(2), 112-121.
- อรรถพล จันทรสมุด. (2563). แบบจำลองโลจิสติกส์เพื่อจัดการศึกษาสำหรับมหาวิทยาลัย. *วารสารแม่โจ้เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรม*, 5(1), 49-636.

เอกสารอ้างอิง (ภาษาอังกฤษ)

- Banik Pathik, B., Chowdhury, M.T., Habib, M. (2012, July 3-6). *Analysis of Educational Supply Chain Management Model: A Case Study Approach*. Proceedings of the 2012 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management Istanbul.
- Chansamut, A. (2022). Supply Chain Management Information System Model for Human Resource Management for Higher Education Institutions in Thailand. *International Journal of Supply Chain Management (IJSCM)*, 11(1), 28-33.
- Chansamut, A. (2022). Supply Chain Model for Universities Management According to Education Criteria for Performance Excellence in Thailand. *International Journal of Supply Chain Management (IJSCM)*, 11(5), 16-19.

- Chansamut, A. (2023). A digital supply chain model for tourism management in Thailand. *International Journal of Supply Chain Management (IJSCM)*, 12(3), 73-76.
- Chansamut, A. (2023). An information operational model for tourism management in Thai supply chain. *International Journal of Supply Chain Management (IJSCM)*, 12(3), 48-51.
- Chansamut, A. (2023). Digital Supply Chain Model for Humanitarian Management in Thailand. *International Journal of Supply Chain Management (IJSCM)*, 12(2), 51-54.
- Chansamut, A. (2023). An Information Model for Humanitarian Management in Thai Supply Chain. *International Journal of Supply Chain Management (IJSCM)*, 12(2), 18-22.
- Chansamut, A., & Piriyaawong, P. (2014). Conceptual framework of supply chain management for information system for curriculum management based on Thailand Qualifications Framework for Higher Education. *International Journal of Managing Value and Supply Chains (IJMVSC)*, 5(4), 33-45.
- Habib, M., & Jungthirapanich, C. (2010, January 9-10). *An Empirical Study of Educational Supply Chain Management for the Universities*. Proceedings of the 2010 International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, Dhaka Bangladesh.
- Habib, M., & Jungthirapanich, C. (2008, September 21-24). *An Integrated Framework for Research and Education Supply Chain for the Universities*. IEEE International Conference on Management of Innovation and Technology, Thailand.
- Kaewngam, A., Chatwattana, P., Piriyaawong, P. (2019). Supply chain management model in digital quality assurance for ASEAN quality assurance network (AUN-QA). *Higher Education Studies*, 9(4), 12-20.
- Michale, H. (2006). *Essentials of supply chain Management*. <https://www.amazon.com/Essentials-Supply-Chain-Management-2nd/dp/0471776343>
- Ministry of Foreign Affairs Netherlands Embassy in Bangkok. (2018). *Tourism industry in Thailand*. <https://www.rvo.nl/sites/default/files/2017/06/factsheet-toerisme-in-thailand.pdf>
- Supply Chain Council. (2012). *SCOR Model*. <http://supply-chain.orgs>

ผู้เขียน

ดร.อรรถพล จันท์สมุด

สำนักงานคณบดี คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ประเทศไทย

149 ถนนเจริญกรุง สาทร กรุงเทพมหานคร 10120

E-mail: artaphon.c@mail.rmuk.ac.th