

บทที่ 2

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารในบทนี้ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดเชิงปริมาณและให้เป็นแนวทางดำเนินการวิจัยเชิงคุณภาพสำหรับการวิจัย โดยผู้วิจัยได้ศึกษา และวิเคราะห์เอกสาร ตำรา บทความทางวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยครอบคลุมเนื้อหาดังต่อไปนี้

- ตอนที่ 1 บริบทของการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก
- ตอนที่ 2 โซ่อุปทานของการท่องเที่ยว
- ตอนที่ 3 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน
- ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตอนที่ 1 บริบทของการท่องเที่ยวเมืองรองบนระเบียบเศรษฐกิจภาคตะวันออก

1) สถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย

ภาพรวมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยก่อนเกิดการระบาดของไวรัสโคโรนาสายพันธุ์ใหม่หรือที่รู้จักกันในชื่อ โควิด-19 (COVID-19) เมื่อเดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีอนาคตที่สดใสจากการขยายตัวอย่างต่อเนื่องด้วยศักยภาพในด้านของทำเลที่ตั้งตลอดจนทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย โดยในปี พ.ศ. 2560 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 289.82 ล้านคน ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 มากถึงร้อยละ 8.30 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2.90 ล้านล้านบาท ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 มากถึงร้อยละ 14.37 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 303.02 ล้านคน ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ในอัตราร้อยละ 4.55 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2.70 ล้านล้านบาท ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ในอัตราร้อยละ 9.21 ส่วนในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 307.14 ล้านคน ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 เพียงร้อยละ 1.36 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 2.73 ล้านล้านบาท ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 เพียงร้อยละ 9.21 และในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นปีที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการระบาดของโควิด-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเด่นชัดเหลือเพียง 137.03 ล้านคน ซึ่งปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 มากถึงร้อยละ 55.39 และมีการปรับตัวลดลงของรายได้จากการท่องเที่ยวเหลือเพียง 7.93 แสนล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2561 มากถึงร้อยละ 70.95 ดังแสดงในตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	เติบโตร้อยละ	รายได้จากการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	เติบโตร้อยละ
พ.ศ. 2560	289,823,283	+ 8.30	2,470,724.03	+ 14.37
พ.ศ. 2561	303,019,212	+ 4.55	2,698,310.23	+ 9.21
พ.ศ. 2562	307,141,990	+ 1.36	2,727,903.84	+ 1.10
พ.ศ. 2563	137,030,112	- 55.39	792,534.21	- 70.95

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564)

เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวของเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม ของปี พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดวิกฤติการระบาดของโควิด-19 เปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้เดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม ของปี พ.ศ. 2563 และ พ.ศ. 2564 พบว่า มีความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ของปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นไป จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราการลดลงอย่างเด่นชัดจากปี พ.ศ. 2562 และยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 ตามตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศไทยช่วงเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2562 - 2564

เดือน	นักท่องเที่ยว (คน)			รายได้จากการท่องเที่ยว (ล้านบาท)		
	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564
มกราคม	28,609,150	27,877,867	6,849,933	257,559.9	270,208.2	24,429.4
กุมภาพันธ์	25,658,219	18,051,790	8,929,913	231,240.0	149,533.0	31,724.5
มีนาคม	25,892,425	7,221,355	10,851,847	233,165.2	47,716.4	40,365.6
เมษายน	26,216,826	304,122	7,052,909	227,588.8	10,015.4	29,475.3
พฤษภาคม	24,572,348	735,776	1,411,184	206,090.9	10,750.1	4,246.5

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564)

จากตารางที่ 2.1 พบว่า ในระหว่างเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ของปี พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยยังมิได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 มากนัก เนื่องจากการระบาดของโรคยังจำกัดอยู่ในวงแคบ ก่อนที่องค์การอนามัยโลกจะประกาศให้การระบาดครั้งนี้เป็นโรคระบาดทั่ว ในวันที่ 11 มีนาคม 2563 (World Health Organization, 2020) ส่งผลให้ในเดือน

มกราคม พ.ศ. 2563 ยังมีนักท่องเที่ยวจำนวน 27.88 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 28.61 ล้านคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่า 2.70 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.58 แสนล้านบาท และในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งยังอยู่ในช่วงการระบาด พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 6.85 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากปี พ.ศ. 2563 ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 2.44 หมื่นล้านบาท โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากปี พ.ศ. 2563 เช่นกัน ส่วนในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 18.05 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 25.66 ล้านคนอย่างชัดเจน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 1.50 แสนล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.31 แสนล้านบาทอย่างชัดเจนเช่นกัน และในปี พ.ศ. 2564 พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 8.93 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงอย่างมากมาจกปี พ.ศ. 2563 ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่าเหลือเพียง 3.17 หมื่นล้านบาท โดยปรับตัวลดลงอย่างมากมาจกปี พ.ศ. 2563

เมื่อพิจารณาเดือนมีนาคม 2563 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 7.22 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 25.89 ล้านคนอย่างชัดเจน และในปี พ.ศ. 2564 ปรับเพิ่มขึ้นมาเป็น 10.85 ล้านคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 4.77 หมื่นล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.33 แสนล้านบาทอย่างมหาศาล และยังคงลดลงต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 เหลือเพียง 4.04 หมื่นล้านบาท ส่วนเดือนเมษายน 2563 มีนักท่องเที่ยวเหลือเพียง 3.04 แสนคน เนื่องจากรัฐบาลมีคำสั่งจำกัดการเดินทางที่เพื่อลดการแพร่กระจายของโรค ซึ่งปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 26.22 ล้านคนอย่างมหาศาล และในปี พ.ศ. 2564 ปรับเพิ่มขึ้นมาเป็น 7.05 ล้านคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 1.00 หมื่นล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.27 แสนล้านบาทอย่างมหาศาลเช่นกัน และปรับตัวสูงขึ้นในปี พ.ศ. 2564 ด้วยมูลค่า 2.95 หมื่นล้านบาท และเดือนพฤษภาคม 2563 มีนักท่องเที่ยว 7.36 แสนคน ปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 24.57 ล้านคนอย่างมหาศาล และในปี พ.ศ. 2564 ปรับเพิ่มขึ้นมาเป็น 1.41 ล้านคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 1.08 หมื่นล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 2.06 แสนล้านบาทอย่างมหาศาลเช่นกัน และปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 ด้วยมูลค่า 4.25 พันล้านบาท ดังแสดงในภาพที่ 2.1 และภาพที่ 2.2 ตามลำดับ



ภาพประกอบที่ 2.1 จำนวนนักท่องเที่ยวในประเทศไทยของประเทศไทยช่วงเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2561 – 2563



ภาพประกอบที่ 2.2 รายได้จากการท่องเที่ยวในประเทศไทยของประเทศไทยช่วงเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2561 - 2563

จากการสำรวจความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศไทยของสภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (สทท.) พบว่าในไตรมาสที่ 1 ของปี พ.ศ. 2563 ดัชนีความเชื่อมั่นผู้ประกอบการท่องเที่ยวอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าปกติมากที่สุด โดยต่ำกว่าช่วงระยะเวลาเดียวกันของปี พ.ศ.2563 อีกทั้งยังต่ำกว่าไตรมาสที่ผ่านมาในระดับมาก ซึ่งมีผลมาจากการระบาดของโควิด-19 ระลอกใหม่ ตั้งแต่ช่วงกลางเดือนธันวาคม 2563 เป็นต้นมา โดยผู้ติดเชื

ใหญ่เป็นแรงงานชาวเมียนมาและไม่แสดงอาการ จากสภาพความเป็นอยู่ที่แออัดทำให้เกิดการแพร่ระบาดของผู้อื่นได้ง่ายส่งผลให้ติดเชือกันเป็นจำนวนมาก ทำให้ภาครัฐออกมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันการแพร่ระบาดด้วยการประกาศพื้นที่ควบคุมทั่วประเทศโดยกำหนดระดับการควบคุมตามจำนวนผู้ติดเชื้อในจังหวัด ผลกระทบจากมาตรการดังกล่าวทำให้สถานประกอบการทั่วประเทศเกิดการหยุดชะงักทางธุรกิจขึ้นอีกครั้ง ทั้งนี้เนื่องมาจากข้อจำกัดมากมายจากมาตรการป้องกันการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 และประชาชนเพิ่มความระมัดระวังในการเดินทางไปต่างจังหวัดมากขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่ซึ่งมีการระบาดรุนแรงในหลายจังหวัดของภาคกลางและภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบกับมาตรการการเฝ้าระวังผู้เดินทางที่มาจากต่างพื้นที่ของเจ้าหน้าที่สาธารณสุขในพื้นที่และมาตรการกักตัวเป็นระยะเวลา 14 วัน ในส่วนของข้าราชการจะต้องขออนุญาตจากผู้บังคับบัญชาเป็นลายลักษณ์อักษรก่อนเดินทางไปยังพื้นที่สีแดงและเมื่อกลับมาแล้วต้องกักตัวเป็นระยะเวลา 14 วันเช่นกัน จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นทำให้ประชาชนชะลอการเดินทางส่งผลให้การซื้อขายแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการต่างๆ หยุดชะงัก เป็นปัจจัยที่ทำให้ผู้ประกอบการของสถานประกอบการทุกประเภทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวลดลงอย่างมากในไตรมาสนี้

ทั้งนี้ผู้ประกอบการคาดว่าสถานการณ์ท่องเที่ยวในไตรมาสที่สองของปีพ.ศ. 2564 จะปรับตัวดีขึ้นกว่าไตรมาสแรกเล็กน้อย ด้วยผู้ประกอบการยังมีความกังวลต่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ที่ยังมีรายงานยอดผู้ติดเชื้อจำนวนมากอยู่ทุกวัน ซึ่งกระทบต่อความต้องการเดินทางข้ามจังหวัดหรือข้ามภูมิภาคของประชาชน นอกจากนี้ผู้ประกอบการยังกังวลในเรื่องของกำลังซื้อของผู้บริโภคที่ยังไม่กลับสู่ระดับปกติ อีกทั้งยังถูกซ้ำเติมด้วยการระบาดระลอกใหม่ อีกทั้งรายได้จากการส่งออกยังอยู่ในช่วงหดตัว ในส่วนของโครงการ “เราเที่ยวด้วยกันระยะ 3” ก็ยังไม่ชัดเจนในวิธีการใช้สิทธิ์และ “โครงการคนละครึ่งระยะที่ 2” ก็จะหมดระยะเวลาการใช้สิทธิ์ในเดือนเมษายนนี้ ส่วน “โครงการเราชนะ” ก็ได้สิทธิ์เฉพาะประชาชนที่มีรายได้น้อย เป็นผลให้ผู้ประกอบการมองว่าไม่มีปัจจัยบวกในการกระตุ้นให้เกิดความต้องการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นของกลุ่มประชาชนรายได้ระดับปานกลางถึงรายได้สูงในไตรมาสที่สอง ของปีนี้ สถานการณ์ท่องเที่ยวจึงน่าจะอยู่ในระดับที่ลดลงสูงมาก เมื่อเทียบกับระยะเวลาเดียวกันของปีที่ยังไม่มีวิกฤตโควิด-19 (อุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

2) สถานการณ์การท่องเที่ยวของภาคตะวันออก

ภาพรวมของสถานการณ์การท่องเที่ยวของภาคตะวันออกมีลักษณะไปในทิศทางเดียวกันกับสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทย กล่าวคือก่อนเกิดการระบาดของโควิด-19 การท่องเที่ยวของภาคตะวันออกมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2560 ภาคตะวันออกมีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 35.81 ล้านคน ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 มากถึงร้อยละ 7.54 และมี

รายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 3.17 แสนล้านบาท ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2559 มากถึงร้อยละ 15.75 ในขณะที่ปี พ.ศ. 2561 มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 37.57 ล้านคน ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ในอัตราร้อยละ 4.93 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 3.48 แสนล้านบาท ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2560 ในอัตราร้อยละ 9.85 ส่วนในปี พ.ศ. 2562 มีนักท่องเที่ยวทั้งสิ้น 38.30 ล้านคน ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 เพียงร้อยละ 1.392 และมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 3.62 แสนล้านบาท ซึ่งปรับตัวสูงขึ้นจากปี พ.ศ. 2561 เพียงร้อยละ 3.73 และในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นปีที่ได้รับผลกระทบโดยตรงจากการระบาดของโควิด-19 ทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างเด่นชัดเหลือเพียง 16.45 ล้านคน ซึ่งปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 มากถึงร้อยละ 57.04 และมีการปรับตัวลดลงของรายได้จากการท่องเที่ยวเหลือเพียง 9.72 หมื่นล้านบาท ซึ่งปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2561 มากถึงร้อยละ 73.11 ดังแสดงในตารางที่ 2.3 ทั้งนี้พบว่าสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวของภาคตะวันออกในทุกปีมีค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 12 ของนักท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย และสัดส่วนของรายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกในทุกปีมีค่าเฉลี่ยประมาณร้อยละ 13 ของรายได้จากการท่องเที่ยวทั่วประเทศไทย

ตารางที่ 2.3 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกระหว่างปี พ.ศ. 2561 - 2563

ปี พ.ศ.	จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	เติบโตร้อยละ	รายได้จากการ ท่องเที่ยว (ล้านบาท)	เติบโตร้อยละ
พ.ศ. 2560	35,809,039	+ 7.54	317,304.20	+ 15.75
พ.ศ. 2561	37,573,387	+ 4.93	348,569.68	+ 9.85
พ.ศ. 2562	38,295,084	+ 1.92	361,556.46	+ 3.73
พ.ศ. 2563	16,450,985	-57.04	97,238.53	-73.11

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564)

จากจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกของเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2562 ซึ่งเป็นช่วงก่อนเกิดวิกฤติการระบาดของโควิด-19 เปรียบเทียบกับจำนวนนักท่องเที่ยว และรายได้จากการท่องเที่ยวระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนพฤษภาคม ของปี พ.ศ. 2563 และ พ.ศ. 2564 พบว่า มีความแตกต่างอย่างชัดเจน โดยตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ของปี พ.ศ. 2563 เป็นต้นไป จำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้จากการท่องเที่ยวมีอัตราลดลงอย่างเด่นชัดจากปี พ.ศ. 2562 และยังคงลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 ตามตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 สถานการณ์การท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2561 - 2563

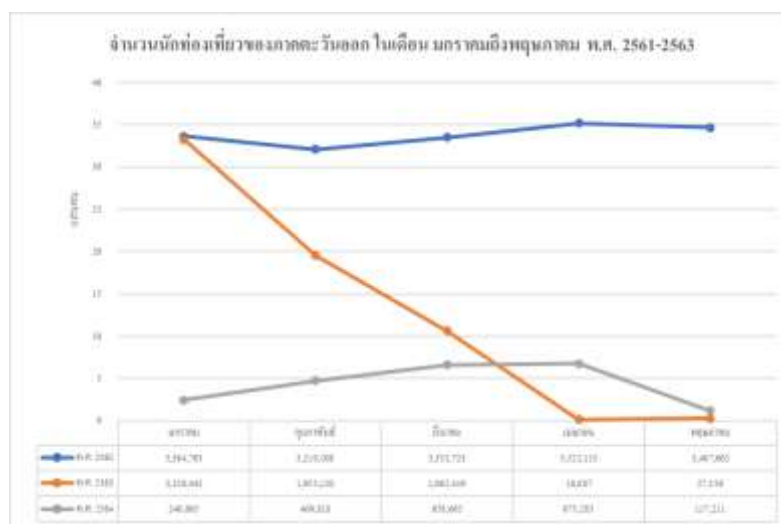
เดือน	นักท่องเที่ยว			รายได้		
	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564	พ.ศ. 2562	พ.ศ. 2563	พ.ศ. 2564
มกราคม	3,364,763	3,329,442	240,005	35,194.9	34,213.6	815.2
กุมภาพันธ์	3,210,108	1,955,120	469,818	32,272.6	14,552.5	1,776.6
มีนาคม	3,352,723	1,062,410	658,665	33,222.8	6,003.8	2,823.7
เมษายน	3,522,153	10,887	675,283	34,741.2	607.4	3,024.9
พฤษภาคม	3,467,662	27,356	117,211	33,067.9	642.4	442.1

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2564)

จากตารางที่ 2.4 พบว่า ในระหว่างเดือนมกราคมและกุมภาพันธ์ของปี พ.ศ. 2563 อุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือยังไม่ได้ได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 มากนัก ส่งผลให้ในเดือนมกราคม พ.ศ. 2563 ยังมีนักท่องเที่ยวจำนวน 3.33 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3.35 ล้านคนเล็กน้อย ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่า 3.42 หมื่นล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.52 หมื่นล้านบาท และในปี พ.ศ. 2564 ซึ่งยังอยู่ในช่วงการระบาด พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 2.40 แสนคน โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากปี พ.ศ. 2563 ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่าเพียง 815.2 ล้านบาท โดยปรับตัวลดลงอย่างมากจากปี พ.ศ. 2563 เช่นกัน ส่วนในเดือนกุมภาพันธ์ 2563 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 1.96 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3.21 ล้านคนอย่างชัดเจน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 1.46 หมื่นล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.23 หมื่นล้านบาทอย่างชัดเจนเช่นกัน และในปี พ.ศ. 2564 พบว่ามีนักท่องเที่ยวจำนวน 4.70 แสนคน โดยปรับตัวลดลงอย่างมากมาจกปี พ.ศ. 2563 ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่าเหลือเพียง 1.48 พันล้านบาท โดยปรับตัวลดลงอย่างมากมาจกปี พ.ศ. 2563

เมื่อพิจารณาเดือนมีนาคม 2563 มีนักท่องเที่ยวจำนวน 1.06 ล้านคน โดยปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3.35 ล้านคนอย่างชัดเจน และในปี พ.ศ. 2564 ปรับลดลงอย่างมากเหลือเพียง 6.59 แสนคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 4.00 พันล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.32 หมื่นล้านบาทอย่าง

มหาศาล และยังคงลดลงต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 เหลือเพียง 2.82 พันล้านบาท ส่วนเดือนเมษายน 2563 มีนักท่องเที่ยวเหลือเพียง 1.09 หมื่นคน เนื่องจากรัฐบาลมีคำสั่งจำกัดการเดินทางที่เพื่อลดการแพร่กระจายของโรค ซึ่งปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3.52 ล้านคนอย่างมหาศาล และในปี พ.ศ. 2564 ปรับเพิ่มขึ้นมาเป็น 6.75 แสนคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 607.4 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.47 หมื่นล้านบาทอย่างมหาศาลเช่นกัน และปรับตัวสูงขึ้นในปี พ.ศ. 2564 ด้วยมูลค่า 3.02 พันล้านบาท และเดือนพฤษภาคม 2563 มีนักท่องเที่ยว 2.73 หมื่นคน ปรับตัวลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีจำนวนนักท่องเที่ยว 3.47 ล้านคนอย่างมหาศาล และในปี พ.ศ. 2564 ปรับเพิ่มขึ้นมาเป็น 1.17 แสนคน ในขณะที่รายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2563 มีมูลค่าเพียง 642.4 ล้านบาท ลดลงจากปี พ.ศ. 2562 ที่มีรายได้จากการท่องเที่ยว 3.30 หมื่นล้านบาทอย่างมหาศาลเช่นกัน และปรับตัวลดลงอย่างต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2564 ด้วยมูลค่า 442.1 ล้านบาท ดังแสดงในภาพที่ 2.3 และภาพที่ 2.4 ตามลำดับ



ภาพประกอบที่ 2.3 จำนวนนักท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศช่วงเดือนมกราคมถึงพฤษภาคม พ.ศ. 2561 - 2563



ภาพประกอบที่ 2.4 รายได้จากการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือในประเทศช่วงเดือนมกราคมถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2561 – 2563

3) การพัฒนาเศรษฐกิจการท่องเที่ยวของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

อย่างไรก็ตาม การจัดการท่องเที่ยวในภาคตะวันออกเฉียงเหนือถือได้ว่าเป็นพื้นที่ทางเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศ โดยสำนักงานคณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (2561) ได้ระบุว่า การพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในแผนงานย่อยภายใต้แผนการพัฒนาพื้นที่ระเบียงเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Eastern Economic Corridor: EEC) เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวในพื้นที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง ผู้การท่องเที่ยวระดับโลกรองรับนักท่องเที่ยวกลุ่มรายได้ดี และกลุ่มท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมี พัทยา สัตหีบ และระยอง เป็นวงแหวนการท่องเที่ยวหลักขยายสู่ฉะเชิงเทรา นครนายก ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และขยายสู่แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวให้ประชาชนในพื้นที่ให้สูงขึ้น โดยมีแผนงานการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว แผนงานการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานคมนาคมและโลจิสติกส์เพื่อเชื่อมโยงระบบขนส่งและสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ อำนวยความสะดวกในการเดินทางได้สะดวกรวดเร็วและปลอดภัย แผนงานการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และแผนงานการสร้างเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยให้นักท่องเที่ยว ทั้งนี้ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง และเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยในการท่องเที่ยวให้แก่ประชาชน นักท่องเที่ยว และนักลงทุนทั้งในและต่างประเทศ ผลที่คาดว่าจะได้รับจากการดำเนินโครงการภายใต้ 4 แผนงาน คือ จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือนเพิ่มขึ้นจาก 29.89 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2560 เป็น 46.72 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2564 มีรายได้จากการ

ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจาก 285,572 ล้านบาท ใน พ.ศ. 2560 เป็น 508,590 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2564 มีระบบโครงข่ายคมนาคมขนส่งและโลจิสติกส์ที่มีประสิทธิภาพเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวทั้งภายในจังหวัดและระหว่าง 3 จังหวัด ตลอดจนช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว การท่องเที่ยวในพื้นที่ EEC มีคุณภาพและภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ช่วยสร้างความเชื่อมั่นแก่นักท่องเที่ยว และกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่และประเทศได้ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

อีกทั้ง การลงทุนหลักๆ ของ EEC จะไปอยู่ที่การพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานสำหรับการเดินทางและการขนส่ง ให้มีความพร้อมเพื่อรองรับและเอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของภาคอุตสาหกรรมและการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ส่งผลโดยตรงต่อภาคตะวันออกในการรองรับคนทั่วโลกที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมต่างๆ การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานตั้งแต่สนามบินอู่ตะเภาให้เป็นสนามบินนานาชาติหลักแห่งที่ 3 ของไทย จำนวน 200,000 ล้านบาท รวมถึงการสร้างรถไฟฟ้าความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน ระหว่างสนามบินนานาชาติดอนเมือง สนามบินนานาชาติสุวรรณภูมิ และสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา จำนวน 158,000 ล้านบาท สร้างรถไฟฟ้าทางคู่เชื่อมแหล่งอุตสาหกรรมกับท่าเรือ จำนวน 64,300 ล้านบาท พัฒนาท่าเรือแหลมฉบัง จำนวน 88,000 ล้านบาท พัฒนาท่าเรือมาบตาพุด จำนวน 10,150 ล้านบาท ก่อสร้างถนนมอเตอร์เวย์ 3 เส้นทาง จำนวน 35,300 ล้านบาท พัฒนาเมืองในจังหวัดชลบุรี ระยอง และฉะเชิงเทรา จำนวน 400,000 ล้านบาท ที่สำคัญได้ทำการลงทุนด้านการท่องเที่ยว จำนวน 200,000 ล้านบาท โดยพัฒนาเขตนวัตกรรมด้านเทคโนโลยีและลงทุนกับอุตสาหกรรมเป้าหมาย 500,000 ล้านบาท รวมเป็นเงินลงทุน 1.66 ล้านล้านบาท เป็นจุดเริ่มต้นที่ดี ที่จะได้ใช้ที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ของไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นไปอีกเพื่อเชื่อมต่อระหว่างเขตเศรษฐกิจในภูมิภาคนี้ ไม่ว่าจะจากจีนลงทางใต้ไปถึงอินโดนีเซียหรือจากเวียดนามข้ามฝั่งไปเมียนมา รวมถึงจังหวัดใกล้เคียงภายในภาคตะวันออกโดยรอบที่ได้รับผลกระทบต่อการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาบุคลากร รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถของสถานประกอบการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจนำเที่ยวในระดับสากล (คณะกรรมการนโยบายเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก, 2561)

4) เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก (Active Beach)

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้เห็นชอบให้กำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวนำร่อง 5 กลุ่มท่องเที่ยวขึ้นในการประชุมครั้งที่ 2/2555 เมื่อวันที่ 9 พฤศจิกายน 2555 โดยได้มีการสำรวจความคิดเห็นและความต้องการของชุมชน ผลการศึกษาดังกล่าวได้นำเสนอในการประชุมคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติครั้งที่ 1/2557 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2557 ซึ่งที่ประชุมได้มีมติเห็นชอบกำหนดกลุ่มท่องเที่ยวที่มีศักยภาพ 5 กลุ่มเป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยวนำร่อง 5 เขต จากนั้นได้นำเสนอให้คณะรัฐมนตรีเพื่อพิจารณา โดยคณะรัฐมนตรีได้มีมติเมื่อวันที่ 2

ชั้นวาคม พ.ศ. 2557 อนุมัติหลักการร่างกฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวและกฎกระทรวงกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยว พ.ศ. 2558 ได้ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เล่ม 132 ตอนที่ 22 ก เมื่อวันที่ 27 มีนาคม 2558 โดยกำหนดเขตท่องเที่ยวที่ในจังหวัดต่างๆ เป็นเขตพัฒนาการท่องเที่ยว (คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก, 2558) ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 สรุปเขตพัฒนาการท่องเที่ยวที่ประกาศในราชกิจจานุเบกษา

เขตการท่องเที่ยว	จังหวัด
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน ลำปาง และพะเยา
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก	ชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมอีสานใต้	นครราชสีมา บุรีรัมย์ สุรินทร์ ศรีสะเกษ และอุบลราชธานี
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตก	เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ชุมพร และระนอง
เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอันดามัน	ภูเก็ต กระบี่ พังงา ตรัง และสตูล

ที่มา : คณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก (2558)

ในส่วนของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก หลังจากที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้ลงนามในคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกแล้ว คณะกรรมการฯ ได้จัดประชุมครั้งที่ 1/2558 เมื่อวันที่ 20 พฤษภาคม 2558 และได้กำหนดแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกและแต่งตั้งคณะกรรมการจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยมีวิสัยทัศน์ในการจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาการท่องเที่ยวเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ระหว่างปี พ.ศ. 2559 - 2563 ว่า “การท่องเที่ยวชายทะเลสี่แสนตะวันออกระดับสากล ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเชื่อมโยงสู่กัมพูชาและเวียดนาม” ซึ่งหมายถึง ให้กลุ่มจังหวัดทะเลตะวันออกเป็นเมืองท่องเที่ยวหาดทราย ชายทะเลของทะเลตะวันออกที่เต็มไปด้วยสีสันของกิจกรรม (Activity) และเทศกาล (Festivity) โดยมุ่งการพัฒนาทรัพยากรการท่องเที่ยวที่เน้นการเพิ่มคุณค่า (Value Added) การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนเป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและมาตรฐานความปลอดภัยในระดับสากล เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวประเทศกัมพูชาและเวียดนาม

ด้วยในพื้นที่ของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและความคล้ายคลึงกันในพื้นที่ของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกเป็น

จำนวนมาก จึงจำเป็นต้องสร้างภาพลักษณ์ทางการท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเลที่แตกต่างกัน โดยเมืองพัทยาหรือชลบุรี เป็นเมืองท่องเที่ยวหาดทรายชายทะเลที่มีสีสัน มีสิ่งอำนวยความสะดวกและการรองรับการท่องเที่ยวมวลชน (Mass Tourism) ได้ ในขณะที่จังหวัดระยองเป็นเมืองท่องเที่ยวเกาะและชายทะเลที่สวยงาม เหมาะสำหรับการพักผ่อนและแหล่งอาหารทะเลที่สมบูรณ์ ส่วนจังหวัดจันทบุรีและตราด เป็นเมืองท่องเที่ยวสีเขียว อุดมสมบูรณ์ไปด้วยธรรมชาติ หมู่เกาะ หาดทรายและชายทะเลที่สวยงามด้วยวิถีชีวิตของกลุ่มชาวประมง มีการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวเชิงเกษตรมากมาย รวมถึงการเป็นเมืองท่องเที่ยวชายแดนสู่ประเทศเพื่อนบ้าน

วัตถุประสงค์ของแผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก พ.ศ. 2559 - 2563 เพื่อพัฒนาให้กลุ่มจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกเป็นเมืองท่องเที่ยวชายหาดและเป็นแหล่งเรียนรู้วิถีชีวิตการท่องเที่ยวชุมชนในระดับสากล พร้อมทั้งส่งเสริมและเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก รวมถึงการเพิ่มกลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพให้พักอาศัยอยู่นานขึ้นและมีการใช้จ่ายเงินที่สูงขึ้น และขยายฐานนักท่องเที่ยวจากเมืองท่องเที่ยวหลัก ไปยังเมืองท่องเที่ยวรอง โดยการสร้างความเข้มแข็งของกลไกเครือข่ายและยกระดับการทำงานร่วมกันในการพัฒนาการท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ตลอดจนการเชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยวภายในเขตและนอกเขต รวมถึงประเทศกัมพูชาและเวียดนาม และเร่งแก้ไขปัญหาการท่องเที่ยวในด้านความปลอดภัย จริยธรรมทางธุรกิจ และปัญหาด้านสิ่งแวดล้อมในเมืองท่องเที่ยวหลัก เพื่อเพิ่มและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออกให้ทั่วถึงและเป็นธรรม รวมถึงกระจายรายได้การท่องเที่ยวออกไปยังจังหวัดใกล้เคียงและพื้นที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวภายนอกเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ตลอดจนพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก ทั้งด้านมิติของสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม และรักษาและสืบทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยมี 5 ยุทธศาสตร์ ดังนี้

1. สร้างการกระตุ้นและขับเคลื่อนคลัสเตอร์การท่องเที่ยวของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันออก เพื่อเพิ่มความพึงพอใจให้นักท่องเที่ยว รวมถึงการเพิ่มและพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวในทุกภาคส่วน ร่วมกับการสร้างความเข้มแข็งกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับจังหวัด ได้แก่ จังหวัดชลบุรี ระยอง จันทบุรี และตราด และพัฒนาศักยภาพประชาชนให้มีทักษะในการดำเนินธุรกิจอย่างมีจริยธรรมและมีจิตใจในการให้บริการ

2. พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐานสากล เพื่อเพิ่มและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวให้ทั่วถึงและเป็นธรรม อีกทั้งพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ โดยมุ่งให้จังหวัดชลบุรีเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับสากล และเมืองท่องเที่ยวรอง ได้แก่ จังหวัดระยอง จันทบุรี และ

ตราด เป็นเมืองท่องเที่ยวสีเขียว ร่วมกับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ระบบโลจิสติกส์และระบบการคมนาคมภายในจังหวัดและระหว่างจังหวัดและพัฒนากองท่องเที่ยวโดยชุมชนให้มีมาตรฐานและมีศักยภาพในการต้อนรับนักท่องเที่ยว

3. สร้างการตลาดการท่องเที่ยวสมัยใหม่ เพื่อรักษากลุ่มนักท่องเที่ยวเดิมและเพิ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพและเพิ่มความพึงพอใจให้แก่นักท่องเที่ยว รวมถึงการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวไปยังจังหวัดรองและเพิ่มการมาเที่ยวซ้ำ ร่วมกับการส่งเสริมการตลาดในกลุ่มสนใจเฉพาะ (Niche Market) และสร้างจุดยืนผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดและจังหวัดในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวให้เข้ากับสถานการณ์และจุดยืนทางการท่องเที่ยว

4. พัฒนาการท่องเที่ยวสีเขียวเชื่อมโยงกันภายในคลัสเตอร์ ระหว่างคลัสเตอร์ และประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ กัมพูชาและเวียดนาม เพื่อเพิ่มระยะเวลาพักในพื้นที่ สร้างเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงทางทะเลกับจังหวัดใกล้เคียงที่มีพื้นที่ติดทะเลรวมถึงประเทศในเอเชียและยุโรป เพื่อเกิดการเชื่อมโยงธุรกิจสินค้าทางการเกษตรในจังหวัดระยองและจันทบุรีสู่จังหวัดชลบุรีและภูเก็ต ตลอดจนสร้างความเข้มแข็งให้กับนักลงทุนในท้องถิ่นและส่งเสริมการลงทุนของนักลงทุนนอกพื้นที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

5. สนับสนุนและขับเคลื่อนมาตรการด้านความปลอดภัย ตลอดจนมาตรฐานธุรกิจการท่องเที่ยวและการใช้ประโยชน์จากที่ดิน รวมถึงพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ทั้งด้านมิติของสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมการจัดการท่องเที่ยวรวมถึงการแก้ไขปัญหาความปลอดภัยในแหล่งท่องเที่ยวและมาตรฐานธุรกิจท่องเที่ยวของพื้นที่ ตลอดจนวางแผนและหามาตรการการแก้ไขปัญหาที่ดินในพื้นที่

ตอนที่ 2 ไข่อุปทานของการท่องเที่ยว

1) ความเป็นมาของไข่อุปทานของการท่องเที่ยว

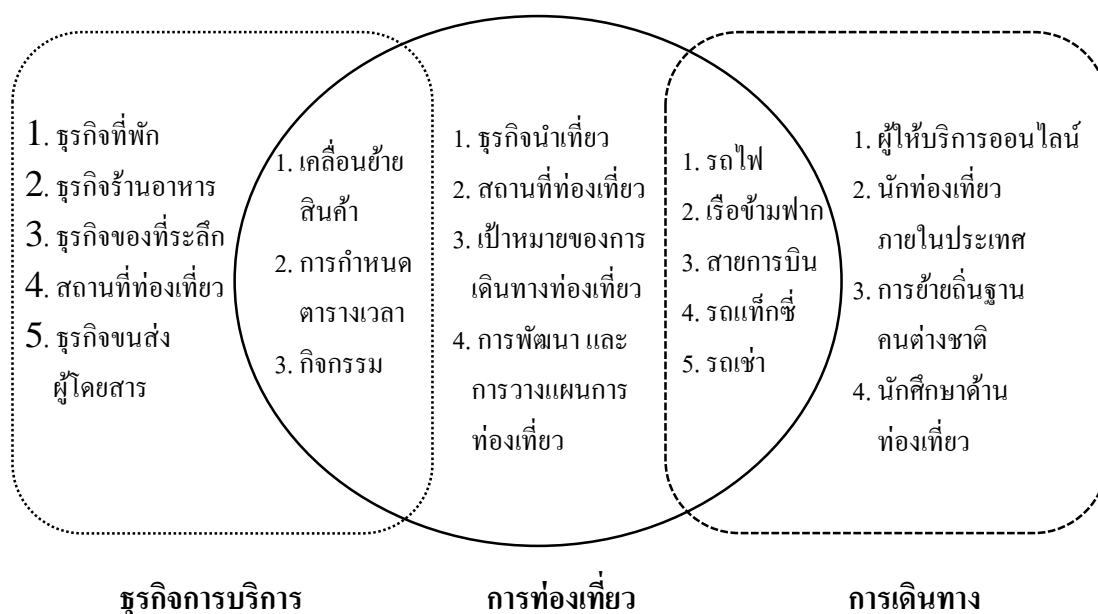
จากสถานการณ์การของการท่องเที่ยวโลกที่มีการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ตามการพยากรณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization) ว่าเมื่อถึงปี พ.ศ. 2563 จะมีนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศจำนวน 1,600 ล้านคน ในขณะที่ภูมิภาคที่มีแนวโน้มเป็นแหล่งท่องเที่ยวยอดนิยม ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียตะวันออก ภูมิภาคแปซิฟิก และกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ จัดเป็นจุดหมายการท่องเที่ยวแห่งใหม่ที่นักท่องเที่ยวนิยมเดินทางเข้ามาเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยมีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเป็น 1 ใน 3 ของนักท่องเที่ยวภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (World Tourism Organization, 2015) อีกทั้งตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 พ.ศ. 2560 - 2564 ระบุว่า ให้ความสำคัญในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และการกระจาย

รายได้สู่ประชาชนทุกภาคส่วน มุ่งการท่องเที่ยวให้เป็นการเพิ่มรายได้ และการกระจายรายได้แก่ประเทศ และพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นสากล หนึ่งในกรขับเคลื่อนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศ ด้วยการสร้างโอกาสเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชาติในการพัฒนาการท่องเที่ยวและเขตพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเฉพาะพื้นที่เมืองรองและชนบท และการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว มีสาระสำคัญ ดังนี้ 1) พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการปรับเปลี่ยนไปตามสภาพเศรษฐกิจ โดยใช้เวลาในการตัดสินใจก่อนการเดินทางน้อยลงในการจองหรือซื้อสินค้าและบริการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุด 2) เพื่อลดอุปสรรคและข้อจำกัดในการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางในระยะใกล้ 3) นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสนใจท่องเที่ยวตามความสนใจพิเศษ ดังเช่น การท่องเที่ยวศาสนา (Spiritual Tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การท่องเที่ยวเพื่อการประชุมและนิทรรศการ (MICE) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) และการท่องเที่ยวเชิงผจญภัย (Adventure Tourism) เป็นต้น 4) กระแสของความสนใจในการออกกำลังกายและความใส่ใจในสุขภาพ 5) กระแสการอนุรักษ์ประเพณี รวมถึงความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกและยุโรปเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก ส่วนนักท่องเที่ยวไทยมีแนวโน้มที่จะเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศมากขึ้น โดยมีจำนวนประมาณ 90 ล้านคน คิดเป็น 29.76 เปอร์เซ็นต์และสร้างรายได้ 2.66 แสนล้านบาทต่อปี (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

ในขณะที่ระบบโลจิสติกส์และการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวจะทวีความสำคัญมากขึ้น ซึ่งเป็นไปในทิศทางเดียวกันกับการวางแผนการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2560 - 2564 ของรัฐบาล ที่มุ่งยกระดับระบบโลจิสติกส์ของประเทศ เพื่อสนับสนุนการเป็นศูนย์กลางทางการค้า การบริการและการลงทุนในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการของไทย ตลอดจนการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งและเครือข่ายโลจิสติกส์ตามเส้นทางยุทธศาสตร์ที่สำคัญของประเทศ เพื่อเชื่อมโยงประเทศไทยกับประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาค รวมถึงการสนับสนุนการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่งสู่การขนส่งที่มีประสิทธิภาพ ด้วยการส่งเสริมการปรับเปลี่ยนรูปแบบการขนส่ง (Shift Mode) และการขนส่งต่อเนื่องหลายรูปแบบ (Multimodal) ร่วมกับการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและศูนย์บริการโลจิสติกส์ ร่วมกับการพัฒนาพื้นที่เมืองชายแดนเพื่อสนับสนุนการขนส่งและโลจิสติกส์กับประเทศเพื่อนบ้าน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ประเด็นที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย คือการส่งเสริมกระบวนการความร่วมมือของภาครัฐกับภาคเอกชน ร่วมกันมุ่งเน้นการสร้างและพัฒนากลไกบริหารจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวมีเอกภาพ มีการบูรณาการร่วมกัน ลดความซ้ำซ้อนของภารกิจที่

สำคัญ ลดต้นทุนเพื่อสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขัน และสอดคล้องกับศรีสมรค์ อินทจันทร์ยัง, ลัดดาวลัย แก้วกิติพงษ์ และปีเตอร์ รักรธรรม (2557) ที่ได้ศึกษาโซ่อุปทานและตัวแบบข้อมูลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย แล้วพบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีความสำคัญต่อการเติบโตของเศรษฐกิจของประเทศ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาให้ทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมนี้สามารถที่จะร่วมมือกันได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อที่จะนำไปสู่การพัฒนาของอุตสาหกรรมที่ยั่งยืนและในการเชื่อมโยงการทำงานของภาคธุรกิจต่างๆ เข้าด้วยกันนั้นเป็นการสร้างรายได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจบริการ รวมถึงการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยสำคัญอย่างหนึ่งในการการจัดการโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) นั่นคือความร่วมมือระหว่างกัน ซึ่งรวมถึงความร่วมมือทั้งภายในองค์กรและความร่วมมือภายนอกองค์กร ความร่วมมือภายในองค์กรได้แก่ การเชื่อมโยงการไหลของวัสดุข้อมูลและการเชื่อมโยงข้อมูลทางการเงินระหว่างฝ่าย ส่วนความร่วมมือภายนอกองค์กรคือ การรวมกันของพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ผู้จำหน่ายวัตถุดิบในการผลิต ลูกค้า และส่วนของโลจิสติกส์ เป็นต้น ซึ่งถ้าหากว่ามีการร่วมมือกันทั้งภายในองค์กรและนอกองค์กรแล้ว จะทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขันเชิงยุทธศาสตร์มากกว่าการดำเนินการโดยลำพัง ซึ่งจะทำให้การดำเนินงานของบริษัทเป็นไปอย่างราบรื่น สามารถลดความล่าช้าและความไม่แน่นอนลงได้ ทำให้การไหลของผลิตภัณฑ์ในโซ่อุปทานรวดเร็วมากขึ้น ดังนั้น การที่จะบริหารโซ่อุปทานและกิจกรรมโลจิสติกส์ขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ และประสิทธิผลมากขึ้น ควรเริ่มจากการจัดการโซ่อุปทานด้านความร่วมมือกันในหน่วยย่อยขององค์กรตั้งแต่ระดับเล็กที่สุด ได้แก่ ความร่วมมือในโซ่อุปทานของแผนก คือ ในแผนกเดียวกันขององค์กรต้องมีการเชื่อมโยงหรือแบ่งปันข้อมูลซึ่งกันและกัน ส่วนโซ่อุปทานระหว่างแผนก คือ ระหว่างฝ่ายต่างๆ ต้องมีการแบ่งปันข้อมูลที่สำคัญร่วมกัน

อย่างไรก็ตาม การศึกษาการท่องเที่ยว การเดินทาง และการต้อนรับนักท่องเที่ยว หากไม่ศึกษาให้ได้ข้อมูลอย่างแท้จริงจะส่งผลไปสู่การดำเนินงานที่ผิดพลาด (Pizam and Shani, 2009) จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษา เสนอความแตกต่างของการท่องเที่ยวรองรับการให้บริการที่สอดคล้องกับความต้องการ เป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การปฏิบัติงานด้านการบริการในอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งในการยกระดับการท่องเที่ยว แม้ลูกค้าที่ไม่ใช่นักท่องเที่ยวอาจมีส่วนเกี่ยวข้องที่สำคัญทั้งในอุตสาหกรรมบริการและอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Smith, 1994) การดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพสอดคล้องกันจะส่งผลต่อกิจกรรมที่แตกต่างกันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สามารถพิจารณาการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยมีรายละเอียดตามภาพที่ 2.5 นี้



ภาพประกอบที่ 2.5 ความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ธุรกิจบริการและการเดินทาง
ที่มา : ดัดแปลงมาจาก Pizam and Shani (2009)

จากภาพที่ 2.5 การให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์เกี่ยวโยงกัน ครอบคลุมการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ระหว่างธุรกิจบริการ การท่องเที่ยวและการเดินทาง กล่าวคือ การท่องเที่ยวประกอบไปด้วยธุรกิจนำเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว เป้าหมายของการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการพัฒนาและการวางแผนการท่องเที่ยว โดยมีความสัมพันธ์กับธุรกิจบริการในด้านของการเคลื่อนย้ายสินค้า การกำหนดตารางเวลาและกิจกรรม ซึ่งประกอบไปด้วยธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจของที่ระลึก สถานที่ท่องเที่ยวและธุรกิจขนส่งผู้โดยสาร ในขณะที่ความสัมพันธ์กับการเดินทางจะเกี่ยวข้องกับยานพาหนะในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวซึ่งประกอบไปด้วยนักท่องเที่ยวภายในประเทศ การย้ายถิ่นฐานคนต่างชาติ และนักศึกษาด้านท่องเที่ยว

2) งานวิจัยที่เกี่ยวกับโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว

เมื่อนักท่องเที่ยวตัดสินใจว่าจะเดินทางไปท่องเที่ยวยังที่แห่งใดก็ตาม จะต้องมีการเดินทางเกิดขึ้น หากขาดโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวการเดินทางท่องเที่ยวจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ ดังนั้นโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวจึงเป็นปัจจัยสำคัญของการเดินทางท่องเที่ยว โดยมีม้งสรรพ ขาวสอาด (2550) ได้ศึกษาเรื่องความสำคัญของโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากการจัดการโซ่อุปทานของสินค้าในจุดที่ว่าจัดการขนส่งคนจาก

จุดหนึ่งไปยังจุดหนึ่งเป็นงานที่ละเอียดอ่อนกว่าการขนส่งสินค้า เพราะนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีเป้าหมายในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ดังเช่นนักท่องเที่ยวแบบเชิงสันทนาการ (Leisure Tourism) ก็ จะมีความต้องการที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวแบบเชิงนันทนาการ (Recreation Tourism) และ นักท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ดังนั้น การจัดการ โซ่อุปทานสำหรับการท่องเที่ยวจะต้อง ประกอบไปด้วย 1) ความสะดวกทันเวลา 2) ความสะดวกสบาย และ 3) ความปลอดภัยตรงตาม ความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม ซึ่งการตรงต่อเวลาและทันเวลาเป็นความต้องการของ นักท่องเที่ยวที่สำคัญ เป็นการจัดการภายในองค์กรของการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

คล้ายกันกับ Sigala (2008) ที่ทำการศึกษารจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในเรื่อง ของการลงทุน โดยผู้ประกอบการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ภายในของ การจัดการโซ่อุปทานที่เกิดจากความร่วมมือของทุกหน่วยงานภายในองค์กรและภายนอกองค์กรที่ เกี่ยวข้องซึ่งประกอบไปด้วย ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านที่พักอาศัยเป็น ต้น โดยผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องต่างพัฒนาคุณภาพของกิจกรรมที่ให้บริการ เพื่อตอบสนองความ ต้องการของนักท่องเที่ยว ด้วยการสร้างเครือข่ายและสร้างความสัมพันธ์ที่ดีตลอดการดำเนินงาน ระหว่างกัน เพื่อสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจกล่าวได้ว่า กระบวนการในการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดเพื่อสนับสนุนการ ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวจะต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความ ร่วมมือในการจัดการภายในองค์กรและการร่วมกันสร้างความร่วมมือในการจัดการโซ่อุปทาน ระหว่างองค์กรที่ประกอบธุรกิจต่างๆ ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเดียวกันให้เกิดประสิทธิภาพ เพื่อ ตอบสนองต่อความต้องการในการมาใช้บริการของนักท่องเที่ยว

สอดคล้องกับ Yilmaz and Bititci (2006) ที่ได้ศึกษาเรื่องการวัดประสิทธิภาพการ ท่องเที่ยวในมิติโซ่อุปทาน ผลของการวิจัย พบว่า จากแนวคิดการจัดการโซ่อุปทานกับการท่องเที่ยว โดยเริ่มต้นจากการรับคำสั่งซื้อของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวที่มี ความสามารถในการบริการนักท่องเที่ยวที่ได้วางแผนการเดินทางต่างๆ จากความต้องการของ นักท่องเที่ยวและสามารถดำเนินการตาม โปรแกรมนำเที่ยวขององค์กรธุรกิจนำเที่ยว ดังนั้น ความสามารถในการแข่งขันจะเกิดจากความร่วมมือกันภายในองค์กรในการรองรับการส่งผ่าน ข้อมูลระหว่างองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประสิทธิผลของการดำเนินงานตลอดการจัดการ โซ่อุปทานของการท่องเที่ยว

ในขณะที่ คมสัน สุริยะ (2551) ได้ทำการศึกษาเรื่องโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourists Logistics) ในประเทศเยอรมันนี พบว่าโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ประกอบด้วยสาม องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การเคลื่อนที่ทางกายภาพ (Physical flow) หมายถึง การเดินทางของ

นักท่องเที่ยว รวมถึงการขนส่งนักท่องเที่ยวและการลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว 2) การเคลื่อนที่ของข้อมูลข่าวสาร (Information flow) หมายถึง การให้ข้อมูลและข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยวอย่างละเอียดชัดเจน เช่น ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว คำแนะนำในเรื่องของข้อปฏิบัติในด้านสถานที่และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น และ 3) การเคลื่อนที่ด้านการเงิน (Financial flow) หมายถึง การอำนวยความสะดวกในเรื่องของการชำระค่าสินค้าหรือบริการในการท่องเที่ยว รวมถึงการซื้อตั๋วเดินทางต่างๆ เป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานภายในองค์กรต่อการบริการนักท่องเที่ยว

และใกล้เคียงกับ Piboonrungraj and Disney (2015) ที่ได้ศึกษาเรื่องการจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว แล้วพบว่าประกอบด้วย 1) โลจิสติกส์ของนักท่องเที่ยว (Logistics of Tourists) 2) โลจิสติกส์ของการให้บริการการท่องเที่ยว (Logistics of Tourism Services) เกี่ยวข้องกับการไหลเวียนในการท่องเที่ยว (Flows) ประกอบด้วย การส่งมอบสินค้าที่มีผลต่อลูกค้าโดยตรง ได้แก่ อาหารที่มาทันเวลา การจองโรงแรมหรือการชำระเงินตอนที่จองทัวร์ (Financial Flow) จากการสำรวจนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวไทย พบว่า ความร่วมมือของธุรกิจนำเที่ยวในเมืองไทยยังมีความการจัดการที่คิดไม่ถึงต่อเนื่องในการเดินทางของนักท่องเที่ยว ต้องจัดการให้มีการไหลเวียนที่สะดวกขึ้น ดังนั้น โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจะเกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยว มีเป้าหมายเป็นการทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวตามสัญญา คือ ตรงสถานที่ ตรงเวลา ตรงตามเงื่อนไข รวมทั้งตรงตามราคาของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวให้บริการ

จากที่ได้กล่าวมาสรุปได้ว่า โซ่อุปทานของการท่องเที่ยว เริ่มจากการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวจากที่อยู่อาศัยประจำไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทางและมุ่งเน้นการอำนวยความสะดวกสบายให้กับนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งพบว่ามีงานวิจัยที่ให้การสนับสนุนในด้านการจัดการการท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพโดยการประยุกต์โซ่อุปทานในบริบทการท่องเที่ยว โดย Bragg et al. (2011) ได้ศึกษาโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการออกแบบโซ่อุปทานที่รองรับโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญด้านพื้นฐานของคุณค่าที่ส่งมอบนักท่องเที่ยวในการใช้บริการด้านต่างๆ มีเป้าหมายที่เน้นถึงการดำเนินงานตามขั้นตอนของการออกแบบกลยุทธ์ขององค์กรในการดำเนินงานร่วมกันอย่างเป็นรูปธรรม รวมถึงการจัดจำหน่ายและการพิจารณากำหนดราคาจากการได้เปรียบทางด้านต้นทุนของการดำเนินงานร่วมกัน คล้ายกันกับ Johnston et al. (2012) ที่ได้ศึกษาหลักการดำเนินงานของโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของการดำเนินงานร่วมกัน ซึ่งมีความแตกต่าง

จากการจัดการโซ่อุปทานโดยทั่วไป ดังนั้นโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวจึงมีจุดเน้นเฉพาะในด้านความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายในโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวซึ่งมีความสัมพันธ์กัน รวมถึงการมีส่วนร่วมที่ใกล้ชิดกันระหว่างกลุ่มพันธมิตรทางธุรกิจของแต่ละโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประกอบไปด้วยผู้จำหน่ายวัตถุดิบในชั้นต่างๆ ในรูปของการให้บริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว รวมถึงผู้ประกอบการของธุรกิจนำเที่ยวและผู้ให้บริการการท่องเที่ยวต่างๆ โดยทำการวัดผลการดำเนินงานได้จาก 1) การจัดการภายนอกองค์กร 2) การลดต้นทุนในการดำเนินงาน และ 3) การจัดการผลดำเนินงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับ Zhang et al. (2009) ที่ได้ศึกษาการจัดการโซ่อุปทานในบริบทของการท่องเที่ยว แล้วพบว่า อุตสาหกรรมการผลิตได้ให้ความสนใจในการศึกษาและการวิจัยโซ่อุปทานในสองทศวรรษที่ผ่านมา เพื่อนำมาปรับใช้ในองค์กร แต่กลับพบว่าการศึกษาโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวนั้นมีอยู่จำกัดมาก ดังนั้นการศึกษาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวช่วยระบุถึงวัตถุประสงค์ทางธุรกิจนำเที่ยวว่ามีความแตกต่างกันในระบบของการปฏิบัติงาน ซึ่งผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจะทำการพิจารณาถึงผู้ประกอบการในแต่ละรายที่มีความร่วมมือกันในโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว โดยทำการตรวจสอบลักษณะของผลิตภัณฑ์หรือโปรแกรมนำเที่ยวที่มีความร่วมมือกัน ในขณะที่การจัดการโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวมีการทบทวนวรรณกรรมแล้วพบว่าส่วนใหญ่มุ่งเน้นถึงการจัดจำหน่ายและดำเนินการทางการตลาดภายในองค์กร ซึ่งไม่ได้พิจารณาถึงผู้จำหน่ายวัตถุดิบที่มีส่วนร่วมในการจัดหา การใช้บริการการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานภายในองค์กรอย่างจริงจัง และมีการดำเนินงานที่มีแนวโน้มที่ยั่งยืนต่อการดำเนินงานในองค์กรในการทำงานระหว่างกัน ส่งผลให้เกิดประสิทธิภาพขององค์กรระหว่างกันของโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือในโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว ในการศึกษาครั้งนี้ได้มีความมุ่งหมายที่จะตรวจสอบผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้น

3) การบริการของธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่ผลักดันและสนับสนุนให้เกิดการท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศ อีกทั้งยังเชื่อมโยงไปสู่ธุรกิจอื่นๆ ได้แก่ 1) ธุรกิจที่พัก 2) ธุรกิจร้านอาหารและภัตตาคาร 3) ธุรกิจจำหน่ายของที่ระลึก 4) สถานที่ท่องเที่ยว และ 5) การขนส่งผู้โดยสาร โดยจากข้อมูลสถิติธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2558 มีจำนวน 12,400 แห่ง (กรมการท่องเที่ยว, 2558) แบ่งเป็นธุรกิจนำเที่ยวเฉพาะพื้นที่ธุรกิจนำเที่ยวในประเทศและธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ การดำเนินธุรกิจนำเที่ยว จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาคุณภาพการให้บริการ รูปแบบการให้บริการควบคู่กับพัฒนาทรัพยากรบุคคลในองค์กรให้ทันต่อสถานการณ์และทันต่อปัจจัยตามสภาพแวดล้อมที่มีสภาพของการแข่งขันกันอย่างสูง อีกทั้งยังทำให้ผลการดำเนินการขององค์กรมีประสิทธิภาพ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2549)

ทั้งนี้ World Tourism Organizatuon (2004) ได้ระบุไว้ว่า การจัดการในธุรกิจนำเที่ยวเป็นสิ่งสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วย 1) ธุรกิจนำเที่ยวเป็นลักษณะของงานบริการ จึงควรคำนึงถึงสิ่งต่อไปนี้ 1.1) งานบริการสัมผัสได้ด้วยความรู้สึก 1.2) การให้บริการหรือการรับบริการ เกิดขึ้นพร้อมกัน 1.3) การบริการไม่สามารถจัดเก็บไว้ได้ต้องทำในทันที 1.4) การบริการต้องมีความหลากหลาย 2) ความประทับใจเป็นสิ่งที่จะต้องคำนึงถึง ซึ่งเป็นความประทับใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ รวมถึงการรักษาและทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความภาคภูมิใจ 3) การให้บริการของบุคลากรในธุรกิจนำเที่ยว สิ่งสำคัญที่ต้องคำนึง คือ การพัฒนาความร่วมมือตลอดการดำเนินการ รวมถึงการสร้างมาตรฐานในการปฏิบัติงานและการสร้างความเป็นหุ้นส่วนขององค์กร เกิดความไว้วางใจต่อกันทำให้เกิดความผูกพันที่ดี 4) การบริการที่มีคุณภาพ และ 5) องค์กรประกอบที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจนำเที่ยวคือ บุคลากร ทรัพยากรที่ใช้ร่วมกัน พันธมิตรทางธุรกิจ รวมถึงวิธีการในการดำเนินงาน ทั้งนี้ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่อยู่ในตลาดแข่งขันแบบสมบูรณ์ ดังจะเห็นได้จากจำนวนผู้ประกอบการที่มีมากกว่า 12,500 ราย และมีการแข่งขันสูง

4) ลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยว

ธุรกิจนำเที่ยวมีหลายรูปแบบอีกทั้งมีลักษณะการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวที่แตกต่างกันตามประเภทของธุรกิจนำเที่ยว (มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย, 2557) ประกอบด้วย 3 ประเภท มีรายละเอียด ดังนี้

1. บุคคลหรือองค์กรที่มีความสามารถจัดการนำเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหาร การบริการรับ-ส่ง ทั้งขาไปและขากลับ การนำเที่ยวในสถานที่และงานอื่น ๆ ของการเดินทาง ซึ่งเป็นการบริการให้แก่นักท่องเที่ยว โดยมีบริษัทนำเที่ยวที่มีความชำนาญทุกอย่างสามารถดำเนินการแบบครบวงจร

2. องค์กรที่มีความชำนาญในการจัดและดำเนินการเกี่ยวกับการตลาดทางด้านการจัดการเดินทางไปพักผ่อนแบบการท่องเที่ยวรวม ด้วยการเก็บเงินล่วงหน้าแล้วมอบให้ผู้บริการท่องเที่ยวเป็นผู้ขายหรือให้บริการลูกค้าโดยตรง โดยการจัดดูงานและท่องเที่ยวให้กับผู้บริหารของหน่วยงานราชการต่างๆ รวมถึง โรงเรียน มหาวิทยาลัยหรือสถานประกอบการและโปรแกรมนำเที่ยวเพื่อให้รางวัลแก่ลูกค้าหรือตัวแทนจำหน่ายของสถานประกอบการ

3. สถานประกอบการที่มีความชำนาญในด้านการเดินทาง ทำการคิดและเสนอโปรแกรมที่จัดไว้แบบเหมาหรือจัดขึ้นตามแต่จะรับคำสั่งมาจากลูกค้า แล้วมอบให้ตัวแทนท่องเที่ยว โดยจะทำหน้าที่ขายโปรแกรมให้กับลูกค้าเพียงอย่างเดียว แต่การนำเที่ยวรวมถึงการบริหารจัดการในการนำเที่ยวเป็นหน้าที่ของผู้เป็นเจ้าของโปรแกรม หรืออาจจะให้ตัวแทนท่องเที่ยวดำเนินธุรกิจ

ของแต่ละบริษัท โดยให้แต่ละบริษัทดำเนินการนำเที่ยวเองได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับกรดำเนินการนำเที่ยวของแต่ละบริษัท แต่บริษัทนำเที่ยวที่เป็นผู้จำหน่ายแบบขายส่งจะไม่ทำหน้าที่ในการเสนอขายโปรแกรมท่องเที่ยวให้แก่ลูกค้าโดยตรง ทั้งนี้ธุรกิจนำเที่ยวบางแห่งเป็นทั้งผู้บริการนำเที่ยวและตัวแทนท่องเที่ยว บางแห่งเป็นเพียงผู้บริการนำเที่ยวหรือตัวแทนท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง ลักษณะการดำเนินธุรกิจอาจมีการบริหารจัดการร่วมกับพันธมิตรอื่นเพื่อส่งเสริมการขาย โดยการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตในการจัดการบริการนำเที่ยวหรือการชำระเงินผ่านบัตรเครดิตที่เป็นพันธมิตรกัน ซึ่งอาจมีเงื่อนไขที่จูงใจให้กับลูกค้าของบัตรเครดิตที่เป็นพันธมิตรกัน ทำให้ลูกค้าของบัตรเครดิตนั้นสนใจและสามารถที่จะซื้อบริการท่องเที่ยวนี้ได้ในราคาพิเศษ อาจใช้กลยุทธ์ให้สามารถผ่อนชำระเป็นรายเดือนได้และได้เต็มหรือคะแนนสะสมที่เกิดจากการใช้บริการ นอกจากนี้ส่วนใหญ่ธุรกิจนำเที่ยวจะให้บริการสำรองโรงแรมหรือที่พักและตั๋วเครื่องบิน ซึ่งการให้บริการดังกล่าวจะได้รับคำตอบแทนจากโรงแรมหรือที่พักและสายการบิน ประมาณร้อยละ 5-10 ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและข้อตกลงของแต่ละแห่ง อีกทั้งยังขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยวเป็นสำคัญในการดำเนินงาน

สรุปได้ว่า บริษัทนำเที่ยวหรือธุรกิจนำเที่ยวแต่ละประเภทจะแบ่งตามวิธีการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศเป็นวัตถุประสงค์หลัก ในขณะที่การดำเนินการให้บริการจะครอบคลุมทุกกระบวนการของการให้บริการนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

5) ประโยชน์ของโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว

การประกอบธุรกิจนำเที่ยวถือได้ว่าเป็นธุรกิจที่ใหญ่ที่สุดในโลกและเป็นธุรกิจที่ทำรายได้ในประเทศไทย มากที่สุด จึงเกิดการลงทุนในธุรกิจการท่องเที่ยวในหลายด้าน ซึ่งมีความสัมพันธ์ที่มีความเกี่ยวข้องกับทั้งหน่วยงานทางภาครัฐ สถานประกอบการหรือธุรกิจนำเที่ยว รวมถึงสถานประกอบการอื่นๆ ที่มีความเกี่ยวข้องในการบริการนักท่องเที่ยว (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554) โซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและการบริการนักท่องเที่ยวให้สะดวกสบายในระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว โดยทำการประสานกับธุรกิจต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีความมุ่งหมายให้นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจและธุรกิจหวังผลกำไรจากการให้บริการ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560) ดังนั้นการพัฒนาด้านการจัดการท่องเที่ยวของประเทศไทยให้เป็นระบบสามารถรองรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและจากต่างประเทศที่มาท่องเที่ยวมากขึ้น ด้วยการประยุกต์โซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่เกิดจากความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีการเชื่อมโยงกันจะทำให้เกิดประโยชน์ต่อภาพรวมเศรษฐกิจของรัฐบาล ผู้ประกอบกิจการธุรกิจนำเที่ยว รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2554)

ดังนั้น โഴอูปทานจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญแม้แต่กระทั่งกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเน้นการเชื่อมโยงของแต่ละกระบวนการของการดำเนินงาน ในการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว รวมถึงประสิทธิภาพของการให้บริการและที่สำคัญเกี่ยวกับต้นทุนที่ต่ำสุดต่อการดำเนินงานก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวทั้งก่อน ระหว่างและหลังจากการใช้บริการท่องเที่ยว (George, 2000) โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) การปรับปรุงประสิทธิภาพในการดำเนินงานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว การพัฒนาระบบงานเพื่อรองรับการดำเนินงานในการเพิ่มประสิทธิภาพของสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต่อการดำเนินงานใน โ Zhouปทานของการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว ดังนั้น การดำเนินงานของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กรจะมีเป้าหมายที่ชัดเจนร่วมกัน รวมถึงยกระดับการดำเนินงานให้ดีขึ้น เพื่อการตอบสนองและการปรับปรุงระดับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยวใน Zhouปทานของการทำงานร่วมกันให้กับนักท่องเที่ยว 2) การเพิ่มคุณค่าของคุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยว ด้วยการพัฒนาประสิทธิภาพในการดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในการดำเนินงานร่วมกัน พึ่งพาอาศัยกัน โดยการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่ต้องการและทันเวลาใน Zhouปทานการท่องเที่ยว

อีกทั้งสถานประกอบการต้องมีเป้าหมายร่วมกันในการยกระดับที่ดีขึ้น รวมถึงการปรับปรุงการให้บริการนักท่องเที่ยวจากการดำเนินงานใน Zhouปทานการท่องเที่ยวและการทำงานร่วมกันจะได้ประโยชน์ต่อการลดลงของค่าใช้จ่ายใน Zhouปทาน ได้แก่ ผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดการดำเนินงานระหว่างกัน ส่งผลต่อระดับสินค้าคงคลังและการผลิตที่มีความใกล้เคียงกับสภาพการณ์จริง 3) การปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงาน โลจิสติกส์ของการท่องเที่ยว การดำเนินงานร่วมกันใน Zhouปทานของการท่องเที่ยวสามารถที่จะปรับปรุงประสิทธิภาพของสถานประกอบการธุรกิจนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมของโลจิสติกส์ ในขณะที่ สภาพการณ์ของปัจจุบัน พบว่าความร่วมมือจะเป็นเครื่องมือในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวที่เกิดขึ้น 4) การจัดการความเสี่ยงของความร่วมมือใน Zhouปทานการท่องเที่ยว การทำงานร่วมกันของหน่วยงานสามารถลดความซ้ำซ้อน อีกทั้งยังเพิ่มประสิทธิภาพใน Zhouปทานการท่องเที่ยวร่วมกันได้ โดยมีผลประโยชน์ต่อสถานประกอบการมากขึ้นตามระยะเวลาและผ่านขั้นตอนการทำงานในระดับที่สูงขึ้นทั้งฝ่ายบริหารและบุคลากรที่เกี่ยวข้องทั่วทั้งองค์กร ด้วยการให้ความสำคัญในการดำเนินงานที่มีความเสี่ยงต่อสินค้าคงคลังที่มากขึ้น อีกทั้งยังมีความพยายามลดสินค้าคงคลังและอัตราการใช้การขนส่งที่มีประสิทธิภาพต่อการบริการนักท่องเที่ยว และ 5) ความร่วมมือใน Zhouปทานของการท่องเที่ยวเกี่ยวกับต้นทุน เกี่ยวกับการให้ความสำคัญของความร่วมมือใน Zhouปทานของการท่องเที่ยวให้บรรลุเป้าหมายมีความจำเป็นต้องมีค่าใช้จ่ายต่อการดำเนินงานของการทำงานร่วมกัน ประกอบด้วย

ค่าใช้จ่ายทางตรง การสื่อสารและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ได้แก่ อินเทอร์เน็ต ระบบปฏิบัติการที่ใช้รองรับข้อมูลในการใช้ดำเนินงานร่วมกัน จัดเป็นค่าใช้จ่ายทางตรงต่อการดำเนินงาน ในขณะที่เดียวกันค่าใช้จ่ายทางอ้อม จะประกอบไปด้วย ต้นทุนค่าแรงงานและต้นทุนค่าเสียโอกาสที่เกิดขึ้นกับสถานประกอบการ ดังนั้น ค่าใช้จ่ายและผลประโยชน์ของการทำงานร่วมกันของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกันทางภูมิศาสตร์และสถานที่ จุดเริ่มต้นของความร่วมมือในโซ่อุปทานส่งผลกระทบต่อความต้องการในการทำงานร่วมกัน และได้รับประโยชน์จากการดำเนินงานร่วมกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ

6) ผลกระทบของวิกฤติโควิด-19 ต่อโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว

จากการระบาดของโควิด-19 ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2562 ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงและต่อเนื่องกับเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยในปี พ.ศ. 2562 ทั่วโลกมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศทั้งสิ้น 1,466 ล้านคน แต่ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งได้รับผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ตลอดทั้งปีส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศปรับลดลงอย่างรุนแรงเหลือเพียง 398 ล้านคน หรือปรับลดลงมากถึงร้อยละ 72.8 จากปี พ.ศ. 2562 จัดเป็นปีที่แย่ที่สุดเป็นประวัติการณ์สำหรับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในขณะที่ปี พ.ศ. 2564 โควิด-19 ยังคงระบาดอย่างต่อเนื่องเป็นผลให้ในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2564 จำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ลดลงถึงร้อยละ 83.3 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 เนื่องข้อจำกัดทางด้านการเดินทางยังคงสูงอยู่ประกอบกับระดับความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยวยังต่ำ เมื่อพิจารณาในส่วนของภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิกพบว่าในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2564 ยังคงประสบปัญหาการลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศลดจ้อยละ 93.8 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2563 (World Tourism Organization, 2021) เมื่อพิจารณาถึงแนวโน้มของการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศตลอดปี พ.ศ. 2564 ยังมีความเป็นไปได้สูงที่จะยังคงอยู่ในระดับต่ำ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพในการควบคุมการระบาดและการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติของแต่ละประเทศ

ส่วนประเทศไทยเดือนเมษายนถึงกันยายน 2563 รัฐบาลได้ประกาศปิดน่านฟ้าและพรมแดนระหว่างประเทศเพื่อควบคุมการแพร่กระจายของโรคโควิด-19 จึงไม่มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามา แม้ในระยะหลังจะเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติบ้างก็ยังคงเป็นการเปิดแบบมีเงื่อนไข เช่น กลุ่มนักท่องเที่ยวประเภทพิเศษ และกลุ่มนักท่องเที่ยวเดินทางมากับเรือสำราญและกีฬา เป็นต้น ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวไทยก็ถูกจำกัดจากมาตรการควบคุมการระบาดของโรค เช่น การจำกัดการเดินทางระหว่างจังหวัด การกำหนดเวลาออกนอกเคหสถาน และมาตรการกักตัวของแต่ละจังหวัด เป็นต้น (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2564) ส่วนในปี พ.ศ. 2564 ภาครัฐและภาคเอกชนได้ร่วมกันกำหนดมาตรการเปิดรับนักท่องเที่ยวต่างชาติเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจการ

ท่องเที่ยวของประเทศ โดยแบ่งเป็น 4 ระยะ คือ 1) ระหว่างวันที่ 1 เมษายน ถึง 30 มิถุนายน เปิดรับนักท่องเที่ยวที่มีใบรับรองการฉีดวัคซีนและกักตัวตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ 2) ระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม ถึง 30 กันยายน เปิดรับนักท่องเที่ยวที่มีใบรับรองการฉีดวัคซีน โดยไม่มีการกักตัวเข้ามาในพื้นที่จังหวัดภูเก็ต 3) ตั้งแต่วันที่ 1 ตุลาคม เป็นต้นไป ขยายพื้นที่จากจังหวัดภูเก็ตไปยังจังหวัดกระบี่ พังงา สุราษฎร์ธานี เชียงใหม่ ชลบุรี บุรีรัมย์ เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ และกรุงเทพฯ และ 4) ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2565 เป็นต้นไป ขยายพื้นที่ครอบคลุมทั่วประเทศ (“ไฟเขียวแนวทางพื้นที่ท่องเที่ยว ต่างชาตินี้ฉีดวัคซีน 1 ก.ค.มาภูเก็ตไม่ต้องกักตัว”, 2564) จัดเป็นการวางแผนการฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในระยะสั้นนี้

ผู้ประกอบการในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทั่วโลกต่างประสบกับปัญหาในการประกอบธุรกิจ เนื่องจากการท่องเที่ยวต้องพึ่งพาการเคลื่อนที่ของนักท่องเที่ยวเพื่อไปยังแหล่งท่องเที่ยวและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของมนุษย์ หลังเกิดการระบาดของโควิด-19 ประเทศต่างๆ ได้ออกมาตรการเพื่อรับมือกับการระบาดของโรค ซึ่งมาตรการหลักของทุกประเทศที่ใช้ทั่วไปคือ มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม รวมถึงการจำกัดการเดินทางและมาตรการปิดประเทศ การประกอบอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะได้รับความเสี่ยงจากวิกฤติโควิด-19 ในระดับสูง อันเนื่องมาจากอุปทานและอุปสงค์ที่ตกต่ำ (Arbulú et al., 2021) ซึ่งจะเห็นได้ชัดเจนจากกลุ่มผู้ประกอบการที่พักสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น โรงแรม รีสอร์ท โฮมสเตย์ เป็นต้น ธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจขนส่งนักท่องเที่ยว และสถานบันเทิง

ในขณะที่เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวของไทยได้รับผลกระทบอย่างมากจากการลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติในช่วงของการระบาดระลอกแรกเมื่อเดือนพฤษภาคม 2563 ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงกับจังหวัดใหญ่ที่พึ่งพาการท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมากที่สุด ได้แก่ จังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร และชลบุรี ในด้านของปริมาณผลผลิตของสาขาการผลิตที่ลดลงมากที่สุดจะสัมพันธ์กับภาคการท่องเที่ยวทั้งสิ้น ได้แก่ 1) ที่อยู่อาศัยและอาหาร 2) ธุรกิจนันทนาการ 3) การขนส่งทางอากาศ 4) การค้า และ 5) เครื่องดื่มและยาสูบ ตามลำดับ ซึ่งเป็นผลจากอุปสงค์การท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศที่ลดลง (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2564) ในไตรมาสแรกของปี พ.ศ. 2564 ภาพรวมของธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการเปิดบริการตามปกติประมาณร้อยละ 67 ปิดกิจการชั่วคราวร้อยละ 14 ในขณะที่ใช้วิธีลดขนาดของธุรกิจร้อยละ 11 ส่วนการเปลี่ยนไปทำธุรกิจอื่นร้อยละ 5 และปิดกิจการอย่างถาวรร้อยละ 3 ในด้านการจ้างงานร้อยละ 60 ของสถานประกอบการใช้วิธีการปรับลดจำนวนพนักงานลงให้เหลือประมาณร้อยละ 52 ส่วนร้อยละ 67 ของสถานประกอบการมีการปรับลดเงินเดือนหรือค่าจ้าง โดยปรับลดเงินเดือนหรือค่าจ้างลงประมาณร้อยละ 30 (สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

การช่วยเหลือจากภาครัฐเป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยบรรเทาผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยผลการสำรวจความต้องการความช่วยเหลือเร่งด่วนของผู้ประกอบการในภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจากผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19 ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ระหว่างวันที่ 4 ถึง 31 พฤษภาคม 2564 จากผู้ประกอบการ 11,749 ราย พบว่าสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องการได้รับการเยียวยาจากภาครัฐมากที่สุดได้แก่ การมีมาตรการแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ประกอบ ร้อยละ 16.63 รองลงมา ได้แก่ จัดทำมาตรการช่วยเหลือแรงงานในภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ ร้อยละ 15.37 อันดับสาม ได้แก่ การยกเว้นค่าธรรมเนียม ภาษีบางอย่างที่เกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการภาคการท่องเที่ยว ร้อยละ 15.27 ส่วนอันดับ 4 ได้แก่ จัดตั้งกองทุนฟื้นฟูผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวและบริการ ร้อยละ 14.26 อันดับ 5 ได้แก่ การกระตุ้นอุปสงค์การท่องเที่ยวในประเทศ ร้อยละ 14.18 ในขณะที่อันดับ 6 ได้แก่ ให้สถาบันการเงินพักชำระหนี้เงินต้นและดอกเบี้ยให้กับผู้ประกอบการธุรกิจในการท่องเที่ยว ร้อยละ 12.39 และอันดับ 7 ได้แก่ การกระตุ้นอุปสงค์การเดินทางของนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ ร้อยละ 11.90 ทั้งนี้ผู้ประกอบการยังให้ข้อเสนอแนะและความต้องการเพิ่มเติมในเรื่องของ 1) การสนับสนุนทางการเงิน การลดดอกเบี้ย และการพักชำระหนี้ 2) การฉีดวัคซีน 3) การผ่อนปรนมาตรการต่างๆ 4) การพัฒนาฝีมือแรงงาน และ 6) การจัดทำโครงการพิเศษ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564) ซึ่งเป็นข้อมูลที่ภาครัฐควรนำไปจัดทำเป็นมาตรการในการช่วยเหลือผู้ประกอบการโดยไว

ตอนที่ 3 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน

1) แนวคิดเกี่ยวกับความร่วมมือในโซ่อุปทาน

การทำความเข้าใจความหมายของการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานเกิดขึ้นจากปัญหาการดำเนินงานไม่บรรลุความสำเร็จ จึงเกิดแนวคิดการทำงานร่วมกันภายในองค์กรและภายนอกองค์กร หรือระหว่างองค์กรร่วมกันในโซ่อุปทาน ที่ผ่านมามีแนวคิดและทฤษฎีในการทำงานร่วมกันของ โซ่อุปทานต่างต้องพึ่งพาอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้นไป ไม่คำนึงถึงการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลต่ออุปสรรคในการทำงานจนเกิดความล้มเหลว ไม่มีปฏิสัมพันธ์ต่อกันที่จะทำงานร่วมกัน และขาดความไว้วางใจระหว่างกันในการเป็นคู่ค้าที่ดี การเสนอผลการศึกษาวิจัยสอดคล้องกับแนวคิดความร่วมมือในโซ่อุปทานเป็นการเสนอพฤติกรรมของมนุษย์ในการดำเนินงานด้านผลิตและบริการเป็นบริบทที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการทำงานร่วมกัน โดยบทความส่วนใหญ่ต้องการเสนอความสำคัญที่เกี่ยวกับองค์ประกอบที่สำคัญต่อการนำไป

ประยุกต์ใช้ในโซ่อุปทานและโดยเฉพาะอย่างยิ่ง คือ องค์ประกอบทางวัฒนธรรมในการวางกลยุทธ์ องค์การและการนำไปปฏิบัติให้มีความสัมพันธ์กัน มีรายละเอียดดังนี้

Spekman et al. (1998) พบว่า ในการดำเนินงานขององค์กรธุรกิจ ในภาค อุตสาหกรรม และบริการที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือ (Collaboration) ตามเป้าหมายร่วมกันขององค์กรและของ บุคลากรในโซ่อุปทาน โดยรวมประโยชน์ในระดับบุคคลและในระดับกลุ่ม ส่งผลให้องค์กร สามารถแข่งขันในอุตสาหกรรมได้ โดยที่บุคลากรเองก็มีความต้องการที่จะได้รับประโยชน์จาก ความร่วมมือในโซ่อุปทานตามเป้าหมายขององค์กร ซึ่งประกอบไปด้วยการลดความซ้ำซ้อนในการ การดำเนินงานร่วมกัน การลดระดับปริมาณสินค้าคงคลัง การสร้างศักยภาพในการตอบสนองความ ต้องการให้กับผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การมีเป้าหมายร่วมกันในโซ่อุปทานจึงส่งผล ต่ออิทธิพลในด้านดีให้กับผู้รับบริการหรือผู้บริโภคคนสุดท้ายในการจัดการในด้านการดำเนินงาน ร่วมกัน

ในขณะที่ O'Leary (2000) ได้ระบุถึง การทำงานร่วมกันของหน่วยงานภายในธุรกิจ เป็นการสนับสนุนให้เกิดการติดต่อสื่อสารและการทำงานร่วมกันภายในองค์กร (Intra Organization) และการทำงานร่วมกันกับองค์กรภายนอก (Inter Organization) อีกทั้งยังเป็นการ สร้างประสิทธิภาพในการดำเนินงานของธุรกิจและยังทำให้การปฏิบัติงานมีมาตรฐาน ช่วยลดความ ซ้ำซ้อนและลดการสิ้นเปลืองทรัพยากร สอดคล้องกับ Esichaikul and Chavananon (2001) ได้ กล่าวถึง การศึกษาระบบโซ่อุปทานที่นำมาใช้กับธุรกิจเพื่อให้ประสบความสำเร็จจะต้องสามารถ ร่วมมือกันกับเครือข่ายของผู้ผลิตและผู้ขายเพื่อจะได้แลกเปลี่ยนข้อมูลร่วมกันอย่างเป็นระบบ มี ประสิทธิภาพ มีความสามารถในการสนับสนุนการประสานงานระหว่างกันและการดำเนินงาน ร่วมกันจะส่งผลให้สามารถลดเวลาในการติดต่อสื่อสารระหว่างกันและลดค่าใช้จ่ายในการดำเนิน ธุรกิจซึ่งเป็นตัวแบบหลักในการนำโซ่อุปทานมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานขององค์กร

ประกอบกับ Wisner and Leong (2005) ได้ระบุว่า แนวคิดของการวางแผน การ พยากรณ์ และการเติมเต็มสินค้าที่มีความร่วมมือกันตลอดโซ่อุปทานว่า เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการ แลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อเป็นการวางแผนในกิจกรรมด้าน โลจิสติกส์ตั้งแต่การผลิต การขนส่งจนถึง ผู้บริโภคคนสุดท้าย มีวัตถุประสงค์ในการทำให้โซ่อุปทานเกิดประสิทธิภาพสูงสุด การดำเนินการ ดังกล่าวส่งผลต่อการทำให้เกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน เนื่องจากต้องปฏิบัติหน้าที่ใกล้ชิดกัน เติมเต็มความต้องการที่มีต่อกัน และก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์กรจากการที่มีพันธะในการ ปฏิบัติงาน การดำเนินการดังกล่าวถือเป็นการปฏิบัติที่ส่งผลต่อผลของการดำเนินงานด้าน โลจิสติกส์ที่สูงขึ้นในการแข่งขันในอุตสาหกรรมเดียวกัน และ Lamber and Cooper (2000) ได้กล่าว

ว่า ในการจัดการโซ่อุปทานร่วมกันนั้น จะต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง พัฒนาอย่างเป็นระบบ และต้องให้ความสำคัญกับกิจกรรมโลจิสติกส์ในทุกมิติ

2) งานวิจัยเกี่ยวกับความร่วมมือในโซ่อุปทาน

Spekman et al. (1998) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของการทำงานร่วมกันในโซ่อุปทานซึ่งมีหลายระดับของการดำเนินงานร่วมกัน การบรรลุเป้าหมายมีพื้นฐานจากการแบ่งปันข้อมูล การซื้อสัตย์ต่อกัน การให้ความร่วมมือ การวางแผน การแบ่งผลกำไรและรับความเสี่ยงร่วมกัน ทำให้การดำเนินงานมีเป้าหมายไปในทิศทางเดียวกัน ซึ่งระดับความสัมพันธ์ดังกล่าวเริ่มจากความสัมพันธ์ในการปฏิบัติงานร่วมกัน (Cooperation) เป็นการจัดหาจากผู้จัดส่งวัตถุดิบระหว่างสถานประกอบการหรือหน่วยงาน รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์แบบประสานงานกัน (Coordination) จัดเป็นความสัมพันธ์ของการดำเนินงานระยะยาวเพื่อให้บรรลุความสำเร็จร่วมกัน ดังนั้นการใช้ระบบสารสนเทศที่สามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างกัน และการดำเนินงานร่วมกัน (Collaboration) จึงเป็นความสัมพันธ์ในระยะยาวของการวางแผนการดำเนินงานร่วมกัน การใช้เทคโนโลยีร่วมกัน การเข้าใจซึ่งกันและกันเสมือนกับว่าเป็นสถานประกอบการเดียวกัน

สอดคล้องกับ Barratt and Oliveira (2001) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการรักษาความร่วมมือในโซ่อุปทานขององค์กรธุรกิจ โดยทำการศึกษาจากผู้บริหารขององค์กรทั้งภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ พบว่า ความร่วมมือในโซ่อุปทานมีอิทธิพลทางบวกต่อความไว้วางใจในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรในการบรรลุเป้าหมายร่วมกัน เป็นการรักษาผลประโยชน์ร่วมกันตลอดโซ่อุปทานทั้งการแบ่งปันข่าวสารร่วมกัน การดำเนินงานร่วมกัน การลงทุนที่มีทิศทางร่วมกัน การแบ่งผลกำไรร่วมกัน การยอมรับความเสี่ยงร่วมกัน การดำเนินงานตามสายงานอย่างมีระบบ โดยมีเป้าหมายตามกลยุทธ์ขององค์กรที่เป็นแนวทางในผลประโยชน์ขององค์กรร่วมกันได้

เป็นไปในทิศทางเดียวกับ Huuhtanen (2004) ที่ระบุไว้ว่าการดำเนินงานร่วมกันจะเกิดประโยชน์ต่อองค์กรทั้งภาคธุรกิจอุตสาหกรรมและการบริการ ต้องประกอบด้วย 1) ความสามารถในการลดต้นทุนด้วยการส่งผ่านข้อมูลของทุกฝ่ายร่วมกัน ซึ่งจะลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล ทำให้ต้นทุนด้านบุคลากรลดลงและเป็นเครื่องมือช่วยในการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) การดำเนินงานร่วมกันของโซ่อุปทานจะเริ่มตั้งแต่การจัดหาผู้ขายวัตถุดิบ การผลิตในโรงงานอุตสาหกรรม การขนส่งสินค้าไปยังผู้ค้าส่ง การส่งสินค้าไปยังผู้ค้ารายย่อย และการส่งสินค้าไปยังผู้บริโภค 3) การสร้างมูลค่าในโซ่อุปทานและการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพ 4) การลงทุนเฉพาะทางเพื่อสร้างมูลค่าให้กับผู้รับบริการในการอำนวยความสะดวก การติดตามคำสั่งของการใช้บริการจากผู้รับบริการ 5) การบริหารสารสนเทศ และการตัดสินใจ โดยข้อมูลสารสนเทศสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการตัดสินใจ และควบคุมหรือตรวจสอบการดำเนินงานขององค์กร โดยการใช้

ข้อมูลร่วมกัน การดำเนินงานร่วมกัน การลงทุนเฉพาะทาง การสื่อสารในการทำงานร่วมกัน การจูงใจโดยตำแหน่งงาน การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน การสร้างความรู้ร่วมกันและการตัดสินใจร่วมกัน เพื่อสร้างศักยภาพที่ยั่งยืนในการดำเนินงานขององค์กร

และคล้ายกันกับ Matopoulos et al. (2007) ซึ่งได้ศึกษากรอบความร่วมมือในโซ่อุปทานขององค์กรธุรกิจ ในอุตสาหกรรมผลิตและบริการด้านอาหาร พบว่า ความร่วมมือในโซ่อุปทานขององค์กรนั้นประกอบด้วย 1) การออกแบบและควบคุมกิจกรรมในโซ่อุปทานขององค์กร เริ่มต้นจากการทำพันธสัญญาและการตกลงร่วมกันในกระบวนการจัดการทรัพยากรร่วมกัน การลงทุนในการดำเนินงานร่วมกันซึ่งจะส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานขององค์กร โดยมีความผันผวนและความเสี่ยงร่วมกัน ความต้องการเร่งด่วนของผู้รับบริการต่อการดำเนินการ การปฏิบัติงานร่วมกันของบุคลากร โดยเป็นไปตามเป้าหมายของแผนทั้งแผนระยะสั้นและแผนระยะยาวขององค์กรที่ได้ตั้งไว้ โดยต้องทำการประเมินขั้นตอนการทำงานและตัดสินใจร่วมกัน และ 2) การรักษาความสัมพันธ์ของความร่วมมือในโซ่อุปทาน จะส่งผลที่ดีต่อความไว้วางใจในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งมีพันธะทางใจที่ดีต่อกันตามเป้าหมายขององค์กร

ในขณะที่ Min et al. (2005) ที่ได้ศึกษาจากแบบจำลองความคิดของความร่วมมือในโซ่อุปทาน ด้วยการเก็บข้อมูลของผู้บริหารระดับสูงและบุคลากรที่ทำงานจริง พบว่าความร่วมมือในโซ่อุปทานสามารถพัฒนาขั้นตอนการทำงานให้ดีขึ้นได้และส่งผลต่อความสามารถในการดำเนินงานขององค์กรต่อการได้รับประโยชน์ร่วมกัน และมีลักษณะความสัมพันธ์ร่วมกันอย่างดีต่อการแบ่งปันทรัพยากรร่วมกัน การบริหารความเสี่ยงร่วมกันทำให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

คล้ายกันกับ Azwar et al. (2020) ได้พบว่า คนในท้องถิ่นเคคามาดัน บาโซ (Kecamatan Baso) และคาบูปาเตน อากัม (Kabupaten Agam) ยังไม่เข้าใจวิธีการเตรียมและจัดการโฮมสเตย์ที่ตรงตามมาตรฐาน จึงเกิดการดำเนินงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัยกับชุมชน เพื่อจะได้แนวทางในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่น ความรู้และทักษะในการจัดการโฮมสเตย์ กิจกรรมบริการชุมชนมีวัตถุประสงค์เพื่ออำนวยความสะดวกและช่วยเหลือชุมชนในแง่ของปัญหาที่เผชิญ รูปแบบของกิจกรรมที่ได้ดำเนินการคือให้การฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการโฮมสเตย์

และใกล้เคียงกับ Gao and Wang (2019) พบว่า หยางเจียเล่โฮมสเตย์ (Yangjiale Homestay) ได้ลงทุนในด้านสถาปัตยกรรมโดยมีรูปแบบเงินและตะวันตก การออกแบบเน้นการรักษาธรรมชาติ โดยใช้วัสดุก่อสร้างที่มีคาร์บอนต่ำ รักษาสิ่งแวดล้อมและผสมผสานขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่น หยางเจียเล่โฮมสเตย์จะไม่มีจุดชมวิวสำหรับการเที่ยวชม แต่อาศัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่จัดเตรียมไว้เป็นสิ่งดึงดูดนักท่องเที่ยว ทำให้หยางเจียเล่โฮมสเตย์เป็นต้นแบบในการสร้างแบรนด์เงินสามารถจัดกิจกรรมเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาสัมผัส ผ่านแนวคิดเรื่องการ

คุ้มครองสิ่งแวดล้อม ประเพณีโบราณในท้องถิ่น ทิวทัศน์ธรรมชาติอันบริสุทธิ์และวัฒนธรรมพื้นบ้านท้องถิ่น เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์ของตน อีกทั้งยังสร้างความร่วมมือกับชุมชนด้วยการให้ชาวบ้านสามารถสมัครเป็นพนักงานหรือร่วมลงทุนด้วย และสร้างรายได้จากการขายผลผลิตทางการเกษตรในท้องถิ่นและสินค้าการท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีส่วนร่วมในการแสดงวัฒนธรรมประเพณีพื้นบ้านท้องถิ่นและการปลูกพืชผลทางการเกษตรสำหรับขายให้แก่โฮมสเตย์ อีกทั้งยังได้ปรับปรุงการตลาดให้มีประสิทธิภาพ โดยดำเนินการตลาดให้ตรงกลุ่มเป้าหมายด้วยการเลือกโซเชียลมีเดียเพื่อโฆษณาผลิตภัณฑ์แบบออนไลน์และจัดทำเว็บไซต์ของตนเอง เพื่อให้บริการข้อมูลการท่องเที่ยวที่ครบถ้วนแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่รัฐบาลท้องถิ่นมีบทบาทเป็นผู้นำองค์กรของหยางเจี๋ยเล่โฮมสเตย์โดยได้ร่วมกันลงทุนในการก่อสร้างศูนย์กิจกรรมสำหรับผู้อยู่อาศัยในท้องถิ่น เช่น ฐานออฟโรด ศูนย์การประชุม เวที และสถานที่อื่นๆ

ส่วน Falk and Hogstrom (2000) ได้ทำการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยของระบบของการดำเนินงานในการจัดการโซ่อุปทานที่นำมาใช้ในธุรกิจของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ B2B ที่ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ พบว่าการจัดการโลจิสติกส์เป็นการจัดการช่องทางการลำเลียงสินค้าตลอดโซ่อุปทาน จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค โดยใช้ความร่วมมือในการทำงานร่วมกัน การสื่อสารกันภายในองค์กรและภายนอกองค์กร การดำเนินงาน โดยให้ความสำคัญต่อความสามารถหลักภายในองค์กรและการจัดการความสัมพันธ์กับผู้รับบริการ เป็นไปในทิศทางเดียวกับ Fawcett et al. (2007) ที่ศึกษาถึงความร่วมมือในโซ่อุปทานขององค์กรว่าการดำเนินงานร่วมกันส่งผลดีต่อความไว้วางใจซึ่งกันและกันภายในองค์กรและระยะเวลาเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการดำเนินงานให้ดียิ่งขึ้น จากการศึกษาการดำเนินงานร่วมกันภายในองค์กรของบุคลากรในโซ่อุปทาน พบองค์ประกอบหลักที่ส่งผลกับการทำงานร่วมกันในการบูรณาการความร่วมมือในโซ่อุปทานให้เกิดประสิทธิภาพ จะต้องประกอบไปด้วย 1) การแบ่งปันข้อมูลร่วมกันของบุคลากร 2) การดำเนินตามเป้าหมายร่วมกัน 3) ความดำเนินงานตามสถานะอย่างมั่นคง 4) การมีปฏิสัมพันธ์อันดีต่อกัน 5) การถ่ายทอดเทคโนโลยีร่วมกัน

ในขณะที่ Meuwissen et al. (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งปันความเสี่ยง พบว่า การควบคุมและป้องกันการสูญเสียสามารถทำได้โดยการปรับปรุงความสามารถของเกษตรกรในการเจรจาข้อตกลงการแบ่งปันความเสี่ยง ตั้งแต่ต้นน้ำไปยังปลายน้ำ สำหรับเกษตรกรรายย่อยไม่สามารถต่อรองเงื่อนไขการจัดหาและการส่งมอบได้เช่นเดียวกับฟาร์มขนาดใหญ่ เนื่องจากความแตกต่างในด้านอำนาจการต่อรองและความรู้ อีกทั้งเกษตรกรแต่ละรายสามารถเอาริเดอาเปรียบซึ่งกันและกันได้โดยง่ายคาย ดังนั้นการดำเนินงานร่วมกัน (กลุ่มที่คล้ายคลึงกัน) จะช่วยให้การเจรจาต่อรองประสบความสำเร็จได้มากขึ้น สามารถเป็นผู้นำในการเจรจาราคากับซัพพลายเออร์และ

กระบวนการจากต้นน้ำ เป็นไปในทิศทางเดียวกับ Japutra and Situmorang (2021) พบว่า อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการควรทำงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อหาทางออกที่ดีที่สุด มีความจำเป็นเพื่อให้แน่ใจว่ากลยุทธ์และนโยบายดังกล่าวสนับสนุนซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ยังจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการประสานงานที่ดีระหว่างธุรกิจองค์กรสาขา (เช่น สมาคม) และ รัฐบาล ธุรกิจและองค์กรสาขาควรมีส่วนร่วมในการพัฒนากฎระเบียบและนโยบายด้วย จาก การศึกษาก่อนหน้านี้ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการตัดสินใจในช่วงวิกฤตต้องการความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลายฝ่าย (เช่น บริษัท ซัพพลายเออร์ สมาคมการท่องเที่ยวและรัฐบาล) ผู้มีส่วนได้ ส่วนเสียเหล่านี้จำเป็นต้องทำงานร่วมกันเพื่อพัฒนากลยุทธ์ที่เหมาะสมให้สามารถจัดการวิกฤตแบบ องค์กรรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

Garrido-Moreno et al. (2021) พบว่า หนึ่งในกลยุทธ์การรับมือที่สำคัญของโรงแรมต่อ วิกฤตโควิด-19 (COVID-19) เพื่อเพิ่มความมั่นใจในความปลอดภัยของลูกค้าและพนักงาน จึงได้นำ เทคโนโลยีเฉพาะสำหรับการบริการดิจิทัลแบบไม่ต้องสัมผัส เช่น การใช้แอปพลิเคชันบนมือถือในการ เช็คอิน-เช็คเอาท์และเปลี่ยนกุญแจห้อง ระบบการชำระเงินอัตโนมัติ รวมถึงการนำหุ่นยนต์และ ระบบปัญญาประดิษฐ์มาใช้ เป็นต้น ในขณะที่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเป็นพื้นฐานในการพัฒนา กลยุทธ์ในการทำงานร่วมกันระหว่างองค์กรที่จำเป็นต่อการฟื้นฟูธุรกิจสำหรับอุตสาหกรรมการ บริการ การพัฒนาพันธมิตรเชิงกลยุทธ์และการเป็นหุ้นส่วนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถที่มีอยู่ของ โรงแรม การร่วมมือกับตัวแทนอื่นจากทุกภาคส่วน เช่น ผู้ให้บริการทัวร์ สายการบิน หรือหน่วยงาน ในพื้นที่ เป็นต้น เพื่อพัฒนาด้านการตลาดร่วมกันและแบ่งปันข้อมูลที่พิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิภาพ ในการฟื้นฟูกิจกรรม

จากข้อมูลต่างๆ ข้างต้น เมื่อนำมาจัดทำตารางสังเคราะห์ตัวแปรของการจัดการความ ร่วมมือในโซ่อุปทาน เพื่อใช้เป็นแนวทางกำหนดตัวแปรในการวิจัยเชิงปริมาณ จะได้ดังตารางที่ 2.6

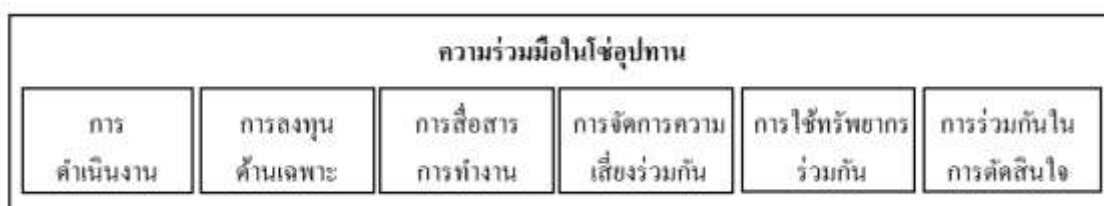
ตารางที่ 2.6 สังเคราะห์ตัวแปรของความร่วมมือในโซ่อุปทาน

ลำดับ	นักวิจัย	ตัวแปรที่ศึกษา								
		การดำเนินงานร่วมกัน	การลงทุนเฉพาะทาง	การสื่อสารการทำงานร่วมกัน	การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน	การใช้ทรัพยากรร่วมกัน	การร่วมกันในการตัดสินใจ	การซื้อสัตย์ต่อกัน	การส่งผ่านข้อมูลร่วมกัน	การจัดการสารสนเทศร่วมกัน
1	Spekman et al. (1998)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓		
2	Falk and Hogstrom (2000)	✓		✓		✓	✓			
3	Barratt and Oliveira (2001)	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
4	Huuhtanen (2004)	✓	✓	✓	✓	✓	✓		✓	✓
5	Min et al. (2005)	✓		✓	✓	✓	✓			
6	Fawcett et al. (2007)	✓		✓		✓	✓			✓
7	Matopoulos et al. (2007)	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
8	Meuwissen et al. (2019)	✓		✓	✓		✓			
9	Gao and Wang (2019)	✓	✓	✓		✓	✓		✓	
10	Azwar et al. (2020)	✓	✓	✓	✓	✓				
11	Garrido-Moreno et al. (2021)	✓	✓	✓		✓			✓	
12	Japutra and Situmorang (2021)	✓		✓	✓		✓			

สามารถสรุปได้ว่า องค์ประกอบหลักที่จะทำให้เกิดความร่วมมือในโซ่อุปทาน (Lamber and Cooper, 2000) ที่ผู้วิจัยจะนำมาเป็นองค์ประกอบในการวิจัยประกอบด้วย 6 ปัจจัยดังต่อไปนี้

- 1) การดำเนินงานร่วมกัน (Joint Team) จัดเป็นพื้นฐานของการแบ่งปันข้อมูล การให้ความร่วมมือระหว่างกัน การซื้อสัตย์ต่อกัน การวางแผนการแบ่งปันความเสี่ยงร่วมกันและการแบ่งผลกำไรร่วมกัน ทำให้มีการดำเนินงานไปสู่เป้าหมายในทิศทางเดียวกัน
- 2) การลงทุนเฉพาะทาง (Dedicated Investment) ด้วยการนำความรู้ในด้านเทคนิควิทยาการ รวมถึงความชำนาญในการจัดการและเงินทุนมาลงทุนเฉพาะด้านนั้นๆ (Kojima, 1973)
- 3) การสื่อสารร่วมกัน (Collaborative Communication) เป็นการปรึกษาหารือร่วมกัน การใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการติดต่อกัน รวมถึงการแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันเพื่อให้การดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาวมีประสิทธิภาพ
- 4) การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน (Risk Sharing) เป็นการร่วมกันดำเนินการให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้

กำหนดไว้แม้มีปัจจัยที่ไม่คาดคิดเกิดขึ้น 5) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Shared Resources) เป็นการดำเนินงานร่วมกันภายใต้การใช้ทรัพยากรและความสามารถร่วมกันในการตอบสนองต่อความต้องการของผู้รับบริการ และ 6) การตัดสินใจร่วมกัน (Synchronized Decision) เป็นการนำข้อมูลจากทุกภาคส่วนมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนและการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ ตามภาพที่ 2.6



ภาพประกอบที่ 2.6 ความร่วมมือในโซ่อุปทาน

3) การวัดความร่วมมือในโซ่อุปทาน

Srimatupang and Sridharan (2005) ได้กล่าวถึงดัชนีการวัดความร่วมมือในโซ่อุปทานที่มีอิทธิพลกับความไว้วางใจระหว่างกันภายในองค์กร ทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน โดยเกิดจากความเต็มใจในการแลกเปลี่ยนข้อมูลเพื่อการจัดการร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงร่วมกันจัดการความเสี่ยงจากผลประโยชน์ที่ได้รับในการดำเนินงานร่วมกันของโซ่อุปทาน ซึ่งส่งผลถึงการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ทำได้ด้วยการวัดผลที่ประกอบด้วย 1) การเติมเต็มคำสั่งซื้อ 2) จำนวนสินค้าคงคลัง 3) การตอบสนองต่อคำสั่งซื้อ โดยทำการวัดการดำเนินงานของความร่วมมือในโซ่อุปทาน อีกทั้ง Martins and Terblanche (2003) ได้ระบุถึงการประเมินความร่วมมือตลอดการดำเนินการ ซึ่งเป็นข้อตกลงของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งที่ปรับปรุงการปฏิบัติงานอย่างเปิดเผย พร้อมในการแก้ปัญหา มีความไว้วางใจต่อกันและต่อการทำงานในองค์กร ในขณะที่ French and Bell (1995) ได้กล่าวถึงการประเมินความร่วมมือตลอดการดำเนินงาน ซึ่งเป็นข้อตกลงเฉพาะกลุ่มที่จะปรับปรุงการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งจะแก้ไขปัญหา มีความไว้วางใจซึ่งกันและกันและมีความไว้วางใจต่อการทำงานในองค์กร และ Lamber and Cooper, 2000) พบว่า การจัดการในโซ่อุปทานสามารถที่จะวัดการดำเนินงานได้โดยการประเมินจากผลตลอดกระบวนการ ได้แก่ 1) การดำเนินงานร่วมกัน (Joint Team) 2) การลงทุนเฉพาะทาง (Dedicated Investment) 3) การสื่อสารร่วมกัน (Collaborative Communication) 4) การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน (Risk Sharing) 5) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Shared Resources) และ 6) การตัดสินใจร่วมกัน (Synchronized Decision)

ดังนั้นในการวัดความร่วมมือในโซ่อุปทานผู้วิจัยได้ทำการประยุกต์ความร่วมมือของการทำงานต่างๆ ที่ได้กล่าวมาแล้วในข้างต้น ในขณะที่เดียวกันงานวิจัยฉบับนี้ได้เน้นถึงความร่วมมือในโซ่อุปทาน (Collaboration Supply Chain) โดยองค์กรธุรกิจภาคอุตสาหกรรมและบริการที่เกี่ยวข้องกับความร่วมมือตามเป้าหมายร่วมกันขององค์กรในโซ่อุปทาน โดยรวมประโยชน์ในระดับบุคคลและในระดับกลุ่มที่ส่งผลทำให้องค์กรสามารถแข่งขันได้ในอุตสาหกรรม และบุคลากรมีความต้องการที่จะได้รับผลประโยชน์จากความร่วมมือในโซ่อุปทานตามเป้าหมายขององค์กร เป็นการลดความซ้ำซ้อนในการดำเนินงานร่วมกันและการสร้างศักยภาพการตอบสนองความต้องการให้กับผู้รับบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ทำให้การมีเป้าหมายร่วมกันในโซ่อุปทานจะเป็นผลดีให้กับผู้รับบริการหรือผู้บริโภคคนสุดท้ายในการจัดการการดำเนินงานร่วมกันรวมถึงการแบ่งปันทรัพยากร ที่ทำให้บุคลากรเกิดความไว้วางใจในองค์กรและความผูกพันต่อองค์กรร่วมกัน ทำให้ผลการดำเนินการขององค์กรได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยสามารถวัดได้จากตัวแปรทั้งหมดด้านคือ 1) การดำเนินงานร่วมกัน (Joint Team) 2) การลงทุนเฉพาะทาง (Dedicated Investment) 3) การสื่อสารร่วมกัน (Collaborative Communication) 4) การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน (Risk Sharing) 5) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Shared Resources) และ 6) การตัดสินใจร่วมกัน (Synchronized Decision)

ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้แบบวัดที่ผู้วิจัยทำการปรับปรุงจากแบบวัดของ Stank, Keller and Daugherty (2001); Yasushi (2013) ซึ่งมีข้อคำถามเป็นมาตรวัดประมาณค่า 5 ระดับ จำนวน 18 ข้อ โดยนิยามแต่ละมิติ ดังนี้ 1) การดำเนินงานร่วมกัน (Joint Team) เป็นพื้นฐานจากการแบ่งปันข้อมูล ความซื่อสัตย์ต่อกัน การให้ความร่วมมือ การแบ่งปันผลกำไรร่วมกันและแบ่งปันความเสี่ยงร่วมกัน ส่งผลให้เป้าหมายเป็นไปทิศทางเดียวกันตลอดการดำเนินงาน 2) การลงทุนเฉพาะทาง (Dedicated Investment) โดยการนำเอาเงินทุน ความชำนาญในการจัดการและความรู้ด้านเทคนิควิทยการไปสู่การลงทุนเฉพาะด้านนั้นๆ (Kojima, 1973) 3) การสื่อสารร่วมกัน (Collaborative Communication) การแบ่งปันข้อมูลระหว่างกันเพื่อประสิทธิภาพของการดำเนินงานทั้งระยะสั้นและระยะยาว 4) การจัดการความเสี่ยงร่วมกัน (Risk Sharing) ผลจากการดำเนินงานที่มีความเสี่ยงในผลประโยชน์ร่วมกัน 5) การใช้ทรัพยากรร่วมกัน (Sared Resources) เป็นการร่วมกันในการใช้ทรัพยากรและความสามารถร่วมกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ และ 6) การตัดสินใจร่วมกัน (Synchronized Decision) เป็นการนำข้อมูลจากทุกภาคส่วนมาใช้ประกอบการตัดสินใจในการวางแผนและการนำไปปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

ทั้งนี้ มีวรรณกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ต่อเนื่อง แต่ยังมีงานวิจัยออกมาไม่สม่ำเสมอต่อเนื่อง และส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่การจัดจำหน่ายและกิจกรรมทางการตลาดโดยไม่คำนึงถึงผู้จัดจำหน่าย วัตถุประสงค์ที่หลากหลายที่เกี่ยวข้องกับการจัดหาและการบริโภค ผลการศึกษานี้มีการทบทวนอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการศึกษาการท่องเที่ยวในปัจจุบันจากมุมมองการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวและพัฒนารอบการทำงานสำหรับการวิจัยการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีคุณค่า แต่สำหรับนักวิจัยที่ต้องการขยายผลการศึกษาวิจัยไปยังพื้นที่ใหม่กับสถานประกอบการ โดยเฉพาะธุรกิจนำเที่ยวมีการระบุคำถามการวิจัยที่สำคัญในการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าต่อการสำรวจเชิงทฤษฎีและหลักฐานเชิงประจักษ์ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการระบุนโยบายของการศึกษาโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเมืองรองของธุรกิจนำเที่ยวในการศึกษาครั้งนี้

ตอนที่ 4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Qiao (2018) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องความร่วมมือในโซ่อุปทานและโซ่อุปสงค์: การทบทวนวรรณกรรมของมุมมองด้านการสื่อสาร ความร่วมมือในโซ่อุปทานและโซ่อุปสงค์เป็นสิ่งที่มีความจำเป็นและสามารถแบ่งปันข้อมูลร่วมกัน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพตลอดโซ่อุปทานและโซ่อุปสงค์เป็นกุญแจสำคัญที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในสถานประกอบการในการศึกษา งานวิจัยส่วนใหญ่พบว่า ความร่วมมือในโซ่อุปทานและโซ่อุปสงค์ร่วมกัน ระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหา วัตถุประสงค์ไม่ได้มีการดำเนินการร่วมกันอย่างชัดเจนของสถานการณ์ในการแข่งขัน อีกทั้ง การวิจัยนี้ใช้วิธีการทบทวนอย่างเป็นระบบ โดยศึกษาวรรณกรรมของการจัดการโซ่อุปทานและโซ่อุปสงค์และความร่วมมือจากมุมมองการสื่อสาร ทั้งนี้การศึกษาความร่วมมือระหว่างผู้ซื้อและผู้จัดหาคาดว่าจะให้ข้อมูลเชิงลึกสำหรับการศึกษาความร่วมมือในโซ่อุปทาน ซึ่งมีงานวิจัย จำนวน 21 เรื่อง สำหรับการทบทวนวรรณกรรมในโซ่อุปสงค์ จำนวน 25 เรื่อง ทั้งสองบริบทเกี่ยวกับความร่วมมือจากมุมมองการสื่อสาร ในการทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบเกี่ยวกับการจัดการโซ่อุปทานและโซ่อุปสงค์และการทำงานร่วมกันจากมุมมองการสื่อสาร ซึ่งผ่านการทำงานร่วมกันและการสื่อสารในการใช้เทคโนโลยีเป็นตัวช่วยสำคัญทั้งความพร้อมและความคล่องตัวในการสื่อสารมีส่วนสำคัญต่อความร่วมมือกับผู้ซื้อและผู้ขาย ซึ่งมีความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายเป็นกระบวนการทางสังคมของการดำเนินงานของสถานประกอบการ ในการนี้ มีข้อเสนอแนะของมุมมองแบบองค์รวมเกี่ยวกับพฤติกรรมสื่อสารภายในความสัมพันธ์ระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขายและสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้

Kač et al. (2019) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องปัจจัยความสัมพันธ์ในการจัดการ โซ่อุปทานการท่องเที่ยวในสโลวีเนียและโครเอเชีย เพื่อศึกษาปัจจัยความสัมพันธ์ที่มีอิทธิพลต่อ โซ่อุปทานการท่องเที่ยวและความสัมพันธ์ระหว่างพันธมิตรในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์และแบบสอบถามกระดาษกับผู้ที่ทำงานร่วมกับพันธมิตรด้านการท่องเที่ยวและโซ่อุปทานด้านการท่องเที่ยวในโครเอเชียและสโลวีเนียจำนวน 162 คน ระหว่างปี ค.ศ. 2017 - 2018 พบว่าอุตสาหกรรมภาคการท่องเที่ยวจะต้องตระหนักถึงความหมายของความไว้วางใจ การสื่อสารค่านิยมที่แบ่งปัน และความมุ่งมั่นในความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมของการทำงานร่วมกันระหว่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีความเกี่ยวข้องกับเครือข่ายหุ้นส่วนขององค์กรตน ในขณะที่โซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่ประสบความสำเร็จและมุ่งมั่นในระยะยาวของภาคการท่องเที่ยวในโครเอเชียและสโลวีเนียจะสามารถดำรงอยู่ในความรู้สึกร่วมมือกันของการทำงานร่วมกันได้โดยมีพันธมิตรผูกพันต่อกันในด้านความสัมพันธ์ ความไว้วางใจซึ่งกัน การมีค่านิยมร่วมกัน และการสื่อสารที่ดีระหว่างพันธมิตรในโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

Sifolo (2020) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องการจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยว: ตัวเร่งปฏิกิริยาสู่การพัฒนาในแอฟริกา โดยใช้การวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากข้อมูลขนาดใหญ่ของหน่วยงานภาคพื้นทวีปและแหล่งข้อมูลนอกภาครัฐนำมาอนุมานด้วยการระบุลักษณะภายในข้อมูลอย่างเป็นระบบ พบว่าการบูรณาการในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มส่วนแบ่งของธุรกิจการท่องเที่ยวในแอฟริกาจะเป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาทุกภาคส่วน การจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่ดีสามารถกระตุ้นการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน อีกทั้งยังสนับสนุนให้สังคมได้รับประโยชน์จากส่วนแบ่งของการท่องเที่ยว ในขณะที่การประสานงานเชิงกลยุทธ์ระหว่างพันธมิตรจะช่วยกระจายการท่องเที่ยวและปรับปรุงประสิทธิภาพของการท่องเที่ยวได้ การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพและการเชื่อมโยงแบบแนบแน่นมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความได้เปรียบในการแข่งขันและความเจริญรุ่งเรืองขององค์กรด้านการท่องเที่ยว โดยมีผลประโยชน์สูงสุดจากการสร้างมูลค่าสำหรับองค์กรภายในภูมิภาคและระหว่างภูมิภาคที่ดำเนินงานภายในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในแอฟริกา

Oleksii et al. (2020) ได้ศึกษางานวิจัยเรื่องความเชื่อมโยงระหว่างการเติบโตทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว: ผลกระทบจากโควิด-19 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการท่องเที่ยวกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งในปัจจุบันได้รับความเสียหายจากวิกฤตโควิด-19 มีวัตถุประสงค์ในการคาดการณ์สถานการณ์ที่เป็นไปได้สำหรับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในยูเครนและประเทศในสหภาพยุโรป (ลัตเวีย ลิทัวเนีย เอสโตเนีย โปแลนด์ เช็กเกีย และฮังการี) ในช่วงการ

ระบาดใหญ่ ด้วยการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อคาดการณ์การฟื้นตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวทางบกจากการถูกจำกัดการเคลื่อนไหว โดยใช้แบบจำลองการถดถอยอัตโนมัติแบบบูรณาการ โดยอิงตามคำขอแบบไดนามิกสำหรับการวางแผนเส้นทางการเดินทางของผู้ใช้แอปเปิลในยูเครนระหว่างวันที่ 13 มกราคม ถึง 9 พฤษภาคม 2020 ผลลัพธ์ที่ได้จากการคาดการณ์ระบุว่ามาตรการกักกันที่นำมาใช้มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อการเอาชนะภาวะถดถอยในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในสภาวะความตึงเครียดทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ มาตรการในการรับมือกับการระบาดของโควิด-19 ยังส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจและจำกัดการเคลื่อนไหวของประชาชนทั้งในและนอกประเทศ

Puwanendram and Ganeshan (2021) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง บทที่หก: โซ่อุปทานการท่องเที่ยวและการจัดการวิกฤต โดยใช้การสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์และการสัมภาษณ์แบบตัวต่อตัวกับผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวจำนวนสองคนและบุคคลในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำนวนสองคน รวมถึงการศึกษาตามหนังสือ บทความในหนังสือ วารสาร แหล่งข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์และสิ่งพิมพ์อื่นๆ ในศรีลังกา แล้วใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีเชิงคุณภาพ จากแนวโน้มการแข่งขันระดับโลกใน จะมุ่งเน้นไปที่โซ่อุปทานมากกว่าการเป็นแต่ละองค์กร การที่โซ่อุปทานการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจที่สำคัญสำหรับศรีลังกา ดังนั้นการเสริมสร้างความเข้มแข็งในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจะช่วยแก้ไขและจัดการกับวิกฤติที่จะเกิดขึ้นได้ การสร้างความยืดหยุ่นเพื่อเอาชนะวิกฤตทั้งภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องจะต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางในการดำเนินการ ตลอดจนนโยบายและกลยุทธ์ใหม่ๆ ที่จะจัดการกับวิกฤติดังกล่าวด้วยกัน