

เว็บไซต์ไทยเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
 การจัดทำแผนที่จากพื้นที่ท่องเที่ยว-นิคมการเกษตรท่องเที่ยวของ
 ๑. ไร่เป็นจุดอ่อนของโปรแกรมของเมืองที่ยั่งยืน
 นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อการจัดการโดยผู้จัดทำของเมืองต่าง ๆ ใน GMS และใน
 โลจิสติกส์การท่องเที่ยวชายแดนของไทยเป็นอย่างไร
 ๒. ไร่เป็นจุดอ่อนของโลจิสติกส์ของเมืองเวียงจันทน์
 เว็บไซต์ไทยเป็นอย่างไรเมื่อเทียบกับคู่แข่ง
 แผนที่การท่องเที่ยวของเมืองเวียงจันทน์ใน GMS

การพัฒนาการท่องเที่ยว เชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในกลุ่มแม่น้ำโขง 3

Integrated Development of Sustainable Tourism in the Mekong Region 3



รายชื่อคณะนักวิจัย

1. ศ.ดร.มิ่งสรรพ	ชาวสอาด	หัวหน้าโครงการ
2. นายจักรพงษ์	อันทอง	นักวิจัย
3. รศ.ดร.อรุณี	อินทรไพโรจน์	นักวิจัย
4. ผศ. คมสัน	สุริยะ	นักวิจัย
5. อ.ดร.อนันต์	วัฒนกุลจรัส	นักวิจัย
6. นางกรวรรณ	สังขกร	นักวิจัย
7. นางสาวศิริพร	ศรีชูชาติ	นักวิจัย
8. นายไพรัช	พิบูลย์รุ่งโรจน์	นักวิจัย
9. นายสุเมธ	พฤกษ์ฤดี	นักวิจัย

ร่วมกับ

1. Mr. Thavipheth Oula	National Tourism Authority of Lao PDR
2. Mr. Kettasone Sundara	National Tourism Authority of Lao PDR
3. Mr. Men Prachvuthy	Royal University of Phnom Penh, Cambodia
4. Mr. Phuong Sopheak	APSARA Authority, Siem Reap, Cambodia
5. Mr. Hpone Thant	Union of Myanmar Travel Association, Myanmar

บทคัดย่อ

การศึกษานี้ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS) ซึ่งในการศึกษาครอบคลุม กัมพูชา สปป.ลาว สหภาพพม่า และไทย (2) สร้างเกณฑ์เทียบสมรรถนะระดับประเทศ และจังหวัดท่องเที่ยวหลัก (3) เปรียบเทียบสมรรถนะระบบโลจิสติกส์สารสนเทศของประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์ (4) เพื่อนำเสนอแนะกลยุทธ์ในการจัดการระบบจัดบริการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและในประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงให้มีคุณภาพทัดเทียมและเหนือกว่าประเทศคู่แข่ง และ (5) สร้างระบบฐานข้อมูล

การศึกษารวมของการท่องเที่ยวในประเทศลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ กัมพูชา สปป.ลาว สหภาพพม่า และไทย เพื่อให้เข้าใจถึงขนาดของเศรษฐกิจท่องเที่ยว และแนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต จากมุมมองโลจิสติกส์พบว่า ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงทางอากาศ โดยผู้เดินทางจากนานาประเทศที่เข้าสู่ภูมิภาคส่วนใหญ่จะต้องผ่านไทย แต่มีเวียดนามซึ่งมีแนวโน้มจะสร้างตัวเป็นศูนย์กลางเพื่อรับนักท่องเที่ยวจากทวีปอเมริกา การพยากรณ์อนาคตของนักท่องเที่ยวภูมิภาคนี้พบว่ามีแนวโน้มที่สดใส การเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคจะมีแนวโน้มการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวของโลกและเป็นการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยระหว่างร้อยละ 7.5 ถึง 15.7 ใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยที่เวียดนามและกัมพูชามีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน 2 อันดับแรก

ส่วนของการจัดการโลจิสติกส์ด้านซัพพลาย เริ่มด้วยการวิเคราะห์เทคโนโลยีสารสนเทศ และเปรียบเทียบศักยภาพของการใช้สารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวของไทยกับสิงคโปร์ พบว่า เว็บไซต์ของสิงคโปร์และของไทยมีความน่าดึงดูดใจทัดเทียมกัน แต่ในแง่การใช้งาน สิงคโปร์มีรายการย่อยมากกว่าไทย 300 รายการ และมีการบูรณาการข้อมูลดีกว่า และการศึกษาเว็บไซต์ของเอกชนไทยที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลของเว็บไซต์จำนวน 79 เว็บไซต์พบว่า เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.61) ไม่มีแผนผังเว็บไซต์ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบสถาปัตยกรรมสารสนเทศและช่วยในการค้นหา เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.01) ยังไม่เปิดให้จองบริการผ่านระบบออนไลน์

การศึกษาโลจิสติกส์เชิงพื้นที่แบ่งเป็น 3 ระดับด้วยกันคือ ระหว่างประเทศ จุดผ่านแดน ระดับเมือง และชุมชนทั้งนี้ได้มีการจัดทำเกณฑ์และดัชนีเปรียบเทียบสมรรถนะและดัชนีเพื่อประเมินความพร้อมของแต่ละพื้นที่ การศึกษาในเรื่องการเคลื่อนย้ายของนักท่องเที่ยวชายแดนพบว่า มีวิธีการ

ปฏิบัติที่แตกต่างกัน และด้านอรัญประเทศมีแนวทางปฏิบัติที่ดีสามารถส่งนักท่องเที่ยวผ่านแดนอย่างมีประสิทธิภาพสูง 10-45 วินาทีต่อคน การศึกษาระบบโลจิสติกส์ ณ จุดผ่านแดนยังพบว่า ระบบผ่านแดนได้ค่อยๆ ปรับจากการตรวจสอบและอนุญาตไปเป็นการให้บริการมากขึ้นแต่มาตรฐานการให้บริการ (ตามเกณฑ์สมรรถนะที่ทีมวิจัยกำหนด) ยังเหลื่อมล้ำกันอยู่ระหว่างจุดผ่านแดนทั้งนี้ เนื่องจากการจัดการและเทคโนโลยีที่ใช้

การศึกษาระบบโลจิสติกส์ของเมืองเชียงใหม่พบว่าเชียงใหม่มีระบบคมนาคมต่อเชื่อมกันค่อนข้างสมบูรณ์ และเชียงใหม่ยังไม่มีปัญหาโลจิสติกส์สำหรับนักท่องเที่ยวในเวลาปกติ ในกรณีของ mass tourism สามารถจัดการการท่องเที่ยวที่มีรสนิยมการเดินทางต่างกันได้ดี การวิเคราะห์การจัดการพบว่ายังไม่มีปัญหามากนักเมื่อเทียบกับกรุงเทพฯ เวลารถติดในเชียงใหม่คิดเป็นร้อยละ 3-5 ของเวลาปฏิบัติงานของยานยนต์ ในขณะที่ในกรุงเทพฯ เวลารถติดคิดเป็นร้อยละ 20-30 ของเวลาปฏิบัติงาน และจะมีปัญหาเฉพาะในช่วงงานประเพณี เช่นสงกรานต์และลอยกระทง ซึ่งจะทำให้มียานพาหนะเพิ่มขึ้นร้อยละ 60 และ 20 ตามลำดับ

การศึกษาด้านโลจิสติกส์เชิงพื้นที่ในระดับชุมชนห้าแห่งคือ บ้านแม่กำปอง บ้านผานกกก บ้านแม่กลางหลวง บ้านห้วยฮี้ และบ้านปลายโพงพาง พบว่า จุดอ่อนของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่ข้อมูลที่จะช่วยทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเป็นไปด้วยความสะดวกและสบาย (ตามสภาพ) ฯลฯ และการที่ชุมชนไม่มีกระบวนการที่จะเอานักท่องเที่ยวออกมาอย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน

การศึกษาคความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ พนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ ย่างกุ้ง เวียงจันทน์ และหลวงพระบาง เป็นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในอนุภูมิภาคสุ่มแม่น้ำโขง 3,841 ตัวอย่างตามเกณฑ์สมรรถนะที่กำหนด ทุกเมืองมีปัญหาโลจิสติกส์ในกรณีฉุกเฉิน เช่น รถเสีย อุบัติเหตุ เมืองที่มีปัญหาราจร้ายน้อยที่สุดก็คือ หลวงพระบาง เมืองที่ขาดแคลนบริการโลจิสติกส์ที่สุด คือ ย่างกุ้ง เมืองที่มีค่าคะแนนโลจิสติกส์ที่ดีที่สุดคือ เชียงใหม่

ในด้านการไหลของข้อมูล เมืองเชียงใหม่มีจุดเด่นที่ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว ที่พักและอาหาร แต่มีจุดอ่อนที่ข้อมูลการขนส่ง เมืองอื่นๆ ในอนุภูมิภาคมีปัญหาด้านข้อมูลในระดับเดียวกันทุกเมือง ยกเว้นย่างกุ้งมีปัญหา最多ในทุกเรื่อง ทางด้านโลจิสติกส์การเงินพบว่า ไทยมีปัญหาในเรื่องของการคืนค่าภาษีเท่านั้น เมืองอื่นๆ มีปัญหาใกล้เคียงกันทุกเรื่อง โดยเฉพาะการใช้เช็คเดินทางและเครดิตการ์ด ส่วนย่างกุ้งมีปัญหา最多ทุกเรื่อง โดยทั่วไปแล้วทุกประเทศได้คะแนนระบบโลจิสติกส์ต่ำกว่าคะแนนความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว

การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะหลายประการได้แก่ ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาบุคลากรท่องเที่ยว ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ข้อเสนอปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์พื้นฐาน ตั้งแต่การให้ข้อมูลขอวีซ่า ไปจนถึงการเชื่อมโยงจุดท่องเที่ยวต่างๆ ข้อเสนอแนะด้านเครือข่ายและระบบข้อมูล

โลจิสติกส์ รวมทั้งการจัดการบริหารโลจิสติกส์ในระดับชาติ เช่น ประเทศไทยควรจัดให้มี Visa online ใน 5 ภาษา ควรจัดให้มีการตรวจลงตรา Visa บนรถไฟหรือรถบัส ควรมีการให้ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยวที่ไม่มีการเดินทางเป็นกลุ่มมากขึ้น งานวิจัยนี้ยังได้เสนอให้มีการศึกษาระบบโลจิสติกส์ เฉพาะกลุ่มตลาด เช่น ตลาดคนไทย ตลาด MICE การศึกษาเพื่อจัดการโลจิสติกส์ที่เชื่อมโยงแหล่ง มรดกโลก เป็นต้น

ABSTRACT

This study, supported by the National Research Council, aims to 1) review tourism in the Greater Mekong Sub region (GMS) including Cambodia, Lao PDR, Myanmar, Thailand and Vietnam, 2) construct benchmarking criteria for assessing international links through border check points and major tourism cities, 3) compare tourism information systems (in particular, the websites of Thailand and Singapore), 4) recommend strategies for tourism logistics, and 5) create a GMS tourism database.

Thailand is an international hub for the GMS although Vietnam is growing in importance and will soon establish itself as another hub as Pacific traffic from the Americas grows. Tourism growth in the past five years was impressive ranging from 7.5 to 15.7 percent with Vietnam and Cambodia showing the highest growth rates. Looking into the future, the prospect remains bright as the expected growth for Asia and Pacific tourism is higher than the world's.

Supply side analysis started with an investigation into information logistics. Comparing Thai websites with Singaporean websites revealed that both were attractive but Singapore's official website has 300 more sub-functions and were better integrated. Examining the 79 websites of the private sector found that 88.61 percent had no website design plan which is an important component for information architecture and 81.01 percent cannot engage in online trade.

Three levels of area-based studied were undertaken. Two border check points at Aranyaprathed and Nong Khai were compared. The Aranyaprathed check point was very efficient, capable of processing visitors at rates of 10-45 seconds per visitor. Border procedure are gradually transforming from an approval system to a service system, but services at the two border check points are still quite different owing to management and technology.

Our study of the logistics of Chiang Mai city indicated that Chiang Mai has a relatively well-connected communication system and mass tourism can be competently managed. In normal times, traffic jam in Chiang Mai account for only 3-5 percent of travel time compared to 20-30 percent for Bangkok. However, during festivals seasons, the traffic situation in Chiang Mai deteriorates rapidly. There are 20-60 percent more vehicles on the road during the Songkran and Loy Krathong festivals.

To analyze community-levels logistics, five communities were selected -- Mae Kampong, Buak Tuei, Mae Klang Luang, Huey Hee and Plai Phong Phang. The biggest logistical weakness in community-based tourism is the limited ability to quickly transfer tourists out of the village in case of emergency. In addition, the provision of information to enable a reasonably comfortable stay is all weak.

Benchmarking major GMS tourist cities (Phnom Penh, Siem Reap, Yangon, Vientiane and Chiang Mai) by interviewing 3841 international tourists according to a set of common criteria revealed that all cities were perceived to be less prepared in emergency such as car accidents or technical breakdowns. Luang Prabang has the fewest traffic problems. Yangon is the city with the greatest logistical obstacles and Chiang Mai has the best scores in most areas.

For information flow, Chiang Mai has the best information on attractions, accommodation and food but is less impressive on communication and transport. Other GMS cities tended to have the same degree of information problems as each other except Yangon which has serious problems in all aspects. Financially, Yangon faces the greatest logistical problems because it is sanctioned by western countries, and as a result, travelers' cheques and credit cards are not accepted. Thailand has VAT return problem and all cities have lower scores for logistics than for attractions.

A large number of recommendations are offered including human resource development and strategies for basic logistics and network improvements. For example, Thailand should provide visa online in at least 5 languages. Border crossing could be process on the train or the bus as the coach leaves Udonthani. There should be more logistics information for FIT (Free Individual Tourists). The study also suggest further studies which are group focused rather than area focused such as logistic studies of domestic tourists, MICE tourism, and logistics for linking world heritage sites.

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อ.....	i
Abstract.....	v
สารบัญ.....	ix
สารบัญตาราง.....	xiii
สารบัญรูป.....	xxi
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 คำสำคัญ.....	2
1.4 ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว.....	3
1.5 วิวัฒนาการของแนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว.....	11
1.6 โครงสร้างการศึกษา.....	13
บทที่ 2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง.....	15
2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง.....	16
2.2 สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงรายประเทศ.....	18
2.3 บทสรุป.....	48
บทที่ 3 การวิเคราะห์สมรรถนะของข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์ (e-Tourism) ของไทย.....	49
3.1 คุณลักษณะของสินค้าบริการท่องเที่ยว.....	49
3.2 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	50
3.3 เว็บไซต์ของธุรกิจท่องเที่ยว.....	54
3.4 ผลกระทบของ ICT ต่ออุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยว.....	61
3.5 การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการท่องเที่ยวยุคใหม่.....	65

เรื่อง	สารบัญญ (ต่อ) หน้า
3.6 บทสรุป.....	68
บทที่ 4 ระบบโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว	
ระหว่างประเทศ (ชายแดน)	69
4.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน.....	71
4.2 ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว.....	71
4.3 ผลการวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์.....	75
4.4 ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน.....	94
4.5 บทสรุป.....	96
4.6 ข้อเสนอแนะ.....	97
บทที่ 5 การวิเคราะห์โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว	
ระดับเมืองท่องเที่ยว (เชียงใหม่).....	101
5.1 ทบทวนวรรณกรรมโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวระดับเมืองท่องเที่ยว.....	102
5.2 กรอบแนวคิดในการศึกษาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว	
ระดับเมืองท่องเที่ยว.....	103
5.3 พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.....	104
5.4 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Flow).....	113
5.5 วิเคราะห์โลจิสติกส์.....	116
5.6 บทสรุป.....	130
5.7 ข้อเสนอแนะ.....	131
บทที่ 6 ระบบโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน.....	133
6.1 ทบทวนวรรณกรรมโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน	
ของการท่องเที่ยวชุมชน.....	134
6.2 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์.....	137
6.3 ตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว.....	138
6.4 การวิเคราะห์โลจิสติกส์.....	139
6.5 ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน.....	152

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
6.6 บทสรุป.....	163
6.7 ข้อเสนอแนะ.....	165
บทที่ 7 การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวและความจงรักภักดี.....	169
ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่	
7.1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ.....	170
7.2 ความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว.....	171
7.3 การจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว.....	172
7.4 แบบจำลองที่ใช้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	172
7.5 ระเบียบวิธีการวิจัย.....	174
7.6 การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่.....	177
7.7 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	180
7.8 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	185
7.9 คุณค่าที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่.....	189
7.10 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าที่ได้รับกับความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยว ในจังหวัดเชียงใหม่.....	199
7.11 บทสรุป.....	204
บทที่ 8 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ระดับเมืองในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง.....	207
8.1 ระเบียบวิธีวิจัย.....	207
8.3 ผลการศึกษาความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดการโลจิสติกส์.....	210
8.3 บทสรุป.....	252
บทที่ 9 การศึกษาผลกระทบจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมแบบเงินก้อนจาก นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าประเทศไทยทางอากาศ.....	253
9.1 วิธีการศึกษา.....	256
9.2 ผลการศึกษา.....	260

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
9.3 บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	283
บทที่ 10 บทสรุป และข้อเสนอแนะ.....	285
10.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว.....	286
10.2 การศึกษาแนวโน้มในภาพรวม.....	286
10.3 การศึกษาด้านชีพพลาย.....	286
10.4 โลจิสติกส์เชิงพื้นที่.....	288
10.5 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในระบบโลจิสติกส์ของนักท่องเที่ยว (เมืองและจุดผ่านแดน).....	289
10.6 ผลกระทบทางด้านภาษีต่อการเข้ามาของนักท่องเที่ยว.....	289
10.7 ข้อเสนอแนะ.....	290
บรรณานุกรม.....	295

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2-1: สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (ยกเว้นประเทศในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง) ปี พ.ศ.2545-2550.....	17
2-2: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือน สปป.ลาว ปี พ.ศ.2540-2549.....	20
2-3: รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของ สปป.ลาว ในช่วงปี พ.ศ.2540-2549.....	21
2-4: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน สปป.ลาวจำแนกตามภูมิลำเนาในปี พ.ศ.2535-2549.....	22
2-5: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน สปป.ลาวจำแนกตามข้อมูลของนักท่องเที่ยวปี พ.ศ.2545-2549.....	23
2-6: นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน สปป.ลาว มากที่สุด 10 อันดับแรก.....	25
2-7: นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ สปป.ลาว โดยใช้หนังสือผ่านแดนชั่วคราว (Border Pass).....	26
2-8: จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยือนกัมพูชา.....	27
2-9: นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนกัมพูชาจำแนกตามจุดผ่านแดนต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2548-2549.....	28
2-10: นักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชาจำแนกตามลักษณะการเดินทาง ในช่วงปี พ.ศ.2548-2549.....	29
2-11: นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนกัมพูชามากที่สุด 10 อันดับแรกในปี พ.ศ.2549.....	30
2-12: นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่าตามจุดผ่านแดนต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.2545-2549.....	33
2-13: นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่าตามพรมแดนระหว่างประเทศ ในช่วงปี พ.ศ.2545-2549.....	34
2-14: ประเภทของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่า ณ จุดผ่านแดนเมืองย่างกุ้ง ในช่วงปี พ.ศ.2545-2549.....	35
2-15: รายได้จากการท่องเที่ยวของสหภาพพม่าในปี พ.ศ.2545-2549.....	36

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
2-16: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่ามากที่สุด 10 อันดับแรก ในช่วงปี พ.ศ.2548-2549.....	37
2-17: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่าจำแนกตามภูมิลำเนาใน ปี พ.ศ.2549.....	38
2-18: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่าจำแนกตามข้อมูลของนักท่องเที่ยว ปี พ.ศ.2549.....	40
2-19: นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยจำแนกตามภูมิลำเนา.....	41
2-20: นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงที่มาเยือนประเทศไทย.....	43
2-21: รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ.2540-2550.....	44
2-22: นักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทาง.....	46
2-23: เหตุผลในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย.....	46
2-24: นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยือนประเทศไทยจำแนกตามภูมิลำเนา.....	47
3-1: ฟังก์ชันหรือเมนูหลักที่ต้องปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์.....	56
4-1: กลุ่มผู้เดินทางผ่านแดนไทย-สปป.ลาว และไทย-กัมพูชา.....	72
4-2: จำนวนผู้ผ่านด่านอรัญประเทศและด่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาวในปี พ.ศ.2549.....	74
4-3: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับขั้นตอนของการเดินทางเข้าสู่ด่าน.....	77
4-4: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับขั้นตอนของการผ่านแดน.....	81
4-5: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องมีสำหรับขั้นตอน ของการออกจากจุดผ่านแดนเพื่อเข้าสู่จังหวัดในประเทศไทย.....	85
4-6: ช่องทางหลักของการผ่านเข้าเมือง ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ.....	93
5-1: ความเร็วเฉลี่ยของการเคลื่อนที่ของรถท่องเที่ยวเปรียบเทียบกับระหว่าง เชียงใหม่กับปอยเปต.....	107
5-2: สัดส่วนจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมได้ต่อวัน เปรียบเทียบกับระหว่างจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอุดรธานี.....	109
5-3: สัดส่วนเวลารอคิวของรถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับรถแท็กซี่ในกรุงเทพฯ.....	110

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5-4: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยยานพาหนะต่างๆ ในปี พ.ศ.2549.....	114
5-5: การเปรียบเทียบจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวต่อวันของนักท่องเที่ยวจากชาติต่างๆ.....	114
5-6: การเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมืองและรอบนอก ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถโค้ชขนาดใหญ่.....	115
5-7: การเปรียบเทียบสัดส่วนเวลาท่องเที่ยวในตัวเมืองและรอบนอก ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถโค้ชขนาดใหญ่.....	115
5-8: การเปรียบเทียบระยะเวลาเฉลี่ยในการเดินทางไป-กลับสถานที่ท่องเที่ยว และสัดส่วนเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่บนรถตู้.....	116
5-9: บริการเชื่อมโยงการเดินทางจากสถานีรับส่งผู้โดยสารหลัก.....	116
5-10: การเปรียบเทียบความเร็วเฉลี่ยของยานพาหนะของนักท่องเที่ยวจากชาติต่างๆ.....	117
5-11: การปรากฏของข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่บนอินเทอร์เน็ต.....	118
5-12: การรู้ข่าวสารงานพิธีสวนโลกผ่านทางสื่อต่าง ๆ	120
5-13: ประเภทของยานพาหนะต่างๆ ที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวงานพิธีสวนโลก.....	121
5-14: ระดับคะแนนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดมหกรรมและ ระบบโลจิสติกส์ด้านต่างๆ ในงานมหกรรมพิธีสวนโลก.....	122
5-15: สถานที่จัดแสดงต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ	123
5-16: สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ.....	124
5-17: แสดงระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหลังการเที่ยวชม งานพิธีสวนโลก.....	125
5-18: แสดงระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนเข้าชมงานพิธีสวนโลก.....	125
5-19: แสดงความพร้อมในด้านต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่.....	126
5-20: แสดงสัดส่วนของระยะเวลาที่เสียไปกับรถติดต่อระยะเวลาดำเนินการ.....	127
5-21: ปริมาณรถยนต์จากต่างจังหวัดที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ในเทศกาลต่างๆ.....	127
5-22: ระยะเวลาในการจอดรถคอยผู้โดยสารและจำนวนครั้งที่จอดต่อวัน.....	128

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
5-23: สัดส่วนการจอดรถข้างทางและการจอดรถในลานจอดรถ ณ แหล่งท่องเที่ยว ของรถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่ ในจังหวัดเชียงใหม่.....	129
6-1: ข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวชุมชน.....	134
6-2: การใช้โลจิสติกส์ในการสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในสหภาพยุโรป.....	135
6-3: กลุ่มนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชน.....	138
6-4: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการ สำหรับขั้นตอนของการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว.....	141
6-5: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการ สำหรับขั้นตอนของการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว.....	144
6-6: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการ สำหรับขั้นตอนของการออกจากสถานที่ท่องเที่ยว.....	149
6-7: ดัชนีชี้วัดด้านความสามารถในการนำนักท่องเที่ยวออกจากสถานที่ ในกรณีฉุกเฉิน.....	151
6-8: การจัดสรรรายได้ของแต่ละหมู่บ้านประจำปี พ.ศ. 2549.....	155
6-9: รายได้ต่อครัวเรือนที่เข้าร่วมให้บริการบ้านพักแก่นักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549.....	156
7-1: ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และที่มาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	176
7-2: จำนวนนักท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย และรายได้จากการท่องเที่ยว ของจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ. 2549.....	178
7-3: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง.....	181
7-4: วิธีการเดินทางเข้า - ออกจากจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง.....	183
7-5: ประเทศที่มาและแบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง.....	184
7-6: สาเหตุหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก.....	185
7-7: เมืองที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวแทนจังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก.....	186
7-8: เหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบในระหว่างท่องเที่ยว ที่เชียงใหม่ในครั้งนี้.....	187
7-9: จำนวนเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกมาท่องเที่ยวในครั้งนี้.....	188

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
7-10: ลำดับการเลือกเมือง/สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง.....	189
7-11: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ.....	191
7-12: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางการเงิน.....	193
7-13: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ.....	194
7-14: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่.....	196
7-15: เมือง/สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม 10 ลำดับแรกในการเดินทางท่องเที่ยว ในครั้งนี้นักท่องเที่ยว.....	198
7-16: ความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง.....	198
7-17: ผลการทดสอบ Reliability ของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์.....	200
7-18: ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์ ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์.....	202
8-1: จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเมืองท่องเที่ยวหลัก.....	208
8-2: เมืองคู่แข่งในการท่องเที่ยวภายในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง.....	208
8-3: ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวด้านการไหลเวียนทางด้านกายภาพ.....	211
8-4: ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวด้านการไหลเวียนทางการเงิน.....	213
8-5: ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวด้านการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ.....	215
8-6: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทาง มาครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ.....	217
8-7: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางการท่องเที่ยวของเมืองอย่างกึ่ง ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ.....	218

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
8-17: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทาง อิสระกับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากรูปทัวร์.....	234
8-18: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวจาก ทวีปยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น.....	236
8-19: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองย่างกุ้งระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับ นักท่องเที่ยวจากที่อื่น.....	237
8-20: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเวียงจันทน์ระหว่างนักท่องเที่ยวจาก ทวีปยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น.....	239
8-21: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางระหว่างนักท่องเที่ยวจาก ทวีปยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น.....	240
8-22: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองพนมเปญระหว่างนักท่องเที่ยวจาก ทวีปยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น.....	242
8-23: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบระหว่างนักท่องเที่ยวจาก ทวีปยุโรปกับ นักท่องเที่ยวจากที่อื่น.....	243
8-24: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกับ นักท่องเที่ยวรายได้ต่ำ.....	245

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
8-25: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเวียงจันทน์ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มี รายได้สูงกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ.....	247
8-26: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางระหว่างนักท่องเที่ยวที่มี รายได้สูงกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ.....	248
8-27: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองพนมเปญระหว่างนักท่องเที่ยวที่มี รายได้สูงกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ.....	250
8-28: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบระหว่างนักท่องเที่ยว ที่มีรายได้สูงกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ.....	251
9-1: ประเภทของค่าธรรมเนียมการท่องเที่ยวจำแนกโดย WTO.....	254
9-2: แบบจำลองสถานการณ์ขีดสุดต่ำ (Lowest vs. highest limits).....	259
9-3: ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวมจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียม นักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปแบบเงินก้อน (เปอร์เซ็นต์ %).....	264
9-4: ผลกระทบด้านดุลของรัฐบาลจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยว ต่างชาติในรูปแบบเงินก้อน (เปอร์เซ็นต์ %).....	267
9-5: ผลกระทบด้านสวัสดิการของสังคมจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยว ต่างชาติในรูปแบบเงินก้อน (เปอร์เซ็นต์ %).....	269
9-6: กิจกรรมต่างๆ และการจำแนกความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว.....	270
9-7: ผลกระทบต่ออุปทานโดยรวมของ 10 กิจกรรมท่องเที่ยว (โดยตรง) (เปอร์เซ็นต์ %).....	274
9-8: ผลกระทบต่อผลผลิตออกในประเทศของ 10 กิจกรรมท่องเที่ยว (โดยตรง) (เปอร์เซ็นต์ %).....	277
9-9: ผลกระทบต่อการนำเข้าของ 10 กิจกรรมท่องเที่ยว (โดยตรง) (เปอร์เซ็นต์ %).....	280

สารบัญรูป

รูปที่	หน้า
1-1: ขอบเขต Tourism Logistics.....	3
1-2: กรอบแนวคิดในการศึกษาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว.....	5
1-3: ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.....	9
1-4: การจัดการโลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน.....	10
2-1: แผนที่ 6 ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง.....	15
2-2: วัดเชียงทอง หลวงพระบาง.....	21
2-3: นครวัด เมืองเสียมเรียบ.....	29
2-4: เจดีย์ชเวดากอง กรุงย่างกุ้ง.....	33
2-5: เรือสำราญ Road to Mandalay ในสหภาพพม่า.....	40
4-1: เดิมการรอคอยของนักท่องเที่ยวที่จะผ่านไปยังประเทศกัมพูชา ซึ่งต้องรอคิวร่วมกับนักการพนันที่รออยู่ก่อนเป็นจำนวนมาก.....	89
4-2: การจัดช่องทางใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะภายในอาคาร ตรวจคนเข้าเมืองชาออกหลังใหม่ทำให้นักท่องเที่ยวผ่านเข้าออกได้เร็วขึ้น.....	89
4-3: บัตรผ่านแดนรายวันของชาวกัมพูชา.....	91
4-4: บัตรคนเข้าเมือง ออกให้โดยด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ.....	91
4-5: การตรวจบัตรคนเข้าเมืองด้วยระบบบาร์โค้ด.....	92
4-6: การแสดงภาพของผู้ถือบัตรคนเข้าเมืองบนจอมอนิเตอร์ขนาดใหญ่.....	92
4-7: เครื่องสแกนแถบแม่เหล็กสำหรับใช้กับหนังสือเดินทาง (Passport).....	93
4-8: เครื่องสแกนบาร์โค้ด สำหรับใช้กับบัตรผ่านแดน (Immigration card).....	93
5-1: พื้นที่การท่องเที่ยวหลัก (Nodes) ของจังหวัดเชียงใหม่.....	105
5-2: เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่สำคัญ (Links).....	112
5-3: ช่องทางการเดินทางเข้ามาจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ.2549.....	113
6-1: การแบ่งขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน.....	137
7-1: แบบจำลองการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว.....	173

สารบัญญรูป (ต่อ)

รูปที่	หน้า
7-2: กรอบแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว.....	174
7-3: แบบจำลองสำหรับวิเคราะห์คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจและการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่.....	177
7-4: จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2535 - 2549.....	179
7-5: ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจและการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวที่มีการปรับปรุงแล้ว.....	201
9-1: ผลกระทบต่ออุปทานรวมของกิจการต่างๆ.....	273
9-2: ผลกระทบต่ออุปทานรวมของกิจการในระยะสั้น.....	273
9-3: ผลกระทบต่ออุปทานรวมของกิจการในระยะยาว.....	274
9-4: ผลกระทบต่อผลผลิตออกในประเทศของกิจการต่างๆ.....	276
9-5: ผลกระทบต่อผลผลิตในประเทศของกิจการในระยะสั้น.....	276
9-6: ผลกระทบต่อผลผลิตในประเทศของกิจการในระยะยาว.....	277
9-7: ผลกระทบต่อการนำเข้าของกิจการต่างๆ.....	279
9-8: ผลกระทบต่อการนำเข้าของกิจการในระยะสั้น.....	279
9-9: ผลกระทบต่อการนำเข้าของกิจการในระยะยาว.....	280

บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของการวิจัย

การท่องเที่ยวทำรายได้จากนักท่องเที่ยวทั้งในและนอกประเทศปีละประมาณ 800,000 ล้านบาท และมีสัดส่วนใน GDP ถึงร้อยละ 14.9 (WTT, 2007) ในการศึกษาที่ผ่านมา (มิ่งสรรพ และ คณะ, 2549) พบว่าปัญหาด้านการท่องเที่ยวของประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) ไม่ได้อยู่ที่เรื่องแหล่งท่องเที่ยว หากแต่อยู่ที่การจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain) ซึ่งก็คือการจัดการขั้นตอนต่างๆ ในการบริการที่ต้องต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ให้มีประสิทธิภาพ ทั้งใน ด้านเวลา ต้นทุน และเกิดความพึงพอใจสูงสุด ซึ่งผลการศึกษาชี้ชัดว่าการจัดการการท่องเที่ยว จำเป็นต้องกระทำเป็นองค์รวม มีการบูรณาการกลุ่มวิสาหกิจ (Cluster) ซึ่งการจัดการห่วงโซ่คุณค่าก็คือการจัดการโลจิสติกส์นั่นเอง การพัฒนาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นที่ต้องศึกษาห่วงโซ่อุปทานโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มและสนับสนุนศักยภาพในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวแห่งเอเชียตามวิสัยทัศน์ของประเทศไทยที่ได้ คาดหมายไว้

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุดในโลก ประเทศไทยสามารถเพิ่ม นักท่องเที่ยวจาก 6.9 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2538 เป็น 14.5 ล้านคน ในปี พ.ศ. 2550 และอุปสรรคการ ขยายตัวของการท่องเที่ยวไทย เป็นอุปสรรคด้านการจัดการความสามารถในการรองรับมากกว่าด้าน ความต้องการ อีกทั้งองค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) ได้พยากรณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวจีนเดินทาง ท่องเที่ยวมากถึง 100 ล้านคนในปี พ.ศ. 2563 (WTO, 2004) ซึ่งประเทศไทยและกลุ่มประเทศใน อนุภูมิภาคแม่น้ำโขงมีโอกาสอันดีที่จะต้อนรับนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ระบบโลจิสติกส์สำหรับการ ท่องเที่ยวจะช่วยให้เกิดความสามารถในการรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเพิ่มขึ้นอย่างมากได้ อีกด้วย

ในปัจจุบันผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS) กระจุกอยู่ที่ ประเทศไทยมากกว่าประเทศอื่นๆ (ประมาณร้อยละ 60) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมกันของ การกระจายผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาค ไม่เพียงเท่านั้นเมื่อพยากรณ์ไปในอนาคตก็ ยังคงพบสัดส่วนของรายได้ที่กระจุกตัวอยู่ที่ประเทศไทยเช่นเดิม สาเหตุที่เป็นเช่นนี้เพราะระบบการ จัดการสินค้าท่องเที่ยวของประเทศไทยมีประสิทธิภาพมากกว่าประเทศอื่น ดังนั้นเพื่อให้เกิดการ กระจายผลประโยชน์อย่างเท่าเทียมกันยิ่งขึ้นในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงจึงจำเป็นต้องทำการศึกษา

เพื่อมุ่งปรับปรุงประสิทธิภาพในการจัดการสินค้าท่องเที่ยวและระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวในระดับอนุภูมิภาคให้ดียิ่งขึ้น

1.2 วัตถุประสงค์

- (1) เพื่อศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวจากมุมมองระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (GMS)
- (2) สร้างเกณฑ์เทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ระดับประเทศ และจังหวัดท่องเที่ยวหลัก
- (3) เพื่อเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง และประเทศสิงคโปร์
- (4) เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์ในการจัดการระบบจัดบริการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงให้มีคุณภาพดีทัดเทียมและเหนือกว่าประเทศคู่แข่ง
- (5) สร้างระบบฐานข้อมูล

1.3 คำสำคัญ

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics): คือการประยุกต์ใช้ศาสตร์ของโลจิสติกส์สำหรับเคลื่อนย้ายผู้โดยสารที่เป็นนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถนำหลักการพัฒนาระบบโลจิสติกส์มาช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพของการขนส่งนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจร ตั้งแต่จุดเริ่มต้นการเดินทางเข้าสู่ประเทศไทย และประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงจนกระทั่งเดินทางกลับ

อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Sub region: GMS): ประกอบด้วย 5 ประเทศ และ 1 มณฑล คือ สปป.ลาว กัมพูชา เวียดนาม ไทย และยูนนาน (สาธารณรัฐประชาชนจีน) แต่การศึกษานี้จะศึกษาเพียง 4 ประเทศ คือ สปป.ลาว กัมพูชา และไทย

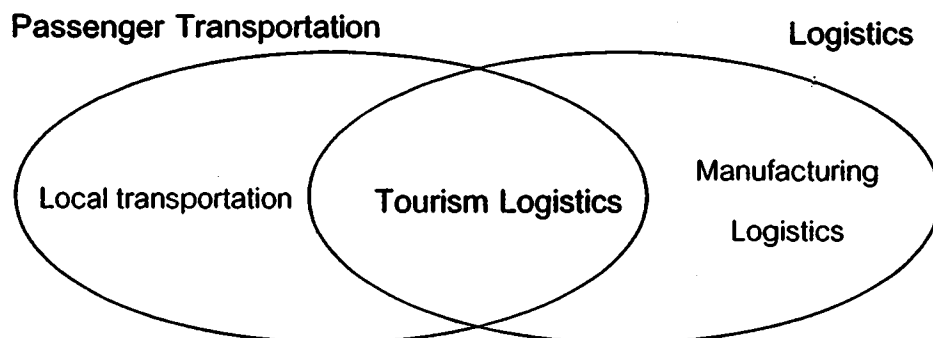
การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน (Sustainable Tourism): คือการพัฒนาที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว และผู้เป็นเจ้าของท้องถิ่นในปัจจุบัน โดยมีการปกป้องและสงวนรักษาโอกาสต่างๆ ของอนุชนรุ่นหลัง และการท่องเที่ยวนี้มีความหมายถึง การจัดการทรัพยากรเพื่อตอบสนองความจำเป็นทางเศรษฐกิจ สังคม และความงามทางสุนทรียภาพ ในขณะที่สามารถรักษาเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและระบบนิเวศด้วย

ประเทศไทยยังขาดงานวิจัยทางด้านวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวและการวิเคราะห์เปรียบเทียบสมรรถนะในการแข่งขัน (Benchmarking) ในระดับอุตสาหกรรมและในระดับแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงซึ่งเป็นกลุ่มที่ได้มีความพยายามในการพัฒนาการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กันในรูปแบบของวิสาหกิจ ดังนั้นการวิจัยศึกษาในเรื่องของการเปรียบเทียบสมรรถนะในการแข่งขัน (Benchmark) ในระดับแหล่งท่องเที่ยว และในระดับอุตสาหกรรมในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญใน GMS จึงเป็นสิ่งจำเป็นเร่งด่วนที่จะต้องดำเนินการเพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาประกอบการวางแผนและนโยบายในการยกระดับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในกลุ่ม GMS ไปพร้อมๆ กัน (Oula, Prachvuthy, Soriya, Huang Juan, 2006)

1.4 ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว (Tourism Logistics)

ทฤษฎีและกรอบแนวคิดของโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว เป็นการเสนอแนวคิดของการนำระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์เข้ากับการขนส่งผู้โดยสารที่เป็นนักท่องเที่ยว ดังต่อไปนี้

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานแนวคิดสองด้าน คือ การขนส่งผู้โดยสาร (Passenger Transportation) เข้ากับโลจิสติกส์ (Logistics) ดังนี้



รูปที่ 1-1: ขอบเขตของ Tourism Logistics

Tourism Logistics เป็นการประยุกต์ใช้ศาสตร์ของ Logistics สำหรับการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารที่เป็นนักท่องเที่ยว ทำให้สามารถนำหลักการพัฒนาระบบ Logistics มาช่วยในการพัฒนาประสิทธิภาพของการบริการนักท่องเที่ยวอย่างครบวงจรตั้งแต่จุดเริ่มต้นการเดินทางเข้าสู่ประเทศไปจนกระทั่งเดินทางออกจากประเทศ

สาเหตุที่ Tourism Logistics เป็นส่วนหนึ่งของ Passenger transportation นั้นเนื่องจากนักท่องเที่ยวจัดเป็นผู้โดยสารเช่นกัน แต่มีความต้องการแตกต่างจากผู้โดยสารที่เป็นคนท้องถิ่น ดังนี้

- 1) มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อนเป็นหลัก
- 2) มีวัตถุประสงค์เพื่อการทำธุรกิจกึ่งพักผ่อนในกรณีของนักท่องเที่ยวกลุ่ม MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions)
- 3) นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเป็นชาวต่างชาติ ทำให้มีรสนิยมแตกต่างจากคนท้องถิ่น
- 4) นักท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งเป็นชาวไทยที่เดินทางในช่วงวันหยุดติดต่อกันหลายวัน ซึ่งอาจจะมีรสนิยมที่แตกต่างจากคนท้องถิ่นเช่นกัน
- 5) อาจมีความคาดหวังสูงกว่าคนท้องถิ่นในเรื่องการบริการ
- 6) อาจมีความยินดีที่จะจ่าย (Willingness to Pay) ที่สูงกว่าคนท้องถิ่น
- 7) มีทั้งกลุ่มที่มีผู้ตัดสินใจเลือกแผนการเดินทางให้ (Packaged) และที่ตัดสินใจเลือกแผนการเดินทางเอง (Independent)
- 8) มียานพาหนะที่ให้บริการที่แตกต่างไปจากคนท้องถิ่น เช่น รถเช่าเหมาคัน รถตู้ เป็นต้น
- 9) อาจมีความรู้สึกต่อต้านคนท้องถิ่น และอาจจะถูกคนท้องถิ่นต่อต้านด้วยเช่นกัน เพราะต่างก็ใช้สิ่งอำนวยความสะดวกหลายประการร่วมกันอันนำมาซึ่งการจรรยาบรรณที่ดี

Tourism Logistics ยังได้อาศัยแนวคิดของ Logistics มาใช้ในการพัฒนา เนื่องจาก Logistics เป็นศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการไหลและการเก็บรักษาทั้งสิ่งของทางกายภาพและข้อมูลข่าวสารที่เดินทางจากจุดหนึ่งไปยังอีกจุดหนึ่ง (Rushton, Croucher and Baker, 2006; Fair and Williams Jr., 1981) ซึ่งจุดประสงค์หลักของระบบ Logistics มีดังนี้

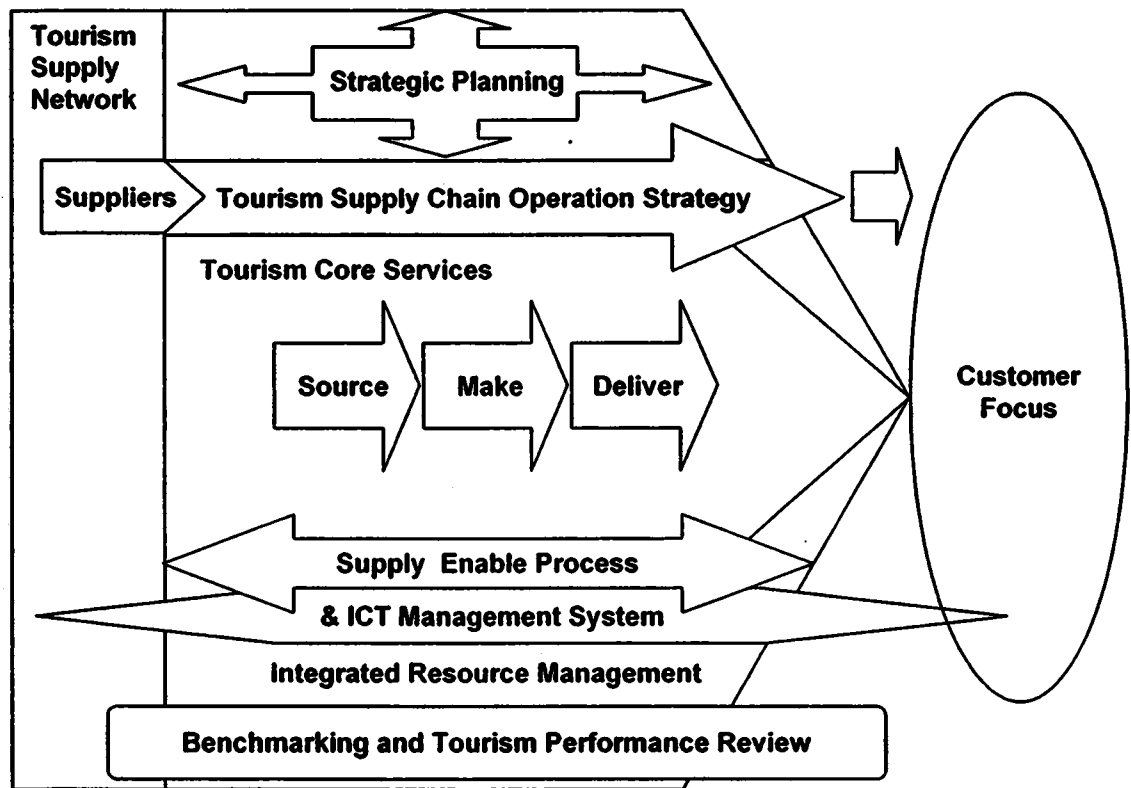
- 1) การนำสินค้าหรือสิ่งที่ต้องการขนส่ง (ในที่นี้คือนักท่องเที่ยว) ไปถึงจุดหมายให้ได้ตามเวลาที่ต้องการ
- 2) การทำให้นักท่องเที่ยว มีความพึงพอใจสูงสุด
- 3) การทำให้เกิดความสมดุลระหว่างคุณภาพการให้บริการกับต้นทุน
- 4) การจัดการอย่างเป็นระบบ ซึ่งเชื่อมโยงสัมพันธ์กันเป็นระบบที่ควบคุมได้ตลอดกระบวนการ

ในการศึกษาเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยวโดยอาศัยแนวคิดของโลจิสติกส์มีเรื่องที่ต้องระวังคือ ความแตกต่างที่สำคัญของการขนส่งนักท่องเที่ยวแตกต่างจากการขนส่งสินค้า ดังต่อไปนี้ (Fair and Williams Jr., 1981)

- 1) นักท่องเที่ยวเป็นผู้ทำการเข้า (Load) และออกจาก (Unload) ออกจากยานพาหนะด้วยตัวเอง อีกทั้งเป็นผู้ย้ายไปยังยานพาหนะอื่น (Transfer) ได้ด้วยตัวเอง
- 2) นักท่องเที่ยวอยู่ในสภาพสินค้า (Product) ที่ถูกขนส่ง แต่ก็为顾客 (Customer) ที่ต้องได้รับการบริการ (Customer service) ไปพร้อมๆ กันด้วย
- 3) การเดินทางของนักท่องเที่ยวโดยมากจะมีเที่ยวกลับเสมอ
- 4) ความเสียหายในการขนส่งนักท่องเที่ยวมีมูลค่าสูงกว่าความเสียหายจากการขนส่งสินค้า
- 5) จุดที่เหมาะสมที่สุด (Optimal choice) ที่ยั่งยืนสำหรับการขนส่งนักท่องเที่ยว ขึ้นอยู่กับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาของตลาด (Vienna Consult, 2004a)

กรอบแนวคิดในการศึกษา

ในการศึกษาระบบโลจิสติกส์เป็นกระบวนการขับเคลื่อนห่วงโซ่ทั้งระบบ สำหรับการท่องเที่ยวจะได้ใช้กรอบแนวคิดดังเสนอในรูปที่ 1-2 ดังต่อไปนี้



รูปที่ 1-2: กรอบแนวคิดในการศึกษาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

รายละเอียดของกรอบแนวคิดแยกตามประเด็นต่างๆ มีดังต่อไปนี้

1. Customer Focus

ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเป็นระบบที่เน้นผู้รับบริการเป็นสำคัญ ทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวทั้งหลายจึงจะต้องถูกขับเคลื่อนมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นกิจกรรมที่จำเป็นสำหรับเรื่องนี้ คือ

- ❖ การสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
- ❖ การลงทุนประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว

2. Planning

ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเริ่มต้นที่การวางแผนอย่างครบวงจรในทุกด้านของระบบ ซึ่งครอบคลุมทั้งบริการของภาครัฐและเอกชนที่ต้องอยู่ภายใต้แผนการพัฒนาเดียวกัน เพื่อให้การพัฒนาเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องประสานกันเป็นอย่างดี ในการวางแผนจึงมีองค์ประกอบดังนี้

- ❖ การสร้างวิสัยทัศน์และพันธกิจ (Vision and Mission)
- ❖ การวางแผนและการจัดสรรทรัพยากรของรัฐ

3. Source

ในการสร้างบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพจำเป็นต้องมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพด้วย ซึ่งการแสวงหาทรัพยากรดังกล่าวประกอบด้วยกิจกรรมดังต่อไปนี้

- ❖ การจัดการ Attractions
- ❖ การจัดการบุคลากร
- ❖ การป้องกัน การทำลายและส่งเสริมการลงทุนสังคมและวัฒนธรรม เพราะการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่อาศัยทุนสังคมและทุนวัฒนธรรมได้

4. Make

การสร้างบริการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพถือเป็นแกนกลางหลักของบริการท่องเที่ยว ซึ่งบริการท่องเที่ยวที่จำเป็นประกอบด้วยประเด็นต่างๆ ดังนี้

- ❖ การส่งเสริมส่วนผสมสินค้า (Diversity and combination)
- ❖ การจัดการ Cluster การท่องเที่ยวตั้งแต่การคมนาคมขนส่งอาหาร ที่พัก ฯลฯ ทั้งในด้านการส่งเสริมและกำกับ
- ❖ การจัดการข้อมูลเพื่อใช้ร่วมกัน
- ❖ การจัดการ Supply chain และการจัดการภาครัฐ
- ❖ การจัดการของเสียจากการท่องเที่ยว

5. Deliver

เมื่อบริการท่องเที่ยวถูกสร้างขึ้นก็จะถูกส่งมอบไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งประเด็นในการวัดประสิทธิภาพของการส่งมอบมีดังต่อไปนี้

- ❖ จำนวนรับมอบ และการเติบโต (Growth)
- ❖ เวลาที่ใช้ส่งมอบ

6. Support Process

ในการสร้างบริการท่องเที่ยวจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานอื่นๆ ของภาครัฐ และเอกชนเพื่อให้เกิดความสมบูรณ์และความมีประสิทธิภาพของกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

- ❖ ภาครัฐ หน่วยงานภาครัฐอื่นที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรง อาทิ
 - สถานทูต
 - กรมทางหลวง
 - สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
 - สถานีโทรทัศน์
 - สาธารณสุข
 - กรมควบคุมมลพิษ ฯลฯ
- ❖ ภาคเอกชน ธุรกิจเอกชนที่ไม่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยตรงแต่ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวด้วย อาทิ
 - ธนาคารและสถาบันการเงิน (การแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ)
 - โรงพยาบาล

7. Performance Review

เมื่อบริการท่องเที่ยวถูกสร้างขึ้นและได้รับการส่งมอบไปยังนักท่องเที่ยวแล้ว มีความจำเป็นต้องทำการตรวจสอบผลการดำเนินการและประสิทธิภาพของระบบ ซึ่งตัวชี้วัดสำคัญ อาทิ

- ❖ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว (Satisfaction Review)
- ❖ อัตราการกลับมาเที่ยวซ้ำ (Revisit)
- ❖ การเปรียบเทียบผลการดำเนินการกับเกณฑ์มาตรฐาน (Benchmarking)

8. ICT

ตลอดทั้งระบบของการให้บริการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ระบบโทรคมนาคมมีความสำคัญในการเชื่อม ตั้งแต่ผู้จัดหาทรัพยากรด้านการท่องเที่ยว (Suppliers) ผู้ให้บริการท่องเที่ยว

ไปจนถึงผู้รับบริการท่องเที่ยว ประเด็นการศึกษาเกี่ยวกับ ICT จึงมีสองด้านคือ ประสิทธิภาพและความเพียงพอของบริการ ดังต่อไปนี้

❖ ICT: คุณภาพ

- เวลาที่ใช้ส่งมอบ (Lead time)
- ต้นทุน (Cost)
- มีคุณภาพ เชื่อถือได้ (Reliability)
- มีความสม่ำเสมอในการส่งมอบ (Consistency)

❖ ICT: ความเพียงพอ

- ปริมาณ ICT ต่อจำนวนนักท่องเที่ยว
- การเข้าถึงบริการ ICT
- อัตราการชำรุดเสียหายของ ICT

9. Integrated Resource Management

การบริหารงานระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวจำเป็นต้องบริหารอย่างเป็นบูรณาการเพื่อให้ทุกหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนมีทิศทางการดำเนินงานไปในทางเดียวกัน ตลอดจนมีความสอดคล้องกันเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดของระบบ

10. Benchmarking

ผลการศึกษาระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของพื้นที่หนึ่งควรได้รับการเปรียบเทียบกับพื้นที่อื่นทั้งในระดับประเทศ (การเปรียบเทียบผลการดำเนินการของระบบฯ ระหว่างประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง และการเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่ง เช่น สิงคโปร์) และระดับจังหวัดท่องเที่ยวหลัก ซึ่งผลการเปรียบเทียบดังกล่าวจะนำไปสู่การเรียนรู้ระหว่างกันและกันข้ามพรมแดน (Learning across borders) อันนำไปสู่การค้นพบ Best practice และการแลกเปลี่ยน Innovations ระหว่างกัน ซึ่งในการศึกษาในปีที่ผ่านมา (โครงการการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ปีที่ 2) ได้ทำการเปรียบเทียบระดับประเทศไปแล้ว

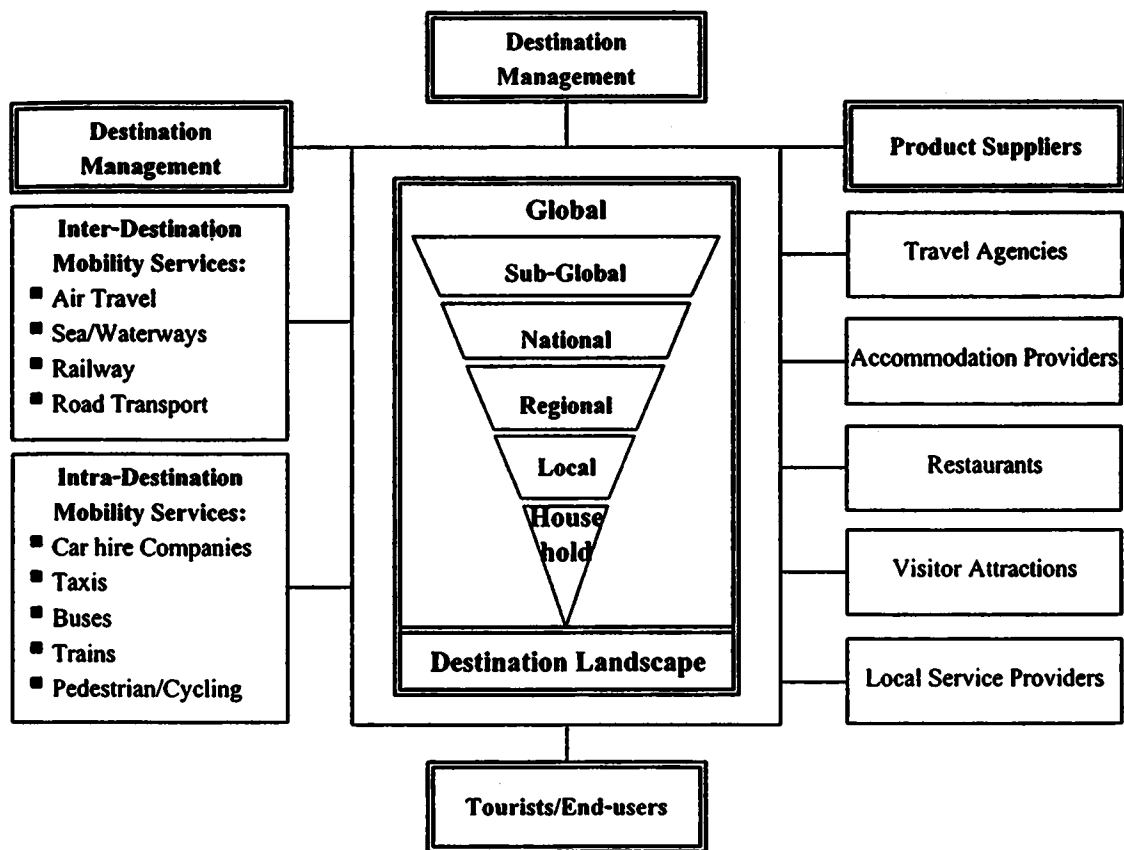
กรอบแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain Management)

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว (Tourism Logistics Management)

การพิจารณาการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว เป็นการบูรณาการแนวคิดด้านการจัดการโลจิสติกส์กับแนวคิดการจัดการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน ซึ่งในการพิจารณารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องทำความเข้าใจถึงห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว เนื่องจากแนวคิดและรูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เป็นการบริหารจัดการการไหลเวียน

ภายในห่วงโซ่อุปทาน ที่ประกอบด้วยการจัดการและการบริหารในเรื่องการไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical) การเงิน (Financial) และสารสนเทศ (Information) เพื่อให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด (โกศล, 2548; ธนิต, 2549)

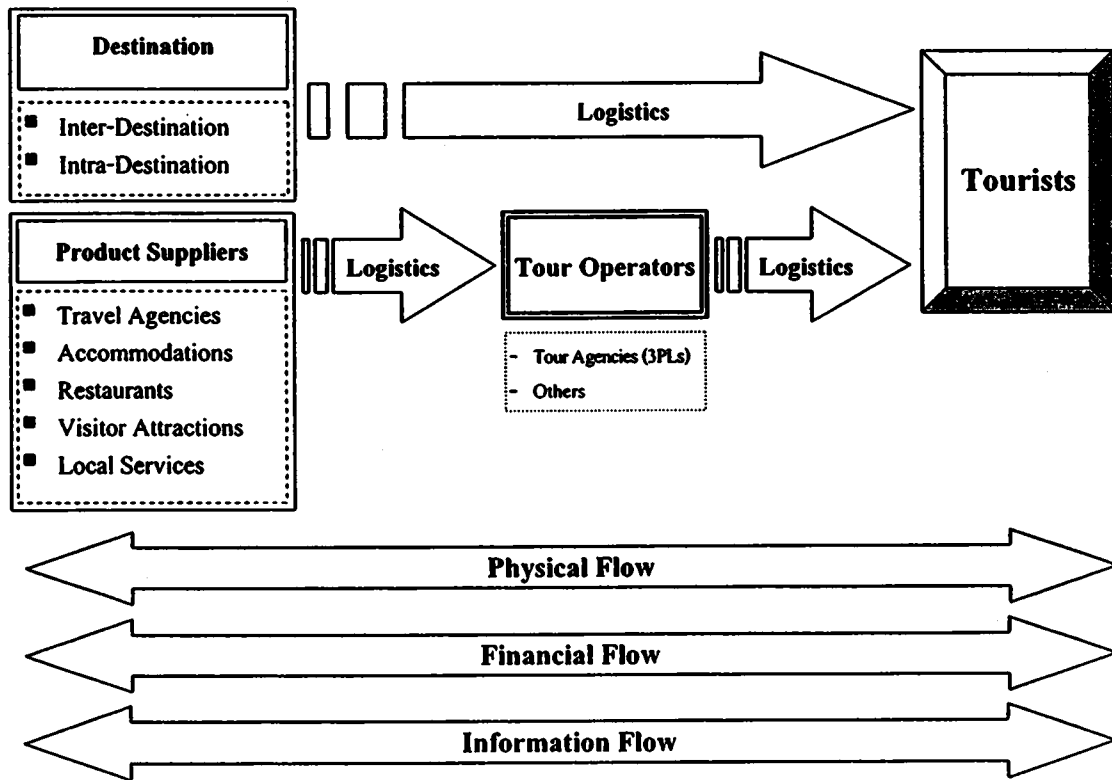
INPECO (European Parliament, Luxembourg, 2002) ได้เสนอ The Tourism Sustainability Supply Chain Model ที่แสดงถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นส่วนประกอบใน Supply Chain ที่ได้เสนอสินค้าและบริการต่อนักท่องเที่ยว โดยแบบจำลอง Supply Chain ดังกล่าวยังได้แสดงถึง การปฏิสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีศักยภาพในแต่ละระดับโดยสะท้อนผ่านประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว และได้แสดงถึงลำดับความแตกต่างทางภูมิศาสตร์ตั้งแต่ในระดับ Global จนถึงระดับ Household (รูปที่ 1-3)



ที่มา: INPECO (อ้างใน European Parliament, Luxembourg, 2002).

รูปที่ 1-3: ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

เมื่อนำแนวคิดในเรื่องของการจัดการโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ในการจัดการ Supply Chain ของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน แล้วพัฒนาเป็นกรอบแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยกรอบแนวคิดดังกล่าวเป็นการจัดการที่ทำให้การไหลเวียนทางด้านกายภาพ การเงิน และสารสนเทศ จากแหล่งกำเนิดไปสู่นักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผลที่สุด ซึ่งกระบวนการดังกล่าวเริ่มต้นตั้งแต่การผสมผสานวัตถุดิบด้านการท่องเที่ยวที่เป็นเรื่องของ Destination Management และ Product Supplier โดยการผสมผสานดังกล่าวจะถูกจัดการโดยตัวบุคคลหรือองค์กรก็ได้ แล้วผลิตออกมาเป็นสินค้าท่องเที่ยวเพื่อเสนอนักท่องเที่ยว (รูปที่ 1-4)



ที่มา: จากการสังเคราะห์หัวข้ออุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของ INPECO

รูปที่ 1-4: การจัดการโลจิสติกส์ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน

ในแต่ละขั้นตอนมีการไหลเวียน (Flow) ที่เกี่ยวข้องของการท่องเที่ยวอยู่ 3 ประเภท คือ การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical Flow) การไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow) และการไหลเวียนด้านการเงิน (Financial Flow) การไหลเวียนดังกล่าวมุ่งตรงไปยังนักท่องเที่ยวเพื่อทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพอใจในการเดินทางท่องเที่ยว

การไหลเวียน (Flow) ทั้ง 3 ด้านมีรายละเอียดดังนี้

ก. การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical Flow)

หมายรวมถึง การเดินทางของนักท่องเที่ยว การขนส่งนักท่องเที่ยว การลำเลียงสัมภาระของนักท่องเที่ยว และความสะดวกสบายในการเดินทาง เป็นต้น

ข. การไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)

หมายรวมถึง การให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยว ป้ายบอกทาง ป้ายแนะนำสถานที่ คำแนะนำเรื่องข้อควรปฏิบัติในสถานที่ และคำเตือนให้ระวังภัย เป็นต้น

ค. การไหลเวียนด้านการเงิน (Financial Flow)

หมายรวมถึง การอำนวยความสะดวกเรื่องการจัดชำระค่าธรรมเนียม ค่าปรับ ค่าสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว การเบิกเงินสดอัตโนมัติ และการใช้บัตรเครดิต เป็นต้น

1.5 วิวัฒนาการของแนวคิดเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

ความสนใจเรื่องการไหล (Flow) อันเป็นหัวใจหลักของระบบโลจิสติกส์ในการท่องเที่ยว นั้นเริ่มต้นจากการศึกษาเรื่องการขนส่งกับการท่องเที่ยว (Transportation and tourism) เพราะการขนส่งนักท่องเที่ยวเป็นเรื่องจำเป็นพื้นฐานสำหรับการพานักท่องเที่ยวจากถิ่นที่อยู่ไปยังแหล่งท่องเที่ยวแล้วพวกเขากลับไปยังถิ่นที่อยู่อีกครั้ง (Page, 1994)

ประเด็นปัญหาของการศึกษาอยู่ที่การแยกการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวออกจากการเดินทางของผู้โดยสารทั่วไป Lumsdon and Page (2004) ให้ความเห็นว่า การขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว จะจัดการเหมือนกับการเดินทางทั่วไปไม่ได้ เพราะจุดประสงค์ของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ต้องการความเพลิดเพลินใจ (Pleasure) ไม่ใช่เพียงแต่เดินทางให้ถึงจุดหมายเท่านั้น การศึกษานี้ยังกล่าวถึงการขาดแคลนข้อมูลในการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เพราะการบันทึกข้อมูลการเดินทางของหน่วยงานที่รับผิดชอบการคมนาคมไม่ได้แยกประเภทของนักเดินทางไว้ การศึกษาเชิงปริมาณเท่าที่จะทำได้ก็คือเรื่องการตัดสินใจเลือกประเภทของยานพาหนะ (Mode of transportation) โดยแนวคิดที่นิยมใช้ในการวิเคราะห์ คือ Random Utility Model ซึ่งเหมาะสมกับการเดินทางทั่วไปจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยมุ่งสนใจไปยังความพอใจที่ได้รับจากการเดินทางให้ถึงที่หมาย ไม่ใช่ความพอใจที่ได้รับระหว่างการเดินทาง

นอกจากนั้นประเภทของสถานที่ที่เป็นจุดหมาย (Destination) ก็ต่างกัน โดยการเดินทางทั่วไปมักจะเดินทางไปยังสถานที่ที่คุ้นเคยและไปเป็นประจำ ส่วนการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวมักจะไปยังที่แปลกตา (Lumsdon and Page, 2004 และ คมสันและศิริพร, 2550) และมักจะเป็นการเดินทางเป็นครั้งแรกหรือเพียงไม่กี่ครั้ง ระยะทางของการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวก็มักจะไกลกว่าการเดินทางทั่วไป และความคับคั่งของผู้ร่วมเดินทางก็น้อยกว่าด้วย ดังนั้น Gunn (1994) จึงเน้นว่าการศึกษาเรื่องการเดินทางส่งนักท่องเที่ยวหากกระทำไปโดยสนใจเพียงการลดต้นทุนและการเร่งความเร็วในการเดินทาง จะได้ผลเพียงในเรื่องประสิทธิภาพเท่านั้น โดยจะไม่ได้สิ่งที่สำคัญกว่าคือความพึงพอใจในการเดินทาง และจะไม่นำไปสู่การเสนอแนะให้ปรับปรุงระบบการขนส่งนักท่องเที่ยวในฐานะองค์ประกอบหนึ่งซึ่งสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าของการท่องเที่ยว แนวความคิดนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานของ Prideaux (2000)

Clawson and Knetsch (1996) อาศัยแนวคิดเรื่องการต้องแลกกัน (Trading-off) ระหว่างประสิทธิภาพในการเดินทาง คือ การเดินทางให้เร็วและประหยัด กับความรู้สึกผ่อนคลายในการเดินทางและเพลิดเพลินไปกับทัศนียภาพสองข้างทาง ตั้งเป็นอีกประเด็นหนึ่งเรียกว่า Travel Distance Decay Model ซึ่งมีผู้สนใจศึกษาเช่นนี้ด้วยอีกคือ Loomis and Walsh (1997) แต่ผลการศึกษาเชิงปริมาณของทั้งสองเรื่องยังอยู่ในขอบเขตจำกัด

อย่างไรก็ตาม ประสิทธิภาพและความเพลิดเพลินกับทัศนียภาพสองข้างทางอาจจะไปด้วยกันได้ ดังที่ มิ่งสรรพ (2550) กล่าวถึงการเดินทางด้วยรถไฟความเร็วสูงในประเทศญี่ปุ่นผ่านสองข้างทางที่สวยงามเพื่อไปชมแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง ซึ่งผู้โดยสารได้รับทั้งประสิทธิภาพคือความเร็วในการเดินทางและได้ความพอใจกับการชมทัศนียภาพไปพร้อมๆ กัน

วรรณกรรมทั้งหลายหลังปี ค.ศ. 2000 ยังไม่มีคำว่าโลจิสติกส์ปรากฏในวรรณกรรมทางการท่องเที่ยวที่ศึกษาจากประเทศตะวันตกใดๆ เพราะโลจิสติกส์ยังถูกมองว่าเป็นเรื่องของการขนส่งสินค้าเป็นหลัก

โดยสรุปแล้ว เนื้อหาการวิเคราะห์เรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเท่าที่พบจึงยังจำกัดอยู่เพียงการขนส่งนักท่องเที่ยวไปและกลับ รวมทั้งการขนส่งรอบๆ แหล่งท่องเที่ยวเท่านั้น ไม่ได้มองถึงความไหลลื่นของกิจกรรมการท่องเที่ยว (Process) การจัดสถานที่และอุปกรณ์ที่เหมาะสมสำหรับช่วยเพิ่มคุณค่าของการท่องเที่ยว (Network) การให้ข้อมูลข่าวสารของการท่องเที่ยว (Information) และการจัดองค์การที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Organization) ซึ่งควรจะได้รับ การวิเคราะห์ในฐานะที่เป็นกลยุทธ์หลักทางด้านโลจิสติกส์ (Rushton, Croucher, and Baker, 2006)

ในประเทศไทยการจัดการโลจิสติกส์ (Logistics Management) และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในปัจจุบัน โดยเฉพาะ

อย่างยิ่งหลังจากที่รัฐบาลได้กำหนดให้เป็นวาระแห่งชาติว่าด้วยการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ของประเทศ อีกทั้งยังได้มียุทธศาสตร์สำหรับการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ในปี พ.ศ. 2547 จนกระทั่งมีการร่างแผนแม่บทฯ ในปี พ.ศ. 2549 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันยังมีการโต้เถียงทั้งในวงวิชาการและในภาคอุตสาหกรรมถึงนิยามและขอบเขต รวมถึงความแตกต่างของการจัดการโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

สภาวิชาชีพชั้นสูงด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Council of Supply Chain Management Professional) ซึ่งเป็นองค์กรที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในวงวิชาการด้านการจัดการโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานในระดับนานาชาติ ได้ให้นิยามการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain Management) ไว้ว่า เป็นการวางแผนและการจัดการกิจกรรมทั้งหมด (Planning and Management of All Activities) ในการจัดหาแหล่งวัตถุดิบ (Sourcing) ตั้งแต่การวางแผนจัดหาจัดซื้อ (Procurement) การแปรรูปเป็นสินค้า (Conversion) และรวมถึงกิจกรรมการจัดการโลจิสติกส์ทั้งหมด (All Logistics Activities) (CSCMP, 2006) จากนิยามข้างต้นจะเห็นได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นส่วนหนึ่งของการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (รุธิร์, 2549; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2549) หมายความว่า การจัดการโลจิสติกส์เป็นกระบวนการที่อยู่ภายในห่วงโซ่อุปทาน และเป็นการจัดการภายในองค์กรหรือบริษัทเดียวกันนั้น สามารถแบ่งออกเป็นสองส่วนหลัก คือ (1) โลจิสติกส์ภายในองค์กร (Internal Logistics) เช่น การบริหารการผลิตและการจัดการคลังสินค้า เป็นต้น และ (2) โลจิสติกส์ระหว่างองค์กร (External Logistics) รวมถึงตั้งแต่การรับวัตถุดิบและการส่งสินค้าออกจากโรงงานหรือองค์กร (โกศล, 2548; ดวงพรรณ, 2549) กล่าวได้ว่า โลจิสติกส์เป็นการจัดการตั้งแต่แหล่งที่ผลิตจนถึงตลาดของสินค้า/บริการนั้นๆ (Source of Production to Market Place) (Wikipedia, 2006) โดยไม่ได้มีการจัดการระหว่างองค์กรหรือบริษัทอื่นๆ แต่อย่างใด (สายันท์, 2549) ขณะที่การจัดการห่วงโซ่อุปทานเป็นการจัดการวางแผนและควบคุมตั้งแต่แหล่งวัตถุดิบต้นน้ำ (Point-of-Origin) จนถึงปลายน้ำคือผู้บริโภคคนสุดท้าย (Point-of-Consumption) (Wikipedia, 2006) จนอาจกล่าวได้ว่าการจัดการโลจิสติกส์กับการจัดการห่วงโซ่อุปทานมีความแตกต่างกันเพียงขอบเขตที่ใช้พิจารณาเท่านั้น (รุธิร์, 2549)

1.6 โครงสร้างการศึกษา

การศึกษานี้แบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ ส่วนที่ 1 เป็นการให้ภาพรวมของการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง เพื่อให้เข้าใจถึงขนาดของเศรษฐกิจท่องเที่ยว และแนวโน้มการท่องเที่ยวไทยในอนาคต รวมทั้งการพยากรณ์รายจังหวัด ส่วนที่ 2 เป็นส่วนของการจัดการโลจิสติกส์ด้านขั้วปลาย ซึ่งจะเริ่มโดยการดูบทบาทของเทคโนโลยีสารสนเทศ และเปรียบเทียบศักยภาพของการใช้สารสนเทศ

เพื่อการท่องเที่ยวของไทยกับสิงคโปร์ บทด่อๆ มาเป็นการเข้าไปวิเคราะห์สภาพโลจิสติกส์ในระดับพื้นที่ ได้แก่การศึกษาโลจิสติกส์ระหว่างประเทศโดยเปรียบเทียบ 2 แห่งด้วยกันคือ ด้านอรัญประเทศ และด่านหนองคาย โลจิสติกส์ของเมืองเชียงใหม่ และโลจิสติกส์ของชุมชนท่องเที่ยว ส่วนที่ 3 เป็นการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระบบโลจิสติกส์ของเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง อันประกอบด้วยเมืองเชียงใหม่ ของประเทศไทย กรุงเทพมหานครและเสียมเรียบ ของกัมพูชา กรุงเวียงจันทน์และหลวงพระบาง ของ สปป.ลาว และย่างกุ้ง ของสหภาพพม่า บทสุดท้ายเป็นการศึกษาผลกระทบของภาษี ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคของการเข้ามาของนักท่องเที่ยว โดยใช้โมเดลมหภาคในการประเมินผลกระทบทางรายได้หากมีภาษีนักท่องเที่ยว (ประเภทเก็บครั้งเดียว)

การศึกษาโลจิสติกส์ท่องเที่ยวนี้นับเป็นครั้งแรกของการศึกษาในประเทศไทยและในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงซึ่งจะเป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนการวิจัยในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละประเทศต่อไป

บทที่ 2

สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

องค์การการท่องเที่ยวโลก (WTO) คาดการณ์ว่าอัตราการเติบโตเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วโลกในปี 2548 จะอยู่ที่ระดับร้อยละ 5.5 (ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่ต่ำกว่าปี 2547 ซึ่งเป็นปีที่การท่องเที่ยวโลกเติบโตเพิ่มอย่างมากถึงร้อยละ 10) หรือมีจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ 808 ล้านคน ทั้งนี้การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการชะลอตัวลงตามภาวะการชะลอตัวของเศรษฐกิจโลก ภูมิภาคที่คาดว่าจะมีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (+10%) เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมากขึ้น โดยเฉพาะกัมพูชา เวียดนาม อินเดีย และจีน ที่มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวสูงในลำดับต้นๆ ของภูมิภาค รองลงมาได้แก่ ภูมิภาคแอฟริกา (+7%) ภูมิภาคอเมริกา (+6%) ภูมิภาคยุโรป (+4%) และภูมิภาคตะวันออกกลาง (+3%) ตามลำดับ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550: ระบบออนไลน์)



รูปที่ 2-1: แผนที่ 6 ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

ประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงจึงได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เนื่องจากการท่องเที่ยวได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและการแก้ไขปัญหาความยากจนมากขึ้น โดยนารายได้มากมายเข้ามาสู่ภูมิภาค สิ่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคนี้มีทั้งแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก และแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาทิ นครวัด นครธม ในกัมพูชา อยูธยา สุโขทัย ในประเทศไทย เมืองหลวงพระบาง จำปาสัก ใน สปป.ลาว พุกาม ในสหภาพพม่า และนอกจากนี้ยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิ ชายหาด และเกาะน้อยใหญ่ที่สวยงามในประเทศไทย และเวียดนามอีกหลายแห่ง

2.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

รัฐบาลของประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงซึ่งประกอบด้วย กัมพูชา สปป.ลาว สหภาพพม่า ประเทศไทย เวียดนาม และยูนิาน (จีนตอนใต้) ได้มีการร่วมลงนามในกรอบความร่วมมือด้านสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และการท่องเที่ยว ตัวอย่างกรอบความร่วมมือที่สำคัญ อาทิ GMS (Greater Mekong Sub-region), ASEAN, BIMSTEC (Bay of Bengal Initiative for Multi-Sectoral Technical and Economic Cooperation), ACMECS (Ayeyawady - Chao Phraya - Mekong Economic Cooperation Strategy) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อร่วมกันพัฒนาภูมิภาคไปสู่การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

การท่องเที่ยว เป็นหนึ่งในนโยบายสำคัญของกรอบความร่วมมือต่างๆ เนื่องจากในช่วงเวลาที่ผ่านมาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมาเยือนอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงเป็นจำนวนมาก และมีแนวโน้มที่จะเพิ่มมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ. 2545 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ เดินทางมาเยือนอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงประมาณ 16.0 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2549 มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเป็น 22.4 ล้านคน (ตารางที่ 2-1)

แม้ว่าในปี พ.ศ. 2546 จำนวนนักท่องเที่ยวจะลดลงเป็น 14.7 ล้านคน เนื่องจากการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส แต่ในปี พ.ศ. 2547 จำนวนนักท่องเที่ยวก็กลับเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้งเป็น 17.6 ล้านคน และมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปีต่อๆ มา ซึ่งจากการสังเกตพบว่าเมื่อมีเหตุการณ์ที่ทำให้เกิดการตื่นตระหนกต่างๆ เช่น ภาวะวิกฤติทางการเงินของอาเซียน การก่อวินาศกรรมในวันที่ 11 กันยายน ที่สหรัฐอเมริกา และการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส เป็นต้น จะส่งผลต่อกระแสการท่องเที่ยวทั่วโลกและทุกภูมิภาคทั้งหมดพร้อมกัน (มิ่งสรรพ์ ชาวสอาด และคณะ, 2549)

ตารางที่ 2-1: สถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ปี พ.ศ. 2545 – 2550

จำนวน: ล้านคน

พ.ศ. ประเทศ	2545 ¹	2546 ¹	2547 ²	2548 ²	2549	2550
กัมพูชา	0.79	0.70	1.06	1.42	1.70 ³	2.02 ³
ยูนนาน ⁴	0.78	0.66	0.73	1.00	1.81 ⁵	2.22 ⁶
สหภาพพม่า	0.22	0.21	0.24	0.23	0.26 ⁷	N/A
ไทย	10.87	10.08	11.47	11.57	13.82 ⁸	14.46 ⁸
สปป.ลาว	0.74	0.64	0.89	1.10	1.22 ⁹	N/A
เวียดนาม	2.63	2.43	2.93	3.47	3.58 ¹⁰	4.17 ¹⁰
รวม	16.03	14.72	17.59	18.79	22.39	N/A

ที่มา: ¹ Annual Statistical Report 2003, Pacific Asia Travel Association

² Annual Statistical Report 2005, Pacific Asia Travel Association

³ <http://www.mot.gov.kh/statistics/summary2007.pdf>

⁴ <http://www.cnto.org/chinatats.asp>

⁵ http://www.cnta.gov.cn/new_detail/newsshow.asp?id=A200736105703942096

⁶ http://www.cnta.gov.cn/news_detail/newsshow.asp?id=A2008128142635196386

⁷ <http://www.myanmar-tourism.org/tourismstatistic.htm>

⁸ http://www.2tat.or.th/static_download.php?Ret=nmt

⁹ 2006 Statistical Report on Tourism in Laos

¹⁰ <http://www.vietnamtourism.gov.vn>

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นประเทศที่มีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยในปี พ.ศ. 2549 ประเทศไทยมีส่วนแบ่งการตลาดวัดจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศในกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงทั้งหมด ประมาณร้อยละ 68.5 ในขณะที่ประเทศอื่นๆ มีส่วนแบ่งการตลาดรวมกันประมาณร้อยละ 31.5 (ตารางที่ 2-1)

2.2 สถานการณ์ท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงรายประเทศ

ในที่นี้จะกล่าวถึงสถานการณ์การท่องเที่ยวของ สปป.ลาว กัมพูชา สหภาพพม่า และประเทศไทย ซึ่งแม้ว่าโดยภาพรวมแล้วสถานการณ์การท่องเที่ยวจะมีแนวโน้มที่สูงขึ้น แต่สถานการณ์ท่องเที่ยวของแต่ละประเทศก็มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์โลก และสถานการณ์ด้านอื่นๆ ของประเทศ อาทิ นโยบายของรัฐบาล วิกฤตการณ์ต่างๆ ภัยธรรมชาติ

2.2.1 สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว

สถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญของ สปป.ลาว กระจายอยู่ตามเมืองสำคัญต่างๆ ทั่วประเทศ ได้แก่ เมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรมที่หลวงพระบาง เมืองมรดกโลกทางประวัติศาสตร์วัดพู น้ำตกคอนพะเพ็ง (หลี่ผี) หรือที่ได้รับการขนานนามว่า "ไนแองเกอร์แห่งเอเชีย" ในเมืองจำปาสัก หุ่นหินแหล่งศึกษาประวัติศาสตร์ในเมืองเชียงขวาง ภูเขาหินปูนที่สวยงามและมีถ้ำขนาดใหญ่หลายแห่งในเมืองคำม่วน

สปป.ลาว ได้พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ โดยการสนับสนุนขององค์การนานาชาติ จัดกิจกรรมการเดินป่าและการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่หลวงน้ำทา ซึ่งมีสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่รักธรรมชาติและการผจญภัย สปป.ลาวยังมีประเพณีและวัฒนธรรมอันหลากหลายที่สามารถนำมาเป็นจุดดึงดูดด้านการท่องเที่ยว รวมทั้งสินค้าหัตถกรรมที่ผลิตโดยชาวบ้านก็สามารถนำมาจำหน่ายเป็นของที่ระลึกได้

นอกจากนี้ สปป.ลาว ได้วางแผนกลยุทธ์ด้านการท่องเที่ยวสำหรับปี พ.ศ. 2548 – 2558 โดยมีเป้าหมายสำคัญ คือ การวางแผนและการทำวิจัยด้านการท่องเที่ยว การให้บริการท่องเที่ยวอย่างมีคุณภาพ การจัดการศึกษาและจัดฝึกอบรมด้านการท่องเที่ยว การสร้างความแตกต่างในสินค้าท่องเที่ยว การจัดสรรผลประโยชน์ด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม และการใช้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวเพื่อเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์สินค้าของประเทศไปสู่ตลาดสากล พร้อมกันนี้ สปป.ลาว ได้พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานหลายประการเพื่อรองรับการขยายตัวด้านการท่องเที่ยว เช่น การยกระดับสนามบินในประเทศให้เป็นสนามบินระดับนานาชาติใน 3 เมืองท่องเที่ยวหลักที่สำคัญ คือ ท่าอากาศยานนานาชาติวัดไต ณ กรุงเวียงจันทน์ ท่าอากาศยานนานาชาติหลวงพระบาง และสนามบินปากเซ ต่อจากนั้นได้พัฒนาสนามบินแห่งอื่นๆ ในเมืองบ่อแก้ว หลวงน้ำทา อุดมไชย และเชียงขวาง เป็นต้น

สำหรับเส้นทางการบินต่างๆ นั้น ในปัจจุบันสายการบินลาว (สายการบินแห่งชาติ) มีการเพิ่มเที่ยวบินจากสนามบินนานาชาติวัดไตไปยังประเทศที่เป็นตลาดท่องเที่ยวสำคัญของ สปป.ลาว ดังนี้ เส้นทางกรุงเทพฯ วันละ 2 เที่ยวบิน เส้นทางเชียงใหม่วันละ 1 เที่ยวบิน เส้นทางกรุงฮานอย

วันละ 2 เที่ยวบิน เส้นทางคุนหมิงสัปดาห์ละ 3 เที่ยวบิน เส้นทางพนมเปญมีเที่ยวบินให้เลือกใช้ บริการทุกวัน เส้นทางเสียมเรียบสัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน นอกจากนี้ยังมีสายการบินอื่นๆ ที่ให้บริการคือ สายการบินไทยและสายการบินกรุงเทพฯ ไปกรุงเทพมหานคร และเวียดนามแอร์ไลน์ไปฮานอย โฮจิมินห์ซิตี้ และพนมเปญ

ท่าอากาศยานนานาชาติหลวงพระบาง มีสายการบินที่ให้บริการระหว่างประเทศ 3 สาย คือ ลาวแอร์ไลน์บินไปเชียงใหม่ทุกวัน และไปกรุงเทพฯ สัปดาห์ละ 4 เที่ยวบิน สายการบินกรุงเทพฯ (Bangkok Airways) ไปกรุงเทพฯ วันละ 2 เที่ยวบิน และเสียมเรียบแอร์เวย์ไปเมืองเสียมเรียบ และมีสายการบินภายในประเทศ คือ สายการบินลาวแอร์ไลน์ บินไปเมืองเวียงจันทน์ เชียงขวาง และพงสาลี

ส่วนสนามบินปากเซมีสายการบินลาวแอร์ไลน์ ให้บริการไปยังเวียงจันทน์และหลวงพระบาง ส่วนต่างประเทศบินไปยังพนมเปญ และเสียมเรียบ นอกจากนี้ยังมีสายการบินกรุงเทพฯ (Bangkok Airways) บินมายังกรุงเทพฯ อีกด้วย (วิถียุติธรรม สาธารณธรรมเสรี, 2550: ระบบออนไลน์ (กันยายน 2550))

รัฐบาล สปป.ลาว ยังจัดให้มีจุดบริการสำหรับการขอวีซ่าและหนังสือผ่านแดนชั่วคราวหลายจุดด้วยกันดังนี้ มีจุดตรวจบริเวณพรมแดนระหว่างประเทศจำนวน 13 จุด มีจุดให้บริการวีซ่า ณ จุดผ่านแดน (Visa-on-Arrival) จำนวน 12 จุด โดยนักท่องเที่ยวจะสามารถอยู่ใน สปป.ลาว ได้ 15 วัน มีค่าใช้จ่ายในการทำวีซ่า ณ จุดผ่านแดน 30 ดอลลาร์สหรัฐฯ แต่หากนักท่องเที่ยวต้องการอยู่ใน สปป.ลาว 30 วัน จะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำวีซ่า 30 - 35 ดอลลาร์สหรัฐฯ หรือถ้าต้องการขยายวีซ่าออกไปอีกจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการทำวีซ่าเพิ่มขึ้นอีกวันละ 2 ดอลลาร์สหรัฐฯ สำหรับสะพานมิตรภาพไทย - ลาว นั้น จะเปิดให้บริการข้ามแดนระหว่างประเทศได้ตั้งแต่เวลา 06.00 - 22.00 น. ของทุกวัน แต่สำหรับนักท่องเที่ยวไทย สามารถใช้หนังสือผ่านแดนประทับตราที่จุดผ่านแดนต่างๆ และสามารถอยู่ในลาวได้ 30 วัน

ในด้านสถิติการท่องเที่ยวของ สปป.ลาว นั้น พบว่า มีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ยกเว้นในปี พ.ศ. 2544 ซึ่งในปีนั้นได้เกิดเหตุการณ์ความผันผวนทางเศรษฐกิจในภูมิภาคอาเซียน ซึ่งในปีถัดมาคือ การท่องเที่ยวของ สปป.ลาว ก็กลับสู่ภาวะปกติโดยมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.2 และมีอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 9.28

การท่องเที่ยวของ สปป.ลาว เกิดการชะงักอีกครั้งในปี พ.ศ. 2546 โดยมีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 13.5 และอัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวลดลงร้อยละ 23.02 ซึ่งเป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโรคซาร์สในภูมิภาคเอเชีย และภัยจากการก่อการร้าย ซึ่งส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยวทั่วโลก แต่ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 การท่องเที่ยวของ สปป.ลาว ก็กลับมามีการเติบโตอย่างต่อเนื่องอีกครั้ง โดยข้อมูลในปี พ.ศ. 2549 พบว่า สปป.ลาวมีนักท่องเที่ยวเดินทางมา

เยือนทั้งหมด 1.2 ล้านคน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 กว่าหนึ่งแสนคน หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.9 มีรายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวประมาณ 173.25 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้น 26.48 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ จากปี พ.ศ. 2548 หรือคิดเป็นอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.04 (ตารางที่ 2-2 และ 2-3)

ตารางที่ 2-2: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือน สปป.ลาวปี พ.ศ. 2540 - 2549

ปี	จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2540	463,200	14.9
2541	500,200	7.9
2542	614,278	22.8
2543	737,208	20.0
2544	673,823	-8.6
2545	735,662	9.2
2546	636,361	-13.5
2547	894,806	40.6
2548	1,095,315	22.4
2549	1,215,106	10.9

ที่มา: ปรับปรุงจาก Planning and Cooperation Department Statistics Unit. Lao National Tourism Administration. 2006 Statistical Report on Tourism in Laos.

ตารางที่ 2-3: รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยวของ สปป.ลาว ในช่วงปี พ.ศ. 2540-2549

ปี	รายได้ที่เกิดจากการท่องเที่ยว (หน่วย: ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
2540	73.27	68.09
2541	79.96	9.13
2542	97.26	21.64
2543	113.89	17.10
2544	103.78	-8.88
2545	113.41	9.28
2546	87.3	-23.02
2547	118.94	36.24
2548	146.77	23.40
2549	173.25	18.04

ที่มา: ปรับปรุงจาก Planning and Cooperation Department Statistics Unit. Lao National Tourism Administration. 2006 Statistical Report on Tourism in Laos.



รูปที่ 2-2: วัดเชียงทอง หลวงพระบาง

ตารางที่ 2-4: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน สปป.ลาวจำแนกตามภูมิภาคใน ปี พ.ศ. 2540-2549

ปี	เอเชียและแปซิฟิก	ยุโรป	ทวีปอเมริกา	แอฟริกาและตะวันออกกลาง	รวม
2540	403,781	38,583	18,213	2,623	463,200
2541	421,196	52,076	25,326	1,602	500,200
2542	510,703	68,564	31,780	3,231	614,278
2543	604,254	86,462	42,111	4,381	737,208
2544	553,249	80,736	34,370	5,468	673,823
2545	579,031	101,924	46,704	8,003	735,662
2546	498,185	93,960	39,453	4,763	636,361
2547	730,107	112,092	47,153	5,454	894,806
2548	899,273	131,326	60,061	4,655	1,095,315
2549	1,008,663	138,935	60,883	6,625	1,215,106
อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)	25.37	31.77	33.24	16.86	26.07

ที่มา: ปรับปรุงจาก Planning and Cooperation Department Statistics Unit. Lao National Tourism Administration. 2006 Statistical Report on Tourism in Laos.

จากตารางที่ 2-4 พบว่า นักท่องเที่ยวจากเอเชียและแปซิฟิกเป็นกลุ่มที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวใน สปป.ลาว มากที่สุด รองลงมาคือยุโรป และอเมริกา ซึ่งอเมริกาก็ถือว่าเป็นประเทศที่มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุดด้วย ซึ่งหากตัดนักท่องเที่ยวไทยออกไปแล้ว กลุ่มเอเชียและแปซิฟิกจะมีนักท่องเที่ยวเพียง 332,000 คนเท่านั้น แสดงให้เห็นว่าตลาดท่องเที่ยวหลักของ สปป.ลาว คือ ตลาดนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้าน

สำหรับลักษณะการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน สปป.ลาวนั้น ส่วนใหญ่เดินทางทางบกมากที่สุด (ตารางที่ 2-5) โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวจากประเทศไทยซึ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดของ สปป.ลาว เนื่องจากทั้งสองประเทศมีพรมแดนติดต่อกันหลายจุด ทั้งทางจังหวัดภาคเหนือของไทย คือ เชียงราย น่าน และจังหวัดทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย คือ อุบลราชธานี หนองคาย โดยมีแม่น้ำโขงเป็นพรมแดนธรรมชาติในการแบ่งเขตแดน นักท่องเที่ยว

เวียดนามก็นิยมเดินทางมาเยือนสปป.ลาวทางชายแดนทางบกโดยรถยนต์เช่นกัน ทั้งนี้ จุดประสงค์ของการเข้ามาเยือนลาว มากที่สุดคือ เพื่อมาเที่ยวพักผ่อน (ร้อยละ 75.5) และนิยมพักเกสต์เฮ้าส์ (ร้อยละ 49.5) เนื่องจากมีราคาถูก นักท่องเที่ยวมาเที่ยว สปป.ลาวเป็นครั้งแรกประมาณร้อยละ 45.4 และนิยมมาท่องเที่ยวธรรมชาติ (ร้อยละ 59.6) นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว สปป.ลาว จะไปเที่ยวไทย กัมพูชา หรือเวียดนามด้วย

ตารางที่ 2-5: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน สปป.ลาวจำแนกตามข้อมูลของนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2545 - 2549

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549
1. ชนิดการเดินทาง					
อากาศ	80	50	27	40	32.8
บก	20	50	73	60	68.4
2. จุดประสงค์					
ธุรกิจ	25	9	4	4	12.8
Holiday	79	79	86	88	75.5
เยี่ยมญาติ	8	3	2	2	2.8
ราชการ	15	5	2	2	5.2
อื่นๆ	4	5	6	4	4.4
3. ที่พัก					
โรงแรม	74	31	26	25	40.7
Guest House	48	67	70	70	49.5
ที่พักส่วนตัว	6	4	2	3	9.3
อื่นๆ	2	1	2	2	2.3
4. ความถี่ของการมาเที่ยว					
ครั้งแรก	35	33	40	55	45.4
ครั้งที่ 2	46	11	45	30	12.2
ครั้งที่ 3	7	12	7	8	15
ครั้งที่ 4 ขึ้นไป	12	44	8	7	27.4

ตารางที่ 2-5 (ต่อ): นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือน สปป.ลาวจำแนกตามข้อมูลของนักท่องเที่ยว
ปี พ.ศ. 2545-2549

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549
5. ความสนใจหลัก					
ธรรมชาติ	57	70	54	70	59.6
วัด	59	46	39	60	54.8
วัฒนธรรม	68	72	56	75	69
ชนกลุ่มน้อย	29	36	23	31	26.7
อาหาร	25	22	43	27	23.6
ช้อปปิ้ง	16	14	30	15	15.3
แหล่งท่องเที่ยวใหม่	33	30	25	33	32.1
อื่นๆ	17	13	13	9	15.8
6. ประเทศที่มาเยี่ยมเยือนครั้งนี้					
เฉพาะสปป.ลาว	23	31	32	20	28.2
สปป.ลาว และไทย	66	63	75	71	57.8
สปป.ลาว และกัมพูชา หรือจีน หรือเวียดนาม	50	41	38	47	45.4
ประเทศอื่นๆ ในเอเชีย ตะวันออกเฉียงใต้	22	22	18	20	17

ที่มา: ปรับปรุงจาก Planning and Cooperation Department Statistics Unit. Lao National Tourism Administration. 2006 Statistical Report on Tourism in Laos.

ตารางที่ 2-6: นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน สปป.ลาว มากที่สุด 10 อันดับแรก

หน่วย: พันคน

อันดับ	ประเทศ	2548	2549	การเปลี่ยนแปลง (2548-2549)	อัตราการเปลี่ยนแปลง (ร้อยละ)
1	ไทย	603.1	675.8	72.7	12.05
2	เวียดนาม	165.1	190.4	25.3	15.32
3	สหรัฐอเมริกา	47.4	46.8	-0.6	-1.27
4	สาธารณรัฐประชาชนจีน	39.2	50.3	11.1	28.32
5	ฝรั่งเศส	35.3	32.4	-2.9	-8.22
6	สหราชอาณาจักร	29.9	31.6	1.7	5.69
7	ญี่ปุ่น	22.6	23.1	0.5	2.21
8	ออสเตรเลีย	20.3	22.0	1.7	8.37
9	เยอรมัน	16.7	18.0	1.3	7.78
10	แคนาดา	11.4	12.42	1.02	8.95

ที่มา: ปรับปรุงจาก Planning and Cooperation Department Statistics Unit. Lao National Tourism Administration. 2006 Statistical Report on Tourism in Laos.

นักท่องเที่ยวไทยถือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ที่สุดที่เข้ามาเยือน สปป.ลาว โดยในปี พ.ศ. 2549 มีนักท่องเที่ยวจากไทยเดินทางมาเยือน สปป.ลาว 675,800 คน เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 จำนวน 72,700 คน หรือมีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.05 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวจากเวียดนาม สหรัฐอเมริกา และสาธารณรัฐประชาชนจีน โดยจำนวนนักท่องเที่ยวจากประเทศต่างๆ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือน สปป.ลาว มากที่สุด 10 อันดับแรกแล้ว (ตารางที่ 2-6) จะเห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวจากจีนเป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549 สูงที่สุด คือ ร้อยละ 28.32 รองลงมาคือ นักท่องเที่ยวจากเวียดนาม มีอัตราการเพิ่มขึ้นร้อยละ 15.32

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เข้ามาเยือน สปป.ลาว เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากตลาดเอเชียเป็นหลัก โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกัน เช่น ประเทศไทย เวียดนาม และสาธารณรัฐประชาชนจีน ทั้งนี้เนื่องจากการเดินทางจากประเทศเหล่านี้เข้าสู่ สปป.ลาว ทำได้ค่อนข้าง

ง่ายโดยไม่ต้องใช้วีซ่า แต่สามารถใช้เพียงหนังสือผ่านแดนชั่วคราว (Border Pass) เท่านั้น (ตารางที่ 2-7)

ตารางที่ 2-7: นักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่ สปป.ลาว โดยใช้หนังสือผ่านแดนชั่วคราว (Border Pass)

ประเทศ	หนังสือผ่านแดนชั่วคราว		หนังสือผ่านแดนชั่วคราว	
			2549	
	2548	2549	ไป-กลับใน 1 วัน	พักค้างคืน
ไทย	374,644	337,411	320,747	16,664
เวียดนาม	74,282	37,884	34,165	3,719
สาธารณรัฐประชาชนจีน	18,775	18,955	17,771	1,184
รวมนักท่องเที่ยวในภูมิภาค	467,701	394,250	372,683	21,567

ที่มา: ปรับปรุงจาก Planning and Cooperation Department Statistics Unit. Lao National Tourism Administration. 2006 Statistical Report on Tourism in Laos.

2.2.2 กัมพูชา

กัมพูชา เป็นประเทศที่มีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลก โดยเฉพาะอย่างยิ่งแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นที่รู้จักกันดีคือ "นครวัด-นครธม" (Angkor Wat – Angkor Thom) จนได้รับการยกย่องจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ให้เป็นมรดกโลก (World Heritage Site) และเป็น 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลกอีกด้วย จึงทำให้ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคต่างๆ เดินทางมาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวอื่นๆ ได้แก่ ประเพณีวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ และสินค้าหัตถกรรมต่างๆ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของกัมพูชามีการขยายตัวเพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีการขยายตัวเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยว ในปี พ.ศ. 2543 กัมพูชามีโรงแรมทั้งหมด 240 แห่ง และเพิ่มเป็น 354 แห่งในปี 2550 โดยมีตั้งแต่โรงแรมในระดับธรรมดาไปจนถึงโรงแรมขนาด 5 ดาว มีร้านอาหารจำนวน 747 แห่ง Sport Clubs 53 แห่ง ร้านขายของที่ระลึก 40 แห่ง ที่ขึ้นทะเบียนไว้กับกระทรวงการท่องเที่ยวในปี 2549 (Yin Soriya,2007)

ในด้านการคมนาคม กัมพูชามีสนามบินนานาชาติไว้รองรับเที่ยวบินจากต่างประเทศ 2 แห่งด้วยกัน คือ ที่พนมเปญและเสียมเรียบ ที่สนามบินพนมเปญ มีสายการบินกว่า 22 สาย มาให้บริการ ซึ่งจุดหมายปลายทางคือเมืองในเอเชียทั้งหมด อาทิ กรุงเทพฯ ด้หวัน ฮองกง ไซปรัส กัวลาลัมเปอร์ ฮานอย โฮจิมินห์ซิตี้ เป็นต้น ส่วนสนามบินเสียมเรียบมีสายการบินมาให้บริการกว่า 15 สายการบิน ซึ่งจุดหมายปลายทางคือเมืองในเอเชียเช่นกัน ซึ่งทั้งสองสนามบินมีเที่ยวบินทั้งหมดกว่า 150 เที่ยวบินต่อสัปดาห์

การเดินทางเข้าสู่กัมพูชานักท่องเที่ยวสามารถทำได้ 3 วิธีหลัก คือ ทางเครื่องบิน ทางบก และทางน้ำ (สามารถเดินทางได้ทั้งทางทะเลและทางแม่น้ำ) พบว่า นักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 60 เลือกที่จะเดินทางเข้าสู่กัมพูชาโดยทางเครื่องบินเพิ่มมากขึ้น ในขณะที่อีกประมาณร้อยละ 40 เลือกที่จะเดินทางโดยทางบกและทางน้ำ

ตารางที่ 2-8: จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาเยือนกัมพูชา

ปี พ.ศ.	จำนวน (คน)	อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
2540	218,843	-15.99
2541	286,524	30.93
2542	367,743	28.35
2543	466,365	26.82
2544	604,919	29.71
2545	786,524	30.02
2546	701,014	-10.87
2547	1,055,202	50.53
2548	1,421,615	34.72
2549	1,700,041	19.59

ที่มา: ปรับปรุงจาก Statistics & Tourism Information Department, Ministry of Tourism, Cambodia.

2006. และ <http://www.mot.gov.kh/statistic.asp> (วันที่ 9 สิงหาคม 2549).

จากตารางที่ 2-8 จะเห็นได้ว่า การท่องเที่ยวของกัมพูชามีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น โดยในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเข้ามาเยือนกัมพูชาจำนวน 1,421,615 คน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 34.72 และในปี พ.ศ. 2549 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเยือนกัมพูชาเพิ่มขึ้นเป็น

1,700,041 คน มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 19.59 อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2540 อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนกัมพูชาลดลงร้อยละ 15.99 และในปี พ.ศ. 2546 อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนกัมพูชามีอัตราการลดลงอีกครั้งโดยลดลงร้อยละ 10.87 ทั้งนี้เนื่องจากผลกระทบจากเหตุการณ์ก่อการร้ายและการแพร่ระบาดของโรคซาร์ส

ตารางที่ 2-9: นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเยือนกัมพูชาจำแนกตามจุดผ่านแดนต่าง ๆ ในช่วงปี พ.ศ. 2548 – 2549

จุดผ่านแดน	2548		2549		อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	
พนมเปญและจุดผ่านแดนอื่น ๆ	744,806	52.39	843,531	49.62	13.26
เสียมเรียบ	676,809	47.61	856,510	50.38	26.55
รวม	1,421,615	100.00	1,700,041	100.00	19.59

ที่มา: ปรับปรุงจาก Statistics & Tourism Information Department, Ministry of Tourism, Cambodia. 2006.

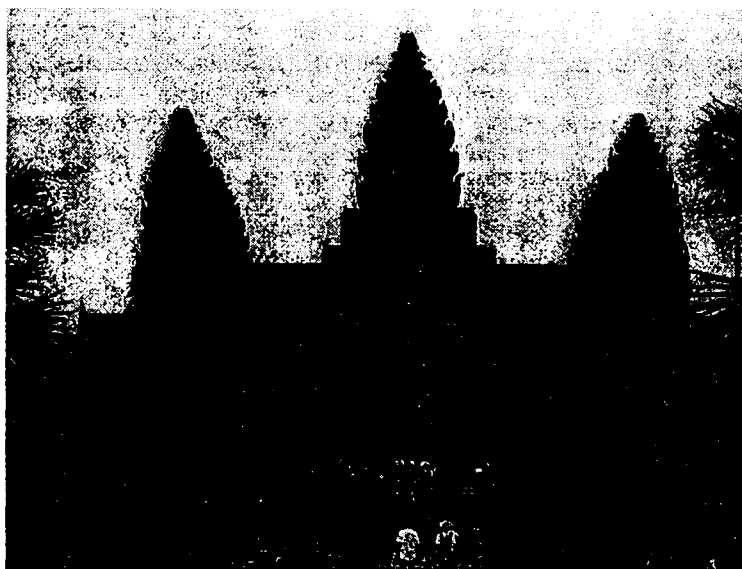
จากตารางที่ 2-9 จะเห็นได้ว่า ในปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเดินทางเข้าสู่กัมพูชาทางกรุงพนมเปญและจุดผ่านแดนอื่น ๆ มากขึ้น โดยเพิ่มจาก 744,806 คน ในปี พ.ศ. 2548 เป็น 843,531 คน ในปี พ.ศ. 2549 มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 13.26 สำหรับสัดส่วนของจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจุดผ่านแดนนั้น พบว่า มีสัดส่วนที่เปลี่ยนไปโดยในปี พ.ศ. 2548 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 52.39 เลือกที่จะเดินทางเข้าประเทศกัมพูชาทางกรุงพนมเปญและจุดผ่านแดนอื่น ๆ มากกว่าทางเสียมเรียบ แต่ในปี พ.ศ. 2549 พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ร้อยละ 50.38 เลือกที่จะเดินทางเข้ามาทางเสียมเรียบมากขึ้น

ตารางที่ 2-10: นักท่องเที่ยวที่มาเยือนกัมพูชาจำแนกตามลักษณะการเดินทางในช่วงปี พ.ศ.
2548 – 2549

ลักษณะการเดินทาง	2548		2549		อัตราการ เติบโต (ร้อยละ)
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	
ทางเครื่องบิน					
พนมเปญ	416,396	29.29	427,389	25.14	2.64
เสียมเรียบ	440,125	30.96	599,675	35.27	36.25
ทางบกและทางเรือ	476,479	33.52	564,286	33.19	18.43
เข้าไปเที่ยวเขาพระ วิหาร	88,615	6.23	108,691	6.39	22.66
รวม	1,421,615	100.00	1,700,041	100.00	19.59

ที่มา: ปรับปรุงจาก Statistics & Tourism Information Department, Ministry of Tourism, Cambodia.
2006.

จากตารางที่ 2-10 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวจะเข้ามาเยือนกัมพูชาทางเครื่องบินมากที่สุด
โดยในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาด้วยวิธีดังกล่าวร้อยละ 60.25 และเพิ่มขึ้นเป็น
ร้อยละ 60.41 ในปี พ.ศ. 2549



รูปที่ 2-3: นครวัด เมืองเสียมเรียบ

ตารางที่ 2-11: นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนกัมพูชามากที่สุด 10 อันดับแรกในปี พ.ศ.
2549

หน่วย: คน

อันดับ	ประเทศ	จำนวนนักท่องเที่ยว	ส่วนแบ่งทางการตลาด (ร้อยละ)
1	เกาหลีใต้	220,904	16.71
2	ญี่ปุ่น	124,562	9.42
3	สหรัฐอเมริกา	97,814	7.40
4	ไต้หวัน	65,163	4.93
5	สาธารณรัฐประชาชนจีน	63,685	4.82
6	เวียดนาม	63,054	4.77
7	มาเลเซีย	61,464	4.65
8	ไทย	59,073	4.47
9	สหราชอาณาจักร	57,947	4.38
10	ฝรั่งเศส	55,833	4.22

ที่มา: ปรับปรุงจาก Statistics & Tourism Information Department, Ministry of Tourism, Cambodia. 2006.

จากตารางที่ 2-11 จะเห็นได้ว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาเยือนกัมพูชามากที่สุดอันดับแรก คือ นักท่องเที่ยวจากเกาหลีใต้ โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดร้อยละ 16.71 รองลงมาคือ ญี่ปุ่น ร้อยละ 9.42 และสหรัฐอเมริกา ร้อยละ 7.40 ตามลำดับ

2.2.3 สหภาพพม่า

สหภาพพม่ามีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากมาย ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและทางธรรมชาติ โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักหลายแห่งด้วยกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านพุทธศาสนา จนได้รับการขนานนามว่าเป็น "ดินแดนแห่งเจดีย์" (The Land of Pagodas) โดยเปรียบเมืองย่างกุ้ง (Yangon) เป็น "ดินแดนแห่งเจดีย์ทองคำ" เจดีย์ที่สำคัญที่สุด คือ เจดีย์ชเวดากอง และเมืองพุกาม (Bagan) ได้รับการขนานนามว่าเป็น "ดินแดนแห่งเจดีย์สี่พันองค์" และได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลก (World Heritage Site) ด้านอุทยานประวัติศาสตร์ทาง

วัฒนธรรมจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) และยังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่มีความศักดิ์สิทธิ์และสวยงามอีกหลายแห่ง

นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจแล้ว สหภาพพม่ายังมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีศักยภาพต่อการจัดการท่องเที่ยวมากมาย ไม่ว่าจะเป็นภูเขา ทะเลสาบ แม่น้ำ ป่าไม้ หาดทราย และหมู่เกาะต่างๆ ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติในสหภาพพม่ายังไม่มียุทธศาสตร์เข้าไปสัมผัสมากนัก จึงทำให้ยังคงมีความเป็นธรรมชาติที่สมบูรณ์ มีความหลากหลายของระบบนิเวศวิทยา ด้วยปัจจัยเหล่านี้จึงเอื้อให้เกิดการพัฒนาไปสู่การจัดการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขึ้น

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่น่าสนใจแล้ว สหภาพพม่ายังมีกิจการจัดงานเทศกาลรื่นเริงต่างๆ ในเกือบทุกเดือนในรอบปี เทศกาลและกิจกรรมส่วนใหญ่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวภายในประเทศและนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศให้หลั่งไหลเข้ามาเยี่ยมชมได้เป็นอย่างดี

เมื่อทั่วโลกมีการตื่นตัวในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยว รัฐบาลสหภาพพม่าจึงเริ่มเปิดประเทศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยวจากต่างชาติตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 ซึ่งการท่องเที่ยวของสหภาพพม่ามีลักษณะการเติบโตอย่างค่อยเป็นค่อยไปพร้อมๆ กับการพัฒนาเศรษฐกิจด้านอื่นๆ ของประเทศ โดยสหภาพพม่ามีการออกกฎหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2533 เพื่อสนับสนุนให้นักลงทุนทั้งภายในและจากต่างประเทศเข้ามาลงทุนในธุรกิจด้านโรงแรมและอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอื่นๆ

ด้านการคมนาคม สหภาพพม่ามีสนามบินนานาชาติ 3 แห่ง คือ สนามบินนานาชาติเมืองย่างกุ้ง สนามบินนานาชาติเมืองพุกาม และสนามบินนานาชาติเมืองมัณฑะเลย์ มีท่าเรือ 2 แห่ง และจุดตรวจคนเข้าเมือง 10 แห่ง มีสายการบินนานาชาติ 17 สายการบิน ที่สำคัญได้แก่ สายการบินเมียนมาร์ การบินไทย China Airlines, Vietnam Airlines และ Silk Air โดยสามารถบินตรงจากย่างกุ้งไปยังกรุงเทพฯ สิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ Dhaka Kolkata कुหนิมิง ไทเป และ Doha สายการบิน Qatar Airways เป็นสายการบินเดียวที่ให้บริการบินตรงไปยังตะวันออกกลาง (ประเทศซาอุดีอาระเบีย) ส่วนสายการบินที่ให้บริการภายในประเทศ ได้แก่ Air Bagan, Myanmar Airways, Air Mandalay และ Yangan Airways ซึ่งปัจจุบันยังไม่เพียงพอในการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงฤดูกาลท่องเที่ยว

นอกจากเมืองย่างกุ้งจะมีสนามบินที่สามารถรองรับเที่ยวบินจากนานาชาติแล้ว ยังเป็นเมืองท่าที่มีชื่อเสียงด้านการเดินเรืออีกด้วย โดยท่าเทียบเรือที่ใหญ่ที่สุดของสหภาพพม่า คือ Myanmar International Terminals Thilawa (MITT) ซึ่งในแต่ละปีจะมีเรือท่องเที่ยวและเรือสำราญมาแวะจอดเทียบท่าเป็นจำนวนมาก โดยในปี พ.ศ. 2549 มีเรือสำราญจำนวน 8 ลำ จากสหรัฐอเมริกาและเยอรมนี เข้ามาเทียบท่า พร้อมผู้โดยสารจำนวน 3,399 คน

การเดินทางเข้าสู่สหภาพพม่า นั้น นักท่องเที่ยวสามารถขอวีซ่าได้ที่สถานเอกอัครราชทูตหรือที่ทำการสถานกงสุลของสหภาพพม่าประจำประเทศนั้นๆ โดยจะสามารถอยู่ในสหภาพพม่าได้นาน 28 วัน และหากต้องการจะขยายเวลาออกไปอีกก็สามารถยื่นคำร้องขอได้ที่กระทรวงโรงแรมและการท่องเที่ยวซึ่งจะสามารถขยายระยะเวลาได้อีก 14 วัน แต่หากต้องการอยู่นานกว่านั้นก็จะมีพิจารณาแล้วแต่กรณีไป

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากประเทศที่สามโดยมีหนังสือเดินทางอย่างถูกต้องและได้รับการอนุมัติวีซ่าแล้ว สามารถเดินทางเข้ามาสู่สหภาพพม่าได้ทั้งจากจุดพรมแดนพม่า-ยูนนาน (จีน) และจุดพรมแดนพม่า-ไทย และสามารถเดินทางออกจากสหภาพพม่าโดยทางเครื่องบินจากเมืองมัณฑะเลย์หรือเมืองย่างกุ้งก็ได้ สำหรับการขอวีซ่า ณ จุดผ่านแดน (Visa on Arrival) นั้นจะใช้ในกรณีของกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยเส้นทางเรือ เดินทางโดยเครื่องบินแบบเหมาลำ และเดินทางมาจากประเทศที่ไม่มีสถานเอกอัครราชทูตหรือสถานกงสุลของสหภาพพม่าประจำอยู่ โดยวีซ่าดังกล่าวจะมีการจัดเตรียมไว้ให้ โดยนักท่องเที่ยวสามารถติดต่อผ่านทางตัวแทนบริษัทนำเที่ยวในสหภาพพม่า หรือติดต่อโดยตรงที่กระทรวงการท่องเที่ยวและการท่องเที่ยวก็ได้

สำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวเข้าสู่สหภาพพม่า นั้น พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเข้าสู่สหภาพพม่าโดยทางบกมากที่สุด รองลงมา คือ ทางเครื่องบิน และทางเรือ ตามลำดับ โดยในปี พ.ศ. 2549 ที่ผ่านมามีนักท่องเที่ยวเดินทางโดยเครื่องบินโดยสารและทางเรือเข้าสู่เมืองย่างกุ้งจำนวน 257,594 คน เข้ามาทางเมืองมัณฑะเลย์และพุกามจำนวน 5,920 คน และเข้ามาทางพรมแดนจำนวน 366,547 คน (ตารางที่ 2-12) จากพรมแดนพม่า - ไทย (มีจุดผ่านแดน 4 จุด) และพรมแดนพม่า - สาธารณรัฐประชาชนจีน (มีจุดผ่านแดน 6 จุด) ทำให้มียอดรวมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าสู่สหภาพพม่าในปี พ.ศ. 2549 เท่ากับ 630,061 คน สาเหตุที่มีนักท่องเที่ยวเดินทางผ่านจุดพรมแดนค่อนข้างมากเนื่องจากความสะดวกในการเดินทางข้ามจุดผ่านแดนซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปกลับได้ภายในวันเดียว

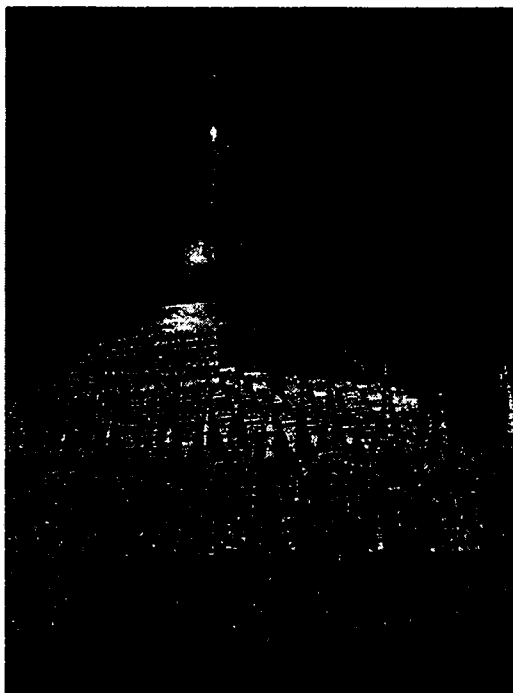
ตารางที่ 2-12: นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่าตามจุดผ่านแดนต่างๆ ในช่วงปี พ.ศ.
2545 - 2549

หน่วย: คน

จุดผ่านแดน	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
ย่างกุ้ง	212,468 (N.A.)	198,435 (-6.6)	236,370 (19.12)	227,300 (-3.84)	257,594 (13.33)	5.50
มณฑลทะเลย์และ พุกาม	4,744 (N.A.)	7,175 (51.24)	5,568 (-22.40)	4,918 (-11.67)	5,920 (20.37)	9.39
พรมแดนระหว่าง ประเทศ	270,278 (N.A.)	391,405 (44.82)	414,972 (6.02)	427,988 (3.14)	366,547 (-14.36)	9.90
รวม	487,490 (N.A.)	597,015 (22.47)	656,910 (10.03)	660,206 (0.50)	630,061 (-4.57)	7.11

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปีก่อน (หน่วย: ร้อยละ)

ที่มา: ปรับปรุงจาก Myanmar Tourism Statistics Year 2006.



รูปที่ 2-4: เจดีย์ชเวดากอง กรุงย่างกุ้ง

ตารางที่ 2-13: นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่าตามพรมแดนระหว่างประเทศ ในช่วงปี พ.ศ. 2545 - 2549

พรมแดนระหว่างประเทศ	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
ตะวันออกเฉียงเหนือ	38,156 (N.A.)	45,054 (18.08)	52,487 (16.50)	50,010 (-4.72)	42,237 (-15.54)	3.58
ตะวันออก	89,494 (N.A.)	154,428 (72.56)	151,276 (-2.04)	146,452 (-3.19)	148,984 (1.73)	17.26
ตะวันออกเฉียงใต้	142,628 (N.A.)	191,923 (34.56)	211,209 (10.05)	231,526 (9.62)	175,326 (-24.27)	7.49
รวม	270,278 (N.A.)	391,405 (44.82)	414,972 (6.02)	427,988 (3.14)	366,547 (-14.36)	9.90

ที่มา: ปรับปรุงจาก Myanmar Tourism Statistics Year 2006.

จากตารางที่ 2-13 จะเห็นได้ว่า มีนักท่องเที่ยวเดินทางผ่านพรมแดนเข้าสู่สหภาพพม่าด้านตะวันออกเฉียงใต้มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านทิศตะวันออก และทิศตะวันออกเฉียงเหนือตามลำดับ เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่ผ่านพรมแดนในแต่ละด้านแล้วพบว่า ใน ปี พ.ศ. 2549 นักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านพรมแดนด้านทิศตะวันออกเฉียงใต้มีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 24.27 และนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านพรมแดนด้านทิศตะวันออกเฉียงเหนือมีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 15.54 แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความนิยมลดลงในการเดินทางเข้าไปท่องเที่ยวสหภาพพม่าผ่านทางพรมแดน โดยในภาพรวมการท่องเที่ยวผ่านทางพรมแดนของสหภาพพม่ามีอัตราการเติบโตลดลงร้อยละ 14.36

เมื่อพิจารณาประเภทของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่า ณ จุดผ่านแดนเมืองย่างกุ้ง ในช่วงปี พ.ศ. 2545 - 2549 พบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระ รองลงมาคือ กลุ่มทัวร์ เพื่อติดต่อธุรกิจ และกลับภูมิลำเนา/เยี่ยมญาติ ตามลำดับ ซึ่งจากตารางที่ 2-14 จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวในลักษณะกลุ่มทัวร์มีอัตราการเติบโตสูงสุด คือ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 31.53 รองลงมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 14.01 แต่ที่น่าสนใจคือ พบว่า กลุ่มที่กลับ

ภูมิลำนาว/เยียมญาติ เป็นกลุ่มที่มีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี ในขณะที่กลุ่มเพื่อติดต่อธุรกิจกลับมีอัตราการเติบโตที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2547 - 2549

ตารางที่ 2-14: ประเภทของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่า ณ จุดผ่านแดนเมืองย่างกุ้ง ในช่วงปี พ.ศ. 2545 - 2549

ประเภท	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
กลุ่มทัวร์	78,723 (N.A.)	55,469 (-29.54)	48,191 (-13.12)	47,394 (-1.65)	62,335 (31.53)	-3.20
อิสระ	55,017 (N.A.)	66,772 (21.37)	109,934 (64.64)	103,670 (-5.70)	118,194 (14.01)	23.58
เพื่อธุรกิจ	37,084 (N.A.)	44,151 (19.06)	40,521 (-8.22)	36,170 (-10.74)	35,629 (-1.50)	-0.35
กลับภูมิลำนาว/เยียมญาติ	9,505 (N.A.)	13,140 (38.24)	16,505 (25.61)	20,528 (24.37)	22,592 (10.05)	24.57
อื่นๆ	32,139 (N.A.)	18,903 (-41.18)	21,219 (12.25)	19,538 (-7.92)	18,844 (-3.55)	-10.10
รวม	212,468 (N.A.)	198,435 (-6.60)	236,370 (19.12)	227,300 (-3.84)	257,594 (13.33)	5.50

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปีก่อน (หน่วย: ร้อยละ)

: นับรวมนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านมาทางพรมแดนเข้าสู่เมืองย่างกุ้ง

ที่มา: ปรับปรุงจาก Myanmar Tourism Statistics Year 2006.

สหภาพพม่ามีรายได้จากการท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549 เท่ากับ 164 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ร้อยละ 7.19 โดยนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันเท่ากับ 94 ดอลลาร์สหรัฐฯ และมีวันพักเฉลี่ยนาน 7 วัน (ตารางที่ 2-15)

ตารางที่ 2-15: รายได้จากการท่องเที่ยวของสหภาพพม่าในปี พ.ศ. 2545 – 2549

รายการ	2545	2546	2547	2548	2549	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
รายได้จากการท่องเที่ยว (หน่วย : ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ)	99 (N.A.)	116 (17.17)	136 (17.24)	153 (12.50)	164 (7.19)	13.53
ค่าใช้จ่ายต่อคนต่อวัน (หน่วย : ดอลลาร์สหรัฐฯ)	80 (N.A.)	80 (0)	94 (17.50)	94 (0)	94 (0)	4.38
จำนวนวันพักเฉลี่ย (หน่วย : วัน)	6.5 (N.A.)	6.5 (0)	7.0 (7.69)	7.0 (0)	7.0 (0)	1.92

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ () หมายถึง อัตราการเติบโตของจำนวนนักท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับปีก่อน (หน่วย: ร้อยละ)

ที่มา: ปรับปรุงจาก Myanmar Tourism Statistics Year 2006.

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนสหภาพพม่ามากที่สุด คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย (ร้อยละ 11.54) ตามมาด้วยนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน (ร้อยละ 9.45) ญี่ปุ่น (ร้อยละ 7.19) เกาหลีใต้ (ร้อยละ 6.93) สหรัฐอเมริกา (ร้อยละ 6.85) เยอรมนี (ร้อยละ 6.83) และไต้หวัน (ร้อยละ 6.01) (ตารางที่ 2-16)

ตารางที่ 2-16: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่ามากที่สุด 10 อันดับแรกในช่วงปี พ.ศ. 2548 - 2549

อันดับ	ประเทศ	2548 จำนวน (คน)	สัดส่วน ร้อยละ	ประเทศ	2549 จำนวน (คน)	สัดส่วน ร้อยละ
1	ไทย	27,199	11.71	ไทย	30,400	11.54
2	สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	19,596	8.44	สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	24,893	9.45
3	ญี่ปุ่น	19,584	8.43	ญี่ปุ่น	18,945	7.19
4	ไต้หวัน	17,600	7.58	เกาหลีใต้	18,265	6.93
5	สหรัฐอเมริกา	16,598	7.15	สหรัฐอเมริกา	18,052	6.85
6	ฝรั่งเศส	15,295	6.59	เยอรมนี	18,003	6.83
7	เยอรมนี	13,689	5.89	ไต้หวัน	15,827	6.01
8	เกาหลีใต้	10,934	4.71	ฝรั่งเศส	15,498	5.88
9	มาเลเซีย	9,858	4.24	สิงคโปร์	10,952	4.16
10	สิงคโปร์	9,674	4.17	อิตาลี	10,774	4.09

ที่มา: ปรับปรุงจาก Myanmar Tourism Statistics Year 2006.

ตลาดนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่ามากที่สุดในปี พ.ศ. 2549 คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชีย คิดเป็นร้อยละ 56.78 จากนักท่องเที่ยวทั้งหมด โดยเฉพาะจากไทย และจีน เนื่องจากมีพรมแดนติดกับสหภาพพม่า รองลงมา คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากยุโรปตะวันตกร้อยละ 29.13 และอเมริกาเหนือร้อยละ 8.10 (ตารางที่ 2-17) สหภาพพม่ามีการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นเพื่อรองรับกับกลุ่มนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนซึ่งกำลังจะกลายเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก โดยปัจจุบันจีนเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่ามากที่สุดเป็นอันดับ 2

ตารางที่ 2-17: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่าจำแนกตามภูมิลำเนาในปี พ.ศ. 2549

ลำดับ	ประเทศ	จำนวน (คน)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
เอเชีย		149,631	56.78
1	ไทย	30,400	11.54
2	สาธารณรัฐประชาชนจีน	24,893	9.45
3	ญี่ปุ่น	18,945	7.19
4	เกาหลีใต้	18,265	6.93
5	ไต้หวัน	15,827	6.01
6	สิงคโปร์	10,952	4.16
7	มาเลเซีย	9,588	3.64
8	อินเดีย	7,540	2.86
9	ฮ่องกง	3,159	1.20
10	บังกลาเทศ	1,342	0.51
11	อื่นๆ	8,720	3.31
ยุโรปตะวันตก		76,767	29.13
1	เยอรมัน	18,003	6.83
2	ฝรั่งเศส	15,498	5.88
3	อิตาลี	10,774	4.09
4	สเปน	7,769	2.95
5	สหราชอาณาจักร	7,465	2.83
6	สวีตเซอร์แลนด์	4,736	1.80
7	ออสเตรเลีย	3,637	1.38
8	เบลเยียม	2,790	1.06
9	อื่นๆ	6,095	2.31
อเมริกาเหนือ		22,880	8.68
1	สหรัฐอเมริกา	18,052	6.85
2	แคนาดา	3,298	1.25
3	อื่นๆ	1,530	0.58

ตารางที่ 2-17 (ต่อ): นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่าจำแนกตามภูมิสำเนาในปี พ.ศ. 2549

ลำดับ	ประเทศ	จำนวน (คน)	ส่วนแบ่งการตลาด (ร้อยละ)
เอเชีย		7,533	2.86
	ออสเตรเลีย	6,583	2.50
	นิวซีแลนด์	929	0.35
	อื่นๆ	21	0.01
ยุโรปตะวันออก		4,024	1.53
1	รัสเซีย	1,432	0.54
2	อื่นๆ	2,592	0.98
ตะวันออกกลาง		2,177	0.83
แอฟริกา		502	0.19
	รวมทั้งหมด	263,514	100

ที่มา: ปรับปรุงจาก Myanmar Tourism Statistics Year 2006.

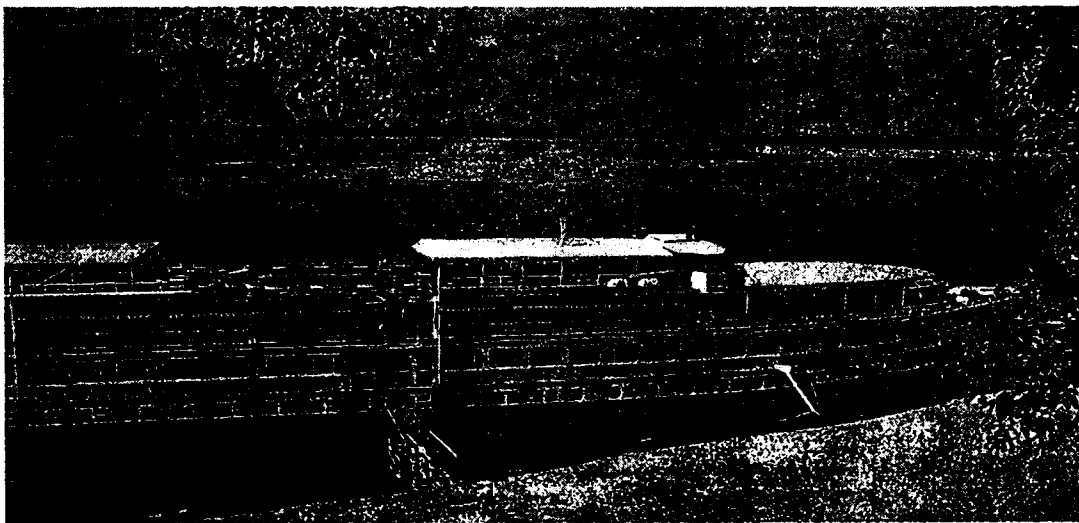
อย่างไรก็ตาม พบว่า อัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนสหภาพพม่าในปี พ.ศ. 2549 มีอัตราการเติบโตที่ลดลง เนื่องจากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางผ่านทางชายแดนไทยลดลงเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้สาเหตุส่วนหนึ่งมาจากปัญหาชายแดนไทย-พม่า ปัญหาความมั่นคงภายในประเทศไทยและสหภาพพม่า ซึ่งส่งผลให้มีการปิดด่านบ่อยครั้ง

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสหภาพพม่าส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวอิสระที่เดินทางมาเที่ยวด้วยตัวเอง ร้อยละ 46 นักท่องเที่ยวที่มาแบบกลุ่มทัวร์ร้อยละ 24 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเพื่อธุรกิจ ร้อยละ 14 และอื่นๆ อีกร้อยละ 16 (ตาราง 2-18) โดยเหตุผลที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ตัดสินใจมาเยือนสหภาพพม่า คือ เพื่อเยี่ยมชมวิถีชีวิตและวัฒนธรรมตะวันออกที่ผสมผสานระหว่างพิธีกรรมและความเชื่อทางศาสนา เพื่อการท่องเที่ยวแบบผจญภัย และเพื่อการจับจ่ายซื้อของ นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในสหภาพพม่าก็กำลังได้รับความนิยมและได้รับการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ในขณะที่สิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติของสหภาพพม่ายังคงได้รับการปกป้องและดูแลรักษาให้มีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างดี

ตารางที่ 2-18: นักท่องเที่ยวที่เข้ามาเยือนสหภาพพม่าจำแนกตามข้อมูลของนักท่องเที่ยวปี พ.ศ. 2549

รายการ	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. ลักษณะการเดินทาง	100
เดินทางด้วยตัวเอง	46
กลุ่มทัวร์	24
เพื่อธุรกิจ	14
อื่นๆ	16
2. เพศ	100
ชาย	61
หญิง	39
3. ช่วงอายุ	100
1-20 ปี	5
21-50 ปี	55
มากกว่า 50 ปีขึ้นไป	40

ที่มา: ปรับปรุงจาก Myanmar Tourism Statistics Year 2006.



รูปที่ 2-5: เรือสำราญ Road to Mandalay ในสหภาพพม่า

2.2.4 ประเทศไทย

สำหรับประเทศไทยแล้วอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่นำเข้ารายได้จากต่างประเทศปีละมหาศาล ในแต่ละปีมีนักท่องเที่ยวจากต่างชาติเดินทางมาเยือนประเทศไทยจำนวนมาก และไทยถือว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวมากที่สุดในอนุภูมิภาคกลุ่มแม่น้ำโขง

ตารางที่ 2-19: นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยจำแนกตามภูมิภาค
หน่วย: ล้านคน

กลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ	2546	2547	2548	2549	2550	ส่วนแบ่งทาง การตลาด (ร้อยละ)	อัตราการ เติบโต (ร้อยละ)
เอเชียตะวันออก	6.20	7.07	6.71	7.62	7.61	57.10	3.35
ยุโรป	2.28	2.65	2.71	3.49	3.91	24.39	10.25
อเมริกา	0.59	0.70	0.75	0.92	0.92	6.30	7.86
โอเชียเนีย	0.35	0.47	0.52	0.65	0.76	4.46	13.65
เอเชียใต้	0.39	0.47	0.50	0.63	0.71	4.38	13.12
ตะวันออกกลาง	0.21	0.29	0.31	0.39	0.44	2.66	11.74
แอฟริกา	0.07	0.08	0.07	0.11	0.12	0.73	9.16
รวมทั้งหมด	10.08	11.74	11.57	13.82	14.46	100.00	6.37

ที่มา: ปรับปรุงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550.

จากตารางที่ 2-19 จะเห็นได้ว่า จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเช่นเดียวกับรายได้จากการท่องเที่ยว และแม้ว่าจะมีการปรับตัวลดลงในช่วงปี พ.ศ. 2546 เนื่องจากสถานการณ์โรคซาร์สและวิกฤติการณ์ก่อการร้าย แต่ก็สามารถปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นอีกครั้งในปีต่อมา โดยในปี พ.ศ. 2547 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนประเทศไทยทั้งหมดประมาณ 11.74 ล้านคน และในปี พ.ศ. 2548 มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนประเทศไทยประมาณ 11.57 ล้านคน ซึ่งเป็นจำนวนที่ลดลงจากปีก่อนเล็กน้อย (ร้อยละ 1.15) เนื่องจากในช่วงปลายปี พ.ศ. 2547 ประเทศไทยประสบกับเหตุการณ์ภัยธรรมชาติ คือ สึนามิ ในบริเวณเมืองท่องเที่ยวหลักทางภาคใต้ ทางชายฝั่งทะเลอันดามัน ได้แก่ กระบี่ ภูเก็ต และพังงา และยังมีการแพร่ระบาดของโรคไข้หวัดนกในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งมีการพบผู้ป่วยติดเชื้อไข้หวัดนกในประเทศไทยด้วย นอกจากนี้ยังมีสาเหตุมาจากความไม่สงบในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ รวมทั้งภาวะการแข่งขันที่รุนแรงจากแหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ (เวียตนาม จีน อินเดีย) และการสร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆ

(ญี่ปุ่น ฮองกง เกาหลีใต้) แต่ทั้งนี้ก็ถือว่าจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทยมีอัตราการลดลงไม่มากนัก

อย่างไรก็ตาม เมื่อผ่านเหตุการณ์เลวร้ายมาแล้ว ในปี พ.ศ. 2549 ก็ถือเป็นปีที่ต้ออีกครั้งสำหรับการท่องเที่ยวของไทย เมื่อรัฐบาลไทยมีการประกาศให้ปีนี้เป็นปีพิเศษเนื่องในโอกาสเฉลิมฉลองการครองราชย์สมบัติครบรอบ 60 ปีของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่ นอกจากนี้ในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2549 ถึง มกราคม พ.ศ. 2550 ประเทศไทยยังได้รับเกียรติเป็นเจ้าภาพในการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก 2549 ที่จังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ในปี พ.ศ. 2549 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงพฤศจิกายน มีจำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเยือนประเทศไทย 13.82 ล้านคน และอัตราการเติบโตยังสูงอย่างต่อเนื่องถึงปี พ.ศ. 2550 ซึ่งมีนักท่องเที่ยวมาเยือนไทย 14.46 ล้านคน

จากสถิติที่ผ่านมา พบว่า ประเทศไทยสามารถผูกขาดส่วนแบ่งทางการตลาดท่องเที่ยวในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชีย อาทิ มาเลเซีย สิงคโปร์ สาธารณรัฐประชาชนจีน ฮองกง ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และได้หวัน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาดการท่องเที่ยวของไทยสูงถึงร้อยละ 57.10 จากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติทั้งหมดในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวจากอาฟริกันนั้นยังเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยน้อย คือ มีเพียงร้อยละ 0.73 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด

เมื่อมองภาพโดยรวมแล้ว พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2546-2550 นั้น จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 6.37 ซึ่งเมื่อพิจารณาแยกตามกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวแล้ว พบว่า แต่ละกลุ่มจะมีอัตราการเติบโตที่แตกต่างกันไป กล่าวคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากเอเชียได้มีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 0.39 ล้านคน เป็น 0.71 ล้านคน หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นประมาณร้อยละ 13.12 กลุ่มนักท่องเที่ยวจากตะวันออกกลางมีจำนวนนักท่องเที่ยวเฉลี่ยเพิ่มสูงขึ้นร้อยละ 11.74 กลุ่มนักท่องเที่ยวจากโอเชียเนียมีอัตราเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ร้อยละ 13.65

สิ่งที่น่าสนใจ คือ ในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กลุ่มนักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีนเข้ามามีส่วนแบ่งทางการตลาดการท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่มอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในประเทศไทยสูงถึงร้อยละ 64.03 ของนักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงทั้งหมด และนักท่องเที่ยวจากสหภาพพม่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวประเทศไทยน้อยที่สุด คือคิดเป็นเพียงร้อยละ 3.98 ของกลุ่มนักท่องเที่ยวในกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

ตารางที่ 2-20: นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงที่มาเยือนประเทศไทย

หน่วย: ล้านคน

ประเทศใน GMS	2546	2547	2548	2549	2550	ส่วนแบ่ง ทาง การตลาด (ร้อยละ)	อัตราการ เติบโต (ร้อยละ)
สาธารณรัฐ ประชาชนจีน	0.62	0.78	0.76	1.03	1.00	58.13	7.40
สปป.ลาว	0.10	0.12	0.21	0.28	0.52	17.04	44.27
เวียดนาม	0.14	0.16	0.20	0.25	0.25	13.74	21.57
กัมพูชา	0.07	0.10	0.11	0.13	0.11	7.19	7.71
สหภาพพม่า	0.04	0.05	0.06	0.07	0.08	3.90	13.05
รวม	0.98	1.20	1.34	1.76	1.96	100.00	13.60

ที่มา: ปรับปรุงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550

จากตารางที่ 2-20 จะเห็นได้ว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2550 นักท่องเที่ยวจากกลุ่มประเทศอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงเดินทางมาเยือนประเทศไทยเพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยในช่วงเวลาดังกล่าวประมาณร้อยละ 13.60 โดยกลุ่มนักท่องเที่ยวจาก สปป.ลาวเข้ามาเยือนประเทศไทยเพิ่มขึ้นจาก 0.10 ล้านคน เป็น 0.52 ล้านคน หรือมีอัตราเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 44.27 ต่อปี ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศในกลุ่ม GMS อื่นๆ ในช่วงเวลาเดียวกัน ส่วนกลุ่มนักท่องเที่ยวจากสหภาพพม่าซึ่งเป็นประเทศที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเยือนไทยน้อยที่สุด มีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2546 0.04 ล้านคน เป็น 0.08 ล้านคนในปี พ.ศ. 2550 หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ย ร้อยละ 13.05 ต่อปี

หากพิจารณาจากรายได้ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยวแล้ว ถือได้ว่าการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้มากที่สุดให้แก่ประเทศนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2525 เป็นต้นมา จากตารางที่ 2-21 จะเห็นได้ว่าตั้งแต่ช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2550 รายได้จากการท่องเที่ยวของไทยมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

แต่ในปี พ.ศ. 2548 อัตราการเติบโตของรายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการปรับตัวลดลง เนื่องจากเหตุการณ์ภัยพิบัติสึนามิปลายปี พ.ศ. 2547 แต่หลังจากนั้นมา รายได้จากการท่องเที่ยวก็มีแนวโน้มสูงขึ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทยมีการขยายตัวเพิ่มสูงขึ้น

ตารางที่ 2-21: รายได้จากการท่องเที่ยวของประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2540 – 2550

ปี พ.ศ.	รายได้จากการท่องเที่ยว (หน่วย: ล้านบาท)	การเปลี่ยนแปลง	
		(หน่วย: ล้านบาท)	อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
2546	309,269	N.A.	N.A.
2547	384,360	75,091	24.28
2548	367,380	-16,980	-4.42
2549	482,319	114,939	31.29
2550	547,782	65,463	13.57

ที่มา: ปรับปรุงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550.

นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้หลายทาง ทั้งทางเครื่องบิน ทางบก และทางน้ำ โดยในปัจจุบันประเทศไทยได้มีการปรับปรุงและสร้างถนนเชื่อมต่อกับจุดรับนักท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนที่พักแรมและร้านอาหารต่างๆ ให้มีความสะดวกสบาย และรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ประเทศไทยมีท่าอากาศยานนานาชาติซึ่งสามารถรองรับเที่ยวบินจากต่างประเทศหลายแห่งด้วยกัน ที่สำคัญคือท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ ซึ่งได้ทำการเปิดให้บริการอย่างเป็นทางการในเดือนกันยายน พ.ศ. 2549 ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่ ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ต ท่าอากาศยานนานาชาติหาดใหญ่ ส่วนท่าอากาศยานกรุงเทพฯ (สนามบินดอนเมือง) เริ่มเปิดให้บริการสำหรับสายการบินภายในประเทศอีกครั้งในวันที่ 25 มีนาคม พ.ศ. 2550 เพื่อลดความแออัดของท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

สำหรับสายการบินที่ใช้บริการท่าอากาศยานนานาชาติของไทยนั้น พบว่า ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิมีสายการบินภายในประเทศให้บริการ 7 สายการบิน และสายการบินที่บินไปต่างประเทศให้บริการ 84 สายการบิน โดยมีจุดหมายปลายทางทุกทวีปทั่วโลก ท่าอากาศยานนานาชาติภูเก็ตมีสายการบินที่ใช้บริการในประเทศ 5 สายการบิน และสายการบินที่ใช้บริการระหว่างประเทศ 19 สายการบิน ท่าอากาศยานนานาชาติเชียงใหม่มีสายการบินที่ใช้บริการในประเทศ 6 สายการบิน ระหว่างประเทศ 9 สายการบิน ส่วนสนามบินเชียงใหม่และหาดใหญ่ มีเพียงสายการบินในประเทศมาให้บริการเท่านั้น ซึ่งสายการบินภายในประเทศของไทยมี 7 สายการบิน คือ การบินไทย (TG) นกแอร์ (DD) วัน ทู โก แอร์ไลน์ (OG) บางกอกแอร์เวย์ (PG) พีบีแอร์ (9Q) ไทยแอร์เอเชีย (FD) และเอสจีเอ (5E) (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, 2550: ระบบออนไลน์)

ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ

ท่าอากาศยานนานาชาติสุวรรณภูมิ หรือ สนามบินสุวรรณภูมิ (ชื่อเดิม: สนามบินหนองงูเห่า) เป็นสนามบินตั้งอยู่บนพื้นที่ประมาณ 20,000 ไร่ ที่ ถนนบางนา-ตราด ในตำบลราชาเทวะ อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ ห่างจากใจกลางกรุงเทพมหานคร 25 กิโลเมตร เปิดใช้งานวันที่ 28 กันยายน พ.ศ. 2549 นโยบายรัฐบาลได้กำหนดท่าอากาศยานสุวรรณภูมิเป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศ และจะเป็นศูนย์กลางการบินในภูมิภาคเอเชียอาคเนย์

ชื่อของสนามบินสุวรรณภูมิ มีความหมายว่า "แผ่นดินทอง" เป็นชื่อพระราชทานโดยพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ เมื่อวันที่ 29 กันยายน พ.ศ. 2543 และเสด็จพระราชดำเนินทรงประกอบพิธีวางศิลาฤกษ์อาคารผู้โดยสารท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ ในวันที่ 19 มกราคม พ.ศ. 2545 ชื่อสากลของสนามบินสะกดตามการถอดตัวสะกดภาษาสันสกฤต ว่า "Suvarnabhumi"

ระบบทางวิ่ง ทางขึ้น และลานจอดอากาศยาน

สนามบินสุวรรณภูมิมีทางวิ่ง 2 เส้นทาง กว้างเส้นทางละ 60 เมตร ยาว 3,700 เมตร และ 4,000 เมตร ห่างกัน 2,200 เมตร มีทางขับขนานกับทางวิ่งทั้ง 2 เส้น ให้บริการขึ้น - ลง ของอากาศยานได้พร้อมกัน และเมื่อพัฒนาจนสมบูรณ์แล้วจะมีทางวิ่งทั้งหมด 4 เส้น เป็นทางวิ่งข้างละ 2 เส้นขนานกัน และมีหลุมจอดอากาศยานจำนวน 120 หลุมจอด (จอดประชิดอาคาร 51 หลุมจอด และจอดระยะไกลอีก 69 หลุมจอด) รวมถึงหลุมจอดอากาศยานขนาดใหญ่ไว้ด้วยจำนวน 5 หลุมจอด

อาคารผู้โดยสาร

อาคารผู้โดยสารเป็นอาคารเดี่ยว ช่วงกว้าง ไม่มีเสากลางอาคาร มีพื้นที่ใช้สอยประมาณ 563,000 ตารางเมตร มี 8 ชั้น รวมชั้นใต้ดิน มีรายละเอียดแต่ละชั้น(ตามแผน) ดังต่อไปนี้

- ชั้น 1 - สถานีรถโดยสาร (Bus Lobby)
- ชั้น 2 - ผู้โดยสารขาเข้า (Arrivals)
- ชั้น 3 - จุดนัดพบและร้านค้าต่างๆ
- ชั้น 4 - ผู้โดยสารขาออก (Departures)
- ชั้น 5 - สำนักงานบริษัทการบินไทย และกลุ่มสายการบินพันธมิตร สตาร์ อัลไลแอนซ์ (Star Alliance)
- ชั้น 6 - ภัตตาคาร
- ชั้น 7 - ที่ชมทัศนียภาพ
- ชั้นใต้ดิน - สถานีรถไฟฟ้า

อาคารผู้โดยสารตั้งอยู่ทางทิศเหนือของท่าอากาศยาน รองรับผู้โดยสารได้ 45 ล้านคนต่อปี ภายในอาคารมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น จุดตรวจบัตรโดยสาร 360 จุด จุดตรวจหนังสือเดินทาง ขาเข้า 124 จุด / ขาออก 72 จุด โดยมีระบบรักษาความปลอดภัยแบบ 100% Hold Baggage In-line Screening System รวมทั้งมีสถานีรถไฟฟ้า (Airport the link) สายพญาไท มวกะสัน ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ อยู่ใต้อาคาร ซึ่งได้ก่อสร้างแล้วเป็นบางส่วน มีอาคารผู้โดยสารนานาชาติและภายในร่วมกัน ระยะทางเดินต่อเครื่องระหว่างสายการบินภายในและภายนอก มีความยาวเฉลี่ยราว 800-1000 เมตร ระยะไกลสุดราว 3000 เมตร

อาคารท่าเทียบเครื่องบิน หรือคอนคอร์ต มีท่าเทียบ 51 จุด สามารถรองรับเครื่องบินขนาดใหญ่ เช่น Airbus A-380 ได้ 5 จุด ลักษณะสถาปัตยกรรมทันสมัย หลังคารูปโค้งงูเข้าโบสถ์กระจากโค้ง นอกจากการจอดเทียบท่าแล้วสามารถจอดที่ท่ากลางลานได้ รวมแล้วสามารถรองรับเครื่องบินได้ราว 120 ลำ

สนามบินสุวรรณภูมิ เป็นศูนย์กลางการบินและประตูสู่เอเชีย โดยให้บริการ 102 สายการบิน สู 142 เมืองทั่วโลก สำหรับสายการบินระหว่างประเทศ

ตารางที่ 2-22: นักท่องเที่ยวจำแนกตามลักษณะการเดินทาง

หน่วย: ล้านคน

ลักษณะการเดินทาง	2546	2547	2548	2549	2550	ส่วนแบ่งทางการตลาด (ร้อยละ)	อัตราการเติบโตเฉลี่ย (ร้อยละ)
ทางเครื่องบิน	8.16	9.80	9.54	11.50	11.98	82.76	6.64
ทางบก	1.74	1.69	1.78	2.02	2.21	15.32	5.65
ทางทะเล	0.18	0.25	0.24	0.30	0.21	1.91	2.21
รวม	10.08	11.74	11.56	13.82	14.39	100.00	6.27

ที่มา: ปรับปรุงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550.

เมื่อจำแนกนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาเยือนประเทศไทยตามลักษณะการเดินทางตามตารางที่ 2-22 พบว่า นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาโดยเครื่องบินมีจำนวนเพิ่มขึ้นจาก 8.16 ล้านคนในปี พ.ศ. 2546 เป็น 11.98 ล้านคนในปี พ.ศ. 2550 หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 6.64 โดยพบว่า ร้อยละ 82.76 ของนักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกที่จะเดินทางมาโดยวิธีนี้

ส่วนการเดินทางเข้ามาทางบกนั้นได้รับความนิยมเป็นอันดับสอง โดยคิดเป็นร้อยละ 15.32 ของนักท่องเที่ยวทั้งหมด หรือมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.65 โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เลือกเดินทางเข้ามาโดยวิธีนี้เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจากมาเลเซีย

ส่วนการเดินทางเข้ามาทางทะเลนั้นมีอยู่น้อยมาก โดยคิดเป็นเพียงร้อยละ 1.91 ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาทั้งหมด อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาโดยวิธีดังกล่าวมีอัตราการเติบโตโดยเฉลี่ยเพิ่มขึ้นเท่ากับร้อยละ 2.21

ตารางที่ 2-23: เหตุผลในการเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย

หน่วย: ร้อยละ

เหตุผล	2546	2547	2548	2549	2550
เพื่อพักผ่อนในวันหยุด	87.88	87.25	82.12	82.39	83.08
เพื่อธุรกิจ	8.53	8.38	13.41	8.67	8.77
อื่นๆ	3.59	4.37	4.47	8.94	8.15
รวม	100.00	100.00	100.00	100.00	100.00

ที่มา: ปรับปรุงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550.

จากตารางที่ 2-23 พบว่า ในช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2550 นั้น เหตุผลที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติกว่าร้อยละ 80 เลือกเดินทางมาเยือนประเทศไทยก็คือ เพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุด ส่วนเหตุผลอันดับสองคือ เพื่อการติดต่อทางธุรกิจ

ตารางที่ 2-24: นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่มาเยือนประเทศไทยจำแนกตามภูมิลำเนา

หน่วย: ล้านคน

ประเทศ	2546	2547	2548	2549	2550	อัตราการเติบโต (ร้อยละ)
มาเลเซีย	1.34	1.39	1.34	1.58	1.55	4.04
สิงคโปร์	0.63	0.74	0.80	0.82	0.80	6.41
สาธารณรัฐประชาชนจีน	0.62	0.78	0.76	1.33	1.00	18.36
ฮ่องกง	0.66	0.66	0.44	0.46	0.45	
ญี่ปุ่น	1.03	1.19	1.19	1.29	1.25	-7.74
เกาหลี	0.70	0.91	0.82	1.10	1.08	5.21
ไต้หวัน	0.53	0.56	0.38	0.47	0.43	13.11
ฝรั่งเศส	0.22	0.25	0.26	0.32	0.35	-2.83
เยอรมนี	0.39	0.45	0.45	0.51	0.54	12.52
สวีเดน	0.21	0.22	0.22	0.31	0.37	8.65
สหราชอาณาจักร	0.55	0.63	0.69	0.75	0.75	16.26
สหรัฐอเมริกา	0.47	0.57	0.59	0.64	0.62	8.19
อินเดีย	0.23	0.30	0.35	0.43	0.51	7.53
ออสเตรเลีย	0.28	0.40	0.42	0.54	0.64	22.14

ที่มา: ปรับปรุงจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย 2550.

เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาเยือนประเทศไทย พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใหญ่ที่สุด รองลงมาคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ตามลำดับ (ตารางที่ 2-24) เมื่อพิจารณาอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวในช่วงปี พ.ศ. 2546 - 2550 พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวจากอินเดียเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตมากที่สุด รองลงมาคือ ออสเตรเลียและสวีเดนมีอัตราการเติบโตร้อยละ 15.32 และ 12.74 ตามลำดับ

2.3 บทสรุป

ประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงล้วนมีแหล่งดึงดูดด้านการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หรือแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลก ด้วยปัจจัยที่เอื้อต่อการท่องเที่ยวเหล่านี้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวหลังไหลเข้าสู่อนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงปีละจำนวนมาก

การท่องเที่ยวจึงเป็นอุตสาหกรรมที่น่ารายได้เข้าสู่ประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ทำให้แต่ละประเทศหันมาให้ความสำคัญกับนโยบายด้านการท่องเที่ยวไม่เว้นแม้แต่สหภาพพม่าซึ่งเป็นประเทศที่ปกครองด้วยรัฐบาลทหาร ก็หันมาเปิดประเทศเพื่อต้อนรับนักท่องเที่ยว และการลงทุนด้านการท่องเที่ยวมากขึ้น

แนวโน้มด้านการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงมีแนวโน้มที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยตลาดนักท่องเที่ยวที่สำคัญยังคงเป็นตลาดนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคเอเชียและแปซิฟิก โดย สปป. ลาว และสหภาพพม่า นั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวจากประเทศเพื่อนบ้านที่มีพรมแดนติดต่อกันอย่างประเทศไทยและจีน ส่วนกัมพูชานั้นเนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกที่เป็น 1 ใน 7 สิ่งมหัศจรรย์ของโลกอย่างนครวัด นครธม ทำให้มีนักท่องเที่ยวจากทั่วโลกเดินทางมาเยือน แต่นักท่องเที่ยวหลักๆ ก็ยังคงเป็นนักท่องเที่ยวจากเอเชีย อย่างเช่น เกาหลีและญี่ปุ่น สำหรับประเทศไทย นั้น พบว่า เมื่อพิจารณาจากอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549 แล้ว กลุ่มนักท่องเที่ยวจากอินเดียถือได้ว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอัตราการเติบโตมากที่สุด ในขณะที่กลุ่มนักท่องเที่ยวจากญี่ปุ่นซึ่งเคยเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวสำคัญกลับมีอัตราการเติบโตที่ลดลง

สิ่งที่น่าเป็นห่วงสำหรับประเทศเล็กๆ ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงอย่าง สปป.ลาว สหภาพพม่า กัมพูชา และประเทศไทยก็คือ เมื่อประเทศที่มีขนาดใหญ่และมีทรัพยากรด้านการท่องเที่ยวมากมาย อย่างจีนเริ่มมีการเปิดประเทศและดำเนินนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศของตนมากขึ้นแล้ว ประเทศเล็กๆ เหล่านี้จะสามารถรักษาส่วนแบ่งการตลาดด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคไว้ได้มากน้อยเพียงใด

บทที่ 3

**การวิเคราะห์สมรรถนะของข้อมูลท่องเที่ยวออนไลน์
(e-Tourism) ของไทย**

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้นำเทคโนโลยีรูปแบบต่างๆ มาใช้โดยเฉพาะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการธุรกิจและสร้างโอกาสในการแข่งขัน ในบทนี้เป็นการนำเสนอเทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การพัฒนาเว็บไซต์ขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว และผู้ประกอบการธุรกิจเอกชน ผลกระทบของเทคโนโลยีสารสนเทศ และแนวทางการพัฒนาบุคลากรที่สอดคล้องกับธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์ (e-Tourism)

3.1 คุณลักษณะของสินค้าบริการท่องเที่ยว

สินค้าบริการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่ต้องอาศัยเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเป็นพื้นฐาน การจอง การสั่งซื้อจะเน้นความถูกต้องของสารสนเทศซึ่งจะนำไปสู่การได้มาซึ่งสินค้าและบริการทางกายภาพที่ต้องการ เช่น การซื้อตั๋วเครื่องบิน นักท่องเที่ยวจะเริ่มจากการค้นหาข้อมูล เกี่ยวกับที่นั่งเที่ยวบิน ตารางเวลาการเดินทาง และราคา หลังจากนั้นจึงจะมีกิจกรรมต่อเนื่องได้แก่ การจอง การตกลงสั่งซื้อ ยืนยันการสั่งซื้อ เพื่อให้สามารถรับมอบสินค้าและบริการตรงกับข้อมูลและสารสนเทศที่ได้ตกลงไว้ล่วงหน้า ถ้ามีการเปลี่ยนแปลงรายการก็จะทำการเปลี่ยนแปลงที่ตัวข้อมูลและสารสนเทศก่อนที่จะไปถึงตัวสินค้าและบริการ

สินค้าและบริการท่องเที่ยวมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากสินค้าทางกายภาพชนิดอื่นหลายประการ เช่น

- สินค้าและบริการมีอายุสั้นมาก เสียง่ายและซับซ้อน เช่น โรงแรมที่ไม่สามารถขายห้องพักได้ในเวลาที่กำหนดทำให้สูญเสียรายได้
- เป็นสินค้าและบริการที่มองไม่เห็น ไม่สามารถตรวจสอบคุณภาพหรือทดลองใช้ก่อนการซื้อขาย ผู้บริโภครู้สึกถึงความเสี่ยงและความไม่แน่นอนค่อนข้างสูง ผู้บริโภคต้องการความน่าเชื่อถือในสารสนเทศก่อนการซื้อ
- สินค้าบริการท่องเที่ยวประกอบด้วยสินค้าหรือบริการพื้นฐานที่นำมารวมกัน มีความแตกต่างโดยสภาพภูมิศาสตร์ องค์ประกอบ และคุณลักษณะ

เลขหมู่..... ๘3๑๙๗

- เจ้าของสินค้าและบริการไม่สามารถส่งมอบสินค้าไปยังลูกค้าด้วยตนเอง เช่น สายการบินซึ่งบินไปยังที่ต่างๆ สามารถมีตัวแทน แต่ไม่สามารถมีสำนักงานหรือช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์จำนวนมากในทุกเส้นทางเพราะต้นทุนคงที่สูง
- เป็นสินค้าที่มีสารสนเทศเป็นองค์ประกอบ ต้องการความไว้วางใจ ขณะที่ลูกค้าตัดสินใจซื้อจะได้สินค้าและบริการเพียงนามธรรม รูปแบบของสินค้าและบริการจึงขึ้นอยู่กับสารสนเทศที่น่าเสนอผ่านช่องทางต่างๆ เช่น เว็บไซต์ การบอกเล่า ผ่านพันธมิตร เป็นต้น

ความไม่สมบูรณ์ของตลาดสารสนเทศเป็นเหตุผลหนึ่งที่ทำให้ห่วงโซ่แห่งมูลค่า (Value Chain) ของตลาดท่องเที่ยวต้องมีหน่วยงาน องค์กร ธุรกิจเข้ามาเกี่ยวข้องจำนวนมาก เช่น

- องค์กรจัดการด้านการท่องเที่ยว (Destination Management Organization หรือ DMO) เป็นหน่วยงานของประเทศที่อำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค และผู้จัดหารสินค้าบริการในการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศ และสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพของสารสนเทศ
- บริษัทจัดการท่องเที่ยว (Tour Operator) ทำหน้าที่รวบรวมข้อเสนอและบริการจากเจ้าของสินค้าและบริการ เป็นช่องทางหลักและช่วยลดต้นทุนในการเข้าถึงสารสนเทศให้กับผู้บริโภค รวมทั้งลดต้นทุนด้านสารสนเทศทางการตลาดให้กับเจ้าของสินค้าหรือผู้จัดหาร
- ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agent) เป็นตัวกลางแบบดั้งเดิมและทำหน้าที่หลากหลาย ได้แก่ เป็นนายหน้าสารสนเทศ (Information Broker) ส่งผ่านข้อมูลจากเจ้าของไปยังผู้บริโภค เป็นที่ปรึกษาให้กับลูกค้า ให้ความช่วยเหลือด้านสินค้า สถานที่ท่องเที่ยว เป็นตัวกลางและจัดจำหน่ายสินค้าบริการท่องเที่ยวไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย ช่วยลดความไม่แน่นอนให้กับผู้บริโภค ลดช่องว่างในการให้บริการ และลดต้นทุนด้านสารสนเทศทางการตลาดให้กับเจ้าของสินค้าและบริษัทจัดการท่องเที่ยว
- ผู้จัดหาร หรือเจ้าของ (Supplier) เป็นหน่วยธุรกิจเจ้าของสินค้าหรือบริการท่องเที่ยว เช่น สายการบิน บริษัทขนส่ง ที่พัก รถเช่า เรือ ร้านอาหาร ซึ่งจะเป็นผู้ที่ให้บริการหรือเกี่ยวข้องโดยตรงกับนักท่องเที่ยว นักเดินทาง
- ระบบจัดจำหน่ายทั่วโลก (Global Distribution Systems หรือ GDS) ถูกใช้เพื่อจัดการราคาสินค้าคงคลัง ณ เวลาปัจจุบัน เช่น Amadeus, Galileo, Worldspan และ SABRE

- ลูกค้า นักท่องเที่ยว เป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของห่วงโซ่มูลค่า เจ้าของสินค้า บริการพยายามเข้าถึงข้อมูลลูกค้าเพื่อศึกษาประวัติ พัฒนาการรู้เรื่องรสนิยม ความชอบ นิสัย และพฤติกรรมกรรมการซื้อการบริโภค ข้อมูลที่ได้รับนำไปสู่การหาโอกาส ทางธุรกิจ

3.2 เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้นำเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เข้ามาเป็น เครื่องมือในทุกองค์ประกอบของอุตสาหกรรม ตั้งแต่การนำระบบการจองโดยคอมพิวเตอร์ (Computerized Reservations Systems หรือ CRS) มาใช้กับสายการบิน และเปลี่ยนรูปแบบเป็น ระบบจัดจำหน่ายทั่วโลก (Global Distribution System: GDS)

เมื่อมีการพัฒนาระบบการจัดจำหน่ายผ่านอินเทอร์เน็ต ทำให้ผู้ประกอบการและลูกค้าใน อุตสาหกรรมต่างได้รับประโยชน์มากขึ้น เช่น การทำธุรกรรมมีความยืดหยุ่นและสะดวกสบาย เข้าถึง กลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ต้นทุนการจัดจำหน่ายต่ำ การจำแนกและกำหนดลูกค้าเป้าหมายทำได้ง่าย สามารถจัดจำหน่ายสินค้าได้ทั่วโลก และสามารถใช้สื่อประสมเพื่อส่งเสริมการขายและการ ประชาสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามการทำธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตก็มีข้อบกพร่องในเรื่องการขาด ปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในระหว่างการทำธุรกรรม หรือขาดโอกาสในการจูงใจให้เกิดการขายสินค้า และบริการต่อเนื่อง

ปัจจุบันประเทศที่พัฒนาจะตอบสนองความต้องการผู้บริโภคด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศและ การสื่อสาร (ICT) ผ่านองค์ประกอบหลักของการท่องเที่ยว ดังนี้

การขนส่ง ICT ได้เข้ามาเกี่ยวข้องกับการขนส่งในหลายรูปแบบ เช่น สายการบิน รถโดยสาร รถแท็กซี่ ต้องติดตั้งอุปกรณ์การสื่อสารที่ดี ติดตั้งระบบวิทยุสื่อสารระบบ GPS รวมทั้งอุปกรณ์การ ช่วยเหลืออื่นๆ เพื่อให้ผู้ใช้บริการไว้วางใจในเรื่องความปลอดภัย สายการบินต้องติดตั้งเครื่องมือซึ่งให้ สารสนเทศหลากหลาย เช่น สภาพภูมิอากาศ ความสูง และระบบสารสนเทศที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร กับสายการบินอื่นและสถานีควบคุมอากาศยาน การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อความบันเทิงภายใน เครื่องบิน เช่น การเล่นเกมส์ วิดีโอออนดีมานด์

ที่พักอาศัย นักท่องเที่ยวใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการเข้าถึงที่พัก การค้นหาแหล่งที่พัก ณ จุดหมายปลายทาง สารสนเทศที่ได้ถูกนำมาใช้ตัดสินใจในเรื่องราคา จำนวนวันพัก การค้นหา ข้อมูลสามารถทำได้จากที่บ้าน หรือที่ทำงาน ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการเดินทางและเวลาในการ ติดต่อกับตัวแทนท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวสามารถส่งสารสนเทศกลับไปยังธุรกิจหรือครอบครัวใน ระหว่างการเดินทาง สามารถใช้เพื่อความบันเทิง เช่น วิดีโอ โทรทัศน์ เกมส์ หรือใช้ทดแทนการ

เดินทางเพื่อธุรกิจ เช่น การจัดประชุมทางไกล นอกจากนี้เทคโนโลยีสารสนเทศยังถูกนำมาใช้ในการจัดการที่พัก เช่น ระบบการจองที่นั่งโดยคอมพิวเตอร์ (CRS) ระบบออกบิล ใบเสร็จ ระบบการรักษาความปลอดภัย บริการโทรศัพท์สมัยใหม่ บริการด้านความบันเทิงและอินเทอร์เน็ตในห้องพัก

สถานที่ท่องเที่ยวจำเป็นต้องสื่อสารหรือแจ้งให้นักท่องเที่ยวทราบเกี่ยวกับประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ที่ตั้ง วิธีการไปถึง เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวจะต้องเผยแพร่สารสนเทศผ่านวิดีโอ อินเทอร์เน็ต เว็บไซต์ การโฆษณาทางโทรทัศน์ และเอกสารแผ่นพับ

สิ่งอำนวยความสะดวก ปัจจุบันจะต้องมีการจัดหาเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การออกวีซ่า การผ่านระบบศุลกากร ระบบการจองบริการ ระบบการลำเลียงกระเป๋า เป็นต้น

อาจกล่าวโดยสรุปได้ว่า ICT มีบทบาทต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้

- ICT ช่วยสร้างโอกาสในการขยายและเร่งการเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ICT เป็นเครื่องมือในการลดต้นทุนในการเข้าถึงลูกค้าเป้าหมาย
- ICT เป็นเครื่องมือในการรวบรวมและกระจายข้อมูล สารสนเทศ ความรู้
- ICT ช่วยอำนวยความสะดวกในการสร้างเครือข่ายระหว่างผู้เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ICT ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติการและจัดการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ICT เป็นเครื่องมือในการฝึกอบรม ให้ความรู้และสร้างความสามารถให้กับบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- ICT มีผลต่อการลดและเพิ่มการจ้างงาน

3.2.1 การจัดจำหน่ายสินค้าบริการท่องเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์

ความยุ่งยากในการค้นหาสารสนเทศเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และการจับคู่ความต้องการที่ตรงกันระหว่างผู้ให้บริการและผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจท่องเที่ยวต้องหาเครื่องมือเพื่ออำนวยความสะดวกในการทำธุรกรรม

เครื่องมือเพื่อการจัดการกับระบบจัดจำหน่ายได้มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตลอดเวลาที่ผ่านไปผู้ประกอบการที่อยู่ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวต้องการเครื่องมือที่ช่วยในการจัดจำหน่ายเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคทันเวลา การจัดจำหน่ายด้านการท่องเที่ยวผ่านระบบอินเทอร์เน็ตและคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภท

- ระบบจัดจำหน่ายทั่วโลก (The Global Distribution Systems หรือ GDSs) และระบบการจองที่นั่งโดยคอมพิวเตอร์ (The Computer Reservation Systems หรือ

CRSs) เป็นตัวกลางของห่วงโซ่อุปทานในการจัดจำหน่ายสินค้าบริการท่องเที่ยว ระบบ GDS ได้ถูกพัฒนาขึ้นแทนการใช้โทรศัพท์ เป็นระบบการจองบริการ จัดจำหน่ายและให้บริการด้านสารสนเทศผ่านคอมพิวเตอร์ซึ่งสนับสนุนการขายที่นับบนสายการบิน และสินค้าที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรมและรถเช่า ไปยังแผนกขายทั่วโลก เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ขายและผู้ใช้ระบบ ซึ่งได้แก่ ตัวแทนท่องเที่ยว ระบบ GDS หลัก ได้แก่ Amadeus, Galileo, SABRE และ World Span

ระบบ GDS ยังคงเป็นระบบหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและมีความสำคัญในปัจจุบัน โรงแรม หรือสายการบินที่ไม่ได้เชื่อมต่อกับระบบ GDS จะขาดรายได้มหาศาลจากธุรกิจการท่องเที่ยว

- อินเทอร์เน็ต และ ICT เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้าถึงตลาดท่องเที่ยวเพื่อให้และรับบริการรูปแบบต่างๆ เป็นเครื่องมือที่แข่งขันกับระบบ GDS และทำให้บริษัทที่เป็นตัวกลางการท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำธุรกิจใหม่เพราะอินเทอร์เน็ตทำให้ผู้บริโภคสามารถตัดตัวกลาง (Disintermediation) หรือเปลี่ยนแปลงการใช้ตัวกลาง (Re-intermediation) จากตัวแทนท่องเที่ยวแบบเดิมเป็นตัวแทนในระบบออนไลน์
- สายการบินยังเป็นหน่วยธุรกิจที่เป็นผู้นำในการพัฒนาเทคโนโลยีใหม่เพื่อลดค่าใช้จ่ายในการจัดจำหน่ายและสร้างประสิทธิภาพ เช่น การใช้ตั๋วโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Ticket) การใช้ระบบเช็คอินอัตโนมัติ

3.2.2 การท่องเที่ยวออนไลน์

การท่องเที่ยวออนไลน์เป็นพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ประสบความสำเร็จมากที่สุด การจองบริการผ่านการท่องเที่ยวออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 25 ของการจองท่องเที่ยวทั้งหมด เว็บไซต์ที่ให้บริการท่องเที่ยวออนไลน์ที่สำคัญ ได้แก่ Expedia.com, Orbitz.com, Travelocity.com, Travelzoo.com, Asiatravel.com, Hotwire.com, Trawelweb.com, Ebookers.com, Eurovacations.com, Priceline.com, และ Biztravel.com

ผู้ประกอบการที่นำเสนอบริการท่องเที่ยวออนไลน์มีจำนวนมาก ได้แก่ สายการบิน ตัวแทนการจัดประชุม รถไฟ รถเช่า โรงแรม เว็บทำเชิงพาณิชย์ บริษัทท่องเที่ยว สำนักพิมพ์หนังสือแนะนำการท่องเที่ยว เช่น Fodors และ Lonely Planet ผู้รวบรวมตั๋วโดยสาร เช่น ebookers.com และนายหน้าสารสนเทศ เช่น tiscover.com

ตัวแทนท่องเที่ยวออนไลน์ให้บริการเช่นเดียวกับตัวแทนท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม เช่น การให้สารสนเทศพื้นฐาน การจอง การซื้อตั๋วโดยสาร ที่พัก และบันเทิง นอกจากนี้ยังให้บริการเพิ่มเติม เช่น

การนำเสนอเทคนิคการท่องเที่ยวจากผู้ประกอบการ วารสารอิเล็กทรอนิกส์ การเปรียบเทียบค่าโดยสาร แนะนำเมือง การคำนวณอัตราแลกเปลี่ยน การติดตามตั๋วเครื่องบินโดยสาร แผนที่ ที่ตั้งห้องสนทนา การประมูล บริการพิเศษต่างๆ และตั๋วเครื่องบิน ที่พักราคาถูก เช่น www.lastminute.com, www.travelzoo.com, www.americanexpress.com และ www.hotwire.com ดังนั้นรายได้จากการธุรกิจท่องเที่ยวออนไลน์จึงมาจากหลายแหล่ง เช่น ค่าคอมมิชชั่น รายได้จากการโฆษณา ค่าธรรมเนียมที่ปรึกษา ค่าธรรมเนียมจากการเป็นสมาชิก และการแบ่งรายได้

3.3 เว็บไซต์ของธุรกิจท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการแข่งขันสูงมาก เมื่อองค์กร หน่วยงานต่างๆ ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย การประชาสัมพันธ์ การแข่งขันด้านการสร้างความสมบูรณ์ของการนำเสนอสารสนเทศ และการออกแบบให้เว็บไซต์มีรูปลักษณ์ (Appearance) สวยงามจึงเป็นสิ่งสำคัญที่จะนำมาสู่การขาย เพราะสินค้าบริการท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่อาศัยสารสนเทศเป็นองค์ประกอบหลักนอกเหนือจากตัวสินค้าและการให้บริการทางกายภาพ

การเปรียบเทียบรูปลักษณ์ของเว็บไซต์ (Appearance) สามารถแบ่งออกได้หลายมิติ เช่น ความสวยงาม ความสมบูรณ์ของเนื้อหาสารสนเทศ ผู้พัฒนาเว็บไซต์จะต้องให้ความสำคัญกับคุณสมบัติของสารสนเทศ มีความรู้ทางด้านเทคนิค เช่น การเข้าถึงสารสนเทศ การสอบถาม ความปลอดภัย บุคลากรในองค์กรต้องมีวินัยและเอาใจใส่ในเรื่องของสารสนเทศ เช่น การทำข้อมูลให้ทันสมัย เป็นปัจจุบัน ถูกต้อง และมีความสมบูรณ์ครบถ้วน ขณะเดียวกันก็ต้องอาศัยผู้มีความรู้ทางด้านกราฟิกเพื่อให้เว็บไซต์มีภาพลักษณ์ที่สวยงาม ดึงดูดความสนใจ แต่สามารถเข้าถึงและใช้งานง่าย

นักท่องเที่ยวต้องการสารสนเทศเพื่อการเดินทางแตกต่างกันในแต่ละช่วงเวลาของการเดินทาง นักท่องเที่ยวค้นหาสารสนเทศก่อนเดินทางเพื่อช่วยในการตัดสินใจหรือวางแผนการเดินทาง เมื่อเดินทางถึงจุดหมายปลายทางต้องการสารสนเทศเพื่อแก้ปัญหาที่พบในระหว่างการเดินทาง หรือค้นหาสถานที่ สิ่งที่น่าสนใจ หลังจากจบการเดินทางนักท่องเที่ยวต้องการบอกเล่าประสบการณ์ ให้ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback) ข้อเสนอแนะ และข้อร้องเรียน

ดังนั้นการออกแบบเว็บไซต์ที่ประสบความสำเร็จคือการตอบสนองความคาดหวังและความต้องการของลูกค้า การออกแบบเริ่มต้นจากการระบุความต้องการ ความคาดหวังและปัญหา หลังจากนั้นจึงออกแบบเว็บไซต์เพื่อตอบสนองความต้องการ ความคาดหวังหรือแก้ไขปัญหา เกณฑ์การออกแบบที่สำคัญ ได้แก่ เส้นทางการค้นหา (Navigation) ความสอดคล้อง ผลลัพธ์ ภาพที่ปรากฏ และการประกันคุณภาพ รวมทั้งการตรวจสอบคุณสมบัติที่ดีของเว็บไซต์

คุณสมบัติของเว็บไซต์ที่ดีประกอบด้วย ความสามารถในการค้นหา การเร็วในการเข้าถึง การเรียกเว็บไซต์ หรือ Download เป็นเว็บที่สามารถปรับเปลี่ยนได้ (Dynamic) สารสนเทศสามารถปรับเข้ากับความต้องการ น่าสนใจและเพียงพอ มีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ใช้เสียง ภาพเคลื่อนไหว (Animation) วิดีโอและแผนที่ (Interactive Map) ที่จะทำให้เว็บนี้น่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ มีการออกแบบและนำเสนอที่ดี สามารถจองบริการได้ทันที มีการบำรุงรักษา ดูแล และปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัย มีการเชื่อมต่อกับเว็บไซต์อื่นๆ และมีการทำโฆษณา ประชาสัมพันธ์ทั้งในระบบออนไลน์และออฟไลน์

การจัดทำเว็บไซต์ควรมีการจัดกลุ่มสารสนเทศให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวตามโอกาสทางการตลาด การทำตลาดเฉพาะกลุ่ม เช่น ตลาดคนโสด กลุ่มวัยรุ่น ช่วงพักผ่อนหลังจบการศึกษา ช่วงเปลี่ยนอาชีพ ช่วงเกษียณอายุ ช่วงหยุดพักผ่อน รวมทั้งมีการแบ่งการนำเสนอสาระสำหรับกลุ่มผู้เข้าชม เช่น สารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยวทั่วไป ลูกค้านักธุรกิจ สื่อมวลชน และองค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว

ปัจจุบันแนวโน้มการท่องเที่ยวในแถบเอเชียแปซิฟิกได้มีการเปลี่ยนแปลงจากเดิม เช่น การให้ความสำคัญกับกิจกรรม และประสบการณ์การท่องเที่ยว การพัฒนาของสายการบินต้นทุนต่ำ การเปลี่ยนแปลงตัวเองของตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agents) มาเป็นที่ปรึกษาการเดินทาง การเติบโตอย่างต่อเนื่องของการทำธุรกรรมผ่านระบบออนไลน์ การท่องเที่ยวที่ปรับเข้ากับความต้องการ (Customized Tours) ของลูกค้าแต่ละราย การให้ความสำคัญกับการติดต่อสื่อสารและความถูกต้องของข้อมูล (UNWTO OMT IOHBTO, 2006) ดังนั้นรูปแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยวที่นำเสนอในเว็บไซท์จะต้องสอดคล้องกับความต้องการ พฤติกรรมของผู้บริโภค และปรับตัวให้เท่าทันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น

3.3.1 เว็บไซต์การท่องเที่ยวหลักของประเทศต่างๆ

จากการศึกษาเปรียบเทียบเว็บไซต์การท่องเที่ยวทั้ง 32 เว็บ โดยเลือกจากประเทศที่นักท่องเที่ยวนานาชาตินิยมเดินทาง และประเทศที่ได้รับการจัดอันดับตามคำดัชนีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว พบว่า แต่ละเว็บไซต์มีฟังก์ชันหรือเมนูหลักในหน้าโฮมเพจคล้ายคลึงกัน เพราะเป็นบริการหรือข้อมูลหลักที่นักท่องเที่ยวโดยทั่วไปต้องการแต่แตกต่างกันในรายละเอียด ความครบถ้วนของสารสนเทศ รวมทั้งภาพลักษณ์ ความสวยงาม

ฟังก์ชันหรือเมนูหลักที่ต้องปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์แสดงในตารางที่ 3-1

ตารางที่ 3-1: ฟังก์ชันหรือเมนูหลักที่ต้องปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์

ฟังก์ชัน เมนู	ชื่อที่ปรากฏในเว็บไซต์
โฮมเพจ	Home
การอธิบายเรื่องราวเกี่ยวกับประเทศ เกี่ยวกับเว็บไซต์	About
ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป	• General Information • Images of
แนะนำการท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	• Tourist Information • Travel Guide • Travel Tips
	ข้อเท็จจริง ตัวเลข Tourism Facts and Figures
	ข้อมูลสรุป Fast Fact
	ข้อมูลเจาะลึกIn-Depth
การวางแผนการเดินทาง	• Plan your trip • Travel Planning • Prepare your trip
โปรแกรมการเดินทาง	• Travel Packages
จุดหมายปลายทาง เมือง ภาค	• Destinations • Cities • Regions and cities
สถานที่ท่องเที่ยวที่ดึงดูดใจ	• Attractions • What to See • Sights and Attractions • Experience..
	ธรรมชาติ Nature, Active, Recreation
	วัฒนธรรม Cultures, Heritage
	แรงบันดาลใจ Incentive Travel, Inspiration
ความสนใจพิเศษ	• Special Interest • Adventures • Gay Travelers • Themed Holiday
สิ่งที่ต้องทำ กิจกรรม	• What to Do, • Fun Things to Do • Activities • Holiday Ideas
การเดินทางภายในประเทศ	• Getting Around • Touring Around
ที่พัก	• Accommodation • Where to Stay
อาหารการกิน	• Where to Eat • Gourmet Paradise • Food • Restaurants
การจับจ่ายใช้สอย	• Shopping • Souvenirs • Local Products, Product & Herbs • Shop
การสำรองผ่านระบบออนไลน์	• Online Booking, • Reservation • Online Shop

ตารางที่ 3-1 (ต่อ) : ฟังก์ชันหรือเมนูหลักที่ต้องปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์

ฟังก์ชัน เมนู	ชื่อที่ปรากฏในเว็บไซต์
องค์การส่งเสริมการท่องเที่ยว	• Corporate Governance •Tourism Board • Strategies and Policies
สิ่งพิมพ์ การเผยแพร่ข้อมูล	• Publication, Brochures • Guestbook
ตัวแทนบริษัทท่องเที่ยว	• Travel Agents • Tour Operators Locator
ข่าว เหตุการณ์	• Newsletter/Events, News Bulletins • Annual Events, Monthly Events • Festivals and Events • Subscribe To Our e-Newsletter
มัลติมีเดีย ปฏิสัมพันธ์	• Webcam • Photos • Videos • Wallpapers • E-Cards • Interactive Gallery • Image Library • Live Radio
แผนที่ การค้นหา	• Map • Find a Location
สำนักข่าว	• Media Corner • Press
การช่วยเหลือ	• Help, Helpdesk • E-Complaints • Info Centre • E-Services • Request Form • Brochure request
การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ	• Trade / Partners • Corporate Website • Industry • Travel Trade • MICE
ดาวน์โหลด	• Download
การติดต่อ	• Contact
การค้นหา	• Search, Advanced Search
แผนที่เว็บไซต์	• Sitemap •A-Z
เชื่อมโยง	• Links
ความเป็นส่วนตัว	• Privacy Statement/Member login • Register

จากฟังก์ชันและเมนูหลักที่ต้องปรากฏในหน้าแรกของเว็บไซต์ตามตารางที่ 3-1 เว็บไซต์การท่องเที่ยวหลักของแต่ละประเทศจะต้องนำเสนอเมนูย่อย เพื่อให้สาระและรายละเอียดเพิ่มเติมครอบคลุมความต้องการของผู้เยี่ยมชมและนักท่องเที่ยว โดยเมนูและรายละเอียดดังกล่าวจะปรากฏในเว็บไซต์ระดับที่ 2-4

จากการศึกษาเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเปรียบเทียบกับเว็บไซต์การท่องเที่ยวของประเทอื่น จำนวน 32 เว็บไซต์ ในด้านความสวยงาม ความทันสมัยและประสิทธิภาพ

แล้วมีความแตกต่างไม่มากนักโดยเฉพาะเมื่อรวมทุกเว็บไซต์ที่พัฒนาโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้แก่

- Thaitravelmart.com (www.thaitravelmart.com)
- Thailand Wonder (www.thailandwonders.com/)
- Thailandhotdeal.com (www.thailandhotdeal.com)

แต่เว็บไซต์หลักคือ www.tourismthailand.org ยังมีเนื้อหาสาระไม่ครบถ้วน เพราะถึงแม้เว็บไซต์ทั้งสามเมื่อรวมกันจะให้ข้อมูลค่อนข้างสมบูรณ์และน่าสนใจ แต่นักท่องเที่ยวจะรู้สึกว่าเป็นเว็บประกอบและอาจจะไม่ใช่เว็บไซต์ทางการของประเทศ ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะต้องมีการเพิ่มเติมข้อมูลของเว็บไซต์หลักให้สมบูรณ์ เพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

3.3.2 เว็บไซต์ของประเทศสิงคโปร์และประเทศไทย

การศึกษาเว็บไซต์ของประเทศสิงคโปร์และประเทศไทยมีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบข้อแตกต่างของเว็บไซต์ทั้งสองประเทศ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางการปรับปรุงเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

เว็บไซต์หลักของสิงคโปร์พัฒนาโดย Singapore Tourism Board (www.tourismsingapore.com) ประกอบด้วยเนื้อหาหลัก 9 รายการ ได้แก่ About Singapore, Getting to Singapore, Where to stay , Where to eat, What to see, Getting around, What to do, Mice Home, Other รายการหลักทั้ง 9 จะมีการจัดวางเป็นชั้น (Hierarchy) 4 ระดับ แยกเป็นรายการย่อยรวม 519 รายการ ประกอบด้วยเนื้อหา สาระ การให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยแยกรายละเอียดขององค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยว (Singapore Tourism Board) จำนวน 91 รายการไว้ที่ (<http://app.stb.com.sg/asp/index.asp>)

เว็บไซต์หลักของประเทศไทยพัฒนาโดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (www.tourismthailand.org) ประกอบด้วยเนื้อหาหลัก 8 รายการ ได้แก่ Home, About Thailand, About TAT, TAT Governor, Destination Guide, Thailand Directory, Online Booking, Contact Us รายการหลักทั้ง 8 จะมีการจัดวางเป็นชั้น (Hierarchy) 4 ระดับ แต่ปรากฏในแผนผังเว็บไซต์ (Sitemap) เพียง 3 ระดับ แยกเป็นรายการย่อยรวม 137 รายการ ส่วนใหญ่จะเป็นการให้เนื้อหา สาระเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเป็นรายจังหวัด (Destination Guide) ข้อมูลด้านกิจกรรม (Activities) มีพอสมควร แต่การจัดวางยังไม่ดึงดูดสายตาผู้เยี่ยมชม และข้อมูลรายละเอียดกิจกรรมไม่ปรากฏอยู่ในแผนผังเว็บไซต์ทำให้ผู้เยี่ยมชมรู้สึกว่าเว็บไซต์มีสาระน้อยโดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับเว็บไซต์ของสิงคโปร์ สำหรับข้อมูลการให้บริการและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ มีไม่มากนัก เว็บไซต์การ

ท่องเที่ยวของไทยจะรวมข้อมูลเกี่ยวกับตัวองค์กรไว้ที่รายการหลัก ได้แก่ About TAT และ TAT Governor

จากการเปรียบเทียบเว็บไซต์หลักของการท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์และประเทศไทยพบว่ามี ความสวยงามใกล้เคียงกันแต่มีความแตกต่างที่ค่อนข้างชัดเจนสองประการคือ ความสมบูรณ์ ครบถ้วนของข้อมูล สารสนเทศและการให้บริการ และการเชื่อมโยงจากเว็บไซต์หลักไปยังเว็บไซต์ที่ เกี่ยวข้องซึ่งประเทศสิงคโปร์มีวิธีการนำเสนอที่ดีกว่า นอกจากนี้ยังมีประเด็นที่น่าสนใจเพิ่มเติมดังนี้

- การจัดวางเนื้อหาหลักของเว็บไซต์สิงคโปร์ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและ สามารถเข้าใจได้ง่ายกว่าเว็บไซต์ของประเทศไทย
- เว็บไซต์ของสิงคโปร์จัดวางข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไว้ที่หน้าหลัก แต่ เว็บไซต์ของไทยต้องรวมข้อมูลจากหลายเว็บไซต์จึงจะได้ข้อมูลสมบูรณ์ครบถ้วน
- การจัดวางเนื้อหาสาระของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขาดการวิเคราะห์ ความต้องการของนักท่องเที่ยวในองค์รวม เป็นการนำข้อมูลของแต่ละจังหวัดมา ประกอบกัน ถึงแม้จะให้รายละเอียดแต่อาจจะไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวซึ่งยังไม่รู้จัก ประเทศไทยดีพอที่จะเข้าไปหาข้อมูลรายจังหวัดซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางย่อย
- การเชื่อมโยงเว็บไซต์ของประเทศสิงคโปร์ทำได้ดีกว่าไทยเพราะจะเป็นการเปิดการขาย สำหรับสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Cross Selling) เช่น การท่องเที่ยวเพื่อ สุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นต้น
- เว็บไซต์ของประเทศสิงคโปร์มีการนำเสนอข้อมูลในลักษณะการเล่าเรื่องเพื่อดึงดูดความ สนใจนักท่องเที่ยวได้ดีกว่า เช่น กิจกรรมที่มีลักษณะพิเศษ 20 อย่าง ที่ควรทำเมื่อมา สิงคโปร์ เรื่องราวของ The Merlion สัญลักษณ์ของประเทศสิงคโปร์ อาหารการกิน และ สถานที่ท่องเที่ยวที่จัดแบ่งเป็นประเภทตามความสนใจ

3.3.3 เว็บไซต์การท่องเที่ยวของเอกชนไทย

การศึกษาเว็บไซต์ของเอกชนที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูล ของเว็บไซต์จำนวน 79 เว็บไซต์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ฟังก์ชัน การให้บริการและข้อมูลสารสนเทศ หลังจากนั้นจึงนำมาจัดกลุ่มเพื่อหาความสัมพันธ์ ซึ่งสามารถสรุปกลุ่มของเว็บไซต์ที่พัฒนาโดย ภาคเอกชนออกเป็น 5 กลุ่มใหญ่ ดังนี้

เว็บไซต์ในกลุ่มของ Asiawebdirect.com (www.asiawebdirect.com) เป็นเว็บไซต์การ ท่องเที่ยวไทยที่นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเป็นภาษาอังกฤษ ไม่มีแผนผังเว็บไซต์ นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูล เชื่อมโยงไปยังเว็บภายนอกแต่ไม่สามารถสำรองบริการผ่านระบบ ออนไลน์ เว็บไซต์ให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ และมีการออกแบบภาพลักษณ์ที่สวยงามปานกลาง เป็น

ผู้พัฒนาเว็บไซต์ Phuket.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์ที่ได้รับความนิยมและเป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยวมากที่สุดเว็บไซต์หนึ่ง รวมทั้งเว็บไซต์การท่องเที่ยวอื่นๆ ประมาณ 100 เว็บไซต์

เว็บไซต์เพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือกิจกรรมหลักของธุรกิจ และเพื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์สถานที่หรือแหล่งท่องเที่ยว เว็บไซต์ส่วนใหญ่นำเสนอข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทย ไม่มีแผนผังเว็บไซต์ ไม่สามารถค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ไม่สามารถจองบริการออนไลน์ แต่สามารถเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น เนื้อหาสาระมีน้อย ภาพลักษณ์ (Appearance) ไม่ค่อยสวย หรือมีความสวยงามปานกลาง

เว็บไซต์เพื่อการเชื่อมโยง พัฒนาขึ้นเพื่อรวบรวมเว็บภายนอกและเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ดังกล่าวเพื่อให้เกิดการทำธุรกรรม เช่น การจองที่พัก โปรแกรมท่องเที่ยว รถเช่า เว็บไซต์ส่วนใหญ่นำเสนอข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษและภาษาไทยและเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์อื่น ไม่มีแผนผังเว็บไซต์ ไม่สามารถค้นหาข้อมูลผ่านเว็บไซต์ ไม่สามารถจองบริการออนไลน์ เนื้อหาสาระมีน้อยและภาพลักษณ์ (Appearance) ไม่สวยงาม ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะเป็นเว็บไซต์ที่เพิ่งเริ่มต้นพัฒนา หรือไม่มีผู้ดูแล

เว็บไซต์เพื่อการจองบริการผ่านระบบออนไลน์ เป็นเว็บไซต์ที่พัฒนาขึ้นเพื่อทำธุรกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ การนำเสนอข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ภายนอก และจองบริการออนไลน์ เว็บไซต์ให้ข้อมูลที่สมบูรณ์ แต่การออกแบบภาพลักษณ์มีความสวยงามแตกต่างกัน

เว็บไซต์ที่มีการเปลี่ยนแปลงการทำธุรกรรม ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว แต่เมื่อเวลาผ่านไปเจ้าของอาจจะนำเว็บไซต์ดังกล่าวไปทำกิจการอื่น หรือเลิกกิจการ หรืออาจจะเป็นเว็บการท่องเที่ยวแต่มีแทรกภาพหรือการนำกิจกรรมที่ไม่เหมาะสมมาประกอบกับการขายบริการด้านการท่องเที่ยว เช่น การพนัน บริการเฉพาะสำหรับนักท่องเที่ยวกลางคืน

จากการสำรวจเว็บไซต์ด้านการท่องเที่ยวที่พัฒนาโดยภาคเอกชนจำนวน 79 เว็บไซต์ พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.68) นำเสนอข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ มีเพียงร้อยละ 25.32 ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวมากกว่า 1 ภาษาซึ่งมักจะเป็นภาษาไทย
- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.61) ไม่มีแผนผังเว็บไซต์ ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบสถาปัตยกรรมสารสนเทศและช่วยในการค้นหา
- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 73.42) มีสิ่งอำนวยความสะดวกในการค้นหา (Search Engine) ให้กับนักท่องเที่ยว
- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 92.41) มีการเชื่อมโยงไปยังเว็บไซต์ภายนอกอื่นๆ
- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.01) ยังไม่เปิดให้จองบริการผ่านระบบออนไลน์

- ความสมบูรณ์ของข้อมูลสารสนเทศที่น่าเสนอผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวของภาคเอกชนมีความแตกต่างกัน เว็บไซต์ให้ข้อมูลสมบูรณ์มีประมาณร้อยละ 54.43
- ภาพลักษณ์ (Appearance) ที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวของภาคเอกชนมีความแตกต่างกัน เว็บไซต์มีภาพลักษณ์สวยงามประมาณร้อยละ 7.59 สวยงามปานกลางร้อยละ 56.96 และเว็บที่สวยงามมีประมาณร้อยละ 35.44

3.4 ผลกระทบของ ICT ต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) และธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวในหลายด้าน เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร กระบวนการดำเนินธุรกิจ การทำงานภายใน การเปลี่ยนแปลงบทบาททางธุรกิจ ความสัมพันธ์กับลูกค้าและผู้ขาย เปลี่ยนแปลงการนำเสนอสินค้าและบริการ รวมทั้งการเปลี่ยนแปลงการจ้างงาน

3.4.1 การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร

การพัฒนาด้านอินเทอร์เน็ตก่อให้เกิดการปฏิวัติโครงสร้างของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและมีผลกระทบต่อตัวกลางการท่องเที่ยวโดยตรง เพราะผู้จัดหาสินค้าบริการท่องเที่ยวสามารถขายตรงไปยังผู้บริโภค ตัวกลางที่เชื่อมโยงระหว่างผู้บริโภคและผู้จัดหาต้องเผชิญกับปัญหาการตัดตัวกลางหรือถูกทดแทนด้วยตัวกลางออนไลน์ ปัญหาการตัดตัวกลาง (Disintermediation) และการปรับเปลี่ยนตัวกลาง (Re-intermediation) ได้มีการกล่าวถึงตั้งแต่อินเทอร์เน็ตและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เริ่มเป็นที่นิยมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อินเทอร์เน็ตเปลี่ยนแปลงโครงสร้างห่วงโซ่มูลค่าของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและผู้มีส่วนร่วมในอุตสาหกรรมในด้านต่างๆ ดังนี้

- เจ้าของ ผู้จัดหา (Suppliers) ที่ทำธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) ลดความสำคัญของช่องการจัดจำหน่ายเดิมและตัวแทน มีการปรับเปลี่ยนราคาให้เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขทางธุรกิจ เช่น การเสนอขายในนาทีสุดท้าย (Last Minute Offers) เริ่มจัดตั้งพันธมิตร และสนับสนุนการขายตรง เพิ่มการแข่งขันทางด้านราคาและแบ่งแยกราคาขาย เริ่มปรับกระบวนการเกี่ยวกับนักท่องเที่ยวใหม่ เช่น การใช้ตั๋วโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ และการเช็คอินอัตโนมัติ
- บริษัทจัดการท่องเที่ยว (Tour operators) ใช้เทคโนโลยีของธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) เพื่อหลีกเลี่ยงการใช้ระบบ GDS ซึ่งมีค่าธรรมเนียมที่สูงกว่าและสร้างตัวเชื่อมประสานโดยตรงกับผู้บริโภค ขณะเดียวกันต้องเผชิญกับการจัดโปรแกรม

ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ที่ต้องปรับให้เข้ากับความต้องการเฉพาะของลูกค้า (Mass Customization)

- บริษัทเจ้าของระบบ CRS / GDS เริ่มตระหนักถึงความสำคัญของมูลค่าเพิ่มจากสารสนเทศที่เป็นเจ้าของมากกว่าการเป็นเจ้าของเทคโนโลยีและพยายามเปลี่ยนตำแหน่งทางธุรกิจของตัวเองให้เป็นผู้รวบรวมสินค้าบริการท่องเที่ยว ดังนั้น GDS จึงกลายเป็นคู่แข่งโดยตรงกับลูกค้าหลักคือตัวแทนท่องเที่ยว (Travel Agents) กลยุทธ์หลักที่ใช้คือการเชื่อมโยงเว็บไซต์การท่องเที่ยวหลักเพื่อเพิ่มปริมาณการทำธุรกรรม และมุ่งไปยังการขายตรงสำหรับการท่องเที่ยวรายย่อย
- ตัวแทนท่องเที่ยว (Travel agents) นำ ICT มาใช้ในการเสนอข้อมูล และบริการที่รวดเร็วให้กับผู้บริโภค ขณะเดียวกันตัวแทนท่องเที่ยวรู้สึกถึงการลดบทบาทของช่องทางการจัดจำหน่ายแบบเดิม ทำให้ต้องปรับตัวจากตัวกลางมาเป็นที่ปรึกษา โดยเน้นสินค้าบริการท่องเที่ยวที่มีความซับซ้อน ยากที่นักท่องเที่ยวจะจัดการด้วยตนเอง
- ลูกค้า นักท่องเที่ยว หรือนักเดินทาง มีบทบาทมากขึ้น เช่น การทำประมูลย้อนกลับ การซื้อขายตรง การจัดโปรแกรมการเดินทางด้วยตนเอง การเลือกจุดหมายปลายทาง การร้องขอสารสนเทศออนไลน์ เปรียบเทียบราคา จองและซื้อออนไลน์ แลกเปลี่ยนและนำเสนอประสบการณ์ ความคิดเห็น และข้อมูลการท่องเที่ยว

ธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business) ส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสัมพันธ์กับตัวกลาง ตัวกลางแบบดั้งเดิมเริ่มตระหนักว่าต้องแข่งขันกับเจ้าของหรือผู้จัดหา ขณะที่ตัวกลางออนไลน์ (e-Intermediaries) มีโอกาสแข่งขันเท่าเทียมกับผู้ขาย เพราะสินค้าและบริการท่องเที่ยวมีความซับซ้อนทำให้ต้องการสารสนเทศมารวมกันและความเชี่ยวชาญซึ่งนักท่องเที่ยวทั่วไปไม่มี

ผลกระทบของการใช้อินเทอร์เน็ตในห่วงโซ่อุปทานสามารถสรุปได้ดังนี้

- การตัดตัวกลาง (Disintermediation) เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่สามารถขายตรงให้กับลูกค้าโดยใช้อินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางเสริมกับช่องทางเดิม ทำให้ต้นทุนของตัวกลางลดลง
- การเปลี่ยนแปลงตัวกลาง (Re-intermediation) หมายถึงตัวกลางออนไลน์ (e-Intermediaries) ที่เกิดขึ้นใหม่แทนตัวกลางแบบเดิม
- โอกาสในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า จากการติดตั้งระบบใหม่ๆ เช่น ระบบลูกค้าสัมพันธ์ (e-CRM) การสะสมไมล์เดินทาง (Frequent Flyers)
- การพัฒนาศักยภาพใหม่ของผู้ที่ถูกกระทบจากกระบวนการตัดตัวกลาง โดยการปรับเปลี่ยนบริการให้เหมาะกับลูกค้า การติดต่อส่วนบุคคล การสร้างความไว้วางใจ

อินเทอร์เน็ตเป็นเพียงช่องทางเสริม ผู้ประกอบการที่เป็นตัวกลางยังพอใจที่จะเป็นตัวกลางแบบเดิม เพราะถึงแม้นักท่องเที่ยวจะชอบค้นหาสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต แต่ยังคงพอใจที่จะใช้บริการส่วนตัวที่ได้รับจากตัวแทนท่องเที่ยว ต้องการปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ ต้องการตัวกลางมาช่วยจัดการกับสารสนเทศจำนวนมาก และนักท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจยังคงต้องการความช่วยเหลือจากผู้เชี่ยวชาญ อย่างไรก็ตามนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งที่จะมีบทบาทมากขึ้นในอนาคตคือ นักท่องเที่ยวที่ใช้อินเทอร์เน็ต นิยมซื้อสินค้าบริการออนไลน์ และมีประสบการณ์จากการเดินทางหรือมาเที่ยวซ้ำ ทำให้สามารถพึ่งตนเองได้

3.4.2 การเปลี่ยนแปลงการนำเสนอสินค้าและบริการ

อินเทอร์เน็ตเป็นที่รวบรวมสารสนเทศ ทำให้นักท่องเที่ยวยอมรับบริการและการสั่งซื้อผ่านระบบออนไลน์ สร้างผู้บริโภคใหม่ที่สามารถทำหน้าที่เป็นตัวแทนท่องเที่ยวและวางแผนการเดินทางด้วยตนเอง อินเทอร์เน็ตนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค ผู้บริโภคขาดความจงรักภักดี นักท่องเที่ยวมีจำนวนมากขึ้นแต่ละระยะเวลาการท่องเที่ยวลง

อินเทอร์เน็ตช่วยลดเวลาระหว่างการตัดสินใจกับการบริโภค และมีการทำสารสนเทศ (Informationization) ตลอดห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งนำไปสู่กลยุทธ์ต่างๆ เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนจากการใช้ระบบอัตโนมัติในการทำธุรกรรม การให้ลูกค้าเป็นผู้ทำธุรกรรม เช่น การเช็คอินด้วยตนเองของโรงแรมหรือสายการบิน ข้อมูลของลูกค้าและการขายถูกนำไปใช้สนับสนุนการตลาด เช่น การทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) เพื่อการพยากรณ์และการจัดการสินค้าบริการให้เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้า การนำเสนอบริการใหม่ที่เพิ่มคุณภาพให้กับผู้บริโภค การเชื่อมโยงระบบไร้สายที่มีอยู่เข้ากับเว็บไซต์เพื่อให้คำแนะนำกับนักท่องเที่ยวระหว่างการเดินทาง รวมทั้งนักท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในบริการและการวางแผน สามารถออกแบบสินค้าและบริการใหม่ โดยการปรับให้เข้ากับความต้องการของลูกค้า และรวมสินค้าและบริการใหม่เข้าด้วยกันเพื่อตอบสนองมากขึ้นโดยอาศัยเทคโนโลยีสารสนเทศ ด้วยการผลิตจำนวนมากแต่ปรับให้เข้ากับความต้องการ (Mass Customization)

3.4.3 การเปลี่ยนแปลงการจ้างงาน

ความสำเร็จของการท่องเที่ยวขึ้นอยู่กับทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งเป็นผู้ส่งมอบบริการที่มีมาตรฐานคุณภาพและประสิทธิภาพ ซึ่งมีผลต่อความสำเร็จอย่างยิ่งย่นในระยะยาว ปัญหาหลักของการพัฒนาทรัพยากรด้านบุคคลในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ การขาดแคลนกำลังแรงงานที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะด้านการจัดการ ขาดแคลนผู้สอนและผู้ฝึกสอนที่มีคุณภาพและประสบการณ์ ขาดแคลนวัสดุและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการอบรม บุคลากรไม่สามารถตามทันการเปลี่ยนแปลง

เทคโนโลยีและนวัตกรรม และการเปลี่ยนแปลงของตลาดโลก รวมทั้งการเกิดช่องว่างระหว่างผลิตภาพในการฝึกอบรมของสถาบันการศึกษา กับความต้องการของอุตสาหกรรม

ICT เป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจำนวนการจ้างงาน รูปแบบการจ้างงาน และประเภทของงานในหลายมิติ เช่น

- จุดหมายปลายทางบางแห่งที่พึ่งพิงการบินหรือการเป็นจุดพักอาจจะหายไปเมื่อเทคโนโลยีการเดินทางเจริญขึ้นทำให้ลดจำนวนการจ้างงานของคนในพื้นที่ดังกล่าว
- ความต้องการพนักงานรับโทรศัพท์ลดลงเมื่อมีโทรศัพท์มือถือมาแทนที่
- ผู้บริโภคสามารถซื้อและจัดการจองสินค้าบริการท่องเที่ยวโดยตรงจากผู้ขายผ่านระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้ลดหรือเปลี่ยนแปลงบทบาทของตัวแทนท่องเที่ยว พนักงานเช็คอินและงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
- บทบาทของมัคคุเทศก์ถูกแทนที่โดยเครื่องมือแนะนำการท่องเที่ยวออนไลน์ที่สามารถอธิบายสถานที่ท่องเที่ยวหลายภาษา
- เกิดรูปแบบใหม่ในการทำงานของธุรกิจท่องเที่ยว โดยเฉพาะการจัดจำหน่ายและการจัดการ เช่น ผู้เชี่ยวชาญทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง www.expedia.com เป็นตัวอย่างที่ดี
- ICT เปลี่ยนบทบาทของการจัดการสารสนเทศในเชิงลึกและการเข้าถึงสารสนเทศเกี่ยวกับผู้บริโภคและพฤติกรรม ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงสารสนเทศด้วยตนเอง โดยบทบาทการแทรกแซงของคนจะน้อยกว่าในอดีต
- เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงธรรมชาติการทำงานและความต้องการความชำนาญของพนักงาน งานหลายประเภทที่อาศัยความชำนาญกลายเป็นงานประจำหรือใช้ความชำนาญลดลง เช่น ระบบการจองและการจัดการโรงแรมส่วนหน้าช่วยลดเวลาการอบรมพนักงานและความชำนาญทางด้านเทคนิคลง (Baum 2007)
- การเติบโตของบริการต้นทุนต่ำ เช่น สายการบินต้นทุนต่ำ การจัดการของบริษัทจัดการท่องเที่ยว (Tour Operator) ที่ตัดราคาอย่างรุนแรง ทำให้ผู้บริโภคยอมรับการปฏิบัติการที่ไม่น่าพึงพอใจ หรือการจ้างงานที่ผิดกฎหมาย ซึ่งนำไปสู่การใช้แรงงานราคาถูก และการลดความคาดหวังในคุณภาพของบริการ
- งานบางประเภทต้องการความชำนาญเฉพาะเพิ่มขึ้นทำให้ความต้องการแรงงานที่ขาดความชำนาญลดลง เพราะสามารถนำเอาเทคโนโลยีมาทำงานแทน
- ความแตกต่างของคนที่สามารถเชื่อมต่อและใช้ ICT และผู้ที่ไม่สามารถใช้ได้
- เกิดระบบการจ้างเหมาบริการโดยหน่วยงานภายนอก (Outsourcing) การทำงานที่บ้านหรือการทำงานทางไกล

- อินเทอร์เน็ตช่วยลดอุปสรรคให้กับธุรกิจขนาดเล็ก เพราะสามารถนำเสนอข้อมูลสารสนเทศ ทรัพยากร สิ่งอำนวยความสะดวกหลากหลายกับนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตามก็ ตามธุรกิจส่วนใหญ่ที่ประสบความสำเร็จยังคงต้องมีหน้าร้านและอินเทอร์เน็ตเป็นเพียง การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย
- การเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน

3.5 การพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคใหม่

ประเทศไทยมีบุคลากรจำนวนมาก แต่ประสบปัญหาการขาดแคลนบุคลากรที่ได้รับการอบรมอย่างดีเพื่อตอบสนองความต้องการของงานที่ใช้ความชำนาญ ความสามารถและระดับการ เป็นมืออาชีพที่แตกต่างกัน (Esichaikul & Baum, 1998) ดังนั้นประเทศไทยจำเป็นต้องพัฒนา บุคลากรด้านการท่องเที่ยวให้รองรับกับรูปแบบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวยุคใหม่ที่มี ICT เป็น แรงขับเคลื่อน

จากการศึกษาของ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2548) พบว่า บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังขาดความรู้ในด้านต่างๆ ดังนี้

- ความรู้เกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว สินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง
- ความรู้ด้านการบริหาร ได้แก่ การตลาดและพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว การขาย งบประมาณ การเงิน การบริหารข้ามวัฒนธรรม
- ความรู้ด้านการควบคุม เช่น การควบคุมการขาย การบริหารโครงการ เวลา และ งบประมาณ
- ความรู้เกี่ยวกับอุปกรณ์และเครื่องมือที่เกี่ยวข้อง
- ความรู้เกี่ยวกับข้อมูลสารสนเทศ
- กฎหมายที่เกี่ยวข้อง
- จิตวิทยาการบริการ

บุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยังขาดทักษะ ความชำนาญในด้านต่างๆ ดังนี้

- ทักษะการประสานงานโครงการ การเจรจาต่อรอง
- ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์และนวัตกรรม
- ทักษะการเรียนรู้ การคิดวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์
- ทักษะด้านภาษา เช่น การใช้ภาษาไทยอย่างถูกต้อง การใช้ภาษาอังกฤษและ ภาษาต่างประเทศอื่น
- ทักษะด้านการสื่อสาร

- ทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าและการตัดสินใจ และทักษะการวางแผน
- ความรู้รอบตัวในการทำงาน เช่น ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจและสังคม
- การบริหารห่วงโซ่อุปทานและการจัดการด้านการขนส่ง (Logistic)
- ความสามารถในการปรับตัว
- ความมีวินัย ความอดทนต่อความยากลำบากในการทำงาน
- ความฉลาดทางอารมณ์ (E.Q.) ทักษะการให้บริการ มีจิตใจรักงานบริการ
- ความเชี่ยวชาญที่หลากหลาย (Multi-Skills)
- การทำงานเป็นทีมหรือความชำนาญในการทำงานร่วมระหว่างบุคคล
- ความรับผิดชอบในการทำงาน
- ความเชื่อมั่นในตนเอง บุคลิกภาพที่เหมาะสมกับงาน เช่น การแต่งกาย การพูดคุย
- การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ การค้นหาข้อมูลในอินเทอร์เน็ต การใช้เครื่องมือสื่อสาร

โดยทั่วไปคุณสมบัติของบุคลากรที่จะทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปัจจุบันก็คือการเป็นพนักงานที่มีความรู้ (Knowledge Worker) ซึ่งจะต้องมีความสามารถ ความชำนาญ และคุณสมบัติในหลายองค์ประกอบดังนี้

- ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Literacy) พนักงานต้องมีความรู้ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การสื่อสาร และเครื่องใช้สำนักงานสมัยใหม่ได้อย่างคล่องแคล่ว การใช้โปรแกรมประยุกต์ ระบบงานสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งการติดต่อสื่อสารผ่าน e-Mail การพูดคุยสนทนา
- ความรู้ด้านสารสนเทศ (Information Literacy) พนักงานจะต้องมีความรู้และความชำนาญในการค้นหาข้อมูล การวิเคราะห์และกรองข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการ และการร้องขอของลูกค้า รวมทั้งการนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการบริหาร จัดการ และการทำตลาด
- ความรู้ด้านภาษา (Language Literacy) การท่องเที่ยวออนไลน์ที่มีการติดต่อกับลูกค้าทั่วโลกทำให้พนักงานที่เกี่ยวข้องต้องมีการใช้ภาษาสากลในระดับที่สามารถเจรจาโต้ตอบและต่อรองกับลูกค้าได้
- ความรู้ด้านวัฒนธรรมระหว่างประเทศ (International Culture)
- ความเฉลียวฉลาด (IQ) ความฉลาดทางอารมณ์ (EQ) และความอดทน (AQ) เป็นคุณสมบัติพื้นฐานของบุคลากรที่ทำงานบริการ

- ความสามารถในการปรับตัว ยืดหยุ่น (Adaptability, Flexibility) สินค้าบริการท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทั้งปัจจัยภายในและภายนอก ปัจจัยภายในจะเกี่ยวข้องกับอุปสงค์อุปทานในสินค้าและบริการซึ่งมีผลต่อเนื่องไปยัง ราคา ปริมาณ คุณภาพ และเวลาในการส่งมอบ ปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ เช่น วิกฤตโรคภัยพิบัติ ภัยธรรมชาติ ปัญหาด้านการเมือง เป็นต้น
- การทำงานเชิงรุก (Proactive) บุคลากรต้องมีความกระตือรือร้น สามารถทำงานเชิงรุก มีความคิดสร้างสรรค์ สามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้
- การเรียนรู้ตลอดชีวิต (Lifelong Learning)

ความรู้ด้านเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศและการสื่อสาร

ผู้ปฏิบัติการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในลักษณะของผู้ใช้ที่มีความรู้ (Super User) ความรู้ด้านเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศและการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่จะต้องเตรียมพร้อมให้กับนักศึกษาเพื่อเข้าสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้แก่

- การใช้ซอฟต์แวร์ประยุกต์ทั่วไป ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางกับงานชนิดต่างๆ โดยเฉพาะการใช้งานทางธุรกิจและส่วนตัว เช่น
 - โปรแกรมประมวลผลคำ (Word Processor) สำหรับการจัดทำเอกสาร การสร้างเนื้อหาสาระ สื่อ เช่น Microsoft Word, Page Maker
 - แผ่นตารางคำนวณ (Spreadsheet) สำหรับงานคำนวณ เช่น Excel
 - งานด้านกราฟิก (Graphics) เช่น สร้างภาพ (Photoshop) การใช้กล้องดิจิทัล และการตัดต่อภาพ
 - งานสร้างสาระข้อมูล เช่น โปรแกรมการสร้างเว็บไซต์ (Dream Weaver, Mambo) การนำเสนอผลงาน (Power Point) การพัฒนาสื่อออนไลน์ (Presenter หรือ Breeze, Camtasia Studio)
- การใช้ซอฟต์แวร์ประยุกต์ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ทำงานเฉพาะอย่างแต่ไม่สามารถเปลี่ยนหรือตั้งโปรแกรมให้ทำงานอื่นที่แตกต่างออกไปได้ เช่น โปรแกรมบัญชี (เงินเดือน บัญชีรายรับ-จ่าย บัญชีการเงิน ฯลฯ) โปรแกรมการเงิน โปรแกรมการจอง เช่น การใช้งานระบบ GDS/CRS เป็นต้น
- การใช้อุปกรณ์สื่อสาร และเครื่องมือสื่อสาร เช่น e-Mail, SMS
- การค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต
- การใช้อุปกรณ์สำนักงานสมัยใหม่ เช่น เครื่องมัลติฟังก์ชัน เครื่องคอมพิวเตอร์
- การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) แบบง่าย ๆ

3.6 บทสรุป

ปัจจุบันการทำธุรกรรมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปจากเดิมอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้มีผลจากการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) เป็นองค์ประกอบหลักในสินค้าบริการท่องเที่ยว เช่น การขนส่ง ที่พักอาศัย แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมทั้งคุณลักษณะของสินค้าบริการท่องเที่ยวที่เหมาะสมต่อการทำธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-Business)

การเติบโตของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) และการท่องเที่ยวออนไลน์ ทำให้องค์กรส่งเสริมการท่องเที่ยวของแต่ละประเทศ รวมทั้งผู้ประกอบการภาคเอกชนต้องพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ การติดต่อสื่อสารและทำธุรกรรม การเปรียบเทียบเว็บไซต์การท่องเที่ยวหลักของประเทศต่างๆ และเว็บไซต์การท่องเที่ยวของธุรกิจเอกชนในประเทศไทย จะนำไปสู่การหาแนวทางเพื่อปรับปรุงเว็บไซต์ให้มีคุณภาพ สามารถดึงดูดผู้เยี่ยมชมให้เข้ามาทำธุรกรรม และเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้กับประเทศ

เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ICT) ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในหลายด้าน เช่น การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างขององค์กร การเปลี่ยนแปลงการนำเสนอสินค้าและบริการ และการเปลี่ยนแปลงการจ้างงาน ซึ่งนำไปสู่การทำธุรกิจและความต้องการกำลังคนที่แตกต่างจากเดิม ดังนั้นบุคลากรโดยเฉพาะนักศึกษาที่จะเข้าสู่ตลาดแรงงานจะต้องพัฒนาตนเองให้มีคุณสมบัติสอดคล้องกับความต้องการกำลังคนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวยุคใหม่

บทที่ 4

ระบบโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ชายแดน)

ระบบโลจิสติกส์เป็นหัวใจของการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศในอีก 10 ปีข้างหน้า เนื่องจากประเทศได้ผ่านขั้นตอนของการพัฒนาด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานไปแล้ว สิ่งที่ยังต้องพัฒนาต่อไปคือขั้นตอนหรือกระบวนการของการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ในบทนี้ได้วิเคราะห์ถึงระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนไทย-สปป.ลาว และไทย-กัมพูชา

ความเร็วของการอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวผ่านแดนเป็นเรื่องที่ขัดแย้งในตัวเอง เมื่อประเทศหนึ่งต้องการส่งเสริมการท่องเที่ยวในขณะเดียวกันก็ต้องระวังเรื่องความปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศ กระบวนการใดที่จะทำให้การเดินทางผ่านแดนเป็นไปอย่างราบรื่นเมื่อการผ่านแดนเป็นสิ่งที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมาเยือนจังหวัดชายแดน การศึกษานี้จะได้มองถึงระบบโลจิสติกส์ตั้งแต่การเดินทางมายังจุดผ่านแดนไทย การผ่านแดน และการเดินทางออกจากจุดผ่านแดนไทยเข้าสู่ตัวเมือง นอกจากนี้ยังจะได้ศึกษาห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้องเนื่องทำให้การท่องเที่ยวชายแดนมีความคึกคักและการผ่านแดนมีความคล่องตัว

สำหรับการศึกษาโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ชายแดน) มีสัดส่วนเป็นประมาณร้อยละ 70 ของการเดินทางผ่านแดนทั้งหมดในสหภาพยุโรป (ARTIST, 2000) และ European Commission (2007) รายงานเสริมว่าประเภทของยานพาหนะที่ใช้กันมากที่สุดในการท่องเที่ยวผ่านแดนคือ รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 58) รองลงมาคือเครื่องบิน (ร้อยละ 25) ตามมาด้วยรถไฟ (ร้อยละ 8) รถบัสท่องเที่ยว (ร้อยละ 7) และพาหนะทางน้ำ (ร้อยละ 2)

การเดินทางผ่านแดนในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงไม่สะดวกและง่ายตายเหมือนกับสหภาพยุโรป ส่วนหนึ่งเพราะความแตกต่างกันมากของสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานของเดินทางระหว่างประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้าน (Cohen, 2001)

ความสำเร็จของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชายแดนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้สามารถเกิดขึ้นได้ ดังตัวอย่างจากงานของ Grundy-Warr and Perry (2001) ซึ่งศึกษาการท่องเที่ยวในเขตต่อเนื่องระหว่างสิงคโปร์และอินโดนีเซีย (เกาะ Riau) ซึ่งพบว่าสามารถดึงดูดเม็ดเงินลงทุนจากชาวสิงคโปร์ได้อย่างมหาศาลจนสามารถสร้างให้ทั้งเกาะเป็นแดนสวรรค์สำหรับการท่องเที่ยว ทำให้เกิด

การสร้างงานทั้งด้านการท่องเที่ยวและการผลิตสินค้าต่อเนื่องเป็นที่พอใจของทั้งรัฐบาลอินโดนีเซีย และนักลงทุนชาวสิงคโปร์ แต่สิ่งที่ตามมาคือการละเลยต่อสภาพความเป็นอยู่ของคนท้องถิ่น การแย่งกันใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานระหว่างนักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น การท่องเที่ยวจึงทำให้คนท้องถิ่นบริเวณพื้นที่รอยต่อชายแดนยังไม่ได้รับประโยชน์เท่าที่ควรจากการท่องเที่ยว ในประเด็นนี้คล้ายคลึงกับการลงทุนที่เกิดขึ้นในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-กัมพูชา บริเวณ อรัญประเทศ

ดังนั้น การศึกษาในบทนี้จึงทำการวิเคราะห์ในประเด็นดังต่อไปนี้

- ประเด็นที่ 1 การไหลเวียน (Flow) ประเภทใดที่มีความสำคัญมากที่สุดในแต่ละชั้นของระบบโลจิสติกส์ (เข้าสู่ด่าน การผ่านแดน และการออกจากด่านเข้าสู่ตัวเมือง)
- ประเด็นที่ 2 การค้นหาการปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชายแดน

คำถามวิจัยหลักในการศึกษานี้คือ ในระบบโลจิสติกส์แต่ละขั้นตอนของกรณีศึกษาในบทนี้มีเรื่องใดที่เป็นเรื่องสำคัญ มีวิธีปฏิบัติที่ดี (Good practices) หรือไม่ ความสามารถหลัก (Core competencies) ในห่วงโซ่อุปทานคืออะไร จุดเชื่อมต่อที่ยังขาดหายไป (Missing links) ในการท่องเที่ยวชายแดนคืออะไร และปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนอยู่ที่ใด

การศึกษานี้ได้สำรวจการท่องเที่ยวชายแดนสองด้าน คือ ไทย-สปป.ลาว ที่ชายแดนหนองคาย-เวียงจันทน์ และไทย-กัมพูชา ที่ชายแดนอรัญประเทศ-ปอยเปต ด้วยการสำรวจจุดผ่านแดน โดยได้รับความร่วมมืออย่างดียิ่งจากสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองหนองคายและอรัญประเทศ ทั้งในด้านการพาเยี่ยมชมสำรวจด่าน พร้อมทั้งการอธิบายและตอบข้อซักถามจากเจ้าหน้าที่ทุกระดับ การศึกษาครั้งนี้เก็บข้อมูลด้วยวิธีสังเกต จับเวลา สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ประจำทั้ง 2 ด้านรวม 10 ท่าน และสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่ผ่านด่านอีกจำนวนหนึ่ง

4.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นสองด้าน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ใน การศึกษาการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ (ชายแดน) เป็นการศึกษาด้านอุปทาน ซึ่งมีองค์ประกอบของ การศึกษา และมีคำถามวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงไว้ต่อไปนี้

- มีบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญอะไรบ้าง (Tourism Core Services) และมีกระบวนการสำคัญในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวอย่างไร (Source, Make and Deliver)
- มีปัจจัยใดบ้างที่ช่วยทำให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ (Supply enable process)
- มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร (ICT Management System)
- มีจุดเชื่อมต่อที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงของการให้บริการท่องเที่ยวอะไรบ้าง (Integrated Resource Management)
- ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวดีขึ้นในอนาคต โดยการเรียนรู้จากบริการท่องเที่ยวแห่งอื่น หรือจากประสบการณ์การให้บริการท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Benchmarking and Tourism Performance Review)

การศึกษานี้ได้สังเคราะห์องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนให้ ออกมาเป็นองค์ความรู้ใน 3 ประเด็น คือ

- ประเด็นที่ 1 ความสามารถหลัก (Core competencies) ในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนอยู่ที่ไหน
- ประเด็นที่ 2 จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไป (Missing links) ในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนคืออะไร
- ประเด็นที่ 3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ (Success factors) ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนคืออะไร

4.2 ประเภทและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว

ผู้ผ่านแดนระหว่างไทย-สปป.ลาว มี 3 กลุ่มที่สำคัญคือ ชาวไทย ชาวลาว และชาว ต่างประเทศอื่นๆ (ตารางที่ 4-1) กลุ่มชาวไทยโดยมากเป็นนักท่องเที่ยวทั้งที่มาในรูปของการประชุมสัมมนาแล้วข้ามฝั่งไปเที่ยว สปป.ลาว กลุ่มที่มาซื้อทัวร์ในจังหวัดหนองคาย และกลุ่มที่จัดมา

เที่ยวกันเองจากจังหวัดอื่น อีกส่วนหนึ่งเป็นชาวไทยที่ไปเยี่ยมญาติ กลุ่มที่ไปเยี่ยมญาติอาจข้ามแดนทางเรือซึ่งถือเป็นเรื่องปกติที่ทางการจะผ่อนปรน แต่การผ่านแดนที่ถูกต้องตามกฎหมายจำเป็นต้องข้ามแดนที่จุดผ่านแดนเท่านั้น

ตารางที่ 4-1: กลุ่มผู้เดินทางผ่านแดนไทย-สปป.ลาว และไทย-กัมพูชา

กลุ่มผู้เดินทางผ่านแดน	จุดผ่านแดนไทย-สปป.ลาว (หนองคาย-เวียงจันทน์)	จุดผ่านแดนไทย-กัมพูชา (อรัญประเทศ-ปอยเปต)
1. ชาวไทย	<p>กลุ่มที่ 1 ประชุมสัมมนาแล้วข้ามไปเที่ยว สปป.ลาว</p> <p>กลุ่มที่ 2 เยี่ยมญาติ</p> <p>กลุ่มที่ 3 นักท่องเที่ยวที่มาซื้อทัวร์ในหนองคาย</p> <p>กลุ่มที่ 4 จัดการเดินทางมาเองเป็นทัวร์ส่วนตัว</p>	<p>กลุ่มที่ 1 นักการพนัน</p> <p>กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มาซื้อสินค้าที่ตลาดโรงเกลือ</p> <p>กลุ่มที่ 3 รับจ้างทำงานที่คาสสิโน</p>
2. ชาวลาว หรือ กัมพูชา	<p>กลุ่มที่ 1 ซื้อของที่ศูนย์การค้าหรือตลาดท่าเสด็จ</p> <p>กลุ่มที่ 2 ท่องเที่ยวด้วยรถส่วนตัว</p> <p>กลุ่มที่ 3 รับจ้างทำงานทั่วไป</p> <p>กลุ่มที่ 4 รับจ้างทำงานที่อุดรธานี</p>	<p>กลุ่มที่ 1 รับจ้างขนของข้ามแดน</p> <p>กลุ่มที่ 2 รับจ้างเฝ้าร้านค้าที่ตลาดโรงเกลือและรับจ้างซักเสื้อผ้ามือสอง</p>

กลุ่ม ผู้เดินทางผ่านแดน	จุดผ่านแดนไทย-สปป.ลาว (หนองคาย-เวียงจันทน์)	จุดผ่านแดนไทย-กัมพูชา (อรัญประเทศ-ปอยเปต)
3. ชาวต่างชาติ	<p>กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางอย่างอิสระใน เส้นทางเชื่อมโยง สปป.ลาว- กัมพูชา-เวียดนาม</p> <p>กลุ่มที่ 2 นักท่องเที่ยวที่มากับทัวร์ใน เส้นทาง วงกลมไทย-สปป.ลาว</p> <p>กลุ่มที่ 3 ชาวเวียดนามที่มาเยี่ยมญาติที่หนองคาย</p> <p>กลุ่มที่ 4 ผู้ที่ทำงานที่เวียงจันทน์</p> <p>กลุ่มที่ 5 ผู้ที่เดินทางไปต่ออายุการเข้าประเทศไทย</p>	<p>กลุ่มที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เดินทางอย่างอิสระเพื่อมุ่งไปเสียมเรียบแล้วอาจจะกลับมาไทย หรือไปเวียดนาม</p> <p>กลุ่มที่ 2 ชาวเกาหลีใต้ที่มุ่งไปเสียมเรียบ พนมเปญ แล้วกลับมาฝั่งไทย</p>

ที่มา: จากการสำรวจ

กลุ่มชาวลาวที่ข้ามมาโดยมากมีจุดประสงค์เพื่อมาซื้อของที่ศูนย์การค้าซึ่งตั้งอยู่ห่างจากจุดผ่านแดนใช้เวลาเดินทางประมาณ 5 นาที และที่ตลาดท่าเสด็จมีบ้างที่มารับจ้างทำงานก่อสร้างหรือขายสินค้า นอกจากนั้นอาจจะเดินทางไปรับจ้างทำงานที่จังหวัดอุดรธานี ส่วนนักท่องเที่ยวชาวลาวที่มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นหลักนั้นมักจะขับรถส่วนตัวข้ามมาเอง

กลุ่มชาวต่างชาติกลุ่มใหญ่ที่ข้ามไปมาระหว่างชายแดนไทย-สปป.ลาวคือ ชาวเวียดนาม เนื่องจากประชากรกว่าร้อยละ 80 ในจังหวัดหนองคายมีเชื้อสายเวียดนาม จึงเกิดการข้ามไปมาเพื่อการเยี่ยมญาติ ส่วนนักท่องเที่ยวชาวตะวันตกมาในสองรูปแบบ คือ กลุ่มที่หนึ่งเดินทางโดยอิสระ กลุ่มนี้มักจะพักที่จังหวัดหนองคายหนึ่งหรือสองคืนแล้วข้ามไปยังเวียงจันทน์เพื่อเดินทางเชื่อมต่อในเส้นทางไทย (หนองคาย) - สปป.ลาว (เวียงจันทน์-หลวงพระบาง-จำปาสัก-ปากเซ) - กัมพูชา (เสียมเรียบ-พนมเปญ)-ไทย (อรัญประเทศ) หรือเส้นทางไทย (หนองคาย)-สปป.ลาว (เวียงจันทน์-หลวงพระบาง-จำปาสัก-ปากเซ) -เวียดนาม (ฮานอย-เว้-ดานัง) - กัมพูชา (เสียมเรียบ-พนมเปญ)-ไทย (อรัญประเทศ) นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกอีกกลุ่มหนึ่งจะมาที่กัมพูชาโดยจะเที่ยวในเส้นทางเชื่อมระหว่าง กรุงเทพฯ-เชียงใหม่-เชียงใหม่-หลวงพระบาง-เวียงจันทน์-หนองคาย

ฝั่งชายแดนไทย-กัมพูชา มีผู้ผ่านแดนสามกลุ่มเช่นกัน คือ ชาวไทย ชาวกัมพูชา และชาวต่างชาติอื่นๆ กลุ่มชาวไทยเดินทางไปเล่นคาสิโนมากที่สุด การสำรวจในบ่อนคาสิโนพบว่าพนักงานนั้นเป็นคนไทยแทบทั้งสิ้นโดยไม่มีชาวตะวันตกเลย กลุ่มชาวกัมพูชาที่ข้ามไปมาโดยมากจะรับจ้างขนของ กลุ่มนี้จะมาพร้อมกับรถลากสำหรับขนสินค้า แล้วมารับสินค้าที่ตลาดโรงเกลือจากนั้นขนข้ามแดนไปยังปอยเปต ทางฝั่งปอยเปตจะมีรถกระบะมารับขนถ่ายสินค้าไปจำหน่ายที่เสียมเรียบหรือศรีโสภณอีกต่อหนึ่ง นอกจากการขนของแล้วชาวกัมพูชายังมารับจ้างเฝ้าร้านค้าที่ตลาดโรงเกลือและรับจ้างซักเสื้อผ้ามือสอง

นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกโดยมากเป็นกลุ่มเดินทางมาอย่างอิสระ กลุ่มนี้จะซื้อทัวร์ไปเสียมเรียบผ่านเอเยนต์ฝ่ายไทยที่มีการติดต่อกับฝ่ายกัมพูชา เมื่อข้ามแดนไปแล้วจะต้องทำวีซ่าประเภท Visa on Arrival แล้วจะมีรถรับนักท่องเที่ยวที่ให้บริการฟรีไปยังสถานีนสง ญ ที่นั่นจะมีผู้ประกอบการนำเที่ยวของกัมพูชารับช่วงต่อโดยการจัดการรถบัสไว้บริการ (ผู้ประกอบการไทยจะเข้าไปให้บริการรถไปเสียมเรียบเองไม่ได้)

นักท่องเที่ยวต่างชาติกลุ่มใหญ่ที่ข้ามแดนเป็นจำนวนมากในปัจจุบันคือชาวเกาหลีใต้ เส้นทางที่กลุ่มนี้สนใจคือเสียมเรียบและพนมเปญ การท่องเที่ยวในฝั่งกัมพูชาจะค่อนข้างเร่งรีบประมาณ 3 วัน 2 คืน หรือเพียง 2 วัน 1 คืน นักท่องเที่ยวจะรีบชมสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ แล้วรีบกลับมายังฝั่งไทย

จำนวนผู้ผ่านแดนที่ด่านอรัญประเทศมีจำนวนมากกว่าด่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาวถึงประมาณ 5 เท่า เนื่องจากมีชาวกัมพูชาที่เข้ามาทำงานในตลาดโรงเกลือแบบมาเช้า - กลับเย็นประมาณวันละ 14,000 คน ดังตารางที่ 4-2

ตารางที่ 4-2: จำนวนผู้ผ่านด่านอรัญประเทศและด่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว ในปี พ.ศ. 2549

จุดผ่านแดน	สัญชาติไทย (คน)	สัญชาติเพื่อนบ้าน*	สัญชาติอื่นๆ (คน)	ตลอดทั้งปี (คน)	ต่อวัน (คน)
ด่านอรัญประเทศ	3,064,312	9,706,556	519,698	13,290,566	36,413
ด่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว	1,120,596	576,304	1,159,605	2,856,505	7,826

หมายเหตุ: จำนวนผู้ผ่านแดนได้จากการรวมจำนวนผู้ผ่านแดนทั้งขาเข้าและออก
 * หมายถึง ผู้ผ่านแดนสัญชาติกัมพูชาสำหรับด่านอรัญประเทศ ผู้ผ่านแดนสัญชาติลาวสำหรับด่านสะพานมิตรภาพไทย-ลาว

ที่มา: ดัดแปลงข้อมูลจากเว็บไซต์ของด่านทั้ง 2 แห่ง

4.3 ผลการวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์

ในส่วนนี้จะวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ในขั้นตอนต่างๆ ตั้งแต่การเข้าสู่จุดผ่านแดน การผ่านแดน และการออกจากจุดผ่านแดนไทยเพื่อเข้าสู่ตัวเมือง

4.3.1 ความสำคัญของการด้านต่างๆ ในแต่ละขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์

การเดินทางท่องเที่ยวชายแดนแทบจะไม่มีปัญหาเพราะระบบทุกอย่างเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานระดับประเทศทั้งกรมทางหลวงและสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง สังเกตได้จากถนนหนทางที่สมบูรณ์พร้อมและมีป้ายบอกทางที่ชัดเจนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในส่วนของกระบวนการตรวจคนเข้าเมืองก็ได้รับการแก้ไขปัญหาอย่างใส่ใจยิ่งจากเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง ทำให้ปัญหาด้านโลจิสติกส์อันเกิดจากภาครัฐเกิดขึ้นไม่มาก

ปัญหาที่เกิดขึ้นกลับอยู่ที่บริการของภาคเอกชน โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องการบริหารขนส่งสาธารณะ และการบริการนำเที่ยวที่ยังให้บริการไม่ได้ในระดับสากล

ในการศึกษานี้ได้วิเคราะห์ถึงแต่ละขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์ คือ การเข้าสู่จุดผ่านแดน การผ่านแดน และการออกจากจุดผ่านแดนเพื่อเข้าสู่ตัวเมือง ซึ่งมีประเด็นที่สำคัญแตกต่างกันออกไป ประเด็นที่เกิดขึ้นในขั้นตอนของการเข้าสู่จุดผ่านแดนได้แสดงไว้ในตารางที่ 4-3 ขั้นตอนการผ่านแดนในตารางที่ 4-4 และขั้นตอนการออกจากจุดผ่านแดนเพื่อเข้าสู่ตัวเมืองในตารางที่ 4-5

1) ขั้นตอนการเข้าสู่จุดผ่านแดน

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้พัฒนามาถึงขั้นที่สามารถสร้างสำนักงานเสมือนจริง (Visual office) บนอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถช่วยลดเวลาในการเดินทางไปติดต่อหรือทำธุรกรรมต่างๆ ได้เป็นอย่างดี ในด้านการท่องเที่ยวประเทศต่างๆ ได้มีการแข่งขันกันปรับใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการอำนวยความสะดวกให้แก่นักท่องเที่ยวเพื่อจูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาเยือนประเทศของตน บริการวีซ่าบนอินเทอร์เน็ตถือเป็นอีกหนึ่งในบริการซึ่งสามารถใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อประหยัดเวลาให้แก่นักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างมาก เนื่องจากเดิมที่นักท่องเที่ยวต้องเดินทางไปทำวีซ่าด้วยตนเองที่สถานทูตของประเทศที่นักท่องเที่ยวต้องการจะไปเยือน ซึ่งมีเพียงไม่กี่แห่งในเมืองหลักๆ ของประเทศเท่านั้น

จากการสำรวจการให้บริการวีซ่าบนอินเทอร์เน็ตของ 3 ประเทศได้แก่ ประเทศไทย ประเทศกัมพูชา และ สปป.ลาว ด้วยการสำรวจเว็บไซต์ของกระทรวงต่างประเทศของแต่ละประเทศ พบว่าทุกประเทศมีการให้บริการวีซ่าบนอินเทอร์เน็ตทั้งหมด แต่ในระดับที่แตกต่างกัน โดยประเทศที่สามารถให้บริการในด้านนี้ได้ดีที่สุดคือประเทศกัมพูชา ประเทศกัมพูชามีเว็บไซต์ที่สามารถให้บริการวีซ่าบนอินเทอร์เน็ตที่เดียวในกลุ่มตัวอย่างที่สามารถให้บริการจัดทำวีซ่าผ่านทางอินเทอร์เน็ต (e-visa) ภายในเว็บไซต์ของกระทรวงการต่างประเทศกัมพูชา (<http://www.mfaic.gov.kh/>) ที่

สามารถเชื่อมต่อไปยังเว็บเพจ (<http://evisa.mfaic.gov.kh/index.php>) ซึ่งให้บริการวีซ่าโดยเฉพาะ เมื่อเข้าไปในเว็บเพจดังกล่าว จะได้รับความรู้สึกราวกับอยู่ในเว็บไซต์ของบริษัทชั้นนำของโลก ทั้งในด้านรูปลักษณ์ การจัดวางหัวข้อต่างๆ อย่างเป็นระเบียบ ขั้นตอนง่ายต่อการเข้าใจ ด้วยข้อมูลที่ครอบคลุมในทุกหัวข้อและภาษาถึง 24 ภาษา และสามารถอนุมัติวีซ่าผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ได้ทั้ง 24 ภาษา การสมัครทำวีซ่าสามารถจัดทำรายการได้มากที่สุดถึง 5 คนต่อครั้ง มีการให้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์ที่จำเป็นต้องใช้ประกอบการสมัคร และคำอธิบายวิธีปฏิบัติในแต่ละหน้า ทางเว็บไซต์สามารถอนุมัติวีซ่าได้ในระยะเวลา 3 วันทำการ โดยจะจัดส่งวีซ่าไปยังอีเมลแอดเดรสของผู้ใช้บริการ หากต้องการแก้ไขข้อมูลต่างๆ หรือทำวีซ่าหายก็สามารถทำการแก้ไขหรือดาวน์โหลดวีซ่าเล่มใหม่ได้ ขณะที่เว็บไซต์กระทรวงต่างประเทศของไทย (<http://www.mfa.go.th/web/12.php>) และ สปป.ลาว (<http://www.mofa.gov.la/>) มีการจัดหัวข้อเกี่ยวกับวีซ่าโดยเฉพาะ ภายในมีข้อมูลอย่างครบถ้วนได้แก่ เกี่ยวกับกฎระเบียบในการออกวีซ่า แนะนำชนิดของวีซ่า เอกสารที่ต้องใช้ในการขอวีซ่า ค่าธรรมเนียม เงื่อนไขและจุดผ่านแดนที่สามารถทำ Visa On Arrival โดยนำเสนอเฉพาะในภาคภาษาอังกฤษ แต่มีข้อแตกต่างกันอยู่เล็กน้อยคือ เว็บไซต์ของ สปป.ลาวสามารถให้บริการดาวน์โหลด Visa Application Form ให้นักท่องเที่ยวสามารถนำไปกรอกรายละเอียดก่อนที่จะเดินทางมาดำเนินขั้นตอนต่อที่สถานทูต แต่ของไทยยังไม่สามารถดาวน์โหลดแบบฟอร์มได้

ประเทศไทยให้บริการ Visa On Arrival แก่นักท่องเที่ยวประเทศต่างๆ รวม 20 ประเทศ โดยมีประเทศที่สำคัญได้แก่ สาธารณรัฐประชาชนจีน (รวมไต้หวัน) ประเทศอินเดีย ประเทศรัสเซีย และประเทศซาอุดีอาระเบีย เป็นต้น ซึ่งสามารถให้บริการที่จุดผ่านแดนต่างๆ รวม 24 จุด จุดผ่านแดนที่สำคัญได้แก่ สนามบินสุวรรณภูมิ สนามบินนานาชาติดอนเมืองใหม่ สนามบินนานาชาติเชียงใหม่ สนามบินนานาชาติภูเก็ต และจุดผ่านแดนแม่สาย เป็นต้น ในส่วนของจุดผ่านแดนที่คณะนักวิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลนั้นมีจุดผ่านแดนสะพานมิตรภาพไทย-ลาวที่จังหวัดหนองคายที่สามารถให้บริการ Visa On Arrival ได้ ขณะที่จุดผ่านแดนอรัญประเทศไม่มีบริการดังกล่าว

ในขั้นตอนของการเดินทางมายังจุดผ่านแดนนั้นพบว่าเรื่องการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) มีความสำคัญที่สุด เพราะระบบขนส่งสาธารณะยังไม่มีความสะดวก ที่ชายแดนหนองคายนักท่องเที่ยวต้องใช้บริการของรถสามล้อที่เรียกว่า "จัมโบ้" ซึ่งอัตราค่าบริการไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับว่าเป็นคนท้องถิ่นหรือเป็นนักท่องเที่ยว ส่วนชายแดนอรัญประเทศมีรถบัสให้บริการแต่มีสภาพที่เก่ามาก ใช้เวลาในการเดินทางมากและมีความถี่ของการให้บริการน้อย (ออกทุกครึ่งชั่วโมง)

ตารางที่ 4-3: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับขั้นตอนของการเดินทางเข้าสู่
ด่าน

รายการ	ด่าน หนองคาย ไป เวียงจันทน์	ด่าน อรัญประเทศ ไป ปอยเปต
ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)		
บริการรถสาธารณะ		
- รถประจำทาง	x	✓
- รถแท็กซี่	x	x
- อื่นๆ	✓	✓
ถนนหลักที่เชื่อมต่อไปจุดผ่านแดนอยู่ในสภาพสมบูรณ์	✓	x
ด้านการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)		
ในเว็บไซต์หลักของไทย (กระทรวงการต่างประเทศ)		
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ Visa on Arrival (เอกสารที่ต้องใช้ จุดผ่านแดนที่ให้บริการ)	✓	✓
- สามารถทำวีซ่าแบบ online	x	x
จุดผ่านแดนมีเว็บไซต์เป็นของตนเอง	✓	✓
- ให้ข้อมูลเกี่ยวกับเอกสารที่ใช้ในการยื่นคำร้องประเภทต่างๆ	x	✓
- แนะนำกฎระเบียบเกี่ยวกับการผ่านแดน	x	✓
- มีแบบฟอร์มต่างๆ ที่เกี่ยวกับการผ่านแดนให้ดาวน์โหลด (ยกเว้น ตม.6*)	x	✓
- มีเว็บไซต์ไปยังเว็บไซต์ที่แนะนำการเที่ยวไทย	✓	✓
- มีเนื้อหาเป็นภาคภาษาอังกฤษ	x	✓
- มีการประชาสัมพันธ์เรื่องเงื่อนไขการเดินทางกลับเข้ามาฝั่งไทยอีกครั้ง (Re-entry)	x	x
มีป้ายบอกเส้นทางจากตัวเมืองไปสู่จุดผ่านแดน	✓	✓
มีคำเตือนเรื่องความปลอดภัยในทรัพย์สิน	x	x
ด้านการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow)		
มีข้อมูลเกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนเงินตราในฝั่งประเทศเพื่อนบ้าน	x	x
มีข้อมูลเกี่ยวกับการใช้บัตรเครดิตในฝั่งประเทศเพื่อนบ้าน	x	x

หมายเหตุ: * ตม. 6 คือ หนังสือรายละเอียดของผู้ผ่านแดนซึ่งต้องกรอกทั้งขาออกและขาเข้า
ที่มา: จากการสำรวจ

ทางไปด่านอรัญประเทศมีถนนสายหนึ่งตัดผ่านหน้าสถานีรถไฟแล้วตรงไปยังจุดผ่านแดน ถนนสายนี้ได้รับความนิยมจากประชาชนในการใช้ผ่านสัญจรเป็นจำนวนมาก แต่มีสภาพทรุดโทรม โดยไม่ได้รับการแก้ไข (ตารางที่ 4-3) เมื่อสอบถามจึงทราบว่าถนนของเอกชนทำให้ภาครัฐไม่สามารถใช้งบประมาณซ่อมแซมได้ อีกทั้งถนนซึ่งปกติมี 4 เลน ถูกปรับให้เหลือเพียง 2 เลน ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเลนของรถยนต์ที่ตรงมาจากถนน 4 เลน ซึ่งจุดที่เป็นปัญหาเป็นจุดที่เชื่อมต่อกับถนนของกรมทางหลวง ก่อให้เกิดผลกระทบกับประชาชนซึ่งเป็นที่น่ากังวลว่าจะเกิดอุบัติเหตุขึ้นได้

เว็บไซต์ของด่านอรัญประเทศ (<http://aran.immigration.go.th/>) มีข้อมูลเกี่ยวกับการผ่านด่าน ภายในมีข้อมูลครบถ้วน ตั้งแต่เอกสารที่จำเป็นต้องใช้สำหรับการผ่านแดนในกรณีต่างๆ มีแบบฟอร์มต่างๆ ต้องใช้ในการผ่านแดนให้ดาวน์โหลด ตลอดจนอธิบายกฎระเบียบเกี่ยวกับการผ่านด่าน โดยเนื้อหาเป็นทั้งภาคภาษาไทยและภาษาอังกฤษ อีกทั้งยังมีเว็บลิงค์ไปยังเว็บต่างๆ ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวของไทย ส่วนเว็บไซต์ของด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาว (<http://nongkhai.immigration.go.th/>) ถึงแม้มีข้อมูลไม่สมบูรณ์และไม่มีเนื้อหาเป็นภาคภาษาอังกฤษเหมือนเว็บไซต์ของด่านอรัญประเทศ แต่ก็มีจุดเด่นอยู่ที่การมีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและที่พักในจังหวัดของตน

การกลับเข้ามายังประเทศไทยอีกครั้งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Re-entry) จำเป็นต้องมีตัวโดยสารที่แสดงว่าจะออกจากราชอาณาจักรอย่างแน่นอนมาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง หากไม่มีก็จะไม่ได้รับอนุญาตให้เข้ามาในราชอาณาจักร ข้อบังคับนี้เป็นเรื่องใหม่ที่มีใช้ประมาณต้นปี พ.ศ. 2550 ทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติยังไม่ทราบ ส่วนหนึ่งที่มีภรรยาเป็นคนไทยยังสามารถขอให้ภรรยาออกจากด่านไปซื้อตั๋วรถทัวร์ระหว่างอรัญประเทศ-มาเลเซีย (เช่น ปีนัง หรือ บัตเตอร์เวิร์ธ) ได้ แต่หากไม่มีคนรู้จักเป็นคนไทยก็อาจจะไม่ได้กลับเข้าประเทศไทย

บริเวณก่อนถึงจุดผ่านแดนอรัญประเทศมีกลุ่มเด็กเร่ร่อนมักเข้ามาขอรุมขอเงินจากนักท่องเที่ยว คนท้องถิ่นมักจะเตือนนักท่องเที่ยวว่าเด็กกลุ่มนี้จะรุมล้วงกระเป๋าจึงควรระวังกระเป๋าเงินและโทรศัพท์มือถือที่พกติดตัว แต่ยังไม่มีย้ายเตือนอย่างเป็นทางการทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ในขณะที่การผลักดันเด็กกลุ่มนี้ออกนอกพื้นที่ก็ทำอยู่ตลอดเวลาโดยเจ้าหน้าที่ แต่เนื่องด้วยจำนวนเจ้าหน้าที่ที่มีอยู่น้อยทำให้การดูแลไม่ทั่วถึงตลอดทั้งวัน

ในเรื่องการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow) นั้น นักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางข้ามแดนไปยังประเทศกัมพูชาครั้งแรกอาจจะกังวลว่าจำเป็นต้องแลกเงินเป็นสกุลใดระหว่างเรียลกัมพูชาหรือดอลลาร์สหรัฐฯ หรือไม่จำเป็นต้องแลกเลยเพราะทางฝั่งกัมพูชานิยมใช้เงินบาท ข้อมูลทางการเงินเหล่านี้ยังไม่ได้มีบอกไว้ที่บริเวณจุดผ่านแดน ในสภาพความเป็นจริงที่พบในฝั่งประเทศกัมพูชาคือนักท่องเที่ยวสามารถใช้เงินบาทได้ตั้งแต่ปอยเปตถึงศรีโสภณ แต่ดอลลาร์สหรัฐฯ จะใช้ได้ดีกว่าเมื่อ

นักท่องเที่ยวที่เสียมเรียบทั้งในด้านการจ่ายค่าบริการท่องเที่ยวและการซื้อของที่ระลึก ส่วนเงินเรียลเหมาะแก่การให้ทิปแก่พนักงานโรงแรม คนขับรถ เด็กเฝ้ารองเท้าเมื่อเข้าไปในศาสนสถาน และใช้ในการทำบุญ ซึ่งข้อมูลดังกล่าวไม่มีการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นทางการทั้งในเว็บไซต์และภายในด่านทั้ง 2

การแลกเงินตราต่างประเทศไม่ได้เป็นเรื่องใหญ่สำหรับการข้ามแดนของนักท่องเที่ยว เพราะที่บ่อนคาสิโนรับเงินบาทแล้วแลกเปลี่ยนให้ เมื่อเล่นเสร็จแล้วนำชิปมาแลกเปลี่ยนก็จะได้เป็นเงินบาทเช่นกัน จำนวนเงินบาทที่แลกเปลี่ยนไม่มีข้อจำกัด ส่วนการข้ามแดนไปฝั่งประเทศ สปป.ลาว ไม่จำเป็นต้องแลกเงินเช่นกัน เพราะเงินบาทสามารถใช้ได้ในนครเวียงจันทน์ ดังนั้นจึงไม่มีความจำเป็นที่จะต้องมีการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศทั้งที่ด่านอรัญประเทศและหนองคาย

2) ขั้นตอนการผ่านแดน

บริเวณหน้าด่านอรัญประเทศและด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาวมีบริการที่จอดรถ ร้านอาหารเครื่องดื่มไว้ให้บริการอย่างเพียงพอ โดยด่านอรัญประเทศอยู่ใกล้ตลาดโรงเกลือจึงทำให้นักท่องเที่ยวสามารถหาซื้อสินค้าที่จำเป็นต่อการเดินทางได้ ซึ่งอาจต้องใช้เวลาานพอสมควร เนื่องจากตลาดโรงเกลือมีขนาดใหญ่ ขณะที่ด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาวมีร้านสะดวกซื้ออยู่บริเวณหน้าด่านไว้ให้บริการ

มีบริษัทนำเที่ยวขนาดใหญ่ตั้งอยู่บริเวณหน้าด่านอรัญประเทศ บริษัทดังกล่าวมีการส่งต่อนักท่องเที่ยวกับบริษัทนำเที่ยวฝั่งกัมพูชาและบริษัทนำเที่ยวในกรุงเทพฯ ที่ตรอกข้าวสาร โดยแบ่งผลประโยชน์ตามที่รับผิดชอบของตน ขณะเดียวกันก็เป็นตัวแทนจำหน่ายแพ็คเกจทัวร์และตัวเดินทางทั้งในและนอกประเทศให้กับบริษัททัวร์ที่ตรอกข้าวสารอีกด้วย ซึ่งตัวเดินทางออกนอกประเทศเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยวที่ต้องการกลับเข้ามายังประเทศไทยอีกครั้งหนึ่งของนักท่องเที่ยวต่างชาติ (Re-entry)

ภายในด่านทั้ง 2 ไม่มีห้องน้ำไว้ให้บริการ นักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้ห้องน้ำสาธารณะของเอกชนบริเวณหน้าด่าน หน่วยปฐมพยาบาลมีอยู่ในภายในทั้ง 2 ด่าน แต่เนื่องจากด่านทั้ง 2 ตั้งอยู่ใกล้โรงพยาบาลได้แก่ โรงพยาบาลจังหวัดหนองคาย และโรงพยาบาลอำเภออรัญประเทศจึงทำให้อุ่นใจได้ในระดับหนึ่ง

ขั้นตอนของการผ่านแดน พบว่าที่ด่านอรัญประเทศผู้คนที่ต้องการข้ามแดนเป็นจำนวนมาก ในช่วงเช้าโดยมีสองจุดประสงค์คือ ชาวไทยต้องการเดินทางไปเล่นการพนัน และชาวกัมพูชาต้องการเข้ามารับจ้างเฝ้าร้านและรับจ้างขนของที่ฝั่งไทย จึงมีการต่อแถวเพื่อรอรับการประทับตราบนหนังสือ

เดินทาง (Passport) เป็นแถวยาวล้นออกมาจากอาคารและแนวทางเดินที่ทำหลังคาไว้ ส่วนทางฝั่ง
กัมพูชาก็จะออกันอยู่น้ำประตูใหญ่เพื่อรอเวลาประตูเปิด

เดิมนักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบจากการรอคอยเป็นเวลานานเช่นนี้ แต่ในปัจจุบันทางด่าน
อรัญประเทศได้ทำช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีวีซ่าเข้าประเทศกัมพูชาเรียกว่าช่องทาง
หมายเลข 6 (Re-entry and group tour) ผลคือสามารถช่วยเพิ่มความเร็วสำหรับผู้ที่มีจุดประสงค์
เพื่อการท่องเที่ยวอย่างแท้จริงให้ผ่านไปได้อีก (ดูภาพและรายละเอียดในส่วนของการปฏิบัติที่ดี)

อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติที่มีวีซ่าอาจจะไม่ทราบว่าสามารถใช้
บริการช่องทางหมายเลข 6 นี้ได้เพราะการเขียนว่า Re-entry and group tour ไม่ได้มีความหมายตรงตัว
ว่ามีวีซ่า หากเป็นความหมายโดยนัยว่าถ้าต้องการกลับเข้ามาในราชอาณาจักรอีกครั้งหรือถ้ามาเป็น
กลุ่มย่อยมีวีซ่า ป้ายจึงบอกตรงไปตรงมาว่าถ้ามีวีซ่าสามารถใช้บริการช่องทางหมายเลข 6 ได้จึงจะช่วย
นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้ดี

การทำวีซ่าเข้าประเทศกัมพูชานั้นสามารถทำได้ที่กงสุลฯ ประเทศกัมพูชา กงสุลฯ ตั้งอยู่บน
ถนนหลักที่ผ่านมายังจุดผ่านแดน โดยอยู่ห่างจากจุดผ่านแดนไปประมาณ 1 - 2 กิโลเมตร จากจุด
ผ่านแดนจะมีถนนแยกไปทางซ้ายประมาณอีก 200 เมตร ก็จะพบสถานกงสุลฯ ป้ายบนทางหลวง
สามารถนำนักท่องเที่ยวไปถึงสถานกงสุลฯ ได้ แต่ยังไม่มีย้ายบอกทางไว้ที่จุดผ่านแดนในกรณีนี้
นักท่องเที่ยวต้องการทำวีซ่าก่อนเพื่อไม่จำเป็นต้องรอคิวนาน

การผ่านแดนไปประเทศ สปป.ลาว ไม่ต้องต่อคิวนานเหมือนกับที่อรัญประเทศเพราะ
นักท่องเที่ยวทยอยกันข้ามแดนตลอดทั้งวัน แต่ปัญหาที่พบเหมือนกับด่านอรัญประเทศคือ
นักท่องเที่ยวหาใบ ตม.6 ไม่พบ ใบ ตม.6 คือ รายละเอียดของผู้ผ่านแดนซึ่งต้องกรอกทั้งขาออกและ
ขาเข้า ซึ่งเจ้าหน้าที่จะทำการตรวจสอบและเย็บติดไว้กับหนังสือเดินทาง (Passport) การที่เจ้าหน้าที่
ไม่นำใบ ตม.6 ออกมาวางไว้ด้านนอกก็เพราะว่ามีจำนวนจำกัด และเกรงว่านักท่องเที่ยวจะหยิบไป
มากกว่าคนละหนึ่งใบ แม้แต่ที่ฝั่ง สปป.ลาวก็ไม่แจกใบเข้าประเทศเพราะปัญหาเดียวกัน
นักท่องเที่ยวต้องแรงแควเพื่อเข้ามาขอใบ ตม.6 ของฝั่งสปป.ลาว เพื่อกรอกก่อนตรวจหนังสือเดินทาง
ซึ่งก็อาจจะพบว่าเจ้าหน้าที่ไม่ยอมให้ด้วย ทำให้ต้องวนมาขอหลายรอบจากหลายเคาน์เตอร์

ตารางที่ 4-4: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับขั้นตอนของการผ่านแดน

รายการ	จุดผ่านแดน หนองคาย ไป เวียงจันทน์	จุดผ่านแดน อรัญประเทศ ไป ปอยเปต
ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)		
บริการที่จอดรถ	✓	✓
บริการห้องน้ำสาธารณะภายในด่าน	x	x
ร้านอาหาร	✓	✓
ร้านขายน้ำและเครื่องดื่ม	✓	✓
บริการ Visa on Arrival	✓	x
หน่วยปฐมพยาบาล	x	x
มีบูธของบริษัทนำเที่ยว	✓	✓
มีบูธประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ สปป.ลาว/กัมพูชา ที่จุดผ่านแดน	x	x
มีจุดบริการเพื่อรับใบ ตม.6	x	✓
ช่องทางพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยว	x	✓
มีเครื่องอำนวยความสะดวกสำหรับผู้จำเป็นต้องได้รับ ความช่วยเหลือพิเศษ	x	x
ด้านการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)		
มีป้ายให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการผ่านแดน	x	✓
มีระบบตรวจคนเข้าเมืองที่มีเสถียรภาพ (มีระบบสำรอง ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ และระบบฐานข้อมูลที่มีเสถียรภาพ)	x	x
มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับชายแดนฝั่งตรงข้าม (การเดินทาง ต่อ กวาระเบียบ)	x	x
ข้อมูลการท่องเที่ยว 2 ฝั่งโขง	x	x
ด้านการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow)		
เครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM)	x	✓
มีบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	x	✓

ที่มา: จากการสำรวจ

หัวใจของการตรวจเอกสารของสำนักงานตรวจคนเข้าเมืองที่จะเป็นจุดตัดสินใจว่าการไหลของนักท่องเที่ยวจะเป็นไปอย่างสะดวกคล่องตัวหรือไม่ คือสารสนเทศ (Information) เนื่องจากการตรวจคนเข้าเมืองจำเป็นต้องตรวจสอบประวัติบุคคลจากฐานข้อมูลของสำนักงานตำรวจแห่งชาติทุกครั้ง และทุกคน ดังนั้น หากไฟฟ้าดับจะทำให้เครื่องคอมพิวเตอร์ทั้งหมดใช้ไม่ได้ เครื่องสแกนแถบแม่เหล็ก และเครื่องสแกนบาร์โค้ดก็ใช้ไม่ได้ไปด้วย

ไม่เพียงเท่านั้นหากไฟฟ้าไม่ดับแต่สายโทรศัพท์ขาด ก็จะทำให้ไม่สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลจากส่วนกลางได้ เพราะข้อมูลการตรวจคนเข้าเมืองต้อง Online ไปยังฐานข้อมูลของสำนักงานป้องกันและปราบปรามยาเสพติด (ปปส.) ที่กรุงเทพฯ ผลคือความชะงักงันของการผ่านเข้าออก

แนวทางปฏิบัติในยามเกิดเหตุเช่นนี้ขึ้นคือการเปิดดูรายชื่อบุคคลต้องห้าม (Black list) ที่ละคน โดยอาศัยการเรียงจากตัวอักษรของชื่อหรือนามสกุล ส่งผลให้ใช้เวลาสำหรับการผ่านแดนของแต่ละคน ไม่ต่ำกว่า 5 นาที จากเดิมที่ใช้เวลาไม่เกิน 30 วินาที หมายความว่าจาก 10 คนจะเหลือเพียง 1 คนเท่านั้น

แม้ไฟฟ้าจะไม่ดับและสายโทรศัพท์จะไม่ขาด แต่เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองทั้งที่ด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาวและอรัญประเทศเป็นรุ่นเก่าจึงอาจจะเกิดการหยุดการทำงาน (Hang) ในเวลาใดก็ได้ การเปิดเครื่องใหม่และเข้าสู่ระบบใหม่ทำให้เกิดการเสียเวลาแก่นักท่องเที่ยวเช่นกัน

ไม่มีวีซ่าของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยที่จุดผ่านแดน นักท่องเที่ยวที่ไม่เคยข้ามไปฝั่งประเทศกัมพูชามีความต้องการทราบสิ่งที่จะพบและสิ่งที่ควรระวังเมื่อข้ามไปอีกฝั่งหนึ่ง ขณะเดียวกันนักท่องเที่ยวที่เดินทางข้ามมาฝั่งไทยก็ต้องการข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางและการท่องเที่ยวในประเทศไทยเช่นกัน

ในด้านการเงิน (Financial flow) มีบริการเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) และบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจากธนาคารต่างๆ ที่บริเวณหน้าด่านอรัญประเทศ เนื่องจากตลาดโรงเกลือใหญ่พอที่จะดึงดูดธนาคารต่างๆ มาเปิดสาขาที่นี่ ขณะที่ด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาวนั้นจำเป็นต้องให้บริการในตัวเมืองหนองคายบริเวณตลาดท่าเสด็จ ซึ่งอยู่ห่างออกไปประมาณ 4 กิโลเมตร

นักท่องเที่ยวไม่มีความจำเป็นต้องเตรียมเงินสำหรับค่าธรรมเนียมการผ่านแดนในฝั่งไทย แต่ต้องเตรียมไปชำระที่ฝั่งประเทศเพื่อนบ้าน โดยที่ประเทศ สปป.ลาว จะเก็บค่าเข้าประเทศ 10 บาท สำหรับคนไทย และประเทศกัมพูชาจะให้นักท่องเที่ยวทำวีซ่าประเภท Visa on Arrival สำหรับการผ่านเข้าไปยังปอยเปตเป็นต้นไป ซึ่งมีค่าใช้จ่ายคนละ 1,000 บาท หรือ 25 ดอลลาร์สหรัฐฯ (หากมาทำวีซ่าที่กงสุลฯ กัมพูชาที่อรัญประเทศจะเสียค่าใช้จ่าย 1,200 บาท) ในกรณีที่มีเงินบาทแข็งตัวจนทำ

ให้อัตราแลกเปลี่ยนต่ำกว่า 1 ดอลลาร์สหรัฐฯ ต่อ 40 บาท ทางการกัมพูชาจะรับแต่เงินบาทเท่านั้น แม้แต่กับชาวตะวันตกก็ตาม ดังนั้นชาวตะวันตกจึงจำเป็นต้องมีเงินบาทเหลืออย่างน้อย 1,000 บาท ติดตัวไว้หลังจากข้ามแดน

3) ขั้นตอนการออกจากจุดผ่านแดนไทยเพื่อเข้าสู่ตัวเมือง

ในการเดินทางจากจุดผ่านแดนเข้าสู่ตัวเมืองเริ่มตั้งแต่การกลับเข้ามายังฝั่งไทย ที่ฝั่ง สปป.ลาว นักท่องเที่ยวเมื่อผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองของ สปป.ลาวมาแล้วจะนั่งรถโดยสารที่ต้องเบียดเสียดกันอย่างมาก เพื่อข้ามสะพานมิตรภาพไทย-ลาว จากนั้นรถโดยสารจะจอดที่ด่านแล้วให้ผู้โดยสารลง คนไทยไม่ค่อยมีปัญหาเกี่ยวกับการตรวจเอกสารเพื่อกลับเข้าประเทศ แต่นักท่องเที่ยวต่างชาติอาจจะถูกตรวจสอบมาก นักท่องเที่ยวบางคนพูดไทยและพูดภาษาอังกฤษไม่ได้ถูกเจ้าหน้าที่ซักเป็นเวลานาน ในขณะที่ด่านอรัญประเทศไม่ค่อยมีปัญหาเรื่องการเข้าเมืองของทั้งคนไทยและต่างชาติเพราะมีการแบ่งช่องทางการเข้าเมืองที่ชัดเจนระหว่างผู้ถือเอกสารประเภทต่างๆ โดยแยกเป็นหนังสือเดินทาง (Passport) หนังสือผ่านแดนชั่วคราว (Border pass) และบัตรคนเข้าเมือง (Immigration card) (อ่านเรื่องเอกสารเหล่านี้ได้ในกาปฏิบัติที่ค)

ปัญหาที่พบในการเข้าประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติก็คือการต้องมีตัวโดยสารเพื่อแสดงว่าจะออกจากราชอาณาจักรอย่างแน่นอนมาแสดง (ดังที่กล่าวแล้วในหัวข้อการเดินทางเข้าสู่จุดผ่านแดน) และนักท่องเที่ยวจะได้รับอนุญาตให้เข้ามาในประเทศไทยรวมกันทุกครั้งไม่เกิน 90 วัน (ดูกรอบที่ 4-1)

กรอบที่ 4-1: มาตรการใหม่เรื่องระยะเวลาการพำนักในราชอาณาจักรไทย

เดิมนักท่องเที่ยวต่างชาติจาก 39 ประเทศสามารถเดินทางเข้าประเทศไทยได้โดยไม่ต้องมีวีซ่า เพียงแสดงหนังสือเดินทาง (Passport) เท่านั้น จะได้รับอนุญาตให้อยู่ในประเทศไทยได้ไม่เกิน 90 วัน นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้อาศัยช่องว่างทางกฎหมายนี้เดินทางออกนอกประเทศเมื่อครบ 90 วัน โดยมากทางด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาว แล้วกลับเข้ามาใหม่ซึ่งจะทำให้ได้เวลาการอยู่ในประเทศไทยอีก 90 วันโดยอัตโนมัติ ปรากฏว่ามีชาวต่างชาติที่ใช้ช่องทางนี้อาศัยอยู่และทำงานในประเทศไทยตลอดทั้งปี ดังนั้นสำนักงานตำรวจแห่งชาติจึงได้ออกมาตรการใหม่เพื่อคัดกรองให้เฉพาะผู้ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเท่านั้นและพยายามผลักดันผู้ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยด้วยจุดประสงค์อื่น จึงได้ออกกฎอนุญาตให้ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยแต่ละครั้งพำนักในราชอาณาจักรได้เพียงครั้งละไม่เกิน 30 วัน และต้องมีหลักฐานตัวเดินทางออกนอกราชอาณาจักรมาแสดง จากนั้นให้เดินทางออกนอกประเทศซึ่งอาจจะผ่านชายแดนหนองคาย-เวียงจันทน์หรือที่ไหนก็ได้ แต่เมื่อกลับมาอีกครั้งก็อยู่ได้ไม่เกิน 30 วัน การเข้าออกจะทำกี่ครั้งก็ได้แต่รวมกันแล้วจะอยู่ในราชอาณาจักรได้เพียงไม่เกิน 90 วัน

ปัญหาที่พบได้อีกในขั้นตอนการผ่านเข้ามายังประเทศไทยคือ นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะคนไทย อ้างว่าทำหนังสือเดินทางหาย หนังสือเดินทางไทยมีค่าสามารถใช้จำนำได้เป็นเงินประมาณ 2,000 - 3,000 บาท ในบ่อนคาสิโน เมื่อนักการพนันเล่นเสียจนหมดตัวแล้วก็จะไม่สามารถไถ่ถอนหนังสือเดินทางคืนมาได้ ซึ่งทำให้อาจจะต้องพักค้างคืนที่บ่อนแล้วกู้เงินมาเล่นใหม่เพื่อหวังจะได้เงินและหนังสือเดินทางคืน ผลก็มักจะลงเอยที่การเสียมากกว่าเดิมและอาจจำเป็นต้องใช้นี้ด้วยการขนยาเสพติดเข้าประเทศไทยหรือการขายบริการทางเพศที่บ่อน

ในกรณีที่หนังสือเดินทางหายจริงๆ เช่น ถูกปล้นกระเป๋าหรือทำตกหาย นักท่องเที่ยวต้องแจ้งความที่สถานีตำรวจฝั่งประเทศเพื่อนบ้านแล้วนำใบแจ้งความนั้นมาแสดงต่อเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมือง แนวทางการปฏิบัติต่อไปคือ เจ้าหน้าที่จะซักถามประวัติ ชื่อที่อยู่ในประเทศไทย เอกสารสำคัญแสดงว่าเป็นคนไทย (บัตรประชาชนไทยสำคัญมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องพกติดตัวไว้ตลอดเวลา เพราะใช้ประกอบทั้งขาออกและขาเข้า) เจ้าหน้าที่อาจจะปล่อยให้เข้าประเทศไปได้ แต่นักท่องเที่ยวมีหน้าที่ต้องมารายงานตัวที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองภายในหนึ่งสัปดาห์พร้อมเอกสารบัตรประชาชนและทะเบียนบ้านฉบับจริง

ในกรณีที่หนังสือเดินทางหายไม่จริงแต่มีใบแจ้งความจากเจ้าหน้าที่ตำรวจของประเทศเพื่อนบ้านมายืนยัน เจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองจะตรวจสอบประวัติการเข้าออกจากเครื่องคอมพิวเตอร์

หากพบว่าเข้าออกเพียงครั้งหรือสองครั้งก็อาจจะเป็นนักท่องเที่ยวจริง แต่หากเข้าออกเป็นประจำทุกวันก็จะสันนิษฐานว่าเป็นนักท่องเที่ยว ในกรณีเช่นนี้จะมีการตรวจเข้มทั้งเรื่องการพกพายาเสพติด และการตรวจสอบประวัติ หากตรวจสอบพบว่าเป็นนักท่องเที่ยวแล้วนำหนังสือเดินทางไปจำหน่ายที่บ่อนคาสิโน นักท่องเที่ยวรายนั้นอาจจะไม่ได้รับอนุญาตให้มีหนังสือเดินทางไทยอีกตลอดชีวิต หรืออาจจะต้องห้ามไม่ให้ผ่านแดนเข้าไปยังประเทศกัมพูชาอีก นอกจากนั้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวพกพยาเสพติดประเภทยาบ้าเข้ามาในประเทศไทย 1 - 14 เม็ด จะต้องโทษจำคุกตลอดชีวิต และหากมากกว่า 14 เม็ดจะต้องโทษประหารชีวิต

ตารางที่ 4-5: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นต้องมีสำหรับขั้นตอนของการออกจากจุดผ่านแดนเพื่อเข้าสู่จังหวัดในประเทศไทย

รายการ	จุดผ่านแดน หนองคาย	จุดผ่านแดน อรัญประเทศ
ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)		
พื้นที่สำหรับพักรอและจุดนัดพบ	✓	×
บริการรถสาธารณะ		
- รถประจำทาง	×	✓
- รถแท็กซี่	×	✓
- อื่นๆ	✓	✓
ด้านการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)		
มีป้ายบอกทางไปขึ้นรถสาธารณะ	×	×
มีตารางการเดินรถสาธารณะ	×	×
ด้านการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow)		
มีเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM)	×	✓
มีบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	×	✓

ที่มา: จากการสำรวจ

เมื่อนักท่องเที่ยวผ่านด่านตรวจคนเข้าเมืองมาได้แล้ว ในขั้นตอนต่อไปคือการเดินทางจากด่านไปยังตัวเมือง แม้ว่าตัวเมืองอรัญประเทศและสถานีขนส่งซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะต้องการต่อรถไปยังกรุงเทพฯ หรือจังหวัดอื่นจะอยู่ห่างจากด่านเพียงประมาณ 6 กิโลเมตร แต่การจะเดินทางไปด้วยตนเองเป็นเรื่องลำบาก

นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะนัดผู้ประกอบการนำเที่ยวเอาไว้แล้ว เพราะก่อนที่จะเดินทางไปประเทศกัมพูชาได้ซื้อทัวร์ไว้แล้ว ในรายการทัวร์จะบอกว่าเมื่อกลับออกมาจากกัมพูชาแล้วให้มารอรถที่จุดนัดพบ แต่ผู้ประกอบการนำเที่ยวมักผัดผ่อนอยู่เป็นประจำ สังเกตได้จากนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่ต้องมานั่งรอและพยายามถามบริษัทนำเที่ยวอื่นว่ารายละเอียดที่ระบุในรายการนำเที่ยวถูกต้องหรือไม่และต้องรอที่ไหน ส่วนใหญ่เมื่อบริษัทนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวไปติดต่อไม่ได้เป็นผู้จัดรายการทัวร์นั้นก็จะไม่สนใจและปล่อยให้นักท่องเที่ยวแคว้งคว้างอยู่เอง

นักท่องเที่ยวอีกส่วนหนึ่งที่ไม่ได้ซื้อรายการทัวร์จากกลับ เช่น ผู้ที่โดยสารเครื่องบินจากประเทศของตนตรงไปลงเสียมเรียบหรือพนมเปญแล้วต้องการเดินทางเข้ามายังประเทศไทย กลุ่มนี้จะพบเพียงป้ายบอกว่า "Taxi Service Rong Kloe Market to Bangkok 1,800 Baht " แล้วมีลูกศรชี้ไปยังตลาดโรงเกลือ นักท่องเที่ยวก็จะตามลูกศรเข้าไปยังตลาดโรงเกลือ ซึ่งจะได้พบกับบริการรถรับจ้างนานาชนิดไม่เพียงแต่รถแท็กซี่เท่านั้น

รถรับจ้างที่ให้บริการอยู่ที่ตลาดโรงเกลือบริเวณใกล้กับด่านตรวจคนเข้าเมืองมีอยู่ 4 ประเภท คือ หนึ่ง แท็กซี่ซึ่งให้บริการในเส้นทางระหว่างจังหวัด ค่าบริการอัตราประเทศ-กรุงเทพฯ เป็นมาตรฐานคือ 1,800 บาทต่อเที่ยว (นั่งได้ 4 คนต่อคัน) แต่หากต้องการเดินทางไปจังหวัดอื่นต้องตกลงราคากันเอง เช่น สมุทรสาคร 2,500 บาท เป็นต้น รถรับจ้างประเภทที่สองคือ ตุ๊กตุ๊ก ให้บริการระหว่างตลาดโรงเกลือไปยังตัวเมืองอรัญประเทศและสถานีขนส่ง อัตราค่าบริการเที่ยวละ 60 บาท (นั่งได้ประมาณ 2 - 3 คน) ประเภทที่สาม คือ จักรยานยนต์รับจ้าง ให้บริการระยะสั้นภายในตลาดโรงเกลือหรือเข้าเมือง และประเภทสุดท้ายคือ รถโดยสารประจำทางซึ่งจะออกรถรอบละ 30 นาทีแล้วจะวนมารับนักท่องเที่ยวที่จุดนี้ แต่สภาพรถเก่ามากและใช้เวลาการเดินทางนาน

รถรับจ้างอีกประเภทหนึ่งที่ให้บริการในตลาดโรงเกลือแต่อยู่ลึกเข้าไปในตลาดคือ รถสกายแล็บ (Sky lab) รถประเภทนี้คล้ายรถตุ๊กตุ๊กแต่มีความยาวมากกว่า โดยมากเป็นที่นิยมของคนท้องถิ่นในการสัญจรระหว่างตัวเมืองอรัญประเทศกับตลาดโรงเกลือ ค่าบริการคนละ 30 บาท

ปัญหาที่พบในเรื่องรถรับจ้างสาธารณะคือ การไม่มีป้ายบอกอัตราค่าโดยสารที่แน่นอนสำหรับบริการอื่นนอกจากรถแท็กซี่ และไม่มีตารางการเดินทางที่แน่นอนสำหรับรถโดยสารประจำทาง นักท่องเที่ยวเกิดความไม่พอใจผู้ให้บริการรถรับจ้างว่าจะเรียกราคาค่าโดยสารแพงเกินไปหรือไม่ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องหันไปพึ่งบริษัทนำเที่ยวที่ตั้งอยู่ข้างเคียงที่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้ ทำให้เกิดการเสียเวลาเดินทางกลับไปกลับมาระหว่างคิวรถกับบริษัทนำเที่ยวที่ให้ข้อมูลหลายรอบ ไม่เพียงเท่านั้นอาจจะถูกเจ้าหน้าที่ของบริษัทนำเที่ยวเพิ่มค่าดำเนินการช่วยเหลือเข้าไปในค่าโดยสารอีกด้วย ในกรณีที่นักท่องเที่ยวขอให้เรียกรถให้

ในการจ่ายค่าบริการรถรับจ้างจำเป็นต้องจ่ายเป็นเงินบาท ดังนั้นนักท่องเที่ยวจึงต้องการบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ หรือเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ซึ่งพบว่าในบริเวณใกล้กับควมมมีธนาคารให้บริการถึง 2 แห่ง ทำให้เกิดความสะดวกในเรื่องการเงิน

นักท่องเที่ยวที่เรียกรถรับจ้างจากหน้าด่านตรวจคนเข้าเมืองโดยไม่เข้าไปในตลาดโรงเกลือจะเป็นเป้าหมายของนักขวยโอกาส อัตราค่าโดยสารจะแพงกว่าปกติประมาณ 2 เท่า และอาจจะถูกรถพาออกไปล้อมมาเพื่อข่มเมืองกว่าจะถึงสถานีขนส่งแล้วเรียกค่าโดยสารเพิ่มขึ้นอีกระหว่างทาง

เรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยวจากจุดผ่านแดนไปยังสถานีขนส่งนี้ ทางฝั่งไทยอาจจะดีกว่าประเทศกัมพูชา เพราะทางกัมพูชามีรถรับส่งของทางราชการรับนักท่องเที่ยวจากจุดผ่านแดนไปยังสถานีขนส่งที่ปอยเปตโดยไม่มีค่าใช้จ่าย (Tourist shuttle bus) บริการเช่นนี้ดีสำหรับนักท่องเที่ยว เพราะทำให้นักท่องเที่ยวถึงที่หมายอย่างแน่นอนและฟรี แม้จะต้องจ่ายทิปให้กับคนขับรถบ้างแต่ก็ได้รับความสะดวกและความมั่นใจมากในความปลอดภัย

ทางด้านจุดผ่านแดนหนองคายพบว่าเมื่อนักท่องเที่ยวเดินทางออกจากด่านมาแล้วจะไปขึ้นรถสามล้อ "จัมโบ้" ที่สามแยกซึ่งอยู่ห่างจากด่านประมาณ 200 เมตร จากนั้นก็จะเข้าไปในตัวเมืองได้ในเวลาประมาณ 5 นาที นักท่องเที่ยวบางส่วนที่จอดรถไว้บริเวณด่านฯ ก็สามารถไปปรับรถแล้วเดินทางเข้าเมืองได้โดยสะดวกเช่นกัน

นักท่องเที่ยวจาก สปป.ลาว ที่ขับรถส่วนตัวเข้ามาเองมีความสะดวกมากกว่านักท่องเที่ยวไทยที่จะขับรถเข้าไปยัง สปป.ลาว รถจะต้องมีหนังสือเดินทางของรถเช่นกัน โดยมีเอกสารประกอบคือ คู่มือการจดทะเบียนรถ หนังสือแสดงหลักฐานการครอบครองรถ ใบขับขี่สากล และควรจะมีการประกันภัยบุคคลที่ 3 (ประกัน พรบ.) แต่เรื่องการประกันภัยนี้เป็นเรื่องผ่อนปรนที่อาจจะไม่ต้องมีก็ได้สำหรับรถที่จะขับไปไม่เกินจังหวัดอุดรธานี แต่หากออกนอกพื้นที่ เช่น ไปกรุงเทพฯ จะต้องถูกจับและปรับเช่นเดียวกับรถของคนไทยที่ไม่มีประกันภัยบุคคลที่ 3

ในทางกลับกัน ด้านด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาวไม่ส่งเสริมให้คนไทยขับรถเข้าไปใน สปป.ลาว เพราะคนไทยมักจะเคยชินกับการขับขี่ซ้ายทำให้เกิดปัญหาในการเข้าวงเวียนที่มักจะขับผิดทางเสมอจนเกิดอุบัติเหตุ นอกจากนั้นการหักหลบไปทางซ้ายด้วยความเคยชินย่อมทำให้รถเข้าไปอยู่กลางถนนซึ่งเสี่ยงต่อการเกิดอุบัติเหตุอีกเช่นกัน เมื่อเกิดอุบัติเหตุเช่นนี้แล้วฝ่ายผิดย่อมเป็นฝ่ายไทยเพราะขับผิดทาง คนไทยต้องดำเนินการซ่อมแซมรถยนต์ของอีกฝ่าย บางครั้งก็ต้องมาซ่อมที่ฝั่งไทยโดยจอดรถของคนไทยไว้เป็นประกันที่ฝั่ง สปป.ลาว นอกจากนั้นคนไทยที่กระทำผิดก็ต้องเดินทางข้ามไปรายงานตัวต่อทางการ สปป.ลาว จนกว่าการซ่อมแซมจะเรียบร้อยและมีการส่งมอบรถคืนกันอย่างเป็นทางการ

ในกรณีที่เกิดอุบัติเหตุจนถึงแก่ชีวิตที่ฝั่ง สปป.ลาว อาจจะทำให้คนไทยต้องโทษในเรือนจำของ สปป.ลาว โดยที่ทางการไทยไม่สามารถให้ความช่วยเหลือได้ จึงเป็นการเสี่ยงที่คนไทยจะขับรถเข้าไปในประเทศเพื่อนบ้าน

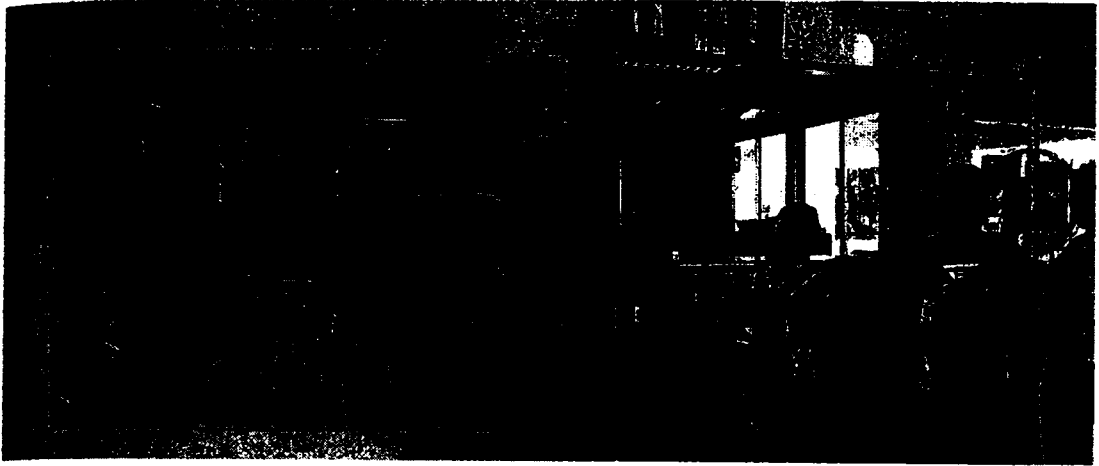
ทางด้านจุดผ่านแดนอรัญประเทศก็ไม่ประสงค์ให้นักท่องเที่ยวขับรถเข้าไปเอง เพราะสภาพถนนไม่ดี สภาพถนนจากปอยเปตไปยังเสียมเรียบขรุขระและเป็นฝุ่นตลอดทาง ถนนจากปอยเปตไปยังพนมเปญจะเป็นฝุ่นและขรุขระไปจนถึงศรีโสภณ จากนั้นจะเป็นถนนที่เรียบขึ้นรถแต่ละคันใช้ความเร็วได้ไม่เกิน 50 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และเสี่ยงที่สภาพช่วงล่างของรถจะเสีย นอกจากนั้นการขับรถชิวาทำให้คนไทยไม่ชิน อาจจะทำให้เกิดความเข้าใจผิดเมื่อรถอีกฝั่งหนึ่งวิ่งสวนเข้ามาซึ่งอาจจะชนกันได้ง่าย รถแต่ละคันจะไม่ยอมหลบกันและมีฝุ่นหนาตลอดทางทำให้มองไม่เห็นอีกฝ่ายได้ชัดเจนจนกว่าจะเข้ามาใกล้กันแล้ว

ในปัจจุบันการอนุญาตให้รถของนักท่องเที่ยวผ่านเข้าออกจุดผ่านแดนกระทำได้ในสองกรณีคือ กรณีมาเป็นกลุ่มคาราวานซึ่งติดต่อมาก่อนแล้ว และกรณีของข้าราชการชั้นสูงหรือนักการทูตที่ได้รับการติดต่อมาจากทางราชการของประเทศเพื่อนบ้าน

4.3.2 การปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชายแดน
การปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชายแดนพบได้ที่กระบวนการผ่านแดนของด่านอรัญประเทศและที่โรงพยาบาลอรัญประเทศ จำนวน 3 เรื่อง ดังนี้

วิธีปฏิบัติที่ดีเรื่องที่ 1: การอำนวยความสะดวกในการผ่านแดนให้แก่ผู้ที่มีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวเป็นพิเศษ

การตรวจคนเข้าเมืองประสบปัญหาความขัดแย้งเชิงนโยบาย กล่าวคือ ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องทำให้การผ่านแดนมีความสะดวกมากที่สุด ในขณะที่ในด้านการรักษาความปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศมีความจำเป็นต้องกวดขันการผ่านแดนให้เคร่งครัดที่สุด ในประเทศที่ประสบปัญหาการก่อการร้าย เช่น สหรัฐอเมริกา ไม่ประสบปัญหาความขัดแย้งนี้แล้ว เพราะมุ่งไปทางด้านความเข้มงวดในการตรวจคนเข้าเมือง หากสำหรับประเทศไทยแล้วการแก้ปัญหาถือเป็นเรื่องลำบากเพราะยังมีความต้องการที่ขัดแย้งกันสองด้านอยู่ ในการศึกษาพบการปฏิบัติที่ดีในการแก้ปัญหาดังกล่าวที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ



รูปที่ 4-1: เดิมการรอคอยของนักท่องเที่ยวที่จะผ่านไปยังประเทศกัมพูชาซึ่งต้องรอคิวร่วมกับนักท่องเที่ยวที่รออยู่ก่อนเป็นจำนวนมาก

รูปที่ 4-2: การจัดช่องทางใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะภายในอาคารตรวจคนเข้าเมืองชาออกหลังใหม่ทำให้นักท่องเที่ยวผ่านเข้าออกได้เร็วขึ้น

ในช่วงเช้าของทุกวันจะมีนักเดินทางที่ต้องการผ่านแดนเป็นจำนวนมากที่รอที่จะผ่านเข้าไปยังประเทศกัมพูชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักพนันที่จะไปเล่นการพนันที่คาสสิโน เดิมก่อนที่จะมีการปรับปรุงอาคารตรวจคนเข้าเมืองมีการรอกันอย่างไม่เป็นระเบียบ ทำให้นักท่องเที่ยวได้รับผลกระทบก่อให้เกิดการเดินทางที่ล่าช้าไปด้วย นักท่องเที่ยวบางรายรอดถึงครึ่งวันก็ไม่ได้ข้ามแดน (รูปที่ 4-1) ต่อมาเมื่อด่านตรวจคนเข้าเมืองได้รับงบประมาณจากจังหวัดสระแก้ว (งบ CEO) ทำให้มีอาคารตรวจคนเข้าเมืองที่สามารถจัดระเบียบได้ดีขึ้น และได้มีการสร้างช่องทางสำหรับการผ่านเข้าออกของนักท่องเที่ยวเป็นกรณีพิเศษในกรณีที่นักท่องเที่ยวมีวีซ่าของประเทศกัมพูชา (รูปที่ 4-2)

ช่องทางพิเศษนี้เรียกว่าช่องทาง Re-entry and group tour หรือเรียกอย่างไม่เป็นทางการว่าช่องทางหมายเลข 6 ช่องทางนี้ทำให้ช่วยลดเวลาการเดินทางของนักท่องเที่ยวไปได้มากเพราะไม่ต้องรอคิวร่วมกับผู้ที่ไม่มียูวีซ่า ทางด่านตรวจคนเข้าเมืองถือว่าคนกลุ่มนี้ได้ผ่านการตรวจสอบจากสถานทูตกัมพูชามาแล้ว ทำให้แน่ใจเรื่องความปลอดภัยและความมั่นคงของประเทศได้ในระดับหนึ่ง อีกทั้งถือว่ามีจุดประสงค์เพื่อการท่องเที่ยวอย่างแท้จริง ดังนั้นย่อมสามารถปล่อยผ่านออกจากประเทศไทยเพื่อให้เข้าไปในประเทศกัมพูชาได้อย่างสะดวก

ช่องทางหมายเลข 6 นี้ นอกจากใช้เป็นช่องทางสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีวีซ่าของประเทศกัมพูชามาก่อนแล้ว ยังใช้สำหรับผู้เข้ามาติดต่องานของด่านตรวจคนเข้าเมืองเป็นกรณีพิเศษ เช่น การทำวิจัย และการติดต่อกับผู้ที่ถูกกักตัวชั่วคราว เป็นต้น

วิธปฏิบัติที่ตีเรื่องที่ 2: การจัดการกับปัญหาการลักลอบเข้าเมืองโดยผิดกฎหมาย

ผู้ผ่านแดนชาวกัมพูชาสามารถผ่านเข้ามายังประเทศไทยได้โดยแสดงเอกสารผ่านแดนประเภทใดประเภทหนึ่งใน 3 ประเภท ดังนี้ คือ

- หนึ่ง หนังสือเดินทาง (Passport) ซึ่งมีเป็นส่วนน้อยเพราะค่าใช้จ่ายในการทำหนังสือเดินทางแพงมาก (300 เหรียญสหรัฐฯ) และต้องรอนานถึงสามเดือน
- สอง หนังสือผ่านแดนชั่วคราว (Border pass) เป็นเอกสารที่มีชื่อและรูปถ่ายของผู้เดินทาง ได้รับอนุญาตให้เข้ามาในฝั่งไทยได้ถึงจังหวัดปราจีนบุรี และพักอยู่ในประเทศไทยได้ 7 วัน (ฝ่ายไทยที่ถือหนังสือผ่านแดนชั่วคราวก็ได้รับอนุญาตให้พักในประเทศกัมพูชาได้ 7 วันเช่นกัน และสามารถไปได้ถึงเสียมเรียบ แต่ไปพนมเปญไม่ได้) ผู้ที่จะมีสิทธิ์ถือหนังสือผ่านแดนชั่วคราวคือผู้ที่มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่ติดแนวชายแดนเท่านั้น หนังสือผ่านแดนชั่วคราวมีอายุ 2 ปี
- สาม เอกสารผ่านแดนรายวัน (รูปที่ 4-3) ทางการกัมพูชาจะออกให้ชาวกัมพูชาที่จะเดินทางเข้ามายังประเทศไทยโดยเสียค่าใช้จ่าย 10 บาท และสามารถอยู่ในประเทศไทยได้เพียง 1 วัน (ไปเข้า-เย็นกลับ) เอกสารประเภทนี้ไม่มีทั้งชื่อและรูปของผู้ถือ ทำให้เกิดปัญหาเรื่องการโอนกรรมสิทธิ์ให้กับผู้อื่นที่เคยเข้ามาในประเทศไทยอย่างผิดกฎหมายแล้วเดินทางกลับประเทศกัมพูชาได้โดยไม่มีคามผิด

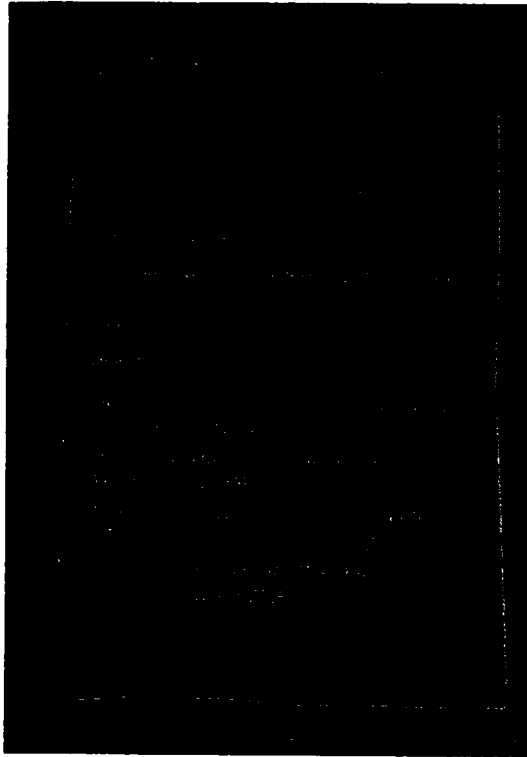
ในปัจจุบันด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศได้ออกบัตรคนเข้าเมือง (Immigration card) ให้สำหรับชาวกัมพูชาที่ถือเอกสารผ่านแดนรายวันทุกคน (รูปที่ 4-4) โดยเป็นบัตรที่มีชื่อ รูปถ่าย ลายนิ้วมือ และบาร์โค้ด สำหรับการบันทึกข้อมูลการเข้าออกอีกด้วย

บัตรคนเข้าเมืองนี้สามารถช่วยแก้ปัญหาการเข้าเมืองอย่างผิดกฎหมายได้ ดังนี้

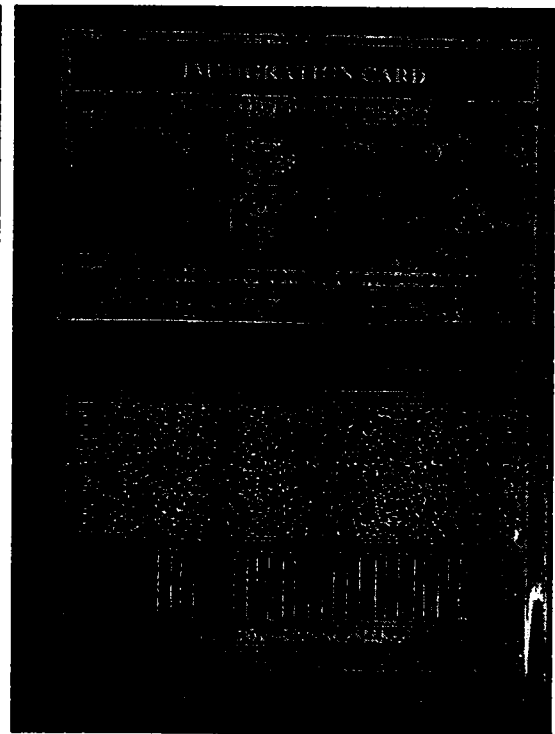
- ผู้ผ่านแดนไม่สามารถโอนกรรมสิทธิ์ให้กันได้เพราะรูปที่ปรากฏอยู่บนบัตรและที่จะขึ้นหน้าจอคอมพิวเตอร์และจอมอนิเตอร์ขนาดใหญ่จะต้องตรงกับผู้ผ่านแดนเท่านั้น (รูปที่ 4-5 และ 4-6)
- ผู้ผ่านแดนที่กระทำความผิด เช่น ก่ออาชญากรรมในประเทศไทย ลักลอบขายแรงงาน หรือเดินทางออกไปนอกอำเภอรอรัญประเทศและถูกจับกุมได้แล้วจะถูกยึดบัตร ทำให้ไม่

สามารถเดินทางเข้ามาในประเทศไทยได้อีก และไม่สามารถทำบัตรใหม่ได้เพราะมีการตรวจสอบลายนิ้วมือก่อนการทำบัตรทุกครั้ง

- ป้องกันการลักลอบของผู้ที่ไม่ใช่ชาวกัมพูชาผ่านแดนโดยอาศัยบัตรผ่านแดนรายวัน ไม่เพียงแต่ชาวกัมพูชาเท่านั้นที่ผ่านแดนโดยใช้บัตรผ่านแดนรายวัน หากยังมีชาวเวียดนามหรือแม้แต่ชาวไทยแอบลักลอบเข้ามาโดยปะปนกับชาวกัมพูชาด้วย แต่ด้วยการสัมภาษณ์เป็นภาษากัมพูชาก่อนการทำบัตรทำให้สามารถจับกุมผู้ลักลอบเข้ามาที่ไม่ใช่ชาวกัมพูชาได้เป็นจำนวนมาก



รูปที่ 4-3: บัตรผ่านแดนรายวันของชาวกัมพูชา



รูปที่ 4-4: บัตรคนเข้าเมือง ออกให้โดยด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ



รูปที่ 4-5: การตรวจบัตรคนเข้าเมืองด้วยระบบบาร์โค้ด รูปที่ 4-6: การแสดงภาพของผู้ถือบัตรคนเข้าเมืองบนจอมอนิเตอร์ขนาดใหญ่

วิธีปฏิบัติที่ดีเรื่องที่ 3: การจัดการกับปัญหาจำนวนผู้ผ่านแดนที่มีจำนวนมาก

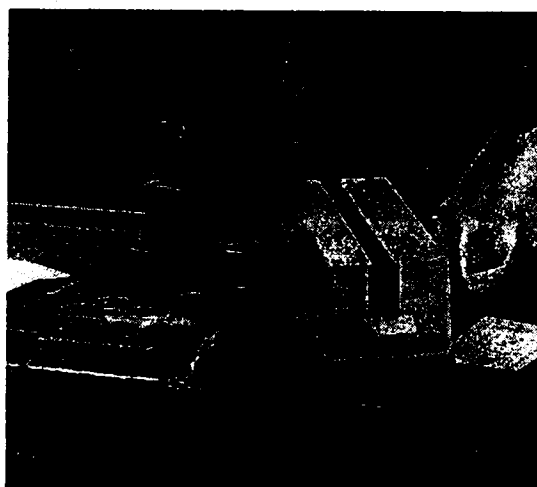
ด้านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศสามารถรองรับจำนวนผู้ผ่านแดนได้ถึงชั่วโมงละ 6,000 คน ด้วยการแบ่งช่องทางการเข้าเมืองออกเป็นห้าช่องทางหลัก ดังแสดงในตารางที่ 4-6

เทคโนโลยีที่ด้านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศนำมาใช้เพิ่มความเร็วในการตรวจเอกสารผ่านแดนมี 2 ประเภท คือ เครื่องสแกนแถบแม่เหล็กที่ใช้กับหนังสือเดินทาง (Passport) และเครื่องสแกนบาร์โค้ดที่ใช้กับบัตรผ่านคนเข้าเมือง (Immigration card) ทำให้เวลาในการตรวจหนังสือเดินทางขาออกสำหรับคนไทยไม่เกิน 30 วินาทีต่อคน และชาวต่างประเทศไม่เกิน 45 วินาทีต่อคน ในขณะที่ชาวักมพูชาที่ถือบัตรคนเข้าเมือง (Immigration card) ผ่านไปได้อย่างรวดเร็วเพียงไม่เกิน 10 วินาทีต่อคน (ดูรูปเครื่องสแกนแถบแม่เหล็กได้ในรูปที่ 4-7 และเครื่องสแกนบาร์โค้ดในรูปที่ 4-8)

ตารางที่ 4-6: ช่องทางหลักของการผ่านเข้าเมือง ณ ด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ

ช่องทาง ที่	ผู้ผ่านแดน	เวลาในการตรวจเอกสาร ผ่านแดนต่อคน	เทคโนโลยี
1	ผู้เดินทางผ่านแดนชาวไทย	ประมาณ 30 วินาที	เครื่องสแกน แถบแม่เหล็ก
2	ผู้เดินทางผ่านแดนชาวต่างประเทศ	ประมาณ 45 วินาที	เครื่องสแกน แถบแม่เหล็ก
3	ผู้เดินทางผ่านแดนทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศที่มีวีซ่าเข้าประเทศกัมพูชา และประสงค์จะเดินทางกลับเข้ามายัง ประเทศไทย (Re-entry) รวมทั้งกรุปทัวร์	ประมาณ 45 วินาที	เครื่องสแกน แถบแม่เหล็ก
4	ผู้เดินทางผ่านแดนชาวกัมพูชาที่ถือ หนังสือผ่านแดนชั่วคราว (Border pass)	ประมาณ 30 วินาที	-
5	ผู้เดินทางผ่านแดนชาวกัมพูชาที่ถือบัตร คนเข้าเมือง (Immigration card) ที่ออก ให้โดยด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญ ประเทศ	ประมาณ 10 วินาที	เครื่องสแกน บาร์โค้ด

ที่มา: จากการสำรวจ



รูปที่ 4-7: เครื่องสแกนแถบแม่เหล็กสำหรับ
ใช้กับหนังสือเดินทาง (Passport)



รูปที่ 4-8: เครื่องสแกนบาร์โค้ดใช้กับบัตร
คนผ่านแดน (Immigration card)

4.4 ผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน

กิจกรรมหลักของการท่องเที่ยวชายแดนคือการผ่านแดน นักท่องเที่ยวต่างมุ่งข้ามพรมแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้านเพื่อการท่องเที่ยวหรือเล่นการพนัน ดังนั้นห่วงโซ่อุปทานส่วนอื่นๆ จึงทำหน้าที่สนับสนุนให้กิจกรรมการผ่านแดนเป็นไปอย่างราบรื่นและรองรับความต้องการของผู้ผ่านแดนทั้งในยามปกติและในเหตุการณ์ฉุกเฉิน

4.4.1 ความสามารถหลัก (Core competencies) ของการท่องเที่ยวชายแดน

การท่องเที่ยวชายแดนมีความสามารถหลักอยู่ที่การจัดการผ่านแดนโดยใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่

- ในด้านการผ่านแดน จังหวัดหนองคายได้เปรียบจังหวัดชายแดนอื่นๆ ที่มีจุดผ่านแดนไปยังเมืองหลวงของ สปป.ลาว ในขณะที่รัฐประเทศมีความได้เปรียบในการผ่านแดนไปยังเมืองของคาสิโน

4.4.2 จุดเชื่อมต่อที่ยังขาดหาย (Missing links) ของการท่องเที่ยวชายแดน

จุดเชื่อมต่อภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนที่ยังขาดหายไปที่พบในการศึกษานี้มีอยู่ 2 แห่ง ดังนี้

จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไปแห่งที่ 1: จังหวัดชายแดนไม่มีแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่ดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเยือน

สิ่งที่หายไปจากการท่องเที่ยวชายแดนคือแหล่งท่องเที่ยว (Attractions) จังหวัดชายแดนทั้งหนองคายและสระแก้วไม่ได้มีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่จะดึงดูดนักท่องเที่ยวให้มาเที่ยวหรือมาพักอยู่เป็นเวลานาน อรัฐประเทศมีความได้เปรียบที่มีตลาดโรงเกลือแต่ก็ยังคงต้องการสิ่งอื่นเพิ่มเติม ในขณะที่หากหนองคายมีตลาดขนาดใหญ่เกิดขึ้นใหม่ก็อาจจะเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยได้ แหล่งท่องเที่ยวทางศาสนาและวัฒนธรรมของหนองคายยังไม่ถึงกับเป็นแม่เหล็กดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมา ยกเว้นงานเทศกาล เช่น บั้งไฟพญานาค ซึ่งช่วยให้เกิดการท่องเที่ยวได้ในระยะหนึ่งของแต่ละปี

จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไปแห่งที่ 2: มาตรฐานด้านสารสนเทศที่แตกต่างกันระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ

ผู้คนในยุโรปมีความเคยชินกับตารางเวลาของยานพาหนะขนส่งผู้โดยสารสาธารณะ ไม่ว่าจะป็นรถเมล์หรือรถไฟ ทุกป้ายรถเมล์และทุกสถานีจะมีป้ายบอกเวลาของรถหรือรถไฟอย่างชัดเจน ว่ารถจะเข้ามาถึงกี่โมงและจะออกกี่โมง หากต้องการเดินทางไปที่ใดก็จะมีเวลาบอกว่าจะถึงจุดหมาย

โดยใช้เวลาที่นาที ทำให้ผู้คนวางแผนได้ว่าจะเดินทางไปในเส้นทางใด ด้วยยานพาหนะใด ใช้เวลาเท่าใด และรถจะเข้ามาเมื่อใด แต่สำหรับในประเทศไทยโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางจากจุดผ่านแดนเข้ามายังตัวเมืองไม่ได้มีป้ายบอกเกี่ยวกับตารางการเดินรถสาธารณะ จุดจอดรถสาธารณะ ราคาเส้นทาง รูปลักษณะของรถ รอบการเดินรถ การใช้เวลาเดินทาง จุดที่รถจะสามารถจอดได้ และจุดหมายปลายทาง ทำให้นักท่องเที่ยวต้องอาศัยการถามเอาจากคนท้องถิ่นซึ่งอาจจะไม่สามารถสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษได้อย่างเข้าใจชัดเจน ก่อให้เกิดความวิตกกังวลว่าจะสามารถเดินทางเข้าเมืองได้ก่อนค่ำหรือไม่ ไม่เพียงเท่านั้นการไม่มีสารสนเทศเช่นนี้ทำให้นักท่องเที่ยวตกอยู่ในภาวะจำยอมเมื่อผู้ให้บริการขนส่งบางรายเสนอราคาที่ค่อนข้างสูงกว่าที่ควรจะเป็น ความรู้สึกที่เป็นฝ่ายถูกกระทำ (Passive) ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความอึดอัด

4.4.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดน

ความสำเร็จของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนอยู่ที่ปัจจัย 3 ประการ ดังนี้

- ความใส่ใจของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง อาทิเช่น การริเริ่มของสำนักงานตรวจคนเข้าเมือง อนุรักษ์ประเทศใช้วิธีใหม่ในการแก้ปัญหาเรื่องจำนวนผู้ผ่านแดนที่มีเป็นจำนวนมาก การให้งบประมาณสนับสนุนเรื่องอาคารสถานที่ เครื่องคอมพิวเตอร์ วัสดุอุปกรณ์สำหรับการทำบัตรคนเข้าเมือง (Immigration card) จากงบประมาณของจังหวัดสระแก้ว (งบประมาณ CEO) การให้บริการของโรงพยาบาลอนุรักษ์ประเทศต่อนักท่องเที่ยวต่างชาติและชาวกำพูชา โดยมีแพทย์และพยาบาลที่สามารถพูดภาษากัมพูชาและภาษาอังกฤษได้เป็นอย่างดี เป็นต้น
- การวางตำแหน่งของการจัดการท่องเที่ยวที่ชัดเจน จังหวัดหนองคายมีการวางตำแหน่งของการท่องเที่ยวอยู่ที่วัฒนธรรมและธรรมชาติ (Culture and nature) ซึ่งทั้งภาครัฐและเอกชนต่างมุ่งไปยังทิศทางเดียวกันนี้ การจัดงานประเพณีที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อทางศาสนา การลงทุนสร้างเกสต์เฮ้าส์ที่อิงกับความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ การไม่ให้เกิดสถานบันเทิงยามราตรีที่จะทำลายความสงบของบ้านเมือง ความร่วมมือกันภายในจังหวัดอย่างเข้มแข็งเหล่านี้ทำให้หนองคายเป็นแหล่งพำนักของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาอย่างอิสระ

4.5 บทสรุป

4.5.1 ความสำคัญของการไหลเวียนประเภทต่างๆ ในขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชายแดน

ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชายแดนมีจุดสำคัญอยู่ที่การผ่านแดน แต่ไม่ได้อยู่ที่การมาเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว ทำให้มีขั้นตอนสำคัญอยู่สามขั้นตอน คือ การเดินทางมายังจุดผ่านแดน กระบวนการ ณ จุดผ่านแดน อันประกอบด้วย กระบวนการตรวจคนเข้าเมืองชาวต่างชาติจากประเทศไทย ไปยังประเทศเพื่อนบ้าน และการตรวจคนเข้าเมืองชาวต่างชาติจากประเทศเพื่อนบ้านมายังประเทศไทย และท้ายที่สุดคือการเดินทางจากจุดผ่านแดนเข้าสู่ตัวเมือง

ในขั้นตอนของการเดินทางมายังจุดผ่านแดนนั้นพบว่าเรื่องการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) มีความสำคัญที่สุด เพราะระบบขนส่งสาธารณะยังไม่มีความสะดวก ในขณะที่การไหลเวียนทางสารสนเทศ (Information flow) ค่อนข้างดี เพราะมีป้ายบอกทางเป็นระยะ และจุดผ่านแดนก็เป็นที่ตั้งเขตได้ชัดเจนและสามารถสอบถามผู้คนได้ง่าย ต่อมาในขั้นตอนของการตรวจเอกสารผ่านเข้าเมืองพบว่าหัวใจของการทำให้เกิดการไหลของนักท่องเที่ยวได้อย่างสะดวกคล่องตัวคือสารสนเทศ (Information flow) เนื่องจากการตรวจคนเข้าเมืองจำเป็นต้องตรวจสอบประวัติบุคคลจากฐานข้อมูลของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ เมื่อใดที่ไฟฟ้าดับหรือสายโทรศัพท์ขาดทำให้ไม่สามารถเข้าถึงฐานข้อมูลจากส่วนกลางได้ จะก่อให้เกิดความชะงักงันของการผ่านเข้าออกของนักเดินทางขึ้นโดยยากที่จะแก้ไข และในขั้นสุดท้ายคือ ขั้นตอนการเดินทางจากด่านสู่ตัวเมืองพบว่า การไหลเวียนด้านสารสนเทศ (Information flow) เป็นเรื่องสำคัญที่สุด เพราะว่ามีนักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางเข้ามายังประเทศไทยไม่สามารถอ่านป้ายภาษาไทยออก และไม่มีป้ายภาษาอังกฤษบอกวิธีการเดินทางเข้าเมือง ทำให้เกิดการขวยโกลาสของผู้ไม่หวังดีในการล่อลวงนักท่องเที่ยวหรือขูดรีดนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางเข้าเมือง

4.5.2 การปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชายแดน

การปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชายแดนพบได้ในระบบการตรวจเอกสารผ่านแดนของด่านตรวจคนเข้าเมืองอรัญประเทศ ซึ่งสามารถรองรับผู้ผ่านแดนได้ถึงชั่วโมงละ 6,000 คน โดยการจัดช่องทางผ่านแดนไว้ 5 ช่องทาง แยกชัดเจนสำหรับนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวและชาวกัมพูชาที่เดินทางเข้าออกเป็นประจำ นอกจากนั้นยังใช้เทคโนโลยีเครื่องสแกนแถบแม่เหล็กและเครื่องสแกนบาร์โค้ด มีการริเริ่มออกบัตรคนเข้าเมือง (Immigration card) เพื่อป้องกันการลักลอบเข้าเมืองโดยผิดกฎหมายและสามารถช่วยเพิ่มความเร็วในการตรวจเอกสารผ่านแดนได้ด้วย

นอกจากนั้นยังพบการปฏิบัติที่ดีที่โรงพยาบาลรัฐประเทศ ซึ่งรับหน้าที่หนักที่สุดในการให้บริการด้านการแพทย์แก่คนทุกกลุ่ม ตั้งแต่คนท้องถิ่นถึงนักท่องเที่ยว และโดยไม่แบ่งแยกชนชาติว่าจะเป็นคนไทย คนกัมพูชาหรือคนชาติใด อีกทั้งยังยินดีรักษาให้ก่อนโดยไม่ได้สนใจความสามารถในการจ่ายค่ารักษาพยาบาลของผู้ป่วย

4.5.3 ความสามารถหลัก (Core competencies) ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดน

การท่องเที่ยวชายแดนมีความสามารถหลักคือ การจัดการผ่านแดน จังหวัดชายแดนที่สามารถผ่านแดนไปยังประเทศเพื่อนบ้านได้จะได้เปรียบกว่าจังหวัดที่ผ่านแดนไม่ได้ ที่รัฐประเทศให้ข้อมูลเชื่อมต่อการท่องเที่ยว อีกทั้งการมีตลาดขนาดใหญ่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจการซื้อขายสินค้าเป็นกิจกรรมหลักในการท่องเที่ยว และกล่าวได้ว่าการท่องเที่ยวชายแดนสำหรับคนไทยแล้วคือการท่องเที่ยวเพื่อซื้อของนั่นเอง

4.5.4 จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไป (Missing links) ของการท่องเที่ยวชายแดน

สิ่งที่ขาดหายไปจากห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนมีอยู่ 3 จุด คือ การยกระดับโรงพยาบาลระดับอำเภอให้เป็นระดับจังหวัด การไม่มีแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถดึงดูดใจนักท่องเที่ยวให้มาเยือนนอกจากการมุ่งผ่านแดน และมาตรฐานที่ไม่เท่าเทียมกันด้านสารสนเทศด้านการเดินทางระหว่างชาวไทยและชาวต่างชาติ

4.5.5 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ (Success factors) ของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดน

ความสำเร็จของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนอยู่ที่ปัจจัย 3 ประการคือ ความใส่ใจของภาครัฐที่เกี่ยวข้อง การลงทุนของภาคเอกชน และการวางตำแหน่งที่ชัดเจนด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดชายแดน

4.6 ข้อเสนอแนะ

ในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดนให้ดีขึ้นนั้น การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ ซึ่งข้อเสนอแนะดังกล่าวแบ่งเป็นสองส่วนหลัก คือ ข้อเสนอแนะด้านระบบโลจิสติกส์ และข้อเสนอแนะด้านห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชายแดน

4.6.1 ด้านระบบโลจิสติกส์

ข้อเสนอแนะด้านระบบโลจิสติกส์แบ่งออกเป็นสามด้าน คือ การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) การไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) และการไหลเวียนด้านการเงิน (Financial flow) ดังนี้

1) การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)

- ควรเร่งซ่อมบำรุงถนนหลักที่เชื่อมต่อไปจุดผ่านแดนอรัญประเทศ แม้จะเป็นถนนในกรรมสิทธิ์ของเอกชนซึ่งรัฐไม่สามารถซ่อมแซมให้ได้ ก็ควรทำความเข้าใจกับเอกชนโอนกรรมสิทธิ์เป็นของรัฐก่อนแล้วจึงซ่อมแซม เพื่อผลประโยชน์จักได้ตกแก่ประชาชนทั่วไป
- ควรมีจุดบริการที่ชัดเจนเพื่อให้นักท่องเที่ยวรีบไป ตม.6 ซึ่งอาจจะใส่กล่องใส่แล้ววางหน้าเคาน์เตอร์ของเจ้าหน้าที่ เพื่อกันไม่ให้มีการหยิบไปมากเกินไป และไม่ต้องใช้เจ้าหน้าที่เพิ่ม มิเช่นนั้นนักท่องเที่ยวอาจจะเสียเวลาตามหาใบ ตม. 6 อยู่เป็นเวลานาน
- ควรสนับสนุนงบประมาณที่ใช้สำหรับการผลิตบัตรคนเข้าเมือง (Immigration card) ต่อไป เนื่องจากชาวกัมพูชาที่เข้ามาทำบัตรมีมากขึ้นและงบประมาณที่ได้รับการจัดสรรเดิมอาจจะไม่เพียงพอ
- ควรจัดสรรงบประมาณสำหรับการซ่อมบำรุงเทคโนโลยีที่เป็นหัวใจของการเพิ่มความเร็วในการตรวจคนเข้าเมือง คือ เครื่องสแกนแถบแม่เหล็ก และเครื่องสแกนบาร์โค้ด ให้อยู่ในสภาพที่ใช้งานได้ตลอดเวลา

2) การไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)

- ปรับระบบข้อมูล Online ให้มีหลายภาษาเช่นเดียวกันประเทศกัมพูชา
- ควรมีระบบไฟฟ้าสำรอง ณ อาคารตรวจเอกสารผ่านแดนทุกแห่ง
- ควรเปลี่ยนเครื่องคอมพิวเตอร์ที่ด่านตรวจคนเข้าเมืองทั้งด่านสะพานมิตรภาพไทย - ลาวและด่านอรัญประเทศให้ทันสมัยและใช้งานได้ดี โดยไม่มีการหยุดทำงานไปกลางคืน (Hang)
- ควรมีปฏิบัตินโยบายสัมพันธไมตรีของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเพื่อให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวว่านักท่องเที่ยวอาจจะต้องพบกับสภาพเหตุการณ์อย่างไรในฝั่งประเทศเพื่อนบ้าน โดยเฉพาะ ณ จุดผ่าน

แดนอรัญประเทศ รวมทั้งให้คำแนะนำแก่ชาวต่างประเทศที่เพิ่งเดินทางเข้ามายังประเทศไทย

- ควรมีป้ายบอกชาวต่างชาติเรื่องการเดินทางกลับเข้ามาฝั่งไทยอีกครั้ง (Re-entry) จะต้องมีตัวโดยสารที่แสดงว่าจะเดินทางออกจากประเทศไทยเมื่อไรมาแสดงให้กับเจ้าหน้าที่ตรวจคนเข้าเมืองด้วยเพื่อชาวต่างชาติจะได้เตรียมข้อไว้ก่อนที่จะเดินทางออกไป มิเช่นนั้นจะเข้ามาประเทศไทยอีกครั้งไม่ได้
- ควรมีป้ายบอกทางไปขึ้นรถสาธารณะต่อเข้าตัวเมืองอรัญประเทศ รวมทั้งประเภทของรถโดยสาร เส้นทาง การเดินทาง และอัตราค่าบริการ ให้แก่นักท่องเที่ยวที่เพิ่งข้ามผ่านจุดผ่านแดนไทยเข้ามา
- ควรมีตารางการเดินทางสาธารณะเพื่อต่อเข้าตัวเมืองอรัญประเทศ

3) การไหลเวียนด้านการเงิน (Financial flow)

- ควรมีค่าเตือนเรื่องการถูกรวบรั้งกระเป๋าจากกลุ่มเด็กแว้นบริเวณจุดผ่านแดนอรัญประเทศ
- ควรมีป้ายคำแนะนำเรื่องสกุลเงินที่ใช้ได้ในฝั่งประเทศกัมพูชา
- ควรเปิดให้บริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศจนกระทั่งถึงเวลาที่ด่านปิดเวลา 20.00 น.
- ควรรักษาเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ให้ใช้งานได้ตลอดเวลา

4.6.2 ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ข้อเสนอแนะด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานมี 4 ข้อ ดังนี้

- ควรยกระดับบริการของโรงพยาบาลอำเภออรัญประเทศให้มีบริการที่ครบถ้วนสมบูรณ์ในระดับเดียวกับโรงพยาบาลประจำจังหวัด
- ควรจัดหาพื้นที่สร้างตลาดขนาดใหญ่ ณ บริเวณใกล้จุดผ่านแดนหนองคาย เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาเที่ยวจังหวัดหนองคายมากยิ่งขึ้น เพราะคนไทยนิยมเดินทางมาเที่ยวเพื่อซื้อของมากกว่า
- การให้ข้อมูลเหล่านี้อาจจะไม่ใช่ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย แต่นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศจะสะดวกมากขึ้นถ้าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขยายบริการด้านนี้เพิ่มขึ้น อาจเป็นลักษณะของโบรชัวร์ที่ต้องเสียค่าใช้จ่ายเล็กน้อย เมื่อนักท่องเที่ยวยังอยู่ในประเทศไทยควรจะได้รับ

สารสนเทศที่เทียบพร้อมเสมอจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ไม่ว่าจะกำลังจะเดินทางไปยังประเทศอื่นหรือไม่ก็ตาม

- อำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวสามารถใช้รถส่วนตัวเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงได้ เช่น ลดความยุ่งยากของพิธีศุลกากรในการนำรถข้ามพรมแดน แก๊วและบังคับใช้กฎหมายให้เป็นธรรมชาติระหว่างประชาชนของตนกับนักท่องเที่ยวสัญชาติอื่น

บทที่ 5

การวิเคราะห์โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ระดับเมืองท่องเที่ยว (เชียงใหม่)

เมืองเชียงใหม่เป็นเมืองที่เจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของประเทศไทย

เมืองเชียงใหม่ขึ้นชื่อว่าเป็นเมืองที่เจริญเป็นที่สองของประเทศไทยรองจากกรุงเทพฯ ซึ่งมี การพัฒนาขีดความสามารถด้านสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่ค่อนข้างสมบูรณ์ การเดินทางเข้ามา ท่องเที่ยวของทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจึงได้รับความสะดวกสบายไม่ต่างจากเมืองใหญ่ๆ ทั่วไปใน เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ทว่าปัญหาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวกลับยังมีอยู่ในหลายประเด็น เช่น ขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลวันหยุดพิเศษประจำปี เช่น สงกรานต์ ลอยกระทง หรืองานมหกรรมใหญ่ๆ ปัญหารถติดและการขาดแคลนที่จอดรถซึ่งส่งผลกระทบต่อกร รับส่งนักท่องเที่ยว และปัญหาการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นไปตาม มาตรฐานสากล เป็นต้น

การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวบางอย่าง จะทำให้เมือง เชียงใหม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากขึ้นและอาจทำให้นักท่องเที่ยวอยู่ในเชียงใหม่ได้ เพิ่มขึ้น เช่น การเชื่อมโยงกิจกรรมการท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวภายในตัวเมืองเชียงใหม่ และ ความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการภาครัฐและเอกชนในการออกบัตรท่องเที่ยวเชียงใหม่แบบ "ใบเดียว เที่ยวได้ทั้งวัน" เป็นต้น

ในบทนี้จะได้เริ่มต้นจากการแนะนำกรอบแนวคิดด้านโลจิสติกส์สำหรับการศึกษาระดับเมือง ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นการศึกษาเฉพาะนักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ (กรุ๊ปทัวร์) และมาท่องเที่ยว เชียงใหม่เป็นครั้งแรก โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ฝ่ายขนส่งของบริษัทนำเที่ยวและ บริษัทขนส่ง จำนวน 100 ตัวอย่าง ประกอบกับการสำรวจการให้บริการโลจิสติกส์ของเมืองท่องเที่ยว ต่างๆ ได้แก่ กรุงเทพฯ จังหวัดอุดรธานี นครหลวงเวียงจันทน์ สปป.ลาว เมือง Innsbruck และเมือง Salzburg ในประเทศออสเตรีย จากนั้นจะได้กล่าวถึงบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของ จังหวัดเชียงใหม่ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ในประเด็นต่างๆ และเสนอแนะถึงสิ่งที่ควรพัฒนาขึ้นใน ระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ต่อไป

5.1 ทบทวนวรรณกรรมโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวระดับเมืองท่องเที่ยว

ความสนใจของ Mill and Morrison (1992) เรื่องการไหลเวียน (flow) ของข้อมูลข่าวสาร และการไหลของนักท่องเที่ยวระหว่างดินที่อยู่กับเมืองท่องเที่ยวดูใกล้เคียงกับโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว ใจความสำคัญของการศึกษานี้มีอยู่ว่าองค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีอยู่ 4 ประการ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยว ตลาดนักท่องเที่ยว เมืองท่องเที่ยว และกลไกตลาด สิ่งที่เชื่อมโยงองค์ประกอบเหล่านี้คือกระบวนการของการไหลเวียน (Flow) โดยข้อมูลข่าวสารเรื่องกิจกรรมการท่องเที่ยวจะไหลไปหาตลาดนักท่องเที่ยวก่อนเป็นอันดับแรก จากนั้นจะตามมาด้วยการไหลของนักท่องเที่ยวมายังเมืองท่องเที่ยว และกลไกที่มีส่วนสำคัญที่ทำให้กระบวนการนี้เกิดขึ้นได้คือตัวแทนการท่องเที่ยว

ในเรื่องคุณภาพของการเดินทางท่องเที่ยวไปยังเมืองท่องเที่ยว การศึกษาของ Lumsdon and Page (2004) ให้แนวคิดในการประเมินคุณภาพของการขนส่งผู้โดยสารไปยังเมืองท่องเที่ยวใน 8 ประเด็น ดังนี้

- ความพร้อมในการให้บริการ (Availability)
- ความสามารถในการใช้บริการ (Accessibility)
- การให้ข้อมูลข่าวสารที่ถูกต้องและทันเวลา (Information)
- จังหวะเวลาที่เหมาะสม (Time)
- การบริการผู้โดยสาร (Customer care)
- ความสะดวกสบาย (Comfort)
- ความปลอดภัย (Security)
- ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Environment)

แม้กรอบสำหรับการประเมินคุณภาพของ Lumsdon and Page (2004) จะน่าสนใจแต่ก็ยังจำกัดอยู่ในเรื่องของ การขนส่งผู้โดยสารเป็นเรื่องหลัก งานศึกษาที่หนีออกจากกรอบนี้แล้วเริ่มมองถึงบริบทอื่นของการท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กับการขนส่งนักท่องเที่ยวคืองานของ Orbasli and Shaw (2004) ดังจะได้กล่าวถึงต่อไปนี้

โดยมากเมืองท่องเที่ยวในสหภาพยุโรปจะเน้นไปที่สถานที่ทางประวัติศาสตร์ Orbasli and Shaw (2004) ได้ทำการศึกษาเรื่องการขนส่งนักท่องเที่ยวไปยังเมืองท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์หลายเมืองในยุโรป และได้แบ่งขั้นตอนการขนส่งเป็นสามขั้นเหมือนที่ใช้ในภาควิชาครั้งนี้ คือ การเดินทางเข้าสู่เมือง การเดินทางรอบเมือง และการเดินทางออกจากเมือง สิ่งที่น่าสนใจในการศึกษานี้คือ เริ่มมีความคิดเรื่องอื่นที่ไม่ใช่เพียงการขนส่งเข้ามาเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จด้วย เช่น ความ

ปลอดภัยจากอาชญากรรม การให้ข้อมูลข่าวสารเรื่องสถานที่ท่องเที่ยว การอบรมด้านภาษาสำหรับผู้ที่เกี่ยวข้องกับนักท่องเที่ยวทุกฝ่าย ตั้งแต่ผู้นำเที่ยว ผู้ดูแลสถานที่ทางประวัติศาสตร์ ตลอดจนถึงร้านค้าของที่ระลึก

ปัจจัยแห่งความสำเร็จด้านการขนส่งนักท่องเที่ยวที่รายงานโดย Orbasli and Shaw (2004) เน้นไปที่ขั้นการเดินทางรอบเมือง เพราะถือว่าเป็นเรื่องใหญ่ที่จะตัดสินใจว่านักท่องเที่ยวจะพอใจหรือไม่ (Highlights) โดยปัจจัยแห่งความสำเร็จประกอบด้วย 4 ประการคือ

- การออกแบบสถานที่ให้เหมาะสมสำหรับการเข้าชมของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม โดยเฉพาะผู้พิการหรือผู้ที่ต้องการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ ต้องให้ระยะทางในการเดินน้อยที่สุด มีสถานที่สำหรับการนั่งพักหรือรอ
- กำหนดการต้องแน่นอน ซึ่งต้องทำให้เวลาในการรอคอยเพื่อเปลี่ยนยานพาหนะหรือเปลี่ยนสถานที่มีน้อยที่สุด
- ความสะดวกในการซื้อตั๋วเดินทาง และสามารถใช้ได้กับบริการขนส่งหลายประเภท (ตัวรถเมล์ รถราง รถไฟใต้ดิน และรถไฟระยะสั้นสามารถใช้ด้วยกันได้) และมีความยืดหยุ่น (สามารถขึ้นรถไฟขบวนไหนที่ผ่านมาก็ได้)

การให้ข้อมูลข่าวสารนอกสถานียขนส่ง เช่น การมีเว็บไซต์ของผู้ให้บริการรถไฟ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถตรวจสอบตารางเวลา ราคาตั๋ว และอาจจะสามารถจองตั๋วผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้เลย

5.2 กรอบแนวคิดในการศึกษาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวระดับเมืองท่องเที่ยว

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นสองด้าน คือ ด้านอุปสงค์ และด้านอุปทาน ในการศึกษาในระดับเมืองท่องเที่ยวเป็นการศึกษาด้านอุปทาน ซึ่งมีองค์ประกอบของการศึกษาและมีคำถามวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังแสดงไว้ต่อไปนี้

การศึกษาโลจิสติกส์ระดับเมืองท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับการให้บริการแก่นักท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain Operation) ซึ่งมีคำถามวิจัยในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- มีบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่สำคัญอะไรบ้าง (Tourism Core Services) และมีกระบวนการสำคัญในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวอย่างไร (Source, Make and Deliver)
- มีปัจจัยใดบ้างที่ช่วยทำให้สามารถบริการนักท่องเที่ยวได้อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ (Supply enable process)

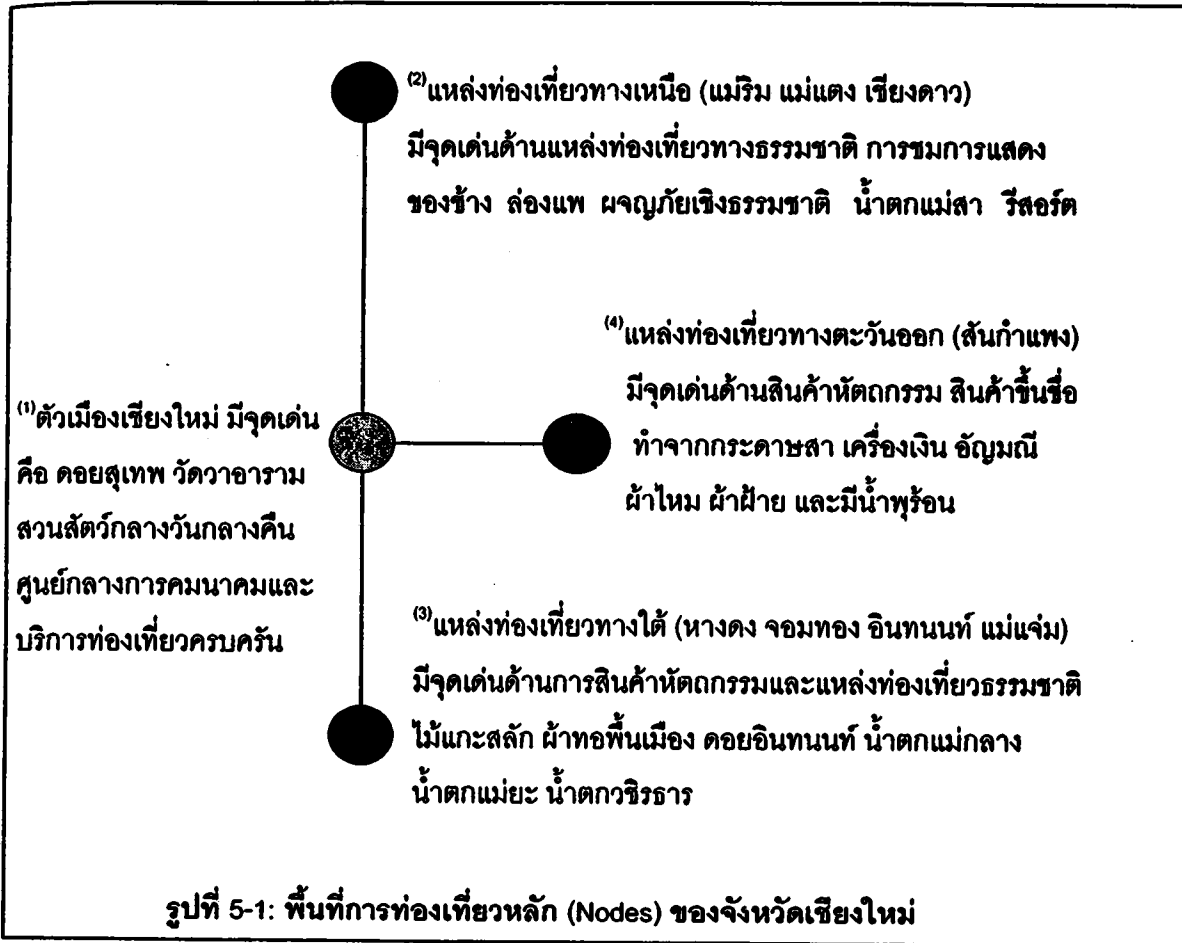
- มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อให้บริการแก่นักท่องเที่ยวอย่างไร (ICT Management System)
- มีจุดเชื่อมต่อที่จะทำให้เกิดความเชื่อมโยงของการให้บริการท่องเที่ยวอะไรบ้าง (Integrated Resource Management)
- ปัจจัยที่จะส่งเสริมให้บริการท่องเที่ยวดีขึ้นในอนาคตจากการเรียนรู้จากบริการท่องเที่ยวแห่งอื่น หรือจากประสบการณ์การให้บริการท่องเที่ยวที่ผ่านมา (Benchmarking and Tourism Performance Review)

5.3 พื้นที่และแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ในลำดับต่อไปจะได้กล่าวถึงบริการด้านโลจิสติกส์สำหรับบริการท่องเที่ยวที่สำคัญและกระบวนการสำคัญในการให้บริการด้านโลจิสติกส์สำหรับบริการท่องเที่ยว โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ถึงพื้นที่การท่องเที่ยวหลัก (Nodes) เส้นทางเชื่อมโยงหลัก (Links) พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยว (Flow) และบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว เพื่อทำความเข้าใจถึงสถานการณ์ที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ดังนี้

5.3.1 พื้นที่การท่องเที่ยวหลัก (Nodes)

จังหวัดเชียงใหม่มีพื้นที่การท่องเที่ยวที่สำคัญอยู่ 4 จุด คือ ตัวเมืองเชียงใหม่ แหล่งท่องเที่ยวทางเหนือ (แมริม แม่แตง เชียงดาว) แหล่งท่องเที่ยวทางใต้ (หางดง จอมทอง ดอยอินทนนท์ แม่แจ่ม) และแหล่งท่องเที่ยวทางตะวันออก (สันกำแพง) แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีจุดเด่นและมีกิจกรรมการท่องเที่ยว ดังแสดงในรูปที่ 5-1 ดังต่อไปนี้



1) ตัวเมืองเชียงใหม่

ตัวเมืองเชียงใหม่เป็นแหล่งรวมสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยวทั้งทางด้านโรงแรมที่พัก เกสต์เฮาส์ ร้านอาหาร สถานบันเทิง ร้านจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก บริการรถเช่า รวมทั้งบริการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น โรงพยาบาล และสถานกงสุล เป็นต้น อีกทั้งยังเป็นจุดศูนย์กลางของการคมนาคมขนส่งนักท่องเที่ยวด้วยองค์ประกอบที่ครบครันทั้งท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีรถประจำทางระหว่างจังหวัด

แหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองเชียงใหม่ที่สำคัญ ได้แก่ วัดพระธาตุดอยสุเทพ พระตำหนักภูพิงคราชนิเวศน์ คอยปุย สวนสัตว์เชียงใหม่ สวนสัตว์กลางวัน (ไนท์ซาฟารี) วัดพระสิงห์ฯ วัดเจดีย์หลวงฯ ไนท์บาซา ตลาดวโรรส ตลาดต้นลำไย ถนนคนเดินวันอาทิตย์ เป็นต้น

2) แหล่งท่องเที่ยวทางเหนือ (แมริม แม่แตง เชียงดาว)

เส้นทางการท่องเที่ยวทางเหนือของจังหวัดเชียงใหม่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในอำเภอแมริม แม่แตง และเชียงดาว กิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญคือ การชมการแสดงของช้าง ช้าง

วาดรูป การชื้อช้าง การอาบน้ำให้ช้าง ล่องแพ ชมดอกกล้วยไม้ ชมผีเสื้อ ชมการแสดงของงู ลิง และสัตว์นานาชนิด มีน้ำตกที่สำคัญคือ น้ำตกแม่สา และมียอดดอยเชียงดาวเป็นแหล่งดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วสารทิศ

บนเส้นทางนี้ยังมีที่พักประเภทรีสอร์ทจำนวนมาก ทั้งที่เป็นของเอกชนซึ่งมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน เช่น เหวอวัลเรียรีสอร์ท กังสคารรีสอร์ท และที่เป็นของรัฐ เช่น คอยอ่างขาง และห้วยน้ำดัง เป็นต้น

3) แหล่งท่องเที่ยวทางใต้ (หางดง จอมทอง คอยอินทนนท์ แม่แจ่ม)

เส้นทางการท่องเที่ยวทางใต้เป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทสินค้าหัตถกรรมและการชมธรรมชาติ วิถีชีวิต แหล่งสินค้าหัตถกรรมที่สำคัญ อาทิเช่น หมู่บ้านแกะสลักไม้ (บ้านถวาย) อำเภอหางดง กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านหนองอาบช้าง อำเภอจอมทอง กลุ่มทอผ้าตีนจก อำเภอแม่แจ่ม เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อาทิเช่น อุทยานแห่งชาติคอยอินทนนท์ซึ่งเป็นยอดเขาที่สูงที่สุดในประเทศไทย และเป็นที่ตั้งของเจดีย์นภเมทนีดลและนภพลภูมิศิริ น้ำตกวชิรธาร น้ำตกแม่กลาง และน้ำตกแม่ยะ เป็นต้น

4) แหล่งท่องเที่ยวทางตะวันออก (สันกำแพง)

เส้นทางท่องเที่ยวทางตะวันออกเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทสินค้าหัตถกรรม แหล่งที่มีชื่อเสียงมากที่สุดคือบ้านบ่อสร้าง อำเภอสันกำแพง ซึ่งจำหน่ายร่มกระดาษสา ผลิตภัณฑ์นานาชนิดจากกระดาษสา เครื่องเงิน อัญมณีและเครื่องประดับ ผ้าไหม และผ้าฝ้าย นอกจากนั้นยังมีบ่อน้ำพุร้อนสันกำแพง และมีเส้นทางเชื่อมไปยังเขื่อนกิ่วลมและน้ำพุร้อนแจ้ซ้อน อำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง

5.3.2 การเชื่อมโยงหลัก (Links)

การเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวมีองค์ประกอบสำคัญสองประการ คือ เส้นทางและยานพาหนะ ในส่วนแรกจะได้วิเคราะห์ถึงเส้นทาง และในส่วนที่สองจะได้วิเคราะห์ถึงยานพาหนะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

1) เส้นทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว

เส้นทางที่เชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีความสมบูรณ์มาก โดยมีลักษณะเป็นถนนคอนกรีตขนาดกว้าง 4 - 6 เลน เชื่อมออกจากตัวเมืองไปยังอำเภอต่างๆ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ สำหรับเส้นทางขึ้นเขาก็คือเป็นถนนแอสฟัลท์ซึ่งอยู่ในสภาพดี ทำให้เรื่องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวหลักไม่เป็นปัญหาสำหรับโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

เมื่อเปรียบเทียบกับเส้นทางคมนาคมที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวของประเทศกัมพูชาแล้ว เส้นทางในจังหวัดเชียงใหม่ดีกว่ามาก สังเกตจากเส้นทางที่เชื่อมระหว่างเมืองปอยเปตไปยังเมือง

เสียมเรียบในประเทศกัมพูชามีสภาพเป็นถนนลูกรังและขรุขระตลอดเส้นทาง ความเร็วเฉลี่ยที่รถแท็กซี่สามารถทำได้ไม่เกิน 40 กิโลเมตรต่อชั่วโมง และหากเป็นในช่วงฤดูฝนจะทำให้ความเร็วลดลงอีกครั้งหนึ่งเหลือเพียง 20 - 25 กิโลเมตรต่อชั่วโมง อีกทั้งมีความเสี่ยงที่รถจะไหลลื่นตกถนนหรือชนกับรถที่สวนมาอยู่ตลอดเวลา

ตัวเลขจากการสำรวจรถตู้จำนวน 53 คัน และรถโค้ชขนาดใหญ่จำนวน 50 คัน ในจังหวัดเชียงใหม่พบว่า ความเร็วเฉลี่ยของรถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่ในการพานักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เร็วกว่าที่สังเกตพบในประเทศกัมพูชา โดยที่ในจังหวัดเชียงใหม่รถสามารถทำความเร็วได้ในเส้นทางนอกอำเภอเมืองได้ประมาณ 47 - 55 กิโลเมตรต่อชั่วโมง แม้ว่าจะเป็นทางขึ้นเขาในหลายช่วงก็ตาม (ดูตารางที่ 5-1) แสดงให้เห็นถึงสภาพถนนของจังหวัดเชียงใหม่ที่ดีกว่าของประเทศกัมพูชามาก

ตารางที่ 5-1: ความเร็วเฉลี่ยของการเคลื่อนที่ของรถท่องเที่ยวเปรียบเทียบระหว่างเชียงใหม่กับปอยเปต

ดัชนี	เชียงใหม่	ปอยเปต (ประเทศกัมพูชา)
ความเร็วเฉลี่ยในการเดินทางจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่อยู่นอกตัวเมือง	รถตู้ 55 กิโลเมตรต่อชั่วโมง รถโค้ชขนาดใหญ่ 47 กิโลเมตรต่อชั่วโมง	รถแท็กซี่ 40 กิโลเมตรต่อชั่วโมง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ปัญหาของเส้นทางรถท่องเที่ยวของเชียงใหม่กลับเป็นเรื่องการกระจายรถจากเส้นทางที่คับคั่งไปยังเส้นทางที่มีสภาพดีแต่มีการจราจรเบาบาง เช่น ในเส้นทางเชื่อมแหล่งท่องเที่ยวทางเหนือ (แมริม แม่แตง เชียงดาว) พบว่า ถนนเชียงใหม่-แมริม มีปริมาณการจราจรของคนท้องถิ่นที่ค่อนข้างหนาแน่น ในขณะที่เส้นทางเลี้ยวเมืองที่ตัดผ่านมาจากบริเวณทางขึ้นน้ำตกแม่สาผ่านไปยังห้วยตึงเฒ่ายังไม่ค่อยมีผู้นิยมใช้ สาเหตุหนึ่งเพราะถนนเส้นนั้นไม่สามารถตัดผ่านพื้นที่ของทหารให้มาบรรจบกับถนนคันคลองชลประทานได้ ทำให้รถต้องกลับรถไปใช้ถนนเชียงใหม่-แมริมตามเดิม

การเปิดพื้นที่ของทหารให้เป็นทางสัญจรสำหรับคนท้องถิ่นเป็นเรื่องที่ช่วยให้โลจิสติกส์ของเมืองเชียงใหม่ดีขึ้นมาก ตัวอย่างหนึ่งคือ การเปิดเส้นทางของกองบิน 41 ให้เป็นทางเชื่อมระหว่างถนนสุเทพบริเวณตลาดต้นพยอมไปสู่ท่าอากาศยานเชียงใหม่สามารถช่วยลดเวลาการเดินทางลง

จากเดิม 30 นาที เหลือเพียง 5 นาที ผู้ที่ใช้บริการสัญจรผ่านเส้นทางนี้ต้องมีบัตรอนุญาตจาก กองทัพอากาศ โดยเสียค่าใช้จ่าย 50 บาทต่อคันต่อปี

2) ยานพาหนะสำหรับการเดินทางท่องเที่ยว

ยานพาหนะที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวมีสองประเภท คือ ยานพาหนะที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ และยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวต้องใช้ร่วมกับคนท้องถิ่น ในการวิเคราะห์จะได้เริ่มจากยานพาหนะที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ จากนั้นจึงจะวิเคราะห์ยานพาหนะที่ต้องใช้ร่วมกับคนท้องถิ่น ดังนี้

ก. ยานพาหนะที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

ยานพาหนะหลักที่จัดไว้สำหรับนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ ได้แก่ รถตู้ สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการความคล่องตัวสะดวกและรวดเร็ว กับอีกประเภทหนึ่งคือ รถโค้ชขนาดใหญ่ สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นกลุ่มใหญ่และต้องการความเป็นกลุ่มก้อน

ผู้ให้บริการรถตู้โดยมากจะเป็นบุคคลธรรมดาซึ่งเป็นทั้งเจ้าของรถตู้และเป็นคนขับไปพร้อมกัน จำนวนรถตู้มีประมาณ 1,000 คัน รถตู้ส่วนใหญ่จะเข้ามารับนักท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยวบ้างใช้วิธีการประชาสัมพันธ์โดยตรงไปยังนักท่องเที่ยวและได้ลูกค้าจากการโทรศัพท์ติดต่อโดยตรง ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนหนึ่งเป็นลูกค้าเดิมจากความประทับใจในการบริการที่ผ่านมาในอดีต

ผู้ให้บริการรถโค้ชขนาดใหญ่ทั้งหมดเป็นนิติบุคคล มีจำนวนทั้งสิ้น 12 ราย รายใหญ่ที่สุดมีจำนวนรถประมาณ 37 คัน รายเล็กที่สุดมีประมาณ 2 คัน รถโค้ชมีทั้งขนาดเล็กจุได้ 25-30 ที่นั่ง และขนาดใหญ่จุได้ 40 ที่นั่ง โดยมากบริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้เช่ารถโค้ชให้มารับลูกค้า แต่ก็มีผู้ประกอบการรถโค้ชขนาดใหญ่ที่เปิดดำเนินการบริษัทนำเที่ยวควบคู่ไปเพื่อรับลูกค้าเองด้วย

ทั้งการท่องเที่ยวด้วยรถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่ต่างมีโปรแกรมการท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกัน ดังที่กล่าวแล้วว่าพื้นที่การท่องเที่ยวหลักของเชียงใหม่มี 4 จุด การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่โดยปกติต้องใช้เวลา 3 วัน จึงจะท่องเที่ยวได้ทั่วทั้งหมดทุกจุด เส้นทางการท่องเที่ยวหลักที่บริษัทนำเที่ยวนิยมจัดให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่มมีดังต่อไปนี้

วันที่ 1 เส้นทางท่องเที่ยวทางเหนือ (แมริม และแม่แตง โดยมากไปไม่ถึงเชียงดาว)

วันที่ 2 เส้นทางท่องเที่ยวในตัวเมืองและทางตะวันออก โดยมีจุดสำคัญที่ดอยสุเทพและสันกำแพง

วันที่ 3 เส้นทางท่องเที่ยวทางใต้ (หางดง จอมทอง ดอยอินทนนท์ แต่ไปไม่ถึงแม่แจ่ม)

หากมีเวลาน้อยกว่านี้มักจะยกเลิกการไปเส้นทางท่องเที่ยวทางใต้เพราะมีแหล่งท่องเที่ยว น้อยกว่าเส้นทางอื่น และนักท่องเที่ยวก็ได้แวะซื้อของแล้วบนเส้นทางท่องเที่ยวทางตะวันออก (สันกำแพง) จึงไม่มีความจำเป็นที่ต้องแวะบ้านถวาย (หางดง) อีก

ในวันเดินทางท่องเที่ยว ปริมาณนักท่องเที่ยวที่เดินทางบนเส้นทางท่องเที่ยวแต่ละสายมี ความหนาแน่นไม่เท่ากัน สายที่คับคั่งที่สุดมีด้วยกันสามสาย คือ เส้นทางสายเหนือไปยังอำเภอแมริม เส้นทางสายตะวันออกไปยังอำเภอสันกำแพงและเส้นทางขึ้นดอยสุเทพ ส่วนเส้นทางสายใต้ไปยัง อำเภอหางดงและจอมทองมีความเบาบางมากกว่าเส้นทางอื่นเพราะเป็นทางเลือกสำหรับกลุ่มทัวร์ที่ มีเวลาในจังหวัดเชียงใหม่มากกว่า 2 วันเท่านั้น

มาตรฐานการให้บริการของรถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่นอกจากความปลอดภัยที่ควรต้องมี ให้แก่นักท่องเที่ยวแล้ว ความสะดวกสบายจากการใช้เครื่องปรับอากาศ รวมทั้งการเตรียมอาหารและ เครื่องดื่มไว้แก่นักท่องเที่ยวยังเป็นเรื่องที่คาดหวังได้ ไม่เพียงเท่านั้น รถตู้บางคันยังมีสมุดสะสมรูป สถานที่ท่องเที่ยวพร้อมคำอธิบายเป็นภาษาอังกฤษจัดไว้ภายในรถเพื่อเป็นข้อมูลให้นักท่องเที่ยวที่ สนใจจะเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ เพิ่มเติมในวันถัดไปหรือต้องการออกนอกเส้นทางในวัน เดียวกัน

รถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่สามารถทำเวลาได้ดีในการเชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งไปยังอีก แหล่งท่องเที่ยวหนึ่ง จากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวเฉลี่ย ต่อวันได้จำนวนประมาณ 3.2 แห่ง ในขณะที่จังหวัดอุดรธานีจะไปได้เพียงประมาณ 1.7 แห่ง เนื่องจากความห่างไกลกันของสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ (ดูตารางที่ 5-2)

ตารางที่ 5-2: สัดส่วนจำนวนแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวเยี่ยมชมได้ต่อวัน เปรียบเทียบ ระหว่างจังหวัดเชียงใหม่และจังหวัดอุดรธานี

จังหวัดเชียงใหม่	จังหวัดอุดรธานี	เวียงจันทน์
รถตู้ไปได้ 3.27 แห่ง	รถตู้ไปได้ 1.7 แห่ง	รถตู้ไปได้ 5 แห่ง
รถโค้ชไปได้ 3.23 แห่ง		

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

อย่างไรก็ตามหากเปรียบเทียบระหว่างเชียงใหม่กับนครเวียงจันทน์แล้ว นักท่องเที่ยวใน เวียงจันทน์สามารถเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้มากกว่าคือประมาณ 5 แห่งต่อวัน สาเหตุเพราะ แหล่งท่องเที่ยวหลักอยู่ใกล้กันและรถไม่ติด แต่สังเกตว่านักท่องเที่ยวจะเที่ยวเวียงจันทน์ได้ครบเพียง

ภายใน 1 วัน แต่ในเชียงใหม่ต้องใช้เวลาอย่างน้อย 2 - 3 วัน เชียงใหม่จึงมีความสามารถในการดึงดูดคนให้อยู่ในพื้นที่ได้นานกว่าเวียงจันทน์

รถเช่าเหมาคันมีความสามารถพิเศษในการแสวงหาเส้นทางหลีกเลี่ยงรถติด จากการสำรวจพบว่ารถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่มีสัดส่วนของเวลาที่รถติด (เคลื่อนที่ได้ไม่เกิน 6 กิโลเมตรต่อชั่วโมง) เพียงร้อยละ 3 - 5 ของเวลาการปฏิบัติงานทั้งหมดเท่านั้น ต่างจากรถแท็กซี่ในกรุงเทพฯ ที่มีสัดส่วนเวลารถติดถึงร้อยละ 20 ในวันที่ฝนไม่ตก และร้อยละ 30 ในวันที่ฝนตก (ดูตารางที่ 5-3)

ตารางที่ 5-3: สัดส่วนเวลารถติดของรถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ เปรียบเทียบกับรถแท็กซี่ในกรุงเทพฯ

เวลาที่เกี่ยวข้อง	รถตู้ ในเชียงใหม่	รถโค้ชขนาดใหญ่ ในเชียงใหม่	รถแท็กซี่ ในกรุงเทพฯ
เวลาในการปฏิบัติงาน	9 ชั่วโมง	11 ชั่วโมง	10 ชั่วโมง*
เวลารถติด	27.63 นาที	21.80 นาที	2 - 3 ชั่วโมง
สัดส่วนเวลารถติดต่อ เวลาในการปฏิบัติงาน	ร้อยละ 5.20	ร้อยละ 3.30	ร้อยละ 20 - 30

หมายเหตุ: แท็กซี่ในกรุงเทพฯ มีเวลาวิ่งรถ 12 ชั่วโมงต่อหนึ่งกะ แต่คนขับรถมักจอดรถพักผ่อนประมาณ 2 ชั่วโมงต่อกะ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ข. ยานพาหนะที่นักท่องเที่ยวต้องใช้ร่วมกับคนท้องถิ่น

จังหวัดเชียงใหม่เคยมีรถประจำทาง (รถเมล์) ให้บริการในตัวเมือง (รถเมล์เหลือง) และวนรอบเมือง (รถเมล์ขาว) แต่ไม่สามารถดำเนินการต่อไปได้เนื่องจากประสบปัญหาขาดทุน สาเหตุเนื่องมาจากความคับแคบของถนนหนทางในตัวเมืองและความเป็นคอขวดของถนนบางแห่ง ทำให้การเดินทางเกิดความติดขัด รถคันข้างหน้าและข้างหลังไม่สามารถทิ้งระยะกันได้ในช่วงเวลาที่จะมีผู้โดยสารมากพอ สิ่งที่เกิดขึ้นคือรถเกือบทั้งหมดต้องมากระจุกอยู่รวมกันในพื้นที่หนึ่ง ทำให้ผู้โดยสารที่รออยู่ก็ไม่ได้ขึ้น และรถแต่ละคันก็ไม่มีผู้โดยสารบนรถเพราะผู้โดยสารขึ้นรถคันที่มาถึงก่อนไปแล้ว (คมสัน, 2548)

ในปัจจุบันเมืองเชียงใหม่มีการปรับปรุงขยายถนนหลายสาย อีกทั้งขจัดความเป็นคอขวดของถนนที่เคยเป็นปัญหา ทำให้การเดินทางรถประจำทางกลับมาเป็นไปได้อีกครั้ง ทำให้รถประจำทางเริ่มให้บริการใหม่ โดยมีเส้นทางรถให้บริการจำนวน 5 เส้นทาง ดังนี้คือ

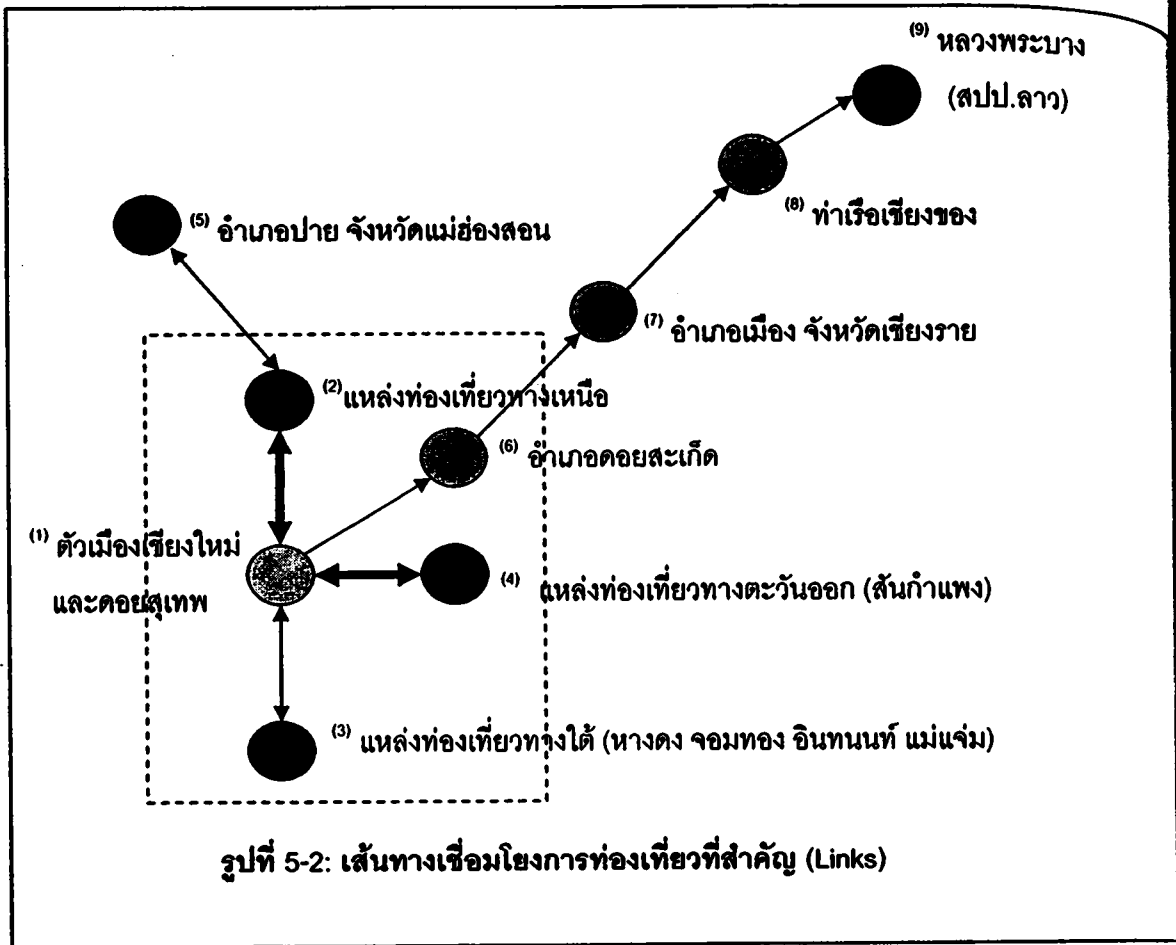
- เส้นทางที่ 1 (สาย 2) ระหว่างการเคหะหนองหอยกับสนามกีฬา 700 ปี
- เส้นทางที่ 2 (สาย 6) รอบเมืองชั้นนอก เชื่อมระหว่างท่าอากาศยานเชียงใหม่ ศูนย์วัฒนธรรม เวียงกุมกาม และมหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- เส้นทางที่ 3 (สาย 11) ระหว่างสถานีรถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัด (อาเขต) กับไนท์ซาฟารี ผ่านตลาดวโรรส วัดพระสิงห์ ศูนย์วัฒนธรรม
- เส้นทางที่ 4 (สาย 12) ระหว่างเวียงกุมกามกับสวนสัตว์เชียงใหม่ ผ่านไนท์บาชา
- เส้นทางที่ 5 (สาย 13) ระหว่างสถานีรถไฟกับไนท์ซาฟารี ผ่านไนท์บาชาและมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เส้นทางเดินรถประจำทางทั้งห้าเส้นทางเอื้อประโยชน์ต่อการท่องเที่ยวเพราะผ่านสถานีขนส่งหลัก ทั้งท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีรถโดยสารประจำทางระหว่างจังหวัด รวมทั้งผ่านแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น สวนสัตว์เชียงใหม่ ไนต์ซาฟารี ประตูท่าแพ ตลาดวโรรส และไนท์บาชาด้วย

รถโดยสารประจำทางอีกประเภทหนึ่งที่มีความนิยมและได้ให้บริการมาคู่กับชาวเชียงใหม่ คือ รถสองแถวที่เชื่อมระหว่างตัวเมืองกับอำเภอรอบนอก เช่น รถสายเชียงใหม่-สันทราย สายเชียงใหม่-คอยสะเกิด สายเชียงใหม่-แมริม สายเชียงใหม่-สันกำแพง เป็นต้น รถเหล่านี้มีความถี่ในการเดินรถประมาณทุกๆ 15 นาที ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวอย่างอิสระ

3) การเชื่อมโยงไปยังแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง

นักท่องเที่ยวที่มาโดยอิสระมักจะใช้จังหวัดเชียงใหม่เป็นจุดเชื่อมต่อไปยังอำเภอป่าเย็บ จังหวัดแม่ฮ่องสอน และเมืองหลวงพระบาง สปป.ลาว (ผ่านเชียงราย และท่าเรือเชียงของ) นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้จะซื้อตั๋วรถมาจากถนนข้าวสารที่กรุงเทพฯ หลังจากนั้นมาพักในเกสต์เฮาส์ในตัวเมืองเชียงใหม่ จากนั้นขึ้นรถของเกสต์เฮาส์ไปยังอำเภอป่าเย็บ หรืออีกเส้นทางหนึ่งรถจะไปส่งที่ท่าเรือเชียงของแล้วต่อเรือไปยังหลวงพระบาง (รูปที่ 5-2)



รูปที่ 5-2: เส้นทางเชื่อมโยงการท่องเที่ยวที่สำคัญ (Links)

ตารางที่ 5-4: จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามายังจังหวัดเชียงใหม่ด้วยยานพาหนะต่างๆ
ในปี พ.ศ. 2549

ยานพาหนะ	นักท่องเที่ยวต่างชาติ		นักท่องเที่ยวไทย		นักท่องเที่ยวทั้งหมด	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เครื่องบิน	708,501	34.64	662,818	18.80	1,371,319	24.62
รถไฟ	517,696	25.31	671,681	19.05	1,189,377	21.35
รถโดยสารประจำทาง	371,329	18.15	621,526	17.63	992,855	17.82
ขับรถมาเอง	447,967	21.90	1,569,121	44.52	2,017,088	36.21
รวม	2,045,493	100.00	3,525,146	100.00	5,570,639	100.00

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2549.

พฤติกรรมกรท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกรุ๊ปทัวร์จะมีพฤติกรรมกรท่องเที่ยวที่ต่างกันระหว่างกลุ่มชาวตะวันตก (ฝรั่ง) ชาวไทย และชาวเอเชีย โดยมีข้อสังเกตที่ได้จากการสำรวจ ดังนี้

ข้อสังเกตที่ 1 ชาวตะวันตกจะเที่ยวเพียงไม่กี่แห่งแต่จะอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นเวลานาน แต่ชาวเอเชียชอบที่จะเที่ยวให้ได้หลายๆ แห่งในแต่ละวัน ส่วนชาวไทยอยู่ตรงกลางระหว่างชาวตะวันตกและชาวเอเชีย (ตารางที่ 5-5)

ตารางที่ 5-5: การเปรียบเทียบจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวต่อวันของนักท่องเที่ยวจากชาติต่างๆ

ดัชนี	ชาวตะวันตก	ชาวไทย	ชาวเอเชีย
จำนวนแหล่งท่องเที่ยวต่อวัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถตู้ (แห่ง)	2.94	3.40	3.74
จำนวนแหล่งท่องเที่ยวต่อวัน สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถโค้ชขนาดใหญ่ (แห่ง)	3.08	3.25	3.55

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

พฤติกรรมดังกล่าวอาจมีสาเหตุจากการที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชียมีวันพักเฉลี่ยน้อยกว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกซึ่งเท่ากับ 4.64 วัน และ 6.76 วัน ตามลำดับ (ไพรัช, 2549)

ข้อสังเกตที่ 2 นักท่องเที่ยวชาวเอเชียนิยมเที่ยวในตัวเมืองเชียงใหม่มากกว่าเที่ยวอำเภอ
รอบนอก ในขณะที่ชาวตะวันตกนิยมเที่ยวรอบนอกมากกว่าในตัวเมือง สังเกตได้ทั้งจากสัดส่วนของ
สถานที่ท่องเที่ยวและสัดส่วนการใช้เวลาในตัวเมืองและอำเภอรอบนอก ดังตารางที่ 5-6 และ 5-7

**ตารางที่ 5-6: การเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนสถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมืองและรอบนอก
ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถโค้ชขนาดใหญ่**

ดัชนี	ชาวตะวันตก	ชาวไทย	ชาวเอเชีย
ร้อยละของสถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมือง	44.44	46.15	73.24
ร้อยละของสถานที่ท่องเที่ยวนอกเมือง	55.56	53.85	26.76
รวม (ร้อยละ)	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: ในตัวเมืองหรือรอบนอกเมือง ใช้ขอบเขตอำเภอเมืองเป็นเครื่องวัด

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

**ตารางที่ 5-7: การเปรียบเทียบสัดส่วนเวลาท่องเที่ยวในตัวเมืองและรอบนอกของ
นักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถโค้ชขนาดใหญ่**

ดัชนี	ชาวตะวันตก	ชาวไทย	ชาวเอเชีย
ร้อยละของเวลาท่องเที่ยวในตัวเมือง	33.59	66.67	75.66
ร้อยละของเวลาท่องเที่ยวรอบนอกเมือง	66.41	33.33	24.34
รวม (ร้อยละ)	100.00	100.00	100.00

หมายเหตุ: ในตัวเมืองหรือรอบนอกเมือง ใช้ขอบเขตอำเภอเมืองเป็นเครื่องวัด

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

กิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองของนักท่องเที่ยวชาวเอเชียเริ่มต้นหลังจากลงเครื่องบินแล้วจะ
รับประทานอาหารกลางวันที่โรงแรม หลังจากนั้นขึ้นดอยสุเทพ แล้วลงมาวนดแดนไทย รับประทานอาหาร
อาหารเย็น แล้วดูโชว์คาบาเร่ต์ เป็นอันเสร็จสิ้นการท่องเที่ยวในหนึ่งวัน สังเกตว่าโปรแกรมการ
ท่องเที่ยวเช่นนี้ไม่ได้ไปแวะอำเภอสันกำแพง แต่ชาวตะวันตกหลังจากเที่ยวดอยสุเทพแล้วมักจะไป
สันกำแพงอีกครั้งวัน ทำให้สัดส่วนแหล่งท่องเที่ยวในเมืองของชาวตะวันตกน้อยกว่าชาวเอเชีย

แหล่งท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติซึ่งอยู่นอกเมืองจึงเหมาะกับตลาดชาวตะวันตก ในขณะที่
ตลาดเอเชียชอบแหล่งท่องเที่ยวประเภทกิจกรรมที่มนุษย์สร้างขึ้นและอยู่ในเมืองมากกว่า

นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกใช้เวลาอยู่บนรถนานกว่าชาติอื่น และใช้เวลาเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวมากกว่าชาติอื่น เพราะนิยมไปเที่ยวนอกเมืองซึ่งแหล่งท่องเที่ยวค่อนข้างห่างไกลกัน

ตารางที่ 5-8: การเปรียบเทียบระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไป-กลับสถานที่ท่องเที่ยวและสัดส่วนเวลาที่นักท่องเที่ยวอยู่บนรถตู้

ดัชนี	ชาวตะวันตก	ชาวไทย	ชาวเอเชีย
ระยะทางเฉลี่ยในการเดินทางไป-กลับแหล่งท่องเที่ยวหนึ่งแห่ง (กิโลเมตร)	37.85	35.29	25.77
สัดส่วนของเวลาที่อยู่บนรถต่อเวลาการท่องเที่ยวทั้งหมด (ร้อยละ)	32.64	37.50	28.41

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

5.5 วิเคราะห์โลจิสติกส์

5.5.1 บริการด้านการขนส่ง

หลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาถึงสถานีหลักในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งท่าอากาศยาน สถานีรถไฟ และสถานีรถประจำทางระหว่างจังหวัด นักท่องเที่ยวสามารถใช้บริการยานพาหนะต่างๆ ที่ให้บริการเชื่อมโยงได้ ดังมีรายละเอียดในตารางที่ 5-9 ดังนี้

ตารางที่ 5-9: บริการเชื่อมโยงการเดินทางจากสถานีรับส่งผู้โดยสารหลัก

สถานีหลัก (Terminals)	ลิμουซีน	แท็กซี่	รถเมล์	สองแถว	ตุ๊กตุ๊ก	รถโดยสารอื่น
ท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดเชียงใหม่	80 คัน	12 คัน	ทุก 30 นาที	-	-	-
สถานีรถไฟจังหวัดเชียงใหม่	-	-	ทุก 30 นาที	คิวรถ 5 คัน	คิวรถ 10 คัน	รถสายสั้นกำแพงผ่านหน้าสถานีฯ
สถานีรถประจำทางระหว่างจังหวัด (อาเขต)	-	-	ทุก 30 นาที	คิวรถ 10 คัน	คิวรถ 18 คัน	รถสายสั้นทรายและดอยสะเก็ดผ่านหน้าสถานีฯ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

นักท่องเที่ยวที่ผ่านเข้ามาทางท่าอากาศยานและมากับกรุ๊ปทัวร์หรือจองโรงแรมไว้แล้วจะมีรถโค้ชขนาดใหญ่หรือรถตู้มารับถึงท่าอากาศยาน ส่วนที่มาจากอิสระจะใช้บริการรถมินิบัสหรือแท็กซี่มีเตอร์ นักท่องเที่ยวที่ผ่านเข้ามาทางอื่นมักจะโดยสารด้วยรถสองแถวหรือรถตุ๊กตุ๊กเพื่อเข้าไปในตัวเมือง หรืออาจจะมียอดจากเกสต์เฮ้าส์มารับ

นักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระยังสามารถเช่ารถเพื่อขับไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ โดยผู้ให้บริการรถเช่าในจังหวัดเชียงใหม่มีประมาณ 40 ราย เส้นทางที่ได้รับความนิยมไม่เพียงแต่เส้นทางที่ได้กล่าวมาแล้ว แต่ยังเชื่อมต่อไปยังจังหวัดเชียงใหม่ ราย ผู้ให้บริการรถเช่าบางรายอนุญาตให้นักท่องเที่ยวขับรถได้ที่จังหวัดเชียงใหม่ซึ่งจะมีเครือข่ายความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการเชียงใหม่-เชียงใหม่ที่จะนำรถมาคืนหรือให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่จะเช่าย้อนกลับมาจังหวัดเชียงใหม่

นักท่องเที่ยวชาวเอเชียซึ่งต้องการไปยังสถานที่ท่องเที่ยวให้ได้มากที่สุด สามารถยอมรับการขับรถด้วยความเร็วสูงกว่าชาวตะวันตก ในขณะที่ชาวตะวันตกจะใส่ใจเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่รถไม่เกิน 60 กิโลเมตรต่อชั่วโมง ส่วนนักท่องเที่ยวไทยไม่กังวลกับการเสียเวลาทำให้เดินทางแบบค่อยๆ ไปไม่เร่งรีบ ดังตารางที่ 5-10

ตารางที่ 5-10: การเปรียบเทียบความเร็วเฉลี่ยของยานพาหนะของนักท่องเที่ยวจากชาติต่างๆ

ดัชนี	ชาวตะวันตก	ชาวไทย	ชาวเอเชีย
ความเร็วเฉลี่ยของรถตู้ ที่เดินทางนอกอำเภอเมือง (กิโลเมตรต่อชั่วโมง)	55.58	45.00	77.25

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

5.5.2 บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยว

บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของเมืองเชียงใหม่ คือ อินเทอร์เน็ต และศูนย์ตอบคำถามทางโทรศัพท์ (Call - center) ดังมีรายละเอียด ดังนี้

1) อินเทอร์เน็ต

ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวบนเว็บเพจ (Webpage) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่เป็นอันดับสามของประเทศไทย (รวมการเปรียบเทียบกับเว็บเพจการท่องเที่ยวของทั้งประเทศไทยด้วย) ทั้งที่เป็นข้อมูลภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ดังแสดงในตารางที่ 5-11

ตารางที่ 5-11: การปรากฏของข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่บนอินเทอร์เน็ต

ลำดับ	ข้อมูลภาษาไทย*			ข้อมูลภาษาอังกฤษ**		
	พื้นที่ท่องเที่ยว	จำนวน (หน้าเว็บเพจ)	สัดส่วนโดยเปรียบเทียบ กับเชียงใหม่ (ร้อยละ)	พื้นที่ท่องเที่ยว	จำนวน (หน้าเว็บเพจ)	สัดส่วนโดยเปรียบเทียบ กับเชียงใหม่ (ร้อยละ)
1	ไทย	4,020,000	136.27	ไทย	2,500,000	152.44
2	กรุงเทพฯ	3,000,000	101.69	กรุงเทพฯ	2,150,000	131.10
3	เชียงใหม่	2,950,000	100.00	เชียงใหม่	1,640,000	100.00
4	ภูเก็ต	2,320,000	78.64	ภูเก็ต	1,210,000	73.78
5	อุดรธานี	2,290,000	77.63	พัทลุง	1,160,000	70.73
6	หนองคาย	2,240,000	75.93	สมุทร	1,090,000	66.46
7	เชียงราย	2,210,000	74.92	กระบี่	765,000	46.65
8	กระบี่	2,210,000	74.92	เชียงราย	566,000	34.51
9	พัทลุง	603,000	20.44	หนองคาย	179,000	10.91
10	สมุทร	144,000	4.88	อุดรธานี	13,800	0.84

หมายเหตุ: * เว็บเพจที่มีข้อมูลภาษาไทย สืบจากการพิมพ์คำสำคัญว่า "ท่องเที่ยว เชียงใหม่" ไปพร้อมกันเป็นต้น

** เว็บเพจที่มีข้อมูลภาษาอังกฤษ สืบจากการพิมพ์คำสำคัญว่า "Tourism Chiang Mai" ไปพร้อมกันเป็นต้น

ที่มา: จากการสำรวจจาก Google, 2550.

เว็บเพจที่มีข้อมูลของจังหวัดเชียงใหม่มี 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ หนึ่ง เว็บเพจบนเว็บไซต์ของหน่วยงานด้านการท่องเที่ยวโดยตรงหรือหน่วยงานราชการ เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย เว็บไซต์ของจังหวัดเชียงใหม่ เป็นต้น สอง เว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชียงใหม่โดยตรง และสาม เว็บไซต์ของบริษัทนำเที่ยวทั่วไปที่เสนอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะของข้อมูลที่ให้บริการประกอบไปด้วยข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ที่พัก ร้านอาหาร ร้านขายของที่ระลึก เส้นทาง การเดินทาง วิธีการเดินทาง ตารางการเดินทาง และการเชื่อมโยง (Links) ไปยังแหล่งข้อมูลบนเว็บไซต์อื่น

ปัญหาด้านการให้บริการเว็บไซต์คือ ข้อมูลไม่ทันสมัย การที่ไม่สามารถให้รายละเอียดได้ตามความต้องการเฉพาะเจาะจง และการถ่ายเทข้อมูลขึ้นบนจอภาพที่ใช้เวลานาน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวต้องแสวงหาร้านให้บริการอินเทอร์เน็ตเพื่อเข้าถึงข้อมูลดังกล่าว

2) ศูนย์ตอบคำถามทางโทรศัพท์ (Call - center)

นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่และไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลผ่านทางอินเทอร์เน็ต สามารถติดต่อขอข้อมูลด้านการท่องเที่ยวได้จากการโทรศัพท์ไปที่ศูนย์ตอบคำถาม (Call - center) หมายเลข 1672 ซึ่งเปิดให้บริการระหว่างเวลา 8.00 - 20.00 น. อัตราค่าบริการนาทีละ 3 บาท ซึ่งสำนักงานตั้งอยู่ที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย กรุงเทพฯ

ทางศูนย์ฯ จะให้บริการได้ในเรื่องทั่วไป เช่น เรื่องที่พัก ร้านอาหาร สถานที่ท่องเที่ยวสำคัญ และตารางการเดินทางประจำทาง เป็นต้น ส่วนในเรื่องการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวอาจจะยังไม่สามารถคาดหวังได้ในเรื่องวิธีการเดินทางโดยละเอียด เพราะทางศูนย์ฯ ยังมีข้อจำกัดเรื่องข้อมูล โดยสามารถบอกเพียงเส้นทางที่ระบุไว้ในแผนที่ทางหลวงเท่านั้น

หากนักท่องเที่ยวต้องการทราบเส้นทางและวิธีการเดินทางโดยละเอียด เช่น ในขณะที่กำลังขับรถและหลงทางอยู่นั้น ทางศูนย์ฯ จะให้หมายเลขโทรศัพท์ติดต่อไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ อาทิเช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยสำนักงานภาค องค์การบริหารส่วนท้องถิ่นที่อยู่ในพื้นที่ หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง เพื่อที่นักท่องเที่ยวจะสามารถติดต่อไปถามทางได้

5.5.3 วิเคราะห์ความพึงพอใจในโลจิสติกส์ของการจัดมหกรรมขนาดใหญ่

ในช่วงระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2549 - มกราคม 2550 ประเทศไทยมีการจัดงานมหกรรมพืชสวนโลก เฉลิมพระเกียรติฯ ราชพฤกษ์ 2549 ณ จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อน้อมเกล้าถวายพระเกียรติและความจงรักภักดีต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว เนื่องในวโรกาสที่พระองค์ทรงครองสิริราชสมบัติครบ 60 ปี และทรงเจริญพระชนมายุครบ 80 พรรษา ในการจัดงานดังกล่าวมีนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมประมาณ 3.7 ล้านคน ทำให้จังหวัดเชียงใหม่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นประมาณ 7,074 ล้านบาท และยังทำให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นที่รู้จักกว้างขวางมากขึ้น ดังนั้นจึงเป็นโอกาสอันดีที่จะมีการศึกษาด้านโลจิสติกส์ของการจัดมหกรรมขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ได้มีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวจำนวน 1,007 ตัวอย่าง เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ได้ผลสรุปที่เกี่ยวข้องกับความพึงพอใจในการจัดการระบบโลจิสติกส์ ดังนี้

- โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมงานพืชสวนโลก 1.6 ครั้ง ซึ่งร้อยละ 67 ของนักท่องเที่ยวเป็นการมาเที่ยวชมงานครั้งแรก โดยมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชมและไหลเวียนในงานมหกรรมครั้งนี้โดยเฉลี่ย 40,000 คนต่อวัน
- การรับรู้ข่าวสารในการจัดงานมหกรรมครั้งนี้ (Information Flow) มาจากสื่อต่างๆ ในหลายทาง จากตารางที่ 5-12 จะพบว่าสื่อทางโทรทัศน์และวิทยุเป็นสื่อที่มีอิทธิพลเป็นอย่างมากที่ทำให้นักท่องเที่ยวได้ทราบข่าวและรู้จักงานพืชสวนโลก คิดเป็นร้อยละ 90 ของนักท่องเที่ยวที่สำรวจ ซึ่งจะเห็นว่าผู้จัดงานได้มีการเผยแพร่การจัดงานมหกรรมอย่างมากและต่อเนื่องตั้งแต่ก่อนและระหว่างการจัดงานมหกรรม นอกจากนี้ การบอกต่อกันแบบปากต่อปากก็ทำให้นักท่องเที่ยวถึงร้อยละ 53 รู้จักงานนี้โดยรับรู้จากเพื่อนญาติ คนรู้จัก ส่วนการติดป้ายโฆษณา และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือพิมพ์ก็เป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ดีถือว่าเป็นสื่อที่อยู่ใกล้ตัวนักท่องเที่ยวที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักงานพืชสวนโลก ซึ่งคิดเป็นนักท่องเที่ยวเกือบร้อยละ 50 ของนักท่องเที่ยวที่สำรวจ

ตารางที่ 5-12: การรับรู้ข่าวสารงานพืชสวนโลกผ่านทางสื่อต่างๆ

รู้จักงานพืชสวนโลกจาก	ร้อยละ
โทรทัศน์ / วิทยุ	90.17
เพื่อน / ญาติ / คนรู้จัก	52.83
ป้ายโฆษณา	49.45
หนังสือพิมพ์	47.77
โบรชัวร์ / แผ่นพับ / ใบปลิว	27.81
วารสารการท่องเที่ยว	19.56
เว็บไซต์ของ ททท.	17.28
บริษัทนำเที่ยว	8.24

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

- การเข้าถึงงานมหกรรมพืชสวนโลก (Physical Flow) นักท่องเที่ยวที่สำรวจส่วนใหญ่เดินทางมายังงานด้วยรถส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 44 ของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยว

ส่วนหนึ่งเมื่อทราบข่าวการจัดงานต่างก็มีการวางแผนพาครอบครัวเดินทางมาเที่ยวโดยรถยนต์ส่วนตัวจากทั่วทุกสารทิศของประเทศ ซึ่งถือเป็นการพาครอบครัวมาพักผ่อนในช่วงปลายปีหรือประจำปี โดยมีพื้นที่จอร์จทาวน์ที่สามารถรองรับรถได้เป็นจำนวนมากจากการให้บริการของผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยวที่มาในช่วงเช้ายังสามารถเลือกว่าจะจอดในที่ร่มที่มีราคาจอดแพงกว่า ถือเป็นสิ่งอำนวยความสะดวกที่ดีอย่างหนึ่ง แม้พื้นที่จอร์จทาวน์ใหญ่จะเป็นของภาคเอกชนก็ตาม และอีกส่วนหนึ่งเดินทางมาด้วยพาหนะที่ไม่ใช่ของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 56 จากตารางที่ 5-13 จะเห็นได้ว่าการเข้ามาเที่ยวงานครั้งนี้มีทางเลือกได้หลากหลายทาง โดยในส่วนของการเดินทางมาด้วยพาหนะที่ไม่ใช่ของตนเองด้วยการมาที่รถรับส่งฟรีเป็นสัดส่วนที่มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 17 โดยรถรับส่งฟรีเป็นรถ Shuttle Bus ขององค์การขนส่งมวลชนกรุงเทพ หรือ ขสมก. ที่มีให้บริการ 3 จุดจอด ได้แก่ สนามกีฬา 700 ปี ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ และบริเวณตรงข้ามสถานีรถไฟ เหมาะสำหรับกลุ่มที่มีรถส่วนตัวแต่ไม่อยากจะเข้ามาจอดในงาน ส่วนรถเมล์เชียงใหม่และรถสองแถว (สีแดง) เป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่นักท่องเที่ยวใช้บริการในการเดินทางมา คิดเป็นร้อยละ 12 โดยรถเมล์เชียงใหม่ 2 สายที่มาถึงงานมหกรรมครั้งนี้ น่าจะเป็นที่นิยมของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่พักในตัวเมืองเพราะรถเมล์จะขับผ่านตัวเมืองและสถานีขนส่งต่างๆ

ตารางที่ 5-13: ประเภทของยานพาหนะต่างๆ ที่ใช้ในการเดินทางมาเที่ยวงานพืชสวนโลก

พาหนะ	ร้อยละ
รถส่วนตัว	44.09
รถรับส่งฟรี	17.53
รถเมล์เชียงใหม่ / รถแดง	12.93
แท็กซี่ / รถเช่าเหมาคัน	10.42
รถของบริษัททัวร์	10.02
รถจากโรงแรม	2.91
รถจากสนามบิน	2.10

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

- ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระบบโลจิสติกส์ด้านต่างๆ ในงานมหกรรมพืชสวนโลก จากตารางที่ 5-14 จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจระดับมากในเรื่องความสวยงามของพื้นที่ซึ่งมากกว่าคะแนนความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์ในด้านต่างๆ ทุกด้านที่แสดงไว้ในตาราง โดยผู้จัดงานนอกจากจะจัดภูมิทัศน์ได้อย่างสวยงามแล้ว ยังมีการสร้างจุดดึงดูดใจที่สวยงามไว้ให้นักท่องเที่ยวได้ชื่นชมความงามอีกหลายจุด จากตารางที่ 5-15 จะพบว่าสถานที่ที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากที่สุดได้แก่ หอคำนลวง คิดเป็นร้อยละ 57 ของนักท่องเที่ยวที่สำรวจ รองลงมาคือ สวนดอกทิวลิปของประเทศเนเธอร์แลนด์ คิดเป็นร้อยละ 12 ของนักท่องเที่ยวที่สำรวจ

ตารางที่ 5-14: ระดับคะแนนและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดมหกรรมและระบบโลจิสติกส์ด้านต่างๆ ในงานมหกรรมพืชสวนโลก

ข้อ	เรื่อง	คะแนนเฉลี่ย (เต็ม 10)
1	ความสวยงามของพื้นที่	7.80
2	ความปลอดภัยในการเที่ยวภายในงานฯ	7.18
3	แผนที่ และป้ายบอกทาง	7.04
4	การบริการของเจ้าหน้าที่ (Staff)	6.92
5	การบริการข้อมูลเกี่ยวกับพันธุ์ไม้	6.89
6	การบริการข้อมูลเกี่ยวกับนิทรรศการ	6.87
7	ความสะดวกในการจัดหา / ซื้อบัตรเข้าชม	6.72
8	ระบบการจัดคิวการเข้าชมส่วนต่างๆ ของงาน	6.63
9	การจัดรถบริการในการเดินทางมายังงาน	6.55
10	ความร่วมมือของสถานที่จัดงานส่วนกลางแจ้ง	6.52
11	การจัดการเรื่องขยะมูลฝอย	6.48
12	ความเพียงพอของสถานที่จอดรถ	6.37
13	การจัดรถบริการเที่ยวชมภายในงาน	6.33
14	ความแออัดของสถานที่จัดงาน	6.08
15	การจัดช่องทางเข้าออกงานฯ	6.06
16	ความเพียงพอของสุขา	6.03
17	สถานที่พักผ่อนขณะเดินชมเที่ยวงาน	5.98
18	ความสะอาดของสุขา	5.96
19	ความพอเพียงของจุดจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม	5.73

ที่มา: การสำรวจ, 2549.

- ส่วนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระบบโลจิสติกส์ด้านต่างๆ ในงานมหกรรมพืชสวนโลก จากตารางที่ 5-14 พบว่า เรื่องที่ได้รับความพึงพอใจในระดับมากมีเพียงแผนกที่และป้ายบอกทาง จะเห็นได้ว่าการจ้างพนักงาน Partime เป็นจำนวนมากกระจายอยู่ตามจุดต่างๆ มีหน้าที่ดูแลและให้ข้อมูลต่างๆ ไปกับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวทุกคนสามารถหยิบแผ่นพับที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับงานได้ที่ลานหน้าประตูทางเข้างานอีกด้วย ที่สำคัญในแผ่นพับมีแผนที่แสดงที่ตั้งของจุดต่างๆ ในงานครั้งนี้ อย่างไรก็ตาม ระบบโลจิสติกส์ด้านต่างๆ ที่เหลืออื่นๆ ได้รับความพึงพอใจในระดับปานกลางเท่านั้น โดยเรื่องที่ได้รับคะแนนในลำดับท้ายๆ ของกลุ่มนี้ คือ ความพอใจเพียงของจุดจำหน่ายอาหาร ที่มีจุดจำหน่ายอาหารหลักอยู่ไม่กี่จุด แต่ละจุดอยู่ไกลมากจากจุดที่นักท่องเที่ยวเริ่มเดินจากประตูเข้างาน ซึ่งเมื่อเดินไประยะหนึ่ง นักท่องเที่ยวก็จะหิวและร้อน รวมถึงเริ่มหมดแรงก่อนไปถึงจุดจำหน่ายอาหาร ส่วนสถานที่พักผ่อนขณะเดินชมเที่ยวงานก็แทบไม่ค่อยมี ซึ่งจะสังเกตว่าเส้นทางเดินทางเกือบทุกเส้นจะต้องเดินกลางแดด แม้ว่าการจัดมหกรรมครั้งนี้จะจัดในฤดูหนาวก็ตาม แต่ในช่วงเวลากลางวันอากาศจะร้อนมาก ทำให้เหนื่อยง่ายและเดินได้ช้าลง นอกจากนี้ในเรื่องความเพียงพอของสุขาและความสะอาดยังถูกบ่นมาก ซึ่งจะเห็นได้ว่าเรื่องที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจในลำดับท้ายๆ ของกลุ่ม 4 เรื่องที่เป็นเรื่องของการจัดการระบบโลจิสติกส์ในส่วนของกรไหลเวียนทางกายภาพ (Physical Flow) ที่ล้วนมีความสำคัญทั้งสิ้น คือ เป็นเรื่องอาหารการกิน การไหลเวียนของคน รวมถึงห้องน้ำที่เป็นหัวใจสำคัญของการจัดสุขอนามัยและการเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ดีอีกด้วย

ตารางที่ 5-15: สถานที่จัดแสดงต่างๆ ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกพึงพอใจ

สถานที่จัดแสดง	ร้อยละ
หอคำหลวง	57.09
ดอกทิวลิป	11.58
สวนนานาชาติในอาคาร	7.88
สวนเกษตรทฤษฎีใหม่	7.48
สวนนานาชาติกลางแจ้ง	6.19
หอชมวิว	5.39
สถานที่จัดแสดงอื่นๆ	4.39

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

- สิ่งที่ไม่ชอบมากที่สุด คือ อากาศร้อน โดยจากตารางที่ 5-16 จะเห็นว่านักท่องเที่ยวจากที่สำรวจกว่าครึ่งหนึ่งไม่ชอบ อีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบรองลงมา คือ ราคาสินค้าและอาหารแพง คิดเป็นร้อยละ 35 แม้ว่าจะมีจุดจำหน่ายอาหารราคาประหยัด เช่น ลานเบียร์สิงห์และลานเบียร์ช้างที่ขายอาหารราคาไม่แพงเกินไป แต่กลับได้รับการประชาสัมพันธ์ไม่มากนัก (Information Flow) แคมแต่ละจุดยังอยู่ไกลจากจุดที่นักท่องเที่ยวสนใจ ส่วนเรื่องของห้องน้ำเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 22 ของนักท่องเที่ยวที่สำรวจ ซึ่งน่าจะเป็นเรื่องความเพียงพอต่อความต้องการและสะอาดที่ได้รับความพอใจในระดับปานกลางในหัวข้อที่ผ่านมา ในขณะที่ทางออกที่อยู่ไกลหรือไม่สะดวกก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ คิดเป็นร้อยละ 20 ของนักท่องเที่ยวที่สำรวจ ซึ่งมีประตูทางออกสำหรับนักท่องเที่ยวเพียงประตูเดียว หากเป็นช่วงเวลาปกติน่าจะไม่มีพบปัญหามากนัก อย่างไรก็ตาม นักท่องเที่ยวส่วนมากจะกลับออกจากงานพร้อมกันในช่วงเวลาใกล้ปิดงานเพราะมีการจัดแสดงโชว์ในช่วงเย็นซึ่งกว่าการแสดงโชว์จะเลิกก็ใกล้หมดเวลา จึงทำให้นักท่องเที่ยวเดินออกจากประตูทางออกพร้อมกัน ประจวบกับเส้นทางเดินที่เล็กและมีการขายของที่ระลึกทั้งสองฝั่งทางเดินทำให้การไหลเวียนของนักท่องเที่ยวช้าลงและเกิดคอขวดขึ้น หากมีการเปิดประตูทางเดินเข้าหลังจากงานเลิกก็น่าจะเป็นอีกทางหนึ่งที่ช่วยระบายนักท่องเที่ยวออกไปได้

ตารางที่ 5-16: สิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ชอบ

สิ่งที่ไม่ชอบมากที่สุด	ร้อยละ
อากาศร้อน	51.54
ราคาสินค้าและอาหารแพง	35.15
ห้องน้ำ	22.84
ทางออก(อยู่ไกล / ไม่สะดวก)	20.95
รถบริการภายในงานไม่เพียงพอ	11.92

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

- ความพึงพอใจโดยรวมจากการเข้าชมงานพีชสวนโลก พบว่า นักท่องเที่ยวที่สำรวจถึงร้อยละ 55 ให้ความพึงพอใจน้อย ซึ่งอาจเกิดจากการที่นักท่องเที่ยวตั้งความหวังก่อนการเที่ยวชมงานพีชสวนโลกค่อนข้างสูง โดยตารางที่ 5-18 จะเห็นว่า นักท่องเที่ยวที่

สำรวจให้ระดับความคาดหวังในระดับสูงมากถึงร้อยละ 57 และให้ระดับความคาดหวังในระดับสูงร้อยละ 21 ซึ่งหากนำมารวมกันจะได้นักท่องเที่ยวที่มีความคาดหวังก่อนเที่ยวชมงานในระดับสูงถึงสูงมากถึงร้อยละ 78 แต่เมื่อได้เข้าไปสัมผัสด้วยตนเองจริงๆ ในงานมหกรรมอาจไม่เป็นไปตามความคาดหวังจึงส่งผลให้นักท่องเที่ยวที่สำรวจว่าครั้งให้ความพึงพอใจโดยรวมน้อย อย่างไรก็ตาม สาเหตุหนึ่งนี้อาจทำให้ผู้เข้าชมงานได้รับความพึงพอใจต่ำกว่าความคาดหวังน่าจะมาจากเรื่องการจัดการโลจิสติกส์

ตารางที่ 5-17: แสดงระดับความพึงพอใจโดยรวมของนักท่องเที่ยวหลังการเที่ยวชมงานพิชสวนโลก

ระดับความพึงพอใจโดยรวมหลังการเที่ยวชมงานพิชสวนโลก	ร้อยละ
มากที่สุด	1.50
มาก	4.90
เฉยๆ	27.27
น้อย	55.64
น้อยที่สุด	10.69

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

ตารางที่ 5-18: แสดงระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวก่อนเข้าชมงานพิชสวนโลก

ระดับความคาดหวังก่อนเข้าชมงาน	ร้อยละ
สูงมาก	57.40
สูง	21.15
เฉยๆ	19.74
น้อย	1.21
น้อยมาก	0.50

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

- ความพร้อม โรงแรม / ร้านอาหาร / คมนาคม ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า นักท่องเที่ยวจากการสำรวจส่วนใหญ่คิดว่าเชียงใหม่มีศักยภาพในการรองรับนักท่องเที่ยวใน 3 ด้าน คือ ความพร้อมทั้งทางด้านโรงแรม ร้านอาหารและภัตตาคาร การจราจรและการขนส่ง

มวลงาน โดยคิดว่ามีศักยภาพในการรองรับด้านร้านอาหารและภัตตาคารมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71 ของนักท่องเที่ยวที่สำรวจ ซึ่งในเรื่องนี้จังหวัดเชียงใหม่มีร้านอาหารให้นักท่องเที่ยวเลือกเข้าไปรับประทานอย่างหลากหลายทั้งร้านอาหารและภัตตาคารขนาดใหญ่ ขนาดกลาง ขนาดเล็ก รวมถึง Pub & Restaurant และร้านอาหาร Fast Food กระจายอยู่ทั่วเมือง ซึ่งส่วนใหญ่จะมีเวลารอคอยอาหารหลังสั่งอาหารไปแล้วไม่นานมากนัก แต่ด้านจรรยาบรรณส่งมีผู้เห็นว่าไม่พร้อมถึงร้อยละ 28

ตารางที่ 5-19: แสดงความพร้อมในด้านต่างๆ ของจังหวัดเชียงใหม่

ด้าน	พร้อม (ร้อยละ)	ไม่พร้อม (ร้อยละ)	ไม่มีความเห็น (ร้อยละ)	รวม (ร้อยละ)
โรงแรม	69.83	13.89	16.28	100
ร้านอาหาร/ภัตตาคาร	71.11	14.75	14.14	100
การจราจร/ขนส่งมวลชน	59.18	28.48	12.34	100

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549

5.5.4 ปัญหาในระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

1) ปัญหาขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงเทศกาลวันหยุดพิเศษประจำปี

จังหวัดเชียงใหม่ไม่มีปัญหาเรื่องการรองรับนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาปกติทั้งในและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว เพราะผู้ประกอบการนำเที่ยวมีประสบการณ์สูงในการจัดการ และคนขับรถก็รู้จักเส้นทางที่จะเลี่ยงสภาพรถติดได้เป็นอย่างดี ดังในตารางที่ 5-20 แต่ปัญหาที่เกิดขึ้นในช่วงเทศกาลวันหยุดนักขัตฤกษ์ที่สำคัญ เช่น วันสงกรานต์ วันลอยกระทง รวมทั้งเมื่อมีการจัดงานมหรพรมขนาดใหญ่ขึ้น เช่น มหกรรมพิชสวนโลก

ตารางที่ 5-20: แสดงสัดส่วนของระยะเวลาที่เสียไปกับรถติดต่อระยะเวลาดำเนินการ

หัวข้อ	รถคู่	รถโค้ช
ระยะเวลารถติด (นาที)	27.63	21.80
ระยะเวลารถติดต่อเวลาดำเนินการทั้งสิ้น (ร้อยละ)	5.20	3.30

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

ในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวจะมีรถยนต์จากต่างจังหวัดเข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มจากประมาณ 2.4 เท่าในเทศกาลลอยกระทง และประมาณ 5 เท่าในเทศกาลสงกรานต์ คมสัน (2548) ทำให้ปริมาณรถยนต์ทั้งหมดในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นอีกประมาณร้อยละ 21 ในเทศกาลลอยกระทง และร้อยละ 59 ในเทศกาลสงกรานต์ (ตารางที่ 5-21)

ตารางที่ 5- 21: ปริมาณรถยนต์จากต่างจังหวัดที่เข้ามาในจังหวัดเชียงใหม่ในเทศกาลต่างๆ

ช่วงเวลา	จำนวนรถทะเบียนต่างจังหวัด*	เพิ่มขึ้นจากนอกเทศกาล (เท่า)	จำนวนรถรวม (ทั้งทะเบียนเชียงใหม่และต่างจังหวัด)	เพิ่มขึ้นจากนอกเทศกาล (ร้อยละ)
นอกเทศกาล	159,147	-	1,047,022	-
เทศกาลลอยกระทง	385,977	2.43	1,273,852	21.66
เทศกาลสงกรานต์	782,005	4.91	1,669,880	59.49

หมายเหตุ: *ในการศึกษาของคมสัน (2548) ปริมาณรถทะเบียนต่างจังหวัดได้จากการใช้สัดส่วนรถทะเบียนต่างจังหวัดต่อรถทะเบียนเชียงใหม่ที่เข้าใช้บริการที่ปั๊มน้ำมันจำนวน 20 แห่ง คุณเข้ากับปริมาณรถยนต์ทะเบียนเชียงใหม่ที่ได้จากกรมการขนส่งทางบก

ที่มา: คมสัน, 2548.

สภาพรถติดในวันสงกรานต์พบว่ารถยนต์ที่อยู่บนถนนรอบคูเมืองไม่สามารถเคลื่อนที่ได้เร็วกว่า 6 กิโลเมตรต่อชั่วโมงติดต่อกันเป็นเวลานานกว่า 3 ชั่วโมง ปัญหาที่ตามมาคือรถน้ำมันหมกกลางทางซึ่งยิ่งส่งผลให้เกิดการจราจรติดขัดหนักขึ้นไปอีก ในวันลอยกระทงยังมีความหนาแน่นของรถน้อยกว่าวันสงกรานต์ ส่วนในวันงานมหกรรมพืชสวนโลก จากการสำรวจภาคสนามพบว่าความยาวของ

รถที่ติดบนถนนคันคลองชลประทานบริเวณหลังมหาวิทยาลัยเชียงใหม่เพิ่มขึ้นจากวันปกติซึ่งจะมีรถติดประมาณ 15 - 20 คัน เพิ่มเป็น 80 - 100 คัน ต่อสัญญาณไฟแดงหนึ่งครั้ง

2) ปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถ

เมืองเชียงใหม่เริ่มประสบปัญหาการขาดแคลนที่จอดรถ ซึ่งคาดว่าปัญหานี้จะรุนแรงขึ้นอีกในอนาคตและจะกลายเป็นปัญหาด้านโลจิสติกส์อันดับหนึ่งของเมืองเชียงใหม่หากยังไม่มีการสร้างอาคารจอดรถเพิ่มเติมในเขตตัวเมือง เพราะไม่เพียงแต่รถของคนท้องถิ่นเท่านั้นที่ไม่มีที่จอด รถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่ที่จะมารับส่งนักท่องเที่ยวก็ไม่มีที่จอดเช่นกัน

ปัญหาที่รถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่พบว่าเกิดขึ้นในช่วงรับนักท่องเที่ยวเพื่อเข้าสู่แหล่งท่องเที่ยว ปัญหาเกิดจากที่จอดรถ ณ โรงแรมที่พักมีไม่เพียงพอแก่รถทุกคันที่เข้าไปรองรับนักท่องเที่ยวในเวลาใกล้เคียงกัน ทำให้คนขับรถต้องวนรถไปมาบนท้องถนนจนกว่าจะถึงเวลานัดหรือจนกว่าจะสามารถหาช่องทางเข้าไปจอดรับนักท่องเที่ยวได้ ปัญหานี้ทำให้เกิดความสิ้นเปลืองน้ำมันเชื้อเพลิงและทำให้ปริมาณรถบนท้องถนนเพิ่มขึ้นโดยไม่จำเป็น

จากตารางที่ 5-22 พบว่าระยะเวลาที่ใช้ในการดำเนินการส่วนใหญ่ถูกใช้ไปกับการรอคอยนักท่องเที่ยว ซึ่งกว่าครึ่งหนึ่งของระยะเวลาดังกล่าวเป็นการจอดในเขตตัวเมือง และเกือบครึ่งหนึ่งของจำนวนครั้งที่จอดรถเป็นการจอดเพื่อการดำเนินการ (การจอดเพื่อรับส่งผู้โดยสาร ณ โรงแรมที่พัก)

ตารางที่ 5-22: ระยะเวลาในการจอดคอยผู้โดยสารและจำนวนครั้งที่จอดต่อวัน

หัวข้อ	รถตู้	รถโค้ช
เวลาในการจอดรอคอยผู้โดยสารต่อเวลาดำเนินการทั้งหมด (ร้อยละ)	68.10	66.89
เวลาในการจอดรอคอยผู้โดยสารต่อเวลาที่อยู่บนถนน (ร้อยละ)	213.50	202.04
เวลาในการจอดรถในเมืองต่อเวลาในการจอดรถทั้งหมด (ร้อยละ)	55.81	53.92
จำนวนครั้งที่จอดรถทั้งหมด (ครั้ง)	5.78	5.74
จำนวนครั้งที่จอดรถข้างทางต่อจำนวนการจอดทั้งหมด (ร้อยละ)	2.75	4.02
จำนวนครั้งจอดข้างทางต่อจำนวนครั้งจอดในที่จอดรถ (ร้อยละ)	2.82	4.19
จำนวนสถานที่ท่องเที่ยวต่อจำนวนครั้งที่จอดทั้งหมด (ร้อยละ)	56.59	56.30

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ในทางตรงกันข้าม จากการสำรวจพบว่าเรื่องที่จอดรถในสถานที่ท่องเที่ยวกลับไม่เป็นปัญหา เพราะสถานที่ท่องเที่ยวโดยมากตั้งอยู่นอกเมืองทำให้มีพื้นที่เพียงพอสำหรับการทำเป็นที่จอดรถ รถคู่ มีสถิติการจอดข้างทาง (ไม่มีที่จอดรถเพียงพอ) เพียงร้อยละ 2.8 ในขณะที่รถโค้ชขนาดใหญ่จอดข้างทางเพียงร้อยละ 4.2 ที่เหลือมีสถานที่จอดในลานจอดรถอย่างเป็นระเบียบ (ดูตารางที่ 5-23)

ตารางที่ 5-23: สัดส่วนการจอดรถข้างทางและการจอดรถในลานจอดรถ ณ แหล่งท่องเที่ยวของรถคู่และรถโค้ชขนาดใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่

ดัชนี	รถคู่ ในเชียงใหม่	รถโค้ชขนาดใหญ่ ในเชียงใหม่
สัดส่วนการจอดรถข้างทาง นอกลานจอดรถ (ร้อยละ)	2.8	4.2
สัดส่วนการจอดรถในลานจอดรถ (ร้อยละ)	97.2	95.8
รวม (ร้อยละ)	100.0	100.0

ที่มา: จากการสำรวจ, 2549.

3) ปัญหามาตรฐานการให้ข้อมูลข่าวสารด้านการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเที่ยวอย่างอิสระเป็นกลุ่มที่ต้องการข้อมูลข่าวสารที่จะอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวมากกว่ากลุ่มที่มาพร้อมกับกรุ๊ปทัวร์ นักท่องเที่ยวชาวตะวันตกจะคุ้นเคยกับการอ่านแผนที่และป้ายบอกทาง อีกทั้งคุ้นเคยกับการแสวงหาสถานที่ท่องเที่ยวจากชื่อนั่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่ใช่สิ่งที่อยู่ในวัฒนธรรมของคนไทย เพราะคนไทยชอบที่จะถามทางแต่ไม่ชอบอ่าน และชอบบอกที่ตั้งของสถานที่จากสถานที่ใกล้เคียงโดยไม่รู้จักชื่อนั้น ปัญหาด้านการให้ข้อมูลข่าวสารแก่นักท่องเที่ยวจึงเกิดจากความแตกต่างของมาตรฐานเรื่องข้อมูลข่าวสารเหล่านี้

ทางแก้ปัญหาก็คือการทำความเข้าใจกับวัฒนธรรมของชาวตะวันตกเรื่องการหาข้อมูลข่าวสารด้วยการอ่านมากกว่าการถาม แล้วให้บริการข้อมูลด้วยสื่อที่สามารถอ่านได้ และเป็นภาษาสากล เช่น ภาษาอังกฤษ นอกจากนั้นควรให้ความสำคัญกับชื่อนั้น ควรระบุชื่อนั้นที่ถูกต้องลงในแผนที่ท่องเที่ยว และมีป้ายบอกชื่อนั้นเป็นภาษาอังกฤษอย่างชัดเจนให้ครอบคลุมถนนทุกสายเท่าที่จะทำได้

5.6 บทสรุป

ระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยว (เชียงใหม่) สามารถรองรับนักท่องเที่ยวในภาวะปกติได้ทั้งในและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว สาเหตุเพราะแหล่งท่องเที่ยวของเชียงใหม่กระจายอยู่รอบด้าน ไม่กระจุกอยู่เพียงในตัวเมืองเท่านั้น ผู้ประกอบการมีประสบการณ์สูงในการจัดการด้านเวลาในการพานักท่องเที่ยวจากแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง ความชำนาญเส้นทางของคนขับรถที่สามารถหาทางลัดที่หลีกเลี่ยงปัญหาจราจรได้ดี

อย่างไรก็ดี ระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ยังมีปัญหาไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างเพียงพอในช่วงเทศกาลวันหยุดสำคัญ ซึ่งในกรณีที่รุนแรงที่สุดคือเทศกาลสงกรานต์ รองลงมาคือเทศกาลลอยกระทง เนื่องจากมีรถยนต์ที่นักท่องเที่ยวขับมาเองเข้ามาเพิ่มประมาณร้อยละ 60 ในเทศกาลสงกรานต์ และร้อยละ 20 ในช่วงเทศกาลลอยกระทง และหากมีการจัดงานมหกรรมประเภทงาน Expo ปัญหาจะยิ่งทวีความรุนแรงขึ้น

ระบบโลจิสติกส์สำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มมีลักษณะที่ไม่เหมือนกัน การศึกษานี้พบว่านักท่องเที่ยวชาวตะวันตกนิยมเดินทางไปนอกเมืองและเที่ยวเพียงไม่กี่แห่ง รวมทั้งให้ความสำคัญเรื่องความปลอดภัยในการขับขี่ด้วย ในขณะที่นักท่องเที่ยวชาวเอเชีย โดยเฉพาะชาวจีนนิยมเที่ยวในเมืองและเที่ยวหลายแห่งในแต่ละวัน ทำให้ยอมรับการใช้ความเร็วสูงในการขับขี่ได้

การเรียนรู้วิธีการจัดการระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศทางยุโรป เช่น ประเทศออสเตรเลียและเยอรมัน ทำให้อาจใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ของเมืองท่องเที่ยวในเอเชีย โดยเชียงใหม่อาจจะเป็นเมืองผู้นำในการปรับปรุงก่อนเมืองอื่น เช่น การให้บริการรถนำเที่ยวแบบ Hop-on Hop-off และบัตรท่องเที่ยวเชียงใหม่ "บัตรเดียวเที่ยวได้ทั้งวัน" เป็นต้น

อย่างไรก็ดี ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวอาจจะมีลักษณะที่แตกต่างกันสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างๆ เช่น นักท่องเที่ยวครั้งแรกและนักท่องเที่ยวซ้ำ นักท่องเที่ยวที่มาเป็นหมู่คณะ (กรุ๊ปทัวร์) และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเอง (Foreign Individual Tourists: FIT) ซึ่งในการศึกษาต่อไปควรทำการศึกษาระบบโลจิสติกส์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำและกลุ่มที่เดินทางมาเองด้วยจะทำให้ผลการศึกษาคอบคลุมมากยิ่งขึ้น

5.7 ข้อเสนอแนะ

5.7.1 การเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวในตัวเมืองเชียงใหม่ด้วยรถนำเที่ยวแบบ Hop-on Hop-off

จุดเชื่อมโยงที่ยังขาดหายไปในการพัฒนาคลัสเตอร์การท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่คือการดึงเอาจุดเด่นของสถานที่ท่องเที่ยวในเมืองมาเชื่อมโยงกันให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยวภายในตัวเมืองแล้วจัดรถนำเที่ยวแบบ Hop-on Hop-off พานักท่องเที่ยวไปตามเส้นทางเหล่านั้น

ตลาดกลุ่มเป้าหมายมีสองกลุ่ม กลุ่มแรกคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาอย่างอิสระและมีที่พักในตัวเมืองเชียงใหม่บริเวณถนนท่าแพ ลอยเคราะห์ และคชสาร เป็นต้น กลุ่มนี้เหมาะแก่การท่องเที่ยวเมืองเชียงใหม่ในช่วงกลางวัน และอีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มากับกรุ๊ปทัวร์แต่มีเวลาว่างในช่วงหลังรับประทานอาหารเย็น ซึ่งเหมาะแก่การนั่งรถเที่ยวเมืองเชียงใหม่ชมแสงสียามราตรี

นอกจากนั้น ยังมีโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในตัวเมืองและเน้นขายไปยังกลุ่มตลาดชาวเอเชีย เพราะชาวเอเชียชอบใช้เวลาอยู่ในตัวเมืองมากกว่านอกเมือง (ดูตารางที่ 5-6 และ 5-6) ประกอบกับสภาพรถติดภายในเมืองที่ไม่สะดวกให้รถโค้ชขนาดใหญ่เข้ามาเล่น ทำให้บริษัทนำเที่ยวอาจสนใจพานักท่องเที่ยวเอเชียทั้งกลุ่มขึ้นรถ Hop-on Hop-off ตระเวนเที่ยวในเมืองเชียงใหม่แทน

5.7.2 ความร่วมมือในการออกบัตรท่องเที่ยวเชียงใหม่ “บัตรเดียวเที่ยวได้ทั้งวัน”

บัตรท่องเที่ยวที่สามารถเชื่อมโยงการใช้บริการแหล่งท่องเที่ยวและบริการขนส่งสาธารณะได้เป็นอีกสิ่งหนึ่งซึ่งเมืองเชียงใหม่สามารถจัดให้กับนักท่องเที่ยวได้หลังจากมีรถนำเที่ยวแบบ Hop-on Hop-off ให้บริการแล้ว

บัตรท่องเที่ยวเชียงใหม่ (Chiang Mai Card) นี้ สามารถทำได้ในลักษณะเช่นเดียวกันหรือใกล้เคียงกับบัตร Innsbruck Card และ Salzburg Card ซึ่งเมือง Innsbruck และเมือง Salzburg ในประเทศออสเตรียซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงในทวีปยุโรปได้จัดให้บริการไว้

5.7.3 ให้มีที่จอดรถโค้ชและรถตู้ 4 มุมเมือง

สำหรับปัญหาเรื่องที่จอดรถตู้และรถโค้ชขนาดใหญ่ที่จะเข้ารับนักท่องเที่ยวจากโรงแรมที่พักเพื่อเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยว ปัจจุบันยังไม่มีมาตรการแก้ปัญหาดังกล่าวอย่างเป็นระบบ แต่ในระยะสั้นพบว่าปัญหานี้สามารถแก้ไขได้ด้วยการจัดลำดับคิวการเข้ารับผู้โดยสาร โดยให้คนขับรถจอดรอไว้ภายนอกโรงแรม จากนั้นเดินมารับบัตรคิวพร้อมทั้งให้หมายเลขโทรศัพท์ไว้แก่ผู้ควบคุมการจราจรของโรงแรม เมื่อถึงคิวของรถคันใดก็จะได้รับการติดต่อกลับจากศูนย์ควบคุมการจราจรฯ คนขับรถก็

สามารถเคลื่อนรถเข้ามายังโรงแรมและรับลูกค้าไปได้โดยไม่ต้องเสียเที่ยวหรือต้องกลับไปวนบนท้องถนนอีกครั้ง ในระยะยาวควรจัดสร้างที่จอดรถใน 4 มุมเมืองของเชียงใหม่

5.7.4 พัฒนาระบบข้อมูลให้ทันสมัย

จากการศึกษาเปรียบเทียบระยะเวลาที่ใช้ในการท่องเที่ยวระหว่างเขตเมืองเก่าของเชียงใหม่ (ตั้งแต่เขตเมืองเก่าจนถึงเชิงดอยสุเทพ) กับเวียงจันทน์พบว่า ศักยภาพของเมืองทั้ง 2 แห่งใกล้เคียงกันคือแหล่งท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นวัด หอศิลป์วัฒนธรรม พิพิธภัณฑ์ประวัติศาสตร์ และบรรยากาศของความเป็นเมือง แต่เวียงจันทน์สามารถทำให้กลุ่มทัวร์ใช้เวลาท่องเที่ยวได้ถึง 1 วัน ขณะที่เขตเมืองเก่าของเชียงใหม่สามารถดึงดูดให้กลุ่มทัวร์ใช้เวลาอยู่ในตัวเมืองได้เพียงครึ่งวัน การจัดทำแผนที่เน้น Walkers' Map และแผ่นพับข้อมูลเส้นทางวัฒนธรรมในเขตตัวเมืองเชียงใหม่ แผนที่และแผ่นพับดังกล่าวจะสามารถสร้างรูปแบบใหม่ของการท่องเที่ยวชนิดกลุ่มทัวร์ กล่าวคือนักท่องเที่ยวสามารถเลือกเดินท่องเที่ยวไปตามแหล่งท่องเที่ยวภายในเขตเมืองเก่าตามที่ตนสนใจเสร็จแล้วก็กลับมาขึ้นรถที่จุดนัดพบ และเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการท่องเที่ยวอย่างอิสระ ซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยู่ในเมืองเชียงใหม่นานขึ้น และช่วยลดจำนวนรถโค้ชและรถตู้ที่เข้ามาส่งนักท่องเที่ยวในเขตเมือง ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งของปัญหาการจราจรติดขัด

บทที่ 6

ระบบโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทาน ของการท่องเที่ยวชุมชน

การพัฒนาการท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องทำไปพร้อมๆ กันทั้งกลุ่ม (Cluster) เพื่อให้เกิดการประสานกันระหว่างกิจกรรมต่างๆ อันจะอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ในการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนก็เช่นกันมีความจำเป็นต้องจัดการระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวให้มีความสมบูรณ์ ในบทนี้จะได้วิเคราะห์ถึงระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน เนื้อหาแบ่งออกเป็น 7 ส่วน คือ ทบทวนวรรณกรรมโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว การวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน บทสรุปและข้อเสนอแนะ

การท่องเที่ยวชุมชนเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่กำลังได้รับความนิยมในประเทศไทย จุดขายหลักของการท่องเที่ยวประเภทนี้คือ การเรียนรู้วิถีชีวิตของชุมชน ที่ชาวบ้านตกลงร่วมกันเปิดบ้านต้อนรับนักท่องเที่ยวให้เข้ามาพักในบ้านของตนแล้วมีกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การเดินป่า การชมหิ่งห้อย การทำนา การดูดาว กิจกรรมการแสดงของท้องถิ่น มอบให้แก่ผู้มาเยือน โดยปกติแล้วการท่องเที่ยวของชุมชนตั้งอยู่บนเอกลักษณ์ของชุมชนนั่นเอง เพราะไม่ใช่สิ่ง que ทุกชุมชนจะสามารถเสนอการท่องเที่ยวได้ แต่การท่องเที่ยวจะพัฒนาไปไม่ได้หากชุมชนอยู่อย่างลำพัง ส่วนประกอบอื่นๆ จำเป็นต้องพัฒนาไปพร้อมกันเพื่อเกื้อหนุนให้เกิดองค์ประกอบที่ดีของการท่องเที่ยว หรือแม้แต่ในชุมชนเองก็ต้องมีการจัดการภายในให้ดีพร้อมสำหรับการรองรับนักท่องเที่ยว เพราะนักท่องเที่ยวย่อมคาดหวังที่จะได้รับความสะดวกสบายพอสมควรจากการมาท่องเที่ยวชุมชน ดังนั้นระบบโลจิสติกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวจึงมีความจำเป็นสำหรับการจัดการท่องเที่ยวชุมชน

การศึกษานี้ได้สำรวจการท่องเที่ยวของชุมชนจำนวน 5 แห่ง ดังนี้ 1) หมู่บ้านผานกกก อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ 2) หมู่บ้านแม่กลางหลวง อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ 3) หมู่บ้านแม่กำปอง กิ่งอำเภอแม่ออน จังหวัดเชียงใหม่ 4) หมู่บ้านห้วยฮี้ อำเภอเมือง จังหวัดแม่ฮ่องสอน และ 5) กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทย ตำบลปลายโพงพาง อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม โดยตารางที่ 6-1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของชุมชนที่เข้าไปทำการศึกษาเพื่อพยายามตอบคำถามว่าสิ่งสำคัญในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนคืออะไร ชุมชนมีวิถีปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในด้านโลจิสติกส์อย่างไร ชุมชนสามารถรองรับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่เกิดขึ้นกับนักท่องเที่ยวได้ไหม

ความสามารถหลัก (Core competencies) ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่ไหน จุดไหนคือจุดเชื่อมต่อยังขาดหายไป (Missing links) อะไรเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Success factors) ในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน ด้วยการสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม การสัมภาษณ์ผู้ริเริ่มการจัดการท่องเที่ยว ชาวบ้าน ภาครัฐ และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในแต่ละชุมชน รวมทั้งสิ้น 50 คน ร่วมกับการสำรวจข้อมูลทางเว็บไซต์ประมาณ 20 แห่ง

ตารางที่ 6-1: ข้อมูลพื้นฐานของการท่องเที่ยวชุมชน

รายการ	ค่ามากที่สุด (Max)	ค่าน้อยที่สุด (Min)	ค่าเฉลี่ย (Average)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.)	จำนวนหมู่บ้าน (N)
จำนวนประชากรในหมู่บ้าน (คน)	1,576	194.00	580.40	566.62	5
จำนวนครัวเรือนที่ให้บริการท่องเที่ยวต่อทั้งหมด (ครัวเรือน)	100	12.12	40.51	40.62	4
จำนวนห้องพักในหมู่บ้าน (ห้อง)	27	12.00	18.75	6.40	4
ปริมาณน้ำ ณ แหล่งน้ำสะอาดในหมู่บ้าน (ลูกบาศก์เมตร)	63.75	9.42	36.59	38.42	2
จำนวนห้องน้ำแบบส้วมซึม ต่อจำนวนครัวเรือนทั้งหมด (ห้อง)	100	92.86	98.57	3.19	5

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

6.1 ทบทวนวรรณกรรมโลกิสิกส์และการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน

สหภาพยุโรปโดย European Commission (2000) ให้ความสนใจเรื่องการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวชุมชนนอกเมืองใหญ่มาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2543 โดยจัดทำคู่มือการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวออกมา 3 เล่ม ครอบคลุมการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวนอกเมือง แหล่งท่องเที่ยวในเมือง และแหล่งท่องเที่ยวทางทะเล

ในบรรดาคู่มือเหล่านี้ การศึกษาเรื่องแหล่งท่องเที่ยวนอกเมืองมีความใกล้เคียงกับการท่องเที่ยวชุมชนมากที่สุด การศึกษานี้ได้สำรวจและวิเคราะห์กรณีศึกษาจำนวน 15 หมู่บ้าน ในประเทศไอร์แลนด์ อิตาลี ออสเตรีย สเปน ฝรั่งเศส ฟินแลนด์ เยอรมนี เนเธอร์แลนด์ กรีซ สหราชอาณาจักร ไอร์แลนด์ โปรตุเกส และสวีเดน รวม 13 ประเทศ

ในคู่มือดังกล่าวได้กล่าวถึงปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จของการท่องเที่ยวชุมชน ปัจจัยต่างๆ ไม่ได้ถูกเรียกโดยตรงว่าเป็นเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวหากแต่สามารถจัดหมวดหมู่ให้เป็นเรื่องโลจิสติกส์ได้ โดยแยกเป็นโลจิสติกส์ในความหมายอย่างแคบและความหมายอย่างกว้าง

โลจิสติกส์ในความหมายอย่างแคบจะจำกัดอยู่ในเรื่องการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) การไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow) และการไหลเวียนด้านการเงิน (Financial flow) แต่หากมองในความหมายอย่างกว้างจะครอบคลุมถึงเรื่องห่วงโซ่อุปทานทั้งระบบ

ตัวอย่างของการใช้โลจิสติกส์ในความหมายอย่างแคบในการสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนจากกรณีศึกษาของ European Commission (2000) ซึ่งประมวลโดย คมสัน และศิริพร (2550-ช) มีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 6-2 ดังนี้

ตารางที่ 6-2: การใช้โลจิสติกส์ในการสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในสหภาพยุโรป

ข้อ	รายการ	หมู่บ้าน	ประเทศ
1. การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)			
1.1	มีการสร้างความร่วมมือระหว่างชุมชนกับผู้ประกอบการนำเที่ยว เพื่อนำนักท่องเที่ยวมายังชุมชน	Ballyhoura	ไอร์แลนด์
1.2	มีรถบริการรับส่งนักท่องเที่ยวภายในหมู่บ้าน	Vorges du Nord	ฝรั่งเศส
1.3	มีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระหว่างหมู่บ้านที่ให้บริการในลักษณะอย่างเดียวกัน (เช่น ระหว่างหมู่บ้านที่ทำการท่องเที่ยวชุมชนเหมือนกัน แต่อยู่ต่างอำเภอ)	Vale do Lima	โปรตุเกส
1.4	มีการเชื่อมโยงเส้นทางระหว่างชุมชนเล็กๆ ที่อยู่ใกล้ๆ กัน เพื่อร่วมจัดกิจกรรมให้บริการแก่นักท่องเที่ยว	Skaftarhreppur	ไอซ์แลนด์
1.5	การเตรียมกิจกรรมในชุมชนกับการบรรยายของไกด์เป็นไปในทิศทางเดียวกัน	Pohjois-Karjala	ฟินแลนด์
1.6	มีรถขนส่งมวลชนให้บริการมาถึงชุมชนในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางมาเอง	Lungau	ออสเตรีย
1.7	นักท่องเที่ยวสามารถเข้าไปชมถึงแหล่งผลิตสินค้าหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชน	Ballyhoura	ไอร์แลนด์

ตารางที่ 6-2 (ต่อ): การใช้โลจิสติกส์ในการสร้างคุณภาพของการท่องเที่ยวชุมชนในสหภาพยุโรป

ข้อ	รายการ	หมู่บ้าน	ประเทศ
2. การไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)			
2.1	มีศูนย์ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวเป็นเป้าสายตาของนักท่องเที่ยวไม่ให้เคื่องเมื่อเข้ามาในหมู่บ้านเป็นครั้งแรก	Ballyhoura	ไอร์แลนด์
2.2	มีการบรรยายให้ข้อมูลสิ่งที่เป็น Theme ของชุมชนก่อนที่นักท่องเที่ยวจะได้ไปชมของจริง	Trossachs	สหราชอาณาจักร
2.3	มีการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ต	Ballyhoura	ไอร์แลนด์
2.4	การใช้ประโยชน์จากผลการวิจัยตลาดนานาชาติ	เกือบทุกแห่ง	เกือบทุกประเทศ
2.5	มีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยว สถิติการใช้บริการ	Trossachs	สหราชอาณาจักร
2.6	การใช้ประโยชน์จากข้อคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวมาปรับปรุงคุณภาพ	เกือบทุกแห่ง	เกือบทุกประเทศ
3. การไหลเวียนด้านการเงิน (Financial flow)			
3.1	มีการสร้างเส้นทางท่องเที่ยวภายในหมู่บ้านเพื่อโน้มน้าวใจนักท่องเที่ยวให้เกิดการใช้จ่ายเงินมากขึ้น	Sitia	กรีซ
3.2	มีการจำหน่ายสินค้า (ราคาถูกหน้าโรงงาน) หลังจากนักท่องเที่ยวได้ชมวิธีการผลิต	Bregenzerwald	ออสเตรีย
3.3	มีแหล่งทุนจากภายนอกมาช่วยสนับสนุนชุมชน	Ballyhoura	ไอร์แลนด์

ที่มา: คมสัน สุริยะ และศิริพร ศรีฐชาติ, 2550-ช.

ในความหมายอย่างกว้างของโลจิสติกส์ European Commission (2000) ได้เสนอปัจจัยแห่งความสำเร็จเพิ่มเติมไว้ในเรื่องการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนทั้งระบบ อาทิเช่น

- การมุ่งพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในชุมชนโดยการฝึกอบรมอย่างจริงจัง
- การควบคุมคุณภาพของอาหารหรือสินค้าที่มอบให้หรือจำหน่ายแก่นักท่องเที่ยว
- การเปลี่ยนแปลงเชิงสถาบัน โดยมีการตั้งองค์กรใหม่เพื่อเข้ามาดูแลการท่องเที่ยวโดยตรงในชุมชน
- การสร้างความร่วมมือระหว่างการท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการเกษตร
- การให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีของผู้คนในชุมชน

6.2 กรอบแนวคิดในการวิเคราะห์

กรอบแนวคิดหลักแบ่งออกเป็นสองส่วน คือ การวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ และการวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทาน ดังนี้

6.2.1 การวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน

ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนแบ่งออกเป็น 3 ชั้น คือ ชั้นการเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว ชั้นการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว และชั้นการออกจากสถานที่ท่องเที่ยว ดังนี้ (รูปที่ 6-1)



รูปที่ 6-1: การแบ่งขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวชุมชน

ในการศึกษานี้มีประเด็นของการวิเคราะห์เรื่องระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนครอบคลุม 3 เรื่อง ดังนี้

- ประเด็นที่ 1 การไหลหรือการไหลเวียน (Flow) ประเภทใดที่มีความสำคัญมากที่สุดในแต่ละชั้นของระบบโลจิสติกส์ (เข้าสู่ อยู่ และออกจาก)
- ประเด็นที่ 2 การค้นหาการปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน
- ประเด็นที่ 3 ความสามารถในการนำนักท่องเที่ยวออกจากสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน

6.2.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน

โลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวแบ่งออกเป็นสองด้าน คือ ด้านอุปสงค์และด้านอุปทาน ในการศึกษาการท่องเที่ยวชุมชนเป็นการศึกษาด้านอุปทาน ซึ่งในบทนี้ได้สังเคราะห์องค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนให้ออกมาเป็นองค์ความรู้ใน 3 ประเด็น คือ

- ประเด็นที่ 1 ความสามารถหลัก (Core competencies) ในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว
ชุมชนอยู่ที่ไหน
- ประเด็นที่ 2 จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไป (Missing links) ในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว
ชุมชนคืออะไร
- ประเด็นที่ 3 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ (Success factors) ในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน
ของการท่องเที่ยวชุมชนคืออะไร

6.3 ตลาดและพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

ระบบโลจิสติกส์สร้างขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ดังนั้นก่อนที่จะวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนจึงต้องพิจารณาก่อนว่านักท่องเที่ยวกลุ่มใดคือตลาดของการท่องเที่ยวชุมชน

ก่อนที่จะทำการศึกษานักวิจัยมีสมมติฐานที่ว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวแบ็คแพ็คชาวต่างชาติน่าจะเป็นตลาดของการท่องเที่ยวชุมชน แต่เมื่อศึกษากลับพบว่ากลุ่มศึกษาดูงานด้านการจัดการท่องเที่ยวชุมชน (นักเรียน นักศึกษา อบต. หรือ หมู่บ้านอื่น) กลับเป็นตลาดหลักของการท่องเที่ยวชุมชน

ชุมชนต่างๆ มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกันดังแสดงในตารางที่ 6-3 กลุ่มนักท่องเที่ยวหลักของการท่องเที่ยวชุมชนคือกลุ่มศึกษาดูงานที่มาจากหมู่บ้านอื่นหรือตำบลอื่น กลุ่มนี้จะรวมกันมาครั้งละเป็นจำนวนไม่ต่ำกว่า 10 คน หรืออาจจะมากถึง 50 คน เพื่อมาเยือนชุมชนที่ประสบความสำเร็จในการจัดการท่องเที่ยวชุมชน เช่น หมู่บ้านปลายโพงพาง และหมู่บ้านแม่กำปอง เป็นต้น นอกจากนั้นอาจจะมาเยือนหมู่บ้านที่มีการท่องเที่ยวชุมชนและไม่ไกลมากจากตัวเมือง เช่น หมู่บ้านผานกกก

ตารางที่ 6-3: กลุ่มนักท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวชุมชน

ชุมชน	ศึกษาดูงาน ด้านการจัดการ ท่องเที่ยวชุมชน (อบต. หรือหมู่บ้านอื่น)	นักเรียน นักศึกษา ไทย	นักเรียน นักศึกษา กลุ่มดูงาน ต่างชาติ	ชาวต่างชาติ ที่สนใจ วิถีชีวิต ของไทย	นักเดินป่า ชาวต่างชาติ
ผานกกก	✓	✓	-	-	-
แม่กลางหลวง	-	✓	✓	-	✓
แม่กำปอง	✓	✓	✓	✓	-
ห้วยฮี้	-	-	✓	-	✓
ปลายโพงพาง	✓	✓	✓	✓	-

ที่มา: จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน, 2550.

กลุ่มนักท่องเที่ยวอีกกลุ่มหนึ่งคือกลุ่มนักเรียนนักศึกษาทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ กลุ่มนี้จะเดินทางมาเพื่อสัมผัสธรรมชาติและเรียนรู้จากการปฏิบัติจริงในธรรมชาติ โรงเรียนนานาชาติจะจัดให้นักเรียนมาร่วมการทำหน้าที่หมู่บ้านแม่งกลางหลวงเป็นประจำ ส่วนกลุ่มนักศึกษาต่างชาติระดับมหาวิทยาลัยจะไปหาประสบการณ์แปลกใหม่กับชาวบ้านที่หมู่บ้านปลายโพงพางและหมู่บ้านห้วยฮี้ เช่นเดียวกับชาวต่างชาติที่อยู่ในวัยทำงานแล้วต้องการสัมผัสวิถีชีวิตที่เรียบง่ายกับสายน้ำลำคลอง ส่วนนักเรียนนักศึกษาไทยมักเลือกที่จะเดินทางไปพักในชุมชนที่ไม่ไกลจากตัวเมืองนัก เช่น หมู่บ้านผานกกก เพื่อที่จะสามารถเข้ามาทำกิจกรรมอื่นๆ เช่น การซื้อสินค้าในเมืองได้โดยสะดวก ในขณะที่หมู่บ้านปลายโพงพางเป็นอีกแห่งหนึ่งที่นักศึกษาไทยมาเที่ยวเป็นหมู่คณะโดยหอบหิ้วกีตาร์มาเล่นและนำอาหารสดมาปิ้งย่างอย่างสนุกสนานกันที่ลานบ้านข้างลำคลอง ส่วนหมู่บ้านที่อยู่บนภูเขาสูงทั้ง แม่งกลางหลวงและห้วยฮี้มีกลุ่มลูกค้าหลักอีกกลุ่มหนึ่งคือ นักเดินป่าชาวต่างประเทศ หมู่บ้านแม่งกลางหลวงตั้งอยู่กลางทางพอดีสำหรับผู้ที่ต้องการเดินขึ้นดอยอินทนนท์หรือกำลังลงมาจกยอดดอย ในขณะที่หมู่บ้านห้วยฮี้อยู่ปลายทางการเดินป่าที่ชาวต่างชาติเดินทางจากป่ามายังอำเภอเมืองแม่ฮ่องสอน (No mercy trekking) จึงจะพบนักเดินป่าเดินทะเลออกมาจากเส้นทางสายป่า-แม่ฮ่องสอนซึ่งทุกรักันดารมาก อยู่เป็นประจำ

6.4 การวิเคราะห์โลจิสติกส์

ในแต่ละขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์คือ การเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว การอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว และการออกจากสถานที่ท่องเที่ยว มีเรื่องที่สำคัญแตกต่างกันออกไป ในขั้นตอนของการเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวได้แสดงไว้ในตารางที่ 6-4 ขั้นตอนการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวในตารางที่ 6-5 และขั้นตอนการกลับออกจากสถานที่ท่องเที่ยวในตารางที่ 6-6 ดังนี้

6.4.1 โลจิสติกส์ขั้นตอนต่างๆ

1) ขั้นตอนการเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว

ขั้นตอนของการเข้าสู่ชุมชนเริ่มตั้งแต่การหาข้อมูลด้านต่างๆ ที่จำเป็นเกี่ยวกับชุมชนเรื่อยไปจนนักท่องเที่ยวเดินทางถึงยังชุมชน ในกระบวนการดังกล่าวการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow) มีความสำคัญที่สุด เพื่อที่จะสื่อสารข้อมูลด้านต่างๆ ได้แก่ การประชาสัมพันธ์ การเดินทางไปยังชุมชน ลักษณะของชุมชน กิจกรรมที่ชุมชนนำเสนอ และสิ่งของที่ต้องนำติดตัวมาด้วย ข้อมูลทั้งหมดนี้ช่วยให้การเดินทางเข้าสู่ชุมชนดำเนินไปอย่างราบรื่นและเตรียมความพร้อมในการอาศัยอยู่ในชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยว

ช่องทางหนึ่งของชุมชนในการสื่อสารข้อมูลเหล่านี้กับนักท่องเที่ยวคือ อินเทอร์เน็ต จากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวชุมชนได้ 2 ทาง คือ

1) ค้นหาผ่านทางเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (<http://www.tat.or.th/>) เป็นเว็บไซต์หลักในการเชื่อมต่อไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้องกับโฮมสเตย์โดยเฉพาะ (www.homestaythai.org) ซึ่งภายในให้รายละเอียดของหมู่บ้านในด้านต่างๆ เป็นภาษาไทยและภาษาอังกฤษเช่นกัน แต่จะมีข้อมูลของหมู่บ้านโฮมสเตย์ที่ได้ผ่านการตรวจมาตรฐานโฮมสเตย์ไทยจากภาครัฐเท่านั้น ซึ่งในกลุ่มหมู่บ้านตัวอย่างที่คณะนักวิจัยทำการศึกษามีอยู่ 3 หมู่บ้านที่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าว ได้แก่ หมู่บ้านแม่กำปอง หมู่บ้านผานกกก และหมู่บ้านห้วยอี

2) ค้นหาด้วยการใช้คำสำคัญ (Key word) ได้แก่ "โฮมสเตย์" "ชื่อของหมู่บ้านโฮมสเตย์" โดยผ่าน Web browser ต่างๆ เช่น <http://www.google.com> ซึ่งจะแสดงรายชื่อเว็บท่า (Portal website) มากมายที่มีรายละเอียดเกี่ยวกับคำสำคัญที่สืบค้น การค้นหาข้อมูลของหมู่บ้านที่ใช้เป็นตัวอย่งในการศึกษานี้ต้องใช้เวลาพอสมควร แต่ก็สามารถพบได้ทุกหมู่บ้าน หมู่บ้านที่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง ได้แก่ หมู่บ้านแม่กำปอง (www.mae-kampong.com) หมู่บ้านแม่กลางหลวง (www.ezytrip.com/maekiangluang/index.php) หมู่บ้านปลายโพงพาง www.plypong pang.com) และหมู่บ้านซึ่งไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง ได้แก่ หมู่บ้านผานกกก และหมู่บ้านห้วยอี

ชุมชนส่วนใหญ่ไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง เช่น หมู่บ้านผานกกก หมู่บ้านปลายโพงพาง และหมู่บ้านห้วยอีต้องอาศัยการเผยแพร่ข้อมูลในเว็บท่าต่างๆ เช่น www.rakbankerd.com www.thai-tour.com ซึ่งมีเนื้อหาเฉพาะภาษาไทย และข้อมูลที่เผยแพร่ผ่านเว็บดังกล่าวเป็นไปอย่างจำกัด มีเพียงการบรรยายถึงลักษณะของหมู่บ้านและกิจกรรมเพียงเล็กน้อย ประกอบกับราคาอย่างคร่าวๆ และชื่อ-ที่อยู่ในการติดต่อสอบถามเพิ่มเติม

สำหรับหมู่บ้านแม่กลางหลวง หมู่บ้านแม่กำปอง และหมู่บ้านปลายโพงพางที่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง สามารถสร้างความน่าสนใจและให้รายละเอียดเกี่ยวกับหมู่บ้านของตนได้มากกว่าหมู่บ้านที่ไม่มีเว็บไซต์เป็นของตนเอง เช่น มีรูปภาพของทิวทัศน์ สภาพห้องพักและกิจกรรมต่างๆ พร้อมกับราคาอย่างเสร็จสรรพ เบอร์โทรที่สามารถติดต่อได้ แผนที่ของหมู่บ้าน ต้นทุนการมีเว็บไซต์ของชุมชนอยู่ที่ประมาณ 3,000 บาทต่อปี ซึ่งถูกมากเมื่อเทียบกับการจัดทำโบรชัวร์ซึ่งราคาประมาณ 15,000 บาทต่อปี และเผยแพร่ได้ในวงจำกัด

ในตารางที่ 6-4 จะได้แสดงถึงเกณฑ์สมรรถนะเพื่อเปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกในขั้นตอนของการเดินทางเข้าสู่ชุมชนที่แต่ละชุมชนมีไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว ดังนี้

ตารางที่ 6-4: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการสำหรับขั้นตอนของการเดินทางเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว

รายการ	ห้วยซี้	ผานกกก	แม่กลางหลวง	แม่กำปอง	ปลายโพงพาง
ด้านการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)					
มีเว็บไซต์ของตนเอง	x	x	✓	✓	✓
- มีข้อมูลเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมกิจกรรมท่องเที่ยวของหมู่บ้าน และราคาค่าบริการ	✓	✓	✓	✓	✓
- สามารถ Download แผนที่จากเว็บไซต์	x	x	x	✓	✓
- มีเนื้อหาเป็นภาษาอังกฤษ	x	✓	x	✓	✓
- สามารถติดต่อจองที่พักหรือให้ช่องทางในการติดต่ออื่น	✓	✓	✓	✓	✓
- มีข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมตัวของนักท่องเที่ยว	x	x	x	x	x
สามารถส่งแผนที่ให้นักท่องเที่ยวผ่านทางโทรสาร	x	x	x	x	✓
มีป้ายบอกทางตั้งแต่บริเวณแยกแรกของทางเข้าหมู่บ้านที่ออกจากถนนหลัก	x	x	x	x	x
ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)					
สามารถเดินทางไปท่องเที่ยวได้ทุกฤดูกาล	x	✓	✓	✓	✓
มีถนนลาดยางจนถึงหน้าหมู่บ้าน	x	✓	✓	✓	✓
มีรถประจำทางผ่านหน้าหมู่บ้าน	x	x	x	x	x
ด้านการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow)					
จ่ายเงินมัดจำค่าบริการล่วงหน้า	x	x	x	x	x

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

การติดต่อล่วงหน้ามาจองที่พักในชุมชนก่อนทำให้เกิดความแน่นอนในเรื่องจำนวนห้องพักและประเภทของที่พัก เช่น ที่หมู่บ้านปลายโพงพางไม่มีการระบุรายละเอียดเกี่ยวกับห้องพักไว้ในเว็บไซต์ว่า มีห้องพักสองประเภทในบ้านของชาวบ้านคือ ห้องนอนแบบแยกต่างหากซึ่งมีมุ้งลวดและห้องนอนที่นอนกางมุ้งอยู่กลางบ้าน หากนักท่องเที่ยวไม่ได้ติดต่อบอกประเภทของห้องพักที่ต้องการมาก่อนอาจจะได้ห้องพักที่ไม่ตรงกับความต้องการ ส่วนที่หมู่บ้านแม่กลางหลวง ภายใน

เว็บไซต์นำเสนอแต่เพียงบ้านพักส่วนตัว ซึ่งอันที่จริงภายในหมู่บ้านแมกกลางหลวงมีบ้านพักที่พักรวมกับชาวบ้านไว้บริการนักท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน

อีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้คือข้อมูลเกี่ยวกับการเตรียมตัวเพื่อเข้าพักในชุมชน คนที่เคยชินกับการใช้บริการพักรวมที่โรงแรมอาจเข้าใจผิดว่าจะได้พบสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ผ้าเช็ดตัว สบู่ แรมพู ฯลฯ จากการใช้บริการโฮมสเตย์ แต่ในความจริงโฮมสเตย์ทั้งหมดที่นักวิจัยได้ทำการสำรวจไม่มีสิ่งอำนวยความสะดวกดังกล่าวไว้ให้บริการ ในบางชุมชนนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องเตรียมยากันยุงสำหรับบ้านพักที่ไม่ได้ติดมุ้งลวด และไฟฉายสำหรับใช้เดินไปเข้าห้องน้ำในเวลากลางคืน เช่น หมู่บ้านห้วยอี และหมู่บ้านผานกกก เป็นต้น

การเดินทางเข้าสู่หมู่บ้านห้วยอีแม้จะเป็นเส้นทางที่แยกจากถนนใหญ่ออกไปตามไหล่เขาซึ่งไม่มีป้ายบอกทางทำให้นักท่องเที่ยวหลงทางได้ง่าย การมีผู้นำทางหรือผู้ที่สามารถพูดภาษาถิ่นเป็นเรื่องจำเป็น ในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินการเดินทางลงมาจากหมู่บ้านเป็นเรื่องยากเพราะถนนไม่ดีและใช้เวลานาน การขอความช่วยเหลือจากชาวบ้านอย่างเข้าใจกันดีด้วยภาษาถิ่นจึงเป็นสิ่งที่หลีกเลี่ยงไม่ได้

เทคโนโลยีที่ใช้ในการให้สารสนเทศแก่นักท่องเที่ยวนอกจากอินเทอร์เน็ตแล้วเครื่องโทรสารก็มีความสำคัญเช่นกัน หมู่บ้านปลายโพงพางส่งแผนที่ของชุมชนไปให้นักท่องเที่ยวผ่านทางโทรสารเพื่อเป็นการแก้ปัญหาเรื่องป้ายบอกทางที่ถูกรื้อถอนอยู่เป็นประจำ

ป้ายบอกทางซึ่งชุมชนได้ติดตั้งไว้มักจะถูกรื้อถอนโดยภาครัฐหรือผู้ประกอบการท้องถิ่น โดยหากติดตั้งในเขตทางหลวงจะถูกรื้อถอนโดยกรมทางหลวง เพราะการติดตั้งป้ายในเขตทางหลวงโดยไม่ได้รับอนุญาตมีโทษจำคุกสามปีหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาทหรือทั้งจำทั้งปรับ ส่วนการติดตั้งป้ายในเขตรับผิดชอบขององค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จะต้องเสียภาษีป้ายและต้องติดในสถานที่ที่กำหนดให้เท่านั้น หากไม่ปฏิบัติตามจะต้องถูกรื้อถอน

ในขั้นตอนของการเดินทางเข้าสู่ชุมชนนั้น การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) ที่จำเป็นคือการมีรถส่วนตัวที่นักท่องเที่ยวขับไปเองหรือมีรถคู่ที่เช่าเหมาคัน ทั้งนี้เพราะเส้นทางที่ไปยังชุมชนที่ให้บริการท่องเที่ยวนั้นส่วนใหญ่ทางภาคเหนือจะเป็นเส้นทางขึ้นเขาและไม่มีระบบขนส่งสาธารณะรองรับ ในขณะที่ชุมชนในภาคกลางจะเป็นทางเล็กๆ ที่ต่อเข้าไปจากถนนใหญ่ อีกทั้งที่ตั้งของชุมชนยังลึกเข้าไปในซอยอีกชั้นหนึ่งซึ่งรถโดยสารสาธารณะเข้าไม่ถึง จึงทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินหรือต้องนั่งจักรยานยนต์รับจ้างเข้าไปอีกต่อ ทำให้ไม่คล่องตัวสำหรับการขนย้ายกระเป๋าสัมภาระของนักท่องเที่ยว ไม่เพียงเท่านั้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวเดินทางด้วยรถสาธารณะแล้วหลงทางอยู่กลางทางอาจจะทำให้เกิดความกังวลเพราะรู้สึกไม่ปลอดภัยและไม่มีป้ายนำทางไปยังชุมชน

ในขั้นตอนของการเข้าสู่ชุมชนนี้เรื่องการเงิน (Financial flow) ยังไม่มีบทบาทมากนัก เพราะไม่มีค่าใช้จ่ายที่ต้องจ่ายล่วงหน้าหรือต้องใช้บัตรเครดิตในการวางมัดจำ อย่างไรก็ตาม หากนักท่องเที่ยวมีความประสงค์จะเช่ารถยนต์เพื่อขับมาเอง บริษัทให้เช่ารถยนต์บางแห่งให้นักท่องเที่ยววางมัดจำ แต่การเช่ารถดูจะสะดวกกว่าเพราะไม่ต้องวางมัดจำและอัตราค่าเช่าต่อวันก็ใกล้เคียงกัน นักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กจากต่างถิ่นจึงนิยมเดินทางด้วยรถตู้มากกว่า

2) ขั้นตอนการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว

ในขั้นตอนการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) มีบทบาทมากที่สุด เริ่มต้นจากความต้องการสัญจรอย่างอิสระภายในชุมชนทำให้นักท่องเที่ยวแสวงหารถเช่าหรือเรือรับจ้าง แต่ชุมชนไม่มีบริการเหล่านี้ ทำให้นักท่องเที่ยวต้องเดินเป็นระยะทางไกลหรือหากเดินไม่ได้เพราะเป็นคลองก็ต้องรอให้เรือมารับตามแพ็คเก็จทัวร์

ในคลองที่ปลายโพงพางยังไม่มีเรือรับจ้างสาธารณะประจำทางซึ่งนักท่องเที่ยวอาจจะต้องการโดยสารจากบ้านพักไปยังศูนย์ฯ หรือจากบ้านพักหลังหนึ่งไปหาเพื่อนที่อีกหลังหนึ่งหรือจากบ้านพักไปร้านขายของชำซึ่งอยู่ที่อีกคลองหนึ่ง ในกรณีที่นักท่องเที่ยวลืมของไว้ที่บ้านพักแล้วจะกลับไปเอาคืนก็ทำไม่ได้ หากนักท่องเที่ยวประสงค์จะเดินทางเช่นนี้ก็ต่อเหมารือครั้งละไม่ต่ำกว่า 300 บาท

ที่พักที่จัดให้นักท่องเที่ยวในบางหมู่บ้านเป็นพื้นที่ส่วนกลาง เช่น หมู่บ้านห้วยอี เดิมทีนักท่องเที่ยวจะต้องพักรวมกับชาวบ้านเนื่องจากตัวบ้านมีอยู่ห้องเดียวและมีครัวไฟ (ห้องครัว) อยู่กลางห้อง แต่ปัจจุบันชาวบ้านมักจะสร้างห้องนอนเพิ่มขึ้นมาอีก 1 ห้อง และยিনดีที่จะสละให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน ส่วนตนและครอบครัวก็จะย้ายไปใช้ห้องที่มีครัวไฟแทน

ในตารางที่ 6-5 จะได้แสดงถึงเกณฑ์สมรรถนะเพื่อเปรียบเทียบสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยวในปัจจุบัน

ตารางที่ 6-5: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการสำหรับขั้นตอนของการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว

รายการ	ห้วยอี	ผานกกก	แม่กลางหลวง	แม่กำปอง	ปลายโพงพาง
ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)					
ลักษณะที่พัก					
- พักร่วมกับเจ้าของ	✓	✓	✓	✓	✓
- ที่พักแยกต่างหาก	x	✓	✓	✓	✓
การบริการอาหาร					
- รับประทานอาหารกับเจ้าของบ้าน	✓	✓	✓	✓	x
- เมนูตามสั่ง	x	✓	x	✓	✓
ห้องน้ำสาธารณะในหมู่บ้าน	x	x	✓	✓	✓
ห้องน้ำสาธารณะในแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง	x	x	x	x	✓
ที่จอดรถ					
- รถส่วนตัวขนาดเล็ก (รถยนต์ รถตู้)	✓	✓	✓	✓	✓
- รถบัส	x	x	x	x	✓
พาหนะให้เช่าในพื้นที่					
- รถจักรยานยนต์	x	x	x	x	x
- รถจักรยาน	x	x	x	x	x
- เรือรับจ้าง	x	x	x	x	✓
กิจกรรมในพื้นที่					
- การเดินป่า	✓	✓	✓	✓	x
- การขี่ม้า/จักรยาน	✓	✓	✓	✓	x
- พิธีทางวัฒนธรรม (ตักบาตร/บายศรี)	x	✓	✓	✓	✓
- การนั่งเรือ	x	x	x	x	✓
กรณีฉุกเฉิน					
- มีหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อในหมู่บ้าน	x	x	x	x	x
- มีหมายเลขโทรศัพท์ติดต่อนอกหมู่บ้าน	✓	✓	✓	✓	✓

ตารางที่ 6-5(ต่อ): เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการสำหรับ
ขั้นตอนของการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว

รายการ	ห้วยสี	ผา นกกก	แม่ กลาง หลวง	แม่ กำปอง	ปลาย โพง หาง
- มีบุคคลที่รับผิดชอบด้านความปลอดภัยในหมู่บ้าน	✓	✓	✓	✓	✓
- มีแนวทางปฏิบัติเพื่อจัดการในภาวะฉุกเฉิน	x	x	x	x	x
- มีพาหนะเตรียมพร้อมตลอด 24 ชั่วโมงสำหรับกรณีฉุกเฉิน	x	x	x	x	x
- สถานีอนามัยในพื้นที่สามารถรองรับอาการเจ็บป่วยที่เป็นอันตรายถึงชีวิต	x	x	x	x	x
ด้านการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)					
มีการแสดงอัตราค่าใช้บริการต่างๆ อย่างชัดเจน	x	x	x	x	x
มีคู่มือสิ่งควรปฏิบัติในการเที่ยวชุมชน	x	x	x	x	x
มีแผนที่และวิธีปฏิบัติสำหรับกรณีเจ็บป่วยฉุกเฉิน	x	x	x	x	x
แจ้งให้นักท่องเที่ยวถึงสิ่งอำนวยความสะดวกที่มีไว้ให้บริการของการท่องเที่ยวชุมชน	x	x	x	x	x
มีไกด์ภาษาไทย	✓	✓	✓	✓	✓
มีไกด์ภาษาอังกฤษ	x	✓	x	✓	✓
การสื่อสารกับภายนอก					
- มีตู้โทรศัพท์สาธารณะ	x	x	x	✓	✓
- มีสัญญาณโทรศัพท์มือถือ	x	✓	✓	✓	✓
- มีบริการอินเทอร์เน็ต	x	x	x	x	x
ด้านการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow)					
มีตู้ ATM อยู่ในชุมชน	x	x	x	x	x

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ในด้านความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว หากเกิดเหตุการณ์ฉุกเฉินขึ้น เช่น อุบัติเหตุ ฉุกเฉิน ภัยพิบัติหรือภัยธรรมชาติ นักท่องเที่ยวอาจจะอันตรายถึงชีวิต ชุมชนแต่ละแห่งอาจไม่สามารถรับรองแก่นักท่องเที่ยวในเรื่องการจัดหาพยาบาลเพื่อนำผู้ป่วยไปยังสถานพยาบาลได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกจากนั้นชุมชนยังหวังพึ่งสถานอนามัยเป็นจุดแรก ซึ่งศักยภาพของสถานอนามัยอาจไม่สามารถรองรับกรณีเจ็บป่วยรุนแรงได้ อีกทั้งสถานอนามัยอาจจะตั้งอยู่ไกลชุมชนมาก ที่หมู่บ้านปลายโพงทางเป็นหมู่บ้านที่มีสถานพยาบาลตั้งอยู่ใกล้ที่สุดและสามารถโทรศัพท์ตามตัวแพทย์มาได้ตลอด 24 ชั่วโมง

โปรแกรมการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนสังเกตได้ว่าใช้เวลาไม่นานนัก โดยส่วนใหญ่จะครอบคลุมเพียง 2 วัน 1 คืน ทำให้นักท่องเที่ยวมาพักไม่นานก็ต้องกลับเพราะไม่มีกิจกรรมทำต่อ กิจกรรมจัดให้นักท่องเที่ยวคือ การเดินป่าแต่ไม่มีความหลากหลาย โดยหมู่บ้านห้วยฮี้มีเส้นทางหลักคือการเดินขึ้นดอยปู่ซึ่งสูงชันและใช้เวลานานถึง 3 ชั่วโมง ส่วนหมู่บ้านแม่กำปองก็มีน้ำตกเล็กๆ เพียงแห่งเดียว ในขณะที่หมู่บ้านปลายโพงทางหลังจากชมหิ้งห้อย ดูการทำน้ำตาล และเที่ยวชมตลาดน้ำยามเย็นแล้วก็ไม่มีกิจกรรมอื่นมาเสริม หมู่บ้านผานกกกมีเพียงการแสดงการเล่นของชาวบ้านซึ่งใช้เวลาไม่กี่ชั่วโมงเท่านั้น ยกเว้น หมู่บ้านแม่กลางหลวงจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองเรียนรู้การปลูกข้าวและการเก็บเกี่ยวข้าว (ขึ้นอยู่กับนักท่องเที่ยวมาในช่วงฤดูการปลูกหรือเก็บเกี่ยว) นักเรียนและนักศึกษาชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากที่เดินทางมาท่องเที่ยวเพื่อจุดประสงค์นี้นักท่องเที่ยวที่มาสัมผัสประสบการณ์ตรงดังกล่าวย่อมมีเรื่องที่จะเล่าให้กับผู้อื่นได้มากกว่าเพียงการมาชื่นชมทัศนียภาพ ไม่เพียงเท่านั้นยังขึ้นชื่อว่าครั้งหนึ่งในชีวิตเคยได้สัมผัสการปลูกหรือการเก็บเกี่ยวข้าวแล้ว เหมือนได้รับประกาศนียบัตรของชีวิตอีกใบหนึ่ง นอกจากนี้กลางคืนก็มีกิจกรรมดูดาว และหากต้องการผ่อนคลายก็มีกิจกรรมเดินป่าไปเที่ยวน้ำตกที่เคยใช้เป็นฉากในภาพยนตร์วัยรุ่นที่ได้รับความนิยม

ชุมชนเกือบทั้งหมดมีจุดแข็งอยู่ที่เส้นทางการชมธรรมชาติ หมู่บ้านแม่กลางหลวงขึ้นชื่อเรื่องทัศนียภาพอันสวยงามของภูเขาที่โอบล้อมอยู่อย่างเขียวขจี การปลูกกาแฟ และการทำนาแบบขั้นบันได หมู่บ้านห้วยฮี้ขึ้นชื่อเรื่องความสมบูรณ์ของธรรมชาติตลอดเส้นทางเดินป่าขึ้นดอยปู่อันสูงชัน และดอกลดด้วยไม้ป่าที่สวยงามและแปลกตา หมู่บ้านปลายโพงทางมีเอกลักษณ์เรื่องการชมหิ้งห้อย ในขณะที่หมู่บ้านแม่กำปองเป็นชุมชนคนเมืองที่อาศัยอยู่อย่างกลมกลืนกับธรรมชาติ การรักษารวมชาติให้คงอยู่จึงเป็นเรื่องสำคัญของการท่องเที่ยวชุมชน

อาหารเป็นเรื่องสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติซึ่งอาจจะไม่คุ้นเคยกับอาหารถิ่นหรือกลัวว่าจะท้องเสีย การได้ทดลองอาหารพื้นถิ่นบางมื้ออาจจะเป็นเรื่องดี แต่หากสามารถสั่งอาหารที่คุ้นเคยมารับประทานได้บ้างก็จะเป็นการช่วยให้เกิดความรู้สึกที่ผ่อนคลายมากขึ้น

ชุมชนที่สามารถส่งอาหารได้ อาทิเช่น หมู่บ้านปลายโพงพาง หมู่บ้านแม่กำปอง และหมู่บ้านแมกลางหลวง บางแห่งยังมีบริการส่งอาหารจากร้านอาหารที่อยู่ไกลออกไปประมาณ 20 นาทีมาให้ นักท่องเที่ยวถึงที่พักอีกด้วย

สำหรับนักท่องเที่ยวเชิงมานุษยวิทยาที่ต้องการลิ้มรสวิถีชีวิตจริง การอยู่ร่วมกับชาวบ้านในสถานที่ที่เป็นอยู่ก็เป็นสิ่งที่ปรารถนาอยู่แล้ว แต่สำหรับนักท่องเที่ยวจากในเมืองต้องมีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพห้องพักและห้องน้ำของชุมชนบางแห่งมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน ในบ้านพักบางแห่งพบว่าไม่ได้มีการเปลี่ยนผ้าปูที่นอนและผ้าห่มเลยเมื่อเปลี่ยนแขกใหม่ อีกทั้งกลอนประตูก็เสียทำให้ไม่ปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวหญิง นอกจากนี้ห้องน้ำของบางหมู่บ้านก็มีรอยแตกของฝาไม้ทำให้สามารถมองลอดเข้ามาจากภายนอกได้

ในด้านสารสนเทศในขั้นตอนของการอยู่ในชุมชนนั้นเรื่องป้ายบอกอัตราการใช้บริการต่างๆ ในชุมชนเป็นเรื่องจำเป็น โดยปกตินักท่องเที่ยวจะกลัวเรื่องค่าใช้จ่ายที่เกินกว่าความคาดหมายและต้องการประหยัดในขณะที่มีความต้องการเที่ยวที่หลากหลาย ความต้องการที่ขัดแย้งกันนี้แก้ไขได้เมื่อชุมชนมีป้ายแสดงบริการที่มีให้พร้อมทั้งราคา ที่หมู่บ้านแมกลางหลวงมีป้ายประชาสัมพันธ์อัตราค่าบริการอยู่ที่อาคารศูนย์ท่องเที่ยวของชุมชน ที่หมู่บ้านห้วยฮี้ก็มีเช่นกัน แต่ที่หมู่บ้านแม่กำปองและปลายโพงพางยังแสดงไว้ไม่ชัดเจน การสอบถามราคาจึงยังต้องถามจากผู้ให้บริการโดยตรง

ในชุมชนที่มีกิจกรรมเดินป่าจำเป็นต้องมีไกด์ นักท่องเที่ยวต้องจ่าย 200 บาท สำหรับไกด์หนึ่งคนที่หมู่บ้านแมกลางหลวงซึ่งจะพาเที่ยวชมน้ำตก ส่วนที่หมู่บ้านห้วยฮี้ต้องมีไกด์ถึง 2 คนช่วยกันเพราะเส้นทางยาวไกลมาก และที่หมู่บ้านปลายโพงพางมีไกด์คือคนขับเรือซึ่งสามารถอธิบายให้ฟังถึงสภาพของชุมชนในอดีต การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว วิถีชีวิตของชาวบ้าน ธรรมชาติของห้วย และสรรพสิ่งที่เกี่ยวกับหมู่บ้านเพราะคนขับเรือทั้งหมดเป็นคนในพื้นที่

ชุมชนบางแห่งยากที่จะติดต่อโลกภายนอกด้วยโทรศัพท์ สัญญาณโทรศัพท์ของหมู่บ้านห้วยฮี้มีอยู่เพียงบนยอดคดอยปุยเท่านั้น การจะขึ้นไปถึงคดอยปุยต้องเดินไปถึง 3 ชั่วโมง

นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวชุมชนอาจจะไม่เข้าใจว่าข้อควรปฏิบัติในชุมชนมีอะไรบ้าง ทำให้อาจจะเกิดการละเมิดไปทำลายธรรมชาติและบรรยากาศของชุมชน เช่น การไล่จับห้วย การส่งเสียงดังในเรือระหว่างชมห้วย การกอดจูบกันในที่สาธารณะและในคลอง การทิ้งขยะลงในคลอง เป็นต้น การประพาศที่ไม่เหมาะสมเช่นนี้ทำให้ชาวบ้านเกิดความไม่พอใจและอาจจะไม่ยินดีที่จะส่งเสริมการท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวเองแล้ว ข้อมูลสำหรับการเตรียมความพร้อมเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น วิธีปฏิบัติกรณีเรือล่ม เส้นทางออกจากหมู่บ้าน หมายเลขโทรศัพท์ที่จะติดต่อยามฉุกเฉิน บุคคลที่รับผิดชอบยามเกิดเหตุฉุกเฉิน ทั้งด้านการแพทย์และการปกครองเป็นเรื่องจำเป็นที่ไม่ควร

มองข้าม บางหมู่บ้านสามารถตามแพทย์มาได้ตลอด 24 ชั่วโมง บางหมู่บ้านที่ตำรวจเข้าไปได้ยากจะมีผู้รับผิดชอบในกรณีเหตุร้ายแรงแทน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน กำนัน เจ้าหน้าที่ตำรวจชุมชน เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ เป็นต้น บุคคลเหล่านี้จะเป็นคนกลุ่มแรกที่จะเข้ามาถึงพื้นที่และเป็นคนกลางในการไกล่เกลี่ยเหตุร้ายต่างๆ ในขณะที่ตำรวจอาจจะมาถึงในวันรุ่งขึ้น

ในด้านการเงิน (Financial flow) พบว่ายังไม่มียุทธศาสตร์มากนักในขณะที่นักท่องเที่ยวอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว ส่วนหนึ่งเพราะนักท่องเที่ยวเตรียมเงินสดมาพอสำหรับค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้น และค่าใช้จ่ายต่างๆ ก็ไม่สูงมาก ดังนั้นจึงยังไม่มีความจำเป็นที่นักท่องเที่ยวต้องเบิกเงินสดหรือใช้บัตรเครดิตหรือแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ แต่หากนักท่องเที่ยวมีเวลาพักที่ยาวนานขึ้นอาจจะทำให้เรื่องการเงินมีบทบาทมากขึ้นกว่านี้ อย่างไรก็ตาม การแจ้งตำแหน่งที่ตั้งของเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ที่อยู่ใกล้ชุมชนที่สุดให้แก่นักท่องเที่ยวจะเป็นประโยชน์สำหรับกรณีที่นักท่องเที่ยวมีเงินสดไม่พอจ่ายค่าบริการ

3) ขั้นตอนการออกจากสถานที่ท่องเที่ยว

ในขั้นตอนของการเดินทางออกจากสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าเรื่องการเงิน (Financial flow) มีบทบาทมากที่สุด นักท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องชำระค่าที่พักและรายการทัวร์ต่างๆ ที่ได้ใช้บริการไปแล้ว ในกรณีที่นักท่องเที่ยวมาเป็นกลุ่มใหญ่หรือพักหลายวันอาจจะเป็นค่าใช้จ่ายจำนวนมาก ซึ่งเงินสดที่มีมาแต่เดิมก็หมดไปจากการซื้อสินค้า อาหาร บริการท่องเที่ยวต่างๆ และของที่ระลึก ทำให้อาจจะเกิดปัญหาไม่มีเงินสดมากพอที่จะจ่ายค่าที่พักชุมชนโดยส่วนใหญ่ไม่สามารถรับบัตรเครดิตได้ ดังนั้นนักท่องเที่ยวต้องประมาณการค่าใช้จ่ายและเตรียมเงินสดไปให้เพียงพอ

ชุมชนบางแห่งรับนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวต่างชาติมากกว่าคนไทย โดยเฉพาะที่มาเป็นกลุ่มแล้วทำกิจกรรมทำนาหรือเดินป่า นักท่องเที่ยวเหล่านี้อาจจะมีเงินบาทไม่มากพอแต่มีเงินดอลลาร์สหรัฐ ความยืดหยุ่นในการรับชำระเงินเป็นดอลลาร์สหรัฐ ด้วยอัตราแลกเปลี่ยนที่เหมาะสมจะทำให้เกิดความคล่องตัวในการรับจ่ายเงินค่าที่พักและบริการท่องเที่ยวชุมชน

ตารางที่ 6-6: เกณฑ์สมรรถนะสิ่งอำนวยความสะดวกที่ชุมชนมีไว้ให้บริการสำหรับขั้นตอนของการออกจากสถานที่ท่องเที่ยว

รายการ	ห้วยฮี้	ผานกกก	แม่กลางหลวง	แม่กำปอง	ปลายโพงพาง
ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)					
มีบริการติดต่อให้รถมารับออกจากชุมชน	X	X	X	X	X
ด้านการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)					
มีป้ายบอกทางออกจากชุมชน	X	X	X	X	X
การแสดงผลที่ตั้งของเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ที่อยู่ใกล้ที่สุด	X	X	X	X	X
ด้านการไหลเวียนทางการเงิน (Financial flow)					
รับบัตรเครดิต	X	X	X	X	X
รับชำระเงินเป็นเงินตราต่างประเทศ	X	X	✓	X	X

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

บทบาทของการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) แม้จะน้อยลงกว่าในขั้นตอนการเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว แต่ก็ยังสำคัญโดยเฉพาะการมียานพาหนะส่วนตัวที่จะนำนักท่องเที่ยวออกจากพื้นที่ เนื่องจากหมู่บ้านส่วนใหญ่รถประจำทางเข้าไม่ถึง มีเพียงหมู่บ้านปลายโพงพางเพียงแห่งเดียวที่มีรถสองแถวและมอเตอร์ไซค์รับจ้างให้บริการ แต่ก็รู้กันในหมู่นักท่องเที่ยวในพื้นที่เท่านั้นและไม่เหมาะสำหรับผู้ที่มีสัมภาระเป็นจำนวนมาก

ในด้านสารสนเทศ (Information flow) มีบทบาทน้อยลงมากในขั้นนี้ เป็นปกติที่นักท่องเที่ยวทราบแล้วว่าเส้นทางที่จะเข้ามายังชุมชนเป็นอย่างไรทำให้การเดินทางออกง่ายขึ้นมาก แต่มีชุมชนบางแห่งยังตั้งอยู่ในพื้นที่ที่ค่อนข้างซับซ้อนจากตรอกซอกซอยขนาดเล็กเป็นจำนวนมาก ดังนั้นการมีป้ายบอกทาง เช่น ทางกลับกรุงเทพฯ จะช่วยให้นักท่องเที่ยวง่ายขึ้นสำหรับการเดินทางออกจากชุมชน

6.4.2 แนวทางปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน

ในการแสวงหาการปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน การศึกษานี้ได้พบจากหลายชุมชนซึ่งได้ประมวลมาไว้ด้วยกัน 5 เรื่อง โดยไม่ได้เรียงตามลำดับความเป็นเลิศแต่อย่างใด ดังนี้

วิธีปฏิบัติที่ดีเรื่องที่ 1: การทำความเข้าใจเรื่องเวลาการเดินทางเรือชมหิ่งห้อย

แม้ว่ากิจกรรมการชมหิ่งห้อยที่หมู่บ้านปลายโพงพางจะอาศัยยามค่ำคืนเป็นเวลาประกอบกิจกรรม แต่เสียงเรือที่ดังรบกวนชาวบ้านทำให้ต้องมีการพบกันครั้งทางระหว่างผู้ประกอบการและชาวบ้าน โดยที่การเดินทางจะสิ้นสุดลงไม่เกิน 4 ทุ่ม ซึ่งเป็นเวลาที่มากพอที่ผู้ประกอบการจะสามารถสร้างรายได้และไม่ตึกเกินไปจนทำให้ชาวบ้านเกิดความรำคาญ

วิธีปฏิบัติที่ดีเรื่องที่ 2: การขนถ่ายนักท่องเที่ยวเพื่อการลงเรือชมหิ่งห้อยในช่วงน้ำลด

การชมหิ่งห้อยที่หมู่บ้านปลายโพงพางมีอุปสรรคเรื่องเวลาน้ำขึ้นน้ำลง โดยเฉพาะเวลาน้ำลงจะทำให้คลองบางช่วงไม่สามารถเดินเรือได้ การแก้ไขปัญหานี้ของผู้ประกอบการทำโดยนำเรือออกไปรอรับนักท่องเที่ยวตั้งแต่เวลาน้ำขึ้นแล้วจอดรอนักท่องเที่ยวยังจุดที่พอจะมีน้ำ หลังจากนั้นทำการลำเลียงนักท่องเที่ยวด้วยรถผ่านเรือกสวนมะพร้าวไปยังจุดที่เรือรออยู่แล้วถ่ายเทนักท่องเที่ยวลงเรือเมื่อชมหิ่งห้อยเสร็จก็ลำเลียงนักท่องเที่ยวขึ้นรถเพื่อกลับที่พัก แม้ว่าการดำเนินการเช่นนี้จะทำให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มขึ้นแต่ก็ไม่ได้เพิ่มอัตราการให้บริการแต่อย่างใด

วิธีปฏิบัติที่ดีเรื่องที่ 3: ความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนเส้นทางชมหิ่งห้อย

วิธีปฏิบัติที่ดีเรื่องที่ 4: การให้บริการอย่างเป็นมาตรฐาน

หมู่บ้านแม่กำปองพยายามมีการให้บริการด้านที่พักเช่นเดียวกับบริการของโรงแรมขนาดเล็ก โดยมีการทำความสะอาดห้องพัก เปลี่ยนผ้าปูที่นอนเมื่อเปลี่ยนแขกใหม่ และให้ความสำคัญกับความสะอาดสบายแก่นักท่องเที่ยวที่จะคาดหวังได้จากโรงแรมทั่วไป การให้บริการเช่นนี้เป็นมาตรฐานที่บ้านทุกหลังที่ให้บริการท่องเที่ยวจะต้องปฏิบัติเหมือนกันทั้งหมด

วิธีปฏิบัติที่ดีเรื่องที่ 5: การส่งแผนที่ของชุมชนไปให้นักท่องเที่ยวทางโทรสาร

หมู่บ้านปลายโพงพางประสบปัญหาเรื่องป้ายบอกทางที่ทำไว้แล้วก็โดนรื้อถอนไป และนักท่องเที่ยวไม่ได้ศึกษาแผนที่ทางเข้าหมู่บ้านจากเว็บไซต์ (www.plypongpang.com) มาก่อน ทำให้นักท่องเที่ยวอาจจะหลงทางได้ ทางศูนย์ฯ จึงใช้วิธีส่งแผนที่ไปให้นักท่องเที่ยวทางโทรสาร (Fax) ซึ่งได้ผลดีในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่โทรศัพท์มาจองที่พักล่วงหน้าและมีเครื่องรับโทรสาร

6.4.3 ความสามารถในการนำนักท่องเที่ยวออกจากสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน

ประเด็นสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวชุมชนที่ไม่ควรมองข้ามคือการนำนักท่องเที่ยวออกจากชุมชนในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉิน เช่น การประสบอุบัติเหตุ การเจ็บป่วยกะทันหัน หรือการทะเลาะวิวาทจนได้รับบาดเจ็บ เป็นต้น สถานที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวต้องรีบเดินทางไปให้ถึงคือโรงพยาบาลและสถานีตำรวจ ในการศึกษานี้ได้ศึกษาระยะเวลา เวลา และสภาพเส้นทางของการเดินทางดังกล่าวไว้ดังแสดงในตารางที่ 6-7 ซึ่งค่าในตารางได้มาจากการเก็บข้อมูลจำนวน 5 หมู่บ้าน ดังนี้

ตารางที่ 6-7: ดัชนีชี้วัดด้านความสามารถในการนำนักท่องเที่ยวออกจากสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน

รายการ	ค่ามากที่สุด (Max)	ค่าน้อยที่สุด (Min)	ค่าเฉลี่ย (Average)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (s.d.)
ระยะห่างจากตัวเมืองที่ใกล้ที่สุด (กม.)	33	20	26.60	5.68
ระยะเวลาเดินทางจากตัวเมืองที่ใกล้ที่สุด (นาที)	73	20	43.60	22.07
ระยะห่างจากสถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุด (กม.)	10	1	5.40	3.85
ระยะเวลาเดินทางไปสถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุด (นาที)	20	5	10.00	7.07
ระยะห่างจากโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่ใกล้ที่สุด (กม.)	36	19	28.20	7.19
ระยะเวลาเดินทางไปโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่ใกล้ที่สุด (นาที)	77	25	48.80	20.07
ระยะห่างจากสถานีตำรวจที่ใกล้ที่สุด (กม.)	35	3	17.90	15.74
ระยะเวลาเดินทางไปสถานีตำรวจที่ใกล้ที่สุด (นาที)	78	5	29.60	30.22
จำนวน อสม. ในหมู่บ้าน (คน)	17	5	8.60	4.77
จำนวนพยาบาลวิชาชีพ ณ สถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุด (คน)	2	0	0.60	0.89
จำนวนรพพยาบาล ณ สถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุด (คัน)	0	0	-	-
จำนวนตำรวจ ณ สถานีตำรวจที่ใกล้ที่สุด (นาย)	150	2	32.60	65.63
ระยะทางถนนลาดยางเข้าหมู่บ้าน (กม.)	33	14	23.00	6.96
ระยะทางถนนลูกรังเข้าหมู่บ้าน (กม.)	18	0	3.60	8.05

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ชุมชนที่ให้บริการท่องเที่ยวโดยมากจะมีสถานีอนามัยเป็นสถานพยาบาลที่ใกล้ที่สุดโดยมีระยะทางจากชุมชนไม่เกิน 10 กิโลเมตร ใช้เวลาการเดินทางไม่เกิน 20 นาที บางแห่งใช้เวลาเพียง 5 นาทีเท่านั้น แต่บริการของสถานีอนามัยไม่สามารถรองรับกรณีที่เกิดเหตุรุนแรงเป็นอันตรายถึงชีวิตได้ บุคลากรด้านการแพทย์ที่สำคัญคือ อาสาสมัครหมู่บ้าน (อสม.) ซึ่งมีโดยเฉลี่ยชุมชนละ 8 - 9 คน เจ้าหน้าที่เหล่านี้รู้วิธีการปฐมพยาบาลเบื้องต้น วิธีฆ่าเชื้อ วิธีการดูแลผู้ป่วย บางชุมชนมีพยาบาลวิชาชีพอยู่ ณ สถานีอนามัยจำนวน 2 คน แต่บางแห่งก็ไม่มีเลย

ในกรณีที่เกิดเหตุร้ายแรงซึ่งอาจถึงชีวิต นักท่องเที่ยวอาจจะต้องเดินทางไปโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่ใกล้ที่สุด ซึ่งที่หมู่บ้านปลายโพงพางจะเดินทางไปโรงพยาบาลพระพุทธเลิศหล้า โดยนั่งเรือมาต่อรถอีกครั้งที่วัดประชาฯ หมู่บ้านแม่กำปอง ชาวบ้านคุ้นเคยที่จะไปโรงพยาบาลนครพิงค์ หมู่บ้านแม่กลางหลวงไปโรงพยาบาลจอมทอง หมู่บ้านผานกกกไปโรงพยาบาลนครพิงค์ ในขณะที่หมู่บ้านห้วยฮี้เดินทางไปโรงพยาบาลจังหวัดแม่ฮ่องสอน ซึ่งเส้นทางการเดินทางที่ใกล้ที่สุดคือ 19 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทาง 25 นาที และที่ใกล้ที่สุดเป็นระยะทาง 36 กิโลเมตร ใช้เวลาเดินทางประมาณ 77 นาที

สภาพเส้นทางของการเดินทางออกจากหมู่บ้าน บางหมู่บ้านเป็นถนนลาดยางตลอดทำให้คล่องตัว ใช้เวลาเดินทางไปถึงตัวเมืองเพียง 20 นาที แต่บางหมู่บ้าน เช่น หมู่บ้านห้วยฮี้มีถนนลูกรังยาวกว่า 18 กิโลเมตรและเป็นถนนขรุขระลาดชันตามไหล่เขา จึงใช้เวลาเดินทางกว่า 70 นาทีจึงจะไปถึงตัวเมือง

สำหรับสถานีตำรวจที่ใกล้ที่สุดอยู่ห่างจากชุมชนเพียง 3 กิโลเมตร และใกล้ที่สุดคือ 35 กิโลเมตร ใช้เวลาในการเดินทางไปที่สั้นที่สุดเพียง 5 นาที (ที่ตั้งของตำรวจชุมชน) และที่ใกล้ที่สุดใช้เวลาประมาณ 78 นาที อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านไม่ได้คาดหวังว่าตำรวจจะเป็นเจ้าหน้าที่กลุ่มแรกที่เข้ามาระงับเหตุ เพราะพื้นที่อยู่ห่างไกลและเดินทางลำบากประกอบกับในพื้นที่มีเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยประเภทอื่น เช่น ตำรวจชุมชน กองรักษาความปลอดภัยหมู่บ้าน เจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติที่จะเข้าถึงเหตุการณ์เป็นกลุ่มแรก หากเป็นเรื่องร้ายแรงถึงขั้นเสียชีวิตจะมีการขอกำลังสนับสนุนจากเจ้าหน้าที่ตำรวจมาโดยด่วน แต่หากเป็นเรื่องไม่ร้ายแรง เจ้าหน้าที่ตำรวจอาจจะมาในเช้าของวันถัดไป

6.5 ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน

การศึกษาเรื่องห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนได้วิเคราะห์องค์ประกอบต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทานแล้วสังเคราะห์ออกมาเป็นองค์ความรู้ 4 ประการ ดังต่อไปนี้

6.5.1 ความสามารถหลัก (Core competencies) ของการท่องเที่ยวชุมชน

ความสามารถหลัก (Core competencies) คือสิ่งที่ทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเกิดขึ้นและดำเนินต่อไปได้โดยหากปราศจากสิ่งนี้แล้วการท่องเที่ยวชุมชนจะต้องเลิกไป

ความสามารถหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่สองประการ คือ หนึ่ง ความยุติธรรมในการแบ่งสรรรายได้จากการท่องเที่ยว และสอง ความสามารถในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชาวบ้านให้เห็นถึงประโยชน์จากการท่องเที่ยว สองประการนี้จะนำมาซึ่งความร่วมมือของชาวบ้านในการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวพัก ตลอดจนการยอมให้มีการใช้ทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันระหว่างการท่องเที่ยวและชุมชน

จุดขายหลักของการท่องเที่ยวชุมชนตามที่เข้าใจกันคือ การศึกษาวิถีชีวิตของชุมชนตามที่เป็นจริง แต่จริงๆ แล้วชุมชนที่มีจุดขายเช่นนี้จริงๆ เท่าที่ศึกษาในครั้งนี้อยู่เพียงแห่งเดียวคือ หมู่บ้านห้วยอี จังหวัดแม่ฮ่องสอน ที่ยังคงมีความเป็นอยู่ที่ห่างไกลจากวัตถุนิยมและบริโภคนิยม อีกทั้งนักท่องเที่ยวมีเวลาที่จะเข้าถึงชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คนได้มากเพราะอาศัยกินอยู่ในบ้านของชาวบ้านอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ในหมู่บ้านอื่นโดยมากนักท่องเที่ยวจะพักที่บ้านพักซึ่งแยกออกมาจากบ้านของชาวบ้าน ด้วยเหตุผลของความเป็นส่วนตัวและความสะอาด ทำให้ไม่ได้ศึกษาชีวิตของชาวบ้านจริงๆ และเวลาที่ได้ไปส่วนใหญ่ในชุมชนเป็นการชมทัศนียภาพและการเดินทางไกลเพื่อชมธรรมชาติมากกว่า แม้แต่ที่หมู่บ้านปลายโพงพางซึ่งนักท่องเที่ยวพักในบ้านหลังเดียวกับชาวบ้านแต่ก็ไม่ได้สัมผัสวิถีชีวิตของชาวบ้าน เพราะใช้เวลาส่วนใหญ่กับการนั่งเรือชมหนึ่งห้วย อีกทั้งไม่ได้รับประทานอาหารกับชาวบ้าน เพราะทางศูนย์ฯ ของหมู่บ้านเป็นผู้จัดการเรื่องอาหารทั้งหมด

ความสามารถหลักของการท่องเที่ยวชุมชนจึงอยู่ที่การจัดการให้ชาวบ้านร่วมมือเปิดบ้านเพื่อให้แขกต่างบ้านต่างเมืองมาพัก และอยู่ได้มาตรฐานเดียวกัน ทั้งในเรื่องการให้บริการนักท่องเที่ยวและมาตรฐานการแบ่งสรรรายได้ ความร่วมมือของชาวบ้านนี้หากหายไปย่อมทำให้การท่องเที่ยวที่ให้บริการโดยชุมชนต้องล้มเลิกไปโดยปริยาย แล้วกลายเป็นการให้บริการท่องเที่ยวในลักษณะโรงแรมระดับครัวเรือนเท่านั้น ไม่ใช่การให้บริการโดยทั้งชุมชนอีกต่อไป

1) การจัดสรรรายได้

การจัดสรรรายได้ของแต่ละหมู่บ้านมีลักษณะเฉพาะตัวตามบริบทของตน

หมู่บ้านผานกกกเริ่มต้นทำการท่องเที่ยวชุมชนโดยมีสำนักงานสงเคราะห์ชาวเขาเป็นที่เลี้ยงและช่วยสร้างบ้านพักให้หลังหนึ่ง สามารถรองรับแขกได้ประมาณ 15 คน ให้เป็นของส่วนกลางของหมู่บ้านดังนั้นรายได้จึงเกิดจาก 2 ส่วน คือ ส่วนที่แขกพักอยู่บ้านชาวบ้าน ซึ่งมีบ้านหลักอยู่ 12 หลัง ที่ผ่านเกณฑ์มาตรฐาน รายได้ส่วนนี้เจ้าของบ้านจะได้เต็มจำนวนไม่มีการหักเข้ากองกลางของหมู่บ้าน รายได้ที่เข้ากองกลางของหมู่บ้านนั้นเกิดจากแขกที่เข้าพักในบ้านพักที่เป็นของส่วนกลางและกิจกรรม

การแสดงวิถีชีวิตของชุมชนชาวม้ง เงินกองกลางนี้หลังจากหักค่าใช้จ่ายต่างๆ ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการจัดกิจกรรม และค่าแรงของชาวบ้านที่เข้าร่วมแสดงแล้ว ที่เหลือจะเป็นเงินทุนส่วนกลางใช้ในการปรับปรุงสภาพหมู่บ้านและอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

หมู่บ้านแม่กลางหลวงมีรายได้มาจาก 2 แหล่ง รายได้จากบ้านพักของชาวบ้าน ซึ่งมีการจัดการให้นักท่องเที่ยวหมุนเวียนเข้าพักในบ้านทั้ง 20 หลังที่เข้าร่วม เงินส่วนนี้จะถูกหัก 10 เปอร์เซ็นต์เพื่อใช้ปรับปรุงพัฒนาหมู่บ้านและเส้นทางเดินป่าชมธรรมชาติ ส่วนรายได้ที่เกิดจากบ้านพักที่มีชาวบ้านบางส่วนเข้าหุ้นกันสร้าง มีรูปแบบการจัดการคล้ายสหกรณ์ รายได้ส่วนนี้เป็นรายได้หลักของหมู่บ้าน (รวมอยู่ในรายการเข้ากองกลาง) หลังจากหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ เช่น ค่าประชาสัมพันธ์ ค่าแรงงานแล้ว ผู้ถือหุ้นก็จะประชุมกันเพื่อประชุมกันว่าจะจ่ายเงินปันผลกี่เปอร์เซ็นต์จากกำไรสุทธิ (รายจ่ายอื่นๆ) เงินส่วนที่เหลือจะใช้เป็นกองทุนพัฒนาการท่องเที่ยวของหมู่บ้าน

หมู่บ้านห้วยฮี้เนื่องจากเป็นหมู่บ้านขนาดเล็ก (27 ครัวเรือน) ทุกครัวเรือนเข้าร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว และอยู่ห่างไกลจากวิถีชีวิตแบบชาวเมือง ทำให้การจัดสรรรายได้เป็นไปอย่างช่วยเหลือเกื้อกูลกันมากที่สุด มีการจัดคิวหมุนเวียนบ้านพักที่ใช้รับรองนักท่องเที่ยว รายได้จะถูกหัก 15 เปอร์เซ็นต์ เข้ากองกลาง ชาวบ้านทุกครัวเรือนมีส่วนร่วมในการตัดสินใจใช้เงินกองกลาง ซึ่งส่วนใหญ่ถูกนำไปให้ชาวบ้านกู้ยืม ในรายที่ทุกซยยากจริงๆ ก็จะเป็นการให้เปล่า (คือค่าใช้จ่ายอื่นๆ ร้อยละ 6)

หมู่บ้านแม่กำปองมีการจัดสรรรายได้ที่เป็นระบบมากที่สุด เนื่องจากการจัดการท่องเที่ยวชุมชนของหมู่บ้านแม่กำปองเป็นการต่อยอดมาจากสหกรณ์การไฟฟ้าของหมู่บ้าน นักท่องเที่ยวจะต้องจ่ายค่าบริการสำหรับวันแรก 550 บาท เจ้าของบ้านได้รับเป็นค่าที่พักและอาหาร โดยจะถูกหักออก 10 บาท ซึ่งจะนำไปรวมกับค่าธรรมเนียมแรกเข้าอีก 200 บาท เป็นเงินกองกลางทั้งสิ้น 210 บาท เงินกองกลางจะถูกนำไปใช้บำรุงกิจกรรมที่มีการจัดแสดงตามจุดต่างๆ ของหมู่บ้าน 100 บาท (อยู่ในรายจ่ายเพื่อการดำเนินการ) ค่าติดต่oprสานงาน 22 บาท เข้าสหกรณ์การไฟฟ้าที่ทุกครัวเรือนในหมู่บ้านมีหุ้นอยู่ 66 บาท (รายจ่ายอื่นๆ) และค่าเก็บขยะรักษาสิ่งแวดล้อมในหมู่บ้านและแหล่งท่องเที่ยว 22 บาท (เงินกองกลางคงเหลือ)

ตารางที่ 6-8: การจัดสรรรายได้ของแต่ละหมู่บ้านประจำปี พ.ศ. 2549

รายการ	ผานกกก	แม่กลาง หลวง	แม่กำปอง	ห้วยฮี้
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	350	3,150	2,336	524
รายรับรวมทั้งหมู่บ้าน (บาท)	34,038	280,000	1,290,560	131,000
รายรับรวมทั้งหมู่บ้าน (ร้อยละ)	100.00	100.00	100.00	100.00
รายได้ของครัวเรือน (ร้อยละ)	42.39	9.64	61.99	85.00
เข้ากองกลาง (ร้อยละ)	57.61	90.36	38.01	15.00
รายจ่ายเพื่อการดำเนินการ (ร้อยละ)	29.38	55.71	22.08	4.08
รายจ่ายเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (ร้อยละ)	-	1.07	-	1.15
รายจ่ายอื่นๆ (ร้อยละ)	0.00	20.14	11.95	6.01
เงินกองกลางคงเหลือ (ร้อยละ)	28.23	13.43	3.98	3.77

หมายเหตุ: เครื่องหมาย "-" ไม่สามารถระบุจำนวนที่แน่นอน

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 6-9: รายได้ต่อครัวเรือนที่เข้าร่วมให้บริการบ้านพักแก่นักท่องเที่ยวในปี พ.ศ. 2549

รายการ	ผานกกก	แม่กลาง หลวง	แม่กำปอง	ห้วยฮี้
จำนวนครัวเรือนในหมู่บ้าน	70	61	132	27
จำนวนครัวเรือนที่เป็นโฮมสเตย์	12	20	16	27
ร้อยละของครัวเรือนที่เป็นโฮมสเตย์	17	33	12	100
รายได้ต่อครัวเรือนที่เข้าร่วม (บาท/ปี)	842	824	66,000	1,114

ที่มา: จากการคำนวณ

ความร่วมมือของชาวบ้านจะเกิดขึ้นได้และอยู่ไปอย่างยั่งยืนเมื่อการแบ่งสรรรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นไปอย่างยุติธรรม หากชาวบ้านคิดว่าผู้นำในส่วนกลางได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวมากกว่า ก็มักจะแยกตัวออกมารับนักท่องเที่ยวเอง ซึ่งอาจจะได้รายได้มากกว่าทั้งในเรื่องที่พัก การให้เข่ายานพาหนะเพื่อการสัญจรในชุมชน และการทำอาหารให้นักท่องเที่ยวทุกมื้อ บ้างก็ลงทุนสร้างรีสอร์ทขึ้นมาอย่างเป็นล่ำเป็นสันแยกออกจากบ้านของตน ดังนั้น ความยุติธรรมเท่านั้นที่จะทำให้ความร่วมมือยังคงอยู่

2) การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวร่วมกัน

ชุมชนที่ยังไม่มีวิถีชีวิตแบบอาศัยกลไกตลาดก็สามารถจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพเช่นเดียวกับชุมชนเข้าสู่ระบบกลไกตลาด เช่น หมู่บ้านห้วยฮี้สามารถดูแลเส้นทางเดินเที่ยวชมธรรมชาติที่ใช้เวลาเดินรอบประมาณ 4 - 6 ชั่วโมง ด้วยงบประมาณ 1,500 บาท ที่ถูกนำไปใช้ในการซื้อวัสดุ อุปกรณ์ และจัดทำอาหารเลี้ยง ขณะที่หมู่บ้านแม่กำปองใช้วิธีจ้างชาวบ้านเก็บขยะในหมู่บ้านและแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ

การจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวที่ใช้ประโยชน์ร่วมกันเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่จะทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเข้มแข็งและเกิดขึ้นได้ เช่น คลองและหิ้งห้อยเป็นทรัพยากรท่องเที่ยวที่ทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยวต่างก็ใช้ประโยชน์ในการสัญจรตามปกติของชาวบ้าน เมื่อต้องหลีกเลี่ยงให้กับเรือของนักท่องเที่ยว และหิ้งห้อยที่ต้นลำพูนหน้าบ้านที่สร้างความสงบรวมรื่นให้กับเจ้าของบ้านกับการมาเยือนของเรือเสียงดังจำนวนมากและตลอดทั้งคืน ความเคยชินในการทิ้งขยะลงแม่น้ำกับการต้องรักษาความสะอาดของแม่น้ำ ความร่วมมือในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวเหล่านี้หากชุมชนไม่ได้ให้ความร่วมมือแล้ว การท่องเที่ยวชุมชนก็คงไม่อาจจะดำรงอยู่ได้เช่นกัน ความร่วมมือในประเด็นนี้อยู่ที่

การทำความเข้าใจกับชาวบ้านถึงประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่หมู่บ้านจะได้รับ ดังนั้นความสามารถหลักของการท่องเที่ยวชุมชนจึงอยู่ที่การสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชาวบ้าน

6.5.2 จุดเชื่อมต่อที่ยังขาดหาย (Missing links) ของการท่องเที่ยวชุมชน

จุดเชื่อมต่อภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนที่ยังขาดหายไปที่พบในการศึกษานี้ มีอยู่ 4 แห่ง ดังนี้

จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไปแห่งที่ 1: มาตรฐานด้านสารสนเทศที่แตกต่างกันระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ

ชาวต่างชาติถูกปลูกฝังให้รักการแสวงหาข้อมูลด้วยตัวเองอย่างละเอียดก่อนดำเนินการเรื่องต่างๆ และในต่างประเทศโดยเฉพาะยุโรปจะให้ความสำคัญกับชื่อถนน โดยมีป้ายบอกชื่อถนนอย่างชัดเจนทุกหนแห่ง ทำให้นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะพบสิ่งเหล่านี้ในประเทศไทยด้วย แต่กลับพบว่าในประเทศไทยนั้นมีการบอกตำแหน่งที่ตั้งของสถานที่ด้วยสถานที่ใกล้เคียง เช่น อยู่ข้างวัดโคกเกตุ หรือ เลย์ที่ทำการอุทยานฯ ไปอีกนิดหน่อย เหตุเพราะคนไทยไม่นิยมจดจำและบอกชื่อถนน ทำให้เกิดปัญหาเพราะว่านักท่องเที่ยวต่างชาติหาสถานที่สังเกตเช่น วัด หรือ ที่ทำการอุทยานฯ ไม่พบในแผนที่ ดังนั้นจึงไม่สามารถหาที่ตั้งของชุมชนที่ให้บริการท่องเที่ยวพบ อีกทั้งระหว่างทางก็ไม่มีป้ายบอกทาง หรือไม่มีป้ายที่เป็นภาษาอังกฤษ ยิ่งทำให้การเดินทางของชาวต่างชาติที่ต้องการมาท่องเที่ยวอย่างอิสระเป็นไปอย่างยากลำบาก นักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาถึงชุมชนเกือบทั้งหมดจึงเป็นกลุ่มที่มากับไกด์คนไทยหรือทัวร์ที่พามาส่งถึงชุมชน

จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไปแห่งที่ 2: ความร่วมมือระหว่างชุมชนหรือคลัสเตอร์

การท่องเที่ยวชุมชนส่วนใหญ่ดำเนินการโดยชุมชนหนึ่งชุมชนใดเพียงแห่งเดียว ซึ่งชุมชนดังกล่าวจะตั้งอยู่อย่างโดดเดี่ยวห่างไกลจากชุมชนอื่น ทำให้เป็นข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ที่จะขยายการท่องเที่ยวให้กว้างขวางครอบคลุมพื้นที่มากขึ้นออกไป ความจำกัดเชิงพื้นที่ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกที่ถูกจำกัดอยู่ในพื้นที่แคบๆ และไม่มีกิจกรรมท่องเที่ยวที่หลากหลาย การท่องเที่ยวชุมชนจึงไม่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวไว้ได้หลายคืน

ข้อจำกัดอีกประเภทหนึ่งของการขยายคลัสเตอร์เกิดจากความขัดแย้งทางผลประโยชน์ แม้การท่องเที่ยวจะสามารถกระทำข้ามไปยังหมู่บ้านที่ติดต่อกันได้อย่างกว้างขวาง แต่การแย่งชิงผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวทำให้แต่ละหมู่บ้านจัดการท่องเที่ยวของตนเองโดยไม่สนใจที่จะเชื่อมโยงการท่องเที่ยวมาถึงกัน ไม่มีการส่งนักท่องเที่ยวต่อมาถึงกันทั้งๆ ที่สามารถเชื่อมต่อกิจกรรมท่องเที่ยวระหว่างกันได้เพราะมีความสามารถเฉพาะด้านที่ไม่เหมือนกันและมีทรัพยากรท่องเที่ยวที่ต่างกัน เช่น ฝ่ายหนึ่งมีตลาดน้ำ ในขณะที่อีกฝ่ายหนึ่งมีการทำน้ำตาลมมะพร้าว เป็นต้น ไม่เพียง

เท่านั้น ยังอาจมีการพยายามกีดกันไม่ให้นักท่องเที่ยวล้าเข้าไปในชุมชนของอีกฝ่ายหนึ่ง เช่น การสร้างบ้านพักตากอากาศหน้าชุมชนของอีกฝ่ายหนึ่ง เป็นต้น

จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไปแห่งที่ 3: ศักยภาพด้านการดูแลสุขภาพและแก้ไขปัญหาฉุกเฉินของนักท่องเที่ยวในชุมชน

ห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนยังไม่มีคุณสมบัติโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยวเมื่อประสบอุบัติเหตุ สถานพยาบาลในแหล่งท่องเที่ยวชุมชนยังมีศักยภาพในระดับที่จะให้บริการเฉพาะคนในชุมชนเท่านั้น แต่ยังไม่ได้มาตรฐานของการบริการนักท่องเที่ยวในระดับสากล

จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไปแห่งที่ 4: เทคโนโลยีที่เหมาะสม

เรือหางยาวก่อให้เกิดเสียงดังรบกวนชาวบ้านสองฝั่งคลองจนกระทั่งชาวบ้านเคยต่อต้านการท่องเที่ยวมาแล้ว ในประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ประเทศเนเธอร์แลนด์ได้ใช้เรือไฟฟ้าแทนสำหรับกิจกรรมการพานักท่องเที่ยวล่องเรือตามลำน้ำเพราะไม่ก่อให้เกิดเสียงดัง

6.5.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ (Success factors) ของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จคือ สิ่งที่จะทำให้เกิดความสำเร็จในการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานให้ขยายใหญ่ขึ้น มีความครบถ้วนสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น และแข็งแกร่งมากขึ้น ในการศึกษาที่พบปัจจัยแห่งความสำเร็จในการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ 4 ปัจจัย คือ การมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน (Common direction) จังหวะการก้าวไปอย่างพร้อมเพรียงกัน (Symphonization) การแปรความขัดแย้งให้เป็นความร่วมมือ (Turning conflict into cooperation) และความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกัน (Sense of community)

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเรื่องที่ 1: การมุ่งไปในทิศทางเดียวกัน (Common direction)

การท่องเที่ยวชุมชนจะไม่สามารถดำเนินไปอย่างยั่งยืนและการพัฒนาระบบโลจิสติกส์จะไม่เกิดผลขึ้นมาเลยหากทั้งชุมชนไม่มุ่งไปในทิศทางเดียวกัน คือ มุ่งส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่หมู่บ้านปลายโพพงพางไม่ได้มีชาวบ้านทั้งหมดที่เห็นด้วยกับการท่องเที่ยว บ้านบางหลังมีการตัดต้นลำพู บางหลังเปิดโทรทัศน์เสียงดังลั่นคลอง ซึ่งอาจจะเป็นเพราะการตอบโต้เสียงเรือหรือต้องการทำลายความสงบของคลองเพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวอยากมาเที่ยว

ชุมชนต้องมองถึงผลประโยชน์ระยะยาวมากกว่าระยะสั้น ผู้นำที่ทำให้ชาวบ้านเห็นว่าการท่องเที่ยวไม่ใช่เพียงผลประโยชน์ระยะสั้น เช่น โรงทำน้ำตาลที่ต้อนรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มและวันละหลายๆ กลุ่มด้วยการโชว์ปิ่นต้นมะพร้าวและให้ชิมน้ำตาลสดฟรี ถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวบางกลุ่มจะไม่

ชื่อน้ำตาลเลยก็ตาม แต่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ก็มักจะชื่อน้ำตาลบรรจุกล่องกลับไปกันตามสมควร ส่วนหมู่บ้านอื่น เช่น แม่กลางหลวง ก็มีการแจกกาแฟให้นักท่องเที่ยวชิมฟรีเช่นกัน

การมุ่งไปสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวระดับประเทศอาจจะยังเป็นเรื่องไกลเกินไปแต่สามารถเป็นไปได้ เช่น หมู่บ้านปลายโพงพางที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นเอกลักษณ์และอุดมสมบูรณ์ คือ หิ่งห้อย ตลอดทั้งสายน้ำหากมีหิ่งห้อยเกาะต้นลำพูจะเปล่งแสงเหมือนเป็นไฟนำทางไปตลอดทั้งคลอง ทรัพยากรเช่นนี้หาไม่ได้ในพื้นที่อื่น ดังนั้นการเป็นผู้นำของการท่องเที่ยวชุมชนจึงเป็นสิ่งที่คาดหวังได้จากชุมชนปลายโพงพาง

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเรื่องที่ 2: จังหวะการก้าวไปอย่างพร้อมเพรียงกัน (Symphonization)

<p>โดยปกติการท่องเที่ยวชุมชนจะเกิดขึ้นเฉพาะในหมู่บ้านเดียว ไม่ว่าจะเป็หมู่บ้านผานกกก แม่กลางหลวง แม่กำปอง หรือห้วยอี ทำให้ทั้งชุมชนก้าวไปอย่างพร้อมเพรียงกันได้อย่างไม่ยากนัก แต่สำหรับอำเภออัมพวาแล้วมีคลัสเตอร์ของการท่องเที่ยวกระจายอยู่หลายกลุ่ม ซึ่งการก้าวไปพร้อมๆ กันของแต่ละกลุ่มต้องอาศัยความสามารถในการสื่อสารของผู้นำชุมชน</p>
<p>คลัสเตอร์การท่องเที่ยวของอำเภออัมพวาประกอบด้วย 3 กลุ่มใหญ่ คือ กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยนำโดยกำนัน กลุ่มตลาดน้ำยามเย็นนำโดยนายกเทศมนตรีตำบลอัมพวาและสมาคมเอกชนอีกจำนวนหนึ่ง และกลุ่มรีสอร์ตที่สร้างโดยนักลงทุนรายย่อยอีกหลายราย แต่ละกลุ่มต่างพัฒนาไปตามความสนใจของตนเองและมีจุดขายที่ต่างกัน</p>
<p>กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยมีจุดขายอยู่ที่การเปิดบ้านของชาวบ้านให้เป็น Home stay จริงๆ คือ นักท่องเที่ยวจะได้อาศัยอยู่กับชาวบ้าน แล้วมีกิจกรรมชมหิ่งห้อยในคลองซอยต่างๆ ทางฝั่งซ้ายของแม่น้ำบางปะกง อาศัยความเงียบสงบและวิถีชีวิตพื้นถิ่นเป็นเสน่ห์ดึงดูดนักท่องเที่ยว</p>
<p>กลุ่มตลาดน้ำยามเย็นมีจุดขายที่การสร้างร้านจำหน่ายสินค้าและร้านอาหารขึ้นสองฝั่งของคลองอัมพวา แล้วเปิดให้คนเดินในวันศุกร์ เสาร์ และอาทิตย์ ลูกค้าของกลุ่มนี้จะมาจากกรุงเทพฯ เป็นส่วนใหญ่ ทั้งที่ขับรถส่วนตัวมาเองและที่มากับรถเมล์ ชสมก. ที่จัดรถเที่ยวพิเศษมาจังหวัดสมุทรสงคราม จำนวนผู้คนจะคลาคล่ำเหมือนตลาดนัดจตุจักร นักท่องเที่ยวสามารถสั่งอาหารที่จำหน่ายในเรือมาทานที่ริมตลิ่งซึ่งทำเป็นชั้นบันไดคอนกรีตได้ด้วย เมื่อตกเย็นนักท่องเที่ยวสามารถจ่ายเงินประมาณ 60 บาทเพื่อนั่งในเรือลำใหญ่เที่ยวชมหิ่งห้อยในคลองอัมพวาซึ่งอยู่ฝั่งขวาของแม่น้ำบางปะกง</p>

<p>กลุ่มสุดท้ายคือกลุ่มผู้ประกอบการรีสอร์ทเอกชน รีสอร์ทเหล่านี้มีหลายแห่ง แห่งหนึ่งมีบ้านพักจำนวน 3 - 4 หลัง การก่อสร้างเป็นไปอย่างสมัยใหม่ เน้นบรรยากาศที่สะดวกสบายริมคลอง และมีผู้ชายที่เป็นบ้านพักแยกออกมาจากบ้านของชาวบ้าน ทำให้นักท่องเที่ยวมีความเป็นส่วนตัว</p>
<p>คลัสเตอร์ทั้งสามกลุ่มมีทั้งที่สามารถเชื่อมโยงกันและที่อยู่อย่างโดดเดี่ยว กลุ่มตลาดน้ำยามเย็นกับกลุ่มรีสอร์ทมีทิศทางการพัฒนาไปในด้านความทันสมัยและต้อนรับนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ทำให้เกิดความเชื่อมโยงกันระหว่างกลุ่ม สังเกตได้จากการแนะนำลูกค้าให้แก่กันและกันระหว่างสองกลุ่มนี้ ในขณะที่กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยถูกโดดเดี่ยวจากกลุ่มอื่นเพราะเน้นที่การให้นักท่องเที่ยวพักกับชาวบ้าน และไม่ต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปจากวิถีชีวิตของชาวสวน</p>
<p>จังหวะของการพัฒนาที่ไม่สอดคล้องกันระหว่างกลุ่มตลาดน้ำผนวงรีสอร์ทกับกลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทย ทำให้เกิดบรรยากาศที่แปลกแยกเมื่อนักท่องเที่ยวได้ทดลองสัมผัสทั้งฝั่งซ้ายและฝั่งขวาของแม่น้ำบางปะกง นักท่องเที่ยวที่มีความรู้สึกได้ผ่อนคลายเอื่อยๆ ไปกับสายน้ำต้องตกใจกับความวุ่นวายที่ตลาดน้ำ และจังหวะการขับเรือที่รวดเร็วของเรือฝั่งคลองอัมพวา และเมื่อผนวกกับความเร่งรีบของอารมณ์คนขับเรือที่พานักท่องเที่ยวชมหนึ่งห้อยฝั่งคลองอัมพวาทำให้ปรับตัวตามไม่ทัน เพราะต่างไปอย่างสิ้นเชิงกับจังหวะและอารมณ์ที่นุ่มนวลและค่อยเป็นค่อยไปของคนเรือฝั่งกลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทย</p>
<p>จังหวะที่ไม่สอดคล้องกันเช่นนี้ทำให้เกิดคำถามถึงความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในชุมชนอัมพวา เพราะคนขับเรือฝั่งคลองอัมพวาที่มีตลาดน้ำอยู่นั้นจะเร่งรีบให้นักท่องเที่ยววิ่งผ่านหนึ่งห้อยโดยไม่ได้แวะชม เพราะต้องการขับเรือทำเวลาให้ได้อย่างน้อยสามรอบต่อวัน ในขณะที่การชมหนึ่งห้อยที่ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินควรใช้เวลาประมาณ 2 ชั่วโมงซึ่งคนเรือจะขับเรือได้เพียงรอบเดียวต่อวัน คุณภาพของการท่องเที่ยวที่ด้อยลงอันเกิดจากจังหวะความเร่งรีบที่จะสร้างรายได้เช่นนี้อาจจะทำให้การท่องเที่ยวของอัมพวาทรุดลงได้ในอนาคต</p>
<p>การเร่งเร้าจังหวะเพื่อสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวทำให้ชาวบ้านที่อยู่ในสมาชิกของกลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยเริ่มไม่พอใจกับรายได้ที่ได้น้อยกว่าผู้ที่สร้างรีสอร์ทขึ้นมาเองเพราะกลุ่มนั้นได้รายได้มากกว่า ดังนั้นสมาชิกเริ่มที่จะตั้งคำถามเรื่องการแบ่งสรรรายได้และมีแนวโน้มที่จะแยกตัวออกมาจากกลุ่ม จังหวะที่ช้าและเนิบนาบเกินไปของกลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยจึงสร้างปัญหาให้กับตัวเองเช่นกัน</p>

ความสำเร็จของการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวจึงอยู่ที่การปรับจังหวะที่ช้าเกินไปให้เร็วขึ้นและการปรับจังหวะที่เร็วเกินไปให้ช้าลง เพื่อที่จะทำให้เกิดสมดุลของการจัดสรรรายได้ซึ่งเป็นความพอใจของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและเกิดความพอใจของนักท่องเที่ยวไปพร้อมๆ กัน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเรื่องที่ 3: การแปรความขัดแย้งให้เป็นความร่วมมือ (Turning conflict into cooperation)

การท่องเที่ยวชุมชนโดยส่วนใหญ่อยู่ภายใต้การนำของผู้นำชุมชน หมู่บ้านแม่กำปอง แม่กลางหลวง ห้วยอี และผานกกกต่างอยู่ภายใต้การนำของผู้ใหญ่บ้าน ทำให้ไม่เกิดปัญหาความขัดแย้งที่รุนแรงภายในชุมชน หากมีความขัดแย้งเกิดขึ้นก็สามารถจัดการแก้ปัญหาได้ง่ายด้วยการตั้งกรรมการขึ้นมาเพื่อตัดสินใจ

ปัญหาเรื่องความขัดแย้งมีความรุนแรงมากกว่าที่ชุมชนอัมพวา เมื่อมีการแบ่งเป็นสองฝ่ายระหว่างกลุ่มท่องเที่ยวใหม่ซึ่งเป็นการรวมกันระหว่างกลุ่มตลาดน้ำยามเย็นและรีสอร์ทกับกลุ่มท่องเที่ยวเก่าคือ กลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยที่ริเริ่มการท่องเที่ยวชุมชนและการชมหิ่งห้อย

ในเทศกาลท่องเที่ยว เช่น สงกรานต์ จะมีการแข่งชิงทรัพย์การท่องเที่ยวกันอย่างหนัก ทั้งเรือและคนขับเรือ ท่าเรือ การใช้พื้นที่คลองและพื้นที่การชมหิ่งห้อยที่ต้องแย่งเอาเรือมาจอดได้ต้นลำพูเรือที่เคยให้บริการอยู่ที่ฝั่งกลุ่มอนุรักษ์บ้านทรงไทยก็จะหันไปให้บริการที่คลองอัมพวาแทนเพราะได้ลูกค้ามากกว่าและทำรายได้ดีกว่า 3 เท่า ท่าเรือก็มีการแบ่งแยกว่าหากไม่ใช่พวกเดียวกันก็จะได้เข้ามาจอด ทำให้ต้องมีการสร้างท่าเรือใหม่เพิ่มขึ้นหรือไม่ก็รวมเงินกันระหว่างคนเรือด้วยกันซื้อสิทธิ์การใช้ท่าเรือต่างหาก ความโกลาหลที่เกิดขึ้นทำให้บรรยากาศการท่องเที่ยวขาดเสน่ห์ลงไป

ความขัดแย้งยังเกิดระหว่างคนเรือกับชาวบ้าน อาทิเช่น การชมหิ่งห้อยจนเกินเวลา 4 ทุ่มที่ตกลงกันได้ เรือที่รับวิ่งเพื่อทำเวลาให้ได้หลายรอบต่อวันจะสร้างคลื่นใหญ่ทำลายตลิ่งและเสียงดังสนั่นรบกวนชาวบ้านตลอดทั้งวันโดยไม่มีความเกรงใจเพราะเป็นวันสร้างรายได้ ไม่เพียงเท่านั้นนักท่องเที่ยวบนเรือยังก่อให้เกิดขยะมูลฝอยในแม่น้ำอีกเป็นจำนวนมาก

ความขัดแย้งเช่นนี้หากปล่อยไว้ให้ลุกลามอาจจะทำลายการท่องเที่ยวของชุมชนอัมพวาได้ ดังนั้นความสำเร็จของการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานจึงอยู่ที่การแปรความขัดแย้งเหล่านี้ให้เป็นความร่วมมือ

ความร่วมมือที่เป็นไปได้คือการให้มีคณะกรรมการท่องเที่ยวของอัมพวาขึ้นมาอย่างเป็นทางการ นำโดยนายกเทศมนตรีตำบลอัมพวาซึ่งเป็นที่เคารพของสมาชิกชุมชนทั่วไป จากนั้นจึงวางกฎเกณฑ์การท่องเที่ยวที่เห็นพ้องต้องกันระหว่างผู้ประกอบการและสมาคมที่เกี่ยวข้องทั้งหลาย มีการ

จัดสรรท่าเรือให้กับเรือทุกลำอย่างยุติธรรม มีมาตรการเรื่องการห้ามไม่ให้นักท่องเที่ยวทิ้งขยะลงในแม่น้ำโดยการจัดถังขยะไว้ในเรือ มีการแนะนำให้นักท่องเที่ยวไม่ไล่จับหิ่งห้อยและไม่ส่งเสียงดังระหว่างการชมหิ่งห้อย มีการกำหนดมาตรฐานคุณภาพของการเที่ยวชมหิ่งห้อย ไม่ให้คนเรือเห็นแก่ประโยชน์เฉพาะหน้ามากเกินไป ความร่วมมือในการกำหนดมาตรฐานเรื่องคุณภาพการท่องเที่ยว การจัดสรรผลประโยชน์อย่างยุติธรรม และการสื่อสารให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่ายเห็นแก่ประโยชน์ในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น เหล่านี้จะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่ทำให้การท่องเที่ยวของอัมพวายั่งยืน

ปัจจัยแห่งความสำเร็จเรื่องที่ 4: ความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกัน (Sense of community)

เรื่องเกี่ยวกับการท่องเที่ยวชุมชนควรต้องยอมรับก่อนที่จะพัฒนาห่วงโซ่อุปทานไปทิศทาง คือ การท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการที่ทั้งชุมชนมีส่วนร่วมในการให้บริการท่องเที่ยว ไม่ใช่เฉพาะผู้นำชุมชนสร้างบ้านพักให้นักท่องเที่ยว และไม่ใช้การที่สมาชิกชุมชนแยกตัวออกมาสร้างบ้านพักขึ้นมาเองต่างหาก เพราะการทำเช่นนั้นเท่ากับการเปลี่ยนเป็นผู้ประกอบการเอกชนเต็มตัว สิ่งที่เป็นจุดเด่นของการท่องเที่ยวชุมชน คือ ความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกันหรือเป็นพวกเดียวกันก็จะหายไป

นักท่องเที่ยวได้รับความประทับใจจากการท่องเที่ยวชุมชนเมื่อพบว่าคนขับเรือก็เป็นคนท้องถิ่น คนให้ที่พักอาศัยก็เป็นคนท้องถิ่น แต่ละบ้านต่างรู้จักกันหมดและต่างทักทายกันอย่างมีเมตตาจิต โรงน้ำตาก็ทำมาหลายชั่วคนและเป็นเสมือนสถาบันที่ขาดไม่ได้สำหรับชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนที่เปลี่ยนแปลงไปจากการมีคนนอกพื้นที่เข้ามาลงทุนสร้างรีสอร์ท กว้านซื้อที่ดินแล้วเปลี่ยนให้เป็นอาคารทันสมัยอันแปลกแยกจากวิถีชีวิตชาวบ้านที่สร้างบ้านด้วยไม้ อยุริมคลอง โดยหวังที่จะเข้ามาสร้างรายได้จากโอกาสทางการท่องเที่ยว การเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ทำให้คนขับเรือที่เดิมช่วยเหลือการท่องเที่ยวของชุมชนอยู่ก็หันไปรับจ้างให้กับนายทุนภายนอกเพราะรายได้ดีกว่า ไม่เพียงเท่านั้นทำให้เกิดการเปรียบเทียบรายได้ระหว่างผู้ที่เปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวพักกับผู้ประกอบการรีสอร์ท ทำให้เกิดการแยกตัวออกมาจากชุมชนแล้วเปลี่ยนแปลงสภาพบ้านของชาวบ้านไปเป็นรีสอร์ท สิ่งเหล่านี้ทำให้ความรู้สึกว่าเป็นชุมชนเดียวกันหายไป ในเมื่อชาวบ้านไม่ได้มีความรู้สึกเป็นพวกพ้องเดียวกันแล้ว บรรยากาศที่เกิดขึ้นจะเป็นอย่างไรเมื่อขับเรือผ่านกันก็ไม่ทักทายกันเพราะแย่งชิงผลประโยชน์กันอยู่ หรืออาจจะเพราะเป็นคนจากภายนอกชุมชนที่ไม่รู้จักกันเลย

นักท่องเที่ยวไม่ได้มาเพียงชมหิ่งห้อย เดินป่า ดูน้ำตก ดูดาว หรือทำนาเท่านั้น นักท่องเที่ยวยังต้องการชื่นชมในความรู้สึกที่เป็นกลุ่มเป็นก้อนเป็นพวกพ้องเป็นชุมชนเดียวกันด้วย ความสามัคคีในชุมชนที่หาไม่ได้ในชีวิตชาวเมืองเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวประทับใจ นักท่องเที่ยวยังมาจากประเทศที่พัฒนาแล้วเพียงใดยังมีความโดดเดี่ยวและเงียบเหงาในชีวิต พวกเขาหวังที่จะไปที่ไหนก็ได้ที่ให้ความรู้สึกเป็นมิตรแก่นักท่องเที่ยวและมีความเป็นมิตรระหว่างกันในชุมชน โดยไม่มีขอบเขตจำกัดว่าชุมชนนั้นจะกว้างใหญ่เท่าใด อาจจะหนึ่งหมู่บ้าน หนึ่งตำบล หนึ่งอำเภอ หนึ่งเมือง หนึ่งจังหวัด หนึ่ง

ประเทศ หรือหนึ่งทวีป หากมีความรู้สึกว่าเป็นมิตรเป็นชุมชนเดียวกันก็ย่อมเป็นการท่องเที่ยวชุมชนเหมือนกัน

การพัฒนาการท่องเที่ยวหรือห่วงโซ่อุปทานให้เจริญก้าวหน้าขึ้นไปเพียงใดก็ตาม หากรักษาความรู้สึกของความเป็นชุมชนไว้ไม่ได้ก็ไม่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวชุมชน

6.6 บทสรุป

การท่องเที่ยวชุมชนไม่ได้ต้องการโลจิสติกส์ที่เหมือนกับการท่องเที่ยวทั่วไปที่มุ่งต้อนรับคนจำนวนมาก (Mass tourism) เพราะนักท่องเที่ยวมีจำนวนน้อยกว่าและมีความต้องการเฉพาะ คือ ต้องการพบกับวิถีชีวิตดั้งเดิมของผู้คนที่ไม่ปรุงแต่ง ธรรมชาติอันบริสุทธิ์ และความเรียบง่าย

จุดสำคัญของการจัดระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่การพานักท่องเที่ยวออกจากชุมชนในกรณีที่เกิดเหตุฉุกเฉินให้เร็วที่สุดและปลอดภัยที่สุดเท่าที่จะทำได้

องค์ความรู้โดยรวมที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์เรื่องระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนสามารถสรุปได้ดังต่อไปนี้

6.6.1 ความสำคัญของการไหลเวียนประเภทต่าง ๆ ในขั้นตอนของระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน

ระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชนซึ่งแบ่งออกเป็นสามขั้นตอน คือ การเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว การอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว และการออกจากสถานที่ท่องเที่ยวนั้น ในขั้นตอนของการเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยวพบว่าการไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow) มีความสำคัญที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่ไม่เคยไปเที่ยวยังสถานที่นั้นมาก่อนอาจจะหลงทางหรือไปไม่ถูกทำให้เกิดความเสียเวลา ในขั้นตอนของการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าการไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) มีความสำคัญที่สุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสัญจรภายในชุมชนและการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวสำหรับนักท่องเที่ยวในชุมชน และในขั้นตอนของการออกจากสถานที่ท่องเที่ยวพบว่าการไหลเวียนด้านการเงิน (Financial flow) มีความสำคัญมากที่สุด โดยเฉพาะความสะดวกในการชำระค่าบริการท่องเที่ยวซึ่งอาจเกิดเป็นปัญหาได้หากนักท่องเที่ยวมีเงินสดไม่มากพอที่จะชำระค่าบริการทั้งหมดได้

6.6.2 การปฏิบัติที่ดี (Good practices) ในระบบโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวชุมชน

การปฏิบัติที่ดี (Good practices) พบได้อย่างหลากหลาย ดังนี้คือ การจัดกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ด้วยการทดลองปฏิบัติ (Learning by doing) ที่หมู่บ้านแม่กลางหลวง การทำความเข้าใจความตกลงเรื่องเวลาการเดินทางเรือชมหิ่งห้อย การขนถ่ายนักท่องเที่ยวเพื่อการลงเรือชมหิ่งห้อยในช่วงน้ำลด และความยืดหยุ่นในการเปลี่ยนเส้นทางชมหิ่งห้อยที่หมู่บ้านปลายโพงพาง และการให้บริการที่

เป็นมาตรฐานที่หมู่บ้านแม่กำปอง การมีเมนูอาหารเลือกที่หมู่บ้าน และการส่งแผนที่ของชุมชนปลาย โพงพางไปให้นักท่องเที่ยวทางโทรสาร

6.6.3 ความสามารถในการนำนักท่องเที่ยวออกจากสถานที่ในกรณีฉุกเฉิน

สถานพยาบาลที่ใกล้ชุมชนที่สุดโดยมากเป็นสถานีนอนามัย และบุคลากรด้านสาธารณสุขในพื้นที่ประกอบด้วยอาสาสมัครหมู่บ้าน (อสม.) พยาบาลวิชาชีพ และบางชุมชนสามารถโทรศัพท์ตามแพทย์มาได้ตลอด 24 ชั่วโมง การเดินทางไปยังสถานีนอนามัยใช้เวลาการเดินทางประมาณ 5 - 20 นาที แต่การเดินทางไปโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่มีศักยภาพในการรักษาพยาบาลได้ดีกว่าใช้เวลาเดินทางประมาณ 25 - 77 นาที สำหรับการเดินทางไปถึงสถานีดำรวจ (รวมทั้งตั้งของตำรวจชุมชน) ใช้เวลาประมาณ 5 - 78 นาที แต่เจ้าหน้าที่ที่จะเข้ามาจะรับเหตุร้ายได้อย่างทันท่วงที อาชีพผู้ใหญ่บ้าน กำนัน ตำรวจชุมชน เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยของหมู่บ้าน และเจ้าหน้าที่อุทยานแห่งชาติ ตำรวจจะเข้ามาให้บริการเมื่อเกิดเหตุร้ายแรงถึงชีวิตเท่านั้นเพราะการเดินทางเข้ามายังชุมชนเป็นไปด้วยความยากลำบาก

6.6.4 ความสามารถหลัก (Core competencies) ภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน

ความสามารถหลักของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่สองประการ คือ ความยุติธรรมในการแบ่งสรรรายได้จากการท่องเที่ยว และความสามารถในการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวกับชาวบ้านให้เห็นถึงประโยชน์จากการท่องเที่ยว ซึ่งจะนำมาซึ่งความร่วมมือของชาวบ้านในการเปิดบ้านให้นักท่องเที่ยวพัก ตลอดจนการยอมให้มีการใช้ทรัพยากรที่ใช้ร่วมกันระหว่างการท่องเที่ยวและชุมชน

6.6.5 จุดเชื่อมต่อที่ขาดหายไป (Missing links) ของการท่องเที่ยวชุมชน

จุดเชื่อมต่อที่ยังขาดหายไปภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนมีอยู่ 5 จุด คือ มาตรฐานด้านสารสนเทศที่แตกต่างกันระหว่างชาวไทยกับชาวต่างชาติ อุปสรรคจำกัดการขยายคลัสเตอร์การท่องเที่ยว การขาดผู้รับผิดชอบหลัก (เจ้าภาพ) ในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของส่วนรวม ศักยภาพด้านการดูแลสุขภาพของนักท่องเที่ยวในชุมชนยังไม่ถึงพร้อม และการเปลี่ยนใช้เรือไฟฟ้าแทนเรือหางยาวในการพานักท่องเที่ยวล่องแม่น้ำลำคลอง

6.6.6 ปัจจัยที่ก่อให้เกิดความสำเร็จ (Success factors) ของการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน

ในด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนพบว่ามีปัจจัยที่จะนำไปสู่ความสำเร็จ (Success factors) อยู่ 4 ประการคือ การมุ่งไปในทิศทางเดียวกันของชุมชน การก้าวไปอย่างพร้อมเพียงกัน การแปรความขัดแย้งให้เป็นความร่วมมือ และความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกัน

6.7 ข้อเสนอแนะ

ในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์และห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชนให้ดีขึ้นนั้น การศึกษานี้มีข้อเสนอแนะดังต่อไปนี้ ซึ่งข้อเสนอแนะดังกล่าวแบ่งเป็นสองส่วนหลัก คือ ข้อเสนอแนะด้านระบบโลจิสติกส์และข้อเสนอแนะด้านห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยวชุมชน

6.7.1 ด้านระบบโลจิสติกส์

ข้อเสนอแนะด้านระบบโลจิสติกส์แบ่งออกเป็นสามด้าน คือ การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow) การไหลเวียนของข้อมูล (Information flow) และการไหลเวียนด้านการเงิน (Financial flow) ดังนี้

1) การไหลเวียนทางกายภาพ (Physical flow)

ก. หมวดการเข้าสู่สถานที่ท่องเที่ยว

- อบต. ควรสร้างป้ายบอกทางอย่างเป็นทางการ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาเรื่องความไม่สวยงามของการติดป้ายตามใจชอบ
- ป้ายบอกทางที่สร้างโดย อบต. นี้สามารถเก็บเงินจากผู้ประกอบการที่มีชื่ออยู่ในป้ายได้ด้วย แต่อาจจะเก็บในอัตราน้อยกว่าภาษีป้ายตามปกติ เพื่อจูงใจให้ผู้ประกอบการติดป้ายบอกทางแก่นักท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาการไม่มีป้ายบอกทางแก่นักท่องเที่ยวเนื่องจากผู้ประกอบการไม่ยอมจ่ายภาษีป้ายให้ อบต.

ข. หมวดการอยู่ในสถานที่ท่องเที่ยว

- ควรมีกิจกรรมสำหรับให้นักท่องเที่ยวได้เข้าร่วมอย่างหลากหลาย โดยมีจุดขายอยู่ที่ความสงบเงียบ วิถีชีวิตดั้งเดิมที่ไม่ปรุงแต่ง และการชื่นชมธรรมชาติอันบริสุทธิ์ เช่น การดูกลุ่มดาว เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถใช้เวลาอยู่ในชุมชนได้ยาวนานขึ้น
- ควรสร้างจุดขายในเรื่องความเป็นเลิศของการเรียนรู้เฉพาะด้าน เช่น เมื่อมาเที่ยวชุมชนนี้แล้วจะต้องทำอาหารไทยเป็น มาชุมชนนี้แล้วจะต้องพายเรือเป็น มาชุมชนนี้แล้วจะต้องเป่าลูกดอกเป็น หรือมาชุมชนนี้แล้วจะต้องปั้นหม้อเป็น เป็นต้น
- ควรมีป้ายบอกอัตราค่าบริการของการใช้ยานพาหนะในชุมชน เช่น รถ หรือเรือ อย่างชัดเจน รวมทั้งสถานที่ติดต่อขอใช้บริการ เพราะ

นักท่องเที่ยวที่อยู่ในชุมชนอาจต้องการเดินทางตามความต้องการส่วนตัวนอกเหนือจากแพ็คเกจที่ชุมชนจัดให้

- ควรปรับปรุงห้องน้ำให้มีรูหรือรอยแตกที่ฝาผนังที่สามารถมองผ่านเข้ามาจากภายนอกได้
- ควรใช้เรือไฟฟ้าแทนเรือหางยาวในการให้บริการพานักท่องเที่ยวล่องเรือในลำคลอง

ค. หมวดการออกจากสถานที่ท่องเที่ยว

- ควรมีอัตราค่าบริการการใช้รถตู้หรือรถของชุมชนในกรณีที่จะออกจากชุมชนอย่างชัดเจน รวมทั้งสถานที่ติดต่อ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกว่าย่ำแย่กว่าที่ควรจะเป็น
- ควรเพิ่มศักยภาพของสถานีนอนามัยชุมชนให้สามารถรองรับอาการบาดเจ็บที่มีอันตรายถึงชีวิตได้
- ควรเพิ่มศักยภาพทางด้านการให้บริการปฐมพยาบาลที่ศูนย์กลางของชุมชน โดยไม่จำเป็นต้องหวังพึ่งการไปสถานีนอนามัยเท่านั้น
- ควรเตรียมรถยนต์ที่พร้อมตลอด 24 ชั่วโมงจะนำนักท่องเที่ยวไปส่งโรงพยาบาลขนาดใหญ่ที่ใกล้ที่สุด

2) การไหลเวียนของสารสนเทศ (Information flow)

- ควรเตือนนักท่องเที่ยวเรื่องแมลงที่เป็นภัย เช่น ตัวคูน ซึ่งดุเค็ลือดนักท่องเที่ยวในช่วงฤดูร้อน และทาก ซึ่งดุเค็ลือดนักท่องเที่ยวในฤดูฝน รวมทั้งยุง ซึ่งมีอยู่ตลอดเวลา
- ควรมีคำเตือนเรื่องข้อควรปฏิบัติในการท่องเที่ยวชุมชน (Do and Don't)
- ควรให้ข้อมูลนักท่องเที่ยวเรื่องที่ตั้งของสถานพยาบาลและการเดินทางไปสถานพยาบาลในกรณีฉุกเฉิน

3) การไหลเวียนด้านการเงิน (Financial flow)

- ควรเตือนนักท่องเที่ยวก่อนการเข้าพักว่าไม่รับบัตรเครดิตและไม่มีเครื่องเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ในชุมชน โดยเฉพาะกรุ๊ปทัวร์ที่มาเป็นจำนวนมาก หรือกลุ่มที่มาอยู่เป็นเวลานาน
- ควรมีแผนที่แสดงที่ตั้งของเครื่องบริการเบิกเงินสดอัตโนมัติ (ATM) ที่ใกล้ที่สุดในชุมชน พร้อมทั้งรายละเอียดวิธีการเดินทาง

6.7.2 ด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทาน

ข้อเสนอแนะด้านการจัดการห่วงโซ่อุปทานมี 6 ข้อ ดังนี้

- รักษาความสามารถของผู้นำชุมชนในการสื่อสารเรื่องผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวที่ควรมุ่งผลประโยชน์ในระยะยาวมากกว่าระยะสั้น อีกทั้งคงความยุติธรรมในการแบ่งสรรรายได้ภายในชุมชน
- สร้างมาตรฐานคุณภาพการท่องเที่ยวชุมชนที่เน้นการสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวระยะยาวมากกว่าการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรท่องเที่ยวเพียงในระยะสั้น
- เร่งเสริมสร้างจุดเชื่อมต่อที่ยังขาดหาย ทั้งเรื่องมาตรฐานการให้สารสนเทศ การขยายกิจกรรมการท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ใกล้เคียง การเข้ามารับผิดชอบของผู้ปกครองท้องถิ่นในการดูแลทรัพยากรท่องเที่ยวของส่วนรวม และการเสริมศักยภาพของการดูแลสุขภาพนักท่องเที่ยวในชุมชน
- การปรับจังหวะของการท่องเที่ยวในคลัสเตอร์ต่างๆ ภายในชุมชนให้เป็นจังหวะเดียวกันหรือใกล้เคียงกันมากขึ้น เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของผู้ประกอบการและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว
- พัฒนาการท่องเที่ยวโดยรักษาความรู้สึกเป็นชุมชนเดียวกัน
- การสนับสนุนด้านสาธารณูปโภคจากรัฐ โดยคำนึงถึงอัตลักษณ์และความต้องการของชุมชน

การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว และความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ในช่วง 10 กว่าปีที่ผ่านมา ในภูมิภาคแถบอินโดจีนมีแหล่งท่องเที่ยวเกิดขึ้นมากมาย นักท่องเที่ยวสามารถเลือกท่องเที่ยวตามความต้องการของตนเอง มีการแข่งขันอย่างเข้มข้นในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว กลยุทธ์ทางการตลาดที่ถูกหยิบยกมาใช้เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งการตลาดมากที่สุดก็คือ กลยุทธ์ทางด้านราคา การใช้กลยุทธ์ดังกล่าวอาจมีความเสี่ยงสูงที่จะทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเข้าสู่กับดักราคาต่ำ (Low price trap) (มิ่งสรรพ และคณะ, 2548) ในภาวะโลกไร้พรมแดนเช่นปัจจุบัน นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารด้วยความสะดวก รวดเร็ว และมีต้นทุนต่ำ นักท่องเที่ยวมีอำนาจการต่อรองมากขึ้น พร้อมกับความคาดหวังที่จะได้รับจากการใช้บริการก็เพิ่มมากขึ้นเช่นเดียวกัน ดังนั้นในสภาพการณ์ดังกล่าวการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จึงเป็นการแข่งขันในเรื่องของการให้บริการ และการสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ

นักท่องเที่ยงที่มีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวมักมีแนวโน้มที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกครั้ง รวมถึงอาจแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวด้วย ซึ่งในงานศึกษาที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นว่าทั้งสองส่วนนี้มีความสัมพันธ์กันสูง (Choong-Ki Lee, Yoo-Shik Yoon and Seung-Kon Lee, 2006; Yooskik Yoo and Muzaffer Uysal, 2005) ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงควรทำให้นักท่องเที่ยวมีความประทับใจและพึงพอใจในระดับที่สูง ซึ่งจะส่งผลที่ดีต่อการตอบสนองกลับของนักท่องเที่ยงภายหลังจากการท่องเที่ยวแล้ว และยังมีผลทำให้ความสามารถในการแข่งขันของการท่องเที่ยวมีความยั่งยืนอีกด้วย

ที่ผ่านมาประเทศไทยมีการปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านต่างๆ ของประเทศให้ดีขึ้นหนึ่งในเหตุผลของการพัฒนาดังกล่าวคือ เพื่อเสริมสร้างให้ศักยภาพทางด้านการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น ซึ่งจะเห็นตัวอย่างได้จากประเทศสิงคโปร์หรือมาเลเซีย รวมทั้งประเทศญี่ปุ่น ที่มีการจัดการโลจิสติกส์ที่ดีเพื่อเอื้ออำนวยประโยชน์และความสะดวกสบายต่างๆ ให้กับนักท่องเที่ยว โดยหวังว่าการจัดการโลจิสติกส์ที่ดีจะนำมาสู่ความพึงพอใจที่ดี แล้วจะทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนมีความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวประเทศของตน ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจว่า การจัดการระบบโลจิสติกส์ที่ดีสามารถทำให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นได้มากน้อยแตกต่างกันอย่างไร และสามารถทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นแตกต่างกัน

อย่างไรบ้าง นอกจากนี้การจัดการโลจิสติกส์ในด้านต่างๆ จะมีอิทธิพลอย่างไรต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ดังนั้นเพื่อความเข้าใจในเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว จึงได้เลือกจังหวัดเชียงใหม่เป็นกรณีศึกษา โดยมีคำถามในการวิจัยว่า การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างไรบ้าง? และจังหวัดเชียงใหม่ควรให้ความสำคัญหรือควรปรับปรุงระบบโลจิสติกส์ในเรื่องใดบ้าง จึงจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความจงรักภักดีเพิ่มขึ้นมากที่สุด

7.1 การวิเคราะห์ความพึงพอใจ

ความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความสำคัญอย่างมากต่อการวางแผนทางการตลาด เพราะว่าการที่ความพึงพอใจมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการของผู้บริโภค ซึ่งรวมถึงการเลือกซื้อสินค้าและการใช้บริการนั้นซ้ำอีกครั้งในอนาคต ในเรื่องของกาท่องเที่ยวก็เช่นเดียวกัน ความพึงพอใจมีผลต่อการตัดสินใจเลือกแหล่งท่องเที่ยวหรือเลือกใช้บริการการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการกลับมาเที่ยวซ้ำ ที่ผ่านมาการศึกษาในเรื่องนี้มีมุมมองอยู่หลายมิติ แต่ส่วนใหญ่เป็นการวิเคราะห์บนพื้นฐานการพิจารณาความพึงพอใจในการท่องเที่ยวร่วมกับมาตรฐานของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว โดยเป็นการประเมินความแตกต่างระหว่างมาตรฐานและความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับ (Ekinci, Riley, and Chen, 2001)

วิธีการประเมินที่มักถูกหยิบยกมาใช้มากที่สุด ก็คือ การวิเคราะห์ความคาดหวังกับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยการเปรียบเทียบความคาดหวังก่อนการท่องเที่ยวกับความพึงพอใจที่ได้รับหลังจากการท่องเที่ยว ถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากกว่าความคาดหวัง ก็มีโอกาสสูงที่นักท่องเที่ยวอาจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำอีกในอนาคต ในทางกลับกันถ้าหากความพึงพอใจน้อยกว่าความคาดหวัง ก็จะทำให้การตอบสนองของนักท่องเที่ยวเป็นไปได้ในทิศทางลบ (Kuzak and Rimmington, 2000; Kown and Park, 2000) แต่ในความเป็นจริงนักท่องเที่ยวยังมีการเปรียบเทียบความพึงพอใจที่ตนได้รับกับต้นทุนที่ต้องเสียไป ซึ่งแนวคิดนี้เป็นการพิจารณาอยู่บนทฤษฎีความเท่าเทียมกัน (Oliver and Swan, 1989) ที่ว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวสามารถอธิบายได้ด้วยต้นทุนที่นักท่องเที่ยวต้องเสีย โดยปัจจัยหลักที่มีผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวก็จะขึ้นอยู่กับราคา ประโยชน์ที่ได้รับ และเวลาที่เสียไป นอกจากนี้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวยังขึ้นอยู่กับประสบการณ์ที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวมักจะนำประสบการณ์ที่ผ่านมาเปรียบเทียบกับกาท่องเที่ยวในปัจจุบัน (Yooshik Yoou and Muzaffer Uyasal, 2005)

จากข้างต้นจะเห็นได้ว่าในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวมีมุมมองและมิติในการพิจารณาหลายมิติ เนื่องจากนักท่องเที่ยวมีแรงจูงใจในการท่องเที่ยวในแต่ละแหล่งท่องเที่ยวแตกต่างกัน และมีระดับของความพึงพอใจที่แตกต่างกัน ซึ่งอาจจะขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายๆ ปัจจัย ดังนั้นในการศึกษาเพื่อประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวควรมีการบูรณาการแนวคิดข้างต้นเข้าด้วยกัน

7.2 ความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว

การแสดงถึงความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เป็นพฤติกรรมที่เกิดขึ้นหลังจากนักท่องเที่ยวได้ท่องเที่ยวในแหล่งนั้นๆ แล้ว ซึ่งพฤติกรรมที่เกิดขึ้นตามมา ก็คือการกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือการเล่าขานประสบการณ์การท่องเที่ยวให้กับผู้อื่นทราบ ซึ่งนับเป็นหนึ่งในดัชนีชี้วัดความสำเร็จของกลยุทธ์ทางการโฆษณา และยังเป็นประโยชน์ต่อการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้กับแหล่งท่องเที่ยว (Dimanche and Havitz, 1994)

ที่ผ่านมามีการนำแนวคิดเกี่ยวกับการวัดความจงรักภักดีที่มีต่อสินค้ามาประยุกต์ใช้กับกิจกรรมการท่องเที่ยวอย่างกว้างขวาง โดยทั่วไปจะประเมินความจงรักภักดีต่อสินค้าท่องเที่ยวด้วยวิธีการหลักๆ 3 วิธี คือ การศึกษาพฤติกรรม การศึกษาทัศนคติ และการผสมผสานวิธีการทั้งสองวิธีเข้าด้วยกัน (Yooshik Yoou and Muzaffer Uyasal, 2005)

- ก. **การศึกษาพฤติกรรม:** เป็นการศึกษาโดยการวัดความถี่ในการเลือกหรือใช้บริการสินค้าท่องเที่ยว วิธีการนี้ขาดกรอบแนวคิดในการวิเคราะห์ ผลการศึกษาที่ได้เป็นเพียงตัวเลขสถิติที่แสดงถึงความถี่ในการเลือกหรือการใช้บริการการท่องเที่ยว แต่ไม่มีการอธิบายถึงมูลเหตุหรือสาเหตุที่นักท่องเที่ยวกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ กล่าวคือ ไม่สามารถตอบคำถามได้ว่า ทำไมนักท่องเที่ยวจึงกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และมีวิธีการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างไร
- ข. **การศึกษาทัศนคติ:** การศึกษาแนวทางนี้เป็นการพิจารณาบนพื้นฐานที่ว่า การที่นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือแนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยว แสดงว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติที่ดีต่อแหล่งท่องเที่ยว วิธีการนี้ยังสามารถอธิบายถึงสาเหตุที่นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวได้อีกด้วย
- ค. **การผสมผสานวิธีการทั้งสองเข้าด้วยกัน:** จากข้อจำกัดของวิธีการศึกษาทัศนคติที่ว่าวิธีการดังกล่าวไม่สามารถวัดความจงรักภักดีออกมาเป็นตัวเลข หรือไม่สามารถบอกขนาดของความจงรักภักดีได้ จึงได้มีการประยุกต์ใช้การศึกษาพฤติกรรมเข้ามา ซึ่งการผนวกทั้งสองวิธีการเข้าด้วยกัน จึงเป็นการปิดจุดอ่อนของทั้งสองวิธี ดังนั้นจึงอาจ

กล่าวได้ว่า วิธีการนี้เป็นวิธีการที่เหมาะสมมากที่สุด เนื่องจากเป็นการบูรณาการวิธีการเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน แล้วทำให้สามารถเข้าใจถึงสาเหตุของความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีที่สุด

7.3 การจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการพิจารณาถึงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว เป็นการประเมินผ่านความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ของแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว ที่เกี่ยวเนื่องกับการดำเนินงาน 3 ประเด็น ดังนี้ (ชัยธวัช, 2549)

7.3.1 การไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Physical Flows) เป็นการดำเนินงานเกี่ยวกับการจัดการเดินทางของนักท่องเที่ยว การจัดการสัมภาระของนักท่องเที่ยว การจัดการทางด้านที่พัก โปรแกรมท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัย ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวก และปลอดภัย ในการดำเนินการดังกล่าว

7.5.2 การไหลเวียนทางการเงิน (Financial Flows) เป็นการจัดการทางการเงิน รวมถึงการชำระเงิน การแลกเปลี่ยนเงินตรา และการขอคืนภาษีต่างๆ ซึ่งนักท่องเที่ยวควรจะได้รับความสะดวกในการให้บริการดังกล่าว

7.5.3 การไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Information Flows) เป็นการจัดการทางด้านข้อมูลข่าวสาร นับตั้งแต่ข้อมูลที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวจนถึงข้อมูลที่ได้รับเมื่อมาถึงแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ โดยนักท่องเที่ยวควรเข้าถึงข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ได้สะดวก รวดเร็ว และได้รับข้อมูลที่ถูกต้อง

คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทั้ง 3 ด้าน ย่อมมีผลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่มีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นการศึกษาถึงโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุดังกล่าว จึงเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการท่องเที่ยว และเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

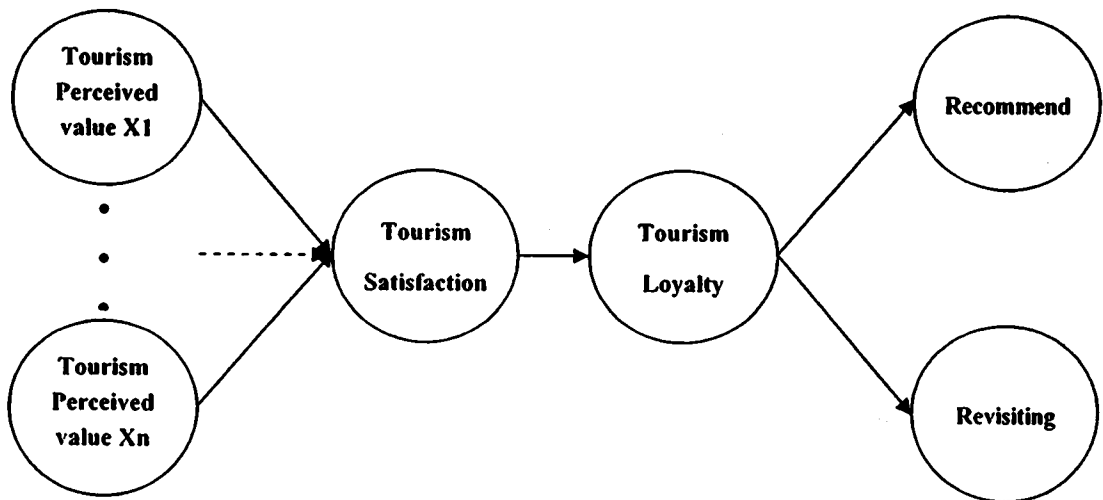
7.4 แบบจำลองที่ใช้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

กรอบแนวคิดที่นำมาใช้ในการพัฒนาเพื่อสร้างแบบจำลองที่ใช้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในการศึกษาครั้งนี้ เป็นการพัฒนามาจากกรอบแนวคิด ดัชนีชี้วัดความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction Index: CSI) ซึ่งมีการนำมาใช้เป็นหนึ่งในตัวชี้วัดที่สำคัญที่จะสะท้อน

ให้เห็นถึงแนวโน้มของผลประกอบการหรือความสามารถในการแข่งขันของประเทศในอนาคต ปัจจุบันประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้ให้ความสำคัญกับดัชนีชี้วัดตัวนี้ อย่างเช่น สหรัฐอเมริกา ออสเตรเลีย เกาหลีใต้ แคนาดา สหภาพยุโรป เป็นต้น

ในปี ค.ศ. 1994 ACSI (The American Customer Satisfaction Index) ได้เสนอแบบจำลองการวัดความพึงพอใจของลูกค้า ที่ช่วยสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพของสินค้าและบริการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าและบริการที่ผลิตขึ้นภายในประเทศ รวมถึงสินค้าและบริการจากต่างประเทศที่จำหน่ายในสหรัฐอเมริกา แบบจำลองดังกล่าวได้รับความนิยมและความเชื่อถือจากหลายๆ ประเทศในการนำไปพัฒนาและประยุกต์ใช้ภายในประเทศของตน (ACSI, 2006)

ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จึงพัฒนาและประยุกต์ใช้แบบจำลองของ ACSI มาใช้ในการสร้างแบบจำลองเพื่อใช้วัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว โดยอาศัยแบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model: SEM) ที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่าง Tourism Perceived Value ที่มีต่อ Tourism Satisfaction และ Tourism Loyalty (Recommend and Revisiting) ซึ่งถ้าหากนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในทิศทางบวกก็จะส่งผลให้นักท่องเที่ยวแนะนำเรื่องดีให้กับคนอื่นๆ หรือนักท่องเที่ยวคนนั้นอาจกลับมาเที่ยวซ้ำอีกได้ แต่ถ้าหากเป็นไปในทิศทางลบนักท่องเที่ยวก็จะเลือกไปท่องเที่ยว ณ แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ หรือบอกกล่าวเรื่องที่ไม่ดีให้กับคนอื่นๆ ทราบ ในที่นี้สามารถแสดงแบบจำลองความสัมพันธ์ดังกล่าวได้ดังนี้



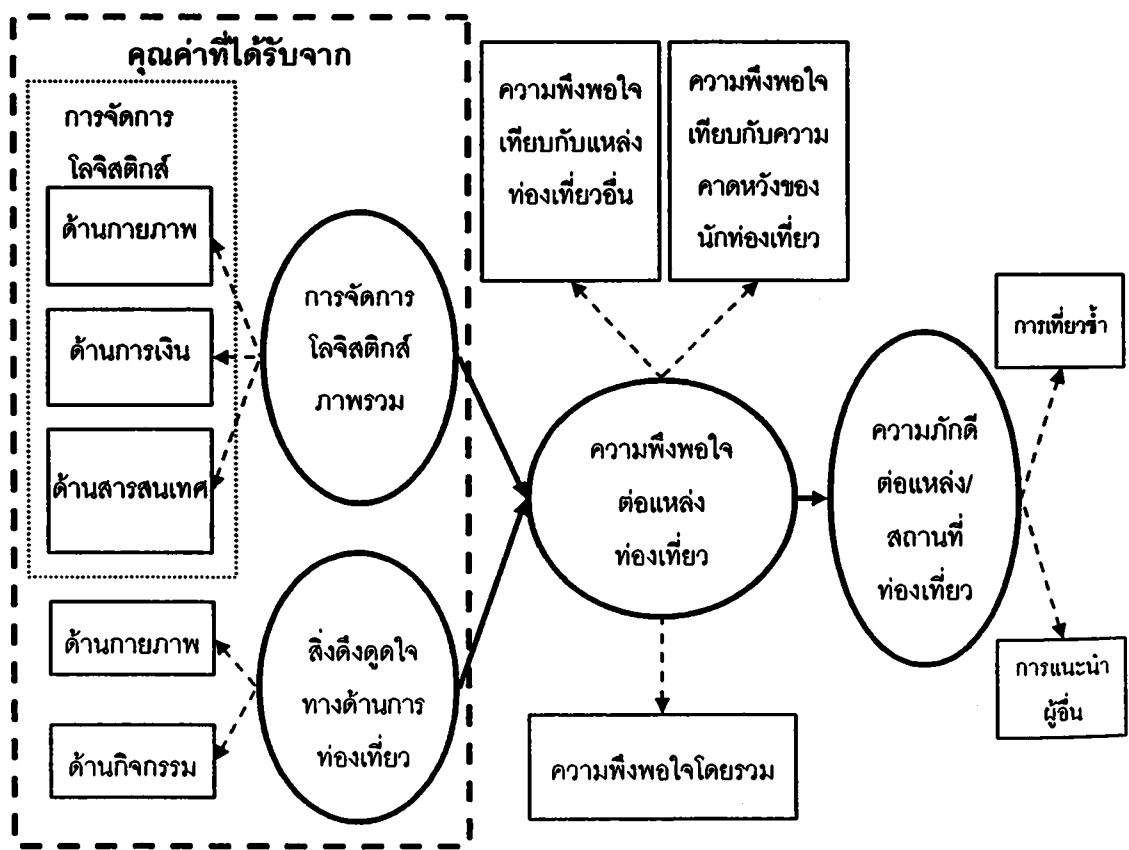
ที่มา: ดัดแปลงมาจากแบบจำลองการวัดความพึงพอใจของลูกค้าที่เสนอโดย ACSI.

รูปที่ 7-1: แบบจำลองการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

7.5 ระเบียบวิธีการวิจัย

7.5.1 กรอบแนวคิดการจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว

จากการทบทวนแนวคิดเรื่องการจัดการโลจิสติกส์ การวัดความพึงพอใจ และความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว สามารถนำแนวคิดเหล่านั้นมาบูรณาการแล้วสร้างเป็นแบบจำลองสำหรับการวัดความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการโลจิสติกส์ โดยมีกรอบแนวคิดในการสร้างแบบจำลองว่า "ความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวเกิดขึ้นจากการที่นักท่องเที่ยวได้รับความพึงพอใจจากสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว ความสะดวก ความสบาย ความปลอดภัย และการได้รับบริการที่ดีจากการจัดการของแหล่งหรือสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ" จากกรอบแนวคิดนี้สามารถเขียนรูปแบบจำลองเพื่อแสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างความพึงพอใจทางด้านต่างๆ กับความจงรักภักดีที่มีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยวได้ดังนี้



รูปที่ 7-2: กรอบแนวคิดการวัดความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์กับความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว

จากกรอบแนวคิดข้างต้นสามารถกำหนดสมมติฐานเพื่อการทดสอบได้ว่า "คุณค่าที่
นักท่องเที่ยวได้รับ (Perceived value) จากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว (Overall
Logistics MGMT) จะมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อแหล่ง/สถานที่ท่องเที่ยว
(Destination Satisfaction and Loyalty) ของนักท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจและ
ความจงรักภักดีเพิ่มขึ้นจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีขึ้น"

7.5.2 ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

ข้อมูลที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ได้มาจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมา
ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่จำนวน 630 คน (กำหนดไว้ที่ 600 คน ภายได้ความคลาดเคลื่อนของข้อมูล
จากกลุ่มตัวอย่างที่จะยอมรับได้เท่ากับ 0.04) สำหรับสถานที่เก็บตัวอย่างได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจาก
นักท่องเที่ยวต่างชาติทั้งหมด 4 แห่ง ได้แก่ สนามบิน สถานีขนส่ง สถานีรถไฟ และตามสถานที่
ท่องเที่ยวภายในตัวเมืองเชียงใหม่ โดยดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนเมษายน - มิถุนายน
พ.ศ. 2550 สำหรับแบบสอบถามที่ใช้ในการสัมภาษณ์ได้นำไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญทางด้านการ
ท่องเที่ยว และนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบจำนวน 50 ชุด
แล้วนำแบบสอบถามที่ได้รับมาทำการทดสอบความน่าเชื่อถือโดยวิธี Cronbach reliability test
ก่อนที่จะนำไปเก็บจริง

เกณฑ์ที่ใช้สำหรับให้นักท่องเที่ยวประเมินถูกแบ่งออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ คือ (1) ด้านการ
จัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ มี 3 ส่วนย่อย ได้แก่ การจัดการการไหลเวียน
ด้านกายภาพ (มี 10 คำถาม) การจัดการการไหลเวียนด้านการเงิน (มี 7 คำถาม) การจัดการ
การไหลเวียนด้านสารสนเทศ (มี 8 คำถาม) (2) ด้านสิ่งดูใจทางด้านการท่องเที่ยว
(มี 14 คำถาม) และ (3) เป็นการประเมินความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ (มี 3 คำถาม) และ
การกลับมาเที่ยวซ้ำและการแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (มี 4 คำถาม) สำหรับ
คะแนนการประเมินในแต่ละรายการจะให้นักท่องเที่ยวประเมินโดยให้คะแนนตั้งแต่ 1 - 10
(น้อยที่สุด - มากที่สุด)

7.5.3 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

การศึกษาครั้งนี้ได้สร้างแบบจำลองเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างคุณค่าที่
นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดูใจและการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวกับความจงรักภักดี
ต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลองได้รับการคัดเลือกมาจากกลุ่มตัวแปรที่
ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติด้วยแบบสอบถาม โดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ใน

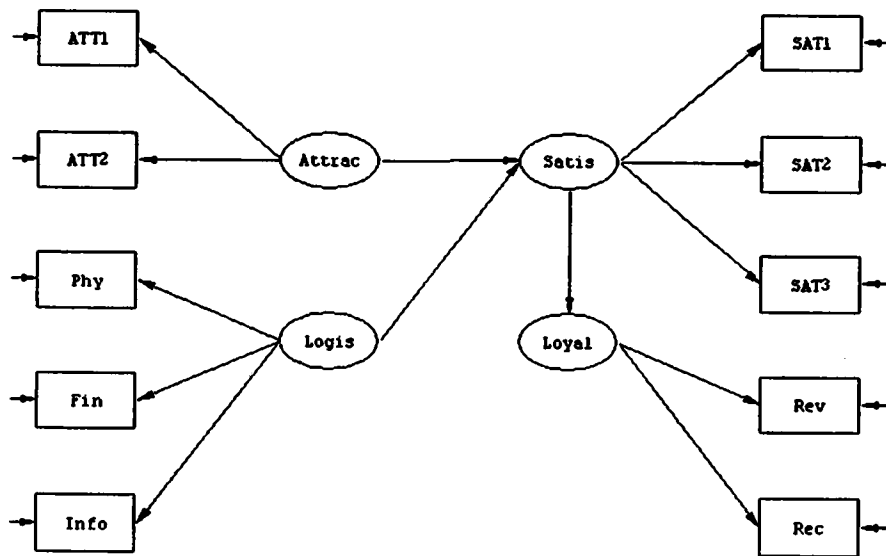
เมทริกซ์สหสัมพันธ์ (Correlation matrix) ถ้าตัวแปรใดมีค่าสัมประสิทธิ์สูงกว่า 0.30 ก็จะได้รับ การคัดเลือกเข้ามาใช้ในการสร้างแบบจำลองเพื่อการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ดังกล่าว

ตารางที่ 7-1: ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา และที่มาของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

ชื่อตัวแปรแฝง	ชื่อตัวแปรสังเกตได้	ที่มา
ตัวแปรอิสระ		
คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการเยี่ยมชมสิ่งดึงดูดใจ (Attrac)	สิ่งดึงดูดใจประเภทสถานที่ (ATT1)	ใช้แบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวประเมิน (คะแนนเต็ม 10) และได้ทดสอบ Validity และ Reliability ของแบบสอบถามแล้ว เมื่อได้คะแนนในแต่ละรายการก็นำมาปรับให้เป็นคะแนนเต็มร้อยละเฉพาะรายการที่มีการประเมินโดยนักท่องเที่ยวเท่านั้น
	สิ่งดึงดูดใจประเภทกิจกรรม (ATT2)	
คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว (Logis)	การจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ (Phy)	ใช้แบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวประเมิน (คะแนนเต็ม 10) และได้ทดสอบ Validity และ Reliability ของแบบสอบถามแล้ว เมื่อได้คะแนนในแต่ละรายการก็นำมาปรับให้เป็นคะแนนเต็มร้อยละเฉพาะรายการที่มีการประเมินโดยนักท่องเที่ยวเท่านั้น
	การจัดการการไหลเวียนทางด้านการเงิน (Fin)	
	การจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ (Info)	
ตัวแปรตาม		
ความพึงพอใจโดยรวมต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (Satis)	การท่องเที่ยวเชียงใหม่ครั้งนี้เป็นที่น่าพอใจอย่างมาก (SAT1)	ใช้แบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวประเมิน (คะแนนเต็ม 10) และได้ทดสอบ Validity และ Reliability ของแบบสอบถามแล้ว เมื่อได้คะแนนในแต่ละรายการก็นำมาปรับให้เป็นคะแนนเต็มร้อยละเฉพาะรายการที่มีการประเมินโดยนักท่องเที่ยวเท่านั้น
	ความพึงพอใจที่ได้รับสูงกว่าที่คาดหวัง (SAT2)	
	ความพึงพอใจที่ได้จากการท่องเที่ยวเชียงใหม่สูงกว่าที่อื่นๆ (SAT3)	
ความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (Loyal)	อยากกลับมาเที่ยวเชียงใหม่อีกครั้ง (Rev)	ใช้แบบสอบถามให้นักท่องเที่ยวประเมิน (คะแนนเต็ม 10) และได้ทดสอบ Validity และ Reliability ของแบบสอบถามแล้ว
	แนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยวเชียงใหม่ (Rec)	

แบบจำลองที่ใช้ในการศึกษามีทั้งตัวแปรสังเกตได้และตัวแปรแฝง ดังนั้นในที่นี้จะขออธิบายถึงที่มาของตัวแปรแต่ละตัวโดยสังเขป โดยแบ่งตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ กลุ่มตัวแปรสังเกตได้ และกลุ่มตัวแปรแฝง โดยกลุ่มตัวแปรสังเกตได้ในแบบจำลองมีตัวแปรสังเกตได้ทั้งหมด 10 ตัวแปร แบ่งเป็นตัวแปรอิสระ 5 ตัวแปร และเป็นตัวแปรตาม 5 ตัวแปร ส่วนกลุ่มตัวแปรแฝงในแบบจำลองมีตัวแปรแฝงทั้งหมด 4 ตัวแปร แบ่งเป็นตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรอิสระ 2 ตัวแปร และตัวแปรแฝงที่เป็นตัวแปรตาม 2 ตัวแปร ดังรายละเอียดในตารางที่ 7-1

จากกรอบแนวคิดและกลุ่มตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือก สามารถนำมาใช้เป็นแบบจำลองเริ่มต้นสำหรับการวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจและการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ได้ดังนี้



รูปที่ 7-3: แบบจำลองสำหรับวิเคราะห์คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจและการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวกับความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

7.6 การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในจังหวัดท่องเที่ยวหลักของไทย มีทรัพยากรการท่องเที่ยวหลากหลายทั้งในด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี วิถีชีวิต ธรรมชาติ รวมทั้งสิ่งสนับสนุนต่างๆ มากมาย เช่น สนามบินนานาชาติ โรงแรมและที่พัก สถานบันเทิง เป็นต้น สิ่งต่างๆ เหล่านี้ทำให้เชียงใหม่กลายเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของภาคเหนือตอนบนของไทย ในปี พ.ศ. 2549 มีผู้มาเยือน

เชียงใหม่ประมาณ 5.29 ล้านคน (อยู่ลำดับที่ 3 ของประเทศ เป็นรองกรุงเทพฯ และพัทยา และเป็นลำดับที่ 1 ของภาคเหนือ) เป็นนักท่องเที่ยวประมาณ 4.41 ล้านคน และเป็นนักทัศนจารอีก 1.18 ล้านคน ผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2548 ประมาณร้อยละ 39.84 เป็นการเพิ่มของผู้มาเยี่ยมเยือนชาวไทยประมาณร้อยละ 63.87 และชาวต่างชาติประมาณร้อยละ 11.59 ในบรรดาผู้มาเยี่ยมเยือนจังหวัดเชียงใหม่ในปี พ.ศ. 2549 พบว่า เป็นชาวไทยร้อยละ 63.32 และเป็นชาวต่างชาติร้อยละ 36.68 โดยผู้มาเยี่ยมเยือนชาวไทยจะใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 2,450 บาทต่อคน ในขณะที่ชาวต่างประเทศจะใช้จ่ายเฉลี่ยวันละ 3,141 บาทต่อคน (มากกว่าเล็กน้อย) ทำให้ในปี พ.ศ. 2549 เชียงใหม่มีรายได้จากการใช้จ่ายของผู้มาเยี่ยมเยือน 39,785 ล้านบาท เป็นรายได้จากผู้มาเยี่ยมเยือนชาวไทย 19,086 ล้านบาท และชาวต่างชาติ 20,699 ล้านบาท (แตกต่างกันเล็กน้อย) และเมื่อแยกพิจารณารายได้ตามประเภทของผู้มาเยี่ยมเยือน พบว่า เป็นรายได้จากนักท่องเที่ยว 37,423 ล้านบาท และอีก 2,362 ล้านบาท เป็นรายได้จากนักทัศนจาร (ตารางที่ 7-2)

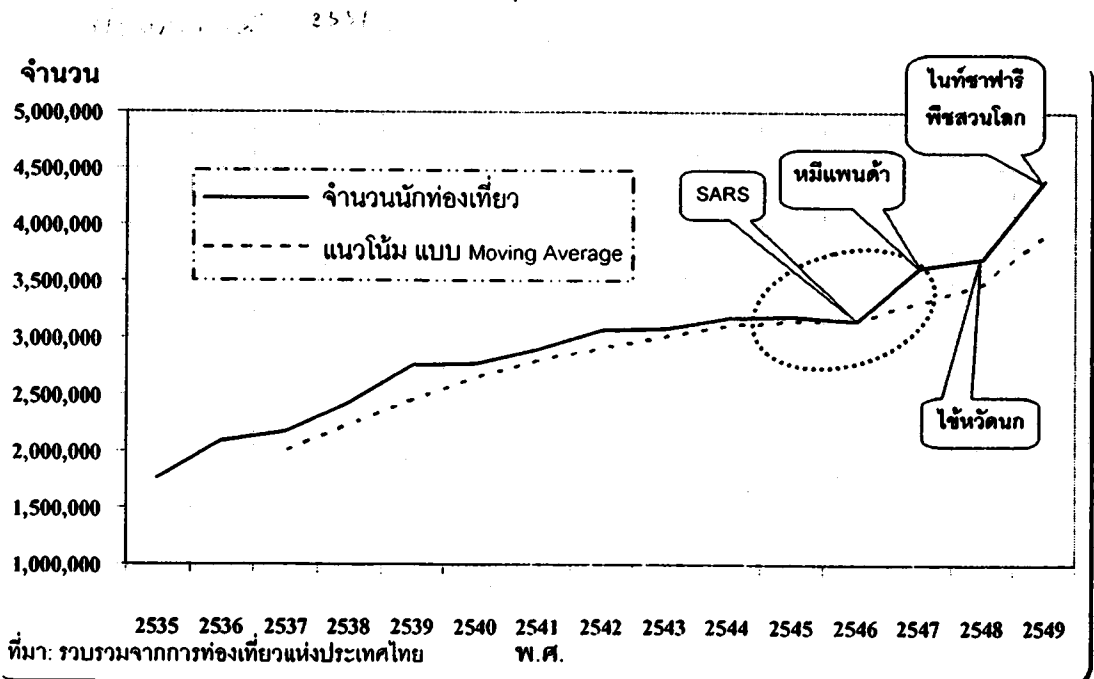
ตารางที่ 7-2: จำนวนนักท่องเที่ยว วันพักเฉลี่ย ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย และรายได้จากการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ปี พ.ศ. 2549

รายการข้อมูล	ชาวไทย	ชาวต่างชาติ	รวม
จำนวนผู้มาเยี่ยมเยือน (คน)	3,539,772	2,050,554	5,290,326
นักท่องเที่ยว	2,529,420	1,876,300	4,405,720
นักทัศนจาร	1,010,352	174,254	1,184,606
จำนวนวันพักเฉลี่ย (วัน)	2.68	3.42	3.00
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	2,449.71	3,141.02	2,766.50
นักท่องเที่ยว	2,513.40	3,176.68	2,835.87
นักทัศนจาร	2,022.28	1,827.56	1,993.62
รายได้ (ล้านบาท)	19,085.64	20,699.42	39,785.06
นักท่องเที่ยว	17,042.43	20,380.96	37,423.39
นักทัศนจาร	2,043.21	318.46	2,361.67

ที่มา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550.

เมื่อพิจารณาแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของจำนวนนักท่องเที่ยวระหว่างปี พ.ศ. 2535 - 2549 (ดังรูปที่ 7-4) โดยอาศัยแนวคิด Butler's Tourism Area Life Cycle Model เข้ามาร่วมในการพิจารณาการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ก็พบว่า ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2539 - 2546 การพัฒนาการท่องเที่ยว

ของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในช่วงระยะชะงักงัน ซึ่งเป็นช่วงที่มีอัตราการเติบโตคงที่ และมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากในช่วงก่อนหน้านั้น (ก่อนปี พ.ศ. 2539) การพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่อยู่ในระยะเติบโตอย่างมั่นคง มีการใช้ทรัพยากรการท่องเที่ยวมากเกินไป ขาดการดูแลเอาใจใส่ทรัพยากร การท่องเที่ยวทำให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวต่างๆ เริ่มเสื่อมโทรม กอปรกับในปี พ.ศ. 2546 ประเทศไทยต้องเผชิญกับวิกฤติการณ์โรคซาร์ส ซึ่งได้ส่งผลให้นักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ลดลงเช่นกัน แต่อย่างไรก็ตามในปี พ.ศ. 2547 เชียงใหม่ได้เปิดตัวหมีแพนด้าที่ได้มาจากประเทศจีน การเปิดตัวดังกล่าวได้กระตุ้นให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่กลับมามีชีวิตชีวาขึ้นอีกครั้งหนึ่ง แต่ต่อมาในปี พ.ศ. 2548 สถานการณ์ท่องเที่ยวของเชียงใหม่กลับเติบโตในอัตราที่ลดลง จนในปี พ.ศ. 2549 เชียงใหม่ได้พัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่อย่างไนท์ซาฟารี และมหรรรรมพิชสวนโลก ซึ่งเป็นหนึ่งในสิ่งกระตุ้นให้การท่องเที่ยวของเชียงใหม่กลับมาคึกคักอีกเหมือนเดิม โดยเฉพาะตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่ภายหลังจากงานมหรรรรมพิชสวนโลกได้สิ้นสุดลงในช่วงปลายเดือนมกราคม พ.ศ. 2550 จำนวนนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดเชียงใหม่กลับลดลงอย่างรวดเร็ว (ทั้งที่เป็นช่วง High Season ของจังหวัดเชียงใหม่) เนื่องจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นตลาดหลักของจังหวัดเชียงใหม่ได้เปลี่ยนเส้นทางท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในช่วงที่มีมหรรรรมพิชสวนโลก กอปรกับในช่วงเดือน มีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2550 จังหวัดเชียงใหม่ได้ถูกประกาศให้เป็นเขตภัยพิบัติในเรื่องปัญหามลพิษทางอากาศ (หมอกควัน) ซึ่งเป็นการซ้ำเติมภาวะวิกฤติการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ให้แย่ลงอีก



รูปที่ 7-4: จำนวนนักท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างปี พ.ศ. 2535 - 2549

จากการวิเคราะห์ข้างต้น จะเห็นได้ว่า การเติบโตของการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมา อาศัยการพัฒนาปัจจัยทางด้านสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวเป็นสำคัญ ไม่ว่าจะเป็นสวนสัตว์เชียงใหม่ (หมีแพนด้า) ในทิวเขาฟารี และมหรรรรมพิชสวนโลก ซึ่งสิ่งต่างๆ เหล่านี้ ได้กระตุ้นให้การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่มีความคึกคัก แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์การท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ยังคงมีความผันผวน ขาดความยั่งยืน และจังหวัดเชียงใหม่จะต้องพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวขึ้นมาใหม่อีกเท่าไรถึงจะเพียงพอที่ทำให้การท่องเที่ยวเชียงใหม่มีความยั่งยืน ดังนั้นการพิจารณาในปัจจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการพัฒนาเฉพาะสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจและควรมีการศึกษาเพิ่มเติม หนึ่งในปัจจัยที่มีการกล่าวถึงกันมากในปัจจุบัน ก็คือ การเข้ามาจัดการระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว การจัดการดังกล่าวจะมีผลมากน้อยเพียงใดต่อการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ และการจัดการระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มีจุดใดที่ต้องได้รับการแก้ไขบ้าง ซึ่งในงานศึกษาชิ้นนี้จะพยายามตอบคำถามในประเด็นดังกล่าว

7.7 ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

7.7.1 ลักษณะทางเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 630 คน เป็นเพศหญิงประมาณร้อยละ 55.30 ของกลุ่มตัวอย่าง และมีอายุในช่วงระหว่าง 25 - 54 ปี ถึงร้อยละ 82.67 ของกลุ่มตัวอย่าง มีสถานภาพโสดร้อยละ 52.33 และมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษา/สูงกว่าประมาณร้อยละ 68.91 ของกลุ่มตัวอย่าง แสดงว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวที่อยู่ในวัยทำงาน และมีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาขึ้นไป สำหรับอาชีพของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 21.82 ของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน รองลงมาได้แก่ ธุรกิจส่วนตัว นักเรียน/นักศึกษา และผู้เชี่ยวชาญ โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 13.61, 12.22 และ 10.47 ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ จากสัดส่วนของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอาชีพ จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมาจากอาชีพที่หลากหลาย ในส่วนของรายได้ต่อเดือนของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 74.39 ของกลุ่มตัวอย่าง มีรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ ซึ่งถือได้ว่าเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีฐานะในระดับปานกลาง จากข้อมูลพื้นฐานข้างต้นสะท้อนให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ เป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มที่มีรายได้ไม่สูงมากนัก อยู่ในวัยทำงาน มีระดับการศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นอย่างต่ำ (ตารางที่ 7-3)

ตารางที่ 7-3: ข้อมูลทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจและสังคมของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลทั่วไป	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เพศ	100.00
หญิง	44.70
ชาย	55.30
2. ช่วงอายุ	100.00
น้อยกว่า 25 ปี	23.27
25 - 34 ปี	30.86
35 - 44 ปี	14.03
45 - 54 ปี	14.52
55 - 60 ปี	9.74
มากกว่า 60 ปีขึ้นไป	7.59
3. สถานภาพสมรส	100.00
โสด	52.33
แต่งงาน	40.03
หม้าย/หย่า/แยกกันอยู่	7.64
4. ระดับการศึกษาสูงสุด	100.00
ประถมศึกษา/ต่ำกว่า	3.39
มัธยมศึกษา/อาชีววะ	27.80
อุดมศึกษา/สูงกว่า	68.81
5. อาชีพ	100.00
พนักงานบริษัทเอกชน	21.82
ธุรกิจส่วนตัว	13.61
นักเรียน/นักศึกษา	12.22
ผู้เชี่ยวชาญ	10.47
เกษียณ	9.60
พนักงานขาย	5.58
รับราชการ	5.41
แม่บ้าน	1.92
เกษตรกร	0.87
พนักงานโรงงาน	0.87
อื่นๆ เช่น นักแสดง ครู เป็นต้น	17.63
6. รายได้ต่อเดือน	100.00
น้อยกว่า 1,001 ดอลลาร์สหรัฐฯ	8.36
1,001 - 2,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ	19.41
2,001 - 3,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ	21.56
3,001 - 4,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ	14.82
4,001 - 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ	10.24
มากกว่า 5,000 ดอลลาร์สหรัฐฯ	25.61

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.7.2 การเดินทางเข้า – ออกจากจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 56.94 ของกลุ่มตัวอย่าง เดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ด้วยเครื่องบิน โดยกว่าร้อยละ 42.21 ของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางเข้าด้วยเครื่องบินจะเดินทางด้วยสายการบินไทย ในขณะที่อีกกว่าร้อยละ 24.08 ของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางเข้าด้วยเครื่องบินจะเดินทางด้วยสายการบินนกแอร์ ส่วนสายการบินบางกอกแอร์เวย์เป็นสายการบินที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้บริการเพื่อเดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่น้อยที่สุด นอกจากการเดินทางเข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ด้วยเครื่องบินแล้ว นักท่องเที่ยวต่างชาติยังนิยมเดินทางด้วยรถทัวร์ และรถไฟมากถึงร้อยละ 20.81 และ 19.68 ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ ในส่วนของการเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวมีประมาณร้อยละ 2.58 ของกลุ่มตัวอย่างเท่านั้น

สำหรับการเดินทางออกจากจังหวัดเชียงใหม่ การเดินทางด้วยเครื่องบินยังคงเป็นที่นิยมอยู่ โดยนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 68.01 ของกลุ่มตัวอย่าง เดินทางด้วยเครื่องบิน โดยเฉพาะสายการบินไทยจะมีนักท่องเที่ยวเดินทางมากที่สุดถึงร้อยละ 47.03 ของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางออกด้วยเครื่องบิน รองลงมาได้แก่ สายการบินนกแอร์ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 26.73 ของกลุ่มตัวอย่างที่เดินทางออกด้วยเครื่องบิน นอกจากนี้ยังมีนักท่องเที่ยวประมาณร้อยละ 23.40 ของกลุ่มตัวอย่าง นิยมเดินทางด้วยรถทัวร์ ในขณะที่การเดินทางออกจากจังหวัดเชียงใหม่ด้วยรถยนต์ส่วนตัวจะเป็นทางเลือกที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ค่อยนิยมใช้เช่นเดียวกับการเดินทางเข้าจังหวัดเชียงใหม่ด้วยรถยนต์ (ตารางที่ 7-4)

จากข้อมูลข้างต้นจะเห็นได้ว่า การเดินทางด้วยเครื่องบิน เป็นวิธีการเดินทางที่นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนิยมใช้ในการเดินทางเข้า – ออกจากจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าการเดินทางด้วยวิธีการอื่นๆ เนื่องจากการเดินทางด้วยเครื่องบินมีความสะดวก รวดเร็ว และปัจจุบันภายหลังจากการมีสายการบินต้นทุนต่ำ [ประเทศไทยมีการเปิดให้บริการสายการบินต้นทุนต่ำ (Low Cost Airline) เป็นครั้งแรก เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2547] ก็ยังทำให้ต้นทุนในการเดินทางด้วยเครื่องบินลดต่ำลงกว่าในอดีต นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะบินมาจากกรุงเทพฯ เข้าสู่จังหวัดเชียงใหม่ ในขณะที่ขาออกมีบางส่วนจะบินตรงไปยังภูเก็ต (เพื่อท่องเที่ยวทางทะเลหลังจากท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติในทางภาคเหนือแล้ว) หรือบางส่วนก็จะเลือกเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ทั้งภายในประเทศและระหว่างประเทศ เนื่องจากสนามบินของเชียงใหม่เป็นสนามบินนานาชาติ จึงมีเส้นทางบินไปยังสถานที่ท่องเที่ยวของประเทศเพื่อนบ้าน อย่าง สเปน ลาว (หลวงพระบาง และเวียงจันทน์) และสาธารณรัฐประชาชนจีน (คุนหมิง และจิ่งหนิง) เป็นต้น

ตารางที่ 7-4: วิธีการเดินทางเข้า – ออกจากจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

วิธีการเดินทาง	ขาเข้า		ขาออก	
	ความถี่	สัดส่วน (ร้อยละ)	ความถี่	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. เครื่องบิน	353	56.94	404	68.01
- การบินไทย	149	42.21	190	47.03
- นกแอร์	85	24.08	108	26.73
- วันทูโก	39	11.05	38	9.41
- แอร์เอเชีย	26	7.37	27	6.68
- บางกอกแอร์เวย์	9	2.55	5	1.24
- อื่นๆ เช่น Lao Air, China Air	45	12.75	36	8.91
2. รถทัวร์	129	20.81	139	23.40
3. รถไฟ	122	19.68	46	7.74
4. รถยนต์ส่วนตัว	16	2.58	5	0.84
รวม	620	100.00	594	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.7.3 ประเทศที่มาและแบบแผนการเดินทาง

เมื่อพิจารณานักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างตามภูมิภาคที่พำนักหรือประเทศที่มาของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 53.78 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นนักท่องเที่ยวที่มาจากประเทศในยุโรป รองลงมาได้แก่ ประเทศในอเมริกา และเอเชียเนียบ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 28.35 และ 14.26 ของกลุ่มตัวอย่าง ตามลำดับ นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างประมาณร้อยละ 77.49 ของกลุ่มตัวอย่าง เดินทางมาท่องเที่ยวโดยมีจุดประสงค์หลักของการเดินทางในครั้งนี้เพื่อท่องเที่ยวและพักผ่อนหย่อนใจ โดยนักท่องเที่ยวกว่าร้อยละ 70.21 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เป็นครั้งแรก การเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 33.56 ของกลุ่มตัวอย่าง เป็นการเดินทางมากับครอบครัว/เพื่อน และอีกร้อยละ 25.51 ของกลุ่มตัวอย่าง เดินทางมาท่องเที่ยวเพียงคนเดียว ในการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง มีนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 81.87 ของกลุ่มตัวอย่าง เดินทางมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง และมีนักท่องเที่ยวเพียงร้อยละ 18.13 ของกลุ่มตัวอย่างเดินทางมาท่องเที่ยวแบบซื้อแพ็คเกจทัวร์ จากข้อมูลข้างต้นแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ด้วยตนเองมากกว่าการใช้บริการของบริษัททัวร์

ตารางที่ 7-5: ประเทศที่มาและแบบแผนการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. ภูมิภาคที่พำนัก	100.00
อาเซียน	0.52
เอเชียตะวันออก	1.55
ตะวันออกกลาง	1.20
เอเชียใต้	0.17
ยุโรป	53.78
อเมริกา	28.35
โอเชียเนีย	14.26
แอฟริกา	0.17
2. จุดประสงค์หลักในการเดินทางครั้งนี้	100.00
ท่องเที่ยว/พักผ่อน	77.49
ยื่นนิมทุน/ฉลองแต่งงาน	3.54
เยี่ยมครอบครัว/ญาติ/คนรู้จัก	6.75
ติดต่อธุรกิจ	3.05
ทัศนศึกษา	4.18
ประชุม/อบรม/สัมมนา	1.77
ปฏิบัติราชการ	0.16
จุดประสงค์อื่นๆ	3.05
3. จำนวนครั้งในการเดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่	100.00
ครั้งแรก	70.21
เที่ยวซ้ำ	29.79
- ครั้งที่ 2	43.24
- ครั้งที่ 3	17.30
- ครั้งที่ 4	11.89
4. บุคคลที่ร่วมเดินทางในครั้งนี	100.00
มาคนเดียว	25.51
ครอบครัว	33.56
เพื่อน	33.56
คู่รัก	5.65
อื่นๆ เช่น คณะทัวร์ เป็นต้น	1.71
5. รูปแบบการเดินทางมาท่องเที่ยวในครั้งนี	100.00
มาด้วยตนเอง	81.87
ซื้อแพ็คเกจทัวร์	18.13

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.8 พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง

7.8.1 สาเหตุหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

นอกเหนือจากการมาเยี่ยมเพื่อน/ญาติ และการมาประชุมสัมมนาที่จังหวัดเชียงใหม่แล้ว สาเหตุหลักที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยกลุ่มตัวอย่างเลือกเป็นสาเหตุแรกถึงร้อยละ 52.61 ของการเลือกท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม และรวมทั้งสามลำดับมีสัดส่วนกว่า ร้อยละ 93.33 ของการเลือกท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รองลงมาคือ การท่องเที่ยวทางธรรมชาติ และการท่องเที่ยวแบบผจญภัย เป็นสาเหตุแรกร้อยละ 40.77 ของการเลือกท่องเที่ยวทางธรรมชาติและผจญภัย และรวมทั้งสามลำดับมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 86.15 ของการเลือกท่องเที่ยวทางธรรมชาติและผจญภัย ส่วนการท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพหรือกีฬา ช้อปปิ้ง และการท่องเที่ยวยามราตรียังไม่ใช่สาเหตุหลักที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ จากข้อมูลข้างต้นเป็นการยืนยันว่า การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมทั้งการท่องเที่ยวทางธรรมชาติและผจญภัย ยังคงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่เป็นสาเหตุหลักในการดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 7-6)

ตารางที่ 7-6: สาเหตุหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก

สาเหตุที่เลือกท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	รวมลำดับ 1-3
1. ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	52.61	29.19	11.53	93.33
2. ธรรมชาติ และท่องเที่ยวผจญภัย	40.77	34.62	10.77	86.15
3. การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ หรือกีฬา	11.37	14.85	23.67	49.88
4. ช้อปปิ้ง	14.40	18.11	31.28	63.79
5. การท่องเที่ยวยามราตรี	8.89	11.59	19.95	40.43
6. อื่นๆ เช่น เยี่ยมเพื่อน/ญาติ ประชุม	75.96	13.46	7.69	97.12

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.8.2 เมืองท่องเที่ยวที่สามารถท่องเที่ยวแทนจังหวัดเชียงใหม่

จากการสอบถามนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างถึงเมืองที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวแทนจังหวัดเชียงใหม่ ทำให้ทราบว่า ถ้าหากนักท่องเที่ยวไม่มาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปท่องเที่ยวยังประเทศสิงคโปร์ กัวลาลัมเปอร์ ฮานอย เสียมเรียบ และ โฮจิมินห์ มากที่สุด โดยมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 14.39, 12.35, 11.53, 11.20 และ 10.71 ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามนี้ สำหรับเมืองที่นักท่องเที่ยวจะเลือกไปเที่ยวแทนจังหวัดเชียงใหม่เป็นลำดับที่ 1 มากที่สุด ได้แก่ หลวงพระบาง และเสียมเรียบ โดยมีสัดส่วนในการเลือกเป็นลำดับที่ 1 ประมาณร้อยละ 53.15 และ 40.88 ของจำนวนนักท่องเที่ยวที่เลือกไปท่องเที่ยวยังเมืองดังกล่าว ตามลำดับ

ตารางที่ 7-7: เมืองที่นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปท่องเที่ยวแทนจังหวัดเชียงใหม่ 3 ลำดับแรก

เมือง	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3	รวม ลำดับ1-3	ความถี่	สัดส่วน (ร้อยละ)
1. สิงคโปร์	33.52	16.48	13.64	63.64	176	14.39
2. กัวลาลัมเปอร์	27.81	19.87	13.91	61.59	151	12.35
3. ฮานอย	20.57	19.15	20.57	60.28	141	11.53
4. เสียมเรียบ	40.88	22.63	10.22	73.72	137	11.20
5. โฮจิมินห์	19.08	21.37	26.72	67.18	131	10.71
6. พนมเปญ	14.29	30.25	17.65	62.18	119	9.73
7. เวียงจันทน์	19.49	21.19	21.19	61.86	118	9.65
8. หลวงพระบาง	53.15	20.72	4.50	78.38	111	9.08
9. มัณฑะเลย์	13.16	7.89	10.53	31.58	38	3.11
10. ย่างกุ้ง	17.14	8.57	22.86	48.57	35	2.86
11. คุณหมิง	21.74	13.04	13.04	47.83	23	1.88
12. พุกาม	25.00	8.33	16.67	50.00	12	0.98
13. อื่นๆ เช่น กรุงเทพฯ	70.97	19.35	6.45	96.77	31	2.53

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.8.3 การประสบเหตุการณ์ที่อันตราย หรืออุบัติเหตุของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง การมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 72.71 ของกลุ่มตัวอย่าง ไม่ประสบเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุ แต่สำหรับนักท่องเที่ยวที่ประสบเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุกว่าร้อยละ 43.78 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประสบเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุ เป็นการประสบเหตุในเรื่องของมลพิษต่างๆ โดยเฉพาะเรื่องมลพิษทางอากาศ (ปัญหาหมอกควัน) ที่มีระดับความรุนแรงมากในปีนี้ [ในช่วงเดือนมีนาคม - เมษายน พ.ศ. 2550 ได้มีการประกาศให้จังหวัดเชียงใหม่เป็นเขตภัยพิบัติจากปัญหามลพิษทางอากาศ (หมอกควัน)] รองลงมา ได้แก่ เหตุในเรื่องของอาหารเป็นพิษ ซึ่งมีนักท่องเที่ยวที่ประสบกับเรื่องอาหารเป็นพิษมีเพียงร้อยละ 14.86 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประสบเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุ สำหรับเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างประสบน้อยที่สุดได้แก่ การล้วงกระเป๋า และการถูกทำร้าย มีนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างเพียงร้อยละ 2.01 ของกลุ่มตัวอย่างที่ประสบเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุ ประสบบกับเหตุการณ์นี้

ตารางที่ 7-8: เหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุที่นักท่องเที่ยวประสบในระหว่างท่องเที่ยวที่เชียงใหม่ในครั้งนี้

เหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุ	สัดส่วน (ร้อยละ)
ไม่ประสบเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุ	72.71
ประสบเหตุการณ์ที่อันตรายหรืออุบัติเหตุ	27.29
- มลพิษ	43.78
- อาหารเป็นพิษ	14.86
- อุบัติเหตุทางถนน	9.64
- โสเภณี	8.03
- ถูกขโมยของ	6.02
- ขงหาย	4.02
- ยาเสพติด	2.81
- โคนล้วงกระเป๋า	2.01
- ถูกทำร้าย	2.01
- อื่นๆ เช่น การหลอกลวงของแท็กซี่ เป็นต้น	6.83

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.8.4 จำนวนเมืองท่องเที่ยวและลำดับการเลือกเมือง/สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

การมาท่องเที่ยวในครั้งนี้นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 70.38 ของกลุ่มตัวอย่าง ได้ท่องเที่ยวไปยังเมืองต่างๆ ไม่เกินกว่า 5 เมือง โดยกว่าร้อยละ 54.01 ของกลุ่มตัวอย่าง จะท่องเที่ยวไปยังเมืองต่างๆ ประมาณ 3 - 5 เมือง และเมื่อพิจารณาถึงลำดับการเลือกเมือง/สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ในการเลือกลำดับที่ 1 นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 78.62 ของการเลือกลำดับที่ 1 จะเลือกกรุงเทพฯ เป็นเมืองแรกในการท่องเที่ยว ในขณะที่การเลือกในลำดับที่ 2 - 5 จะเลือกเชียงใหม่เป็นเมืองแรกในการท่องเที่ยว สาเหตุหนึ่งที่ทำให้เชียงใหม่ยังคงติดลำดับการเลือกในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการสัมภาษณ์ในครั้งนี้ได้สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งในการสัมภาษณ์ในระดับประเทศ อาจให้ผลไม่สอดคล้องกับการศึกษานี้ก็ได้ แต่เป็นที่น่าสังเกตว่า เมือง/สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะเป็น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต เชียงราย และหมู่บ้านชาวเขา และมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่เลือกท่องเที่ยวยังต่างประเทศอย่างเช่น สิงคโปร์ และ ไोजิมีन्ह (ตารางที่ 7-9 และ 7-10)

ตารางที่ 7-9: จำนวนเมืองท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกมาท่องเที่ยวในครั้งนี

จำนวนเมืองท่องเที่ยว	สัดส่วน (ร้อยละ)
1 เมือง	2.79
2 เมือง	13.59
3 เมือง	22.30
4 เมือง	16.72
5 เมือง	14.98
มากกว่า 5 เมือง	29.62

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 7-10: ลำดับการเลือกเมือง/สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

ลำดับที่	เมืองที่ 1	เมืองที่ 2	เมืองที่ 3	เมืองที่ 4	เมืองที่ 5
ลำดับที่ 1	กรุงเทพฯ (78.62%)	เชียงใหม่ (6.01%)	สิงคโปร์ (4.77%)	ภูเก็ต (2.47%)	โฮจิมินห์ (1.41%)
ลำดับที่ 2	เชียงใหม่ (40.93%)	กรุงเทพฯ (7.66%)	อยุธยา (7.66%)	ภูเก็ต (5.23%)	เชียงใหม่ (4.49%)
ลำดับที่ 3	เชียงใหม่ (21.94%)	กรุงเทพฯ (9.46%)	ภูเก็ต (8.39%)	เชียงใหม่ (6.24%)	หมู่บ้านชาวเขา (5.81%)
ลำดับที่ 4	เชียงใหม่ (20.23%)	กรุงเทพฯ (10.12%)	หมู่บ้านชาวเขา (7.80%)	ภูเก็ต (7.51%)	เชียงใหม่ (6.36%)
ลำดับที่ 5	เชียงใหม่ (14.17%)	กรุงเทพฯ (12.99%)	เชียงใหม่ (7.87%)	หมู่บ้านชาวเขา (7.87%)	ภูเก็ต (6.30%)

หมายเหตุ: ตัวเลขในวงเล็บ คือ สัดส่วนการเลือกเมือง/สถานที่ท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.9 คุณค่าที่ได้รับจากการการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

7.9.1 คุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว

การประเมินคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในการศึกษานี้ แบ่งออกเป็น 3 หัวข้อย่อย ได้แก่ การจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพ ด้านการเงิน และด้านสารสนเทศ โดยให้นักท่องเที่ยวประเมินในระดับคะแนนระหว่าง 1 - 10 (น้อยที่สุด - มากที่สุด) และถ้าหากนักท่องเที่ยวไม่ใช้บริการหรือไม่มีประสบการณ์ในรายการใดๆ ก็ไม่มีการประเมินในรายการนั้น ในที่นี้จะขออธิบายผลการประเมินในแต่ละด้านพอสังเขปดังนี้

1) การจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพ

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้รับคุณค่าจากการจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพของการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ในระดับดีมาก (ระดับคะแนน 7.64) โดยการจัดการในเรื่องการเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่มเป็นกรณีที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยสูงที่สุดถึง 8.18 แสดงว่า ในการมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม และจังหวัดเชียงใหม่ก็สามารถจัดการในเรื่องแหล่งอาหารและเครื่องดื่มให้นักท่องเที่ยวมีความสะดวกในการเข้าไปใช้บริการได้เป็นอย่างดี รองลงมา ได้แก่ ความพร้อมของบริษัททัวร์/

แพ็กเกจทัวร์ มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 8.03 ในขณะที่การจัดการกับปัญหาโรคติด และการเดินทาง ในกรณีฉุกเฉิน เช่น กรณีมีอุบัติเหตุ (มีคะแนนเฉลี่ย 5.49 และ 5.99 ตามลำดับ) ยังคงเป็นปัญหาหลักในการจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพของการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวใน จังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้สะท้อนให้เห็นว่า การจัดการทั้ง 2 กรณี ดังกล่าว ยังมีการจัดการที่ไม่ดีพอ และนักท่องเที่ยวคิดว่าคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการทั้ง 2 กรณี ต่ำกว่าการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพอื่นๆ นอกจากนี้การจัดการทางด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นหนึ่งในประเด็นสำคัญในการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพของระบบโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้รับคุณค่าจากการจัดการด้านความปลอดภัยในกรณีต่างๆ ในระดับดีมาก (มีระดับคะแนน 7.00 – 8.00) ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า จังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการทางด้านความปลอดภัยในกรณีต่างๆ ได้ในระดับที่ดีมาก โดย สามารถจัดการความปลอดภัยในสถานที่พักผ่อนได้ดีที่สุด รองลงมาได้แก่ การจัดการความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่การจัดการความปลอดภัยในบริเวณชุมชนแออัดมีระดับคะแนนเฉลี่ย ต่ำที่สุด เมื่อเทียบการจัดการทางด้านความปลอดภัยด้วยกัน

จากผลการศึกษามีข้อสังเกตว่า การจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพของระบบ โลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ ในเรื่องของความสะดวกมีเพียง 4 กรณีเท่านั้นที่ มีระดับคะแนนเฉลี่ยในระดับดีมาก (ระดับคะแนน 7.00 – 8.00) ได้แก่ กรณีการเข้าถึงแหล่งอาหาร และเครื่องดื่ม ความพร้อมของบริษัททัวร์/แพ็กเกจทัวร์ การลงทะเบียนที่พัก และระบบการเดินทางไป สนามบิน/สถานีขนส่ง ส่วนกรณีอื่นๆ อีก 4 กรณี กลับมีระดับคะแนนเฉลี่ยในระดับปานกลาง (ระดับ คะแนน 5.00 – 6.00) ในขณะที่การจัดการในเรื่องของความปลอดภัยทั้ง 5 กรณี กลับมีระดับคะแนน เฉลี่ยในระดับดีมากทั้งหมด จากข้อสังเกตดังกล่าว อาจกล่าวได้ว่า จังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการ การไหลเวียนทางด้านกายภาพของระบบโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัย ในการท่องเที่ยวได้ดีกว่าการจัดการทางด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่/กิจกรรมทางการ ท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องของการจราจรภายในตัวเมืองเชียงใหม่ที่นับวันจะเป็นปัญหาที่มีความ รุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องของระบบขนส่งมวลชนที่ยังขาดประสิทธิภาพในการ บริการและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งระบบขนส่งในการนำนักท่องเที่ยว เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่ ปัญหานี้เป็นปัญหาที่ต้องเร่ง แก้ไข เพราะจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวหลายๆ แห่งอยู่ในชนบทและห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ (ตารางที่ 7-11)

ตารางที่ 7-11: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ

การจัดการการไหลเวียนด้านกายภาพ	คะแนนเฉลี่ย
1. ระบบขนส่งมวลชน	6.42
2. การลงทะเบียนเข้าพัก	7.67
3. การเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม	8.18
4. ความพร้อมของบริษัททัวร์/แพ็คเกจทัวร์	8.03
5. การเดินทางท่องเที่ยวในชนบทโดยรถทัวร์	6.64
6. ระบบการเดินทางไปสนามบิน/สถานีขนส่ง	7.58
7. การจัดการปัญหาจราจรติด	5.49
8. การเดินทางในกรณีฉุกเฉิน เช่น อุบัติเหตุ	5.99
9. ความปลอดภัย ณ สนามบิน/สถานีขนส่ง	7.71
10. ความปลอดภัยในเขตเมือง	7.26
11. ความปลอดภัยในบริเวณฝูงชนแออัด	7.06
12. ความปลอดภัยในสถานที่พักแรม	7.97
13. ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.70
ภาพรวมของการจัดการด้านกายภาพ	7.64

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

2) การจัดการการไหลเวียนด้านการเงิน

ในภาพรวมจังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการการไหลเวียนด้านการเงินได้ในระดับดีมาก (มีระดับคะแนนเฉลี่ย 7.40) โดยจังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการในเรื่องของความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้ดีที่สุด (มีระดับคะแนนเฉลี่ย 7.91) แสดงว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ได้รับความสะดวกเป็นอย่างมากในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ รองลงมาได้แก่ ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/บัตรเดบิต/เช็คเดินทาง และระบบการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งมีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 7.78, 7.77 และ 7.74 ตามลำดับ ในขณะที่เดียวกันนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคิดว่า คุณค่าที่ได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางด้านการเงินในกรณีของระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มเป็นการจัดการการไหลเวียนทางด้านการเงินที่แย่ที่สุด (มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 6.29 และ 6.51 ตามลำดับ) เมื่อเทียบกับการจัดการการไหลเวียนทางด้านการเงินอื่นๆ (มีทั้งหมด 7 รายการ)

จากผลการศึกษาที่มีข้อสังเกตว่า การจัดการการไหลเวียนทางการเงินในเรื่องของความสะดวกในการใช้บริการทางการเงินต่างๆ (มีทั้งหมด 4 รายการ) มีระดับคะแนนอยู่ในระดับดีมาก (ระดับคะแนน 7.00 - 8.00) ในขณะที่การจัดการทางการเงินในเรื่องของระบบการชำระเงินหรือระบบคินภาซี (มีทั้งหมด 3 รายการ) กลับมีระดับคะแนนในระดับปานกลาง ยกเว้นระบบการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการที่มีระดับคะแนนในระดับดีมาก (มีระดับคะแนน 7.74) เนื่องจากร้านค้าต่างๆ ภายในตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่ ได้นำระบบการชำระเงินอัตโนมัติและการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต/เดบิตเข้ามาใช้อย่างกว้างขวาง ทำให้ระบบการชำระเงินในการซื้อสินค้าและบริการภายในตัวเมืองจังหวัดเชียงใหม่มีความสะดวกและรวดเร็ว เมื่อเทียบกับเมืองท่องเที่ยวที่เป็นคู่แข่งอีกหลายๆ เมือง อย่างเช่น หลวงพระบาง เป็นต้น ที่ยังมีการนำระบบการชำระเงินอัตโนมัติและการชำระเงินด้วยบัตรเครดิต/เดบิตมาใช้ในบางสถานที่เท่านั้น สำหรับการจัดการทางการเงินในเรื่องของระบบการคินภาซีมูลค่าเพิ่มเป็นการจัดการทางการเงินที่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้รับคุณค่าของการจัดการดังกล่าวในระดับปานกลาง (มีระดับคะแนน 5.00 - 6.00) ซึ่งเป็นการสะท้อนให้เห็นว่า ระบบการคินภาซีมูลค่าเพิ่มที่มีอยู่ในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคิดว่าคุณค่าที่ได้รับในกรณีนี้อยู่ในระดับปานกลาง และเป็นกรณีที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการจัดการการไหลเวียนทางการเงินอื่นๆ แสดงให้เห็นว่า ระบบการคินภาซีมูลค่าเพิ่มที่ดำเนินการภายในจังหวัดเชียงใหม่ยังไม่มีความสะดวกและรวดเร็วเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ทั้งนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวต่างชาติหลายๆ คน ไม่อยากเสียเวลาหรือยุ่งยากในการใช้บริการคินภาซีมูลค่าเพิ่ม (ตารางที่ 7-12)

ตารางที่ 7-12: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางการเงิน

การจัดการการไหลเวียนทางการเงิน	คะแนนเฉลี่ย
1. ความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	7.91
2. ความสะดวกในการใช้เช็คเดินทาง	7.77
3. ความสะดวกในการใช้บัตรเครดิต/บัตรเดบิต	7.78
4. ความสะดวกในการทำธุรกรรมระหว่างประเทศ	7.35
5. ระบบการชำระเงินเพื่อซื้อสินค้าและบริการ	7.74
6. ระบบการชำระค่าภาษีสนามบิน	6.51
7. ระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	6.29
ภาพรวมของการจัดการด้านการเงิน	7.40

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

3) การจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศ

คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ เป็นการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีระดับคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมมากที่สุด (มีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 7.09) เมื่อเทียบกับการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ทั้งหมด (แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ การจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ ด้านการเงิน และด้านสารสนเทศ) แสดงว่า ปัจจุบันการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ยังมีประสิทธิภาพไม่ดีพอ ยังต้องมีการปรับปรุงมากกว่าการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพและด้านการเงิน แต่อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในระดับรายละเอียด ก็พบว่า การจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศในเรื่องของข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเป็นรายการที่นักท่องเที่ยวคิดว่าได้รับคุณค่าจากการจัดการดังกล่าวมากที่สุด (มีระดับคะแนน 7.23) รองลงมา ได้แก่ การจัดการข้อมูล ณ สถานที่พัก (มีระดับคะแนน 7.04) แสดงว่า จังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศในเรื่องข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวได้ดีที่สุด ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการด้านสถานที่พักแรมของจังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการข้อมูลข่าวสารให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงและใช้บริการได้อย่างสะดวกดีกว่าสถานที่อื่นๆ

จากผลการศึกษาที่มีข้อสังเกตว่า การจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศของระบบโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่จะมีระดับคะแนนที่ใกล้เคียงกัน แต่อย่างไรก็ตาม การจัดการในเรื่องของข้อมูลข่าวสารทางด้านต่างๆ ยกเว้น ด้านการเดินทาง สามารถทำได้ดีกว่า การ

จัดการข้อมูล ณ แหล่ง/สถานที่ต่างๆ แสดงว่า ปัญหาในการจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ โดยส่วนใหญ่เป็นปัญหาในเรื่องของการจัดการข้อมูลข่าวสาร ณ แหล่ง/สถานที่ต่างๆ ที่ยังไม่สามารถ ให้ความสะดวก หรือความถูกต้องของข้อมูลได้ดี เมื่อเทียบกับการจัดการการเข้าถึงข้อมูล ประเภทต่างๆ ของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะข้อมูลทางด้านสถานที่ท่องเที่ยว อาหารและเครื่องดื่ม และ ที่พัก ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในเรื่องนี้ ควรจะเข้ามาดำเนินการแก้ไข ปรับปรุงให้การไหลเวียน ทางด้านสารสนเทศดีขึ้น ให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และข้อมูลเหล่านั้น จะต้องมีความถูกต้องและทันสมัยตลอดเวลา ซึ่งในเรื่องของความทันสมัยของข้อมูล (การ Update Data) ก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่มีสำคัญในการจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศของ การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลหลายๆ แหล่งขาดการปรับปรุงข้อมูล (Update) ให้ทันสมัย โดยเฉพาะข้อมูลตาม Web site และสถานที่ต่างๆ รวมทั้งข้อมูลในเรื่องของการ เดินทางหรือแผนที่ที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

ตารางที่ 7-13: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ

การจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ	คะแนนเฉลี่ย
1. ข้อมูลจากเว็บไซต์อย่างเป็นทางการ	6.81
2. ข้อมูล ณ สำนักงานการท่องเที่ยวเชียงใหม่	6.63
3. ข้อมูล ณ สถานที่พักแรม	7.04
4. ข้อมูล ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.73
5. ข้อมูลด้านการเดินทาง	6.21
6. ข้อมูลด้านที่พัก	6.98
7. ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	6.99
8. ข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยว	7.23
ภาพรวมของการจัดการด้านสารสนเทศ	7.09

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.9.2 คุณค่าที่ได้รับจากสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว

แม้ว่าจะเป็นที่ทราบกันดีอยู่แล้วว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศไทย จากการประเมินคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ก็ได้แสดงให้เห็นว่า ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น (ซึ่งเป็นสิ่งดึงดูดใจประเภทประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม) เป็นสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุด เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้รับคุณค่าในเรื่องของความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่นมากที่สุด (มีระดับคะแนนเฉลี่ย 8.44) รองลงมา เป็นเรื่องของอาหาร การช้อปปิ้ง และแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ซึ่งมีระดับคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 7.85, 7.83 และ 7.80 ตามลำดับ ในขณะที่สิ่งดึงดูดใจประเภทพิพิธภัณฑ์/หอศิลป์ และการท่องเที่ยวชุมชน (มีระดับคะแนนเฉลี่ย 6.68 และ 6.92 ตามลำดับ) เป็นสิ่งดึงดูดใจที่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้รับคุณค่าน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดของจังหวัดเชียงใหม่ (มี 14 รายการ) ส่วนไนท์ซาฟารี และสวนสัตว์เชียงใหม่ ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงและสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ มีระดับคะแนนของคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับในระดับดีมาก (มีระดับคะแนนเฉลี่ย 7.42 และ 7.20 ตามลำดับ) แต่มีระดับคะแนนต่ำกว่าแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติซึ่งอยู่ในสิ่งดึงดูดใจประเภทเดียวกัน นอกจากนี้เมื่อพิจารณาในภาพรวม พบว่า ผลการสำรวจที่ได้ยังคงยืนยันว่าสิ่งดึงดูดใจประเภทประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยังคงเป็นสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของจังหวัดเชียงใหม่ (ตารางที่ 7-14)

ตารางที่ 7-14: คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

สิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยว	ประเภทของสิ่งดึงดูดใจ	คะแนนเฉลี่ย
1. ประวัติศาสตร์	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.51
2. วัด	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.77
3. แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	ธรรมชาติ	7.80
4. พิพิธภัณฑ์ /หอศิลป์	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	6.68
5. การท่องเที่ยวชุมชน	ธรรมชาติ	6.92
6. กิจกรรมทางศาสนา	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.10
7. อาหาร	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	7.85
8. สปา	พักผ่อนและสันทนาการ	7.71
9. กีฬา	พักผ่อนและสันทนาการ	7.08
10. ช็อปปิ้ง	การพักผ่อนและสันทนาการ	7.83
11. ความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่น	ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม	8.44
12. บ้านเที่ยงยามราตรี	บันเทิง	7.47
13. ไนท์ซาฟารี	ธรรมชาติ	7.42
14. สวนสัตว์เชียงใหม่	ธรรมชาติ	7.20
ภาพรวม	-	7.71

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.9.3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

เมือง/สถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเลือกท่องเที่ยวในครั้งนี้นับมากที่สุด ได้แก่ กรุงเทพฯ โดยที่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างกว่าร้อยละ 24.05 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ได้เลือกไปท่องเที่ยวยังกรุงเทพฯ มากที่สุด รองลงมาได้แก่ เชียงใหม่ ซึ่งมีสัดส่วนประมาณร้อยละ 20.28 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ในขณะที่เมือง/สถานที่อื่นๆ มีสัดส่วนไม่เกินร้อยละ 5 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด เป็นที่น่าสังเกตว่า ภูเก็ต ซึ่งได้ชื่อว่าเป็นไข่มุกแห่งอันดามันของประเทศไทย มีนักท่องเที่ยวเลือกไปท่องเที่ยวในครั้งนี้นับเพียงร้อยละ 5.25 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด สาเหตุหนึ่งอาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างได้เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่เป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่มที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวยังจังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลการสำรวจนี้ได้สะท้อนให้เห็นว่า

กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และธรรมชาติของภาคเหนือของไทย อาจเป็นนักท่องเที่ยวคนละกลุ่มกับที่นิยมเดินทางไปท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลของประเทศไทย ซึ่งโดยส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวมักนิยมบินตรงไปยังภูเก็ตหรือกระบี่โดยตรง แต่อย่างไรก็ตาม ยังมีนักท่องเที่ยวบางกลุ่มที่เลือกมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ก่อนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวทางทะเลที่ภาคใต้ของไทย

เมื่อพิจารณาระดับคะแนนความพอใจในด้านต่างๆ ทั้ง 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ความพอใจทางด้านการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว ความพอใจในสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว และความพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวในครั้งนี้มากกว่าด้านอื่นๆ โดยมีระดับคะแนน 7.37 รองลงมาได้แก่ ความพอใจในสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว มีระดับคะแนน 7.10 ในขณะที่การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความพอใจน้อยที่สุด (มีระดับคะแนน 7.00) แสดงให้เห็นว่าการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ยังเป็นเรื่องที่ต้องปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยเฉพาะการจัดในเรื่องของสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

นอกจากนี้หนึ่งในดัชนีสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความพึงพอใจในการท่องเที่ยวในครั้งนี้ของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ความจงรักภักดีที่มีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่สะท้อนผ่านการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำและการแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งจากการประเมิน พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจะแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าการกลับมาเที่ยวซ้ำ และในการท่องเที่ยวครั้งต่อไป โอกาสที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างจะเลือกมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ จะเป็นรายการที่มีระดับคะแนนน้อยที่สุด แสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวในครั้งต่อไปของนักท่องเที่ยวที่ได้เดินทางมาท่องเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่ในครั้งนี้ จะมีโอกาสน้อยที่จะเลือกกลับมาท่องเที่ยวเชียงใหม่อีกในครั้งต่อไป แต่นักท่องเที่ยวจะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และถ้ามีโอกาสนักท่องเที่ยวยังอยากกลับมาเที่ยวเชียงใหม่ซ้ำอีก แต่ไม่ใช่ในครั้งต่อไป (ตารางที่ 7-16)

ตารางที่ 7-15: เมือง/สถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม 10 ลำดับแรกในการเดินทางท่องเที่ยวใน
ครั้งนี้ของนักท่องเที่ยว

เมือง/สถานที่ท่องเที่ยว	สัดส่วน (ร้อยละ)
กรุงเทพฯ	24.05
เชียงใหม่	20.28
ภูเก็ต	5.25
เชียงราย	4.71
หมู่บ้านชาวเขา	3.59
เสียมเรียบ	3.11
ปาย	2.83
อยุธยา	2.75
หลวงพระบาง	2.57
เวียงจันทน์	2.54
แหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	28.32

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 7-16: ความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของ
นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่าง

รายการ	คะแนนเฉลี่ย
1. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	
ความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว	7.00
ความพึงพอใจในสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยว	7.10
ความพึงพอใจโดยรวมในการท่องเที่ยวครั้งนี้	7.37
2. การกลับมาเที่ยวซ้ำ/แบ่งปันประสบการณ์	
โอกาสที่นักท่องเที่ยวอยากกลับมาเที่ยวซ้ำ	7.37
ในครั้งต่อไปโอกาสที่จะมาเชียงใหม่มากกว่าแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ	6.38
ในครั้งต่อไปจะพาเพื่อน/คนรู้จักมาเที่ยวเชียงใหม่ด้วย	7.16
แนะนำให้คนอื่นๆ เดินทางมาเที่ยวเชียงใหม่	7.99

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

7.10 ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าที่ได้รับกับความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่

ในการวิเคราะห์แบบจำลองคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจและการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ (รูปที่ 7-5) เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์ด้วยแบบจำลองโครงสร้าง (SEM) ซึ่งก่อนที่จะทำการวิเคราะห์จะต้องทำการทดสอบความคงที่ภายใน (Internal Consistency) โดยการพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ตามวิธีของ Cronbach (หรือที่เรียกว่า Cronbach Alpha) โดยค่า Cronbach Alpha จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงจะแสดงว่า กลุ่มตัวแปรที่นำมาใช้ในการสร้างองค์ประกอบมีระดับความเชื่อมั่นสูง นอกจากนี้จะต้องพิจารณาค่า Correlation ประกอบด้วย โดยค่า Correlation จะต้องไม่ต่ำกว่า 0.30 จึงจะถือได้ว่าตัวแปรที่นำมาใช้ในการสร้างองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กันสูงพอที่จะสามารถทำการวิเคราะห์องค์ประกอบได้

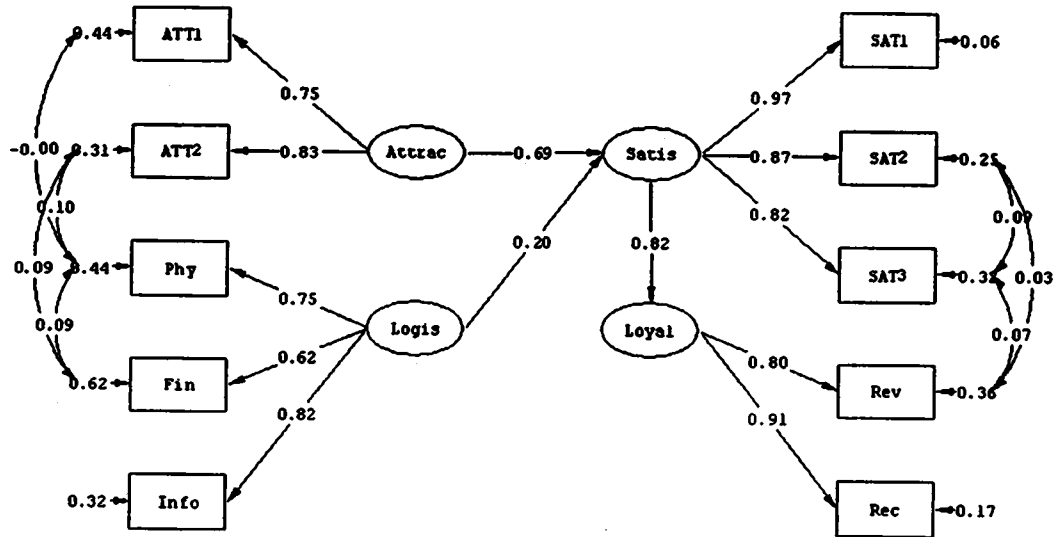
ในตารางที่ 7-17 แสดงผลการคำนวณค่า Cronbach Alpha พบว่า ค่า Cronbach Alpha ที่คำนวณได้ทุกๆ ตัวแปรมีค่ามากกว่า 0.70 ยกเว้น ตัวแปร Phy (Physical Flow MGMT) แสดงว่า กลุ่มตัวแปรโดยส่วนใหญ่ที่นำมาใช้ในการสร้างองค์ประกอบมีระดับความเชื่อมั่นที่สามารถนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้ ในขณะที่ค่า Correlation ที่คำนวณได้ของตัวแปรทั้งหมดมีค่า Correlation สูงกว่า 0.30 ทุกตัวแปร แสดงว่า ในตัวแปรทั้งหมดที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้มีความสัมพันธ์สูงเหมาะที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์ได้

ตารางที่ 7-17: ผลการทดสอบ Reliability ของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์

ชื่อตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	Alpha if Item deleted	Cronbach's Alpha
Attrac (Tourist Attraction)				0.762
ATT1 (Physical Attraction)	75.15	14.36	0.806	
ATT2 (Activity Attraction)	78.41	12.55	0.767	
Logis (Overall Logistics MGMT)				0.785
Phy (Physical Flow MGMT)	73.36	12.10	0.668	
Fin (Financial Flow MGMT)	76.04	15.08	0.754	
Info (Information Flow MGMT)	69.32	15.66	0.711	
Satis (Destination Satisfaction)				0.928
SAT1	74.03	14.50	0.893	
SAT2	71.20	16.10	0.883	
SAT3	69.62	16.45	0.912	
Loyal (Destination Loyalty)				0.836
Rev (Revisit)	7.32	2.25	0.712	
Rec (Recommend)	8.05	1.90	0.718	

ที่มา: จากการคำนวณโดยโปรแกรม SPSS 15.0.

จากแบบจำลองเริ่มต้นในรูปที่ 7-3 ได้ทำการปรับปรุงแบบจำลองโดยการสร้างความสัมพันธ์ในส่วนของค่าคลาดเคลื่อนในการวัดของตัวแปรภายนอกและภายในจนทำให้ค่าสถิติการตัดสินใจมีค่าอยู่ภายใต้เงื่อนไข (ตารางที่ 7-18) ที่เป็นการแสดงให้เห็นว่า แบบจำลองที่สร้างขึ้นสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังรูปที่ 7-5



Chi-Square=21.92, df=22, P-value=0.4646, RMSEA=0.000

ที่มา: จากการคำนวณโดยโปรแกรม LISREL for Windows 8.72.

รูปที่ 7-5: ค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐานของแบบจำลองคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจ และการจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวเกี่ยวกับความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวที่มีการปรับปรุงแล้ว

ตารางที่ 7-18: ค่าสถิติความสอดคล้องของรูปแบบความสัมพันธ์ตามสมมติฐานกับข้อมูลเชิงประจักษ์

สถิติที่ใช้วัดความสอดคล้อง	เงื่อนไข	ค่าที่ได้	ผลการพิจารณา
สถิติที่ใช้วัดระดับความกลมกลืน			
➤ χ^2	χ^2 ต่ำและไม่ Sig.	มีค่าต่ำและไม่ Sig.	ใช้ได้
➤ χ^2 / df	ไม่ควรเกิน 2.00	1.00	ใช้ได้
➤ RMSEA	ต่ำกว่า 0.05	0.00	ใช้ได้
➤ RMR	เข้าใกล้ 0	0.02	ใช้ได้
➤ GFI	เข้าใกล้ 1	0.99	ใช้ได้
➤ AGFI	มากกว่า 0.90	0.98	ใช้ได้
การวิเคราะห์ความคลาดเคลื่อน			
➤ FRM	ไม่เกิน 2	ไม่มีตัวแปรที่มีค่าเกิน 2	ใช้ได้
➤ LSR	ไม่เกิน 2	0.16	ใช้ได้
➤ Q - plot	ชันมากกว่าเส้นทแยงมุม	ใกล้เคียงเส้นทแยงมุม	ใช้ได้

หมายเหตุ: AGFI = Adjusted Goodness of Fit Index, LSR = Largest Standardized Residual, FRM = Fitted Residuals Matrix.

ที่มา: จากการคำนวณด้วยโปรแกรม LISREL for Windows 8.72.

จากการทดสอบสมมติฐานที่ตั้งไว้ พบว่า คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวมีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวและมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยนักท่องเที่ยวจะมีความพึงพอใจและความจงรักภักดีเพิ่มขึ้นประมาณ 20% และ 16% เมื่อเทียบกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่เกิดขึ้นโดยปกติ ตามลำดับ อย่างไรก็ตามยังพบว่าการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ ทางด้านการเงิน และทางด้านสารสนเทศ เป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในเรื่องการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ

ด้านการเงิน และด้านสารสนเทศมีผลกระทบโดยอ้อมต่อความพึงพอใจโดยรวมและความจงรักภักดี ในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

สำหรับผลการศึกษาที่ได้ยังคงยืนยันว่า คุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจและมีอิทธิพลโดยอ้อมต่อความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น 69% และ 57% ตามลำดับ การเพิ่มขึ้นดังกล่าวเป็นการเพิ่มขึ้นอันเนื่องมาจากคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับจากสิ่งดึงดูดใจประเภทสถานที่ 33% (ความพึงพอใจ) และ 27% (ความจงรักภักดี) และจากสิ่งดึงดูดใจประเภทกิจกรรม 36% (ความพึงพอใจ) และ 30% (ความจงรักภักดี) ในขณะที่การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวก็มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวในเชียงใหม่เช่นเดียวกัน แม้ว่าจะน้อยกว่าสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวถึง 3.45 เท่า แต่ก็เป็นหนึ่งในปัจจัยสนับสนุนที่มีสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ การจัดการการไหลเวียนทางด้านการสารสนเทศเป็นปัจจัยทางด้านการจัดการโลจิสติกส์ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด โดยทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 7.49% และทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น 6.14% ในขณะที่การจัดการไหลเวียนทางด้านกายภาพ ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลในลำดับรองลงมา ได้ทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 6.85%และทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น 5.62% สำหรับการจัดการการไหลเวียนทางการเงิน ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลน้อยที่สุด ได้ทำให้ความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 5.66% และทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น 4.64% จากผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ซ้ำอีกครั้งหนึ่ง หรืออาจแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่

การจัดการการไหลเวียนของสารสนเทศทางด้านการท่องเที่ยวซึ่งเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลและมีความสำคัญมากที่สุดในการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว จังหวัดเชียงใหม่ยังมีปัญหาในเรื่องของความสะดวกและความถูกต้องของข้อมูลข่าวสาร ณ แหล่ง/สถานที่ต่างๆ ดังนั้นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องควรเข้ามาดำเนินการแก้ไข ปรับปรุงให้การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร ณ แหล่ง/สถานที่ต่างๆ ดีขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และข้อมูลควรมีความถูกต้องและทันสมัยตลอดเวลา โดยเฉพาะในเรื่องของความทันสมัยของข้อมูล (การ Update Data) ที่ในปัจจุบันมีแหล่งข้อมูลหลายๆ แหล่งขาดการปรับปรุงข้อมูล (Update) ให้ทันสมัย เช่น ข้อมูลตาม Web site

และสถานที่ต่างๆ รวมทั้งข้อมูลในเรื่องของการเดินทางหรือแผนที่ที่ใช้ในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพที่มีอิทธิพลและความสำคัญในลำดับรองลงมา จังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพของระบบโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวในเรื่องของความปลอดภัยในการท่องเที่ยวได้ดีกว่าการจัดการทางด้านความสะดวกในการเข้าถึงสถานที่/กิจกรรมทางด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเรื่องของการจราจรภายในตัวเมืองเชียงใหม่ที่นับวันจะเป็นปัญหาที่มีความรุนแรงมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีปัญหาในเรื่องของระบบขนส่งมวลชนที่ยังขาดประสิทธิภาพในการบริการและการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว รวมทั้งระบบขนส่งในการนำนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมืองเชียงใหม่ ปัญหานี้เป็นปัญหาที่ต้องเร่งแก้ไข เพราะจังหวัดเชียงใหม่มีแหล่งท่องเที่ยวหลายๆ แห่งในชนบทและห่างจากตัวเมืองเชียงใหม่ ส่วนการจัดการการไหลเวียนทางการเงิน จังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการให้นักท่องเที่ยวได้รับความสะดวก และรวดเร็วในการใช้บริการทางการเงินได้เป็นอย่างดี ยกเว้น ระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มที่ใช้อยู่ในปัจจุบันยังไม่มีความสะดวกและรวดเร็วเพียงพอกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ทั้งนี้จึงทำให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติหลายๆ คน ไม่อยากเสียเวลาหรือยุ่งยากในการใช้บริการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม

นอกจากนี้ในการศึกษายังพบว่า การปรับปรุงการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่ นอกจากจะมีผลต่อความพึงพอใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีผลทำให้นักท่องเที่ยวแนะนำให้ผู้อื่นมาเที่ยวยังจังหวัดเชียงใหม่มากกว่าที่จะกลับมาท่องเที่ยวด้วยตนเอง

7.11 บทสรุป

จากผลการศึกษา สรุปได้ว่า การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวเป็นหนึ่งในปัจจัยสนับสนุนที่ทำให้ความพึงพอใจและความจงรักภักดีต่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น โดยการจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศเป็นองค์ประกอบที่มีอิทธิพลมากที่สุดในการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว แต่การจัดการการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศก็เป็นปัญหาสำคัญในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะการจัดการข้อมูลทางด้านการเดินทางภายในจังหวัดเชียงใหม่ (แผนที่หรือป้ายบอกทาง) ในขณะที่การจัดการข้อมูลด้านสถานที่ท่องเที่ยวเป็นสิ่งที่ดีที่จังหวัดเชียงใหม่ทำได้ดีที่สุด สำหรับการจัดการทางด้านกายภาพซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญรองลงมา จังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการการเข้าถึงแหล่งอาหารและเครื่องดื่ม และความพร้อมของบริษัททัวร์/แพ็คเกจทัวร์ได้ดีที่สุด ในขณะที่การจัดการปัญหาการจราจรและการเดินทางในกรณีฉุกเฉินยังคงเป็นประเด็นปัญหาที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนที่สุด

ในส่วนของการจัดการการไหลเวียนทางการเงินซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญน้อยที่สุด จังหวัดเชียงใหม่สามารถจัดการในเรื่องของความสะดวกรในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การใช้บัตรเครดิต/บัตรเดบิต/เช็คเดินทางได้เป็นอย่างดีแล้ว แต่ต้องมีการปรับปรุงในเรื่องของระบบการคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม นอกจากนี้จากการสำรวจยังคงยืนยันว่า จังหวัดเชียงใหม่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม โดยมีปัจจัยในเรื่องของความเป็นมิตรของคนในท้องถิ่นเป็นสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

นอกจากนี้ผลการศึกษา ยังคงยืนยันว่าสิ่งดึงดูดใจทางด้านการท่องเที่ยวยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยว และในขณะเดียวกันคุณค่าที่ได้รับจากการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวก็มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและความจงรักภักดีของนักท่องเที่ยวด้วยเช่นเดียวกัน โดยการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวที่ดีจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้น 20% และทำให้นักท่องเที่ยวมีความจงรักภักดีในการท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่เพิ่มขึ้น 16% เมื่อเทียบกับความพึงพอใจและความจงรักภักดีที่เกิดขึ้นโดยปกติ นอกจากนี้การจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวยังเป็นหนึ่งในสิ่งสนับสนุนที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ และยังเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ หรือแนะนำให้ผู้อื่นเดินทางมาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นดัชนีหนึ่งที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการทำการโฆษณาทางด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงใหม่

บทที่ 8

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ระดับเมือง ในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

ปัญหาสำคัญของการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงคือการจัดการให้การท่องเที่ยวมีความสะดวก สะอาด ปลอดภัย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการโลจิสติกส์ หรือการจัดการการเชื่อมโยงระหว่างบริการของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน การจัดการโลจิสติกส์มีผลต่อการมาเยือนของนักท่องเที่ยว เช่น ประเทศสิงคโปร์ ไม่ได้มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจเช่นนครวัดของกัมพูชา หรือชายหาดของไทย ก็สามารถประสบความสำเร็จในการพัฒนาการท่องเที่ยวได้ด้วยการจัดการที่มีคุณภาพและมีประสิทธิภาพ ดังนั้นนอกจากการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวแล้วการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวก็เป็นสิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญและไม่ควรมองข้ามในการพัฒนาการท่องเที่ยว ในบทนี้ได้ศึกษาถึงการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวหลักในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง โดยการวัดความพึงพอใจที่นักท่องเที่ยวได้รับจากการรับบริการดังกล่าวและวิเคราะห์หาปัจจัยที่มีอิทธิพล รวมทั้งผลสืบเนื่องที่เกิดจากความพึงพอใจดังกล่าว

8.1 ระเบียบวิธีวิจัย

8.1.1 กลุ่มตัวอย่างและวิธีการวิเคราะห์

การศึกษานี้ใช้สถิติพรรณนาในการวิเคราะห์ขั้นต้น โดยใช้ข้อมูลปฐมภูมิที่ได้จากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวนานาชาติด้วยแบบสอบถามที่มีรายละเอียดเฉพาะตามแต่ละเมือง ซึ่งพัฒนาจากแบบสอบถามต้นแบบของจังหวัดเชียงใหม่และปรับปรุงตามความเหมาะสมของระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของแต่ละเมืองรวมทั้งสิ้น 3,847 ตัวอย่าง ใน 6 เมืองท่องเที่ยวหลักของ 4 ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ได้แก่ นครหลวงเวียงจันทน์และเมืองหลวงพระบางของ สปป. ลาว กรุงพนมเปญและเสียมเรียบในประเทศกัมพูชา กรุงย่างกุ้งของสหภาพพม่า และจังหวัดเชียงใหม่ของประเทศไทย (ตารางที่ 8-1)

ข้อควรตระหนักของการศึกษานี้ คือกลุ่มตัวอย่างของแต่ละประเทศเป็นคนละกลุ่มกัน จึงไม่สามารถใช้ข้อมูลเปรียบเทียบว่าเมืองไหนมีบริการดีกว่ากัน ผลการศึกษาจะชี้ถึงระดับความพึงพอใจในแต่ละพื้นที่เท่านั้น

ตารางที่ 8-1: จำนวนตัวอย่างจำแนกตามเมืองท่องเที่ยวหลัก

เมืองท่องเที่ยว	จำนวนตัวอย่าง
พนมเปญ	879
เสียมเรียบ	931
เชียงใหม่	630
ย่างกุ้ง	207
เวียงจันทน์	600
หลวงพระบาง	600
รวม	3,847

ที่มา: จากการศึกษา.

8.2.2 เมืองคู่แข่ง

ในการเปรียบเทียบศักยภาพของเมืองในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง มีความจำเป็นต้องตรวจสอบดูว่าเมืองที่ศึกษาเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวใช้เที่ยวทดแทนกันได้หรือไม่ ผลของการสอบถามปรากฏว่าสิงคโปร์ หลวงพระบางและเสียมเรียบเป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวมองว่าสามารถทดแทนเชียงใหม่ได้ (ตารางที่ 8-2) และเมืองหลักในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงที่ศึกษาต่างก็เป็นเมืองทดแทนซึ่งกันและกัน ซึ่งสามารถทำให้การเปรียบเทียบด้านโลจิสติกส์เป็นไปได้ อย่างไรก็ตามเป็นที่น่าสังเกตว่าเชียงใหม่ถูกเปรียบเทียบกับสิงคโปร์ อาจจะสะท้อนมุมมองของนักท่องเที่ยวว่าเชียงใหม่เป็นเมืองสมัยใหม่ขนาดเล็กมากกว่าเมืองวัฒนธรรม

ตารางที่ 8-2: เมืองคู่แข่งในการท่องเที่ยวภายในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง

เมืองหลัก	เมืองคู่แข่งที่ 1	เมืองคู่แข่งที่ 2	เมืองคู่แข่งที่ 3
เชียงใหม่	สิงคโปร์	หลวงพระบาง	เสียมเรียบ
หลวงพระบาง	เวียงจันทน์	เสียมเรียบ	โฮจิมินห์ ซิตี้
เสียมเรียบ	กรุงเทพฯ	เชียงใหม่	ฮานอย
พนมเปญ	กรุงเทพฯ	ฮานอย	เชียงใหม่
ย่างกุ้ง	เสียมเรียบ	เชียงใหม่	หลวงพระบาง

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

การศึกษาในครั้งนี้เป็นความร่วมมือระหว่างประเทศ โดยมีสถาบันวิจัยสังคมเป็นผู้นำในการพัฒนานักวิจัยจาก กัมพูชา สปป.ลาว และสหภาพพม่า ซึ่งได้เปิดโอกาสให้นักวิจัยแต่ละประเทศปรับปรุงเพิ่มเติมคำถามในแบบสอบถามได้ โดยนักวิจัยจากสหภาพพม่าได้มีการปรับแบบสอบถามให้สอดคล้องกับสภาพในประเทศของตนมากกว่าประเทศอื่นๆ เนื่องจากย่างกุ้งมีระดับการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยว การเงิน และด้านข้อมูลสารสนเทศ ที่แตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวอื่นๆ มาก

8.2.3 วิธีการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวนานาชาติต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวทั้งหกแห่งในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในขั้นต้นแล้ว ในส่วนนี้เป็นการวิเคราะห์ถึงลักษณะของนักท่องเที่ยวที่น่าจะมีผลต่อความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว โดยได้มีการแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มตามลักษณะของนักท่องเที่ยวทั้งสี่แบบดังนี้

- นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก กับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ
- นักท่องเที่ยวอิสระ กับ นักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์
- นักท่องเที่ยวจากยุโรป กับ นักท่องเที่ยวจากทวีปอื่น
- นักท่องเที่ยวรายได้สูง กับ นักท่องเที่ยวรายได้ต่ำ

สำหรับการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้นใช้ข้อมูลจากแบบสอบถามที่นักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างเหล่านี้ถูกสัมภาษณ์ โดยการแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวซ้ำใช้คำถามเกี่ยวกับจำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังเมืองท่องเที่ยวนั้นๆ สำหรับนักท่องเที่ยวอิสระกับนักท่องเที่ยวยุโรปนั้นแบ่งตามการวางแผนการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวที่จัดการวางแผนการท่องเที่ยวด้วยตนเองจะจัดอยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวอิสระ และนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวก็ถือเป็นนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ ในส่วนของการแบ่งกลุ่มเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรปกับจากทวีปอื่นนั้น จะใช้ข้อมูลแหล่งที่พักแรมของนักท่องเที่ยวเป็นหลักโดยมิได้คำนึงถึงสัญชาติหรือเชื้อชาติของนักท่องเที่ยว และสุดท้ายนั้นเป็นการแบ่งตามรายได้ของนักท่องเที่ยวซึ่งแบ่งเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ โดยเทียบกับนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเมือง ในการแบ่งกลุ่มนั้นจะนำเอารายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเมืองมาเรียงลำดับจากมากที่สุดไปน้อยที่สุด นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงคือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากที่สุดร้อยละ 20 (หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้มากกว่าค่า percentile ที่ 80) ส่วนนักท่องเที่ยวร้อยละ 20 ที่มีรายได้น้อยที่สุด (หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยกว่าค่า percentile ที่ 20) ก็จะถูกจัดให้อยู่ในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ

การวิเคราะห์ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม ทั้ง 4 รูปแบบนั้นจะถูกทดสอบทางสถิติโดยค่าสถิติ t (t-statistics) และพิจารณาความแตกต่างโดยแบบข้างเดียว (one-tailed t-test) เพื่อให้สามารถสรุปความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทั้งสองในรูปมากกว่าหรือน้อยกว่าได้ ผลการทดสอบความแตกต่างนี้ถูกสรุปและนำเสนอในรูปค่าเฉลี่ยของคะแนนของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม รวมทั้งผลการวิเคราะห์ความแตกต่าง โดยระบุค่าความเชื่อมั่นเป็นเปอร์เซ็นต์ในกรณีที่ค่าเฉลี่ยมีความแตกต่างกัน ทั้งนี้สำหรับเมืองย่างกุ้งนั้นไม่ได้มีการวิเคราะห์โดยแบ่งตามรายได้ เนื่องจากข้อจำกัดของข้อมูล

8.2 ผลการศึกษาความพึงพอใจโดยรวมต่อการจัดการโลจิสติกส์

8.2.1 การไหลเวียนทางด้านกายภาพ

ความพร้อมด้านอาหารการกินในกลุ่มภูมิภาคนี้ดูจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวไม่ค่อยจะประสบปัญหามากนัก โดยเฉพาะจังหวัดเชียงใหม่ที่มีร้านอาหารและภัตตาคารให้เลือกมากมาย ทว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางไปเมืองย่างกุ้งยังไม่พึงพอใจในความพร้อมของอาหารเหมือนกับแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ในภูมิภาค นอกจากนี้ ความปลอดภัยภายในสนามบินของแต่ละเมืองก็ยังคงเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวยังสามารถไว้วางใจได้ ซึ่งมีคะแนนความพึงพอใจอยู่ในระดับสูงสำหรับเกือบทุกเมืองที่ได้ศึกษาในครั้งนี้นักท่องเที่ยวเมืองย่างกุ้ง

การเดินทางในกรณีฉุกเฉินเป็นปัญหาร่วมของแหล่งท่องเที่ยวทั้ง 6 เมืองซึ่งนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับต่ำ การจราจรทางถนนก็เป็นอีกปัญหาหนึ่งที่เป็นปัญหาร่วมของทุกแหล่งท่องเที่ยวที่สำรวจมีคะแนนความพึงพอใจประมาณ 5 (เต็ม 10) สำหรับปัญหาเฉพาะของแต่ละแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ การขาดแคลนระบบขนส่งมวลชนในลาว ทั้งในเมืองหลวงพระบางและเวียงจันทน์เองที่มีรถรับจ้างที่เรียกว่า skylab แต่ก็ยังไม่เป็นที่น่าพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ปัญหาการจราจรทางถนนในพนมเปญและเสียมเรียบที่มีความอันตราย (มีอุบัติเหตุทุกวัน) และความไม่สะดวกเนื่องจากสภาพถนนที่ชำรุดและอยู่ระหว่างการก่อสร้าง สำหรับจังหวัดเชียงใหม่เองก็ควรจะปรับปรุงระบบขนส่งมวลชนเช่นกัน โดยเฉพาะระบบการคมนาคมที่จะนำนักท่องเที่ยวไปสู่แหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในเขตชนบทที่ห่างไกล ซึ่งมีหลาย ๆ แหล่งที่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความสวยงาม โดยปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องเช่าเหมารถ หรือซื้อทัวร์เพื่อเดินทางท่องเที่ยวเท่านั้น

เชียงใหม่เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในด้านกายภาพในระดับค่อนข้างสูง (คะแนน 7.64) จากเต็ม 10 สำหรับหลวงพระบาง (6.90) เวียงจันทน์ (6.55) และเสียมเรียบ (6.61) ก็เป็นเมืองที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในระดับกลางๆ ส่วนพนมเปญ และเมืองย่างกุ้ง นักท่องเที่ยวไม่ได้รับความพึงพอใจมากนัก โดยได้รับระดับความพึงพอใจเพียง 5.85 และ 3.91 ตามลำดับ

ตารางที่ 8-3: ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว
ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ด้านการไหลเวียนทางกายภาพ	กัมพูชา		ไทย	สหภาพพม่า	สปป. ลาว	
	พนมเปญ	เสียมเรียบ	เชียงใหม่	ย่างกุ้ง	เวียงจันทน์	หลวงพระบาง
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	6.51	7.03	8.18	3.65	7.71	7.68
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์และ บริษัทนำเที่ยว	6.01	6.95	8.03	4.82	6.76	6.44
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	5.02	5.62	6.64	-	5.65	6.27
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.35	7.23	7.67	-	6.93	6.86
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	6.61	7.60	7.97	-	7.40	7.58
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.20	7.55	7.71	5.01	-	7.36
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.40	7.20	7.70	-	7.49	7.52
ความปลอดภัยในบริเวณชุมชนแออัด	5.22	6.25	7.06	-	7.06	7.25
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	5.30	6.39	7.26	-	7.14	7.43
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	5.96	7.06	7.58	-	6.55	6.46
ระบบการขนส่งสาธารณะ	-	-	6.42	-	5.41	5.91
การจราจรทางถนน	5.07	5.01	5.49	-	-	-
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	4.52	5.39	5.99	-	4.84	6.91
การบริการรถลีมูซีนโดยโรงแรม	-	-	-	3.14	-	-
ความพร้อมของการบริการ	-	-	-	4.13	-	-
จุดนัดหมาย ณ สนามบิน	-	-	-	2.17	-	-
ความพร้อมของแท็กซี่	-	-	-	3.21	-	-
ความหลากหลายของอาหาร	-	-	-	4.60	-	-
การจัดการ ณ ด้านตรวจคนเข้าเมือง	-	-	-	4.00	-	-
การจัดการในกรณีฉุกเฉิน	-	-	-	4.05	-	-
การเชื่อมโยงเที่ยวบินระหว่างประเทศ	-	-	-	3.25	-	-
การสื่อสารระหว่างประเทศ	-	-	-	5.13	-	-
การจัดการสัมภาระ ณ สนามบิน	-	-	-	5.17	-	-
ความปลอดภัยโดยรวม	-	-	-	1.06	-	-
การบริการแท็กซี่	-	-	-	5.19	-	-
การคุกคามโดยคนขายของข้างทาง	-	-	-	-	6.20	-
ระบบการติดตามของหาย	-	-	-	-	-	6.04
ความพึงพอใจรวม	5.85	6.61	7.64	3.91	6.55	6.90

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

8.2.2 ความพึงพอใจต่อการไหลเวียนด้านการเงิน

โดยเฉลี่ยแล้วนักท่องเที่ยวที่มีความพอใจในการจัดการการไหลเวียนด้านการเงินน้อยกว่าการจัดการการไหลเวียนทางด้านกายภาพ (ยกเว้นเชียงใหม่) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับอย่างกึ่งนักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจเฉลี่ยในระดับที่น้อยมาก (1.34) เนื่องจากการทำธุรกรรมทางการเงินต่างๆ เป็นไปอย่างยากลำบาก เพราะสภาพพม่าถูกคว่ำบาตรทางเศรษฐกิจโดยประเทศตะวันตก จึงไม่มีระบบการเชื่อมต่อด้านการเงินและปริวรรตเงินตรากับต่างประเทศ ดังนั้นจึงไม่สามารถรับบัตรเครดิตนานาชาติได้ อีกทั้งอัตราแลกเปลี่ยนที่เป็นทางการที่ธนาคารบิณก็ต่างจากอัตราแลกเปลี่ยนในตลาดมืดหลายเท่าตัว นักท่องเที่ยวที่ซื้อเงินจ้ดจากนั้ทางทางการที่ธนาคารบิณ เมื่อรู้ความจริงก็ทำให้เกิดความเสียใจและมีความไม่พอใจเป็นอันมาก

ในทางตรงกันข้ามเชียงใหม่เป็นเมืองเดียวที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการจัดการการเคลื่อนไหวทางการเงินในระดับที่สูง (7.40) เนื่องจากการที่มีธนาคารจำนวนมาก ทั้งธนาคารของไทย ซึ่งเชื่อมโยงกับระบบการเงินของโลกอยู่แล้ว รวมถึงธนาคารจากต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมีรถตู้หรือจุดบริการแลกเปลี่ยนเงินตราตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญๆ เช่น ในท่าบารา หรือสาขาของธนาคารที่อยู่ใกล้กับถนนคนเดินก็เปิดบริการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศได้อย่างสะดวกเช่นกัน

ในส่วนของจัดการการเคลื่อนไหวทางการเงินนี้ ทั้ง 4 เมือง ประเทศกัมพูชา และ สปป.ลาว มีระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่ใกล้เคียงกันคือระหว่าง 5.29 - 5.72 ปัญหาที่ประสบคล้ายๆ กันคือ ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต รวมทั้งตัวเดินทาง เนื่องจากระบบธนาคารพาณิชย์ซึ่งยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ธุรกรรมทางการเงินต่างๆ โดยเฉพาะธุรกรรมระหว่างประเทศจึงยังไม่มีประสิทธิภาพและทำได้ไม่สะดวกมากนัก อย่างไรก็ตามการแลกเปลี่ยนเงินตรานั้นก็ยังเป็นบริการที่ไม่มีปัญหามาก เนื่องจากไม่จำเป็นต้องอาศัยระบบธนาคารที่ทันสมัยมากสักเท่าใด

ตารางที่ 8-4: ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว
ด้านการไหลเวียนทางการเงิน

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ด้านการไหลเวียนทางการเงิน	กัมพูชา		ไทย	สหภาพพม่า	สปป. ลาว	
	พนมเปญ	เสียมเรียบ	เชียงใหม่	ย่างกุ้ง	เวียงจันทน์	หลวงพระบาง
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	5.31	5.45	6.51	2.64	5.64	5.88
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	4.99	5.80	7.78	-	4.91	5.61
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	4.72	4.70	7.77	1.02	5.57	5.76
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศ	6.39	6.23	7.91	1.01	6.50	6.54
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	5.28	5.21	7.35	-	5.15	5.35
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการ ท่องเที่ยว	6.01	6.51	7.74	-	6.52	-
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	4.33	4.71	6.29	-	-	-
การใช้เงินตราต่างประเทศ	-	-	-	2.07	-	-
ความแตกต่างของอัตราแลกเปลี่ยน	-	-	-	1.23	-	-
ความง่ายในการใช้บัตรเครดิต	-	-	-	1.02	-	-
ค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิต	-	-	-	1.02	-	-
ความง่ายในการแลกเงินกลับ ณ สนามบินและภายในเมือง	-	-	-	1.01	-	-
การบริการแลกเปลี่ยนเงินตรา ต่างประเทศของธนาคารรัฐ	-	-	-	1.00	-	-
การใช้จ่ายเงินสดในการซื้อสินค้า และบริการการใช้ ATM	-	-	-	-	-	6.67
	-	-	-	-	-	3.22
ความพึงพอใจรวม	5.29	5.52	7.44	1.34	5.72	5.58

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

8.2.3 การไหลเวียนด้านสารสนเทศ

นักท่งเกี่ยวข้องกลุ่มตัวอย่างของประเทศกัมพูชา สหภาพพม่า และ สปป.ลาว มีความพึงพอใจต่อการจัดการการไหลเวียนด้านสารสนเทศในระดับปานกลาง ซึ่งมีค่าคะแนนเฉลี่ยมากกว่าด้านการเงิน แต่ย้งน้อยกว่าด้านกายภาพ แต่สำหรับกรณีของเชียงใหม่กลับมีระดับความพึงพอใจของนักท่งเกี่ยวข้องต่อการจัดการสารสนเทศน้อยกว่าด้านกายภาพและการไหลเวียนด้านการเงิน แสดงให้เห็นถึงปัญหาการเชื่อมโยงข้อมูลสารสนเทศต่างๆ ที่เกี่ยวกับการท่งเกี่ยวข้องของเชียงใหม่

พจนมเปญและเสียมเรียบได้คะแนนความพึงพอใจที่ค่อนข้างใกล้เคียงกัน มีคะแนนด้านข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่งเกี่ยวข้องสูงสุด (6.01 และ 6.54 ตามลำดับ) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะชื่อเสียงของนครวัต จึงทำให้มีข้อมูลการท่งเกี่ยวข้องที่หลากหลายและสามารถหาได้ง่าย ส่วนที่ได้คะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การบริการข้อมูลข่าวสารของสำนักงานท่งเกี่ยวข้อง ภายในบริเวณเมืองซึ่งมีข้อมูลให้บริการค่อนข้างน้อย

เวียงจันทน์กับหลวงพระบางก็มีระดับความพึงพอใจของนักท่งเกี่ยวข้องที่ใกล้เคียงเช่นกัน เมืองท่งเกี่ยวข้องที่มีชื่อเสียงทั้งสองแห่งของ สปป.ลาวนี้ได้รับคะแนนในระดับค่อนข้างสูง ในด้านข้อมูลอาหารและเครื่องดื่ม (6.27 และ 6.82) แต่ข้อมูลเรื่องการเดินทางได้คะแนนในระดับต่ำที่สุดในหมวดข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้ข้อมูลการเดินทางโดยเฉพาะรถประจำทางระหว่างเมืองนั้น จะมีข้อมูลบริการเฉพาะสถานีขนส่งเท่านั้น

ตารางที่ 8-5: ค่าความพึงพอใจเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว
ด้านการไหลเวียนทางด้านสารสนเทศ

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ด้านสารสนเทศ	กัมพูชา		ไทย	สหภาพพม่า	สปป. ลาว	
	พนมเปญ	เสียมเรียบ	เชียงใหม่	ย่างกุ้ง	เวียงจันทน์	หลวงพระบาง
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	5.65	6.30	6.98	2.55	5.70	6.54
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	5.66	6.34	7.04	2.57	5.77	6.11
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการ ท่องเที่ยวในเมือง	4.48	5.45	6.63	2.59	5.85	5.94
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.58	6.14	6.73	2.54	5.56	5.90
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	5.66	6.17	6.99	2.53	6.27	6.82
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	4.69	5.49	6.81	2.59	5.89	6.38
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	6.01	6.54	7.23	2.58	5.91	6.82
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	5.04	5.52	6.21	2.54	5.39	-
ข้อมูลเกี่ยวกับการขอวีซ่า ผ่าน หน่วยงานรัฐ และเอกชน	-	-	-	3.71	-	-
แผนที่ท่องเที่ยว และหนังสือนำ เที่ยว (guide book)	-	-	-	2.55	-	-
ข้อมูลทางการเงิน	-	-	-	2.50	-	-
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สนามบิน	-	-	-	-	-	6.07
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่ง ทางบก	-	-	-	-	-	5.41
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ ท่าเรือ	-	-	-	-	-	5.60
ศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	-	-	-	-	-	6.07
ความพึงพอใจรวม	5.35	5.99	7.09	2.66	5.79	6.15

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

8.2.4 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรก กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวซ้ำ (First time tourists and Repeat tourists)

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำนั้นอาจสามารถสะท้อนถึงการพัฒนาของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของเมืองนั้นๆ ได้ เจกเช่นเดียวกับผลของประสบการณ์ในการเดินทางที่มีต่อการจัดการในด้านนั้นเช่นกัน

สำหรับเชียงใหม่ (ตารางที่ 8-6) พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกนั้นจะมีความพึงพอใจที่สูงกว่านักท่องเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยส่วนใหญ่เป็นเรื่องของการจัดการด้านกายภาพและด้านข้อมูลข่าวสาร สำหรับทางด้านกายภาพนั้นเป็นเรื่องระบบคมนาคม ซึ่งสะท้อนถึงระบบคมนาคมของจังหวัดเชียงใหม่ที่ไม่สามารถรองรับการท่องเที่ยวที่กำลังขยายตัวอย่างสูงได้ เหมือนกับในอดีต ปัจจุบันเมื่อถึงฤดูกาลท่องเที่ยวก็เกิดปัญหาการจราจรในบริเวณที่เป็นเส้นทางไปสู่แหล่งท่องเที่ยวหลักทั้งในเมือง (บริเวณประตูท่าแพซึ่งเป็นสถานที่จัดถนนคนเดิน) และบริเวณถนนที่เป็นเส้นทางสู่แหล่งท่องเที่ยวหลักนอกตัวเมือง เช่น ถนนห้วยแก้วซึ่งเป็นเส้นทางไปสักการะพระธาตุดอยสุเทพ

ส่วนทางด้านข้อมูลข่าวสารนั้นรวมถึงส่วนของเว็บไซต์ และข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สำนักงานของการท่องเที่ยวเอง และตามสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ด้วย ซึ่งอาจแสดงให้เห็นว่าข้อมูลการท่องเที่ยวของเชียงใหม่ยังมีอยู่อย่างจำกัดรวมทั้งอาจยังขาดการปรับปรุงให้มีความทันสมัย ทั้งนี้สามารถพบได้ว่าทั้งแผนที่การเดินทางรวมทั้งข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวยังคงขาดการปรับปรุงให้ทันสมัย โดยเฉพาะตามแผนที่แจกตามสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดพิมพ์มาเป็นเวลานานแล้ว

ทว่าด้านการเงินพบว่านักท่องเที่ยวซ้ำมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกในเรื่องของความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต เป็นเพราะมีประสบการณ์จากการเดินทางท่องเที่ยวมาแล้ว แต่ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่มนั้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกกลับมีความพึงพอใจมากกว่า สะท้อนถึงระบบและขั้นตอนในการขอคืนภาษีนั้นอาจมีความซับซ้อนและยุ่งยากมากขึ้น แต่ก็ยังอยู่ในระดับที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกและนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้วยังพอรับได้ (5.52 และ 6.70 ตามลำดับ)

ตารางที่ 8-6: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
 ครั้งแรกกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ครั้งแรก	เที่ยวซ้ำ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	6.71	5.88	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	7.78	7.38	99%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	8.15	8.21	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแท็กซี่และ บริษัทนำเที่ยว	8.11	7.82	90%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	6.73	6.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	7.68	7.34	90%
การจราจรทางถนน	5.61	5.15	95%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	6.53	5.39	95%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.70	7.70	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	7.25	7.20	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	7.01	7.20	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	8.03	7.81	90%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.70	7.64	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	7.89	7.87	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	7.76	7.74	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	7.67	8.00	90%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	7.20	7.51	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	7.72	7.81	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	6.51	6.48	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	6.70	5.52	95%
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	7.00	6.38	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	7.01	5.87	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	7.00	7.14	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.83	6.50	95%
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	6.30	6.10	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	7.05	6.81	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	7.01	7.05	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	7.25	7.27	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-7: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองย่างกุ้งระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้ง
 แรกกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ครั้งแรก	เที่ยวซ้ำ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
การจัดการสัมภาระ ณ สนามบิน	5.13	5.17	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การเชื่อมโยงเที่ยวบินระหว่างประเทศ	4.09	3.93	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การสื่อสารระหว่างประเทศ	3.24	3.31	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การบริการ ณ ศูนย์ตรวจคนเข้าเมือง	4.53	4.83	99%
ความพร้อมของบริการ	4.07	4.32	90%
การบริการรถโดยสารโดยโรงแรม	3.04	3.59	99%
ความสะอาดของรถโดยสาร	3.16	3.42	99%
ความพร้อมของแท็กซี่ส่วนบุคคล	2.05	2.54	99%
คุณภาพในการบริการของแท็กซี่	1.05	1.09	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	3.62	3.75	90%
ความพร้อมของแท็กซี่ทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว	4.71	5.38	99%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	5.01	5.02	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจัดการในกรณีฉุกเฉิน	4.40	5.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การคุ้มครองโดยคนช่วยของช่องทาง	5.13	5.44	95%
ความปลอดภัยโดยรวม	5.16	5.20	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	1.01	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความง่ายในการแลกเงินกลับ ณ สนามบินและภายในเมือง	1.01	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การใช้เงินตราต่างประเทศ	1.00	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.02	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความง่ายในการใช้บัตรเครดิต	1.02	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิต	1.02	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความแตกต่างของอัตราแลกเปลี่ยน	1.27	1.06	99%
การใช้เงินตราต่างประเทศ	2.10	1.97	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	2.63	2.69	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลเกี่ยวกับการขอวีซ่าผ่านหน่วยงานรัฐและเอกชน	3.74	3.52	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	2.65	2.38	90%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	2.61	2.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	2.58	2.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	2.56	2.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลทางการเงิน	2.52	2.41	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	2.56	2.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	2.54	2.59	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	2.55	2.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	2.57	2.59	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
แผนที่ท่องเที่ยว และหนังสือนำเที่ยว (guide book)	2.56	2.51	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

สำหรับย่างกุ้ง แม้ว่าคะแนนความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในภาพรวมของย่างกุ้งจะอยู่ในระดับที่ต่ำกว่าเมืองอื่นๆ มาก ทว่านักท่องเที่ยวซึ่งมีความพึงพอใจที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในส่วนของการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวด้านกายภาพ เช่น การจัดการของด่านตรวจคนเข้าเมือง ความพร้อมของการบริการ รวมทั้งความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว ซึ่งอาจสะท้อนว่าย่างกุ้งมีการพัฒนาสาธารณูปโภคพื้นฐานและการจัดการดังกล่าวที่ดีขึ้น ในส่วนของการจัดการด้านการเงินพบว่านักท่องเที่ยวซึ่งมีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อันเนื่องจากการตั้งอัตราแลกเปลี่ยนของทางการที่แพงกว่าความเป็นจริงค่อนข้างมาก ดังนั้นนักท่องเที่ยวซึ่งมีประสบการณ์มาก่อนจึงพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาครั้งแรก และต่างก็มีระดับความพึงพอใจในระดับที่ต่ำมาก (1.06 และ 1.27 ตามลำดับ) ทางด้านการจัดการด้านสารสนเทศนั้น มีเพียงข้อมูลทางเว็บไซต์เท่านั้นที่นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกที่พึงพอใจมากกว่า สะท้อนให้เห็นว่าข้อมูลดังกล่าวยังไม่เพียงพอสำหรับการท่องเที่ยวซ้ำ (ตารางที่ 8-7)

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวกรุงเวียงจันทน์ซ้ำนั้น พบว่ามีความพึงพอใจต่อการจัดการทั้งด้านกายภาพและด้านการเงินที่สูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกในหลายๆ เรื่องโดยเฉพาะการคมนาคมและความปลอดภัย รวมทั้งระบบการแลกเปลี่ยนเงินตราและการชำระเงิน เนื่องจากมีการลงทุนพัฒนาและปรับปรุงสนามบิน ระบบถนนหนทางในนครหลวงเวียงจันทน์ สภาพถนนที่ดีขึ้นส่งผลต่อความน่าท่องเที่ยวของเวียงจันทน์ ทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ดีขึ้น ส่วนความปลอดภัยก็ถือว่าดีขึ้นมาก โดยนักท่องเที่ยวสามารถเดินตามท้องถนนในเวลากลางวันได้อย่างปลอดภัย (ตารางที่ 8-8)

อีกเมืองท่องเที่ยวหนึ่งที่สำคัญของ สปป.ลาว คือหลวงพระบางนั้น กลับมีความสัมพันธ์ของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มที่ไม่เป็นไปในทิศทางเดียวกันเหมือนกับเวียงจันทน์ ด้านกายภาพนั้น ในเรื่องของความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่มนักท่องเที่ยวที่เคยเดินทางมาแล้วมีความพอใจมากกว่า แสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ในการท่องเที่ยวทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเสาะหาอาหารและเครื่องดื่มในเมืองหลวงพระบางได้ดีกว่านักท่องเที่ยวที่เพิ่งเดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรก ทว่าการเดินทางเชื่อมต่อกับสนามบินของหลวงพระบางนั้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกกลับมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวซ้ำ ส่วนเรื่องของความปลอดภัยพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกมีความพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในบริเวณที่มีผู้คนแออัด อาจแสดงถึงความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาหลวงพระบางมากขึ้นในทุกปี ซึ่งอาจนำมาสู่ความไม่เจียบสงบและไม่แน่ใจในความปลอดภัยของนักท่องเที่ยวได้ ทว่า

นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกกลับพอใจน้อยกว่าในเรื่องของความปลอดภัยในบริเวณที่พักอาศัย ในส่วนของการจัดการด้านข้อมูลข่าวสารนั้น นักท่องเที่ยวที่มีความพอใจต่อศูนย์ข้อมูลข่าวสาร การท่องเที่ยวของหลวงพระบางมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงถึงการพัฒนาทางด้านสารสนเทศของหลวงพระบางที่ดีขึ้นกว่าอดีต (ตารางที่ 8-9)

ตารางที่ 8-8: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ ทางด้านการท่องเที่ยวของกรุงเวียงจันทน์ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา ครั้งแรกกับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ครั้งแรก	เที่ยวซ้ำ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.23	3.98	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.24	6.56	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.41	7.60	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพคเกจทัวร์ และบริษัทนำ	4.10	4.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	2.61	3.16	95%
ระบบการเดินทางสู่สถานที่	3.74	4.43	95%
ความปลอดภัยของการเดินทาง	4.93	5.60	95%
ระบบการเดินทางในการถือเงิน	0.92	1.06	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	5.27	5.89	95%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	5.08	5.58	90%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	6.05	6.74	95%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.73	6.19	90%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตรา	5.38	6.16	99%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.29	1.37	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และเดบิต	2.86	3.21	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.66	1.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสดและบริการท่องเที่ยว	5.17	6.18	99%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	2.98	4.01	99%
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	0.98	1.11	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวใน	2.16	2.14	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.15	4.31	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.42	3.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.54	3.65	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	3.68	4.03	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.49	4.77	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.04	4.25	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-9: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
 มาครั้งแรก กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	ครั้งแรก	เที่ยวซ้ำ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	5.90	6.02	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.87	6.78	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยของอาหารและเครื่องดื่ม	7.63	8.10	95%
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว	6.40	6.83	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	6.30	5.98	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สวนมอญ	6.54	5.92	95%
ระบบการหาของหาย	6.11	5.36	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.39	7.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	6.90	7.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	7.46	7.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	7.31	6.74	99%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.55	7.84	90%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.51	7.64	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	6.49	7.02	95%
ความพร้อมในการใช้วีซ่าเดินทาง	5.65	6.50	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และเดบิต	5.50	6.46	99%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	5.33	5.60	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	6.60	7.30	95%
ระบบการวางมัดจำสวนมอญ	5.97	5.32	90%
การใช้ ATM	3.24	3.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	6.39	6.20	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	5.93	6.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ศูนย์ท่องเที่ยว	6.05	6.30	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	6.10	6.22	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.92	5.68	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สนามบิน	6.08	6.02	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก	5.46	4.96	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ ท่าเรือ	5.69	4.63	95%
ศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	6.45	6.87	90%
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	6.55	6.39	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	6.82	6.83	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	6.84	6.69	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-10: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้ง
 แรกกับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ครั้งแรก	เที่ยวซ้ำ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบขนส่งสาธารณะ	3.28	3.23	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	5.77	5.55	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	6.20	6.22	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแท็กซี่ทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว	3.87	3.83	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	2.91	3.06	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	5.13	4.63	95%
การจราจรทางถนน	4.56	4.59	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	6.90	6.73	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	1.45	1.95	99%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	4.28	4.34	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	4.32	4.41	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	5.92	5.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.83	5.49	95%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4.77	5.17	95%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.24	1.87	99%
ความพร้อมในการให้บริการบัตรเครดิต และเดบิต	3.01	3.30	90%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.85	2.40	99%
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	4.78	4.85	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	4.75	4.74	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1.36	1.43	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.42	1.66	90%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	1.22	1.56	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.14	4.53	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	4.12	3.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.39	3.44	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	4.09	4.32	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.37	4.56	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.85	4.63	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ผลการวิเคราะห์ของกรุงเทพมหานครและเมืองเสียมเรียบ ของประเทศกัมพูชานั้นมีความคล้ายคลึงกันอย่างเห็นได้ชัด ในส่วนของพนมเปญนั้น (ตารางที่ 8-10) การจัดการด้านกายภาพพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อการเดินทางสู่สนามบิน และความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยวน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ด้านการเงินนั้นพบว่านักท่องเที่ยวที่มีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของพนมเปญมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวเป็นครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเช่นกัน โดยเป็นเรื่องของทั้งความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราที่มีความสะดวกขึ้น ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง บัตรเดบิต บัตรเครดิต รวมทั้งธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศอีกด้วย เนื่องจากประสบการณ์ในการท่องเที่ยวทำให้ทราบข้อมูลการติดต่อธุรกรรมทางการเงินเหล่านี้มากขึ้น ประกอบกับการพัฒนาการบริการดังกล่าวภายในกรุงเทพมหานครด้วยเช่นกัน ทางด้านการจัดการด้านสารสนเทศนั้น นักท่องเที่ยวก็มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติหลาย ๆ ด้านด้วยกัน ทั้งข้อมูลในเว็บไซต์ หรือข้อมูล ณ สำนักงานการท่องเที่ยวเอง หรือแม้กระทั่งข้อมูลที่ให้บริการ ณ ที่พัก

สำหรับผลการวิเคราะห์ของเมืองเสียมเรียบนั้น พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวนั้นจะมีระดับความพึงพอใจที่มากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเป็นครั้งแรกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในเรื่องระบบขนส่งสาธารณะและความปลอดภัย ณ สนามบิน ซึ่งอยู่ในการจัดการด้านกายภาพ ตลอดจนการจัดการด้านการเงิน ในเรื่องของระบบการชำระเงินในการซื้อสินค้าและบริการ รวมทั้งระบบการชำระค่าภาษีสนามบิน ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเสียมเรียบเป็นครั้งแรกนั้นมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติด้านกายภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งเรื่องของความปลอดภัย ทั้งในบริเวณที่มีผู้คนแออัด หรือ ณ บริเวณที่พัก แม้กระทั่งความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว ทั้งนี้แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวในเมืองเสียมเรียบนั้นมีความสะดวกสบายในการเดินทางท่องเที่ยวแต่กลับต้องกังวลในเรื่องความปลอดภัยมากขึ้น (ตารางที่ 8-11)

ตารางที่ 8-11: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบ ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา
 ครั้งแรก กับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวซ้ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ครั้งแรก	เที่ยวซ้ำ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.20	4.00	95%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.87	6.73	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	6.80	6.70	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว	5.13	4.72	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	2.67	2.76	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	5.88	5.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจราจร ทางถนน	4.11	3.77	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.16	7.73	90%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	1.28	1.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	4.98	4.51	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	5.11	4.33	95%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.17	6.57	90%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.83	6.22	95%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4.46	4.68	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.28	1.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	3.51	3.83	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.53	1.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	5.25	5.96	95%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	4.72	5.48	95%
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1.27	1.06	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.57	1.88	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	1.53	1.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.98	5.27	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	4.81	5.10	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.35	3.69	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	4.25	4.82	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.59	4.96	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	5.16	5.59	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ในเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงที่ศึกษา มักมีการลงทุนพัฒนา สนามบิน และถนนหนทางอยู่ตลอดเวลา ทำให้นักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวซ้ำรู้สึกว่าจะมีความสะดวกขึ้น แต่ในกรณีเชียงใหม่ นักท่องเที่ยวอาจจะพยายามเดินทางอย่างอิสระมากขึ้น แต่โลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวเชียงใหม่เป็นโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวเกี่ยวกับกรุ๊ปทัวร์ จึงทำให้นักท่องเที่ยวซ้ำมีความพึงพอใจน้อยลง ซึ่งสมมติฐานนี้จะต้องทดสอบในตอนต่อไป

8.2.5 นักท่องเที่ยวอิสระ กับนักท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์ (Free individual tourists and tourists with tour group)

การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบอิสระ กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับบริษัทนำเที่ยวหรือมาเป็นกรุ๊ปทัวร์นั้น จะสามารถทำให้เข้าใจถึงระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของแต่ละเมืองท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น เนื่องจากนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มจะมีประสบการณ์ต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวอิสระจัดการวางแผนท่องเที่ยวและเลือกรูปแบบการท่องเที่ยว รวมทั้งติดต่อธุรกรรมทางการเงินทั้งหมดด้วยตนเอง ทว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางแบบกรุ๊ปทัวร์นั้นแทบจะไม่ต้องวางแผน หรือกระทั่งติดต่อประสานงานในการท่องเที่ยวแต่อย่างใด เนื่องจากมีหัวหน้าทัวร์เป็นผู้จัดการให้เกือบทุกอย่างแล้ว ดังนั้นการศึกษาเปรียบเทียบนี้จึงมีประโยชน์อย่างมากในการทำควมเข้าใจระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของเมืองท่องเที่ยวทั้งหกในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขง

จากการวิเคราะห์พบว่า ในจังหวัดเชียงใหม่ นั้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์มีความพึงพอใจต่อการจัดการด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งด้านกายภาพ ด้านการเงิน และด้านสารสนเทศ ไม่ว่าจะเป็น ระบบการขนส่งสาธารณะทั้งในเมืองและชนบท รวมทั้งการเดินทางสู่สนามบิน หรือกระทั่งการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน ตลอดจนความปลอดภัยในด้านต่างๆ ซึ่งย่อมเป็นที่เข้าใจได้ว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์ย่อมได้รับความสะดวกสบายมากกว่านักท่องเที่ยวที่จัดการเดินทางด้วยตนเอง ทว่าสำหรับการเดินทางในกรณีฉุกเฉินนั้นเป็นที่น่าสนใจอย่างมากเนื่องจากคะแนนมีความแตกต่างกันค่อนข้างมาก โดยนักท่องเที่ยวอิสระให้คะแนนเฉลี่ย 5.60 ส่วนนักท่องเที่ยวที่เดินทางกับกรุ๊ปทัวร์ให้คะแนนมากถึง 9.14 แสดงให้เห็นว่าความพร้อมของระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉินของเชียงใหม่ นั้นยังไม่ได้พอสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยตนเอง ทั้งนี้ระบบการเดินทางสู่แหล่งท่องเที่ยวในชนบทก็มีลักษณะที่คล้ายกัน ในส่วนของการจัดการด้านการเงิน พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์นั้นจะมีความพึงพอใจต่อความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และระบบการชำระสินค้าและบริการมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางโดยอิสระ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมา

กับกรุ๊ปทัวร์นั้นได้รับการอำนวยความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินจากหัวหน้าทัวร์หรือบริษัทนำเที่ยว ทำให้มีความพึงพอใจที่สูงกว่านักท่องเที่ยวอิสระ สำหรับด้านข้อมูลข่าวสารนั้นจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์จะมีความพึงพอใจต่อด้านข้อมูลข่าวสารมากกว่านักท่องเที่ยวอิสระในด้านเนื้อหาที่ได้รับ มากกว่าการบริการข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ เช่น ณ ที่พัก หรือจากเว็บไซต์ อาจเป็นเพราะได้รับข้อมูลการท่องเที่ยวโดยตรงจากบริษัทนำเที่ยว ในขณะที่ นักท่องเที่ยวอิสระที่น่าจะค้นหาข้อมูลด้วยตนเองมากกว่ากลับมีความพึงพอใจที่ต่ำกว่า สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นว่าการจัดการด้านสารสนเทศที่มีอยู่นั้นยังไม่ดีพอ และการบริการจากบริษัททัวร์นั้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจมากขึ้น (ตารางที่ 8-12)

จากผลการวิเคราะห์ในกรณีของกรุงย่างกุ้งนั้นพบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์นั้นมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางอิสระอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านต่างๆ ทั้งด้านกายภาพ ซึ่งได้แก่ ความพร้อมของการบริการ ความหลากหลายของอาหาร ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม และด้านความปลอดภัยทั้งการคุกคามจากคนที่ขายสินค้าบริเวณข้างทาง รวมถึงความปลอดภัยโดยรวม รวมถึงด้านการเงินซึ่งประกอบด้วย ความแตกต่างของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ การใช้เงินตราต่างประเทศ และระบบการจ่ายภาษีสนามบิน ในส่วนของด้านข้อมูลข่าวสารนั้นมีเพียงด้านเดียวที่นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์มีความพึงพอใจมากกว่าคือ ข้อมูลที่ผ่านทางเว็บไซต์ทางการของกรุงย่างกุ้ง การบริการด้านต่างๆ ที่ได้กล่าวมาในขั้นต้นนี้ล้วนเป็นบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับการบริการหรือได้รับความช่วยเหลือเพิ่มเติมจากบริษัททัวร์ เช่น อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศที่มีการตั้งราคาที่สูงกว่าราคาตลาด ณ ด้านตรวจคนเข้าเมือง หากนักท่องเที่ยวไม่ได้รับคำเตือนจากหัวหน้าทัวร์ แล้วก็อาจต้องแลกเงินในอัตราที่สูงกว่าอัตราที่แท้จริงจนทำให้ไม่เป็นที่พอใจได้ หรือกระทั่งความพร้อมในการบริการรวมถึงความหลากหลายของอาหารและเครื่องดื่มซึ่งอาจถือได้ว่าเป็นการจัดการของบริษัททัวร์เป็นส่วนใหญ่ สิ่งต่างๆ เหล่านี้ถือได้ว่าเป็นสิ่งที่ต้องได้รับการปรับปรุงเป็นอันดับแรกๆ หากต้องการให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการท่องเที่ยวกรุงย่างกุ้งให้มากขึ้น (ตารางที่ 8-13)

ตารางที่ 8-12: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
อิสระกับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	อิสระ	กรุ๊ปทัวร์	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	6.28	7.32	99%
การขนส่งขบวนรถทางรถไฟ	7.51	8.25	99%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	8.15	8.28	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว	8.00	8.15	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตตำบล	6.36	7.83	99%
ระบบการเดินรถขนส่งสาธารณะ	7.33	8.62	99%
การจราจร ทางถนน	5.48	5.60	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินรถในกรณีฉุกเฉิน	5.60	9.14	99%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.58	8.07	99%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	7.19	7.67	99%
ความปลอดภัยในบริเวณ (คอนแอนด์)	6.99	7.46	95%
ความปลอดภัย ณ ท่าอากาศยาน	7.84	8.40	99%
ความปลอดภัย ณ สถานีท่องเที่ยว	7.58	8.18	99%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	7.74	8.38	99%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	7.55	7.65	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และเดบิต	7.77	7.62	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	7.22	7.32	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	7.58	8.23	99%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	6.38	6.83	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	6.17	6.38	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	6.67	7.04	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	6.60	6.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	6.98	7.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.64	7.12	95%
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	6.06	6.93	99%
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	6.86	7.54	99%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	6.90	7.37	95%
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	7.13	7.58	95%

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-13: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางอิสระกับ
 นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	อิสระ	กรุ๊ป	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
การจัดการสัมภาระ ณ สนามบิน	5.00	5.01	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การเชื่อมโยงเที่ยวบินระหว่างประเทศ	4.25	3.99	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การสื่อสารระหว่างประเทศ	3.18	3.18	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจัดการ ณ ด้านตรวจคนเข้าเมือง	4.50	4.44	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของกาบริการ	3.29	4.04	99%
การบริการรถลิฟต์ขึ้นโดยโรงแรม	2.75	3.05	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความสะอาดของห้องน้ำ	3.00	3.17	99%
ความพร้อมของแท็กซี่ส่วนบุคคล	1.90	2.11	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
คุณภาพในการบริการของแท็กซี่	1.00	1.07	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของรถหวงและเครื่องคิด	3.00	3.64	99%
ความพร้อมของแท็กซี่และบริษัทนำเที่ยว	4.57	4.82	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	5.00	5.02	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจัดการในกรณีฉุกเฉิน	-	4.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การบริการโดยคนขายของข้างทาง	5.00	5.20	90%
ความปลอดภัยโดยรวม	5.45	5.15	95%
ด้านการเงิน	5.50	5.09	
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	1.00	1.01	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความง่ายในการแลกเงินกลับ ณ สนามบินและภายในเมือง	1.00	1.01	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การใช้เงินตราต่างประเทศ	1.00	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.00	1.02	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความง่ายในการใช้บัตรเครดิต	1.00	1.02	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต	1.00	1.02	99%
ความแตกต่างของอัตราแลกเปลี่ยน	1.86	1.22	99%
การใช้เงินตราต่างประเทศ	2.71	2.05	90%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	2.90	2.51	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลเกี่ยวกับการขอวีซ่าผ่านหน่วยงานรัฐและเอกชน	3.75	3.52	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.50	2.48	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	2.50	2.52	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	2.50	2.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	2.50	2.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลทางการเงิน	2.38	2.44	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	2.50	2.48	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	2.50	2.45	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	2.38	2.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	2.38	2.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
แผนที่ท่องเที่ยว และหนังสือนำเที่ยว (guide book)	2.25	2.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

สำหรับเวียงจันทน์นั้น พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์กลับมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวอิสระอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านความปลอดภัย การจ่ายภาษีสนามบิน และข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว ณ สถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งเป็นบริการที่นักท่องเที่ยวได้รับความช่วยเหลือจากหัวหน้าทัวร์เป็นส่วนใหญ่ ทว่า ระบบขนส่งมวลชนสาธารณะ และการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศรวมถึงการแลกตัวเดินทาง หรือการใช้บัตรเครดิต (credit card) หรือบัตรเดบิต (debit card) ในการชำระค่าสินค้าและบริการ รวมถึงการบริการข้อมูลด้านต่างๆ นั้น นักท่องเที่ยวอิสระกลับมีความพึงพอใจมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้ย่อมแสดงให้เห็นว่าบริการการเงิน ซึ่งเป็นสิ่งที่ทุกคนต้องจัดการเองกับสถาบันการเงิน บริษัททัวร์อาจไม่สามารถให้บริการได้ หรือนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มก็ได้ให้คะแนนต่อบริการข้อมูลในระดับที่ค่อนข้างต่ำมาก (ตารางที่ 8-14)

ทว่าสำหรับเมืองหลวงพระบางแล้ว ผลที่ได้นั้นเป็นที่น่าสนใจอย่างมาก เมื่อผลการวิเคราะห์พบว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์นั้นมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวอิสระเกือบทุกด้านยกเว้นด้านระบบขนส่งสาธารณะเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวอิสระมีความพึงพอใจมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การท่องเที่ยวในเมืองหลวงพระบางนั้นได้รับอานิสงส์จากการให้บริการเสริมจากบริษัททัวร์เป็นอย่างมาก แต่ก็มีได้หมายการท่องเที่ยวเมืองหลวงพระบางจะต้องใช้บริการบริษัททัวร์อยู่ตลอดทุกกรณีไป เพราะเป็นที่ทราบกันดีว่าเมืองหลวงพระบางนั้นเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวแบบอิสระ และนักท่องเที่ยวที่สะพายเป้ท่องเที่ยว หรือที่รู้จักกันดีในนาม Backpackers และหลวงพระบางเป็นเมืองเล็ก การท่องเที่ยวในเมืองใช้วิธีเดินเท้าเป็นส่วนใหญ่ ดังนั้นหากให้นักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเดินทางในรูปแบบเดียวกับที่บริษัททัวร์วางไว้แล้ว อาจไม่เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ก็ไม่ได้ อย่างไรก็ตาม พบว่า ระบบการชำระเงินสินค้าบริการการท่องเที่ยว รวมทั้งการใช้ ATM นั้นนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจไม่แตกต่างกันแต่อย่างใด สะท้อนให้เห็นว่า แม้บริษัททัวร์จะทำให้นักท่องเที่ยวประทับใจการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในหลวงพระบางมากเท่าใดก็ตาม ทว่าสำหรับทั้งสองด้านนี้ คงเป็นหน้าที่ของหน่วยงานอื่นที่มีความเหมาะสมจะเป็นผู้เข้ามาพัฒนาในเรื่องดังกล่าวต่อไป (ตารางที่ 8-15)

ตารางที่ 8-14: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเวียงจันทน์ระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
 อิสระกับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	อิสระ	กรุ๊ปทัวร์	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.66	1.49	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.31	6.28	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.48	7.22	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว	4.20	4.08	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	2.83	1.97	95%
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	3.91	3.74	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยของการเดินทาง	5.04	5.36	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	1.02	0.47	99%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	5.32	5.99	90%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	5.11	5.78	90%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	6.13	6.70	90%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.65	7.12	99%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	5.65	4.85	95%
ความพร้อมในการใช้เงินเดินทาง	1.39	0.73	99%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เคบิต	3.05	2.11	99%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.75	1.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	5.38	5.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	2.98	4.77	99%
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.02	0.99	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	2.30	1.11	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.26	3.64	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.36	4.03	95%
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.67	2.77	99%
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	3.92	2.55	99%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.56	4.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.08	4.15	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-15: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
อิสระกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพร้อมกับกรุ๊ปทัวร์

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	อิสระ	กรุ๊ปทัวร์	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	5.80	6.59	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.68	7.63	99%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.63	7.91	95%
ความพร้อมของแพคเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว	6.28	7.15	99%
ระบบขนส่งสาธารณะ ในเขตชนบท	6.18	6.95	99%
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	6.32	7.23	99%
ระบบการนำของหาย	5.90	6.85	95%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.11	8.08	99%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	6.79	7.38	90%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	7.34	7.80	99%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	7.17	7.59	99%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.48	8.03	99%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.38	8.14	99%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	6.36	7.31	99%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	5.40	7.03	99%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	5.21	7.20	99%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	5.08	7.00	99%
ระบบการชำระสินค้าและบริการท่องเที่ยว	6.63	6.89	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	5.72	6.48	99%
การใช้ ATM	3.15	3.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	6.24	6.92	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	5.73	7.00	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ศูนย์ท่องเที่ยว	5.96	6.67	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	5.88	7.14	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.73	6.60	99%
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สนามบิน	5.92	6.56	99%
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก	5.19	6.91	99%
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ ท่าเรือ	5.41	6.73	99%
ศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	6.27	7.63	99%
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	6.34	7.45	99%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	6.58	7.95	99%
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	6.65	7.60	99%

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ผลที่ได้จากการวิเคราะห์ในกรณีของกรุงเทพมหานครพบว่ามีเพียงเรื่องความพร้อมของแพ็กเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยวเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวอิสระมีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์นั้น ทว่าส่วนใหญ่ของนักท่องเที่ยวอิสระนั้นมีระดับความพึงพอใจที่สูงกว่านักท่องเที่ยวกรุ๊ปทัวร์ ทั้งด้านกายภาพ (8 ใน 13) ด้านการเงิน (5 ใน 7) และด้านข้อมูลข่าวสาร (6 ใน 8) ทั้งนี้เมื่อพิจารณาถึงค่าคะแนนเฉลี่ยที่แตกต่างกันนั้น พบว่าไม่ได้มีความแตกต่างกันอย่างชัดเจน โดยมีความแตกต่างประมาณเพียงหนึ่งคะแนนเท่านั้น จึงสามารถอธิบายความได้ว่า สำหรับกรุงเทพมหานครแล้วการท่องเที่ยวแบบกรุ๊ปทัวร์นั้นอาจไม่สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวได้มากกว่านักท่องเที่ยวอิสระอย่างเช่นปรากฏในกรณีของเมืองท่องเที่ยวที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้น ทั้งนี้การขยายผลการศึกษา ยังคงต้องคำนึงถึงความแตกต่างในความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มเป็นสิ่งสำคัญ (ตารางที่ 8-16)

สำหรับการวิเคราะห์ความแตกต่างของความพึงพอใจในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบ พบว่าผลการวิเคราะห์ที่ได้ค่อนข้างคล้ายกับกรุงเทพมหานคร นักท่องเที่ยวอิสระที่มีระดับความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เจกเช่นเดียวกับกรณีของกรุงเทพมหานคร ส่วนหนึ่งอาจเป็นเพราะมาตรฐานการให้บริการของบริษัททัวร์ยังไม่ดีพอ ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นในทั้งสองเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศกัมพูชา อีกทั้งข้อมูลยังสอดคล้องกับผลศึกษาที่ว่านักท่องเที่ยวซ้ำ (ซึ่งมักท่องเที่ยวอิสระ) มีความพึงพอใจในระดับสูงกว่านักท่องเที่ยวที่มาครั้งแรก (ตารางที่ 8-17)

ตารางที่ 8-16: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองพนมเปญระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทางอิสระ
 กับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	อิสระ	กรุ๊ปทัวร์	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.50	2.41	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	5.80	5.41	95%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	6.40	5.54	99%
ความพร้อมของแท็กซี่ทัวร์และบริษัทนำเที่ยว	3.67	4.60	99%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตรอบนอก	3.09	2.66	95%
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	5.00	4.99	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจราจร ทางถนน	4.64	4.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	6.94	6.59	95%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	1.70	1.32	95%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	4.28	4.44	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	4.45	4.02	95%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	5.95	5.69	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.70	5.84	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4.99	4.58	90%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.55	1.17	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต	3.22	2.79	90%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	2.27	1.20	99%
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	5.06	3.91	99%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	4.83	4.63	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1.42	1.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.53	1.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	1.30	1.48	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.50	3.41	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	4.13	3.80	90%
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.79	2.23	99%
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	4.52	3.03	99%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.70	3.56	99%
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	5.03	4.09	99%

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-17: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบระหว่างนักท่องเที่ยวที่เดินทาง
 อิสระกับ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมากับกรุ๊ปทัวร์

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	อิสระ	กรุ๊ปทัวร์	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.98	2.66	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	7.00	6.71	95%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.27	6.40	99%
ความพร้อมของแท็กซี่มอเตอร์ และบริษัทนำเที่ยว	4.39	5.84	99%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตสนามบิน	2.27	3.11	99%
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	6.28	5.53	99%
การจราจร ทางถนน	4.00	4.21	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.36	7.06	95%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	1.42	1.17	90%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	5.44	4.57	99%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	5.43	4.74	99%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.11	7.14	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.95	6.66	95%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	5.01	4.04	99%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.28	1.23	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	3.59	3.39	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.62	1.38	90%
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	5.80	4.89	99%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	5.21	4.39	99%
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1.16	1.33	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.36	1.75	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	1.46	1.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	5.37	4.72	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.04	4.74	90%
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	4.01	2.86	99%
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	4.89	3.85	99%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	5.18	4.22	99%
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	5.53	4.97	99%

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

8.2.6 นักท่องเที่ยวจากยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากทวีปอื่น (European and Others)

นักท่องเที่ยวชาวยุโรปถือเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มหลักของเมืองท่องเที่ยวต่างๆ ในอนุภูมิภาค ลุ่มแม่น้ำโขง ทั้งจากสหราชอาณาจักร เยอรมัน หรือ ฝรั่งเศส เป็นต้น และจากการศึกษาที่ผ่านมา ก็พบว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปมักจะมีความต้องการและรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างจาก นักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ ดังนั้นความต้องการ ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจากยุโรปรวมทั้ง รูปแบบการท่องเที่ยวนั้นก็ย่อมที่จะแตกต่างจากนักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นๆ ซึ่งย่อมจะส่งผลให้ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีความแตกต่างด้วยเช่นเดียวกัน ดังนั้นการวิเคราะห์เปรียบเทียบความแตกต่างของความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวระหว่างนักท่องเที่ยวจากยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ ของโลก ก็ทำให้เข้าใจ ลักษณะของนักท่องเที่ยวจากยุโรปได้ดีขึ้นและสามารถพัฒนาการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้ สอดรับกับสิ่งต่างๆ เหล่านั้นได้อย่างตรงประเด็น

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่ นั้นพบว่า ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยของความพึงพอใจที่มี นัยสำคัญทางสถิติ นั้น ทั้งหมดเป็นนักท่องเที่ยวจากยุโรปที่มีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยว จากทวีปอื่น ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นด้านกายภาพ ได้แก่ ระบบขนส่งในเขตชนบท และระบบขนส่งในกรณี จุกเงิน รวมทั้งด้านความปลอดภัย ณ สถานที่ต่างๆ ทั้งสนามบิน ที่พัก หรือกระทั่งสถานที่ท่องเที่ยว ด้านการเงิน เป็นเรื่องความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ระบบการชำระสินค้าและ บริการ รวมถึงระบบการจ่ายภาษีสนามบิน และด้านข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก ในส่วนของด้านข้อมูล ข่าวสาร ทั้งนี้จากกล่าวได้ว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปยังกังวลเรื่องความปลอดภัยในจังหวัดเชียงใหม่ มากกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ อย่างไรก็ตามค่าคะแนนก็ไม่ถือว่าต่ำกว่ามากแต่อย่างไร (ตารางที่ 8-18)

เมื่อวิเคราะห์กรณีของกรุงเทพฯ ปรากฏว่า นักท่องเที่ยวจากยุโรปมีความพึงพอใจน้อยกว่า นักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านกายภาพเท่านั้น ซึ่งได้แก่ การจัดการ สัมภาระ ณ สนามบิน การเชื่อมโยงของเที่ยวบินระหว่างประเทศ การจัดการ ณ ด้านตรวจคนเข้า เมือง และการบริการรถลีมูซีน สะท้อนให้เห็นว่าการเชื่อมโยงของเที่ยวบินระหว่างประเทศสำหรับ นักท่องเที่ยวยุโรปนั้นเมื่อเทียบกับภูมิภาคอื่นๆ แล้วยังไม่เป็นที่พึงพอใจของนักท่องเที่ยวมากนัก ซึ่ง เมื่อพิจารณาคะแนนแล้วก็ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ค่อนข้างต่ำ (3.96) ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวจาก ยุโรปก็มีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของกรุงเทพฯ มากกว่านักท่องเที่ยว จากทวีปอื่นๆ ครอบคลุมทั้งสามด้านคือ ด้านกายภาพ (ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว และการจัดการในกรณีจุกเงิน) ด้านการเงิน (ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง ความง่ายในการใช้ บัตรเครดิต และค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิต) และด้านสารสนเทศ (สารสนเทศ ณ ที่พัก) สิ่ง

ต่างๆ เหล่านี้ล้วนเป็นด้านที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปได้รับความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นๆ (ตารางที่ 8-19)

ตารางที่ 8-18: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	ยุโรป	อื่นๆ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	6.32	6.58	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การเข้าถึงถนนเขตที่พัก	7.51	7.81	95%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	8.09	8.24	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว	8.00	8.05	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตสนามบิน	6.39	6.90	95%
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	7.60	7.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจราจร ทางถนน	5.53	5.48	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางในอวกาศบิน	5.45	6.38	90%
ความพร้อมของที่พักในเชียงใหม่	7.47	7.92	99%
ความพร้อมของที่พักในเชียงใหม่	7.07	7.43	99%
ความพร้อมของที่พักในเชียงใหม่	6.91	7.23	95%
ความพร้อมของที่พักในเชียงใหม่	7.76	8.17	99%
ความพร้อมของที่พักในเชียงใหม่	7.52	7.86	99%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเงินตราต่างประเทศ	7.71	8.04	95%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	7.86	7.63	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	7.70	7.87	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	7.35	7.37	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	7.61	7.86	95%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	6.20	6.87	95%
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	6.24	6.28	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	6.90	6.73	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	6.81	6.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	6.86	7.20	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.65	6.83	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	6.19	6.28	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	6.90	7.06	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	7.07	6.92	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	7.22	7.27	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-19: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองอย่างกรุงเทพฯระหว่างนักท่องเที่ยวยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	ยุโรป	อื่นๆ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
การจัดการสัมภาระ ณ สนามบิน	5.02	5.30	95%
การเชื่อมต่อเที่ยวบินระหว่างประเทศ	3.06	4.20	95%
การสื่อสารระหว่างประเทศ	3.28	3.21	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจัดการ ณ สถานีตรวจเข้าเมือง	4.53	4.70	95%
ความพร้อมของบริการ	4.14	4.11	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การบริการรถโดยสารโดยโรงแรม	3.05	3.28	95%
ความหลากหลายของอาหาร	3.22	3.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแท็กซี่ส่วนบุคคล	2.11	2.25	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
คุณภาพในการบริการของแท็กซี่	1.05	1.08	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	3.66	3.65	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแท็กซี่ทัวร์ และ บริษัทนำเที่ยว	4.93	4.63	90%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	5.02	5.01	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจัดการในกรณีฉุกเฉิน	5.33	3.00	90%
การคุกคามโดยคนขายของข้างทาง	5.19	5.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยโดยรวม	5.18	5.15	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	1.01	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความง่ายในการแลกเงินกลับ ณ สนามบินและภายในเมือง	1.01	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การใช้เงินตราต่างประเทศ	1.00	1.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.03	1.00	95%
ความง่ายในการใช้บัตรเครดิต	1.03	1.00	95%
ค่าธรรมเนียมในการใช้บัตรเครดิต	1.03	1.00	95%
ความแตกต่างของอัตราแลกเปลี่ยน	1.25	1.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การใช้เงินตราต่างประเทศ	2.08	2.06	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	2.67	2.59	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลเกี่ยวกับการขอวีซ่าผ่านหน่วยงานรัฐและเอกชน	3.66	3.79	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	2.53	2.70	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	2.64	2.51	90%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	2.63	2.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	2.59	2.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลทางการเงิน	2.54	2.42	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	2.59	2.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	2.57	2.51	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	2.59	2.44	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	2.61	2.53	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
แผนที่ท่องเที่ยว และหนังสือแนะนำเที่ยว (guide book)	2.59	2.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

สำหรับเวียงจันทน์แล้วมีเพียงความพร้อมของแพ็กเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยวเท่านั้นที่นักท่องเที่ยวจากยุโรปมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมีบริษัททัวร์ที่เป็นบริษัทยุโรปเป็นผู้ดำเนินการ อย่างไรก็ตามคะแนนที่ได้นั้นก็อยู่ต่ำกว่า 5 (4.38) เท่านั้น ทว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปนั้นก็กลับมีความพึงพอใจที่น้อยกว่านักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งด้านกายภาพและด้านการเงิน แต่ไม่มีความแตกต่างในด้านสารสนเทศ สำหรับด้านกายภาพนั้น ได้แก่ ระบบการเดินทางสู่สนามบิน ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน และความปลอดภัย ณ ที่พัก ส่วนด้านการเงินได้แก่ ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ และระบบการจ่ายภาษีสนามบิน (ตารางที่ 8-20) ขณะที่อีกเมืองของ สปป. ลาว ที่ได้ศึกษาในครั้งนี้คือ เมืองหลวงพระบางนั้น พบว่านักท่องเที่ยวจากยุโรปมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวจากภูมิภาคอื่นๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่กลับมีความพึงพอใจน้อยกว่าในด้านสารสนเทศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทว่ากลับไม่พบความแตกต่างในด้านการเงินจากการทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยทางสถิติแต่อย่างใด (ตารางที่ 8-21)

ตารางที่ 8-20: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเวียงจันทน์ระหว่างนักท่องเที่ยวจากทวีป
 ยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ยุโรป	อื่นๆ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.37	3.43	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.25	6.38	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.42	7.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของที่พักแบริ่งและบริเวณใกล้เคียง	4.38	3.93	90%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	2.79	2.65	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	3.32	4.64	99%
ความปลอดภัยของการเดินทาง	4.96	5.23	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	0.83	1.11	90%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	5.27	5.58	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	5.13	5.28	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	6.06	6.40	90%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.75	5.93	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	5.63	5.44	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.40	1.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต	2.94	2.93	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.34	2.21	99%
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	5.26	5.55	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	2.60	4.01	99%
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.09	0.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	2.13	2.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.21	4.15	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.45	3.42	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.53	3.60	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	3.79	3.71	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.51	4.62	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.07	4.11	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-21: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางระหว่างนักท่องเที่ยวจากทวีป
 ยุโรปกับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ยุโรป	อื่นๆ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	5.97	5.85	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การเข้าถึงอินเทอร์เน็ต	7.07	6.64	99%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.76	7.60	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความถี่ของนักท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยว	6.64	6.24	99%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	6.40	6.13	90%
ระบบการเดินทางสู่ สนามบิน	6.54	6.38	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยของถนน	6.36	5.68	95%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.54	7.20	90%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	6.96	6.84	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	7.53	7.33	90%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	7.30	7.19	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.66	7.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.52	7.53	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	6.57	6.51	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	5.90	5.62	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	5.69	5.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	5.29	5.41	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	6.54	6.81	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	5.87	5.90	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การใช้ ATM	3.31	3.12	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	6.22	6.55	90%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	5.63	6.27	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ศูนย์ท่องเที่ยว	5.92	6.24	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	6.16	6.06	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.90	5.89	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สนามบิน	6.23	5.95	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก	5.36	5.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ ท่าเรือ	5.52	5.69	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	6.48	6.52	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	6.53	6.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	6.85	6.80	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	6.89	6.75	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ผลการวิเคราะห์เมืองท่องเที่ยวของประเทศกัมพูชาทั้งสองเมืองคือ กรุงพนมเปญ (ตารางที่ 8-22) และเสียมเรียบ (ตารางที่ 8-23) พบว่ามีลักษณะที่ค่อนข้างคล้ายกัน กล่าวคือ นักท่องเที่ยวที่มาจากยุโรปนั้นจะมีความพึงพอใจที่มากกว่านักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นในเรื่องของการจัดการที่อยู่ในด้านกายภาพและด้านการเงินเท่านั้น เช่น ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม และระบบการจ่ายภาษีสนามบิน แต่ในทางกลับกันนักท่องเที่ยวจากยุโรปกลับมีความพึงพอใจน้อยกว่านักท่องเที่ยวจากทวีปอื่นต่อการจัดการทั้งด้านกายภาพ ด้านการเงิน และด้านข้อมูลข่าวสาร เช่น เรื่องของการขนส่งสาธารณะ ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง และข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก ซึ่งผลการวิเคราะห์นี้สะท้อนถึงลักษณะของโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่คล้ายคลึงกันของทั้งสองเมือง

ตารางที่ 8-22: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองพนมเปญระหว่างนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป
 กับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	ยุโรป	อื่นๆ	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	2.97	3.33	90%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	5.39	5.80	95%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	6.99	5.96	99%
ความพร้อมของแพคเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว	4.17	3.74	90%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชานบท	2.81	3.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่ สนามบิน	5.44	4.82	99%
การจราจร ทางถนน	4.63	4.53	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.31	6.69	99%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	0.96	1.81	99%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	4.70	4.17	99%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	4.76	4.21	99%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	5.70	5.98	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.18	5.56	99%
ด้านการเงิน			
ความพร้อมในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	5.49	4.72	99%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.15	1.55	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต	3.56	2.97	95%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.67	2.16	95%
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	4.88	4.76	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	5.20	4.62	95%
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1.14	1.48	95%
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.09	1.63	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	0.84	1.50	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.19	4.28	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.94	4.08	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.19	3.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	3.84	4.25	90%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.63	4.37	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.92	4.74	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-23: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบระหว่างนักท่องเที่ยวจากทวีปยุโรป
 กับนักท่องเที่ยวจากที่อื่น

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	ยุโรป	ทวีปอื่น	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	2.44	3.53	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	7.14	6.77	95%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.45	6.55	99%
ความพร้อมของแท็กซี่และรถจักรยานยนต์	4.44	5.35	99%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตรอบนอก	2.01	2.92	99%
ระบบการเดินทางสู่ สนามบิน	5.86	5.85	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจราจร ทางถนน	4.03	4.11	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.74	6.99	99%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	0.70	1.51	99%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	5.59	4.72	99%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	5.72	4.84	99%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.28	7.08	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.24	6.63	99%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4.70	4.39	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.05	1.36	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต	3.70	3.45	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	0.83	1.75	99%
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	5.56	5.18	90%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	5.03	4.66	90%
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	0.80	1.46	99%
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	0.99	1.82	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	0.75	1.81	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.81	5.04	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	4.70	4.87	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	2.84	3.55	99%
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	3.77	4.45	99%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.76	4.54	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	5.16	5.17	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

8.2.7 นักท่องเที่ยวรายได้สูงกับนักท่องเที่ยวรายได้ต่ำ¹ (High-income tourists and Low-income tourists)

รายได้ของนักท่องเที่ยวย่อมสะท้อนถึงสถานะทางการเงินของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่มีฐานะต่างกันก็ย่อมจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันไปด้วย ทั้งนี้การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยวก็จะมี ความแตกต่างกันไปตามรูปแบบการท่องเที่ยวแต่ละประเภทเช่นกัน การแบ่งกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นสองกลุ่มคือ กลุ่มรายได้สูงและกลุ่มรายได้ต่ำนั้น เป็นการแบ่งตามระดับของรายได้ของนักท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างของแต่ละเมืองโดยเฉพาะ กลุ่มนักท่องเที่ยวรายได้สูงคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวร้อยละ 20 ที่มีรายได้มากกว่านักท่องเที่ยวคนอื่นๆ ในกลุ่มตัวอย่าง และนักท่องเที่ยวในกลุ่มที่มีรายได้ต่ำนั้น ก็คือนักท่องเที่ยวร้อยละ 20 ที่มีรายได้ต่ำที่สุด การวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบตามรายได้นี้จะช่วยให้มองเห็นภาพว่าการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของแต่ละเมืองนั้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มได้อย่างไรบ้างโดยผ่านทาง การวัดระดับความพึงพอใจ

สำหรับจังหวัดเชียงใหม่พบว่่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงนั้นมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ ในด้านกายภาพ เช่น ระบบการขนส่งสาธารณะ การลงทะเบียนเข้าที่พัก ด้านสารสนเทศในเรื่องของการจราจรทางถนน และความปลอดภัย ณ เขตเมือง และด้านข้อมูลข่าวสาร ในเรื่องขอประเภทของข้อมูลทั้ง ที่พัก รวมทั้งอาหารและเครื่องดื่ม ตลอดจนการบริการข้อมูลการท่องเที่ยว ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง ณ ที่พัก และข้อมูลที่มีอยู่ในเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำหรับด้านการเงินนั้นไม่พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มมีความพึงพอใจที่มีความแตกต่างกันทางสถิติแต่อย่างใด แสดงให้เห็นว่าระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของเชียงใหม่ในปัจจุบันเอื้อให้กับรูปแบบการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมากกว่า โดยเฉพาะด้านกายภาพและด้านข้อมูลข่าวสาร (ตารางที่ 8-24)

¹ อย่างไรก็ตามด้วยความจำกัดของข้อมูลทำให้การวิเคราะห์ส่วนนี้ไม่รวมการศึกษาของกรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 8-24: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเชียงใหม่ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกับ
 นักท่องเที่ยวรายได้ต่ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ	รายได้สูง	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ความปลอดภัยทางถนน	5.83	6.88	99%
ความปลอดภัยในที่พัก	7.70	8.09	90%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	8.36	8.18	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว	8.23	8.04	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตเทศบาล	6.61	6.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	7.59	7.77	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
บริการจราจร ทางถนน	4.98	5.84	95%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	6.00	6.86	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	8.02	7.63	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ รถบัส	6.91	7.49	95%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	6.97	7.24	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.72	8.06	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.72	7.60	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	7.92	8.17	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	7.72	8.25	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต	8.10	8.04	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	7.57	8.05	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	7.55	7.98	90%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	6.82	7.36	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	5.36	6.38	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	6.17	7.87	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	6.14	7.25	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	6.88	7.36	90%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.47	6.82	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	5.93	6.29	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	6.57	7.60	99%
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	6.58	7.30	95%
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	7.26	6.96	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ในส่วนของกรุงเวียงจันทน์นั้นพบผลลัพธ์ที่คล้ายๆ กับจังหวัดเชียงใหม่คือ นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงนั้นมีความพึงพอใจในด้านกายภาพมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในเรื่องของระบบการเดินทางสู่สนามบิน ทว่าไม่พบความแตกต่างทางสถิติของค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่มในด้านสารสนเทศแต่กลับเป็นด้านการเงินที่นักท่องเที่ยวรายได้สูงมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวรายได้ต่ำในหลายๆ เรื่อง ทั้งความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง ระบบการชำระสินค้าและบริการท่องเที่ยว และระบบการจ่ายภาษีสนามบิน ซึ่งสามารถอธิบายผลได้เช่นกรณีของจังหวัดเชียงใหม่ กล่าวคือ ระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของกรุงเวียงจันทน์นั้นสามารถสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมากกว่า โดยเฉพาะด้านกายภาพและด้านการเงิน และไม่น่าจะมีความแตกต่างอย่างชัดเจนสำหรับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวด้านข้อมูลข่าวสารสำหรับกรุงเวียงจันทน์ (ตารางที่ 8-25)

สำหรับเมืองมรดกโลกอย่างหลวงพระบางนั้นพบว่าส่วนใหญ่ักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงจะมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านการเงินมากที่สุด ยกเว้นในเรื่องความพร้อมในการใช้ตัวเงินเดินทางซึ่งน่าจะเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำนิยมใช้มากกว่า นอกจากนี้นักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงก็มีความพึงพอใจมากกว่าในด้านกายภาพที่เป็นส่วนของความพร้อมของแพคเกจทัวร์ และบริษัทนำเที่ยว แสดงให้เห็นว่าแพคเกจทัวร์นี้น่าจะเหมาะกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงมากกว่าในการท่องเที่ยวในเมืองมรดกโลกทางวัฒนธรรมแห่งนี้ อีกด้านหนึ่งพบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้น้อยนั้น ก็มีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านข้อมูลข่าวสารเป็นส่วนใหญ่ และด้านกายภาพรวมถึงด้านการเงินในบางเรื่องเช่น ระบบการขนส่งสาธารณะ ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง (ตารางที่ 8-26)

ตารางที่ 8-25: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเวียงจันทน์ระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง
กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ	รายได้สูง	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.20	2.96	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	6.32	6.32	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.30	7.11	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพ็คเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว	4.45	3.82	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตนคร	2.53	2.41	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่อินเทอร์เน็ต	3.46	4.32	90%
ความปลอดภัยของการเดินทาง	5.17	5.36	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	0.64	0.86	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	4.93	5.21	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	4.61	5.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	5.92	5.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.41	5.75	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความน่าเชื่อถือของบริการเงินตราต่างประเทศ	5.13	6.83	90%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	0.83	1.46	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเดบิต	2.57	3.09	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.57	2.00	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	4.98	5.93	95%
ระบบการจ่ายภาษีเงินได้	3.83	4.41	95%
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.03	0.82	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	2.17	2.04	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.47	4.46	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.14	3.59	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.76	3.21	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสารด้านที่พัก	3.36	3.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.37	4.82	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.17	4.57	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-26: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองหลวงพระบางระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้
 สูงกับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ	รายได้สูง	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	6.32	5.65	95%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	7.06	7.18	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	7.83	7.78	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมของแพคเกจทัวร์ และ บริษัทนำเที่ยว	5.68	6.98	99%
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตชนบท	6.31	6.28	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	6.46	6.96	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการหาของหาย	5.71	6.64	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	7.35	7.31	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	6.68	7.05	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	7.35	7.57	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	7.31	7.39	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	7.45	7.76	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	7.41	7.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	6.09	6.93	95%
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	6.19	5.50	90%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	4.49	5.96	99%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	5.04	4.42	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	5.74	6.73	95%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	5.52	6.28	90%
การใช้ ATM	3.15	3.29	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	6.71	6.00	90%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	6.53	5.05	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ศูนย์ท่องเที่ยว	6.29	5.50	90%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	6.19	5.88	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.18	5.63	95%
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สนามบิน	5.96	6.05	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ สถานีขนส่งทางบก	5.38	4.74	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลท่องเที่ยว ณ ท่าเรือ	5.71	5.35	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ศูนย์ข้อมูลข่าวสารการท่องเที่ยว	6.45	6.39	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	6.52	6.51	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	7.06	6.63	90%
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	7.08	6.69	90%

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

เมื่อพิจารณาผลการวิเคราะห์ของกรุงเทพมหานครพบว่าความแตกต่างของค่าคะแนนความพึงพอใจระหว่างนักท่องเที่ยวรายได้สูงกับนักท่องเที่ยวรายได้ต่ำนั้น ส่วนใหญ่จะเป็นนักท่องเที่ยวรายได้สูงที่มีค่าความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งด้านกายภาพ ซึ่งครอบคลุมทั้งระบบการจราจรทางถนน ซึ่งเป็นปัญหาหลักของกทม. เนื่องจากมีอุบัติเหตุทางถนนเกือบทุกวัน และรวมไปถึงความปลอดภัยตามสถานที่ต่างๆ ทั้งที่พัก หรือสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น ตลอดจนด้านการเงินในเรื่องของความสะดวกในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ และการชำระสินค้าและบริการท่องเที่ยว เป็นต้น ทั้งนี้ด้านสารสนเทศนั้นเป็นเรื่องของข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พักอาศัยที่นักท่องเที่ยวรายได้สูงมีระดับความพึงพอใจเฉลี่ยที่สูงกว่า ทว่าจากผลการวิเคราะห์ พบว่ายังมีบางเรื่องที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำมีความพึงพอใจมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ คือ ความพร้อมในการใช้ตัวเงินเดินทางซึ่งอยู่ในด้านการเงิน และข้อมูลทางเว็บไซต์ทางการ และข้อมูลข่าวสารที่ให้บริการ ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นองค์ประกอบในด้านข้อมูลข่าวสาร ทั้งนี้จะเห็นได้ว่า ทั้งเช็คเดินทาง หรือการสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวของกรุงเทพมหานครทางเว็บไซต์ทางการ หรือ ณ สำนักงานท่องเที่ยว นั้นถือได้ว่าเป็นบริการที่นักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำน่าจะใช้บริการการท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครมากกว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่า (ตารางที่ 8-27)

เมืองมรดกโลกอีกเมืองหนึ่งในการศึกษาคั้งนี้คือเสียมเรียบ (ตารางที่ 8-28) เมื่อแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็นสองกลุ่มตามรายได้แล้ว พบว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงนั้นมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านกายภาพ และด้านการเงินเท่านั้น สำหรับด้านกายภาพนั้นเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับความปลอดภัยทั้งความปลอดภัยในกรณีฉุกเฉิน และความปลอดภัย ณ สถานที่ต่างๆ เช่น ความปลอดภัย ณ สนามบิน ณ ที่พัก หรือ ณ สถานที่ท่องเที่ยว ส่วนด้านการเงินนั้นเป็นเรื่องของความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และเดบิต และระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว ในทางตรงกันข้ามนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำนั้นมีความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบมากกว่านักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูงกว่าในด้านกายภาพ (ระบบขนส่งสาธารณะ การจราจรทางถนน ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน) ด้านการเงิน (ความพร้อมในการใช้ตัวเงินเดินทาง) และด้านข้อมูลข่าวสาร (ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง และข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง)

ตารางที่ 8-27: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองพนมเปญระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง
 กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางการท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ	รายได้สูง	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.39	3.50	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การลงทะเบียนเข้าเมือง	5.23	6.02	95%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	4.98	6.59	99%
ความพร้อมของแท็กซี่และบริษัทนำเที่ยว	3.66	3.45	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตนคร	3.07	2.70	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	4.53	4.83	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจราจรทางถนน	4.16	5.11	99%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	6.02	7.11	99%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	1.91	1.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความปลอดภัย ณ เขตนคร	3.62	4.76	99%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	3.46	4.83	99%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	5.29	6.32	99%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.32	6.00	95%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	4.48	5.67	99%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต	1.74	1.15	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิตและเงินสด	2.14	3.38	99%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	2.00	2.21	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	4.11	5.01	95%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	3.97	4.72	95%
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1.47	1.26	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	2.03	1.27	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	1.80	1.12	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	3.91	4.73	95%
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	3.75	4.22	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.51	3.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	4.01	4.18	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.05	4.37	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	4.55	4.49	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจ, 2550.

ตารางที่ 8-28: เปรียบเทียบค่าความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์
 ทางด้านการท่องเที่ยวของเมืองเสียมเรียบระหว่างนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง
 กับนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำ

การจัดการโลจิสติกส์ทางด้านการท่องเที่ยว	รายได้ต่ำ	รายได้สูง	ระดับความเชื่อมั่น
ด้านกายภาพ			
ระบบการขนส่งสาธารณะ	3.69	2.57	99%
การลงทะเบียนเข้าที่พัก	5.32	6.95	95%
ความพร้อมของอาหารและเครื่องดื่ม	6.07	6.96	99%
ความพร้อมของแพคเกจทัวร์และบริษัทนำเที่ยว	4.94	5.09	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบขนส่งสาธารณะในเขตรอบนอก	3.46	2.55	95%
ระบบการเดินทางสู่สนามบิน	5.99	5.80	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
การจราจร ทางถนน	4.34	3.75	90%
ความปลอดภัย ณ สนามบิน	6.23	7.38	99%
ระบบการเดินทางในกรณีฉุกเฉิน	1.80	0.98	95%
ความปลอดภัย ณ เขตเมือง	4.04	5.02	95%
ความปลอดภัยในบริเวณผู้คนแออัด	4.61	5.41	95%
ความปลอดภัย ณ ที่พัก	6.82	7.35	90%
ความปลอดภัย ณ สถานที่ท่องเที่ยว	6.20	6.76	90%
ด้านการเงิน			
ความง่ายในการแลกเปลี่ยนเงินตราต่างประเทศ	5.19	4.57	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ความพร้อมในการใช้ตัวเดินทาง	1.93	1.22	95%
ความพร้อมในการใช้บัตรเครดิต และ เดบิต	3.19	4.48	99%
ธุรกรรมทางการเงินระหว่างประเทศ	1.84	1.73	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการชำระเงินสินค้าและบริการท่องเที่ยว	4.99	5.85	95%
ระบบการจ่ายภาษีสนามบิน	4.41	4.91	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ระบบการขอคืนภาษีมูลค่าเพิ่ม	1.49	1.43	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ด้านสารสนเทศ			
ข้อมูลผ่านเว็บไซต์ทางการ	1.72	1.47	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สำนักงานการท่องเที่ยวในเมือง	2.11	1.15	99%
ข้อมูลข่าวสาร ณ ที่พัก	4.96	4.98	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลข่าวสาร ณ สถานที่ท่องเที่ยว	5.00	5.12	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง	3.78	3.01	แตกต่างกัน ณ 95%
ข้อมูลข่าวสาร ด้านที่พัก	4.87	4.29	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลด้านอาหารและเครื่องดื่ม	4.59	4.72	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ
ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว	5.13	5.13	ไม่แตกต่างกันทางสถิติ

ที่มา: จากการสำรวจในปี พ.ศ. 2550.

8.3 บทสรุป

กล่าวโดยสรุปได้ว่า ในเมืองท่องเที่ยวหลักของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง การจัดการโลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวเป็นการจัดการสำหรับกรุ๊ปทัวร์และกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีรายได้สูง ดังนั้น นักท่องเที่ยวกรุ๊ปทัวร์และนักท่องเที่ยวที่มาเป็นครั้งแรกจึงมีความพึงพอใจสูงกว่านักท่องเที่ยวอิสระและนักท่องเที่ยวซ้ำ ยกเว้นกัมพูชา ซึ่งอาจจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐานการให้บริการของบริษัทท่องเที่ยวในกัมพูชา นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวอิสระและนักท่องเที่ยวที่มีรายได้ต่ำจะให้ความสนใจและมีความพึงพอใจกับการให้บริการสารสนเทศมากกว่ากลุ่มอื่น

การแยกกลุ่มนักท่องเที่ยวเป็นยุโรป และกลุ่มอื่นๆ ไม่พบแนวโน้มแบบแผนที่แน่นอน ทั้งนี้ อาจเกี่ยวข้องกับบริการของบริษัทที่ใช้มากกว่าบริการของจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว

การศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าทั้ง 6 เมืองยังไม่มีการจัดการโลจิสติกส์ที่ดีสำหรับนักท่องเที่ยวอิสระ นักท่องเที่ยวซ้ำ และนักท่องเที่ยวรายได้ต่ำ

การศึกษาการจัดการโลจิสติกส์ในอนาคตควรแยกตามประเภทลูกค้า แล้วจึงค่อยทำความเข้าใจถึงความต้องการของลูกค้าหรือสิ่งที่ลูกค้าให้มูลค่าความสำคัญหลักๆ เพื่อสร้างระบบที่จะตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงเป้าหมาย กล่าวคือ การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวนั้นควรเป็นไปตามความต้องการของนักท่องเที่ยวซึ่งมีหลากหลายรูปแบบ อย่างไรก็ตามการวิเคราะห์เจาะลึกในส่วนนี้ จะสามารถให้ภาพของความพึงพอใจต่อการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในแต่ละเมืองของนักท่องเที่ยวกลุ่มเฉพาะต่างๆ ได้ชัดเจนมากกว่าการพิจารณาเพียงค่าเฉลี่ยโดยรวม และจะสามารถทำให้ผู้ที่กำหนดนโยบาย หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน (Tourism Supply Chain) สามารถเข้าใจถึงแนวทางการปฏิบัติและพัฒนาไปในทิศทางเดียวกันตลอดทั้งห่วงโซ่อุปทาน สิ่งนี้เองที่จะเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงในอนาคต ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

บทที่ 9

การศึกษาผลกระทบจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมแบบเงินก้อน จากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้าประเทศไทยทางอากาศ

การจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีท่องเที่ยวจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมีอยู่หลากหลายรูปแบบ ทั้งการจัดเก็บโดยอ้อมจากรัฐกิจหรือกิจกรรมท่องเที่ยวหรือการจัดเก็บโดยตรงจากนักท่องเที่ยว โดยค่าธรรมเนียมหรือภาษีท่องเที่ยวยังสามารถเรียกเก็บในลักษณะที่แปรผันไปตามปริมาณสินค้าและบริการที่เลือกซื้อเลือกใช้ (Ad valorem tax) หรือเป็นจำนวนเงินก้อนคงที่ไม่แปรผันไปตามปริมาณสินค้าและบริการที่เลือกซื้อเลือกใช้ (Lump sum tax)

ในทางปฏิบัติของหลายๆ ประเทศ พบว่าการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เข้ามาใช้บริการสถานที่ท่องเที่ยวตามแหล่งธรรมชาติหรือที่มนุษย์สร้างขึ้นเองนั้นมีอยู่ด้วยกันหลากหลายรูปแบบดังที่องค์การการท่องเที่ยวโลก (The World Tourism Organization, WTO) ได้จำแนกเอาไว้ในตารางที่ 9-1 (Gooroochurn and Sinclair, 2005) จากตารางนี้ เราสามารถแบ่งแยกออกได้ว่าใครเป็นผู้ชำระค่าธรรมเนียมหรือภาษี (นักท่องเที่ยวหรือหน่วยธุรกิจท่องเที่ยว) กิจกรรมใดบ้างที่มีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษี (เช่น การผ่านเข้าออกชายแดน การเดินทางและการขนส่ง การใช้บริการที่พักค้างแรม การบริโภคตามร้านอาหารหรือภัตตาคาร การเช่ายานพาหนะ การใช้บริการบันเทิงต่างๆ และการใช้บริการทางสิ่งแวดล้อม เป็นต้น)

จากตารางที่ 9-1 จะเห็นได้ว่าค่าธรรมเนียมหรือภาษีท่องเที่ยวมีอยู่ด้วยกัน 45 รูปแบบ โดยส่วนใหญ่แล้ว (30 รูปแบบ) จะเรียกเก็บจากนักท่องเที่ยวโดยตรงและที่เหลือ (15 รูปแบบ) จะเรียกเก็บจากหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังพบว่ากิจการที่พักค้างแรมมีรูปแบบของค่าธรรมเนียมมากที่สุด (15 รูปแบบ) รองลงมาคือกิจกรรมการผ่านเข้าออกชายแดน (6 รูปแบบ)

จากตารางที่ 9-1 หากพิจารณาลักษณะการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีท่องเที่ยว ก็สามารถแบ่งออกได้เป็นการเรียกเก็บโดยตรง (Direct tax) และโดยอ้อม (Indirect tax) การเก็บค่าธรรมเนียมโดยอ้อมที่ใช้กัน เช่น ภาษีมูลค่าเพิ่ม (VAT) ภาษีการค้าขาย (Sales tax or turnover tax) ภาษีสรรพสามิต (Excise tax) และภาษีนำเข้า (Import tariff and duty tax) เป็นต้น การเก็บค่าธรรมเนียมโดยตรงที่ใช้กัน เช่น ภาษีเงินได้นิติบุคคลของหน่วยธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Business tax) เป็นต้น

ตารางที่ 9-1: ประเภทของค่าธรรมเนียมการท่องเที่ยวจำแนกโดย WTO

Sector	Name of tax	Customer pay	Business pay
Entry/Exit Taxes	Resident departure tax/ Foreign travel tax	•	
	Visa/travel permit	•	
Air Travel	Air passenger duty	•	
	Air ticket tax	•	
	Airline fuel tax		•
Airports/ Sea Ports/ Road Borders	Departure tax	•	
	Passenger service tax	•	
	Airport security tax	•	
	Airport parking tax	•	
	Transit taxes	•	
	Trekking/mountaineering fees	•	
Hotels/ Accommodation	Bed night tax	•	
	Bed tax	•	
	Occupancy tax	•	
	Differential VAT rate	•	
	Surtax	•	
	Sales tax	•	
	Service tax	•	
	Turnover tax		•
	Hotel and restaurant tax	•	
	Temporary lodging tax	•	
	Hotel accommodation tax	•	
	Lodging tax	•	
	Fringe benefit tax		•
	Payroll tax		•
Customs and excise		•	
Restaurants	Sales tax/VAT	•	
	Liquor taxes/duties		•
Road taxes	Toll charges	•	
	Fuel taxes/ duties		•

ตารางที่ 9-1(ต่อ): ประเภทของค่าธรรมเนียมการท่องเที่ยวจำแนกโดย WTO

Sector	Name of tax	Customer pay	Business pay
Car rental	Municipal/ local tax	•	
	Purchase duty		•
	Petrol/ diesel duty	•	
Coaches	Purchase duty	•	
	Specific additional tax		•
	Tourist transport tax	•	
Tourism attractions	Visitor attractions tax	•	
	VAT and sales tax	•	
Training	Industry training tax		•
	Catering tax		•
Environment	Eco-tourism tax		•
	Carbon tax		•
	Landfill tax		•
Gambling	Betting tax		•
	Casino tax	•	

ที่มา: Nishaal Gooroochurn and M. Thea Sinclair, 2005.

นอกจากนี้ก็ยังอาจจะแบ่งเป็นการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีจากนักท่องเที่ยวโดยแปรผันไปตามปริมาณสินค้าและบริการที่เลือกซื้อเลือกใช้ (Ad valorem tax) ซึ่งส่วนใหญ่ก็คือภาษีทางอ้อมดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น ในทางตรงกันข้ามก็อาจจะมีการเรียกเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวโดยตรงเป็นจำนวนเงินก้อนคงที่ (Lump sum tax) ซึ่งเป็นจำนวนที่เท่ากันสำหรับนักท่องเที่ยวแต่ละราย โดยไม่คำนึงว่านักท่องเที่ยวจะเดินทางมาจากประเทศใด กำลังจะไปท่องเที่ยวที่ใด ไม่คำนึงว่านักท่องเที่ยวจะใช้จ่ายใช้สอยซื้อสินค้าและบริการอะไร เป็นจำนวนมากน้อยเท่าไร ไม่คำนึงว่านักท่องเที่ยวจะต้องการพักค้างแรมนานแค่ไหน การจัดเก็บค่าธรรมเนียมโดยตรงเป็นจำนวนเงินก้อนคงที่นี้จึงไม่ได้แปรผันไปตามปริมาณสินค้าและบริการที่เลือกซื้อเลือกใช้ ตัวอย่างเช่น การเก็บภาษีสนามบินขาเข้าหรือขาออก (Arrival and departure tax) การเก็บค่าธรรมเนียมขออนุญาตเข้าประเทศ (Visa fee) การเก็บค่าผ่านทาง (Travel and transit tax) เป็นต้น

นอกจากการที่จะต้องบรรลุวัตถุประสงค์หลักของการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีท่องเที่ยวแล้ว การเลือกรูปแบบหรือวิธีการจัดเก็บที่พึงประสงค์ก็จะต้องคำนึงถึงประเด็นอื่นๆ ประกอบอีกด้วย

อาทิเช่น ประสิทธิภาพโดยรวม (Efficiency) ความเสมอภาคเท่าเทียมกัน (Equity) การกระจายรายได้ (Income distribution) การกระจายภาระแบกรับจากภาษีหรือค่าธรรมเนียม (Tax incidence) ต้นทุนการบริหารจัดการในการเรียกเก็บและใช้ค่าธรรมเนียมหรือภาษี (Transaction costs) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวมและรายสาขา (Impact) อีกทั้งความสะดวก ความเหมาะสม และนโยบายด้านอื่นๆ เช่น การเมือง การต่างประเทศ กฎหมาย สังคม และวัฒนธรรมของแต่ละประเทศ เป็นต้น

ประเด็นปัญหาที่เกี่ยวข้องกับภาษีท่องเที่ยวได้มีการทำการศึกษาทั้งเชิงทฤษฎี (Theoretical) และเชิงประจักษ์ (Empirical) อยู่มากมาย เช่น Clarke and Ng (1993) Blake (2000) Gooroochurn and Sinclair (2005) และ Gago, et.al. (2006) เป็นต้น

ในบทนี้จะมุ่งเน้นการศึกษาเฉพาะผลกระทบจากค่าธรรมเนียมหรือภาษีที่เรียกเก็บโดยตรงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ที่เดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ) เป็นจำนวนเงินก้อนคงที่ต่อระบบเศรษฐกิจส่วนรวม อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิจแบบดุลยภาพทั่วไปชี้ให้เห็นว่าผลกระทบดังกล่าวถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็น้อยมากทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และทั้งในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่มีความยืดหยุ่นและมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง ดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติถึงแม้ว่าจะมีค่าสูงขึ้นแต่ก็สูงขึ้นน้อยมาก และการขยายตัวในภาคการท่องเที่ยวโดยรวมถึงแม้ว่าจะลดลงแต่ก็ลดลงน้อยมากเช่นกัน

ในบทนี้มีอยู่ด้วยกัน 3 ส่วนหลัก ส่วนที่หนึ่งของรายงานฉบับนี้จะกล่าวถึงวิธีการศึกษา ส่วนที่สองจะแสดงผลการศึกษา และส่วนที่สามจะเป็นการสรุปและข้อเสนอแนะ

9.1 วิธีการศึกษา

ในบทนี้ต้องการวิเคราะห์ผลกระทบจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีโดยตรงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ที่เดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ) ในรูปแบบเงินก้อนคงที่ต่อภาพรวมเศรษฐกิจทั่วไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง

9.1.1 ขอบเขตการศึกษา

บทนี้จะมุ่งเน้นการศึกษาเฉพาะผลกระทบจากค่าธรรมเนียมหรือภาษีที่เรียกเก็บโดยตรงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ที่เดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ) เป็นจำนวนเงินก้อนคงที่โดยไม่ได้พิจารณาถึงรูปแบบวิธีการบริหารจัดการเพื่อให้ได้มาซึ่งค่าธรรมเนียมนี้ ดังนั้นการวิเคราะห์ที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนค่าใช้จ่าย ความเหมาะสม และความยากง่ายในทางปฏิบัติในการบริหารจัดการเพื่อจัดเก็บภาษีหรือค่าธรรมเนียมดังกล่าวจึงไม่ได้อยู่ในขอบเขตของการศึกษาคั้งนี้

9.1.2 แนวทางการศึกษา

ในการวิเคราะห์และประเมินทางเศรษฐศาสตร์ที่เกี่ยวกับรูปแบบการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีท้องถิ่นที่อยู่ด้วยกันหลายแนวทางขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะศึกษา¹ สำหรับบทนี้ต้องการศึกษาถึงผลกระทบทั้งทางตรงและทางอ้อมจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่มีต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมทั่วไป อุตสาหกรรมท้องถิ่น และอุตสาหกรรมอื่นที่เกี่ยวข้อง วิธีการวิเคราะห์ผลกระทบที่เหมาะสมและจะนำมาใช้คือ การวิเคราะห์แบบจำลองเศรษฐกิจแบบดุลภาพทั่วไป (Computable general equilibrium model, CGE)²

9.1.3 แบบจำลอง ฐานข้อมูล และโปรแกรม

โครงสร้างพื้นฐานของแบบจำลองเศรษฐกิจแบบดุลภาพทั่วไป (Computable general equilibrium model, CGE) ประยุกต์มาจากแบบจำลองมาตรฐานของระบบเศรษฐกิจทั่วไปในประเทศกำลังพัฒนาที่ออกแบบโดย Löfgren, Harris and Robinson (2001) แบบจำลองนี้ถูกนำมาปรับปรุงเพื่อให้มีอุปทานและอุปสงค์ของการท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และมีอุปทานและอุปสงค์ของทรัพยากรน้ำด้วย

ฐานข้อมูลหลักประยุกต์มาจากบัญชีเมตริกซ์ทางสังคม (Social accounting matrix, SAM) ปี 2544 ของสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (TDRI, 2004) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลที่ใหม่สุดที่มีอยู่ ฐานข้อมูลนี้ถูกนำมาปรับปรุงเพื่อให้เหมาะสมกับงานวิจัย เช่น การลดขนาดบัญชีให้เล็กลงและกระชับมากขึ้น การแยกทรัพยากรที่ดินออกจากทุน การแยกทรัพยากรน้ำและเงินอุดหนุนในการผลิตน้ำ เป็นต้น

ฐานข้อมูลที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ ค่าสัมประสิทธิ์ (Coefficients) เช่น สัดส่วนการใช้ปัจจัยการผลิต สัดส่วนการนำเข้าและส่งออก สัดส่วนการใช้ผลผลิตภายในประเทศและสินค้านำเข้า ซึ่งสามารถคำนวณได้จากบัญชีเมตริกซ์ทางสังคมที่มีอยู่ นอกจากนี้ก็เป็นค่าพารามิเตอร์ (Parameters) เช่น ค่าความยืดหยุ่นของอุปสงค์ต่อราคาและรายได้ ค่าความยืดหยุ่นของการใช้ปัจจัยการผลิตต่างๆ ซึ่งสามารถประมาณการได้จากวิธีเศรษฐมิติ (Econometrics) หรือการทบทวนและรวบรวมมาจาก

¹ เช่น หากต้องการพิจารณาหาแนวทางหรือทางเลือกในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่จะให้ผลตอบแทนสุทธิสูงที่สุด ก็อาจจะใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน (Cost benefit analysis) ถ้าหากต้องการพิจารณาหาแนวทางหรือทางเลือกในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมที่จะมีต้นทุนต่ำที่สุดเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมายที่วางไว้ ก็อาจจะใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุน (Cost effectiveness) ถ้าหากต้องการศึกษาการกระจายภาระค่าธรรมเนียมว่าใครจะต้องแบกรับภาระค่าธรรมเนียมบ้าง (อาทิ ผู้บริโภค ผู้ผลิต หน่วยธุรกิจ นักท่องเที่ยวต่างชาติ) ในอัตราส่วนที่มากน้อยเท่าไร ก็อาจจะใช้วิธีการวิเคราะห์การแบกรับภาระค่าธรรมเนียม (Tax incidence) เป็นต้น

² วิธีการอื่นๆ เช่น การวิเคราะห์สัดส่วนทวีคูณ (Proportional multiplier method) การวิเคราะห์แบบจำลองปัจจัยและผลผลิต (Input-output model) และการวิเคราะห์ทางเศรษฐมิติอื่นๆ (Econometric approaches) เป็นต้น

แหล่งงานวิจัยอื่นๆ ซึ่งในรายงานฉบับนี้ได้รวบรวมมาจาก Samtisant (1993) Warr et al. (1993) Sussangkarn and Kumar (1997) TDR (2004) และ Horridge (2005)

แบบจำลองและฐานข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาบันทึกลงในโปรแกรมคอมพิวเตอร์ ซึ่งในที่นี้คือโปรแกรม GEMPACK (General Equilibrium Modeling Package) ซึ่งออกแบบโดย Harrison and Pearson (1996) และ Horridge (2005) เพื่อทำการจำลองสถานการณ์ (Simulation) ต่างๆ ที่ต้องการจะศึกษาและนำผลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ต่อไป

9.1.4 รูปแบบการเดินทางเข้าประเทศไทยของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

จากรายงานของสำนักงานตำรวจตรวจคนเข้าเมืองพบว่าในปี พ.ศ.2544 (ปีเดียวกับบัญชีเมตริกซ์ทางสังคม) มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามายังประเทศไทยจำนวน 10,061,950 คน โดยแบ่งเป็นการเดินทางทางอากาศ 8,387,070 คน ทางบก 1,425,369 คน และทางทะเลอีก 249,511 คน ซึ่งจะเห็นได้ว่าสัดส่วนของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศไทยโดยทางอากาศนั้นมีสูงที่สุดถึง 83.4% รองลงมาคือทางบก 14.1% และทางทะเลอีกเพียง 2.5% เท่านั้น

หากพิจารณาประมาณการค่าใช้จ่ายโดยรวมในการเดินทางและขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทยพบว่าในปี พ.ศ. 2544 นักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางและขนส่งรวมเป็นเงินทั้งสิ้น 61,430 ล้านบาท ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางทางอากาศ 19,222 ล้านบาท ทางบก 34,338 ล้านบาท และทางน้ำ 7,870 ล้านบาท ซึ่งคิดเป็นสัดส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางทางอากาศประมาณ 31% ทางบก 56% และทางน้ำอีก 13%

ข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก (และสัดส่วนสูง) จะเดินทางเข้าประเทศไทยโดยทางอากาศ รองลงมาคือทางบก และทางน้ำ แต่ค่าใช้จ่ายโดยรวมสูงสุด (และสัดส่วนสูง) ในการเดินทางและขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยกลับกลายเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางและขนส่งทางบก รองลงมาคือทางอากาศ และทางน้ำ ตามลำดับ กล่าวอีกนัยหนึ่งก็คือ โดยประมาณการแล้วนักท่องเที่ยวต่างชาติมีค่าใช้จ่ายในการเดินทางและขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยเฉลี่ยสูงที่สุดเป็นค่าใช้จ่ายในการเดินทางและขนส่งทางบก รองลงมาคือ ทางอากาศ และทางน้ำ นั่นเอง

ด้วยเหตุที่สัดส่วนค่าใช้จ่ายในการเดินทางและขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในประเทศไทยจำแนกตามประเภทต่างๆ (ทางอากาศ ทางบก และทางน้ำ) ไม่ได้สอดคล้องหรือเป็นไปตามลำดับเดียวกันกับสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยจำแนกตามประเภทเดียวกัน ทำให้การคาดการณ์ผลกระทบจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีโดยตรงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ที่เดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ) ในรูปแบบเงินก้อนไม่สามารถทำได้หากปราศจากเครื่องมือหรือแบบจำลองที่ช่วยในการวิเคราะห์สถานการณ์ต่างๆ

9.1.5 การออกแบบจำลองสถานการณ์

เราสามารถออกแบบจำลองสถานการณ์เพื่อศึกษาผลกระทบจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปแบบเงินก้อนจำนวน 1,000 บาทต่อหัว ได้เป็นกรณีๆ ไปขึ้นอยู่กับความยืดหยุ่นของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อราคาสินค้าและบริการและขึ้นอยู่กับปัจจัยแรงงานและทุนว่ามีอยู่อย่างจำกัดในระบบเศรษฐกิจหรือไม่ โดยหลักการเมื่อปัจจัยทั้งสองมีอยู่อย่างจำกัด (Limited factor capacity) แบบจำลองจะแสดงผลกระทบในระยะสั้น (Short run effects, 1-2 ปี) และในทางตรงกันข้ามเมื่อปัจจัยทั้งสองมีอยู่อย่างไม่จำกัด (Unlimited factor capacity) แบบจำลองจะแสดงผลกระทบในระยะยาว (Long run effects, 3-5 ปี) ดังนั้นเราจึงสามารถออกแบบจำลองสถานการณ์ชนิดสุดขั้ว (Lowest vs. highest limits) ได้เป็น 4 กรณี ดังนี้

ตารางที่ 9-2: แบบจำลองสถานการณ์ชนิดสุดขั้ว (Lowest vs. highest limits)

ความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติ	ผลกระทบระยะสั้น	ผลกระทบระยะยาว
ไม่ยืดหยุ่น ($\epsilon \rightarrow 0$)	กรณีที่ 1	กรณีที่ 3
ยืดหยุ่นสูง ($\epsilon \rightarrow -\infty$)	กรณีที่ 2	กรณีที่ 4

กรณีที่ 1 ผลกระทบระยะสั้น เมื่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา
 กรณีที่ 2 ผลกระทบระยะสั้น เมื่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง
 กรณีที่ 3 ผลกระทบระยะยาว เมื่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา
 กรณีที่ 4 ผลกระทบระยะยาว เมื่ออุปสงค์ของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง

หมายเหตุ: * จากการทบทวนงานวิจัยอื่นๆ พบว่าค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวมีค่าแตกต่างกัน

ไปในแต่ละประเทศของนักท่องเที่ยวและประเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว เช่น

งานวิจัย	ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยว
Gray (1966)	(-1.845)
Barry and O'Hagan (1972)	(-1.12)
Little (1980)	(-1.01)
Loeb (1982)	(-0.6472)
Syriopoulos and Sinclair (1993)	(-1.11 ถึง -1.59)
Sinclair and Stabler (1997);	(-1.00)
Vogt and Wittayakorn (1998)	(-0.891 ถึง -1.199)
Papaltheodorou (1999)	(-1.54 ถึง -1.58)
Mello, Pack and Sinclair (1999)	(-1.263 ถึง -2.238)
Lozano, Morales and Navarro (2000)	(-1.73)
Garin-Muñoz and Amaral (2000)	(-0.25 ถึง -0.30)

งานวิจัย	ค่าความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยว
Durbarry and Sinclair (2001)	(-1.00)
Maeta Chumni (2001)	(-0.81 ถึง -1.02)
Maloney and Rojas (2001)	(-0.282 ถึง -0.595)
Durbarry (2002)	(-1.706 ถึง -1.857)
Kara, Tarim and Tatoglu (2003)	(-1.044)
Kweka (2004)	(-1.00)
Rex, Habibullah and Lynette (2006)	(-4.27)

9.2 ผลการศึกษา

การวิเคราะห์ผลการศึกษาจะแบ่งออกเป็นการวิเคราะห์ผลในระยะสั้นและระยะยาว โดยจะพิจารณาผลกระทบที่มีต่อเศรษฐกิจส่วนรวม ดุลของรัฐบาล สวัสดิการของสังคม อุปทานโดยรวมของกิจการสาขาต่างๆ ผลผลิตออกในประเทศของกิจการสาขาต่างๆ และการนำเข้าของกิจการสาขาต่างๆ โดยจะเน้นที่กลุ่มกิจการท่องเที่ยว (โดยตรง) กลุ่มกิจการท่องเที่ยว (โดยอ้อม) และกลุ่มกิจการนอกการท่องเที่ยว นอกจากนี้จะพยายามวิเคราะห์ให้เห็นถึงความแตกต่างของผลกระทบเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นและมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง สุดท้ายจะอธิบายผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย และข้อควรระมัดระวังในการตีความผลกระทบต่างๆ

อนึ่งเพื่อความง่ายและสะดวกต่อการวิเคราะห์ผลกระทบต่างๆ เราจำเป็นจะต้องมีเกณฑ์คร่าวๆ ที่ใช้เป็นตัวเปรียบเทียบว่าผลกระทบที่จะวิเคราะห์นั้นมากหรือน้อยเพียงไร³ เราทราบว่ามียานยนต์นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยโดยทางอากาศ 8,387,070 คน ซึ่งถ้าหากมีการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีโดยตรงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ที่เดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ) ในรูปแบบเงินก้อนจำนวน 1,000 บาทต่อหัว ก็จะทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวต่างชาติประมาณ 8,400 ล้านบาท และจากบัญชีเมตริกซ์ทางสังคมปฏิฐาน รายได้ประชาชาติรวมทั้งหมดคือ 5,217,448 ล้านบาท ดังนั้นรายได้ที่เพิ่มขึ้นนี้จึงคิดเป็นเพียง 0.16% ของรายได้ประชาชาติ

³ จุดอ่อนของแบบจำลองเศรษฐกิจแบบดุลยภาพทั่วไปคือการไม่มีตัวชี้วัด "นัยสำคัญ" ของผลกระทบอย่างชัดเจนเหมือนกับแบบจำลองเศรษฐกิจมิติอื่นๆ ที่สามารถกระทำได้ ดังนั้นในที่นี้จึงจำเป็นต้องมีการกำหนดเกณฑ์ที่เหมาะสมขึ้นมาเพื่อประเมินว่าผลกระทบที่กำลังพิจารณามีมากหรือน้อยเพียงไร

เราจะใช้ค่า 0.16% เป็นเกณฑ์ในการประเมินอย่างคร่าวๆ⁴ กล่าวคือหากผลกระทบต่อตัวแปรที่กำลังพิจารณามีขนาดของการเปลี่ยนแปลงมากกว่า 0.16% (ขนาดของการเปลี่ยนแปลงที่เป็นค่าสัมบูรณ์ ไม่ว่าจะไปในทิศทางใดก็ตาม) ก็จะประมาณว่าผลกระทบต่อตัวแปรดังกล่าวมีสูงในทางกลับกันหากผลกระทบต่อตัวแปรที่กำลังพิจารณามีขนาดของการเปลี่ยนแปลงน้อยกว่า 0.16% ก็จะประมาณว่าผลกระทบต่อตัวแปรดังกล่าวมีต่ำ เป็นต้น อนึ่งเราสามารถนำเกณฑ์นี้มาหาความอ่อนไหวของแต่ละผลกระทบได้ เช่น ความอ่อนไหวของดัชนีราคาการให้บริการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว (ดูการคำนวณได้ตารางที่ 9-3)

9.2.1 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวม

1) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวมในระยะสั้น (กรณีที่ 1 และ 2)

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวมในระยะสั้นแสดงในตารางที่ 9-3 (กรณีที่ 1 และ 2) ถึงแม้ว่าจะมีการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจรวม (แถว 1) แต่ก็เป็น การขยายตัวที่น้อยมากทั้งสองกรณี (เพียง 0.0001% เมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ 0.16%) ซึ่งในจำนวนนี้พบว่า การขยายตัวในภาคการท่องเที่ยว (แถว 2) ลดลงแต่ก็ไม่มากนักจนถือได้ว่ามีผลกระทบต่ำมาก (เพียง -0.001% และ -0.002%) ในขณะที่การขยายตัวนอกภาคการท่องเที่ยว (แถว 3) กลับเพิ่มขึ้นแต่ก็ไม่มากเช่นกัน (เพียง 0.003% และ 0.004%) อนึ่งจะเห็นได้ว่าเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง จะส่งผลกระทบที่สูงกว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา ถึงแม้ว่าผลกระทบดังกล่าวจะมีน้อยมาก

ปริมาณการบริโภคของภาคครัวเรือน (แถว 4) มีสูงขึ้นทั้งสองกรณี (0.012% และ 0.008%) โดยจะมีค่าที่สูงกว่าเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา ส่วนปริมาณการบริโภคของภาคท่องเที่ยว (แถว 5) สูงขึ้นเพียงเล็กน้อยทั้งสองกรณี (0.0001%)

ดัชนีราคาต่างๆ (แถว 6 - 8) โดยส่วนใหญ่จะสูงขึ้นทั้งสองกรณี โดยเฉพาะดัชนีราคาการท่องเที่ยว (แถว 8) จะขึ้นสูงที่สุดในบรรดาดัชนีราคาประเภทต่างๆ โดยในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติ

⁴ ค่า 0.16% นี้ใช้เป็นเพียงเกณฑ์คร่าวๆ เพื่อประโยชน์ต่อการวิเคราะห์และประเมินผลกระทบเท่านั้น เพราะจริงๆ แล้วเกณฑ์นี้ยังไม่ได้คำนึงถึงผลกระทบย้อนกลับจากการเก็บค่าธรรมเนียมที่มีต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่อาจจะลดลงหรือสัดส่วนการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวที่อาจจะเปลี่ยนแปลงไป อย่างไรก็ตามการใช้ตัวเลขนี้เป็นเกณฑ์หรือตัวเลขอื่นๆ เป็นเกณฑ์ก็ไม่ได้ทำให้ผลลัพธ์ของแบบจำลองที่ได้นั้นเปลี่ยนแปลงไปเลย (ดูตัวอย่างได้ตารางในภาคผนวกการหาความไวของแต่ละผลกระทบเมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้น 0.16% จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว)

ไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา ดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยวจะสูงขึ้น 0.025% ซึ่งมากกว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงเพียงเล็กน้อยเท่านั้น (0.022%)

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แท้จริง (แถว 9) ถึงแม้จะแข็งค่าขึ้นแต่ก็มีค่าน้อยมากทั้งสองกรณี (0.011% และ 0.006%) โดยในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาพบว่าอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แท้จริงจะแข็งค่ามากกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง

อัตราการท่องเที่ยวของคนไทยในต่างประเทศ (แถว 10) พบว่ามีสูงขึ้นทั้งสองกรณีแต่ก็น้อยมาก (0.018% และ 0.011%) โดยในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาพบว่าอัตราการท่องเที่ยวของคนไทยในต่างประเทศจะมากกว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง ซึ่งก็สอดคล้องกับการแข็งค่าขึ้นของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แท้จริง

จากผลกระทบในระยะสั้นนี้พบว่าค่าแรงเฉลี่ย (แถว 11) และค่าตอบแทนการใช้ทุนเฉลี่ย (แถว 12) มีค่าลดลงเพียงเล็กน้อยทั้งสองกรณี (-0.005% ถึง -0.007%) ดุลบัญชีเดินสะพัด (แถว 15) ได้ดุลมากขึ้นทั้งสองกรณีแต่ก็มีค่าไม่มากนัก (0.039% และ 0.026%) โดยดุลบัญชีเดินสะพัดจะได้ดุลสูงขึ้นมากกว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

ผลกระทบในระยะสั้นข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ

2) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวมในระยะยาว (กรณีที่ 3 และ 4)

ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวมในระยะยาวแสดงในตารางที่ 9-3 (กรณีที่ 3 และ 4) พบว่าการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจรวม (แถว 1) และการขยายตัวนอกภาคการท่องเที่ยว (แถว 3) กลับมีทิศทางตรงกันข้ามกับผลกระทบในระยะสั้น กล่าวคือการขยายตัวของระบบเศรษฐกิจรวมมีการชะลอลงทั้งสองกรณี (-0.012% และ -0.023%) และการขยายตัวนอกภาคการท่องเที่ยวก็มีการชะลอลงเช่นกัน (-0.006% และ -0.009%) โดยเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง ทั้งสองตัวแปรจะมีการชะลอลงมากกว่า ส่วนการขยายตัวในภาคการท่องเที่ยว (แถว 2) ก็มีการขยายตัวที่ลดลงเช่นเดียวกับในระยะสั้น (-0.015% และ -0.028%) โดยเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะมีการชะลอลงมากกว่าเช่นเดียวกัน อนึ่งสังเกตได้ว่าขนาดของผลกระทบในตัวแปรเหล่านี้ (ขนาดสัมบูรณ์ที่ไม่คำนึงถึงทิศทาง) ในระยะยาวมีมากกว่าในระยะสั้น

ปริมาณการบริโภคของภาคครัวเรือน (แถว 4) มีสูงขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาแต่ก็เพิ่มขึ้นน้อยกว่าในระยะสั้น (0.004%) แต่กลับมีค่าลดลงในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.017%) ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้ามกับในระยะสั้น ส่วนปริมาณการบริโภคของภาคท่องเที่ยว (แถว 5) กลับมีทิศทางตรงกันข้ามกับในระยะสั้น กล่าวคือมีทิศทางที่ลดลงทั้งสองกรณี (-0.012% และ -0.023%) โดยกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความ

ยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะลดลงมากกว่า อีกทั้งจะสังเกตได้ว่าในระยะยาวขนาดของผลกระทบนี้จะมีมากกว่าในระยะสั้น

ดัชนีราคาต่างๆ (แถว 6 - 8) โดยส่วนใหญ่จะสูงขึ้นทั้งสองกรณีและสูงขึ้นมากกว่าในระยะสั้น โดยเฉพาะดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยว (แถว 8) จะขึ้นสูงที่สุดกว่าดัชนีราคาอื่นๆ และยิ่งมากกว่าในระยะสั้นอีกด้วย (0.035% และ 0.036%) สังเกตได้ว่าดัชนีราคาต่างๆ ในระยะยาวแทบจะไม่มี ความแตกต่างกันเลยในทั้งสองกรณี นั่นคือความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ได้ออกให้เกิดความแตกต่างในผลกระทบต่อดัชนีราคาประเภทต่างๆ ในระยะยาว

อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แท้จริง (แถว 9) แข็งค่าขึ้นมากกว่าในระยะสั้นทั้งสองกรณี (0.026% และ 0.025%) สังเกตได้ว่าความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติแทบจะไม่ได้สร้างความแตกต่างในผลกระทบต่ออัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แท้จริงในระยะยาวเช่นกัน

อัตราการท่องเที่ยวของคนไทยในต่างประเทศ (แถว 10) พบว่ามีสูงขึ้นเช่นเดียวกับในระยะสั้นทั้งสองกรณี (0.020% และ 0.001%) สังเกตได้ว่าอัตราการท่องเที่ยวของคนไทยในต่างประเทศมีค่าต่ำที่สุดในระยะยาวเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง

จากผลกระทบในระยะยาวนี้พบว่าการใช้แรงงานรวม (แถว 13) มีค่าลดลงทั้งสองกรณี (-0.012% และ -0.022%) และเช่นเดียวกันการใช้ทุนรวม (แถว 14) ก็มีค่าลดลงทั้งสองกรณี (-0.013% และ -0.025%) โดยการลดลงของการใช้แรงงานรวมและการใช้ทุนรวมในระยะยาวจะลดลงมากกว่าเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง

ดุลบัญชีเดินสะพัด (แถว 15) ได้ดุลมากขึ้นทั้งสองกรณีและมากกว่าในระยะสั้น (0.080% และ 0.079%) เห็นได้ชัดว่าความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติแทบจะไม่ได้สร้างความแตกต่างในผลกระทบต่อดุลบัญชีเดินสะพัดเลยในระยะยาว

ผลกระทบในระยะยาวข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ

ตารางที่ 9-3: ผลกระทบด้านเศรษฐกิจส่วนรวมจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปแบบเงินก้อน (เปอร์เซ็นต์ %)

ที่	ผลกระทบเศรษฐกิจส่วนรวม	ระยะสั้น		ระยะยาว	
		กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
1	การขยายตัวของระบบเศรษฐกิจรวม	0.0001	0.0001	-0.012	-0.023
2	การขยายตัวในภาคการท่องเที่ยว	-0.001	-0.002	-0.015	-0.028
3	การขยายตัวนอกภาคการท่องเที่ยว	0.003	0.004	-0.006	-0.009
4	ปริมาณการบริโภคของภาคเอกชน	0.012	0.008	0.004	-0.017
5	ปริมาณการบริโภคของภาคท่องเที่ยว	0.0001	0.0001	-0.012	-0.023
6	ดัชนีราคาของระบบเศรษฐกิจรวม	0.011	0.006	0.026	0.025
7	ดัชนีราคาผู้บริโภค	0.008	0.004	0.018	0.017
8	ดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยว	0.025	0.022	0.035	0.036
9	อัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แท้จริง	0.011	0.006	0.026	0.025
10	อัตราการท่องเที่ยวของคนไทยในต่างประเทศ	0.018	0.011	0.020	0.001
11	ค่าแรงเฉลี่ย	-0.005	-0.006	-	-
12	ค่าตอบแทนการใช้ทุนเฉลี่ย	-0.005	-0.007	-	-
13	การใช้แรงงานรวม	-	-	-0.012	-0.022
14	การใช้ทุนรวม	-	-	-0.013	-0.025
15	ดุลบัญชีเดินสะพัด	0.039	0.026	0.080	0.079

เมื่อใช้เกณฑ์ 0.16% เป็นตัวประเมินผลกระทบ (ดูคำอธิบายเชิงอรรถที่ 3) เราสามารถหาความอ่อนไหวของแต่ละผลกระทบได้ ตัวอย่างเช่น ความอ่อนไหวของดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยวเมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวมีดังนี้

กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
$\frac{0.025\%}{0.160\%} = 0.156$	$\frac{0.022\%}{0.160\%} = 0.138$	$\frac{0.035\%}{0.160\%} = 0.219$	$\frac{0.036\%}{0.160\%} = 0.225$

ตีความได้ว่าสำหรับกรณีที่ 1 (ในระยะสั้นและนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา) เมื่อรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น 1% จากการจับเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำให้ดัชนีราคาการให้บริการท่องเที่ยวเพิ่มสูงขึ้น 0.156% เป็นต้น สำหรับกรณีอื่นๆ ก็ตีความในลักษณะเดียวกันนี้

9.2.2 ผลกระทบด้านดุลของรัฐบาล

1) ผลกระทบด้านดุลของรัฐบาลในระยะสั้น (กรณีที่ 1 และ 2)

ผลกระทบด้านดุลของรัฐบาลในระยะสั้นแสดงในตารางที่ 9-4 (กรณีที่ 1 และ 2) โดยหลักการ เพื่อศึกษาผลกระทบที่แท้จริงของค่าธรรมเนียมหรือภาษีจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปแบบเงินก้อน ดุลภาครัฐบาลจะต้องอยู่ในภาวะสมดุล (แถว 12) มิเช่นนั้นจะถือได้ว่าการรั่วไหลของเงินในระบบเศรษฐกิจ

พบว่ารายได้รวมของรัฐบาล (แถว 1) มีมากขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา (0.003%) แต่ลดลงเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.001%) อย่างไรก็ตามผลกระทบดังกล่าวมีไม่มากนักในทั้งสองกรณี จะเห็นได้ว่ารายได้อื่นๆ (แถว 8) ของภาครัฐบาลจะมีสูงขึ้นทั้งสองกรณี (0.078% และ 0.015%) โดยจะมีค่าสูงมากกว่าเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

เมื่อพิจารณารายได้จากภาษี (แถว 2) พบว่ามีมากขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา (0.002%) แต่กลับลดลงเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.001%) โดยรายได้จากภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีธุรกิจ (แถว 3) ปรับตัวสูงขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา (0.027%) แต่ปรับตัวลดลงเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.028%) รายได้จากภาษีสรรพสามิต (แถว 4) และภาษีการนำเข้า (แถว 5) ต่างปรับตัวสูงขึ้นในทั้งสองกรณี โดยรายได้จากภาษีสรรพสามิตปรับตัวสูงขึ้นใกล้เคียงกันทั้งสองกรณี (0.238% และ 0.232%) แต่รายได้จากภาษีการนำเข้า (0.029% และ 0.006%) ปรับตัวสูงขึ้นมากกว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

รายได้จากภาษีเงินได้นิติบุคคล (แถว 6) ปรับตัวสูงขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา (0.031%) แต่ปรับตัวลดลงเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.021%) สังเกตได้ว่ารายได้จากภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดา (แถว 7) กลับมีค่าลดลงทั้งสองกรณี (-0.436% และ -0.429%) ที่เป็นเช่นนี้เพราะรัฐบาลมีรายได้อื่นๆ เพิ่มขึ้น (แถว 8) จนสามารถลดหย่อนการจับเก็บภาษีเงินได้นิติบุคคลธรรมดา โดยรายได้อื่นๆ ที่เพิ่มขึ้นนี้มาจากการจับเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปแบบเงินก้อนนั่นเอง อนึ่งสังเกตได้ว่าเมื่อ

นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา รัฐบาลจะสามารถลดหย่อนการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาได้มากกว่า

ในด้านรายจ่ายของภาครัฐบาลพบว่ารายจ่ายรวมของรัฐบาล (แถว 9) การบริโภคของรัฐบาล (แถว 10) และรายจ่ายอื่นๆ (แถว 11) ปรับตัวเพิ่มขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา (0.003%) แต่กลับปรับตัวลดลงเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.001%) ผลกระทบข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ เว้นแต่ผลกระทบที่มีต่อรายได้จากภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีสรรพสามิต

2) ผลกระทบด้านดุลของรัฐบาลในระยะยาว (กรณีที่ 3 และ 4)

ผลกระทบด้านดุลของรัฐบาลในระยะยาวแสดงในตารางที่ 9-4 (กรณีที่ 3 และ 4) พบว่ารายได้รวมของรัฐบาล (แถว 1) มีมากขึ้นทั้งสองกรณี (0.014%) โดยความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ได้สร้างความแตกต่างในผลกระทบต่อรายได้รวมของรัฐบาลในระยะยาว อย่างไรก็ตามพบว่าผลกระทบในระยะยาวมีขนาดที่มากกว่าในระยะสั้น

เมื่อพิจารณารายได้จากภาษี (แถว 2) พบว่ามีมากขึ้นในทั้งสองกรณี (0.014% และ 0.017%) และมีขนาดที่มากกว่าในระยะสั้น สำหรับรายได้จากภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีธุรกิจ (แถว 3) ปรับตัวสูงขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา (0.060%) แต่ปรับตัวลดลงเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.060%) เป็นที่น่าสังเกตว่าผลกระทบในระยะยาวมีขนาดที่มากกว่าในระยะสั้น

รายได้จากภาษีสรรพสามิต (แถว 4) แทบจะไม่มีแตกต่างไปจากในระยะสั้นเท่าไรนัก (0.238% และ 0.222%) รายได้จากภาษีการนำเข้า (แถว 5) มีทิศทางตรงกันข้ามกับในระยะสั้นทั้งสองกรณี กล่าวคือต่างปรับตัวลดลงในทั้งสองกรณี (-0.013% และ -0.113%) โดยในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงมีการปรับตัวลดลงมากกว่า ซึ่งผลที่ได้นี้ก็สอดคล้องกับการแข็งค่าขึ้นของอัตราแลกเปลี่ยนเงินตราที่แท้จริงในระยะยาวที่มีการแข็งค่าขึ้นมากกว่าในระยะสั้น

รายได้จากภาษีเงินได้นิติบุคคล (แถว 6) ปรับตัวสูงขึ้นในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา (0.056%) แต่ปรับตัวลดลงเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.064%) ซึ่งก็มีทิศทางเช่นเดียวกับในระยะสั้นทั้งสองกรณี แต่ในระยะยาวมีขนาดที่มากกว่าในระยะสั้น

รายได้จากภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา (แถว 7) มีค่าลดลงทั้งสองกรณีแต่มีขนาดที่น้อยกว่าใน ระยะเวลาสั้น (-0.357% และ -0.267%) โดยรายได้จากภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาตกลงมากกว่าในกรณีที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา ทั้งนี้เพราะในระยะยาวเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมี ความยืดหยุ่นต่อราคาสูง รายได้อื่นๆ ของรัฐบาล (แถว 8) กลับมีค่าลดลง (-0.046%) จึงทำให้ ความสามารถในการลดหย่อนการจัดเก็บภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาเป็นไปได้น้อยกว่าในกรณีที่ นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคาซึ่งรัฐบาลมีรายได้อื่นๆ เพิ่มขึ้น (0.104%)

ในด้านรายจ่ายของภาครัฐบาลพบว่ารายจ่ายรวมของรัฐบาล (แถว 9) การบริโภคของ รัฐบาล (แถว 10) และรายจ่ายอื่นๆ (แถว 11) ปรับตัวเพิ่มขึ้นในทั้งสองกรณีและมีขนาดของ ผลกระทบที่มากกว่าในระยะสั้น สังเกตได้ว่าความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติแทบจะ ไม่ได้สร้างความแตกต่างในผลกระทบต่อรายจ่ายของภาครัฐบาลเลย (0.014% - 0.017%)

ผลกระทบข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ เว้นแต่ผลกระทบที่มีต่อรายได้จากภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษี สรรพสามิต

ตารางที่ 9-4: ผลกระทบด้านดุลของรัฐบาลจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยว ต่างชาติในรูปแบบเงินก้อน (เปอร์เซ็นต์ %)

ที่	ผลกระทบดุลของรัฐบาล	ระยะสั้น		ระยะยาว	
		กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
1	รายได้รวมของรัฐบาล	0.003	-0.001	0.014	0.014
2	รายได้จากภาษี	0.002	-0.001	0.014	0.017
3	ภาษีมูลค่าเพิ่มและภาษีสรรพสามิต	0.027	-0.028	0.060	-0.060
4	ภาษีสรรพสามิต	0.238	0.232	0.238	0.222
5	ภาษีการนำเข้า	0.029	0.006	-0.013	-0.113
6	ภาษีเงินได้นิติบุคคล	0.031	-0.021	0.056	-0.064
7	ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา	-0.436	-0.429	-0.357	-0.267
8	รายได้อื่นๆ	0.078	0.015	0.104	-0.046
9	รายจ่ายรวมของรัฐบาล	0.003	-0.001	0.016	0.015
10	การบริโภคของรัฐบาล	0.003	-0.001	0.017	0.016
11	รายจ่ายอื่นๆ	0.003	-0.001	0.014	0.014
12	ดุลภาครัฐบาล (สมดุล)	0.000	0.000	0.000	0.000

เมื่อใช้เกณฑ์ 0.16% เป็นตัวประเมินผลกระทบ (ดูคำอธิบายเชิงอรรถที่ 3) เราสามารถหาความอ่อนไหวของแต่ละผลกระทบได้ ตัวอย่างเช่น ความอ่อนไหวของรายได้รวมของรัฐบาลเมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว มีดังนี้

กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
$\frac{0.003\%}{0.160\%} = 0.019$	$\frac{-0.001\%}{0.160\%} = -0.006$	$\frac{0.014\%}{0.160\%} = 0.088$	$\frac{0.014\%}{0.160\%} = 0.088$

ตีความได้ว่าสำหรับกรณีที่ 1 (ในระยะสั้นและนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา) เมื่อรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น 1% จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำให้รายได้รวมของรัฐบาลเพิ่มสูงขึ้น 0.019% เป็นต้น สำหรับกรณีอื่นๆ ก็ตีความในลักษณะเดียวกันนี้

9.2.3 ผลกระทบด้านสวัสดิการของสังคม

1) ผลกระทบด้านสวัสดิการของสังคมในระยะสั้น (กรณีที่ 1 และ 2)

ผลกระทบด้านสวัสดิการของสังคมในระยะสั้นแสดงในตารางที่ 9-5 (กรณีที่ 1 และ 2) พบว่าในระยะสั้นครัวเรือนทั้งในภาคเกษตรและนอกภาคเกษตรและในทุกระดับชั้นของรายได้ต่างมีสวัสดิการที่สูงขึ้นกว่าเดิมโดยทั้งสิ้น แต่เมื่อเปรียบเทียบระหว่างกรณีที่ 1 และ 2 ในแต่ละกลุ่มของครัวเรือนจะเห็นได้ว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้สวัสดิการของทุกครัวเรือนเพิ่มขึ้นน้อยกว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

ในแต่ละกรณีไม่ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะมีความยืดหยุ่นต่อราคามากหรือน้อย หากพิจารณาที่ครัวเรือนที่มีระดับชั้นของรายได้เดียวกัน พบว่าสวัสดิการของครัวเรือนในภาคเกษตรจะสูงขึ้นมากกว่าครัวเรือนนอกภาคเกษตร และหากพิจารณาที่ครัวเรือนในภาคการผลิตเดียวกันก็จะพบว่าสวัสดิการของครัวเรือนที่มีระดับชั้นของรายได้สูงจะเพิ่มขึ้นมากกว่าครัวเรือนที่มีระดับชั้นของรายได้ต่ำ

ผลกระทบข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ

2) ผลกระทบด้านสวัสดิการของสังคมในระยะยาว (กรณีที่ 3 และ 4)

ผลกระทบด้านสวัสดิการของสังคมในระยะยาวแสดงในตารางที่ 9-5 (กรณีที่ 3 และ 4) เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบระหว่างผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว พบว่าในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา สวัสดิการของทุกกลุ่มครัวเรือนในระยะยาวจะเพิ่มขึ้นน้อยกว่าในระยะสั้น (ยกเว้นแต่ครัวเรือนรายได้ต่ำนอกภาคเกษตรที่มีสวัสดิการที่ลดลง) แต่สำหรับกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง สวัสดิการของทุกกลุ่มครัวเรือนในระยะยาวกลับ

ลดลงและมีอัตราการลดลงที่ใกล้เคียงกัน แต่หากพิจารณาอย่างละเอียดก็จะเห็นได้ว่าอัตราการลดลงของสวัสดิการของครัวเรือนนอกภาคเกษตรมีสูงกว่าครัวเรือนในภาคเกษตร และสวัสดิการของครัวเรือนที่มีระดับชั้นของรายได้ต่ำนอกภาคเกษตรลดลงมากกว่าครัวเรือนที่มีระดับชั้นของรายได้สูงนอกภาคเกษตร

ผลกระทบข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ

ตารางที่ 9-5: ผลกระทบด้านสวัสดิการของสังคมจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปแบบเงินก้อน (เปอร์เซ็นต์ %)

ที่	ผลกระทบสวัสดิการของสังคม	ระยะสั้น		ระยะยาว	
		กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
1	ครัวเรือนรายได้ต่ำภาคเกษตร (deciles 1 - 8)	0.016	0.012	0.001	-0.023
2	ครัวเรือนรายได้สูงภาคเกษตร (deciles 9 - 10)	0.032	0.023	0.016	-0.022
3	ครัวเรือนรายได้ต่ำนอกภาคเกษตร (deciles 1 - 8)	0.014	0.007	-0.001	-0.029
4	ครัวเรือนรายได้สูงนอกภาคเกษตร (deciles 9 - 10)	0.025	0.015	0.013	-0.026

เมื่อใช้เกณฑ์ 0.16% เป็นตัวประเมินผลกระทบ (ดูคำอธิบายเชิงอรรถที่ 3) เราสามารถหาความอ่อนไหวของแต่ละผลกระทบได้ ตัวอย่างเช่น ความอ่อนไหวของสวัสดิการของครัวเรือนรายได้ต่ำภาคเกษตรเมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยวมีดังนี้

กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
$\frac{0.016\%}{0.160\%} = 0.100$	$\frac{0.012\%}{0.160\%} = 0.075$	$\frac{0.001\%}{0.160\%} = 0.006$	$\frac{-0.023\%}{0.160\%} = -0.144$

ตีความได้ว่าสำหรับกรณีที่ 1 (ในระยะสั้นและนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา) เมื่อรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น 1% จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำให้สวัสดิการของครัวเรือนรายได้ต่ำภาคเกษตรเพิ่มสูงขึ้น 0.100% เป็นต้น สำหรับกรณีอื่นๆ ก็ตีความในลักษณะเดียวกันนี้

9.2.4 ผลกระทบด้านอุปทานโดยรวมของกิจการต่างๆ

ผลกระทบด้านอุปทานโดยรวมของกิจการต่างๆ สำหรับทุกๆ กรณีแสดงในรูปที่ 9-1, 9-2 และ 9-3 จากรูปที่ 9-1 พบว่าอุปทานรวมของกิจการท่องเที่ยว (โดยตรงและโดยอ้อม) และกิจการนอกรการท่องเที่ยวมีอัตราที่ลดลงในระยะยาว โดยกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อัตราดังกล่าวลดลงมากกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

หากเปรียบเทียบระหว่างผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว พบว่าอุปทานรวมของกิจการท่องเที่ยว (โดยตรง) และกิจการนอกรการท่องเที่ยวมีอัตราที่ลดลงในระยะยาวมากกว่าในระยะสั้น ส่วนอุปทานรวมของกิจการท่องเที่ยว (โดยอ้อม) มีอัตราเพิ่มขึ้นไม่มากในระยะสั้น แต่ลดลงในระยะยาว

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดตามรูปที่ 9-2 และ 9-3 พบว่าโดยรวมแล้วเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อุปทานรวมของกิจการมีอัตราลดลงมากกว่าเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา รูปที่ 9-3 แสดงให้เห็นว่าในกรณีระยะยาวและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง อุปทานโดยรวมของทุกกิจการสาขามีอัตราลดลงทั้งหมด กิจการที่มีอุปทานรวมลดลงมากที่สุดได้แก่ การขนส่ง (-0.027% ถึง -0.053%) และเพิ่มมากที่สุดได้แก่ อสังหาริมทรัพย์ (0.005% ถึง 0.018%) และเฟอร์นิเจอร์ (0.004% ถึง 0.010%) ตารางที่ 9-7 แสดงผลกระทบต่ออุปทานโดยรวมของ 10 กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง)

ผลกระทบข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ

ตารางที่ 9-6: กิจการต่างๆ และการจำแนกความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ที่	กิจการ	กิจการ ท่องเที่ยว (โดยตรง)	กิจการ ท่องเที่ยว (โดยอ้อม)	กิจการ นอกร ท่องเที่ยว
1	ข้าวเปลือก			•
2	ข้าวโพด			•
3	ข้าวฟ่าง			•
4	มันสำปะหลัง			•
5	กล้วยไม้ ดอกไม้ พริกไทยดำ และอื่นๆ		•	
6	ถั่วต่างๆ เมล็ดละหุ่ง และงา		•	
7	กระเทียม พริก หัวหอม และผัก		•	
8	ผลไม้ แดงโม และสับปะรด		•	
9	ต้นอ้อย			•
10	มะพร้าว		•	

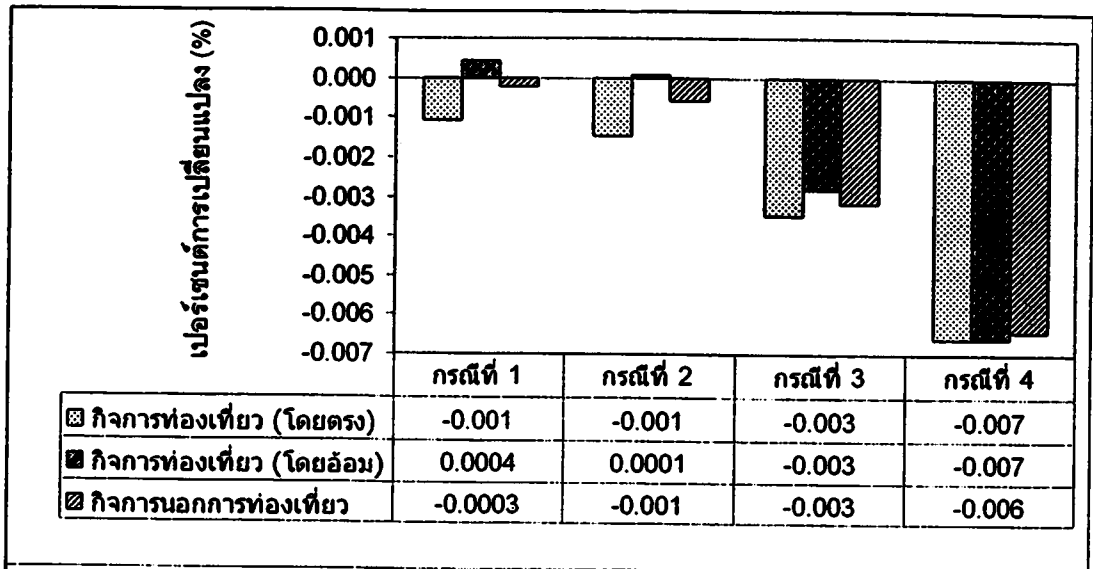
ตารางที่ 9-6 (ต่อ): กิจกรรมต่างๆ และการจำแนกความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ที่	กิจกรรม	กิจกรรม ท่องเที่ยว (โดยตรง)	กิจกรรม ท่องเที่ยว (โดยอ้อม)	กิจกรรม นอกร ท่องเที่ยว
11	เมล็ดปาล์ม			•
12	ป่านและปอ			•
13	ฝ้ายและนุ่น			•
14	ใบยาสูบ			•
15	เมล็ดโกโก้ กาแฟ และใบชา			•
16	ยาง			•
17	วัว ควาย และผลิตภัณฑ์จากนม			•
18	หมู			•
19	ปศุสัตว์อื่นๆ		•	
20	ไก่ เป็ด และสัตว์ปีกอื่นๆ			•
21	ไข่ไก่และไข่เป็ด		•	
22	ตัวไหม			•
23	บริการทางการเกษตร			•
24	ไม้ ต่ำน และพิน		•	
25	ผลิตภัณฑ์ป่าอื่นๆ		•	
26	การประมงน้ำเค็ม		•	
27	การประมงน้ำจืด		•	
28	ลิกไนต์			•
29	ก๊าซธรรมชาติและน้ำมันดิบ			•
30	เหล็ก			•
31	ดีบุก			•
32	ทังสแตน			•
33	พลวง ตะกั่ว แมงกานีส ยิปซัม ดินเหนียวปูนปูน แร่อื่นๆ หินมีค่า			•
34	ฟลูออไรต์			•
35	เกลือ			•
36	การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรอย่างง่าย			•
37	ข้าว		•	
38	มันสำปะหลัง			•
39	น้ำตาล		•	
40	อาหารอื่นๆ	•		
41	เครื่องดื่ม	•		
42	ยาสูบ		•	
43	สิงทอ	•		
44	เครื่องแต่งกาย ยกเว้นรองเท้า	•		
45	หนัง เครื่องหนัง และรองเท้า	•		
46	ไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้		•	
47	เฟอร์นิเจอร์และเครื่องแต่งบ้าน			•
48	กระดาษและผลิตภัณฑ์จากกระดาษ		•	

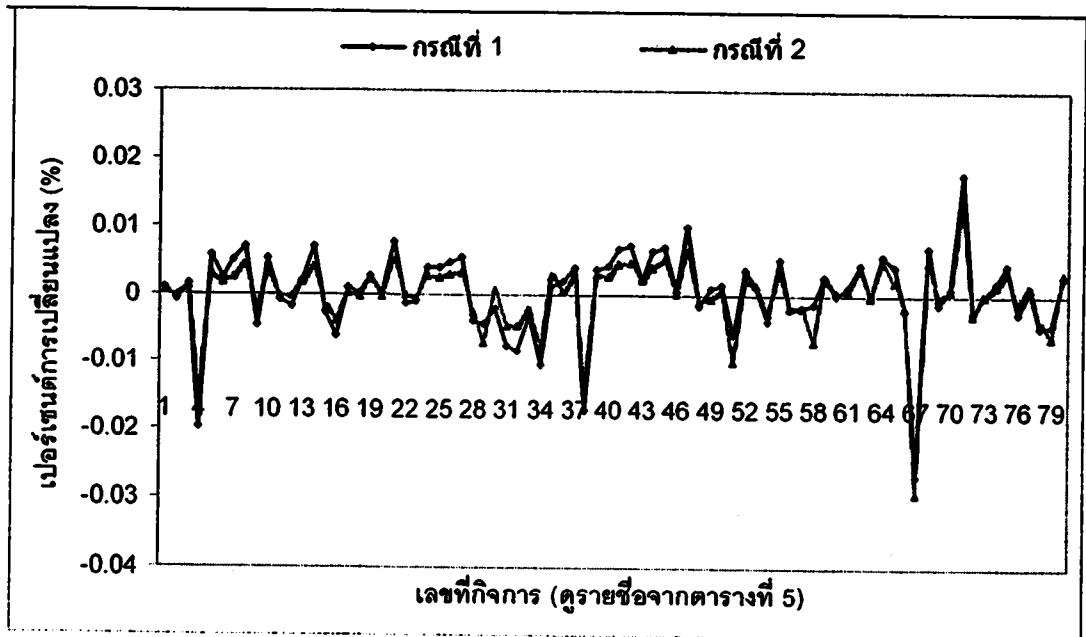
ตารางที่ 9-6 (ต่อ): กิจกรรมต่างๆ และการจำแนกความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว

ที่	กิจกรรม	กิจการ ท่องเที่ยว (โดยตรง)	กิจการ ท่องเที่ยว (โดยอ้อม)	กิจการ นอกรการ ท่องเที่ยว
49	อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	•		
50	เคมีภัณฑ์		•	
51	น้ำมัน โรงกลั่นน้ำมัน และผลิตภัณฑ์จากน้ำมัน			•
52	ยางและผลิตภัณฑ์พลาสติก		•	
53	ผลิตภัณฑ์จากแร่ที่ไม่ใช่โลหะ		•	
54	ผลิตภัณฑ์โลหะเบื้องต้น			•
55	ผลิตภัณฑ์โลหะแปรรูป		•	
56	เครื่องจักร			•
57	อุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้ไฟฟ้า		•	
58	อุปกรณ์ขนส่ง (รถยนต์ เรือ รถบรรทุก ฯลฯ)		•	
59	อุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ	•		
60	ไฟฟ้า		•	
61	การผลิตก๊าซและการจำหน่าย			•
62	น้ำประปา		•	
63	การก่อสร้าง			•
64	การค้าส่งและการค้าปลีก			•
65	ภัตตาคาร	•		
66	โรงแรม	•		
67	การขนส่ง	•		
68	การสื่อสาร		•	
69	ธนาคารและสถาบันการเงินอื่นๆ		•	
70	การประกันภัย		•	
71	การเป็นเจ้าของที่อยู่อาศัยและอสังหาริมทรัพย์		•	
72	การบริการภาคธุรกิจ			•
73	การบริหารประเทศและการป้องกันประเทศ		•	
74	การศึกษา			•
75	ยาและสุขภาพ		•	
76	การบริการขององค์กรที่มีได้แสงนามลกำไร		•	
77	การให้ความบันเทิงและสันทนาการ		•	
78	การซ่อมแซม		•	
79	การให้บริการส่วนบุคคลและบริการในครัวเรือน		•	
80	ทรัพยากรน้ำ			•

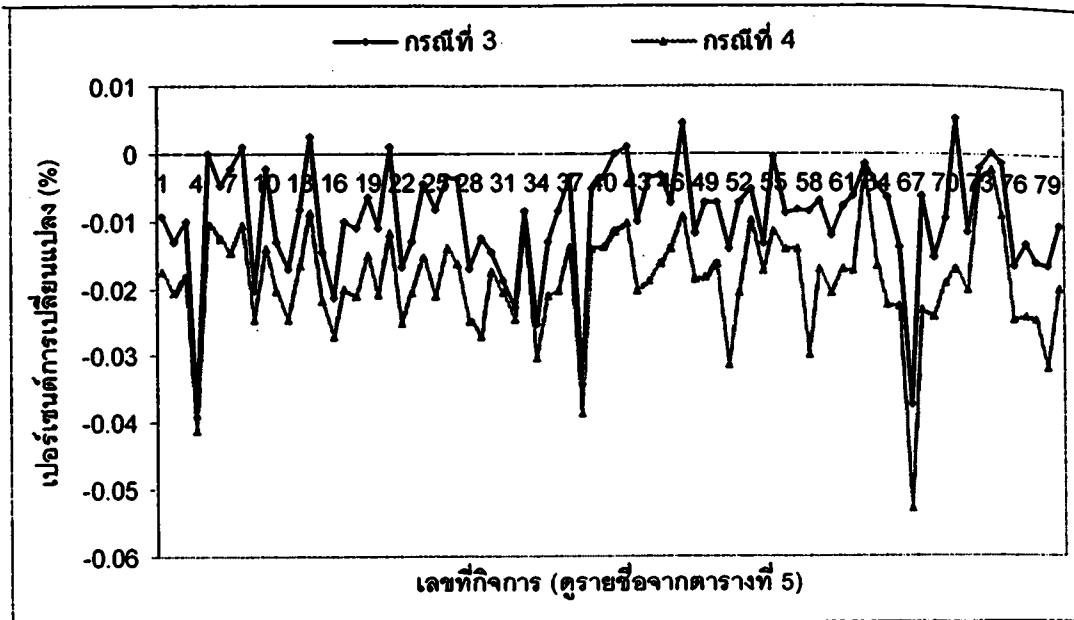
ที่มา: TDRI, 2004. (จำแนกความเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยนักวิจัย)



รูปที่ 9-1: ผลกระทบต่ออุปทานรวมของกิจการต่างๆ



รูปที่ 9-2: ผลกระทบต่ออุปทานรวมของกิจการในระยะสั้น



รูปที่ 9-3: ผลกระทบต่ออุปทานรวมของกิจการในระยะยาว

ตารางที่ 9-7: ผลกระทบต่ออุปทานโดยรวมของ 10 กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง) (เปอร์เซ็นต์ %)

ที่	กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง)	ระยะสั้น		ระยะยาว	
		กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
40	อาหารอื่นๆ	0.004	0.003	-0.003	-0.014
41	เครื่องดื่ม	0.007	0.005	0.000	-0.012
43	สิ่งทอ	0.002	0.002	-0.010	-0.020
44	เครื่องแต่งกาย ยกเว้นรองเท้า	0.006	0.004	-0.004	-0.019
45	หนัง เครื่องหนัง และรองเท้า	0.007	0.005	-0.003	-0.016
49	อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	0.001	-0.001	-0.007	-0.018
59	อุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ	0.003	0.002	-0.007	-0.017
65	ภัตตาคาร	0.004	0.002	-0.007	-0.022
66	โรงแรม	-0.002	-0.002	-0.014	-0.023
67	การขนส่ง	-0.027	-0.029	-0.037	-0.053

เมื่อใช้เกณฑ์ 0.16% เป็นตัวประเมินผลกระทบ (ดูคำอธิบายเชิงบรรทัดที่ 3) เราสามารถหาความอ่อนไหวของแต่ละผลกระทบได้ ตัวอย่างเช่น ความอ่อนไหวของอุปทานโดยรวมของกิจการ

ประเภทอาหารอื่นๆ เมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว มีดังนี้

กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
$\frac{0.004\%}{0.160\%} = 0.027$	$\frac{0.003\%}{0.160\%} = 0.017$	$\frac{-0.003\%}{0.160\%} = -0.022$	$\frac{-0.014\%}{0.160\%} = -0.087$

ตีความได้ว่าสำหรับกรณีที่ 1 (ในระยะสั้นและนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา) เมื่อรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น 1% จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำให้อุปทานโดยรวมของกิจการประเภทอาหารอื่นๆ เพิ่มขึ้น 0.027% เป็นต้น สำหรับกรณีอื่นๆ ก็ตีความในลักษณะเดียวกันนี้

9.2.5 ผลกระทบด้านผลผลิตออกในประเทศของกิจการต่างๆ

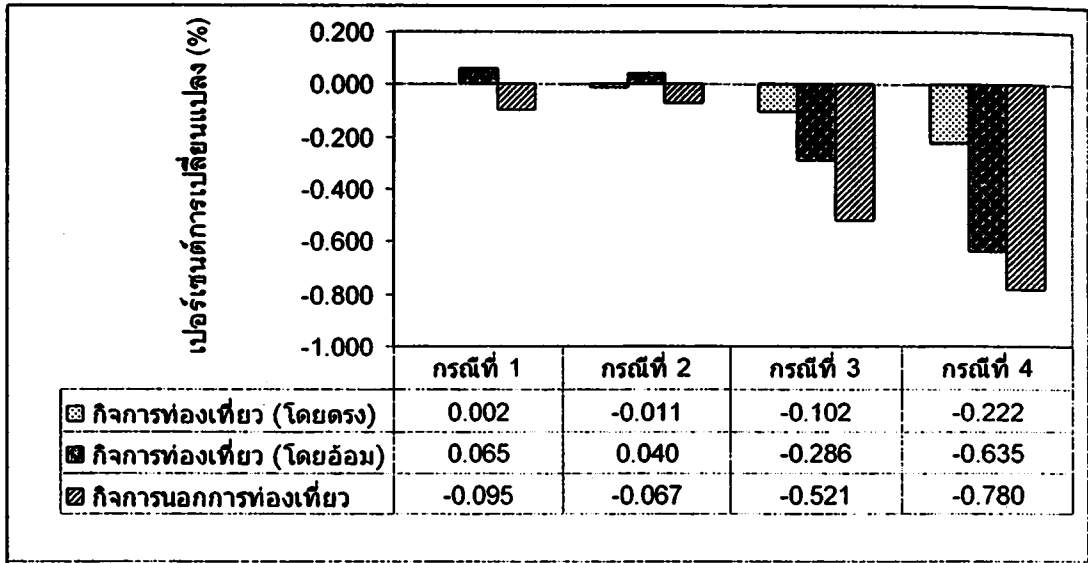
ผลกระทบด้านผลผลิตออกในประเทศของกิจการต่างๆ สำหรับทุกๆ กรณีแสดงในรูปที่ 9-4, 9-5 และ 9-6 จากรูปที่ 9-4 พบว่าผลผลิตออกในประเทศของกิจการท่องเที่ยว (โดยตรงและโดยอ้อม) และกิจการนอกรการท่องเที่ยวมีอัตราที่ลดลงในระยะยาว โดยกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อัตราที่ลดลงมากกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

หากเปรียบเทียบระหว่างผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว พบว่าผลผลิตออกในประเทศของกิจการนอกรการท่องเที่ยวมีอัตราที่ลดลงในระยะยาวมากกว่าในระยะสั้น ส่วนผลผลิตออกในประเทศของกิจการท่องเที่ยว (โดยอ้อม) มีอัตราเพิ่มขึ้นในระยะสั้น แต่กลับลดลงในระยะยาว

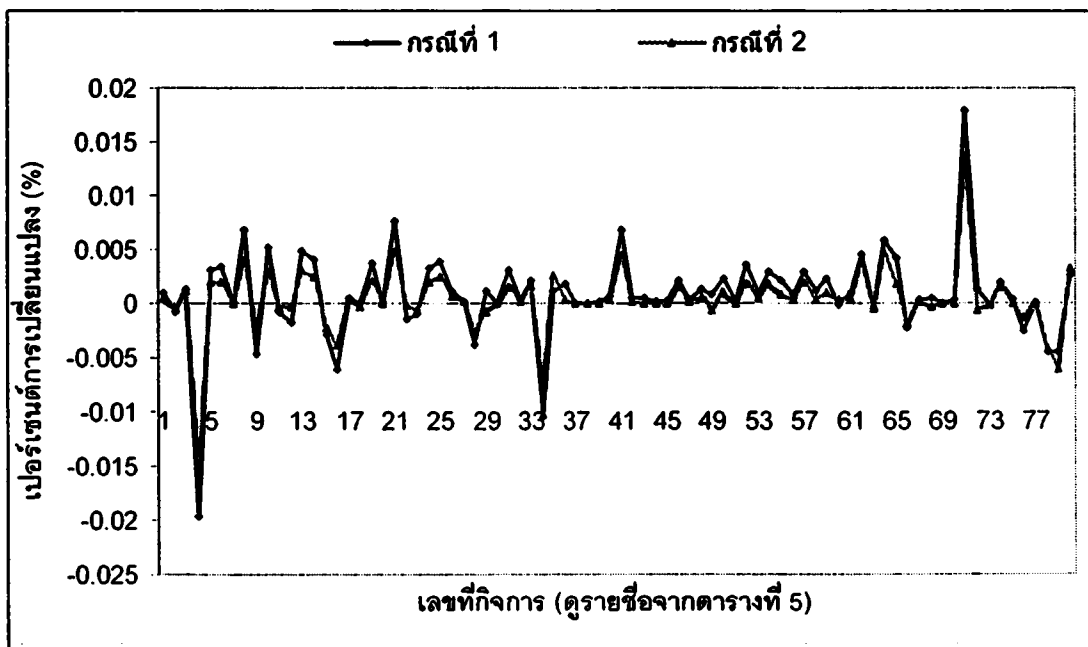
เมื่อพิจารณาในรายละเอียดตามรูปที่ 9-5 และรูปที่ 9-6 โดยส่วนใหญ่แล้ว พบว่าถ้าหากกิจการมีผลผลิตออกในประเทศสูงขึ้นแล้ว กรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อัตราดังกล่าวสูงขึ้นน้อยกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา ในทางตรงกันข้ามถ้าหากกิจการมีผลผลิตออกในประเทศลดลงแล้ว กรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อัตราดังกล่าวลดลงมากกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

รูปที่ 9-6 แสดงให้เห็นว่าผลผลิตออกในประเทศของแต่ละกิจการอาจจะมีอัตราที่เพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ได้ ซึ่งแตกต่างไปจากรูปที่ 9-3 ที่อุปทานโดยรวมของทุกกิจการสาขามีอัตราลดลงทั้งหมด (ที่เป็นเช่นนี้เพราะผลกระทบที่มีต่อการนำเข้าของกิจการต่างๆ ซึ่งจะได้อธิบายในหัวข้อถัดไป) กิจการที่มีผลผลิตออกในประเทศลดลงมากที่สุดได้แก่ การให้บริการส่วนบุคคลและบริการในครัวเรือน (-0.006% ถึง -0.032%) และเพิ่มมากที่สุดได้แก่ อสังหาริมทรัพย์ (0.014% ถึง 0.018%) ตารางที่ 9-8 แสดงผลกระทบต่อผลผลิตออกในประเทศของ 10 กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง)

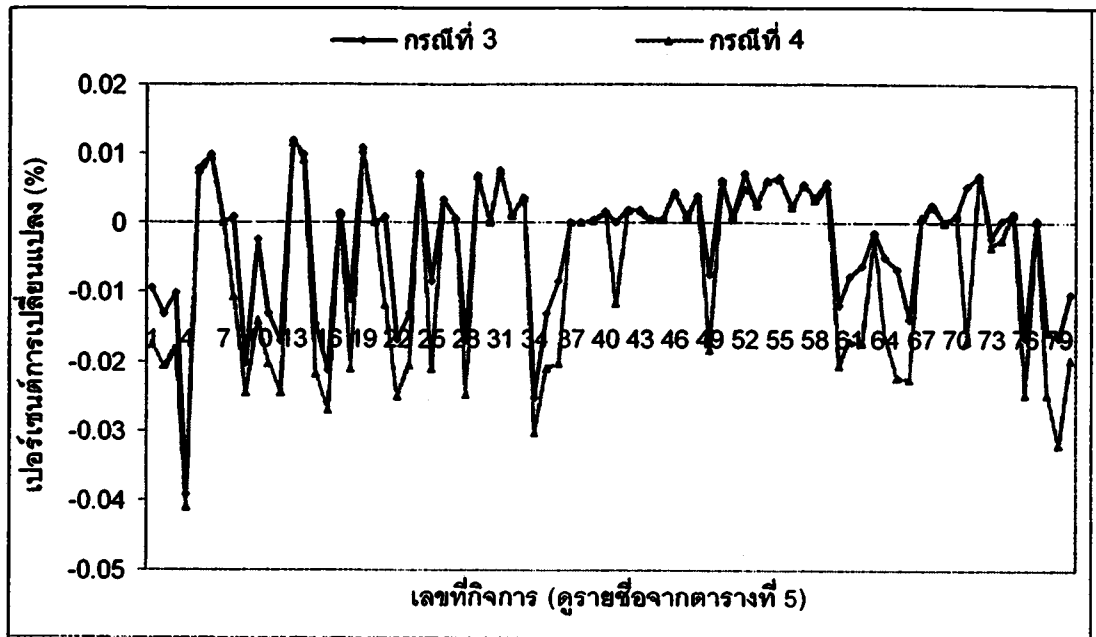
ผลกระทบข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ



รูปที่ 9-4: ผลกระทบต่อผลผลิตออกในประเทศของกิจการต่างๆ



รูปที่ 9-5: ผลกระทบต่อผลผลิตในประเทศของกิจการในระยะสั้น



ตารางที่ 9-8: ผลกระทบต่อผลผลิตออกในประเทศของ 10 กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง)
(เปอร์เซ็นต์ %)

ที่	กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง)	ระยะสั้น		ระยะยาว	
		กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
40	อาหารอื่นๆ	0.001	0.000	0.002	0.002
41	เครื่องดื่ม	0.007	0.005	0.000	-0.012
43	สิ่งทอ	0.001	0.000	0.002	0.002
44	เครื่องแต่งกาย ยกเว้นรองเท้า	0.000	0.000	0.000	0.000
45	หนัง เครื่องหนัง และรองเท้า	0.000	0.000	0.001	0.001
49	อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	0.001	-0.001	-0.007	-0.018
59	อุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ	0.002	0.001	0.006	0.005
65	ภัตตาคาร	0.004	0.002	-0.007	-0.022
66	โรงแรม	-0.002	-0.002	-0.014	-0.023
67	การขนส่ง	0.000	0.000	0.001	0.001

เมื่อใช้เกณฑ์ 0.16% เป็นตัวประเมินผลกระทบ (ดูคำอธิบายเชิงบรรทัดที่ 3) เราสามารถหาความอ่อนไหวของแต่ละผลกระทบได้ ตัวอย่างเช่น ความอ่อนไหวของผลผลิตออกในประเทศของกิจการภัยพิบัติเมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว มีดังนี้

กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
$\frac{0.004\%}{0.160\%} = 0.027$	$\frac{0.002\%}{0.160\%} = 0.011$	$\frac{-0.007\%}{0.160\%} = -0.041$	$\frac{-0.022\%}{0.160\%} = -0.139$

ตีความได้ว่าสำหรับกรณีที่ 1 (ในระยะสั้นและนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา) เมื่อรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น 1% จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำให้ผลผลิตออกในประเทศของกิจการภัยพิบัติเพิ่มขึ้น 0.027% เป็นต้น สำหรับกรณีอื่นๆ ก็ตีความในลักษณะเดียวกันนี้

9.2.6 ผลกระทบด้านการนำเข้าของกิจการต่าง ๆ

ผลกระทบด้านการนำเข้าของกิจการต่างๆ สำหรับทุกๆ กรณีแสดงในรูปที่ 9-7, 9-8 และ 9-9 จากรูปที่ 9-7 พบว่าการนำเข้าของกิจการท่องเที่ยว (โดยตรงและโดยอ้อม) และกิจการนอกรการท่องเที่ยวมีอัตราที่ลดลงในระยะยาว โดยกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อัตรานี้ลดลงมากกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา โดยเฉพาะกิจการท่องเที่ยว (โดยอ้อม)

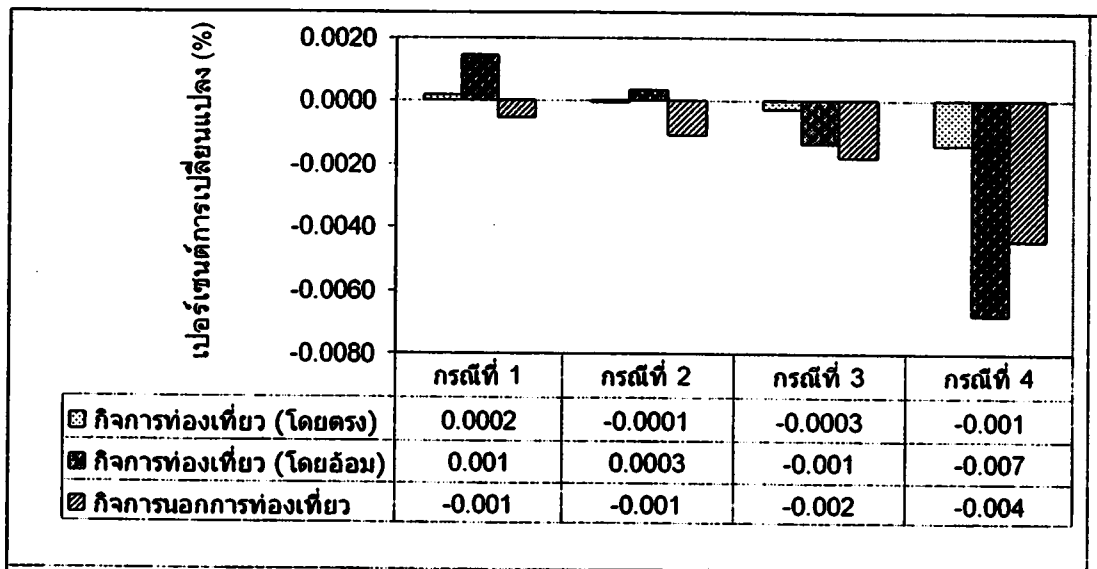
หากเปรียบเทียบระหว่างผลกระทบในระยะสั้นและระยะยาว พบว่าการนำเข้าของกิจการนอกรการท่องเที่ยวมีอัตราที่ลดลงในระยะยาวมากกว่าในระยะสั้น ส่วนการนำเข้าของกิจการท่องเที่ยว (โดยอ้อม) มีอัตราเพิ่มขึ้นในระยะสั้น แต่กลับลดลงในระยะยาว

เมื่อพิจารณาในรายละเอียดตามรูปที่ 9-8 และ 9-9 โดยส่วนใหญ่แล้ว พบว่าถ้าหากกิจการมีการนำเข้าสูงขึ้นแล้ว กรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อัตราดังกล่าวสูงขึ้นน้อยกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา ในทางตรงกันข้ามถ้าหากกิจการมีการนำเข้าลดลงแล้ว กรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูงจะทำให้อัตราดังกล่าวลดลงมากกว่ากรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา

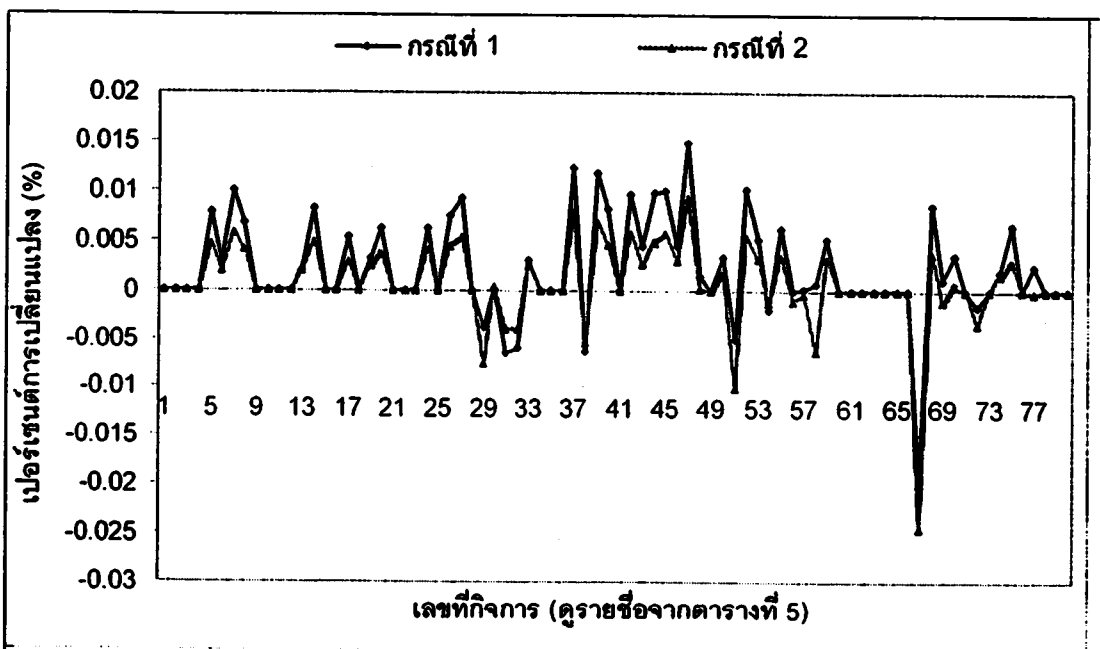
เมื่อเปรียบเทียบรูปที่ 9-3, 9-6 และ 9-9 พบว่าในกรณีระยะยาวและนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง ถึงแม้ว่าในบางกิจการจะมีอัตราผลผลิตออกในประเทศสูงขึ้นแต่อัตรากำไรนำเข้าของกิจการนั้นๆ ก็ลดลงมากกว่าจึงทำให้อุปทานรวมของกิจการนั้นๆ มีอัตราลดลง และจากรูปพบว่ามีหลากหลายกิจการที่มีผลเช่นนี้ ดังนั้นอุปทานโดยรวมของทุกกิจการสาขาจึงมีอัตราที่ลดลงทั้งหมดดังแสดงในรูปที่ 9-3 กิจการที่มีการนำเข้าลดลงมากที่สุดได้แก่ การขนส่ง (-0.020% ถึง

-0.038%) และเพิ่มมากที่สุดได้แก่ เฟอร์นิเจอร์ (0.009% ถึง 0.016%) ตารางที่ 9-9 แสดงผลกระทบต่อการนำเข้าของ 10 กิจกรรมท่องเที่ยว (โดยตรง)

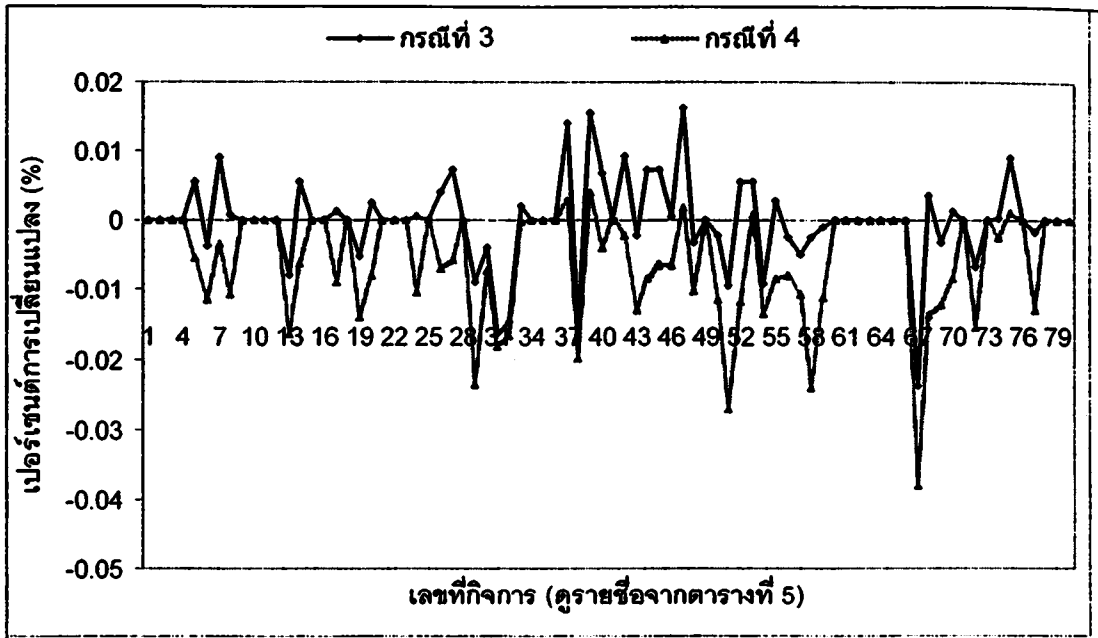
ผลกระทบข้างต้นถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็เป็นผลกระทบที่น้อยมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์ 0.16% ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ



รูปที่ 9-7: ผลกระทบต่อการนำเข้าของกิจกรรมต่างๆ



รูปที่ 9-8: ผลกระทบต่อการนำเข้าของกิจกรรมในระยะสั้น



รูปที่ 9-9: ผลกระทบต่อการนำเข้าของกิจการในระยะยาว

ตารางที่ 9-9: ผลกระทบต่อการนำเข้าของ 10 กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง) (เปอร์เซ็นต์ %)

ที่	กิจการท่องเที่ยว (โดยตรง)	ระยะสั้น		ระยะยาว	
		กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
40	อาหารอื่นๆ	0.008	0.005	0.007	-0.004
41	เครื่องดื่ม	0.000	0.000	0.000	0.000
43	สิ่งทอ	0.004	0.003	-0.002	-0.013
44	เครื่องแต่งกาย ยกเว้นรองเท้า	0.010	0.005	0.007	-0.009
45	หนัง เครื่องหนัง และรองเท้า	0.010	0.006	0.007	-0.006
49	อุตสาหกรรมสิ่งพิมพ์	0.000	0.000	0.000	0.000
59	อุตสาหกรรมการผลิตอื่นๆ	0.005	0.003	-0.001	-0.011
65	ภัตตาคาร	0.000	0.000	0.000	0.000
66	โรงแรม	0.000	0.000	0.000	0.000
67	การขนส่ง	-0.020	-0.024	-0.024	-0.038

เมื่อใช้เกณฑ์ 0.16% เป็นตัวประเมินผลกระทบ (ดูคำอธิบายเชิงอรรถที่ 3) เราสามารถหาความอ่อนไหวของแต่ละผลกระทบได้ ตัวอย่างเช่น ความอ่อนไหวของการนำเข้าของกิจการประเภท

อาหารอื่นๆ เมื่อเทียบกับรายได้ประชาชาติที่เพิ่มขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมจากนักท่องเที่ยว มีดังนี้

กรณีที่ 1	กรณีที่ 2	กรณีที่ 3	กรณีที่ 4
$\frac{0.008\%}{0.160\%} = 0.051$	$\frac{0.005\%}{0.160\%} = 0.029$	$\frac{0.007\%}{0.160\%} = 0.043$	$\frac{-0.004\%}{0.160\%} = -0.025$

ตีความได้ว่าสำหรับกรณีที่ 1 (ในระยะสั้นและนักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นต่อราคา) เมื่อรายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น 1% จากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติจะทำให้การนำเข้าของกิจการประเภทอาหารอื่นๆ เพิ่มขึ้น 0.051% เป็นต้น สำหรับกรณีอื่นๆ ก็ตีความในลักษณะเดียวกันนี้

9.2.7 ผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

การจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีโดยตรงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยทางอากาศ ส่งผลโดยตรงทำให้ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติในการเดินทางเข้าประเทศไทยสูงขึ้นกว่าเดิม เห็นได้จากการที่ดัชนีราคาการให้บริการท่องเที่ยวโดยรวมสูงขึ้นประมาณ 0.022% ถึง 0.025% ในระยะสั้นและสูงขึ้นประมาณ 0.035% ถึง 0.036% ในระยะยาว (ตารางที่ 9-3 แถวที่ 8) ทั้งนี้ความยืดหยุ่นต่อราคาของนักท่องเที่ยวต่างชาติแทบไม่มีผลต่อดัชนีราคาการให้บริการท่องเที่ยวเลย

อย่างไรก็ตามดัชนีราคาการให้บริการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อ การเปลี่ยนแปลงปริมาณการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จากผลการศึกษา (ดูตารางที่ 9-3 แถวที่ 5) พบว่าถึงแม้ว่าปริมาณการให้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติแทบจะไม่มี การเปลี่ยนแปลงเลยในระยะสั้น (0.0001%) แต่กลับลดลงในระยะยาว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อนักท่องเที่ยวต่างชาติมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง (-0.012% ถึง -0.023%) นั่นคือดัชนีราคาการให้บริการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นทำให้ปริมาณการให้บริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติลดลงในระยะยาวถึงแม้ว่าจะมีขนาดไม่สูงมากนักเมื่อเทียบกับเกณฑ์ที่ใช้ในการเปรียบเทียบ 0.16%

การเพิ่มขึ้นของดัชนีราคาการให้บริการท่องเที่ยวยังส่งผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยด้วย กล่าวคือทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบในแต่ละกรณี นั่นคือเมื่อเปรียบเทียบระหว่าง

ระยะสั้นและระยะยาว และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่มีความยืดหยุ่นและมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง⁵

ท้ายที่สุดเมื่อเปรียบเทียบระหว่างผลกระทบที่มีต่อการลดลงของปริมาณการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติและผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ ก็จะสามารถสรุปได้ว่าผลกระทบอย่างแรกนั้นมีมากกว่าผลกระทบอย่างหลัง เพราะจากผลการศึกษาพบว่า การขยายตัวในภาคการท่องเที่ยวโดยรวมลดลงทั้งในระยะสั้นและระยะยาว (-0.001% ถึง -0.028%) [ตารางที่ 9-3 แถวที่ 2] นั่นคือ ดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นทำให้การขยายตัวในภาคการท่องเที่ยวโดยรวมลดลงอันมีสาเหตุมาจากการลดปริมาณการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ใช่มาจากการลดลงของจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ

9.2.8 ข้อควรระมัดระวังในการตีความผลกระทบต่างๆ

มีข้อควรระมัดระวังบางประการในการตีความผลกระทบต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติดังนี้คือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งหมดนั้นประกอบไปด้วยผลกระทบทางตรง (Direct effects) ผลกระทบทางอ้อม (Indirect effects) และผลกระทบที่เหนี่ยวนำรายได้ของผู้บริโภค (Induced effects) ดังนั้นจึงไม่ถูกต้องที่จะสรุปว่าผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งหมดนั้นมีเพียงผลกระทบทางตรงจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนักท่องเที่ยวต่างชาติ⁶

⁵ แบบจำลองไม่ได้แสดงผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย แต่เราก็สามารถทำการคำนวณโดยอ้อมอย่างคร่าวๆ จากผลลัพธ์ที่ได้มาดังนี้ จากบัญชีเมตริกซ์ทางสังคมค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวต่างชาติในปีฐานมีค่าเท่ากับ 165,595 ล้านบาท โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติ 10,061,950 คน ซึ่งคิดเป็นค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวนักท่องเที่ยวต่างชาติเท่ากับ 16,458 บาท แต่จากแบบจำลองพบว่าดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยวในแต่ละกรณีสูงขึ้น 0.025% 0.022% 0.035% และ 0.036% ตามลำดับ นั่นคือค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อหัวในแต่ละกรณีสูงขึ้นเป็น 16,462.11 บาท 16,461.62 บาท 16,463.76 บาท และ 16,463.92 บาท ตามลำดับ แบบจำลองยังพบอีกว่าค่าใช้จ่ายทั้งหมดของนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละกรณีมีเท่ากับ 165,697 ล้านบาท 165,698 ล้านบาท 165,680 ล้านบาท และ 165,671 ล้านบาท ตามลำดับ ดังนั้นเราจึงสามารถประมาณการจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในแต่ละกรณีได้เป็น 10,065,356 คน 10,065,716 คน 10,063,314 คน และ 10,062,670 คน ตามลำดับ ซึ่งเมื่อเทียบกับปีฐานพบว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นในอัตราที่ลดลงเมื่อเปรียบเทียบระหว่างกรณีต่างๆ นั่นคือ 3,406 คน (0.034%) 3,766 คน (0.037%) 1,364 คน (0.014%) และ 720 คน (0.007%) ตามลำดับ นั่นเอง

⁶ ผลกระทบทางตรง (Direct effects) ในที่นี้คือผลกระทบที่มีต่อค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติซึ่งจะส่งผลกระทบต่อสังคมนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อสินค้าและบริการท่องเที่ยว (โดยตรง) เช่น กิจการโรงแรม กิจการร้านอาหารขนส่ง เป็นต้น ส่วนผลกระทบทางอ้อม (Indirect effects) ในที่นี้คือผลกระทบต่อกิจการอื่นๆ ที่ได้ทำธุรกรรมต่อเนื่องกับกิจการที่ได้รับผลกระทบโดยตรงข้างต้น อาทิเช่น กิจการผัก ผลไม้ และดอกไม้ การประมงและปศุสัตว์ เป็นต้น ส่วนผลกระทบที่เหนี่ยวนำรายได้ของผู้บริโภค (Induced effects) คือผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงรายได้ของเจ้าของกิจการ พนักงานของกิจการ และเจ้าของปัจจัยการผลิตของกิจการต่างๆ ที่ได้รับผลกระทบทางตรงหรือทางอ้อม ซึ่งรายได้ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคเหล่านี้ก็จะส่งผลการจับจ่ายใช้สอยสินค้าและบริการต่างๆ ของผู้บริโภค

อีกประการหนึ่งคือ ผลกระทบที่เกิดขึ้นทั้งหมดนั้นอาจจะมาจากสองสาเหตุหลักคือ จากการเปลี่ยนแปลงค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาติสืบเนื่องมาจากงบประมาณสำหรับการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป รวมทั้งรายได้ที่เปลี่ยนไปของผู้บริโภคภายในประเทศ (Income or spending effects) อีกสาเหตุคือการเปลี่ยนแปลงการจัดสรรปัจจัยการผลิตและทรัพยากรต่างๆ ระหว่างกิจการสาขาต่างๆ (Resource allocation effects) สืบเนื่องมาจากประสิทธิภาพการผลิต (Productivity) ของปัจจัยการผลิตในกิจการสาขาต่างๆ ที่เปลี่ยนไป สาเหตุประการแรกจะมีอิทธิพลมากกว่าหรือน้อยกว่าสาเหตุประการหลังนั้นจะต้องทำการวิจัยศึกษาต่อไป แต่อย่างไรก็ตามจากการศึกษานี้พบว่าไม่ว่าจะเป็นอิทธิพลจากสาเหตุแรกหรือสาเหตุหลังก็ตาม ผลกระทบโดยรวมทั้งหมดมีน้อยมาก

9.3 บทสรุปและข้อเสนอแนะ

โดยรวมแล้วผลกระทบจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีจากนักท่องเที่ยวต่างชาติในรูปแบบเงินก้อนที่มีต่อระบบเศรษฐกิจรวม ภาครัฐบาล สวัสดิการสังคม อุปทานของกิจการต่างๆ ผลผลิตออกภายในประเทศของกิจการต่างๆ และการนำเข้าของกิจการต่างๆ ถึงแม้ว่าจะมีผลกระทบอยู่บ้างแต่ก็มีค่าน้อยมากทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และทั้งในกรณีที่นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่มีความยืดหยุ่นหรือมีความยืดหยุ่นต่อราคาสูง ผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่างชาตินั้นมาจากดัชนีราคาการใช้บริการท่องเที่ยวที่สูงขึ้นทำให้การขยายตัวในภาคการท่องเที่ยวโดยรวมลดลง อันมีสาเหตุมาจากการลดปริมาณการใช้จ่ายใช้สอยสินค้าและบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ใช่จากจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ลดลง

ถึงแม้ว่าผลกระทบทั้งหมดในระดับมหภาคจะมีน้อยมาก แต่ในทางปฏิบัติแล้วจะต้องคำนึงถึงต้นทุนค่าใช้จ่ายในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมและการบริหารจัดการต่างๆ อีกทั้งช่องทางเพื่อให้ได้มาซึ่งค่าธรรมเนียมด้วย ต้องพิจารณาว่าใครจะเป็นผู้แบกรับภาระหน้าที่ในการจัดเก็บค่าธรรมเนียมนี้ (เช่น สายการบิน ตัวแทนจำหน่ายตั๋วเครื่องบิน บริษัททัวร์ การทำอากาศยาน เป็นต้น) และรัฐบาลจะนำรายได้นี้ไปใช้เพื่ออะไรและอย่างไรจึงจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสูงสุด

บทสรุป และข้อเสนอแนะ

การวิจัยด้านโลจิสติกส์ที่นำเสนอในรายงานนี้เป็นการศึกษาคั้งแรกในประเทศไทยก็ว่าได้ เพราะจากการทบทวนวรรณกรรมก็ไม่ปรากฏว่ามีผู้ใดได้ทำไว้จึงถือว่าเป็นงานบุกเบิกโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ที่ได้มาจะเป็นรากฐานของการศึกษาโลจิสติกส์ในเชิงลึก และเป็นข้อมูลในการวางแผนการวิจัยในพื้นที่ต่างๆ ในแต่ละประเทศต่อไป

ผลการศึกษาของรายงานฉบับนี้ แบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาออกเป็น 3 ส่วนใหญ่ คือ

ส่วนที่ 1 เป็นการให้ภาพรวมของการท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง ตามการศึกษาสถานการณ์ท่องเที่ยวจากมุมมองระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง (GMS)

ส่วนที่ 2 เป็นส่วนของการจัดการโลจิสติกส์ด้านซัพพลาย ซึ่งเริ่มที่การวิเคราะห์การนำเสนอสารสนเทศของภาคท่องเที่ยวไทยในเว็บไซต์ทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน ตามการเปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศต่างๆ ในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง และประเทศสิงคโปร์ และตามด้วยการวิเคราะห์โลจิสติกส์ระหว่างประเทศ ณ จุดผ่านแดน

ส่วนที่ 3 เป็นการประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อระบบโลจิสติกส์ของเมืองท่องเที่ยวหลักของประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขง อันประกอบด้วย เชียงใหม่และทำการเปรียบเทียบกับพนมเปญและเสียมเรียบในกัมพูชา เวียงจันทน์และหลวงพระบาง ใน สปป.ลาว และกรุงย่างกุ้ง ในสหภาพพม่า ตามการสร้างเกณฑ์เปรียบเทียบสมรรถนะ (Benchmarking) ระดับประเทศ และจังหวัดท่องเที่ยวหลัก และในบทสุดท้ายเป็นการศึกษาผลกระทบของภาษี ซึ่งอาจจะเป็นอุปสรรคของการเข้ามาของนักท่องเที่ยว โดยใช้โมเดลมหภาคในการประเมินผลกระทบทางรายได้หากมีภาษีนักท่องเที่ยวประเภทเก็บครั้งเดียว (Lump sum payment)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เสนอแนะกลยุทธ์ในการจัดการระบบจัดบริการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศไทยและประเทศในอนุภูมิภาคแม่น้ำโขงให้มีคุณภาพดีทัดเทียมและเหนือกว่าประเทศคู่แข่งในข้อเสนอแนะ

ผู้วิจัย ได้สร้างระบบฐานข้อมูล ซึ่งสามารถเรียกใช้งานได้อย่างสะดวก จาก Website www.mekongtourismcmu.com

10.1 กรอบแนวคิดในการศึกษาโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่าการมองเชิงโลจิสติกส์การท่องเที่ยวต้องมองในมุมมองที่ต่างจากการขนส่งสินค้าเล็กน้อย การจัดการโลจิสติกส์สินค้าเป็นความพยายามให้สินค้าไปถึงจุดหมายอย่างรวดเร็วและประหยัดที่สุด ในการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เป็นการจัดการให้ลูกค้าไปถึงที่หมาย ถูกที่ ถูกเวลา และถูกใจ แต่อาจจะไม่จำเป็นต้องรวดเร็วที่สุด หรือประหยัดที่สุด เพราะการท่องเที่ยว อาจทำให้การเดินทางเป็นส่วนหนึ่งของการพักผ่อนได้ เช่น การเดินทางโดยเรือสำราญ ซึ่งไม่จำเป็นต้องประหยัดที่สุด หรือเร็วที่สุด ดังนั้นการจัดการการท่องเที่ยว เป็นการจัดการให้ถูกที่ ถูกเวลา และถูกใจมากที่สุด การศึกษาโลจิสติกส์จึงเป็นการศึกษาเชิงพื้นที่ (Area-based) อย่างเดียวไม่ได้ แต่ต้องขึ้นอยู่กับลักษณะความต้องการ (Demand-based) ของนักท่องเที่ยว ซึ่งจะมีความหลากหลายแตกต่างกันไป การศึกษาโลจิสติกส์ในอนาคตจึงต้องแบ่งไปตามกลุ่มลูกค้า (Customers group focused)

10.2 การศึกษาแนวโน้มในภาพรวม

การศึกษาแนวโน้มในภาพรวมคาดว่า การเจริญเติบโตด้านการท่องเที่ยวในภูมิภาคจะมีแนวโน้มการขยายตัวสูงกว่าอัตราการขยายตัวของโลกและเป็นการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยมีอัตราการขยายตัวเฉลี่ยระหว่างร้อยละ 7.5 ถึง 15.7 ใน 5 ปีที่ผ่านมา โดยที่ประเทศเวียดนาม และกัมพูชา มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยสูงสุดอยู่ใน 2 อันดับแรก

10.3 การศึกษาด้านชีพพลาย

การวิเคราะห์ระบบสารสนเทศ

การศึกษาด้านชีพพลายเริ่มที่การวิเคราะห์ระบบสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยวไทยในเวทีเว็บไซต์โลก จากการศึกษาเปรียบเทียบเว็บไซต์การท่องเที่ยวของนานาประเทศทั้ง 32 เว็บไซต์ โดยเลือกจากประเทศที่นักท่องเที่ยวนานาชาตินิยมเดินทาง และประเทศที่ได้รับการจัดอันดับตามคำดัชนีการแข่งขันด้านการท่องเที่ยว พบว่าแต่ละเว็บไซต์มีฟังก์ชันหรือเมนูหลักในหน้าโฮมเพจคล้ายคลึงกัน

ส่วนเว็บไซต์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยเปรียบเทียบกับเว็บไซต์การท่องเที่ยวของประเทศอื่น จำนวน 32 เว็บไซต์ ในด้านความสวยงาม ความทันสมัยและประสิทธิภาพแล้วมีความ

แตกต่างกันไม่มากนักแต่เว็บไซต์หลักคือ www.tourismthailand.org ยังมีเนื้อหาสาระไม่ครบถ้วน เพื่อให้บริการกับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจแบบเบ็ดเสร็จ ณ จุดเดียว (One Stop Service)

จากการเปรียบเทียบเว็บไซต์หลักของการท่องเที่ยวประเทศสิงคโปร์และประเทศไทยมีความแตกต่างที่ค่อนข้างชัดเจนสองประการคือ ความสมบูรณ์ครบถ้วนของข้อมูล สารสนเทศและการให้บริการ และการเชื่อมโยงจากเว็บไซต์หลักไปยังเว็บไซต์ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งประเทศสิงคโปร์มีวิธีการนำเสนอที่ดีกว่า และประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- การจัดวางเนื้อหาหลักของเว็บไซต์สิงคโปร์ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวและสามารถเข้าใจได้ง่ายกว่าเว็บไซต์ของประเทศไทย
- เว็บไซต์ของสิงคโปร์จัดวางข้อมูลทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไว้ที่หน้าหลัก แต่เว็บไซต์ของไทยต้องรวมข้อมูลจากหลายเว็บไซต์จึงจะได้ข้อมูลสมบูรณ์ครบถ้วน
- การจัดวางเนื้อหาของเว็บไซต์การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยขาดการวิเคราะห์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในองค์รวม เป็นการนำข้อมูลของแต่ละจังหวัดมาประกอบกัน ถึงแม้จะให้รายละเอียดแต่อาจจะไม่เหมาะกับนักท่องเที่ยวซึ่งยังไม่รู้จักประเทศไทยดีพอที่จะเข้าไปหาข้อมูลรายจังหวัดซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางย่อย
- การเชื่อมโยงเว็บไซต์ของประเทศสิงคโปร์ทำได้ดีกว่าไทยเพราะจะเป็นการเปิดการขายสำหรับสินค้าอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว (Cross Selling) เช่น การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา เป็นต้น
- เว็บไซต์ของประเทศสิงคโปร์มีการนำเสนอข้อมูลในลักษณะการเล่าเรื่องเพื่อดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้ดีกว่า เช่น กิจกรรมที่มีลักษณะพิเศษ 20 อย่าง ที่ควรทำเมื่อมาสิงคโปร์ เรื่องราวของ The Merlion สัญลักษณ์ของประเทศสิงคโปร์ อาหารการกิน และสถานที่ท่องเที่ยวที่จัดแบ่งเป็นประเภทตามความสนใจ

การศึกษาเว็บไซต์ของเอกชนที่ทำธุรกิจด้านการท่องเที่ยว เป็นการศึกษาเปรียบเทียบข้อมูลของเว็บไซต์จำนวน 79 เว็บไซต์ พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 74.68) นำเสนอข้อมูลเป็นภาษาอังกฤษ มีเพียงร้อยละ 25.32 ให้ข้อมูลกับนักท่องเที่ยวมากกว่า 1 ภาษาซึ่งมักจะเป็นภาษาไทย
- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 88.61) ไม่มีแผนผังเว็บไซต์ซึ่งถือว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการออกแบบสถาปัตยกรรมสารสนเทศและช่วยในการค้นหา

- เว็บไซต์ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 81.01) ยังไม่เปิดให้จองบริการผ่านระบบออนไลน์
- ความสมบูรณ์ของข้อมูลสารสนเทศที่นำเสนอผ่านเว็บไซต์การท่องเที่ยวของภาคเอกชนมีความแตกต่างกัน เว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลสมบูรณ์มีประมาณร้อยละ 54.43

10.4 โลจิสติกส์เชิงพื้นที่

การศึกษาโลจิสติกส์เชิงพื้นที่แบ่งเป็น 3 ระดับด้วยกัน คือ ระหว่างประเทศ จุดผ่านแดน ระดับเมือง และชุมชน ทั้งนี้ได้มีการจัดทำเกณฑ์และดัชนีเปรียบเทียบสมรรถนะและดัชนีเพื่อประเมินความพร้อมของแต่ละพื้นที่ การศึกษาในเรื่องของการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยวชายแดนพบว่า มีวิธีการปฏิบัติที่แตกต่างกัน และด้านอรรถประโยชน์มีแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สามารถแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับด้านอื่นๆ และสามารถส่งนักท่องเที่ยวผ่านแดนอย่างมีประสิทธิภาพสูง 10-45 วินาทีต่อคน และจุดอ่อนของระบบอยู่ที่การบริการสาธารณูปโภคอื่นๆ ของรัฐ คือระบบไฟฟ้าเมื่อไฟฟ้าดับจะทำให้การไหลของข้อมูลและนักท่องเที่ยวติดขัดไปหมด

การศึกษาระบบโลจิสติกส์ของเมืองเชียงใหม่พบว่าเชียงใหม่มีระบบคมนาคมเชื่อมต่อกันค่อนข้างสมบูรณ์ และเชียงใหม่ยังไม่มีปัญหาโลจิสติกส์สำหรับนักท่องเที่ยวในเวลาปกติ สามารถจัดการการท่องเที่ยวที่มีรถสัญจรเดินทางต่างกันได้ดี กล่าวคือ นักท่องเที่ยวจากประเทศตะวันตกนิยมมีวันหยุดยาวและเดินทางไปรอบนอกเมือง นักท่องเที่ยวเอเชียมีวันหยุดสั้น นิยมดูสถานที่ในเมือง การวิเคราะห์การจัดการพบว่ายังไม่มีปัญหามากนักเมื่อเทียบกับกรุงเทพฯ เวลารถติดในเชียงใหม่คิดเป็นร้อยละ 3-5 ของเวลาปฏิบัติงานของยานยนต์ ในขณะที่ในกรุงเทพฯ เวลารถติดคิดเป็นร้อยละ 20-30 ของเวลาปฏิบัติงานของยานยนต์ แต่จะมีปัญหาเฉพาะในช่วงงานประเพณี เช่น สงกรานต์ และลอยกระทง ซึ่งจะทำให้มียานพาหนะเพิ่มขึ้นร้อยละ 60 และ 20 ตามลำดับ

การศึกษาด้านโลจิสติกส์เชิงพื้นที่ในระดับชุมชนพบว่า จุดอ่อนของการท่องเที่ยวชุมชนอยู่ที่ข้อมูลที่จะช่วยทำให้การท่องเที่ยวชุมชนเป็นไปด้วยความสะดวกและสบาย (ตามสภาพ) เช่น ข้อมูลให้นักท่องเที่ยวเตรียมตัว เช่น ยาทาตัวกันยุง ผ้าเช็ดตัว ข้อมูลเรื่องการเงิน (ไม่มีบริการ ATM) และการรับบัตรเครดิต การขาดกิจกรรมเสริมที่ต้องอาศัยข้อเด่นของพื้นที่ เช่น กิจกรรมที่อาศัยความเงียบ (ฟังเสียงนก น้ำไหล) กิจกรรมที่อาศัยความมืด (ดูดาว) กิจกรรมที่อาศัยประสาทสัมผัส (นวดเท้าด้วยทรายหิน) กิจกรรมที่อาศัยการสุดลม (กลิ้งใบไม้ ใบหญ้า) ฯลฯ และจุดอ่อนสุดท้ายก็คือ ชุมชนไม่มีกระบวนการที่จะเอานักท่องเที่ยวออกมาอย่างรวดเร็วในกรณีฉุกเฉิน

กล่าวโดยสรุปได้ว่า โลจิสติกส์ของการท่องเที่ยวไทยมีความคล่องตัวสำหรับการเดินทางโดยรถบัสท่องเที่ยว และรถเช่าเหมาคัน แต่โลจิสติกส์ในด้านข้อมูลสำหรับการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ไม่เดินทางเป็นกลุ่มยังไม่ดีพอ

10.5 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในระบบโลจิสติกส์ของนักท่องเที่ยว (เมืองและจุดผ่านแดน)

การศึกษาความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์ในเมืองท่องเที่ยวหลัก ได้แก่ พนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ ย่างกุ้ง เวียงจันทน์ และหลวงพระบาง เป็นการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง 3,841 ตัวอย่าง พบว่าเมืองที่นักท่องเที่ยวเห็นว่ามีปัญหาารอดติด ได้แก่ พนมเปญ เสียมเรียบ เชียงใหม่ ซึ่งเกิดจากความไม่เป็นระเบียบและการจัดการที่ไม่มีประสิทธิภาพ ทุกเมืองมีปัญหาโลจิสติกส์ในกรณีฉุกเฉิน เช่น รถเสีย อุบัติเหตุ นักท่องเที่ยวไม่รู้อะไรจะทำต่อไป เมืองที่มีปัญหาน้อยที่สุดก็คือ หลวงพระบาง เมืองที่ขาดแคลนบริการโลจิสติกส์ที่สุด คือ ย่างกุ้ง เมืองที่มีค่าคะแนนโลจิสติกส์ที่ดีที่สุดคือ เชียงใหม่

ในด้านการไหลของสารสนเทศ เมืองเชียงใหม่มีจุดเด่นที่ข้อมูล ที่เที่ยว ที่พักและอาหาร แต่มีจุดอ่อนที่ข้อมูลการขนส่ง การขาดตารางเวลาที่แน่นอนยกเว้นเครื่องบินและรถไฟ เมืองอื่นๆ ในอนุภูมิภาคมีปัญหาด้านข้อมูลในระดับเดียวกันทุกเมือง ยกเว้นย่างกุ้งมีปัญหาามากที่สุดในทุกเรื่อง

กระบวนการโลจิสติกส์ขนส่งพื้นฐานของไทย นับว่ามีประสิทธิภาพพอควร แต่ประเทศในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขงอื่นๆ เช่น สปป.ลาว กัมพูชา พม่า ยังขาดระบบเดินทางทางบกที่มีประสิทธิภาพในการรองรับนักท่องเที่ยว การปรับปรุงทางรถไฟ ทางรถยนต์ ยังเป็นเรื่องจำเป็น

การจัดการจุดผ่านแดนของไทยนับว่าเหนือกว่าประเทศต่างๆ ใน GMS ซึ่งทำให้เกิดตัวอย่างแนวทางปฏิบัติที่ดีของประเทศเพื่อนบ้าน

ทางด้านโลจิสติกส์การเงินพบว่า ไทยมีปัญหาในเรื่องของการคืนค่าภาษีเท่านั้น เมืองอื่นๆ มีปัญหาใกล้เคียงกันทุกเรื่อง โดยเฉพาะการใช้เช็คเดินทางและบัตรเครดิต ส่วนย่างกุ้งมีปัญหามากที่สุด เพราะถูกคว่ำบาตรจากประเทศตะวันตก จึงไม่สามารถรับบัตรเครดิตได้ และมีอัตราแลกเปลี่ยนที่แตกต่างกันมากระหว่างรัฐกับตลาดมืด โดยทั่วไปแล้วทุกประเทศได้คะแนนระบบโลจิสติกส์ต่ำกว่าคะแนนความพึงพอใจในด้านแหล่งท่องเที่ยว

10.6 ผลกระทบทางด้านภาษีต่อการเข้ามาของนักท่องเที่ยว

การศึกษาผลกระทบทางภาษีต่อการเข้ามาเยือนของนักท่องเที่ยวเป็นการวิเคราะห์ผลกระทบจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมหรือภาษีโดยตรงจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ (ที่เดินทางเข้า

ประเทศไทยทางอากาศ) ในรูปแบบเงินก้อนต่อภาพรวมเศรษฐกิจทั่วไป อุตสาหกรรมท่องเที่ยว และ อุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง จากการศึกษาโดยใช้แบบจำลองทางเศรษฐกิจแบบดุลยภาพทั่วไป (CEG) ซึ่งให้เห็นว่าผลกระทบดังกล่าวถึงแม้ว่าจะมีอยู่บ้างแต่ก็น้อยมากทั้งในระยะสั้นและระยะยาว และทั้งในกรณีที่นักท่องเที่ยวไม่มีความยืดหยุ่นและมีความยืดหยุ่นสูง ดัชนีราคาการใช้บริการของ นักท่องเที่ยวต่างชาติถึงแม้ว่าจะมีค่าสูงขึ้นแต่ก็สูงขึ้นน้อยมาก และการขยายตัวในภาคการท่องเที่ยว นี้มีสาเหตุหลักมาจากการลดปริมาณการใช้จ่ายใช้สอยบริการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติ ไม่ได้มีสาเหตุมาจากการลดจำนวนลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทย

10.7 ข้อเสนอแนะ

10.7.1 ข้อเสนอแนะด้านโลจิสติกส์

(1) กลยุทธ์ กระบวนการโลจิสติกส์

- เมืองท่องเที่ยวสำคัญ ยังขาดระบบการขนส่งสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ และ บูรณาการระหว่างสถานที่ขนส่งระหว่างจังหวัด ระหว่างอำเภอในเมืองหลัก
- เพื่อให้ทัดเทียมกับลาวและกัมพูชา กระทรวงต่างประเทศของไทยควรจัดทำระบบ Visa online อย่างน้อย 5 ภาษา คือ อังกฤษ เยอรมัน ญี่ปุ่น จีน ฝรั่งเศส และ เพิ่มเติมข้อมูลและแบบฟอร์มให้ดาวน์โหลดได้ และควรมีข้อมูลเบื้องต้นดังต่อไปนี้
 - แบบฟอร์มขอ VISA (Visa application form)
 - สารสนเทศด้านสุขภาพ (Health and Medical Care)
 - การประกันภัยการเดินทาง (Travel Insurance)
 - ความสะดวกด้านการแลกเปลี่ยนการเงินระหว่างประเทศ
- ปรับปรุงระบบตรวจลงตรา VISA ได้ในรถไฟ หรือรถยนต์ ก่อนถึงด่าน โดยมี เจ้าหน้าที่ตรวจลงตราบนรถเมื่อรถออกจากอุตรธานี
- ควรสร้างที่จอดรถทัวร์เพิ่มมากขึ้นที่เชียงใหม่ และหลวงพระบาง
- ในเมืองท่องเที่ยวหลัก เช่นเชียงใหม่ควรมีรถนำเที่ยวที่เชื่อมโยงสถานที่นำเที่ยวไว้ด้วยกัน (Hop-on Hop off Bus)

(2) กลยุทธ์เครือข่ายโลจิสติกส์

- ปรับปรุงระบบขนส่งทางบกใน สปป.ลาว กัมพูชาและไทยให้เชื่อมโยงกัน โดยเฉพาะการวางระบบร่วมระหว่างรถไฟ และรถยนต์

- ด้านความร่วมมือระหว่างประเทศ รัฐบาลประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการท่งเที่ยวของเอเชีย อาจให้ความช่วยเหลือประเทศเพื่อนบ้านให้มีการจัดการด้านที่มีอุปกรณที่ทันสมัยทัดเทียมกับของประเทศไทย เพื่อให้การถ่ายเทนักท่องเที่ยวกลับเข้าประเทศไทยมีประสิทธิภาพ
- สร้างระบบ Hotline หรือ Fast track ของการส่งผ่านนักท่องเที่ยวที่ป่วยข้ามแดนอย่างมีประสิทธิภาพ
- สร้างเวทีของการแลกเปลี่ยนข้อมูล ข่าวสาร ประสบการณ์ ระหว่างจุดผ่านแดนระหว่างประเทศ และจุดผ่านแดนภายในประเทศ
- สร้าง Loop ท่องเที่ยวรองรับที่เชื่อมโยงเมืองท่องเที่ยว วิถีไทย วิถีชนเผ่า และมรดกโลก เพื่อเป็นทางเลือกใหม่
- พัฒนา Loop การท่องเที่ยวต่างๆ ให้น่าสนใจโดยปรับให้การเดินทางบางส่วนให้เป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความหลากหลายของสินค้าท่องเที่ยว เช่น เรือ รถไฟ และรถม้า เป็นต้น

(3) กลยุทธ์ด้านระบบข้อมูลโลจิสติกส์

- พัฒนาระบบตรวจคนเข้าเมืองอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 2 ฝั่งชายแดน
- พัฒนาระบบข้อมูลเชื่อมโยงการเดินทางทั้งอากาศ-บก-น้ำ
- จัดทำ Portal web สำหรับการท่องเที่ยววิถีไทย และให้ข้อมูลการปฏิบัติตัวแก่นักท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายตามอัธยาศัย
- จัดทำข้อมูลและระบบระบบโลจิสติกส์เชื่อมต่อระหว่าง Loop ต่างๆ และระหว่างแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกใน GMS
- จัดทำข้อมูล และระบบโลจิสติกส์ 5 เชียง (เชียงราย เชียงใหม่ (ไทย) เชียงตุง เชียงรุ่ง (สิบสองปันนา) (สหภาพพม่า) และเชียงทอง (หลวงพระบาง) (สปป.ลาว)
- เพิ่มนิว้ให้ข้อมูลประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่จุดผ่านแดนหลัก
- ปรับปรุงระบบข้อมูลให้ครบถ้วนในเว็บไซต์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเตรียมตัวให้ถูกต้องก่อนเดินทาง โดยเฉพาะการท่องเที่ยวชุมชนและการท่องเที่ยวผ่านแดน

(4) การบริหารโลจิสติกส์

- ตั้งคณะอนุกรรมการในคณะกรรมการนโยบายท่องเที่ยวแห่งชาติ เพื่อติดตามการบริหารด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในประเทศ
- มีการประเมินผลระบบโลจิสติกส์ไทยทุก 2 ปี เพื่อจะได้มีการปรับปรุงได้ทันท่วงที

10.7.2 ข้อเสนอแนะด้านการพัฒนาบุคลากร

(1) การพัฒนาบุคลากรที่จะทำงานในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวปัจจุบันก็คือการเป็นพนักงานที่มีความรู้ (Knowledge Worker) ซึ่งจะต้องมีความสามารถ ความชำนาญ และคุณสมบัติในหลายองค์ประกอบดังนี้

- **ความรู้ด้านคอมพิวเตอร์ (Computer Literacy)** พนักงานต้องมีความรู้ในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ อุปกรณ์การสื่อสาร และเครื่องใช้สำนักงานสมัยใหม่ได้อย่างคล่องแคล่ว การใช้โปรแกรมประยุกต์ ระบบงานสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ รวมทั้งการติดต่อสื่อสารผ่าน E-mail การพูดคุยสนทนา
- **ความรู้ด้านสารสนเทศ (Information Literacy)** พนักงานจะต้องมีความรู้และความชำนาญในการค้นหาข้อมูล การวิเคราะห์และกรองข้อมูลเพื่อตอบสนองความต้องการ และการร้องขอของลูกค้า รวมทั้งการนำข้อมูลสารสนเทศที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการบริหาร จัดการ และการตลาด

(2) สร้างหลักสูตรและฝึกอบรมผู้ปฏิบัติการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องใช้อุปกรณ์คอมพิวเตอร์ในลักษณะของผู้ใช้ที่มีความรู้ (Super User) ความรู้ด้านเทคโนโลยีและระบบสารสนเทศและการสื่อสารขั้นพื้นฐานที่จะต้องเตรียมพร้อมให้กับนักศึกษาเพื่อสู่อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้แก่

- การใช้ซอฟต์แวร์ประยุกต์ทั่วไป ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้กว้างขวางกับงานชนิดต่างๆ โดยเฉพาะการใช้งานทางธุรกิจและส่วนตัว เช่น
 - โปรแกรมประมวลผลคำ (Word Processor) สำหรับการจัดทำเอกสาร การสร้างเนื้อหาสาระ สื่อ เช่น Microsoft Word , Page Maker
 - แผ่นตารางคำนวณ (Spreadsheet) สำหรับงานคำนวณ เช่น Excel
 - งานด้านกราฟิก (Graphics) เช่น สร้างภาพ (Photoshop) การใช้กล้องดิจิทัล และการตัดต่อภาพ
 - งานสร้างสาระข้อมูล เช่น โปรแกรมการสร้างเว็บไซต์ (Dream Weaver, Mambo) การนำเสนอผลงาน (Power Point) การพัฒนาสื่อออนไลน์ (Presenter หรือ Breeze, Camtasia Studio)
- การใช้ซอฟต์แวร์ประยุกต์ซึ่งถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ทำงานเฉพาะอย่างแต่ไม่สามารถเปลี่ยนหรือตั้งโปรแกรมให้ทำงานอื่นที่แตกต่างออกไปได้ เช่น โปรแกรมบัญชี

(เงินเดือน บัญชีรายรับ-จ่าย บัญชีการเงิน ฯลฯ) โปรแกรมการเงิน โปรแกรมการจอง เช่น การใช้งานระบบ GDS/CRS เป็นต้น

- การใช้อุปกรณ์สื่อสาร และเครื่องมือสื่อสาร เช่น E-mail, SMS
- การค้นหาข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ต
- การใช้อุปกรณ์สำนักงานสมัยใหม่ เช่น เครื่องมัลติฟังก์ชัน เครื่องคอมพิวเตอร์
- การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) แบบง่ายๆ

10.7.3 ข้อเสนอแนะทางภาษี

การศึกษาด้านผลกระทบทางภาษีโดยโมเดลมหภาค (CGE) พบว่า การเก็บภาษีจากนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาไทยจะมีผลกระทบต่อจำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา มีจำนวนน้อยมาก ประเทศไทยสามารถเก็บภาษีสิ่งแวดล้อม (Ecotax) จากนักท่องเที่ยวได้ โดยที่ไม่ต้องเป็นกังวลว่าจำนวนนักท่องเที่ยวจะลดไปมาก รายได้จากภาษีนักท่องเที่ยวสามารถกระจายให้แก่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อุทยานแห่งชาติ อุทยานประวัติศาสตร์ ตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้ และตามโครงการที่จะเสนอขึ้นมาเพื่อปรับปรุงบริการ

10.7.4 ข้อเสนอแนะการศึกษาในลำดับต่อไป

- ศึกษาระบบโลจิสติกส์เฉพาะกลุ่ม เช่นแบบ MICE กลุ่มตลาดคนไทย และตลาดใหม่
- ศึกษาระบบโลจิสติกส์ทั้งระบบสำหรับการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เช่น การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (กอล์ฟ) การท่องเที่ยวหมู่บ้านวิถีชุมชน เพื่อให้เกิดความเชื่อมโยงในด้าน การตลาดและการพัฒนาระบบรองรับโดยรวม
- ศึกษาและจัดระบบโลจิสติกส์เชื่อมโยงอุทยานประวัติศาสตร์ และอุทยานแห่งชาติที่เป็นมรดกโลก สำหรับผู้มีความสนใจพิเศษ

บรรณานุกรม

▶ ภาษาไทย

- กรมการฝึกหัดครู. หน่วยศึกษานิเทศก์. 2533. การท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์กรมศาสนา.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2546. รายงานสถิติประจำปี 2544. กรุงเทพฯ: ททท.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2549. สถิติการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่. [ออนไลน์]
http://www2.tat.or.th/stat/web/static_tst.php. (15 November 2006).
- โกศล ดิลลธรรม. 2548. การบริหารแบบโลจิสติกส์. กรุงเทพฯ: นำอักษรการพิมพ์.
- คมสัน สุริยะ. 2548. อุตสาหกรรมขนส่งผู้โดยสารในจังหวัดเชียงใหม่. เอกสารภายใต้ชุด
โครงการมูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย. เชียงใหม่:
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. 2548. เส้นทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย.
เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- คมสัน สุริยะ และศิริพร ศรีชูชาติ. 2550-ข. การวิเคราะห์ระบบโลจิสติกส์สำหรับการพัฒนา
วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในล้านนา. เชียงใหม่:
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. 2550. การวิเคราะห์และพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยวสำหรับวิสาหกิจ
ขนาดกลางและขนาดย่อมและวิสาหกิจชุมชนในล้านนา (ปีที่ 2). เชียงใหม่:
สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- จิรพร ศรีวัฒนานุกุลกิจ และ เสกสิน ศรีวัฒนานุกุลกิจ. 2548. ศักยภาพและผลกระทบของการ
พำนักระยะยาวของชาวต่างชาติในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงใจ หล่อธนวนิชย์. 2543. ประมวลผลงานวิจัยด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ.
2529 – 2539. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ดวงพรรณ กริชชาญชัย ศฤงคารินทร์. 2549. ใช้อุปทานและโลจิสติกส์ ทฤษฎี-งานวิจัย-
กรณีศึกษา. กรุงเทพฯ: ไอที เทรด มีเดีย.
- ทวีป ศิริวิคมี. 2547. รวบรวมบทความวิจัยการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการ
วิจัย.

- ธนิต โสรัตน์. 2549. เมื่อประเทศไทยอยากเป็น... Transport Logistics Hub ศูนย์กลาง
โลจิสติกส์ของภูมิภาคอินโดจีนและจีนตอนใต้. กรุงเทพฯ: วี-เซิร์ฟ โลจิสติกส์.
- พรทิพย์ เขียวธีรวิทย์. 2541. ศักยภาพของจังหวัดเชียงใหม่ในการเป็นศูนย์กลางทางการ
ท่องเที่ยวในอนุภูมิภาคลุ่มน้ำโขง. เชียงใหม่: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- พรมมินทร์ พวงมาลา. 2548. โครงการวิจัย รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์แบบ
ยั่งยืน บ้านแม่กำปอง หมู่ 3 ตำบลห้วยแก้ว กิ่งอำเภอแม่ฮอน จังหวัดเชียงใหม่.
สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- พลอยศรี ปรารณานนท์. 2545. เชียงใหม่กับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน.
เชียงใหม่: คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เพียงจันทร์ ลิขิตเอกราช. 2535. การกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว: กรณีศึกษางานมหกรรม
ไม้ดอกไม้ประดับในจังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด. 2550. การบรรยายเรื่องโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวของประเทศ
ญี่ปุ่น. ในเดือนเมษายน พ.ศ. 2550 ณ ห้องประชุมสถาบันวิจัยสังคม
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- มิ่งสรรพ์ ขาวสอาด และคณะ. 2536. โครงการศึกษาทบทวนแผนแม่บทในการพัฒนาการ
ท่องเที่ยวของประเทศ. เสนอต่อการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัย
เพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- _____. 2540. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนแม่บทการพัฒนาการท่องเที่ยว
ของประเทศ รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.
- _____. 2544. โครงการศึกษาเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการพัฒนาอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยวแห่งชาติในช่วงแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9
(พ.ศ.2545-2549) รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศ
ไทย.
- _____. 2548. มูลค่าเพิ่มในประเทศของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของ
ประเทศไทย. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. 2548. การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการที่ยั่งยืนในลุ่มแม่น้ำ
โขง. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- _____. 2549. การเปรียบเทียบศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศในกลุ่ม
อนุภูมิภาคแม่น้ำโขง. โครงการพัฒนาการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงบูรณาการ

ที่ยังยืมในภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง ปีที่ 2. เชียงใหม่: สถาบันวิจัยสังคม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

รุธิร์ พนมยงค์. 2549. การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน. การบรรยายในงานเปิดตัวหลักสูตร วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม. 18 พฤศจิกายน 2549 โรงแรม เชียงใหม่ออร์คิด จังหวัดเชียงใหม่.

สการินทร์ โพธิวาสวริน. ผลกระทบทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัด เชียงใหม่ เปรียบเทียบกับระดับประเทศ. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

สินธุ์ สโรบล และคณะ. 2545. การท่องเที่ยวโดยชุมชน: แนวคิดและประสบการณ์. โครงการ งานวิจัยและพัฒนาเครือข่ายการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่: สำนักงานกองทุนสนับสนุน การวิจัย (สำนักงานภาค).

สายันท์ จันทร์วิภาสวงศ์. 2549. กลยุทธ์ Logistics รุก-รับ FTA. กรุงเทพฯ: บริษัท ด้านสุทธา การพิมพ์ จำกัด.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2547. ยุทธศาสตร์การพัฒนา ระบบโลจิสติกส์ของประเทศไทย. [ออนไลน์] <http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/attach/data31.pdf> (22 พฤศจิกายน 2549)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2549. นิชามการบริหารจัดการ โลจิสติกส์. [ออนไลน์] <http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/attach/data43.ppt> (22 พฤศจิกายน 2549)

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. 2549. ร่างแผนแม่บทการพัฒนา โลจิสติกส์ของประเทศไทย. [ออนไลน์] <http://www.nesdb.go.th/national/competitiveness/attach/MasterPlan-Draft.pdf> (22 พฤศจิกายน 2549)

อัมภางค์ ปรารณานนท์ และคณะ. 2541. รายงานขั้นสุดท้าย การศึกษาทบทวนแผนพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือตอนบน. เชียงใหม่: ภาควิชาภูมิศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

► ภาษาต่างประเทศ

- Acharee Steinmueller and Akarapong Untong. 2005. Impacts of the SARS Outbreak on the Thai Economy. Chiang Mai: Social Research Institute.
- Anan Wattanakuljarus. 2006. The Economic-Wide Effects of Tourism on the Thai Economy and the Use of Water Resources. Chiang Mai: Social Research Institute.
- ARTIST. 2000. Agenda for research on tourism by integrating of statistics/strategies. Brussels: European Commission.
- Barry, K and J. O'Hagan. 1972. An Econometric Study of British Tourist Expenditure in Ireland. Economic and Social Review vol. 5 no. 2. cited in Maeta Chumni (2001).
- Baum, T. 2007. Human resources in tourism: Still waiting for change. Tourism Management. [Online] Available: <http://www.elsevier.com/locate/tourman>. (14 June 2007)
- Blake, A. 2000. The Economic Effects of Tourism in Spain. Discussion Paper Series 2000/2, University of Nottingham.
- Blake, A. and Gillham, J. 2001. A Multi-Regional CGE Model of Tourism in Spain. Paper prepared for the European Trade Study Group annual conference, Brussels, September 2001.
- Choong-Ki Lee, Yoo-Shik Yoon, Seung-Kon Lee. 2006. Investigating the relationships among perceived value, satisfaction, and recommendations: The case of the Korean DMZ. Tourism Management (Article in Press).
- Clarke, H. and Y. Ng. 1993. Tourism, Economic Welfare and Efficient Pricing, Annals of Tourism Research. 20: 613 – 632.
- Clawson, M. and J. Knetsch. 1996. Economics of outdoor recreation. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Cohen, Erik. 2001. Thailand in 'Touristic' Transition. In Peggy Teo, et al (eds.) Interconnected Worlds: Tourism in Southeast Asia. Amsterdam: Pergamon. pp. 155-175.
- CSCMP: Council of Supply Chain Management Professionals. 2006. Supply Chain Management and Logistics Definition. [Online] available:

<http://www.cscmp.org/Website/AboutCSCMP/Definitions/Definitions.asp>
(21 November 2006)

- Davutyan, Nurhan. 2001. **Efficiency Enhancement in the Tourism Sector: Some Turkish Examples.** [Online] Available: <http://www.ecomod.net/conference/ecomod2002/papers/davutyan.pdf>. (18 June 2003)
- Durbarry, R. 2002. **Long Run Structural Tourism Demand Modeling: An Application to France.**
- Durbarry, R. and Sinclair, T. 2001. **Tourism Taxation in the UK, Discussion Paper Series 2000/1, Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham.** cited in Gooroochurn, N. and Sinclair, M.T. (2005).
- Ekinci, Y., Riley, M., & Chen, J. 2001. **A review of comparisons used in service quality and customer satisfaction studies: Emerging issues for hospitality and tourism research.** *Tourism Analysis*, 5(2/4), 197-202.
- Esichaikul R. & Baum T. 1998. **The case for government involvement in human resource development: A study of the Thai Hotel Industry.** *Tourism Management*, Vol. 19 (4), pp. 359-370.
- European Commission. 2000. **Towards Quality Rural Tourism: Integrated Quality Management (IQM) for Rural Destinations.** [Online] Available: http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/doc/studies/towards_quality_tourism_rural_urban_coastal/iqm_rural_en.pdf or http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_and_publications.htm
- European Commission. 2007. **The European Tourism Industry in the Enlarged Community.** [Online] Available: http://ec.europa.eu/enterprise/services/tourism/studies_and_publications.htm.
- European Parliament, Luxembourg. 2002. **EUROPEAN UNION ACTION IN THE TOURISM SECTOR: Improving Support Measures for Sustainable Tourism.** Working Paper, Directorate-General for Research.
- Fair, Marvin L. and Ernest W. Williams Jr. 1981. **Transportation and Logistics.** 2nd ed. Texas: Business Publications Inc.

- Farris, Martin T. and Forrest E. Harding. 1976. *Passenger Transportation*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Gago, A., Labandeira, X., Picos, F. and Rodriguez, M. 2006. *Taxing Tourism in Spain: Results and Recommendations, Climate Change Modeling and Policy*.
- Garín-Muñoz, T. and Perez Amaral, T. 2000. *An Econometric Model for International Tourism flows to Spain*, *Applied Economics*, 7: 525-529. cited in Maloney, W.F and Rojas, G.M. (2001).
- Gooroochurn, N. and Sinclair, M.T. 2005. *Economics of Tourism Taxation Evidence from Mauritius*, *Annals of Tourism Research*, Vol. 32, No. 2, pp. 478 – 498
- Gordon H.G. McDougall and Terrence Levesque. 2000. *Customer satisfaction with services: putting perceived value into the equation*. *Journal of Services Marketing*, Vol. 14 No. 5, 392-410.
- Gray, H. Peter. 1966. *The Demand for International Travel by the U.S. and Canada*, *International Economic Review*, January. cited in Vogt and Wittayakorn. (1998).
- Grundy-Warr, Carl and Martin Perry. 2001. *Tourism in an Inter-state Borderland: The Case of the Indonesian-Singapore Cooperation*. In Peggy Teo, et al (eds.) *Interconnected Worlds: Tourism in Southeast Asia*. Amsterdam: Pergamon. pp. 64-83.
- Gunn, C. A. 1994. *Tourism Planning*. London: Taylor and Francis.
- Haemoon Oh. 1999. *Service quality, customer satisfaction, and customer value: A holistic perspective*. *Hospitality Management* 18, 67-82.
- Harrison W.J. and Pearson K.R. 1996. *Computing Solutions for Large General Equilibrium Models Using GEMPACK*, *Computational Economics*, vol. 9 (1996), pp. 83-127.
- Horridge, M. 2005. *ORANI-G: A Generic Single-Country Computable General Equilibrium Model*. Edition prepared for the Practical GE Modeling Course, February 7-11, 2005. Centre of Policy Studies and Impact Project, Monash University, Australia.
- Huang Juan. 2006. *Tourism Development: Common prosperity vs. disparity - A case study on Home-stay service (Nongjiale) in a Bai ethnic village*. Chiang Mai: Social Research Institute.

- Jillian C. Sweeney and Geoffrey N. Soutar. 2001. Consumer perceived value: The development of a multiple item scale. *Journal of Retailing* 77, 203-220.
- John M. Koldowski. 2004. *Pacific Asia Tourism Forecasts 2004-2005*. Bangkok: Pacific Asia Travel Association.
- Kanang Kantamaturapoj. 2006. *Impacts of Community-based tourism in Thailand: A case study of Plai Phong Phang village, Samutsongkram Province*. Chiang Mai: Social Research Institute.
- Kara, A., Tarim, M. and Tatoglu, E. (2003). The Economic, Social, and Environmental Determinants of Tourism Revenue in Turkey: Some Policy Implications, *Journal of Economic and Social Research* 5 (2), 61-72.
- Kozak, M., & Rimmington, M. 2000. Tourist satisfaction with Mallorca, Spain, as an off-season holiday destination. *Journal of Travel Research*. 38(3), 260-269.
- Kristen K. Swanson, Patricia E. Horridge. 2006. Travel motivations as souvenir purchase indicators. *Tourism Management* 27, 671-683.
- Kweka, J. 2004. *Tourism and the Economy of Tanzania: A CGE Analysis*, Paper for presentation at the CSAE Conference on "Growth, Poverty reduction and Human Development in Africa", 21 - 22 March 2004, Oxford, UK.
- Little, Jane Sneddon. 1980. *International Travel in the U.S. Balance of Payments*, New England Economic Review, May/June. cited in Vogt and Wittayakorn (1998).
- Loeb, D. P. 1982. *International Travel to the United States: an Economic Evaluation*, *Annals of Tourism Research*. cited in Vogt and Wittayakorn (1998).
- Löfgren, H., Harris, L. R, Robinson, S. 2001. *A Standard Computable General Equilibrium (CGE) Model in GAMS*. Trade and Macroeconomics Division. International Food Policy Research Institute (IFPRI), May 2001.
- Loomis, J. B. and R. G. Walsh. 1997. *Recreation economic decisions: Comparing benefits and costs*. 2nd ed. State College PA: Venture Publishing.
- Lozano, A., Morales, A. and Navarro, L. 2000. *Situación estratégica del sector turístico de Andalucía frente a competidores potenciales*, *Mediterráneo Económico*, 5, pp.150-176. cited in Gago, A., Labandeira, X., Picos, F. and Rodriguez, M. (2006)

- Lumsdon, Less and Stephan Page. 2004. *Progress in Transport and Tourism Research*. In Less Lumsdon and Stephan Page (eds.). *Tourism and Transportation: Issues and Agenda for the New Millennium*. *Advances in Tourism Research Series*. Oxford: Elsevier.
- Maeta, Chumni 2001. *Tourism Demand Model: Determinants of Thailand's International Tourist Receipts*: A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in international economics and finance, Faculty of Economics, Chulalongkorn University.
- Maloney, W.F and Rojas, G.M. 2001. *Demand for Tourism*, The World Bank, August 21, 2001.
- Martina G. Gallarza and Irene Gil Saura. 2006. Value dimensions, perceived value, satisfaction and loyalty: an investigation of university students' travel behavior. *Tourism Management* 27, 437-452.
- Men Prachvuthy. 2006. *Tourism, Poverty Income Distribution, The Case of Chambok Community-Based Ecotourism Development, Kirirom National Park, Kampong Speu Province, Cambodia*. Chiang Mai: Social Research Institute.
- Mello, M., Pack, A. and Sinclair, M.T. 1999. *UK Demand for Tourism in Its Southern Neighbors*, University of Nottingham.
- Mill, R.C. and A. Morrison. 1992. *The tourism system: An introductory text*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Mingsarn Kaosa-ard et al. 2004. *Retained Value of the Tourism Industry of Thailand*. Prepared for the Thailand Research Fund.
- Orbasli, Aylin and Steve Shaw. 2004. *Transport and Visitors in Historic Cities*. In Less Lumsdon and Stephan Page (eds.). *Tourism and Transportation: Issues and Agenda for the New Millennium*. *Advances in Tourism Research Series*. Oxford: Elsevier.
- Page, Stephan. 1994. *European bus and coach travel*. *Travel and Tourism Analyst* 1, pp.19-39.
- Papatheodorou, A. 1999. *The Demand for International Tourism in the Mediterranean Region*, *Applied Economics*, 31, 1-12. cited in Durbarry, R. (2002).

- Paul G. Patterson and Richard A. Spreng. 1997. **Modeling the relationship between perceived value, satisfaction and repurchase intentions in a business-to-business, services context: an empirical examination.** *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 8 No.5, 414-434.
- Prideaux, B. 2000. **The Role of Transport in Destination Development.** *Tourism Management* 21, pp. 53-63.
- Rex, T., Habibullah, K. and Lynette, G. 2006. **Japanese Demand for Tourism in Singapore: A Cointegration Approach,** *Tourism Analysis*, Volume 10, Number 4, 2006, pp. 369-375(7).
- Rushton, Alan, Phil Croucher and Peter Baker. 2006. **The Handbook of Logistics and Distribution Management.** 3rd rd. London: Kogan Page.
- Sinclair M.T and M. Stabler 1997. **The Economics of Tourism,** Routledge. cited in Blake, A. and Gillham, J. (2001).
- Somsuda Prathipsint . 1992. **Market Structure and a Study of Linkage Effect of Guest Houses in Bangkok to thai Economy.** Master 's thesis. Economics, Thammasat University.
- Sussangkarn, C. and Kumar, R. 1997. **A Computable General Equilibrium (CGE) Model for Thailand Incorporating Natural Water Use and Forest Resource Accounting.**
- Syriopoulos, T. and Sinclair, M.T. 1993. **An Econometric Study of Tourism Demand: the AIDS model of US and European Tourism in Mediterranean Countries,** *Applied Economics*, 25, 1541-1552. cited in Durbarry, R. (2002).
- TDRI (2004), Thailand Development Research Institute. **Computable General Equilibrium Model for Impact Analyses of the Government Budget Allocation.** January 2004.
- Thavipheth Oula. 2006. **Financial Benefits and Income Distribution: A Case Study of Community-based Tourism: Nammatt Kao and Nammatt Mai,** Lao PDR. Chiang Mai: Social Research Institute.
- The American Customer Satisfaction Index. 2006. **ACSI Methodology.** [Online] Available: http://www.theacsi.org/index.php?option=com_content&task=view&id=48&Itemid=41. (15 November 2006)

- Vienna Consult Verkehrsberatungsgesellschaft (Traffic Counseling Institute). 2004a. Indicators and Benchmarks. ภาคผนวกที่ 4.1 อ้างใน โครงการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- _____. 2004b. Passenger Strategy. ภาคผนวกที่ 4.3 อ้างใน โครงการศึกษายุทธศาสตร์การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานเพื่อสนับสนุนการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Vogt and Wittayakorn. 1998. Determinants of the Demand for Thailand's Exports of Tourism. Applied Economics, 1998, 30.
- UNWTO OMT IOHBT. 2006. Mega-Trends of Tourism In Asia-Pacific. [Online] Available: http://www.world-tourism.org/regional/south_asia/publications/17.htm
- World Tourism Organization, 2004. WTO World Tourism Barometer 2, 1 (January) [Online] Available: http://www.worldtourism.org/market_research/facts/barometer/january2004.pdf.
- Wikipedia. 2006. Logistics. [Online] Available: <http://en.wikipedia.org/wiki/Logistics>. (21 November 2006).
- Wikipedia. 2006. Supply Chain Management. [Online] Available: http://en.wikipedia.org/wiki/Supply_chain_management. (21 November 2006).
- Yin Soriya. 2006. The Impact of Tourism on Rural Livelihoods in Tonle Bati, Takeo Province, Cambodia. Chiang Mai: Social Research Institute.
- _____. Tourism Investment in Cambodia: Opportunities and Challenges. Conferences on Integrated Development of Sustainable Tourism for the Greater Mekong Sub-region 2007: A Comparison of GMS Logistics System. 26 – 27 October 2007, Luang Prabang, Lao PDR.
- Yookshik Yoon and Muzaffer Uysal. 2005. An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. Tourism Management 26, 45-56.
- Yvette Reisinger and Lindsay Turner. 1999. Structural equation modeling with Lisrel: application in tourism. Tourism Management, 20, 71-88.