



การใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

คมสัน รัตนะสิมากุล

เสริมศิริ นิลดำ

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ปีการศึกษา 2552

(งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการทำวิจัยจากงบประมาณแผ่นดิน)

บทคัดย่อ

Research Title: การใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย

Author: นายคมสัน รัตนะสิมากุล

นางสาวเสริมศิริ นิลคำ

Major Field: นิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ

Academic Year: 2552

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาการไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และศึกษาประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยว ตั้งแต่ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย และธุรกิจสินค้าที่ระลึก ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 3 วิธีการได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตการณ์ และการวิเคราะห์เอกสาร

ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวทั้ง 6 กลุ่มส่วนใหญ่มีการจัดเก็บสารสนเทศที่เกี่ยวกับด้านการบัญชี สารสนเทศการเงิน สารสนเทศทางการตลาด สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคลและสารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน ส่วนการไหลของสารสนเทศนั้น พบว่ามีการไหลของสารสนเทศใน 9 กลุ่มธุรกิจ คือ 1) การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 2) ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย 3) ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว 4) ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจสินค้าที่ระลึก 5) ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่พักแรม 6) ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม 7) ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย 8) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย และธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว 9) ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

ด้านประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว นั้น พบว่า การจัดการสารสนเทศมีประสิทธิภาพในเกณฑ์ดี ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

Abstract

Research Title: The Use of Information of Management in Chiang Rai Province's Tourism
Business

Author: Mr. Komsan Rattanasimakool
Ms. Sermsiri Nindum

Major Field: Communication Arts, Faculty of Management Science

Academic Year: 2009

This study aims to study a information feature and process of information usage, a flow of information and efficiency of information in tourism management. Key informants were selected according to Chiangrai's enterpriser: enterpriser in tourist destination, accommodation, food and beverage, transportation, tour operator and travel agent, and souvenirs. The data were collected by using depth interview, observation, and document analysis.

The result shows that six of enterprisers have mostly used information feature: accounting information, financial information, marketing information, human resource information, and production and management. The analysis finds that there is a flow of information in nine groups of enterprisers: 1) enterpriser in tourist destination and food and beverage, 2) enterpriser in tourist destination, tour operator and travel agent, 3) enterpriser in tourist destination and transportation, 4) enterpriser in tourist destination and souvenirs, 5) enterpriser in tourist destination and accommodation, 6) accommodation and food and beverage, 7) food and beverage, tour operator and travel agent, 8) tour operator and travel agent and transportation, and 9) souvenirs and tour operator and travel agent.

The finding also reveals that efficiency of information in tourism management is possible. This provide advantage to performance capacity.

สารบัญ

บทที่		หน้า
1	บทนำ.....	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์การศึกษา.....	3
	ประโยชน์ของการศึกษา.....	3
	ขอบเขตการศึกษา.....	4
	นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
2	เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
	แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว.....	7
	แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศทางธุรกิจ.....	39
3	วิธีดำเนินการวิจัย.....	54
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	65
	ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจ ท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย.....	66
	การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย.....	82
	ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย.....	92
5	สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	99
	สรุปผลการศึกษา.....	99
	อภิปรายผล.....	109
	ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้.....	125
	ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป.....	126
	รายการอ้างอิง.....	127
	ประวัติผู้ศึกษา.....	128

สารบัญภาพ

แผนภาพที่		หน้า
1	แบบจำลองอุตสาหกรรมท่องเที่ยว.....	12
2	การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย.....	82

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญและที่มาของปัญหา

ธุรกิจการท่องเที่ยว (Tourism Business) เป็นกิจกรรมด้านการผลิตสินค้าและบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ เช่น ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหากำไร (ราณี อธิชัยกุล, 2546) จากคำนิยามดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า ธุรกิจการท่องเที่ยวหรือธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจการให้บริการและอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวหลายประเภท โดยมุ่งการตอบสนองความต้องการและสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ

ในการดำเนินงานและประสานความร่วมมือของธุรกิจสินค้าและบริการต่างๆ ภายในกลุ่มธุรกิจดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการสื่อสาร (Communication) และการดำเนินการที่ประสานกัน (Coordination) เพื่อให้องค์กรธุรกิจสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีความได้เปรียบในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง และสามารถสร้างผลกำไร

การสื่อสารที่จะนำไปสู่ความสำเร็จดังกล่าวได้นั้นต้องเกิดจากการส่งผ่านข้อมูลการดำเนินงานระหว่างส่วนต่างๆ ของระบบสารสนเทศ โดยอาศัยการวางระบบฐานข้อมูลที่ดี สามารถสื่อสารข้อมูลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินงานของแต่ละขั้นตอนได้อย่างทันทีทันใดและมีความถูกต้องชัดเจน ส่วนในด้านการดำเนินงานที่ประสานกัน ก็จะเป็นไปได้โดยมีแผนการดำเนินงานที่เป็นหนึ่งเดียวกันในด้านเป้าหมายและวัตถุประสงค์โดยรวมของระบบธุรกิจท่องเที่ยว ซึ่งจะใช้เป็นแนวทางในการกำหนดการดำเนินงานของแต่ละส่วนของระบบและการดำเนินงานที่มีแผนการดำเนินงานเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันนี้ ก็จำเป็นต้องมีการจัดการสื่อสารกันในการปฏิบัติงาน เพื่อให้สามารถบรรลุถึงเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของระบบการจัดการได้

ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่า การสื่อสารเป็นปัจจัยสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบการบริหารงานธุรกิจการ
ท่องเที่ยว โดยการสื่อสารที่ดีนั้นจำเป็นต้องมีการจัดการสารสนเทศที่ดีด้วย เนื่องจากสารสนเทศ
เป็นการนำเอาข้อมูลที่ผ่านการเลือกสรรให้เหมาะสมกับการใช้งานให้ทันเวลาและรูปแบบที่ใช้งานได้
สารสนเทศที่ดีจึงต้องมาจากข้อมูลที่ดี การจัดเก็บข้อมูลและสารสนเทศจะต้องมีการควบคุมดูแลเป็นอย่างดี

ปัจจุบัน ระบบและเทคโนโลยีสารสนเทศสามารถนำมาสนับสนุนธุรกิจการท่องเที่ยวได้ 2 ลักษณะ
กล่าวคือ ระบบสารสนเทศที่สามารถจัดการข้อมูลจำนวนมากให้นำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
อีกลักษณะหนึ่งคือ ระบบการติดต่อสื่อสารและเครือข่ายที่เผยแพร่ข้อมูลข่าวสารไปทั่วโลกโดยผ่านทาง
อินเทอร์เน็ตที่นับเป็นสื่อที่เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญที่ทำให้สินค้าและบริการเข้าถึงผู้บริโภคได้
เป็นอย่างดี (ราณี อธิชัยกุล, อ้างแล้ว)

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เน้นศึกษาการนำสารสนเทศมาใช้ในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัด
เชียงราย เนื่องจากว่าธุรกิจการท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ทำรายได้เข้าประเทศมาเป็นอันดับหนึ่งของ
ประเทศ อีกทั้งจังหวัดเชียงรายก็เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติการท่องเที่ยวอย่างหลากหลาย ประกอบ
กับจังหวัดเชียงรายมีพื้นที่ติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านจึงทำให้มีการท่องเที่ยวแบบเชื่อมโยงเส้นทางทั้งทาง
บก และทางน้ำ ตลอดจนความสมบูรณ์ของธรรมชาติ วัฒนธรรมล้านนา และวิถีชีวิตของผู้นับเชียงราย ที่ทำ
ให้นักท่องเที่ยวต้องการเดินทางไปสัมผัส โดยเฉพาะบริเวณด่านเชียงของและด่านเชียงแสนของจังหวัด
เชียงราย ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเดินทางต่อไปยังประเทศเพื่อนบ้านที่ใกล้เคียง อย่างเช่นประเทศลาว จีน
พม่า ได้อีกด้วย

นอกจากนั้น รายได้หลักของจังหวัดก็มาจากธุรกิจการท่องเที่ยวด้วยเช่นกัน จากข้อมูลของจำนวน
นักท่องเที่ยวในปีที่ผ่านมาของจังหวัดเชียงราย พบว่า มีอัตราการเติบโตเพิ่มสูงขึ้นถึงร้อยละ 16.06 ซึ่งตลาด
หลักยังคงเป็นคนไทย โดยเฉพาะเมื่อก้าวถึงจำนวนรายได้ที่เกิดจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว พบว่า ใน
การเดินทางแต่ละครั้ง นักท่องเที่ยวมีระยะเวลาพำนักเฉลี่ย 3.07 วัน และจากจำนวนนักท่องเที่ยว พักค้างคืน
และการใช้จ่ายแต่ละวันประมาณ 2,521.13 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากนักท่องเที่ยวเป็นจำนวน 9,094.11 ล้าน
บาท ส่วนนักท่องเที่ยวมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวันประมาณ 1,762.07 บาท ทำให้เกิดรายได้หมุนเวียนเป็น
จำนวน 280.09 ล้านบาท เมื่อรวมรายได้ทั้งหมดที่เกิดจากการท่องเที่ยวภายในจังหวัดเชียงรายเท่ากับ
9,374.20 ล้านบาท โดยผู้เยี่ยมชมมีค่าใช้จ่ายระหว่างอยู่ในจังหวัดเชียงรายจำนวน 2,489.10 บาท

นอกจากความสำคัญของธุรกิจการท่องเที่ยวดังกล่าวมาแล้ว เมื่อมาพิจารณาประกอบร่วมกับระบบ
การบริหารจัดการสารสนเทศที่มีหัวใจสำคัญอยู่ที่การสื่อสาร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาในประเด็นการนำ
สารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากที่ผ่านมา ยังไม่มีการศึกษาเรื่องของการจัดการ
ข้อมูลหรือสารสนเทศในธุรกิจท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งหากไม่มีการจัดการระบบข้อมูลอย่างดีและ

เพียงพอ ประเด็นดังกล่าวก็จะกลายมาเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการจัดการและบริหารการท่องเที่ยวเพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างสูงสุด ข้อมูลการศึกษาครั้งนี้จึงจะเป็นประโยชน์ต่อการที่ธุรกิจต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจะได้นำไปปรับปรุงเรื่องงานสารสนเทศทางการท่องเที่ยว ซึ่งจะช่วยเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของไทย ท่ามกลางบรรยากาศที่ประเทศต่างๆ ซึ่งมีการคาดการณ์กันว่าภูมิภาค ที่น่าจะมีการเติบโตด้านการท่องเที่ยวอย่างมาก ได้แก่ ภูมิภาคเอเชียแปซิฟิก (+10%) เนื่องจากนักท่องเที่ยวให้ความสนใจแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ ในภูมิภาคเอเชียแปซิฟิกมากขึ้น โดยเฉพาะกัมพูชา เวียดนาม อินเดีย และจีน ที่มีอัตราการเติบโตของนักท่องเที่ยวสูงในลำดับต้นๆ ของภูมิภาค ซึ่งอาจจะทำให้ประเทศในภูมิภาคนี้กลายมาเป็นคู่แข่งสำคัญของไทย

วัตถุประสงค์การศึกษา

1. เพื่อศึกษาลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาการไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ประโยชน์ของการศึกษา

1. ได้ชุดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เพื่อใช้ในการเรียนการสอนทั้งในระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา
2. ได้ชุดองค์ความรู้ที่สามารถนำไปใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่น สำหรับภาครัฐสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายด้านสารสนเทศในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั้งระดับชาติและท้องถิ่น รวมถึงทำให้ภาครัฐสามารถสนับสนุนสารสนเทศที่ถูกต้องและเพียงพอต่อการจัดการอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศและท้องถิ่น ช่วยให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะในการแข่งขันภาคบริการในธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในพื้นที่เขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ

3. ผลจากแผนงานวิจัยนี้จะช่วยสนองตอบยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 10 (พ.ศ. 2550 - 2554) ในส่วนของยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมการสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพทางเศรษฐกิจด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว

4. ผลจากแผนงานวิจัยนี้จะช่วยสนองตอบกลุ่มเรื่องเร่งด่วนตามนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ (พ.ศ.2551 - 2553) การบริหารจัดการการท่องเที่ยว

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าได้กำหนดขอบเขตการวิจัยในแต่ละด้านไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ศึกษาเฉพาะมิติสารสนเทศที่ใช้ในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายเท่านั้น

2. ขอบเขตด้านประชากรที่ศึกษา

ประชากรในการศึกษาค้นคว้านี้ หมายถึง บุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับธุรกิจการจัดการในการท่องเที่ยว นับตั้งแต่จุดเริ่มต้น ไปของการท่องเที่ยว จนถึงจุดสิ้นสุดของการทำกิจกรรมการท่องเที่ยว

3. ขอบเขตด้านสถานที่ศึกษา

การวิจัยนี้จะเจาะจงพื้นที่ในการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่จังหวัดเชียงรายเท่านั้น

4. ขอบเขตด้านระยะเวลาศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย ที่ดำเนินอยู่ในปี พ.ศ.2552

นิยามศัพท์เฉพาะ

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางของบุคคลไปยังสถานที่ต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายที่ไม่ใช่อยู่ถาวร มีวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่มีค่าใช้จ่ายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางหลายประการ อาทิ เพื่อพักผ่อน เพื่อเชื่อมชมวัฒนธรรมและแหล่งศาสนา เพื่อการศึกษา เพื่อกีฬาและความบันเทิง เพื่อศึกษาประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ เพื่องานอดิเรก เพื่อเยี่ยมญาติมิตร เพื่อประชุมสัมมนา ฯลฯ

การจัดการธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง กระบวนการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานของผู้ประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์ให้บรรลุเป้าหมายด้านการท่องเที่ยว ได้แก่ การสร้างความดึงดูดใจ สิ่งอำนวยความสะดวก การคมนาคมขนส่ง การบริการ การประชาสัมพันธ์ การจัดเก็บข้อมูลการท่องเที่ยว ฯลฯ

สารสนเทศทางการท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการจัดการให้อยู่ในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการใช้งานและสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการวางแผน การตัดสินใจและการดำเนินงานทางธุรกิจท่องเที่ยวได้

การไหลของสารสนเทศทางการท่องเที่ยว หมายถึง การส่งผ่านหรือการแลกเปลี่ยนข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการจัดการในธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการจัดการให้อยู่ในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการใช้งานและสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการวางแผน การตัดสินใจและการดำเนินงานทางธุรกิจท่องเที่ยวได้

ธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรม หมายถึง กิจการที่จัดบริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งประกอบไปด้วยการให้บริการด้านห้องพัก อาหารและเครื่องดื่มตามความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของกิจการ

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการอาหารและเครื่องดื่มทุกประเภทโดยคิดค่าบริการเพื่อผลกำไรของกิจการ โดยอาหารนั้นอาจจะเป็นอาหารสำเร็จหรืออาหารที่ประกอบขึ้นในขณะนั้น โดยอาจจะจัดสถานที่รับประทานไว้หรือไม่ก็ตาม ส่วนเครื่องดื่มนั้นอาจจะเป็นชนิดเดียวกันหรือหลายชนิดก็ได้

ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคลด้วยเครื่องมืออุปกรณ์การขนส่งจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งตามความประสงค์ของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการคือ (1) เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเคลื่อนย้ายบุคคลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง (2) เป็นการเคลื่อนย้ายที่ต้องกระทำด้วยอุปกรณ์การขนส่ง คือยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง และ (3) เป็นการเคลื่อนย้ายที่ต้องเป็นไปตามความประสงค์ของบุคคลที่ต้องการขนส่ง

ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย หมายถึง ธุรกิจที่เกี่ยวกับการจัดรายการนำเที่ยว (Package Tour) ที่ประกอบด้วย การจัดหาพาหนะต่างๆ ในการเดินทาง จัดที่พักค้างคืน อาหาร ติดต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทางธรรมชาติ โบราณสถานและวัฒนธรรม ตลอดจนแหล่งบันเทิงรื่นรมย์ต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เป็นผู้นำเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มโดยมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้ซื้อได้มีโอกาสเลือกตามความต้องการของทุกเพศทุกวัย ให้ได้รับความสุขสนุกสนานเพลิดเพลิน และอำนวยความสะดวกตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนสิ้นสุดการเดินทาง โดยได้รับค่าจ้างแบบเหมาจ่ายในแต่ละรายการนำเที่ยวเป็นสิ่งตอบแทน ส่วนธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้จัดจำหน่ายหรือ ผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Suppliers) อันได้แก่ สายการบิน โรงแรม รถเช่า เป็นต้น และผู้ใช้บริการหรือลูกค้า (Consumers) อันได้แก่ นักท่องเที่ยวหรือผู้โดยสารสายการบิน เป็นต้น โดยทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งมีชื่อเรียกในภาษาอังกฤษว่า Travel Agents หรือ Travel Intermediaries

ธุรกิจสินค้าที่ระลึก หมายถึง การจำหน่ายและบริการสินค้าของไทย ได้แก่ เสื้อผ้า เพชรพลอย ผ้าไหม หัตถกรรม เครื่องหนัง เป็นต้น แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น

ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลที่ตรงกับความต้องการใช้งาน ส่งผลต่อการปฏิบัติงานหรือบริการให้ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นประโยชน์สำหรับการวางแผน การตัดสินใจและการดำเนินงาน เพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ และความคุ้มค่าของการลงทุนในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย มีแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับธุรกิจท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นธุรกิจที่มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ เพราะการท่องเที่ยวสามารถนำรายได้เข้าสู่ประเทศปีละหลายแสนล้านบาท โดยเฉพาะประเทศไทยเป็นประเทศที่มีทรัพยากรท่องเที่ยวสวยงามและมีคุณค่าทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยความหมายของธุรกิจท่องเที่ยวมีดังนี้

ความหมายของธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยว หมายถึง กิจกรรมด้านการผลิตสินค้าและบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ เช่น ธุรกิจคมนาคม ขนส่ง ที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหากำไร (ราณี อธิชัยกุล, อ้างแล้ว)

องค์การสหประชาชาติได้จัดประชุมว่าด้วยการเดินทางและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศขึ้นที่กรุงโรม ประเทศอิตาลี เมื่อปี พ.ศ.2506 ได้ให้คำจำกัดความไว้ว่า “การท่องเที่ยว” หมายถึง การเดินทาง (Travel) ที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ (บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, 2548)

1. การเดินทาง (Travel) หมายถึงการเดินทางที่ไม่ได้ถูกบังคับหรือเพื่อสินจ้าง โดยมีการวางแผนเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง และการใช้ยานพาหนะนำไปเป็นระยะทางไกลหรือระยะทางไกลก็ได้

2. จุดหมายปลายทาง (Destination) หมายถึง มีจุดหมายปลายทางที่จะไปอยู่เป็นการชั่วคราวแล้วต้องเดินทางกลับที่อยู่เดิมหรือภูมิลำเนาเดิม โดยเป็นสถานที่ที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางไปเยือนและใช้

ช่วงเวลาหนึ่งอยู่ ณ ที่นั้น ซึ่ง ณ ที่นั้นมีสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่เพียงพอสำหรับสนองความต้องการและความพอใจให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน

3. ความมุ่งหมาย (Purpose) หมายถึงมีความมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ในการเดินทางใดก็ได้ที่ไม่ใช่เพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้ โดยมีความมุ่งหมายในการเดินทางอยู่หลายอย่างด้วยกัน ซึ่งผู้ที่เดินทางคนหนึ่งอาจมีความมุ่งหมายในการเดินทางมากกว่าอย่างหนึ่งก็ได้

ขณะที่ Douglas Foster (อ้างถึงใน บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา, อ้างแล้ว) สรุปไว้ว่า วัตถุประสงค์ในการท่องเที่ยวอาจแบ่งออกได้เป็น 9 ประการได้แก่ การท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด (Holiday-Mass Popular Individual) การท่องเที่ยวเพื่อวัฒนธรรมและศาสนา (Cultural Religion) การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษา (Educational) การท่องเที่ยวเพื่อกีฬาและความบันเทิง (Sport and Recreation) การท่องเที่ยวเพื่อประวัติศาสตร์และความสนใจพิเศษ (Historical and Special Interests) การท่องเที่ยวเพื่องานอดิเรก (Hobbies) การท่องเที่ยวเพื่อเยี่ยมญาติมิตร (Visiting Friend/Relation) การท่องเที่ยวเพื่อธุรกิจ (Business) และการท่องเที่ยวเพื่อประชุมสัมมนา (Conference Congress)

สำหรับประเทศไทยหรือพื้นที่ใดที่มีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวก็จะส่งผลให้เกิดกิจกรรมท่องเที่ยวต่างๆ มากมายเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว กิจกรรมกลุ่มนี้ถือว่าเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งตามความหมายของ “อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” ตามมาตรา 4 แห่งพระราชบัญญัติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2522 ให้ความหมายว่า เป็นอุตสาหกรรมที่จัดให้มีหรือให้บริการเกี่ยวกับการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกราชอาณาจักร โดยมีค่าตอบแทนและหมายรวมถึง

1. ธุรกิจนำเที่ยว
2. ธุรกิจโรงแรมนักท่องเที่ยว
3. ธุรกิจภัตตาคาร สถานบริการและสถานที่ตากอากาศสำหรับนักท่องเที่ยว
4. ธุรกิจการขายของที่ระลึกหรือสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว
5. ธุรกิจการกีฬาสำหรับนักท่องเที่ยว
6. การดำเนินงานนิทรรศการ งานแสดง งานออกร้าน การโฆษณาเผยแพร่ หรือการดำเนินงานอื่นใด โดยมีความมุ่งหมายเพื่อชักจูงหรือส่งเสริมให้มีการเดินทางท่องเที่ยว

ประเภทของธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยวหรือธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นธุรกิจการให้บริการ และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวหลายประเภทโดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการ และสร้างความประทับใจให้เกิดขึ้นแก่ผู้ให้บริการเป็นสำคัญ ประกอบด้วย (ราณี อธิชัยกุล, อ้างแล้ว)

1. ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation) ธุรกิจที่พักแรม หมายถึง การประกอบธุรกิจขายบริการที่พักเพื่อคนเดินทางหรือบุคคลที่ต้องการที่พักแรม โดยอาจมีบริการอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการด้วย โรงแรมที่พักแรมที่พบเห็นบ่อย สามารถจำแนกตามระดับความหรูหราออกเป็น โรงแรมชั้นเยี่ยม (5 ดาว) ชั้นหนึ่ง (4 ดาว) ชั้นสอง (3 ดาว) ชั้นสาม (2 ดาว) และชั้นประหยัด (1 ดาว) การบริหารงานในธุรกิจโรงแรมแบ่งเป็นงานบริการห้องพัก งานบริการอาหารและเครื่องดื่ม และงานบำรุงรักษา นอกจากนี้โรงแรมแล้วยังมีธุรกิจพักรวมประเภทอื่นๆ เช่น โมเต็ล บ้านแบ่งให้เช่า รีสอร์ท คอนโดมิเนียม เกสต์เฮาส์ ที่พักแรมแบบถือกรรมสิทธิ์ร่วม เป็นต้น

2. ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม (Food and Beverage) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง ธุรกิจในการให้บริการอาหารและเครื่องดื่มสำหรับคนเดินทาง นักท่องเที่ยวหรือประชาชนทั่วไป โดยจัดเตรียมที่นั่งให้ผู้บริโภคสามารถรับประทานอาหารภายในสถานที่ที่ให้บริการ หรืออาจให้บริการบรรจุอาหารใส่กล่องเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปรับประทานที่อื่นได้ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มแบ่งเป็นภัตตาคาร ร้านอาหาร ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมในศูนย์การค้า ในห้างสรรพสินค้า ในสนามบิน/สถานีขนส่ง/สถานีรถไฟ และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มบนพาหนะในระหว่างเดินทาง การบริหารงานธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มประกอบด้วย การกำหนดรายการอาหารและราคา การจัดซื้อ การจัดเก็บและเบิกจ่าย การผลิตอาหารและสุขภาพ การบริการและการตลาด

3. ธุรกิจคมนาคมขนส่ง (Transportation) ธุรกิจคมนาคมขนส่ง หมายถึง ธุรกิจการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งด้วยพาหนะขนส่ง โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจคมนาคมขนส่งแบ่งออกเป็นการคมนาคมขนส่งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ ธุรกิจคมนาคมขนส่งทางบกประกอบด้วยรถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล รถเช่า และรถโดยสาร การเดินทางท่องเที่ยวทางบกได้รับความนิยมมากเนื่องจากสะดวก รวดเร็ว และช่วยให้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย ธุรกิจคมนาคมขนส่งทางน้ำจะใช้เรือเป็นพาหนะ เช่น เรือเดินทะเล เรือข้ามฟาก เรือใบ เรือยอร์ช เรือล่องแม่น้ำ และเรือสำราญ ซึ่งกำลังได้รับความนิยมเนื่องจากเป็นเรือขนาดใหญ่ที่ประกอบด้วยสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ครบครัน ได้แก่ ห้องพัก ห้องอาหาร โรงภาพยนตร์ ดิสโก้เทค ไนต์คลับ สถานที่ออกกำลังกายและเล่นกีฬาต่างๆ ร้านอาหาร และร้าน

ขายสินค้า สำหรับธุรกิจคมนาคมขนส่งทางอากาศเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้าประเทศหรือเดินทางระยะไกลโดยใช้เครื่องบินเป็นพาหนะ ธุรกิจคมนาคมขนส่งทางอากาศประกอบด้วยสนามบิน การควบคุมการจราจรทางอากาศ สายการบินต่างๆ และผู้ผลิตเครื่องยนต์และเครื่องบิน

4. ธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operator) ธุรกิจนำเที่ยว หมายถึง ธุรกิจเกี่ยวกับการจัดนำเที่ยว การให้บริการหรือการอำนวยความสะดวกเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม ที่พักนเจอร์ หรือการบริการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งธุรกิจนำเที่ยวอาจขายบริการแก่นักท่องเที่ยวเองโดยตรงหรือขายผ่านตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ คือ การจัดนำเที่ยวภายในประเทศ การจัดนำเที่ยวต่างประเทศและการจัดนำเที่ยวในประเทศของนักท่องเที่ยวต่างชาติ การบริหารงานจัดนำเที่ยวประกอบด้วยการบริหารทั่วไป การวางแผนและการจัดนำเที่ยว การตลาดและการขาย และการบัญชีและการเงิน

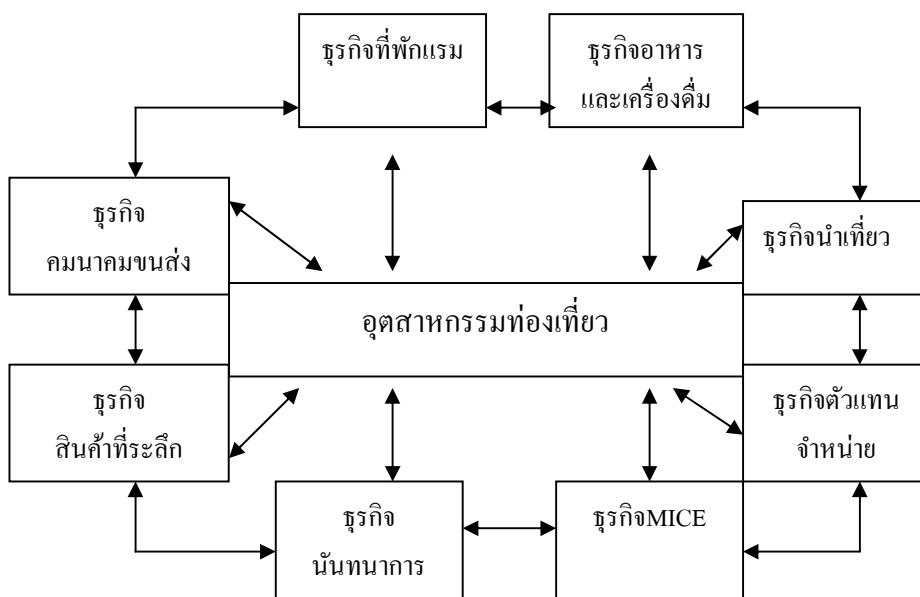
5. ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว (Travel Agent) ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว หมายถึง การประกอบกิจการในรูปของตัวแทนที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการในนามของธุรกิจท่องเที่ยว โดยได้รับค่านายหน้าเป็นการตอบแทน จึงเป็นผู้ที่อยู่ตรงกลางระหว่างผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภทใหญ่ คือ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารสายการบิน ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ และตัวแทนสายการบิน การบริการงานตัวแทนจำหน่ายประกอบด้วย งานขายและบริการส่วนหน้า และระบบบัญชีในส่วนหลัง

6. ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง (Souvenirs) ธุรกิจสินค้าที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง หมายถึง ธุรกิจผลิตและจำหน่ายสินค้าที่นักท่องเที่ยวซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน เพื่อเป็นที่ระลึกของฝาก หรือแม้แต่เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน สินค้าที่ระลึกมักถูกพัฒนาขึ้นมาจากศิลปหัตถกรรมของแต่ละท้องถิ่นที่แสดงเอกลักษณ์ความเป็นอยู่ของท้องถิ่น โดยใช้วัสดุที่หาได้ในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบ และใช้แรงงานฝีมือคนท้องถิ่น การบริหารงานสินค้าที่ระลึกประกอบด้วย การผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ การตลาดและการขาย การบัญชีและการเงิน

7. ธุรกิจนันทนาการ (Recreation) หมายถึง การประกอบธุรกิจการให้บริการเพื่อความเพลิดเพลิน สนุกสนานและบันเทิงสำหรับคนเดินทางหรือนักท่องเที่ยว ประกอบด้วยสวนสนุกในรูปแบบต่างๆ (amusement parks) สถานบันเทิง (entertainment) เช่น ไนต์คลับ บาร์ ดิสโก้เทค คาสีโน โรงภาพยนตร์และโรงละคร และสนามกีฬา (sport) ที่นักท่องเที่ยวเดินทางไปเล่นหรือแข่งขันกีฬา หรือไปเที่ยวเพื่อชมการแข่งขันกีฬาที่จัดขึ้นเป็นเทศกาลต่างๆ เช่น กีฬา เอเชียนเกมส์ โอลิมปิก เป็นต้น

8. ธุรกิจการจัดประชุม นิทรรศการ และการท่องเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล (Meeting Incentive Convention and Exhibition : MICE) หมายถึง ธุรกิจให้บริการจัดประชุมแก่กลุ่มหรือสมาคมหรือบริษัทที่ต้องการจัดประชุมซึ่งมักมีวัตถุประสงค์ที่แน่นอนล่วงหน้า ธุรกิจการจัดนิทรรศการหรืองานแสดงสินค้า และธุรกิจจัดนำเที่ยวเป็นหมู่คณะให้พนักงานบริษัทเป็นการตอบแทนการทำงานสำเร็จตามเป้าหมายของบริษัทหรือองค์กร โดยบริษัทเป็นผู้รับผิดชอบค่าใช้จ่ายทั้งหมดหรือส่วนหนึ่ง ผู้ประกอบการต่างๆ ในธุรกิจการประชุมและนิทรรศการ ได้แก่ ผู้จัดงานการประชุมมืออาชีพ ผู้จัดแสดงสินค้ามืออาชีพ ศูนย์ประชุม โรงแรมที่จัดประชุม ผู้รับเหมาในการออกแบบตกแต่งและติดตั้งระบบต่างๆ เช่น ระบบแสงเสียง ระบบสื่อสาร เป็นต้น ผู้ดำเนินการขนส่งสินค้าและผู้ประกอบการคมนาคมขนส่ง เช่น สายการบิน รถเช่า รถแท็กซี่ เป็นต้น

ธุรกิจทั้งหมดที่กล่าวมานี้จะมีความสัมพันธ์และประกอบกันเป็นอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อมุ่งให้บริการแก่นักท่องเที่ยวและคนเดินทางดังแผนภาพต่อไปนี้



แผนภาพที่ 1 แบบจำลองอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ราณี อลิษฐ์กุล, อ้างแล้ว)

รูปแบบของการประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ธุรกิจการท่องเที่ยวสามารถจำแนกตามการประกอบการได้ 5 ประเภท ได้แก่ การประกอบการธุรกิจที่พักแรม การประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม การประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว การประกอบการธุรกิจนำเที่ยว การประกอบการธุรกิจตัวแทนจำหน่าย และการประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก โดยแต่ละกลุ่มมีรายละเอียดดังนี้

1. การประกอบการธุรกิจที่พักแรม

ธุรกิจที่พักแรม (Accommodation Business) เป็นองค์ประกอบหนึ่งที่สำคัญยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และได้รับการพัฒนารูปแบบมาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งความหมายของ “ธุรกิจที่พักแรมหรือธุรกิจโรงแรม” (Accommodation business or hotel business) หมายถึง กิจการที่จัดบริการด้านที่พักอาศัยแก่นักท่องเที่ยว กล่าวคือ ให้บริการด้านห้องพัก อาหารและเครื่องดื่ม ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวโดยคิดค่าตอบแทนเพื่อผลกำไรของกิจการ (วิษณุ บ่างสมบุญ, 2545)

ที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยวมีหลายรูปแบบ อาทิ “โรงแรม” ซึ่งหมายถึง ที่พักแรมที่สร้างขึ้นเฉพาะและแบ่งเป็นห้องพัก มีสิ่งอำนวยความสะดวกที่จำเป็นแก่นักเดินทางและเก็บค่าเช่าเป็นรายห้อง “เกสต์เฮาส์” หมายถึง ที่พักที่เจ้าของสถานที่จัดไว้ให้นักท่องเที่ยว ที่พักนี้อาจจะอยู่ในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ได้แก่ ลักษณะบ้านพักที่เจ้าของจัดส่วนหนึ่งไว้สำหรับบริการนักท่องเที่ยว หรือลักษณะคล้ายโรงแรมแต่วิธีการและระเบียบต่างๆ ไม่เข้มงวดมากเหมือนโรงแรม

ในปัจจุบัน นอกจากโรงแรมจะจัดอาหาร เครื่องดื่ม และที่พักแก่ผู้เดินทางแล้ว ประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ตั้งของโรงแรมสามารถเข้าไปใช้บริการอันหลากหลายที่มีอยู่โรงแรมได้เช่นกัน บริการที่จัดไว้ในโรงแรมนอกจากที่พักและอาหาร ได้แก่ สถานที่ประชุมสัมมนา สถานที่จัดนิทรรศการ สถานที่จัดเลี้ยง สถานที่ออกกำลังกาย แหล่งบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ สถานที่จำหน่ายเพื่อซื้อสินค้าและบริการต่างๆ เป็นต้น ดังนั้นจึงจะพบว่าในโรงแรมจัดให้มีบริการต่างๆ ให้แก่ลูกค้าของโรงแรมเพิ่มเติม เช่น บริการจัดรถ เรือ หรือพาหนะอื่น ๆ เพื่อการเดินทาง ร้านหนังสือและร้านขายของที่ระลึก ร้านเสริมสวยและห้องจัดเลี้ยง ห้องประชุมและห้องจัดเลี้ยง สระว่ายน้ำ สถานที่ออกกำลังกาย และสนามกีฬา ห้องอาหารนานาชาติและไนต์คลับ บริการนำเที่ยว ฯลฯ

ที่พักแรมเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว นอกจากนี้บริการอื่น ๆ ที่จัดไว้ในโรงแรมก็ยังคงครอบคลุมไปถึงองค์ประกอบด้านอื่นๆ ด้วย ดังนั้นมาตรฐานและบริการของที่พักแรมจะเป็นเครื่องดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมีวันพำนักเฉลี่ยสูงขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ระยะเวลาพำนักของนักท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์โดยตรงกับรายได้จากการท่องเที่ยว ถ้านักท่องเที่ยวไปพักที่ใดที่รู้สึกว่าจะสบายและมีความปลอดภัยแล้ว ความต้องการที่จะพัก ณ สถานที่นั้นนาน ๆ ย่อมหมายถึงการจับจ่ายใช้เงินของนักท่องเที่ยวในประเทศหรือท้องถิ่นนั้น ๆ นั่นเอง

ธุรกิจที่พักแรมมีความสัมพันธ์อย่างยิ่งกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การเพิ่มขึ้นของรายได้จากการท่องเที่ยว การเป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญ หรือการเติบโตของภาคเศรษฐกิจอื่นๆ เป็นผลกระทบต่อเนื่องมาจากการเจริญเติบโตของธุรกิจที่พักแรม และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ (วิษณุ บ่างสมบูรณ์, อ้างแล้ว)

1) การเพิ่มขึ้นของรายได้และการกระจายรายได้ การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวสูงถึง 285,000 ล้านบาท ในพ.ศ.2543 รายได้จำนวนนี้เป็นรายได้หมวดค่าที่พักและอาหารร้อยละ 24.16 และ 15.21 ตามลำดับ เงินจำนวนนี้จะหมุนเวียนก่อให้เกิดรายได้เพิ่มขึ้นอีกประมาณสองเท่าตัว ในสาขาอาชีพต่างๆ และกระจายไปตามภูมิภาคต่าง ๆ ทั่วประเทศตามแหล่งที่ตั้งของที่พักแรม

2) การสร้างงานและสร้างอาชีพ ทั้งในการสร้างงานทางตรงคือการจ้างพนักงาน เพราะธุรกิจที่พักแรมเป็นธุรกิจที่จำเป็นต้องใช้คนเพื่อทำงานบริการ หรือการสร้างงานทางอ้อม งานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจที่พักแรมทางอ้อม ได้แก่ งานการก่อสร้างอาคารที่พัก งานการเกษตรผลิตอาหารและดอกไม้ งานสถาบันการเงิน งานอุตสาหกรรมผลิตเครื่องใช้และอุตสาหกรรมสิ่งทอ งานคมนาคมขนส่งและการสื่อสาร ตลอดจนบริการสิ่งอำนวยความสะดวกอื่น ๆ

3) การพัฒนาสาธารณูปโภคสู่ท้องถิ่น การอำนวยความสะดวกสบายให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวได้รวดเร็วและปลอดภัย ต้องอาศัยการลงทุนที่สูงมาก เพื่อให้มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานต่าง ๆ เช่น การคมนาคม การสื่อสารที่ทันสมัย การไฟฟ้า-ประปา สนามบิน และที่พักแรมที่มีระดับบริการที่ทันสมัยได้มาตรฐานสากล รัฐบาลได้ใช้จ่ายงบประมาณในแต่ละปีเป็นจำนวนมาก เพื่อสร้างสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ ผู้ที่ได้รับประโยชน์จากเรื่องนี้ นอกจากเป็นนักท่องเที่ยวแล้ว ประชาชนในท้องถิ่นต่างๆ ทั่วประเทศก็ได้รับประโยชน์และมีมาตรฐานการดำรงชีวิตที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่องด้วย

4) รายได้ของรัฐในรูปแบบภาษีอากร การจ้างงานที่เพิ่มขึ้น และการเพิ่มขึ้นของรายได้ในอาชีพที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม นอกจากจะช่วยลดปัญหาการว่างงานและปัญหาสังคมด้านต่างๆ แล้ว รัฐ

ยังสามารถจัดเก็บภาษีในรูปแบบต่างๆ เช่น ภาษีที่คิดจากค่าบริการห้องพัก อาหาร และเครื่องดื่ม ภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาและภาษีเงินได้นิติบุคคลเพิ่มขึ้น รายได้ภาษีอากรที่เพิ่มขึ้นนี้ช่วยให้รัฐมีงบประมาณในการพัฒนาประเทศด้านต่างๆ เพิ่มขึ้น

5) การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ปัจจุบันธุรกิจที่พักแรมมีบทบาทเพิ่มขึ้นอย่างสำคัญในด้านการอนุรักษ์และฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมของชาติ โรงแรมขนาดใหญ่ที่เป็นที่พักแรมของนักท่องเที่ยวต่างประเทศได้มีส่วนเผยแพร่ศิลปวัฒนธรรมของชาติผ่านการตกแต่งอาคารและห้องพัก การออกแบบเครื่องแต่งกายของพนักงานและการอบรมพนักงานให้มีกิจกรรมรายแบบไทย ปัจจุบัน โรงแรมต่างๆ เป็นสถานที่จัดนิทรรศการทางศิลปวัฒนธรรมอย่างสม่ำเสมอ

ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมนั้น ที่พักแรมเป็นผู้มีส่วนร่วมทางตรงและทางอ้อมในการรักษาสภาพแวดล้อม เช่น การป้องกันและบำบัดน้ำเสีย การเชิญชวนและสนับสนุนให้สังคมตระหนักในด้านการรักษาสภาพแวดล้อมในโครงการด้านสิ่งแวดล้อมและอนุรักษ์พลังงานต่างๆ ผ่านการฝึกอบรมพนักงาน การจัดประชุมสัมมนา การเสนอความรู้และเชิญชวนแขกของโรงแรมช่วยกันรักษาสภาพแวดล้อม ฯลฯ นับว่าปัจจุบันธุรกิจโรงแรมได้ขยายบทบาทของตนเองไปสู่การดำเนินงานธุรกิจควบคู่กับการสืบทอดเจตนารมณ์ของสังคมอย่างสำคัญ

ประเภทของที่พักแรม

การจัดประเภทของที่พักแรมจะช่วยให้นักท่องเที่ยวได้รู้ถึงประเภทของการให้บริการและค่าใช้จ่าย เพื่อจะเลือกพักได้ตามวัตถุประสงค์และเหมาะสมกับสถานภาพทางเศรษฐกิจของตน ดังนั้น ในการจำแนกประเภทและระดับของที่พักแรมจึงมีเกณฑ์การแบ่งพอสรุปได้ดังนี้ (วิษณุ บ่างสมบูรณ์, อ้างแล้ว)

1) แบ่งตามระยะเวลาที่ลูกค้าเข้าพัก

1.1 โรงแรมสำหรับพักชั่วคราว (Transient Hotels) หมายถึง โรงแรมประเภทที่ลูกค้าเดินทางมาพักเป็นระยะเวลาสั้นๆ เพียงไม่กี่วัน เพื่อทำธุรกิจการค้า ท่องเที่ยวพักผ่อนหย่อนใจ ประชุมหรือสัมมนา เมื่อเสร็จสิ้นภารกิจก็จะเดินทางกลับ หรืออาจเป็นสถานที่สำหรับลูกค้าเข้าพักเพื่อรอเปลี่ยนเครื่องบินระหว่างการเดินทาง การพักของลูกค้าจะพักเพียงหนึ่งคืน หรือไม่เกินหนึ่งถึงสองสัปดาห์

1.2 โรงแรมสำหรับพักประจำ (Residential Hotels) หมายถึง โรงแรมประเภทให้ลูกค้าเข้าพักเป็นเวลายาวนาน 1 เดือน โดยคิดค่าเช่าเป็นรายเดือน ลักษณะห้องพักของโรงแรมประเภทนี้มีการจัดเป็นห้องชุด (Suite rooms) หรืออพาร์ทเมนต์ ภายในห้องมีครัวอยู่ด้วย นอกเหนือจากบริการห้องพักแล้วทางโรงแรมอาจมีบริการทำความสะอาด รานจำหน่ายอาหารและเครื่องดื่ม บริการ ซักรีดเสื้อผ้า เพื่อให้บริการแก่ลูกค้าอีกด้วย

2) แบ่งตามทำเลที่ตั้ง

2.1 โรงแรมในเมืองเล็ก (Small City Hotels) เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ที่เมืองเล็กๆ ส่วนใหญ่จะตั้งอยู่บริเวณชุมทางหรือใกล้สถานีรถไฟ สถานีขนส่ง ย่านธุรกิจการค้า ที่พักของนักท่องเที่ยว นักธุรกิจและผู้เดินทางผ่านเมือง ลักษณะบริการที่สำคัญและทำรายได้ให้แก่โรงแรมคืออาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากโรงแรมประเภทนี้มักเป็นที่พบปะสังสรรค์ของคนในท้องถิ่น

2.2 โรงแรมในเมืองใหญ่ (Large City Hotels) เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ซึ่งมีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และเป็นศูนย์กลางของธุรกิจทุกประเภท เช่น ศูนย์กลางการค้า การเงิน การปกครอง การท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่ง จึงมีผู้เดินทางมาที่เมืองใหญ่เป็นจำนวนมาก และทำให้มีความต้องการด้านที่พักแรมมาก โรงแรมในเมืองใหญ่มักจะมีขนาดของโรงแรมและสิ่งอำนวยความสะดวกแตกต่างกัน

ขนาดของโรงแรมที่มีตั้งแต่ขนาดเล็ก ห้องพักน้อยกว่า 100 ห้อง ไปจนถึงโรงแรมขนาดใหญ่มากที่มีห้องพัก 1,000-2,000 ห้อง ซึ่งหมายถึงว่าวันใดที่มีแขกเข้าพักเต็มและมีการใช้ห้องประชุมหรือห้องจัดเลี้ยงพร้อมๆ กันแล้ว โรงแรมจะต้องจัดพนักงานไว้บริการนับพันคน เพื่อบริการแขก 3,000-4,000 คนในเวลาเดียวกัน แต่ไม่ว่าโรงแรมจะมีขนาดใหญ่หรือเล็กก็ตาม บริการของโรงแรมก็คล้ายคลึงกัน คือ ต้องจัดห้องพักให้สะอาด และบริการแขกตั้งแต่การต้อนรับ การลงทะเบียนเข้าพัก การให้ข่าวสารข้อมูล และจัดสิ่งอำนวยความสะดวกให้แก่แขก ความแตกต่างของโรงแรมแต่ละแห่งก็คือ คุณภาพและจำนวนของอุปกรณ์เครื่องใช้ที่จัดให้แขก การออกแบบและการตกแต่งอาคารสถานที่และบริการต่างๆ ที่มีไว้บริการแก่แขก มีห้องประชุมขนาดต่างๆ มีสถานที่จอดรถกว้างขวาง บริการสื่อสารทั้งภายในและต่างประเทศ มีภัตตาคาร สถานที่บันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจ มีบริการทางการแพทย์ ร้านเสริมสวย และร้านค้าทุกประเภทให้แขกเลือกได้อย่างครบถ้วน

2.3 โรงแรมในสถานที่ตากอากาศ (Resort Hotel) โรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่ในสถานที่พักตากอากาศสำหรับการพักผ่อนหรือหาความเพลิดเพลิน โรงแรมอาจตั้งอยู่บริเวณภูเขาหรือชายทะเล ที่ผู้ไปพักสามารถเลือกพักผ่อนได้หลายแบบ โดยโรงแรมในสถานที่ตากอากาศมีสองแบบ คือ

- แบบแรก เป็นโรงแรมที่จัดบริการและสิ่งอำนวยความสะดวกทุกอย่างไว้พร้อม แขกที่เข้าพักสามารถพักผ่อน เล่นกีฬา ออกกำลังกาย หรือแสวงหาความบันเทิงทุกอย่างในโรงแรมโดยไม่ต้องออกไปข้างนอก บริการที่จัดไว้ เช่น สนามเทนนิส กีฬาโบว์ลิ่ง สนามกอล์ฟ สระว่ายน้ำ สนามขี่ม้า โรงภาพยนตร์ ดนตรี ฯลฯ

- แบบที่สอง เป็นโรงแรมที่ตั้งอยู่ใกล้กับสถานที่พักผ่อนตามธรรมชาติ เช่น ใกล้ชายหาด ภูเขา ทะเลสาบ หรือบ่อน้ำพุร้อน แขกที่มาพักโรงแรมนั้นเพราะสิ่งดึงดูดใจนอกโรงแรม

มากกว่า แม้ว่าโรงแรมจะมีสระว่ายน้ำ ภัตตาคาร หรือไนต์คลับ แต่แขกก็นิยมออกไปหาอาหารรับประทานตามร้านที่มีชื่อเสียงในท้องถิ่นมากกว่า

ปัจจุบันโรงแรมในสถานที่ตากอากาศเป็นคู่แข่งสำคัญของโรงแรมในเมืองใหญ่ เพราะในแหล่งท่องเที่ยวจะมีโรงแรมประเภทนี้ตั้งอยู่หลายโรงเป็นกลุ่มใกล้เคียงกัน และมีสถานที่สำหรับจัดประชุมสัมมนาได้ดีไม่แพ้โรงแรมในเมืองใหญ่ การเดินทางจากสถานที่พักไปสถานที่ประชุมก็สะดวก โรงแรมในสถานที่ตากอากาศจึงมีความได้เปรียบตรงที่การพักผ่อนตากอากาศเป็นของแถมสำหรับผู้เข้าพักโรงแรมประเภทนี้ ซึ่งโรงแรมในเมืองใหญ่ไม่มี

2.4 โรงแรมท่าอากาศยาน (Airport Hotels) การขยายตัวของโรงแรมประเภทนี้ สืบเนื่องจากการเติบโตของอุตสาหกรรมการบิน ท่าอากาศยานใหญ่ๆ จะตั้งอยู่ไกลจากตัวเมืองมาก จำเป็นต้องมีโรงแรมที่ตั้งอยู่บริเวณใกล้เคียงท่าอากาศยาน เพราะบางครั้งสายการบินต่างๆ ไม่สามารถบินได้ตามตารางเวลาที่กำหนดไว้ มีความจำเป็นต้องยกเลิกเที่ยวบิน หรือเลื่อนเวลาบินออกไปหลายชั่วโมง สายการบินต้องรับผิดชอบในการจัดหาที่พักและอาหารสำหรับผู้โดยสาร การขนย้ายผู้โดยสารจำนวนมากๆ ไปพักในเมืองทำได้ไม่ยักยัก ทั้งเวลาและค่าใช้จ่ายก็จำกัด โรงแรมท่าอากาศยานจึงมีประโยชน์ และมีความจำเป็นในกรณีนี้

2.5 โมเต็ล (Motels) คำว่า Motels มาจากคำว่า Motor Hotels ที่พักแบบนี้เดิมมีลักษณะเป็นห้องพักเล็กๆ และมีที่จอดรถหน้าห้องพัก ตั้งอยู่ริมทางหลวง เพื่อบริการแก่ผู้เดินทางมาทางรถยนต์และพร้อมที่จะจอดรถแวะพักระหว่างการเดินทาง

3) แบ่งตามระดับความหรูหรา

ในทวีปยุโรปและสหรัฐอเมริกา ที่พักแรมจะถูกจัดระดับโดยรัฐบาลหรือสมาคมที่เกี่ยวข้อง โดยมีเกณฑ์มาตรฐานด้านต่างๆ เป็นตัวกำหนดระดับ เช่น ขนาดของห้องพัก มาตรฐานการบริการ คุณภาพของพนักงาน ราคา ใช้สัญลักษณ์แทนระดับต่างๆ สัญลักษณ์สากลที่นิยมใช้คือ ระบบดาว (Star Rating System) การจัดแบ่งโรงแรมตามราคาและระดับความหรูหรา ดังนี้

3.1 โรงแรมชั้นพิเศษ (Duluxe) ใช้สัญลักษณ์ 5 ดาว เป็นโรงแรมระดับสูงสุด ดีเยี่ยมในด้านการให้บริการ ทั้งห้องพักที่ตกแต่งไว้อย่างสวยงาม หรรษา อุปกรณ์เครื่องใช้ สิ่งอำนวยความสะดวกมีคุณภาพดี มีรสนิยมน มีการใช้เทคโนโลยีสูง พนักงานมีความชำนาญสูง และมีจำนวนมาก จำนวนห้องพักต่อพนักงานเท่ากับ 1 ห้องต่อพนักงาน 2-3 คน

3.2 โรงแรมชั้นหนึ่ง (First Class) ใช้สัญลักษณ์ 4 ดาว เป็นโรงแรมที่มีห้องพักและการตกแต่งภายในห้องพักได้ระดับมาตรฐาน มีห้องชุด (Suite) จำนวนไม่มากนัก ขนาดของห้องโถงตลอดจน

ห้องอาหารมีขนาดเล็กกว่าเกณฑ์มาตรฐาน ส่วนบริการต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับดีได้มาตรฐาน มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย พนักงานได้รับการฝึกอบรมให้มีความชำนาญสูง จำนวนห้องพักต่อพนักงานเท่ากับ 1 ห้องต่อพนักงาน 1-2 คน

3.3 โรงแรมชั้นสอง (Second Class) หรือโรงแรมนักท่องเที่ยว (Tourist Class) ใช้สัญลักษณ์ 3 ดาว เป็นโรงแรมที่การบริการระดับปานกลาง โรงแรมประเภทนี้มีสิ่งอำนวยความสะดวกจำกัด ห้องโถงและห้องอาหารเล็ก มีการใช้เทคโนโลยีในการบริการบ้าง พนักงานมีความรู้และความชำนาญงานระดับปานกลางจำนวนห้องพักต่อพนักงาน เท่ากับ 1 ห้องต่อพนักงาน 14 คน

3.4 โรงแรมชั้นสาม (Third Class) ใช้สัญลักษณ์ 2 ดาว จัดเป็นโรงแรมระดับประหยัด คิดค่าบริการปานกลาง เนื่องจากภายในห้องพักแต่ละห้องมีอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกจำกัด บริการอื่นๆ มีน้อย โรงแรมประเภทนี้ไม่มีห้องพักชนิดพิเศษหรือห้องชุด (Suite) ห้องโถงและห้องอาหารขนาดเล็กภายในบริเวณโรงแรมสะอาดพอสมควร มีการใช้เทคโนโลยีระดับปานกลาง เช่น การใช้อุปกรณ์และเครื่องทุ่นแรง พนักงานมีความรู้และความชำนาญในงานบริการบ้างแต่ไม่มากนัก จำนวนห้องพักต่อพนักงานเท่ากับ 1 ห้องต่อพนักงาน 1 คน

3.5 โรงแรมชั้นประหยัด (Economy Class) ใช้สัญลักษณ์ 1 ดาว เป็นโรงแรมที่คิดค่าบริการถูกที่สุด เนื่องจากจัดให้มีบริการต่างๆ น้อยมาก ภายในห้องพักมีเฉพาะอุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกเท่าที่จำเป็น ตัวอาคารมักจะมีการใช้งานยาวนาน ทำให้สภาพภายนอกเก่า มีการใช้เทคโนโลยีค่อนข้างต่ำ พนักงานไม่ได้รับการฝึกอบรมให้มีความรู้และความชำนาญในการบริการ จำนวนห้องพักต่อพนักงานเท่ากับ 1 ห้องต่อพนักงาน 0.5 คน

4) แบ่งตามจำนวนห้องพัก

- 4.1 โรงแรมขนาดเล็ก เป็นโรงแรมที่มีห้องพักต่ำกว่า 30 ห้อง ส่วนใหญ่ตั้งอยู่ตามจังหวัดเล็กๆ
- 4.2 โรงแรมขนาดกลาง เป็นโรงแรมที่มีห้องพักมากกว่า 30 ห้อง แต่ไม่เกิน 100 ห้อง
- 4.3 โรงแรมขนาดใหญ่ เป็นโรงแรมที่มีห้องพัก ตั้งแต่ 100 ห้องขึ้นไป

2. การประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจบริการ “อาหารและเครื่องดื่ม” ซึ่งเป็นสินค้าบริโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับทุกคน และเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์จะขาดเสียไม่ได้ จึงเป็นสินค้าที่จำเป็นสำหรับผู้บริโภคทุกคน และนับวันจะทวีความสำคัญมากขึ้นสำหรับผู้บริโภค นักท่องเที่ยว และธุรกิจที่พักรวมจัดเป็นธุรกิจที่ได้รับความสนใจการลงทุนมากประเภทหนึ่ง

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม หมายถึง “ธุรกิจที่เกี่ยวกับการบริการอาหารและเครื่องดื่มทุกประเภท โดยอาจเป็นอาหารและเครื่องดื่มชนิดเดียวกันหรือหลายๆ ชนิดก็ได้ มีการประกอบอาหารและจำหน่ายอาหารที่สามารถรับประทานได้ทันที ทั้งนี้ไม่ว่าจะจัดสถานที่รับประทานไว้หรือไม่ก็ตาม” ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และอุตสาหกรรมท่องเที่ยวดังต่อไปนี้ (ทัศนีย์ ลีมสุวรรณ, 2545)

1) ความสำคัญในด้านเศรษฐกิจ

1.1 ช่วยนำรายได้สู่ประเทศ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มช่วยนำรายได้เข้าสู่ประเทศหลายทาง เช่น จากนักท่องเที่ยว การส่งสินค้าอาหารสำหรับร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และสำหรับผู้บริโภค รายได้ของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจากนักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยร้อยละ 16-18 ของรายได้จากการท่องเที่ยว

สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เมื่อติดใจและชื่นชอบอาหารไทยแล้ว ยังส่งผลต่อการขยายตัวด้านการส่งออกของส่วนผสมที่ใช้ในการปรุงอาหารไทย เช่น เครื่องเทศ สมุนไพร ประเภทตะไคร้ ข่า ขิง ใบมะกรูด และผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เช่น น้ำปลา กะทิ เป็นต้น และรวมถึงการเปิดกิจการร้านอาหารไทยในประเทศต่างๆ

1.2 ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่วัตถุดิบทางการเกษตร ผลิตผลทางการเกษตรหลากหลายชนิดสามารถแปรรูปเป็นวัตถุดิบ อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารสำเร็จรูปเพื่อใช้ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ทำให้มูลค่าของผลิตผลทางการเกษตรเพิ่มขึ้น และเป็นช่องทางตลาดสำหรับเกษตรกร นับว่าเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับประเทศไทยที่มีฐานการผลิตทางการเกษตร

1.3 ช่วยกระตุ้นการเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้อง เช่น อุตสาหกรรมห้องเย็นสำหรับเก็บรักษาอาหาร อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์สำหรับการผลิตภาชนะบรรจุอาหาร อุตสาหกรรมอุปกรณ์เครื่องใช้ เช่น อุปกรณ์ห้องครัว อุปกรณ์บนโต๊ะอาหาร อุตสาหกรรมสิ่งทอสำหรับอุปกรณ์ผ้า เช่น ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเช็ดปาก อุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผาสำหรับผลิตภาชนะใส่อาหาร รวมทั้งธุรกิจประเภทอื่นๆ เช่น ธุรกิจเกี่ยวกับการตกแต่ง การเงิน การธนาคาร เป็นต้น

1.4 ส่งเสริมการจ้างแรงงานเพิ่มมากขึ้น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่ใช้แรงงานจำนวนมาก งานส่วนใหญ่ยังไม่สามารถใช้เครื่องจักรทดแทนได้ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจึงช่วยส่งเสริมการจ้างแรงงานจำนวนมาก ทำให้ประชาชนมีงานทำ มีรายได้ ช่วยกระจายรายได้สู่ประชาชนในวงกว้าง

2) ความสำคัญด้านสังคมและวัฒนธรรม

2.1 อำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค อาหารเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่จำเป็น เป็นส่วนหนึ่งของการดำรงชีวิตประจำวันในครอบครัว ในสังคม และในระหว่างการเดินทาง ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มช่วยอำนวยความสะดวกในการประกอบอาหารและจัดบริการสำหรับผู้บริโภคในโอกาสต่าง ๆ

2.2 ส่งเสริมวัฒนธรรมเกี่ยวกับอาหารไทยให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น อาหารไทยจัดเป็นภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่เป็นมรดกตกทอดสืบต่อกันมา เป็นอาหารที่มีกลิ่นและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีรสชาติกลมกล่อมมีหลากหลายผสมผสานกัน ได้อย่างเหมาะสม เมื่อรับประทานแล้วไม่ทำให้เบื่อ และสามารถปรับรสชาติให้กลมกลืนกับความต้องการของผู้บริโภคชาติต่าง ๆ มีความประณีตในการปรุงแต่งและตกแต่งอาหาร และเป็นอาหารที่มีสีสันตามธรรมชาติที่สวยงาม ส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ใช้มีความหลากหลาย ให้คุณค่าของสารอาหารชนิดต่าง ๆ ตามหลักโภชนาการ และมีคุณค่าด้านสมุนไพรที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ส่งผลให้อาหารไทยเป็นที่รู้จักและนิยมชื่นชอบของชนชาติต่างๆ และประกอบกับอริยาศัยที่อ่อนโยน เอื้ออาทร ยิ้มแย้มแจ่มใสของคนไทย ทำให้ร้านอาหารไทยในต่างประเทศมีการขยายตัวเพิ่มขึ้น มีจำนวนมากกว่า 5,000 แห่ง

2.3 ส่งเสริมความเป็นอยู่ของประชาชนให้ดีขึ้น เมื่อประชาชนมีงานทำ มีรายได้ สามารถซื้อหาสินค้าอุปโภคบริโภคและบริการที่จำเป็นได้ย่อมส่งเสริมความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นด้วย

2.4 ยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ทางสังคมของท้องถิ่น การประกอบธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นเครื่องแสดงให้เห็นถึงความเจริญของบ้านเมือง หากมีการบริการที่ดี มีคุณภาพ มีความสะอาด ย่อมส่งเสริมการพัฒนาในส่วนอื่นของท้องถิ่นให้มีมาตรฐานสอดคล้องกันไปด้วย

3) ความสำคัญด้านอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

3.1 ช่วยอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะเดินทางไปทีใดก็ตาม จำเป็นต้องรับประทานอาหารอย่างน้อยวันละ 2-3 มื้อหลัก ๆ และอาจรวมอาหารว่างอีก 1-2 มื้อหรือมากกว่านี้ ดังนั้นการรับประทานอาหารจึงเป็นองค์ประกอบสำคัญส่วนหนึ่งที่นักท่องเที่ยว ผู้นำเที่ยวหรือผู้จัดรายการนำเที่ยวจะต้องคำนึง

3.2 เป็นสิ่งจูงใจอย่างหนึ่งสำหรับท่องเที่ยว อาหารสามารถนำมาใช้เป็นสิ่งจูงใจสำหรับนักท่องเที่ยว ในสถานที่บางแห่งที่อาหารท้องถิ่นเป็นที่รู้จักกันอย่างดี สามารถนำอาหารมาใช้เป็นสิ่งจูงใจสำหรับ นักท่องเที่ยว เช่น การไปรับประทานอาหารจีนที่ย่งกง การดื่มไวน์ที่มีคุณภาพที่ฝรั่งเศส หรือการลองลิ้มรส อาหารเนื้อแกะในออสเตรเลียและนิวซีแลนด์หรือเนื้อสัตว์นานาชนิดในอัฟริกาใต้ หรือแม้การจูงใจ ท่องเที่ยวภายในประเทศโดยไปลองชิมอาหารท้องถิ่นและซื้อหาอาหารเพื่อเป็นของฝาก เช่น หมูย่างเมือง ตรังที่จัดหัดครั้ง ขนมห่มอแกเมืองเพชรที่จังหวัดเพชรบุรี ข้าวหลามหนองมนที่จังหวัดชลบุรี หมูขยอบลที่ จังหวัดอุบลราชธานี ข้าวยาบักขี้ไต้เมืองคอนที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นต้น

3.3 ช่วยดึงดูดเงินตราจากนักท่องเที่ยว การจัดอาหารที่มีคุณภาพ การตกแต่งอาหารที่งดงาม วิธีการ รับประทานอาหารแบบไทยที่แตกต่างไปจากประเทศอื่นเป็นสิ่งดึงดูดให้นักท่องเที่ยวอยากทดลองและใช้ จ่ายเงินซึ่งจะเป็นการช่วยสร้างรายได้ให้แก่ประเทศ

3.4 ช่วยสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวไปยังสถานที่ต่างๆ พร้อมอาหารดีๆ ย่อมสร้างความประทับใจ นอกจากความประทับใจในการท่องเที่ยวสถานที่นั้นแล้วยังเกิดความประทับใจ อาหาร อยากที่จะรับประทานอีก ดังจะเห็นได้จากความเห็นของผู้ประกอบการเกี่ยวกับร้านอาหารใน ประเทศเยอรมนีว่าความนิยมของร้านอาหารไทยในประเทศเยอรมนีส่วนหนึ่งมาจากการที่ชาวเยอรมนีได้มี โอกาสมาท่องเที่ยวในประเทศไทย และเมื่อได้ทดลองอาหารไทยแล้วเกิดความชอบในรสชาติของอาหาร เมื่อกลับไปจะแสวงหาร้านอาหารไทยในเพื่อรับประทานอีก

3.5 ช่วยสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจที่เกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เช่น ธุรกิจที่พักแรม ใน ระยะแรกธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในสถานที่พักแรมจัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้พักแรม มากกว่าการคำนึงถึงการสร้างรายได้ ภายหลังจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญว่าแม้รายได้จากห้องพักจะเป็น รายได้หลักของสถานที่พักแรม แต่รายได้จากอาหารตามมาเป็นอันดับสองและมีศักยภาพที่จะเพิ่มให้สูงขึ้น ได้เพื่อชดเชยกับรายได้จากที่พักแรมที่อาจลดลงตามฤดูกาลหรือเสริมให้ผลประโยชน์โดยรวมดีขึ้น มีการ ขยายการบริการสู่ผู้บริโภครวมที่ไม่ใช่ผู้พักแรมในหลายลักษณะ เช่น การจัดเลี้ยงในโอกาสพิเศษ การจัดงาน ประชุม การบริการอาหาร โดยอาศัยจุดเด่นของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของ โรงแรมเป็นสิ่งจูงใจ รวมทั้งมาตรฐานการบริการที่เป็นสากล

ประเภทของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีพัฒนาการในหลายรูปแบบ โดยมีความพยายามตอบสนองความ ต้องการของผู้บริโภคในทุกด้าน จึงทำให้การดำเนินธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีลักษณะแตกต่างกันมากและ

สามารถจัดแบ่งประเภทได้หลายแบบ ในที่นี้จะจัดแบ่งประเภทของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มตามลักษณะของการบริการ ในที่นี้จะจัดแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นภัตตาคารเดี่ยว ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่อยู่ในโรงแรม และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างเดินทาง ดังต่อไปนี้ (ทัศนีย์ ลีมสุวรรณ, อ้างแล้ว)

1) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่เป็นภัตตาคารเดี่ยว (Stand-alone restaurant) เป็นภัตตาคารหรือร้านอาหารทั่วไปที่ตั้งเป็นเอกเทศ จัดแบ่งออกได้รูปแบบการบริการออกเป็น 3 ประเภท คือ

1.1 ภัตตาคารที่มีการบริการเต็มรูปแบบ (Full service restaurant) เป็นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่มีการบริการครบสมบูรณ์ คือ มีพนักงานบริการทุกขั้นตอน พนักงานผ่านการอบรมอย่างดี แต่งกายสะอาด เรียบร้อย การบริการและบรรยากาศดีมาก รายการอาหารมีให้เลือกหลายชนิด การประกอบอาหารและการใช้วัสดุอุปกรณ์ต่าง ๆ มีความพิถีพิถันสูง แบ่งออกเป็นประเภทย่อยได้อีกหลายประเภท ขึ้นอยู่ลักษณะอาหาร การบริการ บรรยากาศ การตกแต่ง และระดับความหรูหราหรือความเป็นพิธีการ เช่น ภัตตาคารชั้นดี (Gourmet restaurant หรือ Classical restaurant) ภัตตาคารชำนาญพิเศษ (Specialty restaurant) ภัตตาคารอาหารท้องถิ่นหรืออาหารประจำชาติ (Ethnic restaurant) ภัตตาคารแบบครอบครัว (Family style restaurant) ภัตตาคารที่มีรูปแบบเฉพาะ (Theme restaurant) ภัตตาคารสำหรับสมาชิก (Member club หรือ Private club) เป็นภัตตาคารที่จัดให้สำหรับสมาชิก และภัตตาคารทั่วไป

1.2 ธุรกิจที่มีการบริการกึ่งรูปแบบหรือกึ่งบริการ (Semi service restaurant) เป็นธุรกิจที่มีการบริการของพนักงานบางส่วนและส่วนที่ไม่มีพนักงานบริการ ลูกค้าจะต้องช่วยเหลือตนเอง อาหารมักมีความเรียบง่าย ใช้อุปกรณ์น้อยชิ้น น่ารับประทาน พนักงานจึงไม่ต้องคอยดูแลมากนักเนื่องจากการรับคำสั่งอาหารและนำอาหารมาเสิร์ฟ สามารถแบ่งเป็นประเภทย่อยได้ดังนี้ คอฟฟี่ชอป (Coffee shop) การบริการอาหารแบบบุฟเฟต์ (Buffet) ภัตตาคารอาหารจานด่วนบางประเภท ฯลฯ

1.3 ภัตตาคารแบบบริการตนเอง (Self service restaurant) เป็นภัตตาคารที่มีรูปแบบการบริการแบบไม่มีพิธีรีตอง โดยให้ลูกค้าบริการตนเอง เช่น ในการสั่งอาหาร และนำอาหารไปรับประทานที่โต๊ะอาหาร โดยมากมักใช้กับสถานประกอบการที่ต้องการบริการคนจำนวนมากและใช้เวลารวดเร็ว เหมาะสำหรับลูกค้าที่ต้องการเร่งรีบ ได้แก่ การบริการอาหารแบบคาเฟ่ที่เรีย (Cafeteria) ศูนย์อาหาร (Food center) การบริการอาหารจานด่วนหรืออาหารทันใจ (Fast food restaurant)

2) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม การบริการอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมถือเป็นต้นแบบของการบริการอาหารในมาตรฐานระดับสากล การบริการเน้นอาหารที่ปรุงพิเศษ พนักงานดี ตกแต่งดี มีการบริการหลายรูปแบบ เช่น ห้องอาหาร (Dining room) โดยอาจเป็นห้องอาหารทั่วไป หรือห้องอาหารที่เป็นภัตตาคารชั้นดีหรือภัตตาคารชำนาญพิเศษที่มีพนักงานบริการเต็มรูปแบบ นอกจากนี้ยังมีการบริการแบบกึ่ง

รูปแบบ เช่น การบริการบุฟเฟ่ต์ การบริการในคอฟฟี่ชอปและเลาจน์ (Lounge) สำหรับบริการอาหารว่างและเครื่องดื่ม บาร์ (Bar) สำหรับบริการเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ การบริการในห้องพัก (Room service) และการบริการจัดเลี้ยง (Banquet) สำหรับโอกาสพิเศษต่างๆ ในระยะแรก ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรมมุ่งในการอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้มาพักแรมมากกว่าการมุ่งในเชิงธุรกิจ เพราะถือว่ารายได้ค่าห้องพักเป็นรายได้หลัก ในระยะหลังได้ให้ความสำคัญกับแผนกอาหารและเครื่องดื่มมากยิ่งขึ้น มุ่งทั้งลูกค้าที่มาพักแรมและลูกค้าทั่วไป เพื่อใช้ประโยชน์จากสถานที่ของโรงแรมซึ่งมักกว้างขวางและมีเสียงในโอกาสต่าง ๆ เช่น งานแต่งงาน งานพบปะสังสรรค์ งานแสดงความยินดี งานจัดเลี้ยงในการประชุม งานบริการในช่วงเวลาเทศกาลหรือวันพิเศษต่างๆ

3) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในระหว่างเดินทาง เป็นธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่พบได้ในเส้นทาง การเดินทางและในยานพาหนะเดินทางต่างๆ เช่น การบริการอาหารและเครื่องดื่มในเครื่องบิน รถไฟ รถทัวร์ เรือ ลักษณะของอาหารและการบริการขึ้นกับมาตรฐานของพาหนะ ค่าโดยสาร และระยะเวลาที่ใช้ในการเดินทาง อาหารที่เลือกมาบริการควรคำนึงถึงความสะดวกในการขนส่ง เคลื่อนย้าย การเตรียมก่อนการเสิร์ฟ ที่ต้องอาศัยพื้นที่ทำงานแคบจำกัดเนื้อที่ และความสะดวกในการรับประทานของผู้โดยสาร หากเป็นช่วงระยะเวลาสั้นอาหารมักเป็นรูปแบบง่าย รับประทานสะดวก ประเภทอาหารว่าง นอกจากนี้การบริการ ณ สถานที่ที่เป็นจุดเริ่มต้น กลางทางหรือปลายทางของเดินทางได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น การบริการอาหารและเครื่องดื่มที่สถานีรถไฟ สถานีรถปรับอากาศ สนามบิน ปั้มน้ำมัน เป็นต้น

4) ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มรูปแบบอื่นๆ มีการพัฒนารูปแบบของธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มอีกหลาย ชนิดที่แตกต่างจากที่กล่าวมาข้างต้น เช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มนำส่งถึงที่ ประเภทที่สามารถขับรถเข้าไปสั่งอาหารได้ (Drive-in) ฯลฯ

3. การประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

การคมนาคมขนส่ง หมายถึง การเคลื่อนย้ายคนและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง โดยเน้นกระบวนการขนย้าย ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่สามารถจับต้องได้ เป็นรูปแบบของการให้บริการ แต่บางครั้ง การคมนาคมขนส่งก็ถูกตีความในลักษณะที่ค่อนข้างกว้าง และเป็นคำที่หมายรวมถึงการคมนาคมขนส่ง เพื่อให้เกิดการติดต่อกันระหว่างผู้คนในสังคม อาทิ การสื่อสาร มีผู้ให้คำนิยามของการคมนาคมและการขนส่งได้ ดังนี้

ชุกลิน อุณวิจิตร (2536) กล่าวว่า การขนส่งผู้โดยสาร คือ การนำหรือเคลื่อนย้ายคนจากที่หนึ่งไปสู่ที่หนึ่ง โดยอาศัยสื่อกลางการเดินทางประเภทต่าง ๆ ทั้งนี้ผู้ทำการขนส่งจะต้องดำเนินการส่งผู้โดยสารให้ถึงจุดหมายปลายทางภายใต้ราคาและเงื่อนไขที่ได้ตกลงกันไว้

ประชด ไกรเนตร (2544 อ้างใน รชพร จันทรสว่าง, อ้างแล้ว) ระบุความหมายของการขนส่งผู้โดยสาร คือ การจัดให้มีการเคลื่อนย้ายบุคคลด้วยเครื่องมืออุปกรณ์การขนส่งจากที่แห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งตามความประสงค์ของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งประกอบด้วยลักษณะ 3 ประการคือ (1) เป็นกิจกรรมที่ต้องมีการเคลื่อนย้ายบุคคลจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง (2) เป็นการเคลื่อนย้ายที่ต้องกระทำด้วยอุปกรณ์การขนส่ง คือ ยานพาหนะที่ใช้ในการขนส่ง และ (3) เป็นการเคลื่อนย้ายที่ต้องเป็นไปตามความประสงค์ของบุคคลที่ต้องการขนส่ง

นอกจากนี้ ประชด ไกรเนตร ยังได้กล่าวถึง ความต้องการเดินทางของมนุษย์ในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ ประกอบด้วยวัตถุประสงค์สำคัญ คือ การเดินทางเพื่อไปประกอบอาชีพ การเดินทางเพื่อกลับบ้าน การเดินทางเพื่อไปศึกษาหาความรู้ การเดินทางเพื่อซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคมายังชีพ การเดินทางเพื่อธุรกิจส่วนตัว การเดินทางเพื่อติดต่อสังสรรค์กับผู้อื่น การเดินทางเพื่อการท่องเที่ยว ฯลฯ

จากจุดประสงค์ดังกล่าวจะเห็นว่าการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวเป็นวัตถุประสงค์อย่างหนึ่งของมนุษย์ ในการเดินทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ การคมนาคมขนส่งจัดเป็นส่วนหนึ่งในธุรกิจการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่สำคัญมาก การคมนาคมขนส่งที่เกิดขึ้นเป็นการขนส่งทั้งคนและสิ่งของไปยังจุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะการขนส่งนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางจากที่หนึ่งไปยังอีกหนึ่งเพื่อจุดประสงค์ทางการท่องเที่ยวโดยเฉพาะ

สำหรับความหมายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งเป็นปัจจัยพื้นฐานที่มีบทบาทในการส่งเสริมให้คนเดินทางท่องเที่ยวไปยังที่หมายด้วยวิธีที่หลากหลาย ดังที่ ราณี อิศัยกุล (อ้างแล้ว) กล่าวว่า ความหมายของการคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว หมายถึง “ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว เป็นธุรกิจการเคลื่อนย้ายผู้โดยสารและสิ่งของจากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่ง แบ่งออกเป็น การขนส่งทางบกซึ่งประกอบด้วย รถไฟ รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสาร และรถเช่า การขนส่งทางน้ำ และการขนส่งทางอากาศ”

จากความหมายข้างต้นสรุปได้ว่า ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวถือเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีส่วนสำคัญยิ่ง ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยเป็นธุรกิจที่อำนวยความสะดวกในการขนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังจุดหมายปลายทาง รวมถึงการขนย้ายนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว และจากสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่งด้วยวิธีอันหลากหลาย ทั้งการขนส่งทางบกและทางอากาศ เพื่อให้แก่นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด

การคมนาคมขนส่งเป็น โครงสร้างพื้นฐาน (Infrastructure) ที่สำคัญในการพัฒนาประเทศและมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว โดยการคมนาคมขนส่งมีผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนี้ (รชพร จันทร์สว่าง, อ้างแล้ว)

1) การคมนาคมขนส่งที่ขยายตัวไปยังพื้นที่ต่างๆ ทำให้การเดินทางของนักท่องเที่ยวเติบโตตามไป เนื่องจากการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก รวดเร็ว สามารถนำนักท่องเที่ยวเข้าถึงจุดหมายปลายทางได้มากขึ้น ขณะเดียวกันการท่องเที่ยวก็ส่งผลให้มีการสร้างถนนหนทางเปิดช่องทางการคมนาคมขนส่งเข้าไปยังแหล่งที่ห่างไกลความเจริญได้สะดวกขึ้น

2) การคมนาคมขนส่งช่วยอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว หรือการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การคมนาคมขนส่งที่หลากหลายเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้น สร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางหนึ่ง

3) การคมนาคมขนส่งช่วยอำนวยความสะดวกของนักท่องเที่ยว ในการเดินทางท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว หรือการเดินทางระหว่างสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่ง การคมนาคมขนส่งที่หลากหลายเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือกมากขึ้น สร้างแรงจูงใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางหนึ่ง

4) การคมนาคมขนส่งที่สะดวก รวดเร็ว ช่วยประหยัดเวลาให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวได้ทั่วถึง มีผลทำให้เกิดแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวและบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก่อให้เกิดการรับรู้และความเข้าใจที่กว้างขวางขึ้น ส่งผลต่อสภาพสังคมท้องถิ่นนั้น

การคมนาคมขนส่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศในทุกด้าน ทั้งทางเศรษฐกิจ สังคม ความมั่นคง การเมือง รวมทั้งอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งถือว่าเป็นอุตสาหกรรมหนึ่งที่น่ารายได้มาสู่ประเทศไทย สูงสุดอันดับหนึ่ง ดังนั้น การดำเนินธุรกิจเพื่อการท่องเที่ยวจึงควรทราบประเภทการคมนาคมขนส่ง ผู้โดยสาร ทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อเป็นพื้นฐานประกอบการตัดสินใจเลือกวิธีการเดินทางเพื่อท่องเที่ยวให้มีประสิทธิภาพและตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวมากที่สุด เช่น ลักษณะการเดินทาง องค์ประกอบพื้นฐานของการขนส่งแต่ละประเภท อัตราประโยชน์ด้านเวลา สถานที่ และความสะดวกในการเดินทาง เป็นต้น

4. การประกอบการธุรกิจนำเที่ยว

ความหมายของธุรกิจนำเที่ยว ก็คือ การจัดการจัดทำรายการนำเที่ยว (Package Tour) ที่ประกอบด้วย การจัดหาวันหยุดพักผ่อนต่าง ๆ ในการเดินทาง จัดที่พักค้างคืน อาหาร ติดต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทาง ธรรมชาติ โบราณสถานและวัฒนธรรม ตลอดจนแหล่งบันเทิงเรีงรมย์ต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่ม โดยมีความหลากหลายให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้ซื้อ ได้มีโอกาสเลือกตามความต้องการของทุกเพศ ทุกวัย ให้ได้รับความสุขสนุกสนาน เพลิดเพลิน และอำนวยความสะดวกตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง โดยได้รับค่าจ้างแบบเหมาจ่ายในแต่ละรายการนำเที่ยวเป็นสิ่งตอบแทน (ชเนศ ศรีสถิตย์, 2545)

ลักษณะเฉพาะของธุรกิจนำเที่ยว มีดังนี้ (ชเนศ ศรีสถิตย์, อ้างแล้ว)

- 1) สินค้าที่มีลักษณะเป็นนามธรรม ไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ลูกค้าจะซื้อจากจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึกส่วนตัว และประสบการณ์
- 2) สินค้ามีเอกลักษณ์ มีเฉพาะแบบเดียวไม่เหมือนใคร ไม่ว่าจะเป็นสิ่งดึงดูดใจทางธรรมชาติ (Natural Attractions) หรือสิ่งดึงดูดใจที่มนุษย์สร้างขึ้น (Man-made Attractions) ซึ่งอาจมีบางส่วนที่สร้างเลียนแบบจนดูเหมือนกัน หรือคล้ายคลึงกันได้ แต่ผู้ขายก็ต้องพยายามเลือกสรร ใช้กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่างในสินค้าให้มีความแปลกแตกต่างจากสินค้าของคู่แข่ง และอยู่ในความนิยมของลูกค้าเพื่อรักษาตลาดไว้
- 3) การผลิตและบริโภคสินค้าเกิดขึ้นในเวลาและสถานที่เดียวกัน เช่น การเดินทางโดยเครื่องบิน การเข้าพักโรงแรม ลูกค้าจะสามารถบริโภคได้ในเวลาและสถานที่ที่กำหนดเท่านั้น
- 4) กระบวนการซื้อขายสินค้าและการบริการไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เช่น การซื้อรายการนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องให้บริการตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนกลับถึงบ้านหรือกลับมาถึงจุดเริ่มต้นของการเดินทาง กระบวนการซื้อขายจึงสิ้นสุดลง การเดินทางโดยเครื่องบิน และการเข้าพักในโรงแรมก็เช่นเดียวกัน ผู้ซื้อจะได้รับการบริการตลอดเวลาการบริโภคสินค้า
- 5) สินค้ามีลักษณะ “เสีย” ถ้าลูกค้าไม่มาบริโภคหรือใช้บริการในเวลาที่กำหนด เช่น การยกเลิกการเดินทางของกลุ่มทัวร์ สินค้าและบริการจะถูกทิ้งไปเป็นลูกโซ่ตั้งแต่การยกเลิกเที่ยวบิน โรงแรม ร้านอาหาร และการนำชมสถานที่ต่าง ๆ ถ้าไม่มีลูกค้าอื่นมาซื้อสินค้าและบริการทันในเวลานั้นสินค้าและบริการนั้นก็เสียไป รายได้สูญเปล่า ไม่มีโอกาสในการขายมากเหมือนสินค้าอื่น

6) สินค้าการท่องเที่ยวจะขายได้มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับฤดูกาล สภาพภูมิอากาศ เวลาของการบริโภค เช่น ที่พักแรมตามสถานที่ตากอากาศชายทะเลจะเต็มเฉพาะฤดูร้อน ในฤดูหนาวแทบไม่มีคนเข้าพัก ความต้องการเดินทางโดยเครื่องบินวันจันทร์หรือวันศุกร์จะมากกว่าเที่ยวบินวันอังคารถึงวันพฤหัสบดี

7) การซื้อขายสินค้าการท่องเที่ยวมักเป็นการซื้อขายร่วมกันในคราวเดียวกันถึงแม้จะต่างเจ้าของกัน จึงต้องการความร่วมมือทางธุรกิจสูง เช่น การซื้อขายตั๋วเครื่องบินและบริการเรือสำราญ (Fly Cruise Packages) และการซื้อขายสินค้าการท่องเที่ยวอย่างใดอย่างหนึ่ง ก่อให้เกิดการซื้อขายสินค้าและบริการในธุรกิจที่เกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การเดินทางโดยเรือสำราญ ลูกค้านักท่องเที่ยวและบริการอื่นๆ ที่ทำเรือที่จอดแวะ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ รถยนต์รับจ้าง ร้านขายสินค้าของที่ระลึก

ความสำคัญของธุรกิจนำเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการพัฒนาประเทศดังนี้ (ชเนศ ศรีสถิตย์, อ้างแล้ว)

1) ความสำคัญทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ก่อให้เกิดรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเข้าประเทศเป็นจำนวนมาก ก่อให้เกิดการหมุนเวียนและการกระจายรายได้ไปสู่ภูมิภาค กระตุ้นให้เกิดการผลิต และนำเอาทรัพยากรของประเทศ โดยเฉพาะของท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในอัตราสูงสุด ในรูปแบบของการผลิตสินค้าพื้นเมืองและสินค้าที่ระลึก ตลอดจนการบริการในท้องถิ่นนั้นๆ รวมทั้งธุรกิจท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ไม่สิ้นเปลืองวัตถุดิบ ผลผลิตขายได้ตลอดเวลาแล้วแต่ความเหมาะสมและความสามารถของผู้ขาย นอกจากนี้ยังช่วยกระตุ้นให้เกิดการผลิตเป็นวงจรหมุนเวียนภายในประเทศ ทำให้เกิดการสร้างงานสร้างอาชีพของประชาชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เป็นการลดการว่างงานลง ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลให้รัฐบาลได้รับรายได้ในรูปแบบของภาษีอากรประเภทต่าง ๆ

2) ความสำคัญต่อสังคม ได้แก่ มีส่วนในการส่งเสริมความสัมพันธ์ของมนุษยชาติ ก่อให้เกิดสันติภาพ ความเป็นมิตรไมตรีและความเข้าใจอันดีระหว่างเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน การท่องเที่ยวยังมีบทบาทในการพัฒนา สร้างสรรค์ความเจริญทางสังคมให้เกิดแก่ท้องถิ่น ทำให้มีการก่อสร้างสิ่งใหม่ ๆ มีการลงทุนทางด้านการผลิตเพื่อรองรับการบริการแก่ผู้มาเยือนท้องถิ่น ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการมีงานทำ จึงทำให้ผู้อยู่ในดีมีความสุขโดยทั่วกัน รวมทั้งยังก่อให้เกิดการอนุรักษ์ฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ก่อให้เกิดความภาคภูมิใจ ความสำนึกและตระหนักในคุณค่าของศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนการรักษาเอกลักษณ์ของชาติ ก่อให้เกิดความรู้สึกรักหวงแหนและรักษาผืนแผ่นดินที่อยู่อาศัยของตน

การท่องเที่ยวยังช่วยขจัดปัญหาความแตกต่างระหว่างเมืองกับชนบท ช่วยขจัดปัญหาการล้นไหลและเคลื่อนย้ายเข้ามาหางานทำหรือเลี้ยงชีพในเมืองของประชาชนในชนบท ตลอดจนช่วยให้ประชาชนในชนบทรู้จักใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ รู้จักใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น มาผลิตและประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ใน

รูปของสินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึกไว้สำหรับขายให้ผู้มาเยือน เป็นการหารายได้มาจุนเจือครอบครัวเพิ่มขึ้น

3) ความสำคัญต่อการเมือง โดยการเดินทางท่องเที่ยวก่อให้เกิดความรู้สึกถึงความมั่นคง ปลอดภัย เพราะการที่นักท่องเที่ยวจะเลือกเดินทางไปเยือนที่ใด ที่นั้นจะต้องมีความปลอดภัยเพียงพอ นอกจากนั้น การท่องเที่ยวเป็นวิถีทางที่มนุษย์ต่างสังคมจะได้พบปะ รู้จัก ทำความเข้าใจกัน การเดินทางไปมาหาสู่กันภายในประเทศทำให้ได้รู้จัก ค้นเคย รู้ปัญหา พึ่งพาอาศัยกัน เป็นการสร้างความรักความสามัคคีสามานฉันท์ของคนในชาติ ในทำนองเดียวกันการเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศจะเป็นการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรม เสริมสร้างความเข้าใจอันดีที่จะนำไปสู่ความเป็นเพื่อนร่วมโลกที่จะช่วยสร้างสรรค์สัมพันธไมตรี และเกิดสันติสุขในโลก

ประเภทของการจัดการธุรกิจนำเที่ยว

เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวเป็นธุรกิจที่สนองความต้องการของผู้คนจำนวนมากและมีความแตกต่างกันในแต่ละคน โดยมีขอบเขตกว้างขวางไปทั่วโลก ดังนั้นการให้บริการที่ดีและทั่วถึงจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดขอบเขต กำหนดประเภทของการให้บริการให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม เพื่อสะดวกในการดำเนินการของขั้นตอนต่าง ๆ ในการเดินทางทั้งภายในและนอกประเทศ ทั้งนี้เพื่ออำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวได้มากที่สุด โดยประเภทของการจัดการธุรกิจนำเที่ยว แบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ (ชเนศ ศรีสถิตย์, อ้างแล้ว)

1) การจัดการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ในประเทศไทย บริษัทนำเที่ยวไทยเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวทั้งหมด นับตั้งแต่การจัดรายการนำเที่ยว ติดต่อที่พัก ภัตตาคาร และยานพาหนะ ตลอดจนจัดหามัคคุเทศก์ หรือผู้ติดตามทัวร์

การจ้ดนำเที่ยวอาจจะเป็นแบบเข้าไป-เย็นกลับ หรือจัดในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือจ้ดตามเทศกาลงานประเพณีต่างๆ การจ้ดนำเที่ยวส่วนใหญ่นิยมจ้ดใช้รถโค้ช บางรายการที่เป็นระยะทางไกลอาจจะจ้ด โดยเครื่องบินไป-กลับ และใช้รถโค้ชนำเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยว ทำให้ไม่เสียเวลาเดินทาง แต่ราคาค่าบริการจะสูงขึ้น นอกจากนี้ยังจ้ดเป็นรายการนำเที่ยว (Package Tour) โดยได้รับความร่วมมือจากโรงแรมต่าง ๆ ปัจจุบันบริษัทนำเที่ยวไทยที่จัดการท่องเที่ยวประเภทนี้มีมากมาย ทำให้มีการแข่งขันกันสูงในด้านการจัดการและหาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ ๆ เป็นจุดขาย (ไกรสิทธิ์ ชาญณรงค์, 2534 อ้างถึงใน ชเนศ ศรีสถิตย์, อ้างแล้ว)

2) การจัดการธุรกิจนำเที่ยวเข้าประเทศ (Inbound Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวให้ชาวต่างประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยบริษัทนำเที่ยวของประเทศนั้น ๆ ติดต่อผ่านสาขาประจำประเทศไทยหรือบริษัทนำเที่ยวไทย บริษัทนำเที่ยวไทยทำหน้าที่เป็นตัวแทนจัดการท่องเที่ยวภาคพื้นดิน (Ground operation หรือ Land management) ให้กับบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ โดยจัดได้ 2 วิธี คือ

2.1 จัดตามความต้องการของบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยวไทยจัดเสนอขายบริการท่องเที่ยวต่าง ๆ ไปยังบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ซึ่ง ได้แก่

- จัดเป็น Package Tour
- จัดเป็น Package Tour สำหรับกลุ่มที่สนใจพิเศษ
- จัดโปรแกรมนำเที่ยวสำหรับ โอกาสพิเศษ หรือเทศกาลสำคัญ ๆ เช่น งานลอยกระทงที่สุโขทัย หรือเทศกาลอาหารทะเล (Sea Food Festival) ที่ภูเก็ต เป็นต้น
- จัด Package Tour ให้สำหรับผู้เข้าร่วมการประชุมที่จะจัดให้มีขึ้นในประเทศไทย
- จัดโปรแกรมให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสสัมผัสกับสิ่งแวดล้อมท้องถิ่น เช่น เยี่ยมชมชีวิตความเป็นอยู่ของชาวเผ่าต่าง ๆ ทางภาคเหนือ
- จัดโปรแกรมสำหรับรับประทานอาหารและผลไม้ไทย เป็นต้น
- จัดตามความต้องการขององค์กรหรือหน่วยงาน สำหรับเป็นรางวัลให้กับพนักงาน หรือตัวแทนธุรกิจ

การจัดการนำเที่ยวประเภทนี้ บริษัทนำเที่ยวไทยจะจัดการท่องเที่ยวให้ขณะที่อยู่ในประเทศไทย โดยจัดหาที่พักโรงแรม รีสอร์ท สโมสร และพานักท่องเที่ยวต่างประเทศไทยยังแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ติดต่อที่พ้กตามแหล่งท่องเที่ยว และจัดการเองอาหารให้มีความหลากหลายตลอดเวลาที่อยู่ในประเทศไทย และจัดมัคคุเทศก์ให้ร่วมเดินทางไปกับคณะ ตลอดจนการพาไปซื้อของที่ระลึก ส่วนรายการท่องเที่ยวก็จะ เป็นไปตามกำหนดที่ตกลงกันไว้ สิ่งสำคัญของบริษัทที่จัดท่องเที่ยวประเภทนี้จะต้องคำนึงถึง คือ ประสิทธิภาพในการจัดการ และมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพต้องสามารถพูดภาษาของนักท่องเที่ยว หรือภาษากลางที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมีความรู้กว้างขวางเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อสร้างศรัทธาและความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ

2.2 การจัดการธุรกิจนำเที่ยวนอกประเทศ (Outbound Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวไทยออกท่องเที่ยวยังต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยวไทยจะติดต่อบริการการท่องเที่ยวบริษัทนำเที่ยวไทยจะติดต่อบริการการท่องเที่ยวผ่านบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศ ซึ่งจะเป็นตัวแทนทางการท่องเที่ยวในต่างประเทศ ให้กับบริษัทนำเที่ยวไทย และจะเป็นผู้รับผิดชอบในการจ้ดนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวไทยขณะที่ท่องเที่ยว

อยู่ในต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยวไทยอาจจะติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวในการจัดนำเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวไทยขณะที่ท่องเที่ยวอยู่ในต่างประเทศ บริษัทนำเที่ยวไทยอาจจะติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวประเทศนั้น โดยตรง หรืออาจจะติดต่อผ่านตัวแทนการท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวไทยที่ใช้บริการเป็นประจำ ให้ทำหน้าที่จัดนำเที่ยวให้กับบริษัทนำเที่ยวของตน สำหรับบางประเทศที่บริษัทนำเที่ยวมีเจ้าของเป็นบริษัทนำเที่ยวไทยก็จะติดต่อโดยตรง ซึ่งจะได้ผู้ติดตามเป็นผู้รับผิดชอบในด้านการทำการตลาด การส่งเสริมการขาย การขาย และการจัดยานพาหนะจากต้นทางไปยังจุดหมายปลายทาง ส่วนการจัดการท่องเที่ยวในประเทศนั้นๆ บริษัทนำเที่ยวตัวแทนจะเป็นผู้จัดการทั้งหมด

การจัดนำเที่ยวสามารถจัดได้หลายรูปแบบ ตามขนาด วิธีการ และวัตถุประสงค์ ดังนี้ (ชเนศ ศรีสถิตย์, อ้างแล้ว)

1) จัดตามขนาด

1.1 การจัดนำเที่ยวเป็นกลุ่ม (Group Tour หรือ Escort Tour) เป็นการจัดนำเที่ยวเป็นกลุ่มให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยว การจัดบริการเป็นกลุ่มจะมีผู้นำเที่ยวมีอาชีพไปด้วยกับคณะนักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยวจะจัดนำเที่ยวไปจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวที่สำคัญๆ ของโลก

การจัดนำเที่ยวจะเป็นไปตามวัตถุประสงค์ต่างๆ ไม่ว่าจะเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลิน หรือตามความสนใจพิเศษ เช่น ท่องป่าซาฟารี ชมดอกซากุระบาน ชมดอกทิวลิป ชมดอกบัวตองบาน หรือไปจาริกแสวงบุญที่สถานศักดิ์สิทธิ์ของศาสนาต่าง ๆ เช่น การไปสักการะสังเวชนียสถานเมกกะของผู้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เป็นต้น การจัดนำเที่ยวแบบนี้สามารถจัดได้หลายราคา ขึ้นอยู่กับงบประมาณของลูกค้าที่จะเลือกโปรแกรมให้เหมาะสมกับงบประมาณของตน

1.2 การจัดนำเที่ยวเป็นส่วนบุคคล (Independent Tour) เป็นการจัดนำเที่ยวพิเศษสำหรับผู้ที่ต้องการเดินทางตามลำพังไปยังจุดหมายปลายทางที่ต้องการและมีอิสระในการเดินทาง ไม่ต้องการมีรายการนำเที่ยวจัดไว้เป็นตารางเวลาแน่นอน โดยเฉพาะผู้ที่ต้องการเดินทางไปต่างประเทศ การจัดนำเที่ยวแบบนี้ลูกค้าที่ใช้บริการส่วนใหญ่จึงเป็นคนที่มีความรู้ที่จะจ้างให้บริษัทนำเที่ยว จัดการเดินทางกับบริษัทนำเที่ยวหรือบริษัทตัวแทนท่องเที่ยวได้มีการวางแผนเตรียมการล่วงหน้า โดยลูกค้าจะมีการปรึกษารายการหรือกับบริษัทนำเที่ยวถึงรายการนำเที่ยว โดยระบุว่าต้องการไปเที่ยวที่ไหน มีงบประมาณเท่าไร รวมถึงระดับของโรงแรมที่ต้องการ และสถานที่เยี่ยมชม การขนส่งระหว่างเมือง ตลอดจนเหตุการณ์พิเศษ เทศกาลหรือสิ่งที่น่าสนใจอื่น

2) จัดตามวิธีการ

2.1 การจ้ดนำเที่ยวแบบเหมาจ่าย (Package Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่รวมค่าใช้จ่ายในการเดินทาง ค่าที่พัก และค่าอาหารบางมื้อไว้ด้วยกัน นักท่องเที่ยวไม่จำเป็นต้องเดินทางเป็นกลุ่ม การจ้ดนำเที่ยวแบบนี้ไม่มีผู้นำเที่ยว นักท่องเที่ยวเมื่อเดินทางไปถึงจุดหมายปลายทางจะเป็นผู้กำหนดโปรแกรมการท่องเที่ยวตามสถานที่ที่น่าสนใจเข้าเยี่ยมชมหรือกำหนดวิธีการเดินทางเอง นักท่องเที่ยวจะมีอิสระในการท่องเที่ยวและพักผ่อน บริษัทนำเที่ยวจะเป็นผู้ทำหน้าที่ติดต่อธุรกิจผลิตสินค้าบริการท่องเที่ยวอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ยานพาหนะเดินทาง และยานพาหนะรับส่งระหว่างสนามบิน-โรงแรม-สนามบิน หรือการจองเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว บางครั้งอาจรวมถึงการเข้าชมการแสดงพิเศษหรืออาหารไว้ด้วย การจ้ดแบบ Package Tour นี้ บางครั้งโรงแรมก็นิยมจัด ในกรณีที่เป็นช่วงนอกฤดูกาลการท่องเที่ยว ห้องพักร้างมาก ทางโรงแรมจะจัดเป็น Package Tour รวมค่าห้อง อาหาร และบันเทิง ซึ่งอาจจะเป็นการแสดงหรือการเยี่ยมชมสถานที่ เพื่อเป็นจุดดึงดูดให้ลูกค้าเข้าพักเพิ่มมากขึ้น

2.2 การจ้ดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour) เป็นการจ้ดนำเที่ยวที่มีรายการนำเที่ยวตั้งแต่ออกเดินทางจนถึงเดินทางกลับ มีกำหนดการที่แน่นอนเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว เส้นทางการเดินทาง จุดแวะเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก และระยะเวลาการเดินทาง อาจจะจัดเป็นช่วงสั้นหรือช่วงยาวก็ได้ โดยจัดโปรแกรมท่องเที่ยวไว้หลากหลาย ให้นักท่องเที่ยวได้เลือกตามความต้องการ 3 วัน 5 วัน 7 วัน 10 วัน หรือ 15 วัน เป็นต้น แต่ละโปรแกรมจะระบุราคา จำนวนวันที่ใช้ในการเดินทาง วันเริ่มต้นและสิ้นสุดการเดินทาง ที่พักแรม สถานที่ท่องเที่ยวจะถูกกำหนดไว้ล่วงหน้า และส่วนใหญ่การเดินทางจะมีผู้นำเที่ยวติดตามไปด้วย และต้องจ่ายเงินค่าบริการทั้งหมดล่วงหน้าก่อนออกเดินทาง ซึ่งการคิดราคาบริการท่องเที่ยวรวมถึงการใช้จ่ายทุกอย่าง ตั้งแต่ออกเดินทางจนกลับไม่นับค่าใช้จ่ายส่วนตัวของนักท่องเที่ยว (Reilly,1991:8)

การจ้ดนำเที่ยววิธีนี้เป็นกรจ้ดนำเที่ยวในราคาประหยัด เพราะบริษัทซื้อเป็นจำนวนมากล่วงหน้า แต่อย่างไรก็ตามการจ้ดนำเที่ยววิธีนี้มีความเสี่ยงสูง เพราะถ้ามีคนซื้อน้อยไม่ครบตามจำนวนที่ต้องการก็ออกเดินทางไม่ได้ ต้องยกเลิกโปรแกรมนั้น ๆ ไป แต่ถ้ามีความจำเป็นต้องออกเดินทางไม่ว่าด้วยเหตุผลใดก็ตามบริษัทจะต้องรับผิดชอบการขาดทุนในโปรแกรมนั้น ๆ

นอกจากนี้ การจ้ดนำเที่ยววิธีนี้สามารถจ้ดรายการนำเที่ยวโดยใช้ยานพาหนะหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นเครื่องบิน รถไฟ รถโค้ช หรือเรือ และรวมถึงการนั่งรถรางหรือรถไฟใต้ดิน ให้ลูกค้ามีประสบการณ์แปลกๆ ใหม่ๆ หลากหลาย วัตถุประสงค์ของการจ้ดรายการให้หลากหลาย เพื่อต้องการให้ลูกค้ามี

ประสบการณ์ได้เลือกซื้อตามรายการที่สนใจมากที่สุด เพราะเป็นการจัดสินค้าเพื่อวางขายหน้าร้าน จะขายได้มากน้อยขึ้นอยู่กับสินค้าว่าอยู่ในความสนใจของผู้บริโภคมากน้อยแค่ไหน

2.3 การจูงใจเที่ยวแบบเป็นรางวัล (Incentive Tour) เป็นการจูงใจเที่ยวให้กับพนักงานของบริษัท เพื่อเป็นรางวัลในการทำงาน (Coltman, 1989) หรือหน่วยต่าง ๆ ที่ต้องการจูงใจเที่ยวเพื่อเป็นรางวัล โบนัส หรือค่าตอบแทนความสำเร็จให้กับบุคคลหรือห้างร้านที่เป็นตัวแทนทางด้านธุรกิจการค้าที่สามารถทำธุรกิจการค้าได้ถึงเป้าที่กำหนด ทั้งนี้เพื่อเป็นสิ่งดึงดูดใจให้เกิดการแข่งขันการขายผลิตภัณฑ์ โดยให้รางวัลคือ การท่องเที่ยว การจูงใจเที่ยววิธีนี้ บริษัทหรือองค์กรจะเป็นผู้กำหนดงบประมาณ ระยะเวลา และจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว โดยบริษัทนำเที่ยวจะจัดโปรแกรมนำเที่ยวตามความต้องการขององค์กร ลูกค้ากลุ่มนี้ถือว่าเป็นลูกค้าที่มีศักยภาพที่ทำเงินให้กับบริษัท ดังนั้นกลุ่มบุคคลเหล่านี้จึงถือว่าเป็นกลุ่มพิเศษที่บริษัทนำเที่ยวต้องให้ความสนใจในการติดต่อเพื่อนำเสนอขายบริการ สำหรับบริษัทนำเที่ยวแล้วการจูงใจเที่ยววิธีนี้นับว่ามีความเสี่ยงน้อย เพราะเป็นการจูงใจเที่ยวตามคำสั่งขององค์กร ทำให้เชื่อมั่นว่าบริษัทมีรายได้จากการจัดการท่องเที่ยวครั้งนี้อย่างแน่นอน

2.4 การจูงใจเที่ยวแบบเช่าเหมาลำ (Charter Tour) การจูงใจเที่ยวแบบเช่าเหมาลำเป็นที่นิยมแพร่หลายในต่างประเทศ โดยบริษัทนำเที่ยวจะเช่าเหมาเครื่องบินทั้งลำ เพื่อรับนักท่องเที่ยวจากจุดหนึ่งไปยังจุดหมายปลายทางหนึ่ง จำนวนนักท่องเที่ยวจะต้องมีปริมาณมากพอที่จะเช่าเหมาเครื่องบินทั้งลำ ทางบริษัทนำเที่ยวจะต้องมั่นใจว่าสามารถหานักท่องเที่ยวได้มากพอกับการเช่าเหมาเครื่องบิน การจูงใจเที่ยวโดยการติดต่อเช่าเหมาเครื่องบินทั้งลำจะได้ราคาถูกกว่าซื้อจากเที่ยวบินประจำ ตัวอย่าง เช่น นักท่องเที่ยวจากประเทศอังกฤษหรือประเทศเยอรมนีเช่าเหมาเครื่องบินทั้งลำเป็นเที่ยวบินพิเศษเดินทางมาท่องเที่ยวยังภูเก็ตหรือเชียงใหม่ทั้งไป-กลับ โดยจัดรายการนำเที่ยวให้ตรงกับความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มา ซึ่งบริษัทนำเที่ยวต่างประเทศจะต้องติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวไทยให้จัดการนำเที่ยวภายในประเทศให้ ซึ่งการจัดการสำหรับรองรับคนเป็นจำนวนมากจำเป็นจะต้องมีการวางแผนเตรียม และจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ

3) จัดตามวัตถุประสงค์ การจูงใจเที่ยวสามารถจัดได้ตามวัตถุประสงค์ โดยกำหนดเป็นหัวข้อ (Theme) ของการจูงใจเที่ยวเกี่ยวกับการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรม นันทนาการ ประวัติศาสตร์ วิทยาศาสตร์ หรือสุขภาพ เช่น การท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ ได้แก่ การท่องเที่ยวแบบผจญภัย ขี่จักรยาน อาบน้ำแร่ เป็นต้น การจัดโดยกำหนดหัวข้อตามวัตถุประสงค์ของการจัดนี้เปลี่ยนไปทุกปี แต่สถานที่ท่องเที่ยวอาจจะเป็นที่เดิม เช่น จัดไปชมดอกไม้ จัดไปชมแหล่งวัดดูโบราณหรือศึกษาประวัติศาสตร์ หรือเพื่อลองรับประทานอาหารท้องถิ่น เป็นต้น โดยคิดถึงจุดที่จะนำมาเสนอขายของแหล่งท่องเที่ยวว่ามีอะไรบ้างที่จะ

เป็นจุดขายได้ เช่น ที่ภูเก็ตมีชายทะเล อาหารทะเล กิจกรรมทางน้ำ และเทศกาลกินเจ เป็นต้น ตัวอย่างการจัด
นำเที่ยวที่ดึงหัวข้อตามวัตถุประสงค์ เช่น

3.1 ท่องเที่ยวสนามรบ เป็นการจูงนำเที่ยวเพื่อเยี่ยมชมสนามรบ พิพิธภัณฑ์ สถานที่ประวัติศาสตร์
เกี่ยวกับการสู้รบ

3.2 ท่องเที่ยวฮันนีมูน เริ่มเป็นที่นิยม เป็นที่นิยมจัดในระยะหลังเพราะคู่สมรสใหม่ (หรือเก่า) นิยม
เดินทางท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ท แม้กระทั่งเรือสำราญจะเสนอรายการพิเศษให้คู่ฮันนีมูน การจัดกิจกรรม
จะหลากหลายให้เลือก นับตั้งแต่ล่องเรือ จนถึงเดินป่าผจญภัย

3.3 ท่องเที่ยวศึกษาธรรมชาติ เป็นการเดินทางท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติพร้อม
ศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ของสิ่งที่มีชีวิตรอบๆ เช่น ศึกษาวงจรชีวิตของแมลง การเจริญเติบโตของพืชต่างๆ
ศึกษานกชนิดต่างๆ เป็นต้น

3.4 ท่องเที่ยวถ่ายภาพ ให้บริการสำหรับผู้สนใจถ่ายภาพ โดยบริษัทนำเที่ยวจะจัดรายการให้
สัมผัสสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นพืชพรรณไม้ หรือสัตว์ต่างๆ ตลอดจนทิวทัศน์ที่สวยงาม โดยอาจมี
รายการล่องเรือชมสัตว์ ต้นไม้หรือธรรมชาติ หรือสถานที่ที่ร่ำกหักพังทางประวัติศาสตร์ เพื่อให้ลูกค้าได้มี
โอกาสได้เลือกถ่ายภาพตามจุดที่ตนสนใจ และได้ท่องเที่ยวในเวลาเดียวกัน

3.5 ท่องเที่ยวดำน้ำ จัดบริการสำหรับผู้สนใจท่องเที่ยวทะเลลึกได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมนี้ ซึ่งบริษัท
นำเที่ยวจะจัดเตรียมอุปกรณ์ดำน้ำ และจัดครูสอนสำหรับผู้เริ่มดำน้ำ

3.6 ท่องเที่ยวผจญภัย เช่น ปีนเขา ล่องแพ ขี่จักรยาน หรือเล่นสกีที่อาจจะจัดเฉพาะผู้หญิงล้วน โดย
มีการจัดอบรมและสอนการเล่นสกีให้กับผู้หญิงสอนโดยผู้หญิง เป็นต้น

3.7 ท่องเที่ยวเดินชม (Walking Tour) เป็นการเดินจากเมืองไปตามทางขึ้นภูเขาเพื่อชมธรรมชาติ
หรือเดินชมเมืองตามจุดต่างๆ ที่สำคัญพร้อมมีมัคคุเทศก์คอยบรรยาย แต่ยังไม่แพร่หลายในประเทศไทย
นอกจากการเดินป่า (Trekking Tour) ที่จัดให้ในหมู่นักท่องเที่ยวต่างชาติทางภาคเหนือ

อย่างไรก็ตาม การจูงนำเที่ยวไม่ว่าจะจัดประเภทใด วิธีการใด หรือลักษณะใดก็ตามจะต้องพิจารณา
ปัจจัยต่างๆ ดังต่อไปนี้ประกอบการจัดการเพื่อให้สินค้าเป็นที่ต้องการของตลาด

1. ราคา นักท่องเที่ยวจะเลือกซื้อโปรแกรมนำเที่ยวในราคาที่เหมาะสม
2. บริษัทนำเที่ยว ชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยวมีความสำคัญสำหรับลูกค้าใหม่ แต่ถ้าเป็นลูกค้าเก่าความ
เชื่อถือในบริษัทมีส่วนช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้บริการต่อไปหรือไม่
3. รายการนำเที่ยว รายการนำเที่ยวต้องเป็นที่น่าสนใจ

4. การบริการ ถ้าบริการดีลูกค้าก็จะใช้บริการต่อไป และอาจจะแนะนำคนอื่น ดังนั้นบริษัทนำเที่ยวจะต้องตระหนักถึงการให้บริการตั้งแต่เริ่มที่นักท่องเที่ยวติดต่อสอบถามที่บริษัท จนในขณะออกเดินทางท่องเที่ยวจนกระทั่งเดินทางกลับ การบริการที่ดีจะได้รับการบอกเล่าต่อๆ กัน ทำให้บริษัทมีลูกค้าเพิ่มขึ้นตลอดไป (Burke and Resnick, 1991)

การจำแนกธุรกิจนำเที่ยวนั้นเพื่อให้การดำเนินธุรกิจนำเที่ยวมีความชัดเจน ให้ลูกค้าเข้าใจและเลือกซื้อบริการท่องเที่ยวได้ถูกต้อง ตรงตามความต้องการ บริษัทนำเที่ยวเองก็สามารถแจ้งข้อกำหนด คำชี้แจง รวมทั้งเอกสารสำคัญต่างๆ ให้แก่ลูกค้า เพื่อประกอบการการดำเนินการในการจัดการท่องเที่ยวได้ถูกต้อง แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของการท่องเที่ยวทั้งรูปแบบและวัตถุประสงค์ของการท่องเที่ยวแต่ละประเภท

5. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว หมายถึง ผู้ที่ทำหน้าที่เป็นตัวกลางระหว่างผู้จัดจำหน่ายหรือผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Suppliers) อันได้แก่ สายการบิน โรงแรม รถเช่า เป็นต้น และผู้ใช้บริการหรือลูกค้า (Consumers) อันได้แก่ นักท่องเที่ยวหรือผู้โดยสารสายการบิน เป็นต้น โดยทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกให้กับผู้ซื้อและผู้ขายซึ่งมีชื่อเรียกในภาษาอังกฤษว่า Travel Agents หรือ Travel Intermediaries (พุทธิพร มิเดหวัน และอุษณา ทองคำ, 2545)

คำเรียกตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ว่า Travel Intermediaries หรือ “ตัวกลางประสานการเดินทาง” นี้ทำให้มีผู้เข้าใจว่าตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวทั้งหลาย เช่น ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารสายการบินหรือตัวแทนบริการท่องเที่ยวเป็นธุรกิจที่มีลักษณะการทำงานเหมือนกัน แต่โดยความเป็นจริงผู้ประกอบการธุรกิจทั้ง 2 ประเภทจะมีจุดเน้นในด้านการขายหรือการประกอบที่แตกต่างกัน ยกเว้นแต่มีส่วนที่ต้องปฏิสัมพันธ์กันเพื่อประสานแผนการเดินทางท่องเที่ยวของผู้ใช้บริการให้สมบูรณ์

ลักษณะการจัดจำหน่ายของตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวมี 2 ลักษณะ คือ การค้าปลีก (Retailer) คือ การขายให้นักเดินทางแต่ละคน และการขายส่ง (Wholesaler) คือ การขายให้กับตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวด้วยกันอีกทอดหนึ่ง เจ้าของผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่สำคัญคือ สายการบินและผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว (tour operators) รวมทั้งผู้ประกอบการด้าน โรงแรม รถเช่า ฯลฯ ผลิตภัณฑ์ด้านการจัดจำหน่ายหรือการท่องเที่ยวเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่หรือเป็นอยู่ในลักษณะจับต้องได้โดยตัวเอง เช่น

สินค้าต่าง ๆ ที่วางขายอยู่ทั่วไป แต่เป็นผลรวมของผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการ โดยพื้นฐาน (basic components) ของกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางในแต่ละเที่ยวหรือแต่ละเที่ยว

ลูกค้าหรือผู้ใช้บริการตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวแบ่งออกได้เป็นหลายประเภท ในที่นี้จะแบ่งตามพฤติกรรมการเดินทางหรือเป้าหมายในการเดินทางของผู้ใช้บริการ

1) นักเดินทางหรือนักท่องเที่ยว (Leisure Travelers) อาจจะเป็นคน ๆ เดียวหรือหมู่คณะที่ต้องการการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ ลูกค้าในกลุ่มนี้สามารถแบ่งย่อยลงอีก คือ

1.1.1 ผู้ที่เดินทางคนเดียวหรือหมู่คณะเล็ก ๆ ไม่เกิน 10 คน เรียกตามศัพท์ภาษาอังกฤษที่นิยมใช้คือ Individual Travelers/Passengers

1.1.2 ผู้ที่เดินทางเป็นหมู่คณะ (Group Tours) ส่วนใหญ่คนไทยมักนิยมเดินทางพักผ่อนในลักษณะนี้ อาจเป็นเพราะอุปนิสัยที่ชอบการสังสรรค์ของคนไทย ประกอบกับการเดินทางเช่นนี้มักจะประหยัดค่าใช้จ่ายเพราะราคาที่ได้เป็นราคาเหมารวม

2) นักธุรกิจ (Business Travelers) รวมถึงข้าราชการที่เดินทางไปปฏิบัติราชการส่วนใหญ่เป็นการเดินทางเพียง 1-2 คน หากเป็นหมู่คณะจะเป็นการประชุมสัมมนาหรือดูงาน ซึ่งโดยส่วนใหญ่จะเป็นคนไทยมากกว่าชาวต่างชาติ

ผู้ผลิตหรือผู้ให้บริการผลิตภัณฑ์หรือ Suppliers ให้กับตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว แบ่งออกได้ ดังนี้

1) ผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวรายใหญ่ (Tour operator) เป็นผู้ส่งลูกค้าหรือผู้โดยสารที่ซื้อบริการการท่องเที่ยว (Package Tour) ของตนให้ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

2) สายการบิน (Airlines) เป็นผู้ส่งสินค้าคือที่นั่งบนสายการบินให้ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวนำไปขายต่อให้กับผู้โดยสารคือนักท่องเที่ยวหรือคนเดินทาง

3) ผู้ประกอบการธุรกิจเกี่ยวเนื่องอื่น ๆ (Other Service Providers) ได้แก่ โรงแรม บริษัทรถเช่า รถทัวร์ เรือสำราญ ประกันภัยการเดินทาง หรือผู้ให้บริการด้านข้อมูลต่างๆ เช่น ข้อมูลเรื่องวีซ่า หรือข้อกำหนดด้านการเดินทางเข้า-ออกประเทศต่างๆ ฯลฯ

ประโยชน์ของธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว

จากความสัมพันธ์และขอบข่ายการทำงานที่กล่าวมาข้างต้น พอสรุปประโยชน์ที่ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดจะได้รับจากตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว ได้ดังนี้ (พุทธิพร มิเดวันและคณะ, อ้างแล้ว)

1) ประโยชน์ต่อผู้ซื้อ ได้แก่แก่นักเดินทางหรือนักท่องเที่ยว คือความสะดวกสบายเนื่องจากตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวมีการกระจายตัวอยู่ทุกหนแห่ง ทำให้ง่ายต่อการซื้อบริการ รวมทั้งลดความยุ่งยากในการติดต่อกับผู้ขาย เช่น สายการบิน โรงแรม หรือรถเช่า ซึ่งต่างก็มีภาษาเฉพาะในการทำงานที่บางครั้งยากต่อความเข้าใจของบุคคลทั่วไป ตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวเปรียบเสมือนคนกลางที่ถ่ายทอดการสื่อสารให้เข้าใจง่ายขึ้น

นอกจากนั้นหากผู้ซื้อต้องการบริการมากกว่า 1 ประเภท ก็สามารถใช้บริการจากตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวได้ในลักษณะที่เรียกว่า One Stop Shopping เนื่องจากตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้บริการจัดจำหน่ายธุรกิจที่เกี่ยวข้องเกือบทุกประเภท โดยใช้ระบบคอมพิวเตอร์ออนไลน์ จึงสามารถให้บริการลูกค้าได้หลากหลาย ตัวอย่างเช่น กรณีผู้โดยสารต้องการเดินทางไปฮ่องกง แต่ไม่อาจตัดสินใจได้ทันทีว่าควรจะไปสายการบินใด เพราะต้องการทราบว่าสายการบินใดราคาถูกที่สุด หากต้องติดต่อสายการบินเองก็จะต้องสอบถามหลายสายการบินเพื่อเปรียบเทียบราคา จึงเป็นความยุ่งยากและเสียเวลา ดังนั้นหากเลือกใช้บริการตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว นอกเหนือจากราคาแล้วผู้โดยสารยังสามารถสอบถามข้อมูลอื่น ๆ เช่น ตารางบินสามารถสำรองที่นั่ง พร้อมทั้งออกบัตรโดยสารได้ในที่เดียวกัน โดยใช้เวลาน้อยมาก

2) ประโยชน์ต่อผู้จัดจำหน่าย ผู้จัดจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวมีหลากหลายตามที่กล่าวมา การกระจายสินค้าที่ดีคือ การขายผ่านตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยว โดยเป็นการเข้าถึงลูกค้าได้ทั่วถึง โดยไม่ต้องลงทุนในการสร้างสาขาหรือหน้าร้าน โดยเฉพาะธุรกิจท่องเที่ยวเน้นการลงทุนด้านบุคลากรมีค่าใช้จ่ายสูง เพราะต้องการบุคลากรที่มีความชำนาญพิเศษ ดังนั้นการขายผ่านตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวทำให้สามารถควบคุมต้นทุนได้ดีกว่าการเพิ่มสถานที่และบุคลากร

3) ประโยชน์ทางอ้อม คือประโยชน์ต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยรวม การขายผ่านระบบตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวเป็นการสร้างธุรกิจอีกประเภทนอกเหนือจากธุรกิจด้านผู้ประกอบการต่าง ๆ เป็นการสร้างสมดุลในงานด้านการขายและการบริการ ทำให้ไม่เกิดการผูกขาดหรือเอารัดเอาเปรียบผู้บริโภค นอกจากนี้กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาและสร้างมาตรฐานด้านการบริการ พร้อมกับการแข่งขันระดับสากล จึง

เป็นปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวพัฒนาได้อย่างไม่หยุดนิ่ง ส่งผลดีทั้งต่อผู้บริโภค อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและประเทศชาติโดยรวม

6. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

สินค้าที่ระลึก หมายถึง สินค้าที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่หาซื้อและนำกลับไปยังภูมิลำเนาของตน ด้วยวัตถุประสงค์หลักเพื่อเป็นของที่ระลึกหรือของฝาก สินค้าที่ระลึกอาจจะเป็นได้ทั้งสินค้าที่มีราคาแพงหรือราคาถูก และเป็นได้ทั้งสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองและสินค้าที่ไม่เป็นหัตถกรรมพื้นเมือง (สุริย์ เข้มทอง และ สุรสิทธิ์ โรจนวงศ์, 2545)

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระบุว่า “ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก” หมายถึง การจำหน่ายและบริการสินค้าของไทย ได้แก่ เสื้อผ้า เพชรพลอย ผ้าไหม หัตถกรรม เครื่องหนัง เป็นต้น แก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น (สุริย์ เข้มทอง และคณะ, อ้างแล้ว)

ลักษณะของธุรกิจสินค้าที่ระลึก มีดังนี้ (สุริย์ เข้มทอง และคณะ, อ้างแล้ว)

1) ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจขนาดย่อม ที่มีการบริหารงานเป็นไปอย่างอิสระ ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือเจ้าของกิจการจะบริหารเอง แม้ว่าอาจจะมีบุคคลภายในครอบครัว เพื่อนฝูง หรือลูกจ้างจำนวนไม่กี่คนมาช่วยงานบ้าง แต่การตัดสินใจดำเนินการส่วนใหญ่กระทำโดยผู้ประกอบการมากกว่าที่จะใช้ผู้บริหารมืออาชีพ ไม่ว่าธุรกิจสินค้าที่ระลึกนั้นจะอยู่ในรูปแบบเจ้าของคนเดียว ห้างหุ้นส่วน หรือบริษัทจำกัดก็ตาม

2) เงินทุนค่อนข้างจำกัด ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจขนาดย่อมที่ใช้เงินทุนในการดำเนินงานค่อนข้างจำกัด เพราะเงินทุนส่วนใหญ่เป็นของผู้ประกอบการเองหรือเกิดจากการระดมทุนจากกลุ่มบุคคลเล็กๆ

3) อุตสาหกรรมภายในครัวเรือน ธุรกิจสินค้าที่ระลึกมักจะเริ่มต้นด้วยการผลิต หรือค้าปลีกสินค้าที่ระลึกในรูปแบบของอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนหรือธุรกิจครอบครัว ส่วนใหญ่เริ่มมาจากสินค้าพวกหัตถกรรม ผลิตเพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน ในครัวเรือน ต่อมาได้มีการซื้อขาย และเปลี่ยนกันในท้องถิ่น และขายส่งออกต่างถิ่น เมื่อธุรกิจมีกำไรเงินที่ได้ส่วนหนึ่งจะกลายเป็นเงินทุนดำเนินงานซึ่งสามารถนำมาใช้ขยายธุรกิจต่อไป

4) อยู่ในชุมชน ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจที่ดำเนินกิจการอยู่ในเขตท้องถิ่นใดท้องถิ่นหนึ่ง โดยที่ผู้ประกอบการและลูกจ้างจะอาศัยอยู่ในชุมชนแห่งนั้น

5) โรงงานขนาดเล็ก ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจการผลิตขนาดย่อมที่นำเอาวัตถุดิบและปัจจัยนำเข้าต่างๆ มาผ่านกระบวนการแปรสภาพจนกลายเป็นสินค้าที่ระลึกเพื่อนำไปจำหน่ายต่อไป ลักษณะการประกอบการของธุรกิจสินค้าที่ระลึกจะเป็นโรงงานขนาดเล็ก เช่น โรงงานทอผ้าเมือง ซึ่งแม้ว่าจะไม่มีฐานมั่นคง ไม่มีการใช้เทคโนโลยีที่ก้าวหน้า หรือไม่มีการผลิตในปริมาณที่สูงเช่นเดียวกับธุรกิจขนาดใหญ่ แต่ก็สามารถดำรงกิจการอยู่ได้ด้วยการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

6) การค้าส่งและค้าปลีก ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจการจำหน่ายที่เป็นการค้าส่งและการค้าปลีก เช่น ร้านขายของที่ระลึกประจำจังหวัด ร้านค้าส่งหรือร้านค้าปลีกสินค้าที่ระลึกจะเป็นผู้นำเอาสินค้าจากผู้ผลิตส่งให้ถึงผู้บริโภคอย่างทั่วถึงทุกท้องถิ่น ทุกภูมิภาค โดยอาศัยความชำนาญในพื้นที่ภูมิประเทศ หรือสายสัมพันธ์กับบุคคลในถิ่นเดียวกัน

7) ไม่ใช่เทคโนโลยีระดับสูง ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจที่มีการประดิษฐ์หรือสร้างสรรค์งานฝีมือด้วยความคิดความสามารถของผู้ประกอบการและความร่วมมือของพนักงานโดยไม่มีการใช้เทคโนโลยีในระดับสูง

ดังนั้น ธุรกิจสินค้าของที่ระลึกในปัจจุบันมีลักษณะส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ใช้เงินทุนค่อนข้างจำกัด เป็นอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนหรือโรงงานขนาดเล็ก มักดำเนินการอยู่ในชุมชนส่วนใหญ่ใช้แรงงานที่มีฝีมือและไม่ใช่เทคโนโลยีระดับสูง เป็นธุรกิจที่มีการจำหน่ายทั้งค้าส่งและค้าปลีก

ความสำคัญของธุรกิจสินค้าที่ระลึก

การที่นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเดินทางจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกสถานที่หนึ่ง อันเกิดจากจุดประสงค์ที่ต่างกันนั้น ทำให้นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการเก็บรวบรวมและบันทึกความทรงจำของสถานที่ท่องเที่ยว นั้นด้วยวิธีการต่างๆ แต่วิธีการหนึ่งที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้คือ การหาซื้อสินค้าที่ระลึกที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ ดังนั้นการประกอบธุรกิจสินค้าที่ระลึกจึงมีความสำคัญหลัก ๆ ต่อประเทศหลายประการ ได้แก่ ความสำคัญต่อเศรษฐกิจ ความสำคัญต่อวัฒนธรรม และความสำคัญต่อสิ่งแวดล้อม ดังที่จะกล่าวต่อไปนี้ (สุริย์ เข็มทอง และคณะ, อ้างแล้ว)

1) ความสำคัญของธุรกิจที่ระลึกที่มีต่อเศรษฐกิจของประเทศ

1.1 ช่วยเพิ่มมูลค่าของวัตถุดิบในท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นเมือง สินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่ผลิตจากวัตถุดิบภายในท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่ ผักตบชวา ดินกอก และหวาย เป็นต้น ดังนั้นเมื่อธุรกิจสินค้าที่ระลึกมีการขยายตัว ทำให้ความต้องการวัตถุดิบท้องถิ่นมีปริมาณเพิ่มขึ้น ขณะที่ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้ประชาชนในชุมชนหมู่บ้านและตำบลทุกจังหวัดทั่วประเทศมีอาชีพและรายได้ได้อย่างพอเพียง จึงมุ่งเน้นให้ประชาชนในชุมชนต่าง ๆ ผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นตนเอง และเพื่อมิให้ประเทศไทยเสียเปรียบดุลการค้าต่างประเทศจึงได้ส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้าไทย นอกจากนี้การกระตุ้นและฟื้นฟูอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาในประเทศไทยจำนวนมาก จึงส่งผลให้ความต้องการสินค้าที่เป็นหัตถกรรมพื้นเมืองดังกล่าวเพิ่มสูงขึ้น เมื่อความต้องการวัตถุดิบและสินค้านี้มีปริมาณมากขึ้น เป็นการช่วยให้วัตถุดิบและสินค้าหัตถกรรมพื้นเมืองที่ผลิตจากวัตถุดิบที่ราคาต่ำกลับมีมูลค่าสูงขึ้น และเป็นการขยายการตลาดแก่สินค้าเหล่านี้ด้วย นอกจากนี้ธุรกิจสินค้าที่ระลึกยังเป็นแหล่งรับซื้อวัตถุดิบจากท้องถิ่นและสินค้าที่เป็นหัตถกรรมพื้นเมืองจากทั่วประเทศ

1.2 มีการจ้างงานเพิ่มขึ้น ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจำเป็นต้องใช้แรงงานจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานฝีมือ แรงงานกึ่งฝีมือและแรงงานไร้ฝีมือทั้งในด้านการผลิต การจัดการ การจำหน่ายและการบริการสินค้า การเพิ่มจำนวนของธุรกิจและสถานประกอบการดังกล่าวเป็นการสร้างงานทางหนึ่ง เป็นการช่วยแก้ปัญหาการว่างงานและช่วยเพิ่มรายได้ ตลอดจนสามารถพัฒนาฝีมือแรงงานด้วยการฝึกฝนอบรมคุณภาพของงานในส่วนต่างๆ ซึ่งช่วยให้มีโอกาสได้รับค่าจ้างหรือเงินรายได้ที่สูงขึ้นด้วย การเจริญเติบโตของธุรกิจสินค้าที่ระลึกยังมีผลต่อการเพิ่มจำนวนแรงงานในอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องด้วย เช่น การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น

ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึกมีลักษณะการให้บริการทั้งแก่นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น การกำหนดประเภทของสถานประกอบการที่ตั้งขึ้นเพื่อการท่องเที่ยวโดยตรงจึงทำได้ยาก อย่างไรก็ตามการเก็บข้อมูลสถิติเพื่อวางแผนทางการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยได้ใช้เกณฑ์พิจารณาสถานประกอบการร้านขายปลีกที่ค้าและ/หรือผลิตสินค้าพื้นเมือง เครื่องหัตถกรรม

1.3 ช่วยเพิ่มพูนรายได้สู่ประเทศ ธุรกิจสินค้าที่ระลึกเป็นธุรกิจหนึ่งที่มีความเกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ปัจจุบันรายได้หลายอย่างหนึ่งของประเทศไทย คือ รายได้จากนักท่องเที่ยวที่ได้จากนักท่องเที่ยวต่างประเทศและในประเทศ โดยเฉพาะรายได้จากค่าใช้จ่ายที่นักท่องเที่ยวจ่าย จากผลการสำรวจของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พบว่า รายได้จากจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นรายได้อันดับหนึ่งที่ได้จากนักท่องเที่ยว

แม้ว่าจะไม่ทราบค่าใช้จ่ายที่ชัดเจน แต่จากตารางแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้จ่ายในการซื้อสินค้ามากที่สุด สินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้จ่ายส่วนหนึ่งเป็นสินค้าที่ระลึก ดังนั้นธุรกิจสินค้าที่ระลึกนอกจากจะถือเป็นสินค้าที่แสดงออกถึงวัฒนธรรมประจำชาติอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวแล้วยังเป็นธุรกิจที่ช่วยเพิ่มพูนรายได้สู่ประเทศด้วย

แนวคิดเกี่ยวกับสารสนเทศทางธุรกิจ

การสื่อสารเป็นปัจจัยที่สำคัญอีกปัจจัยหนึ่งของชีวิตมนุษย์ เนื่องจากการสื่อสารเป็นพื้นฐานของการติดต่อของมนุษย์และเป็นเครื่องมือสำคัญในกระบวนการทางสังคม ทั้งต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน ต่อการเมืองการปกครอง ต่ออุตสาหกรรมและธุรกิจ ฯลฯ

ความหมายของการสื่อสารและสารสนเทศ

คำว่า “การสื่อสาร” มีผู้ให้ความหมายไว้อย่างหลากหลาย อาทิ George Gerbner ให้ความหมายว่าการสื่อสารคือ การแสดงปฏิสัมพันธ์ทางสังคม (Social Interaction) ขณะที่ Berelson และ Steiner การสื่อสารเป็นพฤติกรรม (Act) หรือกระบวนการ (Process) ถ่ายทอดข้อมูล ข่าวสาร ความคิด อารมณ์ ความรู้สึก ฯลฯ โดยการใช้สัญลักษณ์ (พีชนิ เซขจรธยาและคณะ, 2541) ส่วนใน Webster’s New Collegiate Dictionary ได้อธิบายความหมายของการสื่อสารไว้ว่า “การสื่อสารคือ กระบวนการแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างบุคคลโดยผ่านระบบสัญลักษณ์ เครื่องหมายหรือพฤติกรรม”

แม้ว่าจะมีการให้ความหมายของคำว่า “การสื่อสาร” แตกต่างกัน แต่นักนิเทศศาสตร์ส่วนใหญ่ยอมรับว่า การสื่อสารของมนุษย์เป็นกระบวนการที่มีพลวัตหรือการเคลื่อนไหว (dynamic) คือมีความสัมพันธ์ที่มีผลกระทบ (Effect) ต่อกันและกันระหว่างองค์ประกอบต่างๆ ของการสื่อสาร การสื่อสารของมนุษย์จึงมีความต่อเนื่อง (Continuous) มีการเปลี่ยนแปลง (Changing) และต้องอาศัยการปรับตัวตลอดเวลา (Adaptive)

องค์ประกอบพื้นฐานของการสื่อสารมี 4 องค์ประกอบสำคัญได้แก่ ผู้ส่งสาร ผู้รับสาร สาร และสื่อ ทั้งนี้ก่อนเริ่มต้นการสื่อความหมาย สิ่งที่เป็นความต้องการสื่อสารจะถูกจัดในลักษณะข่าวสารที่ต้องการถ่ายทอด ซึ่งสารจะถูกเข้ารหัสจากผู้ส่งสาร (โดยเปลี่ยนเป็นรูปสัญลักษณ์) จากนั้นจะถูกถ่ายทอดผ่านสื่อ

หรือช่องการสื่อสารไปยังผู้รับข่าวสาร ซึ่งผู้รับสารจะทำการถอดรหัสหรือแปลความสารที่ได้รับ ผลสุดท้ายคือ มีการถ่ายทอดความหมายจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่ง

“สารสนเทศ” (information) เป็นส่วนหนึ่งของ “สาร” (Message) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการสื่อสาร เนื่องจากสารสนเทศเป็นสิ่งที่ถูกถ่ายทอดจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสารเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนหรือถ่ายทอดอารมณ์ ความรู้สึก ข้อมูล ข่าวสาร ความคิด ฯลฯ

สารสนเทศ คือ ข้อมูลที่ถูกจัดโครงสร้างให้อยู่ในรูปแบบที่มีความหมายและมีมูลค่าต่อผู้รับ โดยมีการนำข้อมูลผ่านกระบวนการประมวลผล และจัดให้อยู่ในรูปแบบที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งาน อีกทั้งสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการตัดสินใจได้ ในภาคธุรกิจอาจนำสารสนเทศที่ได้รับมาใช้เพื่อการตัดสินใจ เช่น รายงานสรุปยอดขายรายไตรมาส รายงานการจัดอันดับสินค้าขายดี เป็นต้น (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

สารสนเทศ ยังหมายถึง ข้อมูลข่าวสาร ความรู้ต่างๆ ที่ได้รับการสรุป กำหนด จัดเรียง หรือประมวลแล้วจากข้อมูลต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบตามหลักวิชาการ จนได้เป็นข้อความรู้ เพื่อนำมาเผยแพร่และใช้ประโยชน์ในงานด้านต่าง ๆ สารสนเทศนับว่ามีประโยชน์ต่อการนำไปใช้บริหารงานด้านต่าง ๆ มากมาย อาทิเช่น

1. ด้านการวางแผน สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการองค์การ การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการผลิตสินค้า การตลาด เป็นต้น

2. ด้านการตัดสินใจ สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อเลือกแนวทางหรือทางเลือกที่มีปัญหาน้อยที่สุดในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การมีสารสนเทศที่สมบูรณ์ ทันสมัย และครบถ้วนจะช่วยให้การตัดสินใจถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ด้านการดำเนินงาน สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น ใช้เพื่อควบคุมหรือติดตามผลการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ

เมื่อสารสนเทศหมายถึงข้อมูลที่ผ่านการเลือกสรรให้เหมาะสมกับการใช้งานให้ทันเวลา และอยู่ในรูปแบบที่มีประโยชน์นำไปใช้งานได้ มีคุณค่าสำหรับใช้ในการดำเนินงาน หรือตัดสินใจ สารสนเทศที่ดีจึงต้องมาจากข้อมูลที่ดี การจัดเก็บข้อมูลและสารสนเทศจะต้องมีการควบคุมดูแลเป็นอย่างดี เช่น อาจจะมีการกำหนดให้ผู้ใดบ้างเป็นผู้มีสิทธิ์ใช้ข้อมูลได้ ข้อมูลที่เป็นความลับจะต้องมีระบบขั้นตอนการควบคุม กำหนดสิทธิ์ในการแก้ไขหรือการกระทำกับข้อมูลว่าจะกระทำได้อย่างไรบ้าง นอกจากนี้ข้อมูลที่เก็บไว้แล้วต้องไม่เกิดการสูญหายหรือถูกทำลายโดยไม่ได้ตั้งใจ การจัดเก็บข้อมูลที่ดี จะต้องมีการกำหนดรูปแบบของข้อมูลให้มีลักษณะง่ายต่อการจัดเก็บ และมีรูปแบบเดียวกัน ข้อมูลแต่ละชุดควรมีความหมายและมีความเป็นอิสระในตัวเอง นอกจากนี้ไม่ควรมีการเก็บข้อมูลซ้ำซ้อนเพราะจะเป็นการสิ้นเปลืองเนื้อที่เก็บข้อมูล

ในการแปลงสภาพข้อมูลให้กลายเป็นสารสนเทศจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการประมวลผล (Process) ที่เฉพาะเจาะจง และมีจะอยู่ภายใต้กระบวนการทำงานของระบบประยุกต์ เช่น ระบบการลงทะเบียนออนไลน์หรือระบบการจัดการสินค้าคงคลังบนเว็บ เป็นต้น ในการปรับเปลี่ยนข้อมูลให้เข้าสู่รูปแบบของสารสนเทศ อาจเลือกใช้กระบวนการดังต่อไปนี้

1. การจัดกลุ่มข้อมูล (Grouping) คือ การจำแนกประเภทของข้อมูล ออกเป็นกลุ่มที่เกี่ยวข้องและสัมพันธ์กัน เช่น กลุ่มรายได้จากการขายและการบริหาร เป็นต้น
2. การจัดเรียงข้อมูล (Sorting) คือ การจัดเรียงลำดับข้อมูลโดยใช้เกณฑ์ใดเกณฑ์หนึ่ง เช่น เรียงตามรหัสจากน้อยไปมาก เป็นต้น
3. การสรุปข้อมูล (Summarizing) คือ การคำนวณและสรุปยอดข้อมูลที่ต้องการ
4. การออกรายงาน (Reporting) คือ การจัดพิมพ์รายงานตามรูปแบบที่ผู้ต้องการ ซึ่งข้อมูลอาจผ่านการจัดกลุ่ม เรียงลำดับและสรุปผลข้อมูลเรียบร้อยแล้ว

ในส่วนของการประมวลผลธุรกรรม จะเริ่มตั้งแต่การนำเข้าข้อมูลธุรกรรมทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินเข้าสู่กระบวนการประมวลผลธุรกรรม เพื่อทำการแปลงสภาพข้อมูลให้กลายเป็นสารสนเทศในรูปแบบที่ตรงความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ

คุณลักษณะของสารสนเทศที่ดี

สารสนเทศที่ดี มีประโยชน์ และอยู่ในรูปแบบที่บ่งบอกความหมายสำหรับตัดสินใจนั้นจะต้องประกอบด้วยคุณลักษณะ 6 ประการ ดังนี้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

1. *ความตรงกับกรณี* โดยส่วนเนื้อหาซึ่งปรากฏในรายงานหรือเอกสารที่เป็นผลลัพธ์จากการประมวลผลจะต้องมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ด้านใช้สารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร หรือเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานประจำวันของเสมียนหรือพนักงานปฏิบัติหน้าที่ในส่วนงานต่างๆ หากสารสนเทศที่ได้รับไม่ตรงกับความต้องการใช้งาน ก็อาจจะก่อให้เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานหรือการตัดสินใจได้

2. *ความทันต่อเวลา* ช่วงเวลาของการได้รับสารสนเทศมักเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดประโยชน์ของสารสนเทศ การได้รับสารสนเทศที่ล่าช้า ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและการตัดสินใจทางธุรกิจ เช่น การตัดสินใจซื้อวัตถุดิบเพื่อนำมาใช้ในการผลิตจะต้องใช้ข้อมูลจากการงานวัตถุดิบที่แสดง

ยอดคงเหลือของวัตถุดิบนั้น จึงต้องอาศัยสารสนเทศที่ทันสมัย อีกทั้งมีการจัดเตรียมรายงานเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารให้ทำการตัดสินใจได้ภายในเวลาที่ต้องการ

3. *ความถูกต้อง* สารสนเทศที่ได้รับจะต้องแสดงเหตุการณ์ หรือธรรมชาติของเนื้อหาที่มีความถูกต้อง ตรงไปตรงมาและปราศจากข้อผิดพลาดใดๆ ทั้งสิ้น อย่างไรก็ตาม ก็ยากที่จะบ่งบอกถึงปริมาณของข้อผิดพลาดได้อย่างแท้จริง เนื่องจากบางกรณี สารสนเทศที่ได้รับอาจมีความถูกต้องสมบูรณ์แต่ในบางกรณี สารสนเทศที่ได้รับอาจจะมีระดับความถูกต้องต่ำ อันเป็นผลทำให้เกิดความล้มเหลวของการใช้สารสนเทศเพื่อการตัดสินใจ โดยปกติ สารสนเทศที่มีความถูกต้องจะต้องอาศัยช่วงเวลาของการรวบรวมและประมวลผลข้อมูลค่อนข้างมาก ดังนั้น จึงควรคำนึงความสัมพันธ์ระหว่างความถูกต้องของสารสนเทศกับความทันต่อเวลาที่ต้องการใช้สารสนเทศนั้นๆ ด้วย

4. *ความครบถ้วนสมบูรณ์* สารสนเทศที่ได้รับจะต้องไม่ละเลยในส่วนสำคัญของเหตุการณ์หรือกิจกรรมทางธุรกิจ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ไม่มีส่วนใดของสารสนเทศ ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานหรืองานตัดสินใจที่ขาดหายไป โดยเนื้อหาที่ปรากฏในรายงานต้องมีความชัดเจนและปราศจากความกำกวมใดๆ ทั้งสิ้น เช่น การใช้รายงานการขายประจำวันของทุกวันทำการสำหรับการคำนวณรายรับของกิจการ

5. *การสรุปสาระสำคัญ* สารสนเทศที่ได้รับควรผ่านการสรุปสาระสำคัญที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศ ซึ่งผู้บริหารระดับล่างมีแนวโน้มของการใช้สารสนเทศที่มีรายละเอียดสูงแต่หากมีการส่งกระแสสารสนเทศไปยังผู้บริหารในระดับที่สูงขึ้น รายละเอียดของสารสนเทศที่ต้องการจะยิ่งลดลงและอยู่ในรูปแบบที่สรุปมากขึ้น อีกทั้งมีการนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบที่มีประโยชน์และทำความเข้าใจได้ง่าย

6. *การตรวจสอบได้* สารสนเทศที่เป็นผลลัพธ์ควรมีการตรวจสอบซึ่งกันและกันได้ และหากมีการประมวลผลข้อมูลชุดเดียวกัน 2 ครั้ง ผลลัพธ์ที่ได้จากการประมวล ไม่ควรมีความแตกต่างกัน

สรุปได้ว่า องค์การที่มีการใช้สารสนเทศ ซึ่งประกอบด้วยคุณลักษณะที่ดีทั้ง 6 ประการ เพื่อการตัดสินใจ โดยเป็นการเพิ่มความรู้และช่วยลดความเสี่ยงหรือความไม่แน่นอน รวมทั้งข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการตัดสินใจของผู้บริหารทุกระดับ ภายใต้กิจกรรมทางธุรกิจ อีกทั้งสารสนเทศยังถูกใช้เป็นเครื่องมือช่วยธุรกิจในการกำหนดมาตรฐาน หรือกฎเกณฑ์ในการตัดสินใจ และมีการป้อนข้อมูลย้อนกลับเข้าสู่ระบบ เพื่อเป็นข้อมูลนำเข้าสู่ระบบในครั้งต่อไป

มูลค่าของสารสนเทศ

สารสนเทศจัดเป็นทรัพยากรที่สำคัญของธุรกิจ เช่นเดียวกับทรัพยากรประเภทอื่น อาทิเช่น วัตถุดิบ เงินทุน และแรงงาน ดังนั้น สารสนเทศมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจและก่อให้เกิดมูลค่าของสารสนเทศ (Value of Information) โดยเฉพาะในกรณีต่างๆ ดังนี้ (รุจิจันทร์ พิริยะสวงพวงศ์, อ้างแล้ว)

กรณีที่ 1 การช่วยชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์ ที่จำเป็นต้องได้รับการดูแลจากฝ่ายบริหาร เช่น ในรายงานการขายสินค้าแยกตามพนักงาน จะแสดงให้เห็นถึงยอดขายที่มีความแตกต่างกันภายใต้การทำงานของพนักงานงานแต่ละคน สารสนเทศที่ได้จะเป็นตัวช่วยกระตุ้นให้ผู้จัดการฝ่ายขายเข้าไปดูแลและติดตามหาสาเหตุในกรณียอดขายของพนักงานคนใดคนหนึ่งลดต่ำกว่าที่ควร พร้อมทั้งทำการแก้ไขปัญหาของพนักงานขายรายบุคคล

กรณีที่ 2 การช่วยลดความไม่แน่นอน โดยมีการนำเสนอสารสนเทศบนข้อมูลพื้นฐาน ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอนจากการตัดสินใจ ทำให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจเลือกทางเลือกต่างๆ อย่างถูกต้องแม่นยำขึ้น เช่น การกำหนดราคาสินค้า และการกำหนดนโยบายสินเชื่อ

กรณีที่ 3 การให้ผลป้อนกลับ โดยการนำสารสนเทศที่ได้รับมาใช้ปรับปรุงการตัดสินใจในครั้งต่อไป และยังจัดเก็บสารสนเทศที่เป็นผลมาจากการตัดสินใจครั้งก่อนไว้เพื่อเป็นผลป้อนกลับ เช่น สารสนเทศที่แสดงผลสรุปจากการกำหนดนโยบายสินเชื่อที่ผ่านมา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงด้านการกำหนดนโยบายสินเชื่อในอนาคต

สรุปได้ว่า ในการพิจารณามูลค่าของสารสนเทศ จะขึ้นกับความพอใจของผู้ใช้และประโยชน์ที่ได้รับเป็นสำคัญ หากสารสนเทศที่ผู้ใช้ได้รับเป็นสารสนเทศที่มีคุณลักษณะที่ดี มีความถูกต้อง ครบถ้วน สมบูรณ์ และสนองตอบความต้องการของผู้ใช้สารสนเทศทันต่อเวลาแล้วนั้น ก็เกิดมูลค่าของสารสนเทศที่วัดได้ในระดับสูง ในทำนองเดียวกัน หากสารสนเทศที่ได้รับล่าช้าหรือปริมาณมากเกินไปก็จะมีผลให้เกิดมูลค่าของสารสนเทศที่วัดในระดับต่ำ

ประเภทของระบบสารสนเทศทางธุรกิจ

ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Information Systems) เป็นระบบสารสนเทศที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อสนับสนุนให้การดำเนินงานของธุรกิจให้ดำเนินการอย่างเป็นระบบ โดยถูกออกแบบและพัฒนาให้ปฏิบัติงานตามหน้าที่ทางธุรกิจ ตลอดจนช่วยส่งเสริมให้ทั้งองค์กร สามารถประสานงานและใช้ข้อมูลร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพทั้งในระดับปฏิบัติงานและระดับบริหาร โดยเราสามารถจำแนกระบบสารสนเทศตามหน้าที่ทางธุรกิจตามหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. ระบบสารสนเทศด้านการบัญชี (Accounting information system)

สารสนเทศทางการบัญชีถือเป็นส่วนหนึ่งของสารสนเทศทางธุรกิจที่เกิดขึ้นภายใต้การดำเนินงานของธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน ธุรกิจมีการใช้สารสนเทศทางการบัญชีทั้งในรูปแบบเอกสารทางการบัญชี รายงานทางการเงินและรายงานทางการบริหาร ในส่วนรายงานทางการเงิน ธุรกิจจำเป็นต้องจัดทำขึ้นตามรูปแบบที่กฎหมายกำหนดไว้ และมีความสอดคล้องกับหลักการบัญชี ดังนี้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, 2549)

สารสนเทศทางการบัญชี คือ สารสนเทศที่ได้มาจากระบบสารสนเทศทางการบัญชี หนึ่งตัวอย่างสารสนเทศทางการบัญชีในส่วนของบัญชีการเงิน คือ งบการเงินและรายงานภาษีมูลค่าเพิ่มที่นำเสนอต่อผู้ใช้งบการเงินและกรมสรรพากร และในส่วนการบัญชีบริหาร ก็คือ รายงานการวิเคราะห์ต้นทุนต่างๆ รายงานงบประมาณ รายงานการวิเคราะห์งบการเงิน ตลอดจนรายงานการวิเคราะห์การลงทุน นอกจากนี้ยังมีเอกสารต่างๆ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ออกจากระบบสารสนเทศทางการบัญชี และใช้เป็นหลักฐานทางการเงิน เช่น ใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน ใบส่งสินค้า และใบจ่ายเงินเดือน เป็นต้น หากธุรกิจได้นำเสนอสารสนเทศทางการบัญชีที่จัดทำขึ้นตามหลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป และเปิดสารสนเทศที่ได้รับการประกันความถูกต้องเชื่อถือได้ จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้สารสนเทศ ดังนี้

- ช่วยให้ธุรกิจทราบกำไรขาดทุนที่แท้จริงขององค์กร โดยอาศัยสารสนเทศที่ได้รับจากงบกำไรขาดทุน ในส่วนตัวเลขรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้ ตลอดจนกำไรของธุรกิจ
- ช่วยให้ธุรกิจทราบฐานะทางการเงินของกิจการ โดยอาศัยข้อมูล จากงบดุลมาทำการวิเคราะห์ เช่น หากต้องการทราบว่าเงินสดที่เหลืออยู่ปลายงวดเวลาบัญชีนั้น เกิดจากรายการค้าปกติหรือเกิดจากการ

กู้ยืมเงินธนาคาร และการที่ธุรกิจจะไม่มีเงินสดคงเหลือปลายงวด อาจสืบเนื่องมาจากการขาดการติดตาม ทวงหนี้จากลูกหนี้ เป็นต้น

- ช่วยเป็นเครื่องมือสนับสนุนการหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจ ในกรณีที่ธุรกิจต้องการกู้เงินจาก สถาบันการเงิน จะต้องนำเสนอรายงานทางการเงินของธุรกิจต่อฝ่ายสินเชื่อของสถาบันการเงินนั้น เพื่อใช้เป็นหลักฐานการพิจารณาตัดสินใจอนุมัติสินเชื่อ ในส่วนโอกาสของการทำกำไรธุรกิจว่าจะสามารถจ่ายชำระคืนเงินกู้และดอกเบี้ยจ่ายให้สถาบันการเงินนั้นตรงตามกำหนดเวลาหรือไม่

- ช่วยเป็นเครื่องมือในการเสียดูแล หากธุรกิจทราบตัวเลขกำไรขาดทุนที่แท้จริงจะสามารถวางแผนทางภาษีได้ โดยไม่จำเป็นต้องเสียดูแลในอัตราเหมาจ่ายและอาจจะมีการศึกษาเพิ่มเติมว่า รายจ่ายใดที่สามารถนำมาหักภาษีได้ และรายจ่ายใดไม่สามารถนำมาหักภาษีได้ ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าเป็นการวางแผนภาษีที่มีประสิทธิภาพขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนทางภาษีด้วย

- ช่วยในการวางแผนธุรกิจ สารสนเทศทางการบัญชี จะช่วยให้ธุรกิจสามารถทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบหาแนวโน้มของยอดขายสินค้าในอนาคต ตลอดจนมีการนำตัวเลขทางการบัญชีของธุรกิจ มาเปรียบเทียบกับตัวเลขทางการบัญชีของธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อผลประโยชน์ของการวางแผนธุรกิจในอนาคต

- ช่วยในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้ โดยการนำตัวเลขทางการเงินในปัจจุบันมาทำการเปรียบเทียบกับตัวเลขทางการเงินในอดีต หรืออาจทำการวิเคราะห์หาอัตราส่วนทางการเงิน เพื่อหาจุดบกพร่อง จุดอ่อน และจุดรั่วไหลของธุรกิจได้

จึงสรุปได้ว่า สารสนเทศทางการบัญชี เป็นเครื่องมือหนึ่งของการเพิ่มมูลค่าให้ธุรกิจภายใต้โซ่คุณค่าขององค์กร และเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการดำเนินงานและการตัดสินใจทางธุรกิจทั้งในส่วนของการวางแผน และการควบคุมการดำเนินงานของธุรกิจให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ประเภทของสารสนเทศทางการบัญชี

เอกสารและรายงานทางการบัญชี เป็นทั้งแหล่งข้อมูลเบื้องต้น และสารสนเทศทางการบัญชีที่สำคัญของระบบสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งผู้ใช้ทั้งเอกสารและรายงานจะได้รับประโยชน์อย่างเต็มที่จากการนำเสนอข้อมูลในส่วนนี้ โดยมีการจำแนกประเภทเอกสาร และรายงานทางการบัญชีออกเป็น 3 ประเภท คือ เอกสารทางการบัญชี รายงานทางการเงิน และรายงานทางการบริหาร ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

1) เอกสารทางการเงินบัญชี คือ หลักฐาน ซึ่งอยู่ในรูปแบบของเอกสารที่ใช้บันทึกรายการบัญชีมีจุดเริ่มต้นแต่เอกสารที่ระบุแหล่งข้อมูลเบื้องต้น จนกระทั่งถึงเอกสารที่ใช้บันทึกข้อมูลก่อนที่จะออกงบการเงิน โดยจำแนกเอกสารทางการเงินบัญชีได้ 4 ประเภท ดังนี้

1.1 เอกสารขั้นต้น คือ เอกสารสำหรับใช้ประกอบการลงบัญชี และการบันทึกรายการเริ่มตั้งแต่การเกิดรายการค้า เพื่อแสดงให้เห็นถึงตัวเลขทางการเงิน อันสืบเนื่องมาจากการดำเนินงานของหน่วยงานต่างๆ เช่น ใบส่งของ ของแผนกขาย ใบสั่งซื้อ ของแผนกซื้อ และใบเสร็จรับเงิน ของแผนกการเงิน เป็นต้น ตลอดจน ใบสำคัญ (Voucher) ต่างๆ ซึ่งใช้งานเฉพาะภายในธุรกิจ เช่น ใบสำคัญรับ ใบสำคัญจ่าย และใบสำคัญทั่วไป เป็นต้น นอกจากนี้ เอกสารขั้นต้น (Source Document) ยังรวมถึงเอกสารที่ได้รับจากบุคคลภายนอกด้วย อาทิเช่น ใบเสร็จรับเงิน หรือใบกำกับภาษีจากผู้ขาย เป็นต้น ซึ่งเอกสารนี้ จะถือเป็นหลักฐานในการลงบัญชี เช่นเดียวกับเอกสารที่ธุรกิจจัดทำขึ้น

1.2 สมุดรายวัน เรียกอีกอย่างหนึ่งว่า สมุดบัญชี คือ เอกสารที่นำมาใช้สำหรับการบันทึกบัญชีในระบบมือ โดยมักจะออกแบบฟอร์มการบันทึกที่มีความสอดคล้องกับระบบบัญชี

1.3 บัญชีแยกประเภท คือ เอกสารที่ได้จากการผ่านรายการบัญชีจากสมุดรายวันโดยมีการจำแนกข้อมูลตามหมวดหมู่บัญชีที่เกี่ยวข้อง สำหรับข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบัญชีเดียวกันจะถูกนำมารวมไว้ในที่เดียวกัน เพื่อให้ง่ายต่อการสรุปผลยอดคงเหลือในบัญชี

2) รายงานทางการเงิน คือ รายงานซึ่งเป็นผลลัพธ์จากระบบสารสนเทศทางการเงิน หรือระบบบัญชีแยกประเภทและรายงานทางการเงิน แบ่งออกได้ 2 ส่วน คือ งบการเงิน (Financial Statement) และรายงานภาษีมูลค่าเพิ่ม (Value Added Tax Report) ดังนี้

2.1 งบการเงิน คือ รายงานที่แสดงผลการดำเนินงาน ฐานะการเงินหรือการเปลี่ยนแปลงฐานะการเงินของกิจการ

2.2. รายงานภาษีมูลค่าเพิ่ม ธุรกิจต้องจัดทำรายงานภาษีมูลค่าเพิ่ม พร้อมทั้งนำส่งรายงานแก่กรมสรรพากร ภายในระยะเวลาที่กำหนด

3) รายงานทางการบริหาร คือ รายงานซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการนำสารสนเทศที่ได้จากงบการเงินมาทำการวิเคราะห์ทางการเงิน (Financial Analysis) เพื่อให้ได้สารสนเทศที่น่าไปใช้ตัดสินใจทางการดำเนินงานและการบริหารงานภายใต้องค์การ การกำหนดรูปแบบของรายงานจะขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริหารระดับต่างๆ ขององค์การ

สรุปได้ว่า ในส่วนเอกสารทางการเงินบัญชี อาจเป็นได้ทั้งแหล่งเก็บข้อมูลขั้นต้นและขั้นปลายของระบบสารสนเทศทางการเงิน ในบางครั้ง ธุรกิจอาจใช้ระบบจัดเก็บเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์เพื่อลด

ปริมาณการใช้กระดาษ ลดต้นทุน และเพิ่มความเร็วในการรับส่งข้อมูลตลอดจนสารสนเทศทางการบัญชีทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ

ในส่วนรายงานทางการบัญชีซึ่งที่อยู่ในรูปแบบของรายงานทางการเงิน และรายงานทางการบริหาร นั้น จะต่างกันที่รูปแบบรายงานที่ได้มาตรฐานและนำเสนอต่อผู้ใช้รายงานทั้งภายในและภายนอกธุรกิจ แต่ภายในองค์กร ซึ่งได้แก่ ผู้บริหารระดับต่างๆ ขององค์กรเท่านั้น

2. ระบบสารสนเทศด้านการเงิน (Financial information system)

สารสนเทศทางการเงินนับเป็นส่วนหนึ่งของสารสนเทศทางธุรกิจ ถือเป็นผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศทางการเงิน ธุรกิจส่วนใหญ่จะมีการใช้สารสนเทศทางการเงินทั้งในแบบของเอกสาร รายงานเพื่อปฏิบัติงาน และรายงานเพื่อการจัดการ โดยกำหนดรูปแบบรายงานตามความต้องการของผู้ใช้รายงาน (รูจิ้นทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

สารสนเทศทางการเงิน หมายถึง สารสนเทศที่ได้รับการประมวลผลของระบบสารสนเทศทางการเงิน ซึ่งจะต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร เช่น การรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ การจัดการเงินทุน การลงทุนในสินทรัพย์ ตลอดจนสารสนเทศด้านอัตราดอกเบี้ยอัตราแลกเปลี่ยน และนโยบายทางการเงินของรัฐบาล โดยใช้สารสนเทศเหล่านี้สนับสนุนกิจกรรมทางการเงินทั้งในส่วนของการวางแผนทางการเงิน การจัดการและการวิเคราะห์ทางการเงิน ตลอดจนการควบคุมและตรวจสอบทางการเงิน

ประเภทของสารสนเทศทางการเงิน

สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (รูจิ้นทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

1) สารสนเทศเชิงปฏิบัติการ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการปฏิบัติงานด้านการรับและจ่ายเงินสด การจัดหาและใช้เงินทุน ตลอดจนการลงทุนในสินทรัพย์ อาทิ สารสนเทศด้านกระแสเงินสด สารสนเทศด้านเงินทุน สารสนเทศด้านการลงทุน

2) สารสนเทศเชิงบริหาร คือ สารสนเทศที่ใช้สนับสนุนงานการบริหารและจัดการทางการเงิน ได้แก่ สารสนเทศด้านพยากรณ์ทางการเงิน สารสนเทศด้านงบประมาณเงินสด สารสนเทศด้านงบประมาณลงทุน สารสนเทศด้านวิเคราะห์ทางการเงิน สารสนเทศด้านการควบคุมทางการเงิน ฯลฯ

3. สารสนเทศภายนอกองค์กร คือ สารสนเทศที่ได้จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ได้แก่ สารสนเทศจากตลาดการเงิน สารสนเทศด้านนโยบายของรัฐ ฯลฯ

3. ระบบสารสนเทศด้านการตลาด (Marketing information system)

สารสนเทศทางการตลาดนับเป็นส่วนหนึ่งของสารสนเทศทางธุรกิจถือเป็นผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศทางการตลาด ธุรกิจส่วนใหญ่มีการใช้สารสนเทศทางการตลาดทั้งในแบบของเอกสารรายงาน การปฏิบัติงานและรายงานเพื่อการบริหาร โดยการกำหนดรูปแบบรายงานตามความต้องการของผู้ใช้รายงาน (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

สารสนเทศทางการตลาด หมายถึง สารสนเทศที่ได้จากการประมวลผลของระบบสารสนเทศทางการตลาด ซึ่งต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร โดยใช้สนับสนุนกิจกรรมทางการตลาดทั้งในส่วนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดจำหน่าย การตั้งราคาผลิตภัณฑ์การตัดสินใจทางการตลาด การสื่อสารการตลาด และการพยากรณ์ยอดขาย ในส่วนการจัดทำสารสนเทศทางการตลาดมักจะ ต้องอาศัยเครื่องมืออัตโนมัติเพื่อสร้างหลักฐาน หรือสัญญาด้านการขาย เช่น ระบบอีเมลล์หรือระบบประชุมผ่านวิดีโอทัศน์โดยเฉพาะในส่วนการใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อปฏิบัติหน้าที่ทางการตลาด ทั้งด้านการโฆษณาและการขายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการใช้ระบบสารสนเทศด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้า และสนองตอบการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในระยะยาว

ประเภทของสารสนเทศทางการตลาด

สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

1) สารสนเทศเชิงปฏิบัติการ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการปฏิบัติงานด้านการตลาด เพื่อสร้างยอดขายสินค้าให้กับธุรกิจ ดังนี้

1.1 สารสนเทศด้านลูกค้า เป็นการจัดเก็บข้อมูลส่วนตัว ประวัติการซื้อสินค้าและบริการตลอดจน ความพึงพอใจของลูกค้า การจัดหาสารสนเทศนี้ อาจใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้พนักงานขาย สำหรับผู้เป็นลูกค้าเดิม หรือการเก็บรวมข้อมูลวิจัยตลาด สำหรับลูกค้าที่เป็นเป้าหมายสำหรับการซื้อสินค้า หรือบริการในอนาคต ซึ่งสารสนเทศนี้ มักถูกนำไปใช้ในงานด้านการขายและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

1.2 สารสนเทศด้านการขาย เป็นการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรม ที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ โดยอาจเป็นสารสนเทศที่เป็นรายละเอียดการขายรายวัน หรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปีก็ได้ และในส่วนการออกรายงานการขายดังกล่าว อาจเลือกให้จำแนกตามพนักงานขาย ตามเขตพื้นที่การขาย หรืออื่นๆ ก็อาจจะเป็นได้

1.3 สารสนเทศด้านสินค้า เป็นสารสนเทศซึ่งนำเสนอรายละเอียดสินค้าที่มีไว้ขาย โดยมี การเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าของระบบสารสนเทศทางการผลิต นำมาใช้ประกอบกับข้อมูลการขาย เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าเป้าหมาย โดยสารสนเทศนี้ อาจปรากฏอยู่ในใบรายการสินค้า เว็บไซต์สินค้าหรือหน้าจอโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าก็ได้

2) สารสนเทศเชิงบริหาร คือ สารสนเทศที่ใช้สนับสนุนงานการบริหารการตลาด และการพัฒนา ส่วนประสมการตลาด ซึ่งจำแนกประเภทได้ ดังนี้

2.1 สารสนเทศด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ สารสนเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนสภาพวัตถุดิบ เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ ตลอดจนความมุ่งหวังในคุณลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์โดยจะต้องอาศัย ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการวิจัยตลาด

2.2 สารสนเทศด้านสื่อสารการตลาด คือ สารสนเทศที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการโฆษณาและ ส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจโดย ใช้โปรแกรมการโฆษณาและส่งเสริมการขายเข้าช่วย ซึ่งสารสนเทศที่ได้รับ คือ สารสนเทศด้านโฆษณา และผลสำเร็จของการโฆษณา สารสนเทศด้านการส่งเสริมการขายและผลสำเร็จของการส่งเสริมการขาย ตลอดจนสารสนเทศอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

2.3 สารสนเทศด้านการตั้งราคาสินค้าหรือบริการ คือ สารสนเทศที่ได้จากการวางแผนด้านราคา สินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญและมีความซับซ้อนสำหรับการตั้งราคาที่สัมพันธ์กับยอดขาย และการพัฒนานโยบายด้านราคาเพื่อให้ยอดขายรวมสูงสุด โดยใช้โปรแกรมการตั้งราคาเข้าช่วย สารสนเทศที่ได้รับคือ ราคาสินค้าหรือบริการของแต่ละรายการ เส้นโค้งแสดงอุปสงค์และอุปทานในตลาด ตลอดจนเป้าหมายในการขาย

2.4 สารสนเทศด้านพยากรณ์ยอดขาย คือ สารสนเทศซึ่งบ่งชี้ให้เห็นถึงสินค้าหรือบริการ ปฏิบัติงานของพนักงานขาย ตลอดจนพฤติกรรมการณ์ซื้อของลูกค้าที่นำมาใช้ร่วมกับข้อมูลยอดขายสินค้าในอดีต เพื่อนำเสนอรายงานพยากรณ์ยอดขายให้ผู้บริหารใช้ในการตัดสินใจด้านการขายสินค้าหรือบริการต่อไป

3) สารสนเทศภายนอกองค์กร คือ สารสนเทศที่ได้จากกระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก สภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 สารสนเทศด้านวิจัยการตลาด คือ สารสนเทศที่เก็บรวบรวมได้จากการสำรวจ แบบสอบถาม การศึกษานำร่อง ตลอดจนการสัมภาษณ์ โดยใช้โปรแกรมวิจัยตลาดเข้าช่วยในการรวบรวมวิเคราะห์และ

นำเสนอข้อมูล โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาตลาดและบ่งชี้ให้เห็นถึงลูกค้าที่มีศักยภาพรวมถึงความต้องการสินค้าหรือบริการในอนาคต

3.2 สารสนเทศด้านข่าวกรองทางการตลาด คือ สารสนเทศที่จัดเก็บและรวบรวมได้จากสภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยเฉพาะข้อมูลของกลุ่มแข่งขัน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายฝ่าย เช่น ลูกค้า พนักงานขาย หรือตัวแทนขาย เป็นต้น ซึ่งการใช้ข่าวกรองนี้จะมีผลให้ธุรกิจสามารถทำการตัดสินใจทางการตลาดได้ถูกต้องยิ่งขึ้น อีกทั้งนำมาซึ่งความได้เปรียบเชิงการแข่งขันทางธุรกิจ

4. ระบบสารสนเทศด้านการผลิตและการดำเนินงาน (Production and operations information system)

สารสนเทศทางการผลิตนับเป็นส่วนหนึ่งของสารสนเทศทางธุรกิจ ซึ่งถือเป็นผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศทางการผลิต ธุรกิจส่วนใหญ่จะมีการใช้สารสนเทศทางการผลิตทั้งในแบบของเอกสาร รายงาน การปฏิบัติงานและรายงานเพื่อการบริหาร โดยมีการกำหนดรูปแบบรายงานตามความต้องการของผู้ใช้รายงาน (รูจิ้นทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

สารสนเทศทางการผลิต คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการประมวลผลของระบบสารสนเทศทางการผลิต ซึ่งต้องอาศัยข้อมูลและสารสนเทศทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร เช่น แผนการผลิตสารสนเทศด้านวัตถุดิบและสินค้าคงเหลือ สารสนเทศด้านต้นทุนการผลิต ตลอดจนสารสนเทศด้านการขนส่งวัตถุดิบและสารสนเทศด้านผู้ขายวัตถุดิบ เป็นต้น โดยมีการใช้สารสนเทศเหล่านี้สนับสนุนกิจกรรมทางการผลิตทั้งในเชิงปฏิบัติการและเชิงบริหาร เพื่อมุ่งเน้นถึงผลงานด้านการบริหารและควบคุมการผลิต

ประเภทของสารสนเทศทางการผลิต

สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ดังนี้ (รูจิ้นทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

1) สารสนเทศเชิงปฏิบัติการ คือ การสารสนเทศที่ได้รับจากการดำเนินการผลิต ในส่วนต่างๆ ดังนี้

1.1 สารสนเทศด้านการดำเนินการผลิต ซึ่งจะครอบคลุมถึงสารสนเทศด้านการปฏิบัติการผลิตประจำวัน ต้นทุนการผลิต สินค้าสำเร็จรูป และงานระหว่างทำ ที่เป็นผลลัพธ์จากการผลิตโดยมุ่งเน้นด้านผลิตภาพและคุณภาพของผลผลิต ตลอดจนการดำเนินการผลิตตามแผนที่วางไว้อย่างครบถ้วน

1.2 สารสนเทศด้านควบคุมคุณภาพ คือ สารสนเทศที่ระบุถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งถือเป็นหัวใจของการผลิต ซึ่งจำเป็นจะต้องสร้างผลผลิตเพื่อให้ได้คุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ตัวอย่างของสารสนเทศด้านนี้ คือ สถิติการใช้วัตถุดิบในการผลิต และสถิติของเสียจากระบวนการผลิต

1.3 สารสนเทศด้านการแก้ปัญหา คือ สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการค้นพบสิ่งผิดปกติที่เกิดขึ้นในช่วงการผลิต ซึ่งอาจจะต้องใช้เวลาและต้นทุนการค้นพบที่มีมูลค่าสูง รวมทั้งมีการใช้อุปกรณ์พิเศษ เช่น เครื่องรับรู้ในโรงงาน (Factory Sensor)

2) สารสนเทศเชิงบริหาร คือ สารสนเทศที่ใช้สนับสนุนงานการวางแผนและจัดการผลิต ดังนี้

2.1 สารสนเทศด้านออกแบบการผลิต คือ สารสนเทศ ที่ได้รับจากการปฏิบัติการด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบกระบวนการผลิต และระบบการผลิตตามความต้องการของลูกค้า ตลอดจนการออกแบบผังโรงงาน เพื่อดำเนินการผลิตได้อย่างต่อเนื่องและราบรื่นตามเป้าหมายที่วางไว้

2.2 สารสนเทศด้านวางแผนการผลิต คือ สารสนเทศที่ได้จากการวางแผนการผลิตด้านต่างๆ เช่น การจัดตารางการผลิต การจัดสรรทรัพยากรการผลิต ตลอดจนการบริหารโครงการผลิตเป็นต้น เพื่อให้ได้แผนการผลิตที่ถูกต้องนำไปใช้สำหรับควบคุมการผลิตต่อไป

2.3 สารสนเทศด้านการจัดการโลจิสติกส์ คือ สารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับงานด้านการจัดหาและการขนส่งวัสดุเข้าโรงงานเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับการผลิต ตลอดจนการจัดเก็บและควบคุมสินค้าคงเหลือ ซึ่งมุ่งเน้นประสิทธิภาพของกระบวนการเคลื่อนย้ายสินค้าและวัตถุดิบที่รวดเร็ว ตลอดจนการรักษาคุณภาพของวัสดุและสินค้าให้คงเดิม

2.4 สารสนเทศด้านควบคุมการผลิต คือ สารสนเทศที่ใช้สนับสนุนงานด้านการควบคุมกระบวนการผลิต การควบคุมต้นทุนการผลิต รวมทั้งด้านการบำรุงรักษาเครื่องจักรและอุปกรณ์ต่างๆ ให้อยู่ในสภาพที่พร้อมใช้งานได้

3) สารสนเทศภายนอกองค์กร คือ สารสนเทศที่ได้จากระบบการเก็บรวบรวมข้อมูลจากสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กร ซึ่งจำแนกได้เป็น 2 ประเภท คือ

3.1 สารสนเทศด้านผู้ขายวัสดุ คือ สารสนเทศที่ได้จากผู้ขายวัสดุ ภายในเครือข่ายด้านโซ่อุปทานขององค์กร เช่น ประเภทและคุณภาพของวัสดุ ราคาวัสดุ และปริมาณวัสดุที่สามารถจัดส่งได้ในเวลาที่ต้องการ

3.2 สารสนเทศด้านผู้ขนส่งวัสดุ คือ สารสนเทศที่ได้จากผู้ให้บริการขนส่งวัสดุ เช่น ตารางการขนส่ง ระยะเวลาที่ใช้ในการขนส่งและต้นทุนการขนส่ง เป็นต้น

5. ระบบสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคล (Human resource information system)

สารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ นับเป็นส่วนหนึ่งของสารสนเทศทางธุรกิจ ซึ่งถือเป็นผลลัพธ์ของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ธุรกิจส่วนใหญ่มีการใช้สารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ทั้งในรูปแบบของเอกสาร รายงานการปฏิบัติงานและรายงานเพื่อการบริหารโดยมีการกำหนดแบบของรายงานตามความต้องการของผู้ใช้รายงาน (รุจันท์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

สารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ หมายถึง สารสนเทศที่ได้จากการประมวลผลของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งมักจะเกิดขึ้นซ้ำๆ กันเป็นวัฏจักร เริ่มตั้งแต่มีการสรรหาและว่าจ้างบุคลากรเข้าทำงาน จนกระทั่งบุคคลผู้นั้นพ้นสภาพจากการเป็นบุคลากรของบริษัทไป ตัวอย่างของสารสนเทศ ก็คือ สารสนเทศด้านการวางแผนกำลังคน การว่าจ้างงาน และการประเมินผลการทำงานของบุคลากร เป็นต้น

จากความหมายข้างต้นจะเห็นได้ว่า สารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กันกับกิจกรรมด้านต่างๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์อย่างเห็นได้ชัด เนื่องจากการดำเนินงานตามขั้นตอนต่างๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์จะนำมาซึ่งข้อมูลที่น่าเข้าสู่การประมวลผลของระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่นับเป็นวิถีทางหนึ่งของการได้มาซึ่งสารสนเทศนั่นเอง

ประเภทของสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์

สามารถจำแนกได้เป็น 3 ประเภท ตามระดับของการบริหารงานในองค์กร ดังนี้

1) สารสนเทศเชิงปฏิบัติการ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการปฏิบัติงานด้านต่างๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และมีการนำเสนอต่อผู้บริหารระดับล่าง ได้แก่ สารสนเทศด้านการคัดเลือก สารสนเทศด้านการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงาน สารสนเทศด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน สารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน ฯลฯ

2) สารสนเทศเชิงกลยุทธ์ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการบริหารงานในด้านต่างๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และมีการนำเสนอต่อผู้บริหารระดับล่าง ได้แก่ สารสนเทศด้านการสรรหา สารสนเทศด้านการวิเคราะห์งาน สารสนเทศด้านการควบคุมตำแหน่ง สารสนเทศด้านการสวัสดิการและผลประโยชน์ สารสนเทศด้านการพัฒนาและฝึกอบรม ฯลฯ

3) สารสนเทศเชิงกลยุทธ์ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการวางแผนงานของผู้บริหารระดับสูงอีกทั้งมีการกำหนดเป้าหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงความต้องการแรงงานให้มีความสอดคล้องกับความต้องการใช้ทรัพยากรอื่นและมีความสัมพันธ์กับตลาดแรงงานในอนาคต เพื่อมั่นใจได้ว่า องค์กรมีบุคลากรในจำนวนที่เหมาะสมและในเวลาที่ต้องการ ดังนั้น สารสนเทศที่ได้รับส่วนมีความเกี่ยวข้องกับการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ทั้งสิ้น โดยจำแนกประเภทของสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ได้เป็น 2 ประเภท คือ สารสนเทศด้านการวางแผนอัตรากำลัง และสารสนเทศด้านการเจรจาต่อรองแรงงาน

สารสนเทศทางการท่องเที่ยว

Pauline Sheldon (1997) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวกล่าวว่า “สารสนเทศ คือ เส้นชีวิตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว” เพราะการจัดการสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่ในสถานะได้เปรียบทางการแข่งขัน

ทั้งนี้ ลักษณะของสารสนเทศทางการท่องเที่ยว หมายถึง ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเดินทางท่องเที่ยวที่ประกอบไปด้วยส่วนต่างๆ เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับการเดินทาง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม การนำเที่ยว บ้านพัก ของที่ระลึก ฯลฯ สารสนเทศทางการท่องเที่ยวจึงมีจำนวนมากและมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ใช้แต่ละบุคคลแต่ละกลุ่ม ตัวอย่างของสารสนเทศที่แบ่งตามกลุ่มผู้ใช้ได้แก่ (ราณี อธิชัยกุล, อ้างแล้ว)

1. สารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและราคาของสินค้าและบริการที่มีไว้บริการ ภูมิอากาศและภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น
2. สารสนเทศสำหรับผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เช่น สารสนเทศของธุรกิจ ข้อมูลและประวัติลูกค้า ข้อมูลตัวแทนจำหน่าย คู่แข่งขัน เป็นต้น
3. สารสนเทศสำหรับตัวแทนจำหน่าย เช่น แนวโน้มความต้องการของลูกค้า แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก รายการนำเที่ยว ประเภทและราคาของสินค้าและบริการที่มีไว้บริการ เป็นต้น
4. สารสนเทศสำหรับหน่วยงานวางแผนการท่องเที่ยว เช่น จำนวนนักท่องเที่ยว รายได้จากการท่องเที่ยว นโยบายการท่องเที่ยว แผนพัฒนาการท่องเที่ยว แนวโน้มการท่องเที่ยวของโลก เป็นต้น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการศึกษา

งานวิจัยเรื่อง “การใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย” ใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีรายละเอียดวิธีการดำเนินการวิจัยมีดังนี้

ประชากรและกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

งานวิจัยนี้กำหนดพื้นที่ในการศึกษาคือ องค์กร หน่วยงาน บริษัทห้างร้านในภาคเอกชน รวมถึงปัจเจกบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย จำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการจัดการและส่งเสริมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว หมายถึง เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว
2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม
3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม
4. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว
5. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย
6. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งในระดับผู้บริหารกิจการและระดับพนักงานปฏิบัติการในธุรกิจดังกล่าว จำนวน 45 คน

วิธีการเลือกผู้ให้ข้อมูล

ในการเลือกผู้ให้ข้อมูล ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามคุณลักษณะที่ต้องการตามวัตถุประสงค์วิจัยที่ต้องการศึกษาการใช้สารสนเทศของผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงราย โดยผู้วิจัยสำรวจจากคุณลักษณะที่เหมาะสมในด้านภาระงานหลัก และหน้าที่รับผิดชอบในธุรกิจท่องเที่ยว ฯลฯ โดยผู้วิจัยใช้วิธีการให้ผู้ถูกสัมภาษณ์คนแรกแนะนำผู้ที่ตนต้องติดต่อสารหรือ

ถ่ายทอดสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่อไปกันเป็นทอดๆ (Snow ball technique) จนได้บุคคลที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายตลอดหนึ่งรายการท่องเที่ยว

รายชื่อกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 4 คน ได้แก่
 - 1.1 คุณจรัสพร นันทชัยวงศ์ เจ้าหน้าที่หอฝิ่น อุทยานสามเหลี่ยมทองคำ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2552
 - 1.2 คุณพัชรี ศรีมัชยกุล เจ้าของพิพิธภัณฑสถานฝิ่นสามเหลี่ยมทองคำ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 5 พฤษภาคม 2552
 - 1.3 นายมะจ้าว เอ่อคี บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร หมู่ 2 ต.แม่ยาว อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 1 พฤษภาคม 2552
 - 1.4 พนักงานไร่ชา 101 คอยแม่สลอง อ.แม่จัน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 8 พฤษภาคม 2552
2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม จำนวน 5 คน ได้แก่
 - 2.1 คุณอนุภาพ นิลคำ เจ้าของกิจการโรงแรมเอสวีเพลส สามเหลี่ยมทองคำ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 15 พฤษภาคม 2552
 - 2.2 คุณชาญณรงค์ คำพา เจ้าของกิจการบ้านพักเข็รเฮ้าส์ ถนนศรีบุญเรือง อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 5 กุมภาพันธ์ 2552
 - 2.3 คุณปริยาพร เรย์ ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 4 กุมภาพันธ์ 2552
 - 2.4 คุณบุญฤทธิ์ เมืองคำ แม่ฮ่องสอนเกสเฮ้าส์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 21 กุมภาพันธ์ 2552
 - 2.5 พนักงานทัวร์สต๊อ์อินท์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2552
3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม จำนวน 5 คน ได้แก่
 - 3.1 ร้านอาหารครัวไทย อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 22 เมษายน 2552
 - 3.2 ร้านอาหารริมโขง อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 3 เมษายน 2552

- 3.3 คุณเกศริน สมคำ พนักงาน Old Halland's Café'-Bar-Resturant อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่
สัมภาษณ์ 2 เมษายน 2552
- 3.4 ร้านอาหาร โกลด์เด็นไอยรา อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 20 เมษายน 2552
- 3.5 คุณปณชัช พิสัยเลิศ ผู้จัดการบริษัทคอยช่างเฟรช โรสเด็ค คอฟฟี่ จำกัด อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่
สัมภาษณ์ 11 กุมภาพันธ์ 2552
4. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว จำนวน 12 คน ได้แก่
- 4.1 พงษ์ศักดิ์ พยัคเกท, สัมภาษณ์ 1 พ.ค.2552) อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม
2552
- 4.2 บริษัทพีดีทัวร์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 25 เมษายน 2552
- 4.3 เชียงใหม่ทราเวลเซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2552
- 4.4 นายพลทัวร์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 20 เมษายน 2552
- 4.5 ห้างหุ้นส่วนจำกัด แมเนอร์ทัวร์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 21 พฤษภาคม 2552
- 4.6 บริษัทเชียงรายเอเจนซี่เซ็นเตอร์ คุณวราพร การดี ผู้จัดการ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2
พฤษภาคม 2552
- 4.7 กชพร แทรเวล แอนด์ เซอร์วิส อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 1 เมษายน 2552
- 4.8 วีอาร์รถเช่า อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 27 เมษายน 2552
- 4.9 คุณอุดม เตชะปิติ บริษัทสีสันน้ำภรณ์รถเช่า อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม
2552
- 4.10 เจปี่รถเช่า อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2552
- 4.11 โกลด์เด็นที่ไทรเองเกิลทัวร์ ห้างหุ้นส่วนจำกัด มายทริปส์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 21
เมษายน 2552
- 4.12 พลศักดิ์รถเช่า อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 13 พฤษภาคม 2552
5. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย จำนวน 13 คน ได้แก่
- 5.1 บริษัทอิชี่ไฟล จำกัด อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 18 เมษายน 2552
- 5.2 คุณนิศานาถ สติสงกลม โสภภาพรรณทราเวล อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม
2552
- 5.3 บริษัทพีดีทัวร์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 25 เมษายน 2552

5.4 คุณวิเชียร นิเวศน์สถาน ผู้จัดการ เจ ทราเวลเซอร์วิส อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2552

5.5 ตุงหลวงท้าว อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2552

5.6 เชียงใหม่ทราเวลเซ็นเตอร์ อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2552

5.7 เคเอ็มทราเวล อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 11 เมษายน 2552

5.8 ห้างหุ้นส่วนจำกัด แมเนอร์ท้าว อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 21 พฤษภาคม 2552

5.9 ห้างหุ้นส่วนจำกัดพีพีแอร์ทราเวล อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 พฤษภาคม 2552

5.10 เชียงรายรำลึกทราเวลแอนด์ท้าว อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 24 เมษายน 2552

5.11 กชพร แทรเวล แอนด์ เซอร์วิสวัน อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 1 เมษายน 2552

5.12 สี่เลนท้าว อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 12 พฤษภาคม 2552

5.13 คุณชาญณรงค์ คำพา เขียวแฮ้ว ถนนศรีบุญเรือง อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 26

พฤษภาคม 2552

6. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก จำนวน 6 คน ได้แก่

6.1 คุณเหมย สิงห์จาว พนักงานร้านชาขาวเขียว สามเหลี่ยมทองคำ ต.สบรวก อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 10 พฤษภาคม 2552

6.2 คุณรัตนา มงคลคณี ผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมและผ้าทอ อ.เชียงแสน จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 2 เมษายน 2552

6.3 คุณ โสมรวี จินดาทา ร้านเอส.พี เซรามิก อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 10 มีนาคม 2552

6.4 คุณสรณ์ภูฏ์ สาระสมบัติ บริษัท เชียงรายไวน์เนอร์ จำกัด อ.เมือง จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 9 มีนาคม 2552

6.5 คุณมาลี อุปลี ศูนย์อัญมณีและโรงงานหยกมณฑลเลย์ อ.แม่สาย จ.เชียงราย วันที่สัมภาษณ์ 5 มีนาคม 2552

6.6 คุณนวินดา หลวงแบน ผู้จัดการร้านนันทวัน ของฝากเชียงราย ต.ริมกก อ.เมือง จ.เชียงราย

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 3 วิธีการได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตการณ์ และการวิเคราะห์เอกสาร โดยมีรายละเอียดวิธีการศึกษาดังนี้

1. การสัมภาษณ์เจาะลึก (Depth Interview)

เป็นการสัมภาษณ์เจาะลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Infomants) ที่เป็นผู้อยู่ในเครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้ข้อมูลรายละเอียดในเชิงลึก

เครื่องมือที่ใช้วิจัย เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยนี้คือ คำถามสัมภาษณ์ โดยข้อคำถามสัมภาษณ์สร้างขึ้นจากการทบทวนตำรา เอกสาร และงานวิจัยที่อยู่ในสาขาการสื่อสาร การจัดการธุรกิจ และการท่องเที่ยว โดยแนวคำถามที่จะใช้ในการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่มมีดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย

ผู้วิจัยจะสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว อาทิ วัด พิชัยภัณฑ์ น้ำตก หอจัดนิทรรศการ ฯลฯ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แก่ เจ้าของสถานที่ท่องเที่ยว เจ้าหน้าที่ผู้ดูแล ผู้เก็บค่าเข้าชม ฯลฯ ประเด็นคำถามสัมภาษณ์จะได้แก่

- นักท่องเที่ยวที่เข้าชมสถานที่ท่องเที่ยวของท่านส่วนใหญ่มีลักษณะหรือที่มาอย่างไร
- มีการเผยแพร่ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยวทั้งนอกและในแหล่งท่องเที่ยวบ้างหรือไม่
- ในแหล่งท่องเที่ยวของท่านมีสื่ออธิบายหรือให้ข้อมูลแนะนำในสถานที่ท่องเที่ยวหรือไม่
- ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายของท่านต้องมีการติดต่อประสานงานกับใครบ้าง ทั้งที่เป็นการติดต่อสื่อสารที่ทางการและไม่เป็นทางการ

- ในการติดต่อสื่อสารดังกล่าวมีความถี่และระยะเวลาเพียงใด และมีวัตถุประสงค์ใดบ้าง
- มีข้อมูลใดบ้างที่ท่านต้องใช้ในการสื่อสารกันเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวของท่านกับหน่วยงานอื่นๆ
- มีข้อมูลใดบ้างที่ท่านต้องใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว
- ข้อมูลเหล่านั้นมีกระบวนการเตรียมการและจัดระบบหรือไม่ อย่างไร
- ข้อมูลเหล่านั้นถูกใช้ประโยชน์ในการจัดการทางธุรกิจอย่างไรบ้าง

- ท่านมีเทคนิคในการสื่อสารและถ่ายทอดสารสนเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้าอย่างไร
- ท่านจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและช่องทางใดบ้างในการถ่ายทอดสารสนเทศ
- ท่านมีการแพร่กระจายสารสนเทศกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่านอย่างไร
- ปัญหาและข้อจำกัดใดบ้างที่ท่านพบในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว และท่านแก้ปัญหาอย่างไร
- ข้อมูลอื่นๆ ที่เห็นว่าเกี่ยวข้อง

2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้ประกอบการด้านบริการที่พัก เช่น โรงแรม เกสเฮ้าส์ อาคารที่พักลูกค้า สถานที่พักตากอากาศ ฯลฯ ที่อยู่ในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย ประเด็นคำถามสัมภาษณ์จะได้แก่

- ที่พักของท่านมีระยะเวลาก่อตั้งมานานเท่าใด และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร
- ที่พักของท่านให้บริการใดบ้าง
- ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายของท่านต้องมีการติดต่อประสานงานกับใครบ้าง ทั้งที่เป็นการติดต่อสื่อสารที่ทางการและไม่เป็นทางการ
- มีขั้นตอนการติดต่อกับบริษัทนำเที่ยวเป็นอย่างไร ทั้งลูกค้าที่เป็นรายคนและมาเป็นหมู่คณะ ต้องเอาข้อมูลอะไรจากลูกค้าบ้าง หรือต้องให้ข้อมูลอะไรกับลูกค้า
- ในการติดต่อสื่อสารดังกล่าวมีความถี่และระยะเวลาเพียงใด และมีวัตถุประสงค์ใดบ้าง
- มีข้อมูลใดบ้างที่ท่านต้องใช้ในการสื่อสารกันเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวของท่านกับหน่วยงานอื่นๆ
- ข้อมูลเหล่านั้นมีกระบวนการเตรียมการและจัดระบบหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีเทคนิคในการสื่อสารและถ่ายทอดสารสนเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้าอย่างไร
- ท่านจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและช่องทางใดบ้างในการถ่ายทอดสารสนเทศ
- ท่านมีการแพร่กระจายสารสนเทศกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่านอย่างไร
- ข้อมูลเหล่านั้นถูกใช้ประโยชน์ในการจัดการทางธุรกิจอย่างไรบ้าง
- ปัญหาและข้อจำกัดใดบ้างที่ท่านพบในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว และท่านแก้ปัญหาอย่างไร
- ข้อมูลอื่นๆ ที่เห็นว่าเกี่ยวข้อง

3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจที่ประกอบการโดยมีเป้าหมายเพื่อหาสินค้าและบริการด้านอาหารและเครื่องดื่มไว้บริการนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แก่ ผู้ประกอบการด้านร้านอาหาร ภัตตาคาร ร้านขายเครื่องดื่ม ฯลฯ ที่อยู่ในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย ประเด็นคำถามสัมภาษณ์จะ ได้แก่

- ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายของท่านต้องมีการติดต่อประสานงานกับใครบ้าง ทั้งที่เป็นการติดต่อสื่อสารที่ทางการและไม่เป็นทางการ

- ในการติดต่อสื่อสารดังกล่าวมีความถี่และระยะเวลาานเพียงใด และมีวัตถุประสงค์ใดบ้าง
- มีข้อมูลใดบ้างที่ท่านต้องใช้ในการสื่อสารกันเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวของท่านกับหน่วยงานอื่นๆ
- ข้อมูลเหล่านั้นมีกระบวนการเตรียมการและจัดระบบหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีเทคนิคในการสื่อสารและถ่ายทอดสารสนเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้าอย่างไร
- ท่านจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและช่องทางใดบ้างในการถ่ายทอดสารสนเทศ
- ท่านมีการแพร่กระจายสารสนเทศกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่านอย่างไร
- ข้อมูลเหล่านั้นถูกใช้ประโยชน์ในการจัดการทางธุรกิจอย่างไรบ้าง
- ปัญหาและข้อจำกัดใดบ้างที่ท่านพบในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว

และท่านแก้ปัญหาอย่างไร

- ข้อมูลอื่นๆ ที่เห็นว่าเกี่ยวข้อง

4. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

แบ่งเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่ให้เช่าหรือให้บริการรถยนต์ รถตู้ รถปรับอากาศ รถสามล้อ เรือ ฯลฯ ตลอดจนการสร้างท่าเรือและสิ่งอำนวยความสะดวกในการขึ้นลงยานพาหนะ ประเด็นคำถามสัมภาษณ์จะ ได้แก่

- ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายของท่านต้องมีการติดต่อประสานงานกับใครบ้าง ทั้งที่เป็นการติดต่อสื่อสารที่ทางการและไม่เป็นทางการ

- ในการติดต่อสื่อสารดังกล่าวมีความถี่และระยะเวลาานเพียงใด และมีวัตถุประสงค์ใดบ้าง
- มีข้อมูลใดบ้างที่ท่านต้องใช้ในการสื่อสารกันเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวของท่านกับหน่วยงานอื่นๆ
- ข้อมูลเหล่านั้นมีกระบวนการเตรียมการและจัดระบบหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีเทคนิคในการสื่อสารและถ่ายทอดสารสนเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้าอย่างไร
- ท่านจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและช่องทางใดบ้างในการถ่ายทอดสารสนเทศ

- ท่านมีการแพร่กระจายสารสนเทศกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่านอย่างไร
- ข้อมูลเหล่านั้นถูกใช้ประโยชน์ในการจัดการทางธุรกิจอย่างไรบ้าง
- ปัญหาและข้อจำกัดใดบ้างที่ท่านพบในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว และท่านแก้ปัญหาอย่างไร
- ข้อมูลอื่นๆ ที่เห็นว่าเกี่ยวข้อง

5. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

ผู้ประกอบการธุรกิจการจําหน่าย (Tour Operator) อาจอยู่ในรูปแบบของบริษัทหรือผู้ประกอบการรายบุคคล กลุ่มผู้ให้ข้อมูลได้แก่ เจ้าของบริษัทธุรกิจนำเที่ยว มัคคุเทศก์ ฯลฯ ขณะที่ตัวแทนจำหน่ายในงานวิจัยนี้หมายถึง ผู้ให้บริการจําหน่ายตัวเครื่องบินโดยสารและรถโดยสารต่างๆ ประเด็นคำถามสัมภาษณ์จะได้แก่

- บริษัทของท่านมีระยะเวลาก่อตั้งมานานเท่าใด และกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นใคร และให้บริการใดบ้าง
- เส้นทางท่องเที่ยวที่จัดมีเส้นทางใดบ้าง ราคาเท่าใด หากเป็นฤดูกาลท่องเที่ยว (ไฮซีซั่น) แตกต่างกันอย่างไร
- ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายของท่านต้องมีการติดต่อประสานงานกับใครบ้าง ทั้งที่เป็นการติดต่อสื่อสารที่ทางการและไม่เป็นทางการ
- ในการติดต่อสื่อสารดังกล่าวมีความถี่และระยะเวลาานเพียงใด และมีวัตถุประสงค์ใดบ้าง
- มีข้อมูลใดบ้างที่ท่านต้องใช้ในการสื่อสารกันเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวของท่านกับหน่วยงานอื่นๆ
- มีขั้นตอนการติดต่อกับลูกค้าที่มาใช้บริการอย่างไร (รายบุคคลและหมู่คณะ) ข้อมูลใดบ้างที่ท่านใช้ในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว สารสนเทศที่ต้องแลกเปลี่ยนและต้องการจากนักท่องเที่ยวได้แก่อะไรบ้าง
- ข้อมูลเหล่านั้นมีกระบวนการเตรียมการและจัดระบบหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีเทคนิคในการสื่อสารและถ่ายทอดสารสนเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้าอย่างไร
- ท่านจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและช่องทางใดบ้างในการถ่ายทอดสารสนเทศ
- ท่านมีการแพร่กระจายสารสนเทศกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่านอย่างไร
- ข้อมูลเหล่านั้นถูกใช้ประโยชน์ในการจัดการทางธุรกิจอย่างไรบ้าง
- ปัญหาและข้อจำกัดใดบ้างที่ท่านพบในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว และท่านแก้ปัญหาอย่างไร
- ข้อมูลอื่นๆ ที่เห็นว่าเกี่ยวข้อง

6. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

สินค้าที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายประกอบด้วยสินค้าต่างๆ หลายชนิด อาทิ เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ เครื่องหนัง เครื่องแต่งบ้าน ผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องหัตถกรรมและงานฝีมือต่างๆ ฯลฯ ทั้งที่อยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและนอกแหล่งพื้นที่ท่องเที่ยว ประเด็นคำถามสัมภาษณ์จะได้แก่

- สินค้าหลักที่จำหน่ายสำหรับนักท่องเที่ยวได้แก่อะไรบ้าง มีแหล่งที่มาจากที่ใด
- ในการประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายของท่านต้องมีการติดต่อประสานงานกับใครบ้าง ทั้งที่เป็นการติดต่อสื่อสารที่ทางการและไม่เป็นทางการ
- ในการติดต่อสื่อสารดังกล่าวมีความถี่และระยะเวลาานเพียงใด และมีวัตถุประสงค์ใดบ้าง
- มีข้อมูลใดบ้างที่ท่านต้องใช้ในการสื่อสารกันเพื่อธุรกิจการท่องเที่ยวของท่านกับหน่วยงานอื่นๆ
- ข้อมูลเหล่านั้นมีกระบวนการเตรียมการและจัดระบบหรือไม่ อย่างไร
- ท่านมีเทคนิคในการสื่อสารและถ่ายทอดสารสนเทศเพื่อบรรลุเป้าหมายทางการค้าอย่างไร
- ท่านจำเป็นต้องใช้เครื่องมือและช่องทางใดบ้างในการถ่ายทอดสารสนเทศ
- ท่านมีการแพร่กระจายสารสนเทศกับบุคคลที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของท่านอย่างไร
- ข้อมูลเหล่านั้นถูกใช้ประโยชน์ในการจัดการทางธุรกิจอย่างไรบ้าง
- ปัญหาและข้อจำกัดใดบ้างที่ท่านพบในการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว และท่านแก้ปัญหาอย่างไร
- ข้อมูลอื่นๆ ที่เห็นว่าเกี่ยวข้อง

การตรวจสอบเครื่องมือ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างข้อคำถามแล้ว ผู้วิจัยได้นำข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ไปวิเคราะห์ความตรงตามเนื้อหา (Content validity) โดยการให้นักวิชาการด้านการสื่อสาร การจัดการ และการท่องเที่ยว ให้ตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหา ความชัดเจนและความเหมาะสมของภาษา หลังจากแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของนักวิชาการด้านต่างๆ แล้วจะนำข้อคำถามนั้นไปสัมภาษณ์กับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลที่มีคุณลักษณะดังที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ ภาษาในข้อคำถามที่

ใช้ในการสัมภาษณ์จะมีการปรับเพื่อความเหมาะสมและความเข้าใจตรงกันในการสื่อสารกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลแต่ละกลุ่ม

ขั้นตอนในการดำเนินการสัมภาษณ์

ผู้วิจัยได้เตรียมการสัมภาษณ์โดยการติดต่อโดยตรงกับผู้ให้ข้อมูลแต่ละคนพร้อมทำหนังสือขอความร่วมมือในการวิจัย เพื่อแจ้งให้ทราบวัตถุประสงค์และประเด็นที่จะสัมภาษณ์ พร้อมทั้งนัดวันเวลา สถานที่ที่จะให้สัมภาษณ์ โดยผู้วิจัยใช้ระยะเวลาสัมภาษณ์ตั้งแต่วันที่ 1 กุมภาพันธ์ – 20 พฤษภาคม 2552

ในวันสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้แนะนำตัวและแจ้งวัตถุประสงค์ของการขอสัมภาษณ์อีกครั้ง ขออนุญาตบันทึกคำสัมภาษณ์ จากนั้นจึงดำเนินการสัมภาษณ์โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้สัมภาษณ์ตอบคำถามอย่างอิสระ ผู้วิจัยกล่าวทบทวนข้อมูลหรือประเด็นสำคัญเป็นระยะเพื่อตรวจสอบความเข้าใจกับผู้ให้สัมภาษณ์ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลแต่ละท่านใช้เวลาประมาณ 30 นาที – 2 ชั่วโมง

2. การสังเกตการณ์ (Observation)

โดยเป็นการสังเกตการณ์โดยตรง ผู้วิจัยจะเข้าไปรวบรวมข้อมูลยังพื้นที่เกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย อาทิ บริษัทจัดการนำเที่ยว ผู้ประกอบการโรงแรม เจ้าของกิจการสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบกิจการจำหน่ายของที่ระลึก หน่วยงานของภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ฯลฯ เพื่อสังเกตการณ์ว่าองค์กรเหล่านี้มีวิธีการจัดทำ รวบรวม การส่งต่อ ฯลฯ สารสนเทศในการท่องเที่ยวตลอดหนึ่งรายการท่องเที่ยวอย่างไรในสถานการณ์การทำงานจริง

3. การวิเคราะห์เอกสาร (Document Analysis)

เป็นการวิเคราะห์ลักษณะของสารสนเทศที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการดำเนินกิจการในการท่องเที่ยวเท่าที่กลุ่มตัวอย่างยินดีเปิดเผย

การจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยจะถอดเทปบันทึกคำสัมภาษณ์แบบคำต่อคำแล้วนำมาวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจัดกลุ่มเนื้อหาหลักที่มีความหมายสอดคล้องใกล้เคียงกัน (Common Theme) ตัดข้อมูลที่ซ้ำซ้อนออก เพื่อนำมาเรียบเรียงตอบคำถามตามประเด็นปัญหาวิจัย

ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสังเกตการณ์และการวิเคราะห์เอกสาร จะใช้หลักการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยหลังจากเก็บข้อมูลภาคสนามในแต่ละวัน ผู้วิจัยจะนำข้อมูลพร้อมการวิเคราะห์เบื้องต้นมาจัดหมวดหมู่ แยกประเภทเพื่อนำไปสร้างข้อสันนิษฐานเบื้องต้น ซึ่งวิธีการดังกล่าวจะทำให้ผู้วิจัยทราบได้ว่ามีข้อมูลใดบ้างที่ยังไม่สมบูรณ์และต้องเก็บเพิ่มเติม

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาเรื่อง “การใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย” ซึ่งกำหนดพื้นที่ในการศึกษาได้แก่ พื้นที่ตั้งอยู่ขององค์กร หน่วยงาน บริษัทห้างร้านในภาคเอกชน รวมถึงปัจเจกบุคคลที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินกิจกรรมการท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย โดยผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาได้แก่ ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยว โดยศึกษาตั้งแต่จุดเริ่มต้นของกระบวนการท่องเที่ยวหรือความต้องการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยว โดยคาดว่าจะมีความเกี่ยวข้องกับผู้ประกอบการธุรกิจ ในแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย และธุรกิจสินค้าที่ระลึก ฯลฯ

ในการนำเสนอข้อมูล ผู้วิจัยจะนำเสนอข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ร่วมกับการสังเกตการณ์ และการวิเคราะห์ลักษณะของสารสนเทศที่กลุ่มตัวอย่างใช้ในการดำเนินกิจการในการท่องเที่ยว โดยผลการศึกษานำเสนอตามวัตถุประสงค์การศึกษา และจำแนกตามกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้อง ผลการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวของกลุ่มต่างๆ มีลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย มีทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่ในชุมชนต่างๆ อาทิ เช่น สามเหลี่ยมทองคำ คอยแม่สลอง เมืองโบราณเชียงแสน บ่อน้ำพุร้อน โป่งพระบาท น้ำตกขุนกรณ์ หาดเชียงราย ฯลฯ นอกจากนั้น ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่มีมนุษย์เป็นผู้สร้างขึ้น อาทิเช่น พระตำหนักคอยคูงและสวนแม่ฟ้าหลวง หอผืนอุทยานสามเหลี่ยมทองคำ วัดร่องขุน ไร่แม่ฟ้าหลวง พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติเชียงแสน พิพิธภัณฑ์บ้านผืนสามเหลี่ยมทองคำ หมู่บ้านกะเหรี่ยงรวมมิตร อุทยานสมเด็จพระนเรศวรมหาราช เชียงราย ฯลฯ

ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวต้องใช้ในการจัดการทางธุรกิจประกอบด้วย

1.1 สารสนเทศทางการบัญชี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่แล้วกลุ่มผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว จะมีการจัดทำสารสนเทศที่สำคัญทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนผู้เข้าชม สมุดบันทึกการจับเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญรับเงิน ใบสำคัญ (Voucher) ฯลฯ ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญสำหรับการลงบัญชี โดยหากเป็นผู้ประกอบการที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในรูปของหน่วยงานราชการ และบริษัทเอกชนจะมีการจับเก็บสารสนเทศดังกล่าวอย่างเป็นระบบระเบียบ สามารถตรวจสอบได้

สำหรับใบเสร็จรับเงิน หากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวออกให้แก่นักท่องเที่ยวอาจอยู่ในรูปของบัตรเข้าชมหรือเอกสารอื่นๆ เช่น โปสการ์ดที่ระลึก ที่คั่นหนังสือ ฯลฯ ส่วนใบสำคัญรับเงิน เป็นเอกสารที่ผู้ประกอบการนำมาให้แก่มัคคุเทศก์เพื่อเป็นการลงลายมือชื่อเพื่อระบุเป็นค่าตอบแทนหรือเป็นการจ่ายค่า

นายหน้าในการแนะนำหรือการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชม จากนั้นเอกสารดังกล่าวจะนำมาเป็นหลักฐาน ด้านรายรับรายจ่ายของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้น

“บัตรเข้าชมจะใช้แทนใบเสร็จ เราจะขายบัตรสีฟ้าให้แขกต่างชาติราคา 200 บาท ถ้าแขกชำระเงิน เรียบร้อย เราก็จะให้เจ้าหน้าที่พาแขกเข้าไปชมนิทรรศการ เราก็จะจ่ายส่วนต่างตรงนั้นให้ไกด์ เขาก็จะเซ็นรับเงินให้เรา” (จรัสพร นันทชัยวงศ์, สัมภาษณ์ 5 พ.ค.2552)

“พิพิธภัณฑ์บ้านฝั้นมีการเก็บค่าเข้าชมคนละ 50 บาท โดยทางพิพิธภัณฑ์จะแจกโปสการ์ดเป็นบัตรเข้าชมให้ แต่เจ้าหน้าที่เฝ้าประตูของเราจะมีการลงบัญชีผู้เข้าชมทุกวันแล้วสรุปเป็นยอดรายเดือนรายปี” (พัชรี ศรีมัชกุล, สัมภาษณ์ 5 พ.ค.2552)

1.2 สารสนเทศทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศด้านการตลาดของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการ โดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะมีการจัดทำสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการที่มีไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว สินค้าที่นำมาแสดงและจำหน่าย ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลหลักฐานในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ขณะเดียวกันก็เป็นข้อมูลสำหรับการนำเสนอให้แก่ นักท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของตน อาทิ พิพิธภัณฑ์ฝั้นสามเหลี่ยมทองคำ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่จัดแสดงวัตถุโบราณเก่าแก่เกี่ยวกับอุปกรณ์การสูบฝั้น การซื้อขาย ความเป็นมาของการค้าฝั้นในพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำ ฯลฯ ผู้ประกอบการจะมีการจัดทำสารสนเทศเพื่อบอกเล่า ความเป็นมาของวัตถุโบราณต่างๆ ที่จัดแสดงอยู่ในพิพิธภัณฑ์

“วัตถุสะสมส่วนใหญ่ได้มาจากการตระเวนเข้าไปจนถึงจินตอนใต้ รวมถึงการค้าของเก่าที่มีของ หมุนเวียนเข้ามาตลอดเวลา เป็นงานสะสมของพิพิธภัณฑ์ ส่วนที่เหลือจะนำขายและมีการจัดทำบัญชีกำกับ ในขณะนี้ของที่จัดแสดงประมาณ 300 ชิ้น ส่วนอีกประมาณ 1,680 ชิ้นยังอยู่ในคลัง” (พัชรี ศรีมัชกุล, สัมภาษณ์ 5 พ.ค.2552)

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการยังมีการจัดทำสารสนเทศด้านสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ก่อให้เกิดความสนใจและประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวของตน ด้วยการให้สารสนเทศเกี่ยวกับความเป็นมา จุดเด่นหรืออัตลักษณ์ที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง โดยอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายบิลบอร์ด ฯลฯ ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยให้

นักท่องเที่ยวที่กำลังแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวตัดสินใจได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกันก็ช่วยส่งเสริมให้แหล่งท่องเที่ยวดังกล่าวมีจุดดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยวได้เด่นชัดขึ้น

อาทิเช่น จากการวิเคราะห์เนื้อหาสารสนเทศที่ใช้ในการจัดแสดงในพิพิธภัณฑ์พื้นสามเหลี่ยมทองคำ พบว่า สารสนเทศที่จัดเตรียมไว้สำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งที่มาจากชมด้วยตนเองและที่เผยแพร่อยู่ในเว็บไซต์ของบริษัท จะมีการกล่าวถึงข้อมูลสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว โดยในส่วนแรกกล่าวถึงลักษณะทางกายภาพของพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำ แสดงด้วยภาพวาดแผนที่ และตัวอักษรที่อธิบาย จากนั้นกล่าวถึงประวัติการเดินทางของพื้นที่เข้ามาสู่พื้นที่สามเหลี่ยมทองคำ เรื่องราวจะเน้นที่การอพยพของคนภูเขาทางใต้ของจีนที่เข้ามาในประเทศไทย และนำเอาฝิ่นและการบริโภคฝิ่นเข้ามา การเล่าเรื่องจากขยายไปถึงเรื่องของฝิ่นในอารยธรรมโลก และเส้นทางการค้าระหว่างประเทศที่นำฝิ่นเข้ามาสู่ประเทศไทย ในอีกด้านหนึ่ง เป็นการบอกเล่าถึงขบวนการค้ายาเสพติดในดินแดนสามเหลี่ยมทองคำ และ "ขุนสำ" สิ่งจัดแสดงที่น่าสนใจคือ การทำม้าจำลองที่เป็นการจัดแสดงอานม้าบนม้าไม้จำลอง และพยายามสื่อถึงเส้นทางการค้าที่เข้ามาจากทางใต้ของจีนสู่ทางเหนือของไทย การเล่าเรื่องในแบบดังกล่าว อาจเป็นความพยายามของผู้จัดทำเนื้อหาจัดแสดงในหอฝิ่นที่ต้องการให้เห็นภาพรวมในระดับที่กว้างมากกว่าเป็นการพูดถึงความสัมพันธ์กับพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำกับเส้นทางการค้ายาเสพติด ซึ่งการที่ผู้จัดเตรียมสารสนเทศดังกล่าวมีการอ้างถึงความเกี่ยวข้องโดยภาพรวมของพื้นที่สามเหลี่ยมทองคำกับเส้นทางการค้ายาเสพติดระดับนานาชาติ ทำให้กลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมายมีขอบเขตอยู่ในระดับนานาชาติด้วยเช่นกันซึ่งเป็นลักษณะหนึ่งของกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการ

นอกจากการสื่อสารสารสนเทศต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวแล้ว ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะนำสารสนเทศด้านการตลาด อาทิ จำนวนสินค้าที่มีไว้จัดแสดงและจำหน่ายมานำเสนอทางเว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการได้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นการการ โฆษณาและส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อเป็นข้อมูลเบื้องต้นให้ลูกค้าตัดสินใจมาท่องเที่ยวและซื้อสินค้า

1.3 สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวจะมีการจัดทำสารสนเทศของบุคลากรในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่จัดเก็บจะเกี่ยวกับการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงานและด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน

จากการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่เกี่ยวกับการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงานจะมีการระบุวันเดือนปีในการรับบุคลากรแต่ละตำแหน่งเข้าทำงาน มีการจัดเก็บประวัติบุคลากรด้านข้อมูลส่วนบุคคล ประวัติการศึกษา และประวัติการทำงาน ส่วนสารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงานพบว่า จะมีการจัดทำ

เป็นการประเมินผลเป็นรายปีเพื่อใช้ในการพิจารณาปรับขึ้นเงินเดือนและค่าตอบแทนต่างๆ ขณะที่สารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือนจะมีการจัดทำเป็นบัญชีค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายในสวัสดิการด้านต่างๆ ของพนักงานเป็นสำคัญ

เหตุผลที่ผู้ประกอบการจะจัดทำสารสนเทศดังกล่าว เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจจ้างบุคคล การประเมินเงินเดือนและค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง รวมทั้งสถานที่ท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะมีการจัดแสดงสิ่งของที่มีมูลค่าหรือคุณค่าทางจิตใจเอาไว้ บุคลากรที่ให้บริการในสถานที่ท่องเที่ยวจึงต้องมีคุณลักษณะด้านความน่าเชื่อถือและไว้วางใจได้ ซึ่งสารสนเทศดังกล่าวมาจะถูกใช้ในการพิจารณาตัดสินใจเพื่อจ้างบุคลากรด้วย นอกจากนี้ ยังใช้เป็นข้อมูลเพื่อส่งให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานแรงงานจังหวัด สำนักงานประกันสังคม ฯลฯ

2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

ที่พักแรมเป็นองค์ประกอบหลักอย่างหนึ่งของการท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในพื้นที่จังหวัดเชียงรายจะมีตั้งที่พักแรมอยู่ในตัวอำเภอเมือง ซึ่งมีทั้งที่เป็นโรงแรมชั้นเยี่ยมที่มีราคาแพงและมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน จนกระทั่งโรงแรมชั้นประหยัด นอกจากโรงแรมแล้วยังมีธุรกิจที่พักแรมประเภทอื่นๆ เช่น รีสอร์ท คอนโดมิเนียม เกสต์เฮาส์ ฯลฯ แต่หากเป็นธุรกิจที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในเขตนอกอำเภอเมืองหรืออยู่ในอำเภอต่างๆ ซึ่งเป็นที่ตั้งของแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง ส่วนใหญ่แล้วที่พักแรมเหล่านั้นจะเป็นโรงแรมระดับกลางหรือที่พักประเภทรีสอร์ทและเกสต์เฮาส์ โดยผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการใช้สารสนเทศเพื่อการจัดการธุรกิจดังนี้

ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจที่พักแรม

2.1 สารสนเทศทางการบัญชี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการจัดทำสารสนเทศทางการบัญชีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละวัน และรายละเอียดอัตราค่าเข้าพักของแต่ละห้องพัก ประวัติของผู้เข้าพัก การออกไปสำคัญรับเงิน ใบสำคัญ (Voucher) ฯลฯ

สารสนเทศทางบัญชียังเชื่อมโยงกับการจัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับจำนวนและประวัติของผู้เข้าพักแรม อัตราค่าเช่าที่พัก ฯลฯ เนื่องจากทางผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย ต้องมีการจัดเก็บสารสนเทศดังกล่าวเพื่อนำส่งแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประเมินภาษี

ของผู้ประกอบการ ขณะเดียวกัน หากเป็นผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมที่ตั้งอยู่ในอำเภอที่มีพรมแดนติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้าน ได้แก่ อำเภอเชียงแสน อำเภอแม่สาย และอำเภอเชียงของ จะต้องมีการจัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับประวัติของผู้เข้าพักทั้งที่เป็นคนไทยและชาวต่างประเทศเพื่อรายงานต่อหน่วยงานด้านความมั่นคงที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ คำนวณตรวจคนเข้าเมืองของแต่ละอำเภอ และสถานีตำรวจภูธร

“ทาง ตม.ขอความร่วมมือกับเจ้าของห้องพักในเชียงแสนให้ลงข้อมูลของผู้เข้าพักทุกคนที่เป็นคนต่างด้าว แล้วส่งให้ ตม.ทุกวัน เจ้าคงกลัวพวกหลบหนีเข้าเมืองตามแนวชายแดน ในความเป็นจริงไม่สามารถรายงานได้ทุกวันหรอก แต่เราก็ต้องมีการบันทึกเก็บไว้ เพราะอาจมีการเรียกดูย้อนหลัง หรือเพื่อมีเรื่องมีราวเป็นคดีอาชญากรรม คดีอาญาต่างๆ ตำรวจก็มาขอ ดูต้องเตรียมพร้อมไว้ให้” (อานุกาพ นิลดำ, สัมภาษณ์ 15 พ.ค. 2552)

2.2 สารสนเทศทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมจะมีการจัดทำสารสนเทศด้านการเงินของธุรกิจตนเอง ได้แก่ สารสนเทศที่บันทึกการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ การจัดการเงินทุน สารสนเทศด้านงบประมาณเงินสด ฯลฯ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจในการบริหารและขยายกิจการ เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการควบคุมค่าใช้จ่ายและการซ่อมแซมสาธารณูปโภคพื้นฐานของสถานที่พักแรม เช่น ค่าประปา และค่าไฟฟ้า ฯลฯ รวมทั้งเป็นข้อมูลในการตัดสินใจจ้างหรือปรับลดพนักงานในแต่ละไตรมาสหรือแต่ละปี

“ค่าไฟฟ้าหรือค่าน้ำที่ขึ้นลงอย่างผิดปกติ เราก็จะเอาบันทึกรายเดือนมาตรวจดูบิลย้อนหลังเปรียบเทียบกับปัจจุบัน หากผิดปกติมากที่สุดที่ไม่ใช่ฤดูกาล อย่างเช่นหน้าร้อน ค่าไฟขึ้นสูงก็ไม่ผิดปกติเพราะมีการใช้แอร์มากทุกห้อง แต่หากหน้าฝนหรือหน้าหนาว ค่าไฟยังแพง เราเอาบิลเอามาบันทึกจ่ายค่าไฟมาเทียบแพงเกินปกติแสดงว่ามีการรั่วไหล มิเตอร์ไฟเสีย ก็ต้องรีบจัดการแก้ไขไม่ให้เงินรั่วไหล” (อานุกาพ นิลดำ, สัมภาษณ์ 15 พ.ค. 2552)

2.3 สารสนเทศทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีการประมวลสารสนเทศทางธุรกิจโดยจำแนกเป็น สารสนเทศทางการตลาดในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) โดยแต่ละช่วงเวลาสารสนเทศในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดก็จะแตกต่างกันไป โดยในช่วงที่เป็นฤดูกาลท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจะเป็นช่วงฤดูหนาว เริ่มตั้งแต่ประมาณเดือนตุลาคม – มีนาคมของทุกปี ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมจะกำหนดราคาค่าบริการที่พักในราคาสูงกว่า

ช่วงเวลาปกติตั้งแต่ 30 – 100 เปอร์เซ็นต์ สารสนเทศดังกล่าวนี้จะถูกนำเสนอในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ให้แก่นักท่องเที่ยวทั่วไปและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ

3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นธุรกิจบริการสินค้าบริโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยว พื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายมีผู้ประกอบการร้านอาหารและเครื่องดื่มสำหรับนักท่องเที่ยวจำนวนมาก และแทบจะครอบคลุมความต้องการของผู้บริโภคในทุกด้าน รูปแบบของธุรกิจมีทั้งที่เป็นภัตตาคาร ร้านอาหาร คอฟฟี่ชอป การบริการอาหารแบบบุฟเฟ่ต์ ภัตตาคารอาหารจานด่วนบางประเภท ฯลฯ ตลอดจนธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในโรงแรม โดยพบว่าอาหารพื้นเมืองและอาหารที่มีเฉพาะพื้นที่ เช่น อาหารที่ใช้วัตถุดิบจากปลาบึกและปลาน้ำโขงต่างๆ เห็ดหอม ไบชา ฯลฯ สามารถเป็นสิ่งจูงใจหนึ่งให้แก่นักท่องเที่ยวที่จังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาพบลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ดังนี้

ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

3.1 สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ รายรับจากการขาย รายจ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบ เอกสารใบเสร็จรับเงิน ใบสำคัญ (Voucher) ฯลฯ ในส่วนของสารสนเทศทางการบัญชีนี้ หากเป็นธุรกิจร้านอาหารที่ไม่ได้มีการประกอบธุรกิจร่วมกับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ มักจะได้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวจร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงสามารถรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลเป็นรายวัน แต่หากเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มากับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ซึ่งจะมีทั้งนักท่องเที่ยวกลุ่มเล็กไปจนถึง 30 – 40 คนขึ้นไป จะมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านบัญชีการรับจองและยอดเงินเรียกเก็บเป็นงวด ซึ่งอาจเป็นราย 15 วันหรือรายเดือนตามแต่จะตกลงกัน

3.2 สารสนเทศทางการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะมีการจัดทำสารสนเทศด้านสื่อสารการตลาด การโฆษณาและส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ในที่นี้ได้แก่ รายละเอียดการส่งเสริมการขาย สิทธิพิเศษ รายการอาหารที่มีชื่อเสียง ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ให้แก่นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ โดยมักอยู่ในรูปเอกสารที่มีรายละเอียด

ด้านส่วนผสม รสชาติ ราคา ฯลฯ ที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย โดยนักท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารจัดแบ่งไว้จะมี 3 กลุ่มสำคัญคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแถบเอเชีย และนักท่องเที่ยวต่างชาติแถบยุโรปและอเมริกา ซึ่งนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีรสนิยมในการบริโภคต่างๆ กัน ทำให้ร้านอาหารต้องมีการกำหนดสารสนเทศรายการอาหารหลักที่เหมาะสมกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มแล้วนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวเหล่านั้นโดยตรงหรือนำเสนอผ่านแพ็คเกจทัวร์ของบริษัทนำเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการขาย โดยส่วนใหญ่จะจัดเก็บรายการใช้บริการของลูกค้าที่มาจากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ที่ใช้บริการกันอยู่เป็นประจำ โดยจัดเก็บข้อมูลบริษัท ประวัติการใช้บริการของร้านอาหาร บันทึกการชำระเงิน ฯลฯ แต่หากเป็นการขายลูกค้าจร จะมีการจัดเก็บสารสนเทศที่เป็นรายละเอียดการขายรายวันหรือเป็นการสรุปการขายรายสัปดาห์และรายเดือน

สำหรับสารสนเทศด้านการตั้งราคาสินค้าหรือบริการ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจะมีการกำหนดราคาไว้ชัดเจน เนื่องจากต้องดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยข้อมูลดังกล่าวจะมีการนำเสนอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเห็นได้ชัดเจน สามารถทราบได้ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ

3.3. สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้ข้อมูลว่า ในส่วนของการผลิตจะมีการจัดเก็บสารสนเทศในด้านการดำเนินการผลิตแต่ละวัน เช่น ต้นทุนการผลิตอาหารและราคาขาย การจัดตารางการผลิต การจัดสรรทรัพยากรการผลิตให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่ประมาณไว้ในแต่ละวัน ซึ่งขึ้นอยู่กับเทศกาลท่องเที่ยวในวันหยุดสำคัญและฤดูกาลท่องเที่ยว

ในสารสนเทศทางการผลิตยังรวมถึงการจัดเก็บข้อมูลด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหาร โต๊ะเก้าอี้ เครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร อุปกรณ์เชื้อเพลิงในการประกอบอาหาร ฯลฯ เพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวหุ้มนะ

3.4 สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีการจัดเก็บสารสนเทศของบุคลากรไว้ โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นระดับปฏิบัติการ อาทิ บริกร พ้อครัว พนักงานบัญชี ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลประวัติส่วนบุคคล ประวัติการทำงาน และรายได้ที่กำหนดให้ ในด้านสารสนเทศที่เกี่ยวกับการคัดเลือกเข้ารับตำแหน่งงาน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการสวัสดิการและผลประโยชน์ พบว่า ผู้ประกอบการไม่ได้มีการจัดเก็บไว้ เนื่องจากการคัดเลือกบุคลากรส่วนใหญ่ของร้านอาหารและภัตตาคารจะไม่ต้องการทักษะในการให้บริการสูงมากนัก การรับสมัครและคัดเลือกบุคลากรจึงไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว ยกเว้นตำแหน่งพ้อครัวที่ต้องการฝีมือและประสบการณ์ในการบริหาร

จัดการด้านอาหาร นอกจากนั้นยังมีเหตุผลมาจากพนักงานในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจะมีการหมุนเวียนเข้าออกบ่อย สารสนเทศส่วนนี้จึงไม่มีการจัดเก็บ

4. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

ในธุรกิจการท่องเที่ยว นอกจากจะมีกลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยวแล้ว ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการขนส่งนักท่องเที่ยว โดยใช้พาหนะต่างๆ ตามจำนวนกลุ่มนักท่องเที่ยวและราคานำเที่ยว เช่น รถยนต์ส่วนตัว รถตู้ รถโดยสารขนาด 24 หรือ 40 ที่นั่ง เรือหางยาว และเรือชมทิวทัศน์ขนาดใหญ่ ฯลฯ ผู้ประกอบการขนส่งนักท่องเที่ยวอาจดำเนินการแบบบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลโดยจดทะเบียนการค้าในรูปบริษัทก็ได้ ส่วนใหญ่จะเป็นการรับจ้างจากกลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยวอีกทอดหนึ่ง ผู้ประกอบการนำเที่ยวจะมีการกำหนดโปรแกรมทัวร์ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ไว้ล่วงหน้าในแต่ละเทศกาลหรือฤดูกาล เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อบริการนำเที่ยว ผู้ประกอบการขนส่งจึงให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์ให้ข้อมูลมา สิ่งที่กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบ ได้แก่ ความปลอดภัย ความสะอาด สะอาด บรรยากาศเย็นสบายของรถโดยสาร รวมทั้งการควบคุมการเดินทางให้ได้ตามกำหนดเวลา

เหตุผลที่เกิดธุรกิจการขนส่งนักท่องเที่ยวขึ้นเป็นเพราะการต้องการลดภาระค่าใช้จ่ายและความเสี่ยงทางธุรกิจของบริษัททำเที่ยว เนื่องจากกิจการขนส่งนักท่องเที่ยวต้องใช้การลงทุนด้านพาหนะ ค่าซ่อมบำรุง การจ้างพนักงานขับรถและดูแลรถ ฯลฯ ซึ่งต้องมีการลงทุนสูง ขณะเดียวกันหากเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (low-season) ปริมาณการท่องเที่ยวก็จะมึ้น้อยลง แต่บริษัทนำเที่ยวยังคงต้องมีภาระค่าใช้จ่ายด้านพาหนะ ทำให้มีการจ้างผู้ประกอบการหรือบริษัทที่มีความพร้อมด้านพาหนะขนส่งนักท่องเที่ยวมารับช่วงต่อไป

สำหรับธุรกิจการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย เส้นทางท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการขนส่งนักท่องเที่ยวต้องเดินทางเป็นประจำได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวในเขตอำเภอเมือง อำเภอแม่จันอำเภอเชียงแสน อำเภอแม่สาย ฯลฯ ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวจะมีแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมสินค้าชายแดน

ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ส่วนมากเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่อยู่กระจายออกไปตามอำเภอต่างๆ ซึ่งย่อมนำมาซึ่งนักท่องเที่ยวจำเป็นต้องใช้พาหนะในการเดินทางเชื่อมโยงไปยังสถานที่ตามแหล่งท่องเที่ยว เช่น สามเหลี่ยมทองคำ ดอยแม่สลอง เมืองโบราณเชียงแสน บ่อน้ำพุร้อนโป่งพระบาท น้ำตกขุนกรณ์ หาดเชียงราย ฯลฯ ซึ่งผลการศึกษาค้นคว้า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องใช้ในการจัดการทางธุรกิจการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวประกอบไปด้วย 2 หลักคือ ธุรกิจการขนส่งที่ใช้เดินทางระหว่างเมืองหรือจังหวัดต่างๆ มายังจังหวัดเชียงรายและการเดินทางภายในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายเอง สารสนเทศในธุรกิจการท่องเที่ยวประกอบด้วย

4.1 สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถเพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดเชียงราย ซึ่งส่วนมากเป็นธุรกิจรถเช่า ซึ่งประกอบด้วยรถมอเตอร์ไซด์ รถยนต์ส่วนบุคคล รถจี๊ป รถกระบะ รถตู้ และรถบัส ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีรถให้เช่าแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของบริษัท แต่โดยส่วนมากแล้วบริษัทรถเช่ามีรถให้บริการเป็นรถมอเตอร์ไซด์ รถยนต์ส่วนบุคคลหรือรถจี๊ป แต่ละบริษัทมักจะมีการลงบันทึกสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในแต่ละเดือน เพื่อนำไปคาดการณ์แนวโน้มของการมาใช้บริการ โดยเฉลี่ยแล้วช่วงที่เป็นฤดูการท่องเที่ยว เจ้าของกิจการมักจะมีการนำรถมาเสริมเพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ

“ปกติจะเดินทางในโปรแกรมทัวร์สายภาคเหนือ ลูกค้าส่วนมากจะเป็นชาวฝรั่งเศส สหรัฐ ในโปรแกรมทัวร์จะต้องมีจังหวัดเชียงรายจัดอยู่ในโปรแกรม น้อยมากที่จะไม่มีมาที่เชียงราย เส้นทางการเดินทาง (โปรแกรมทัวร์) จะเริ่มจากกรุงเทพฯ กาญจนบุรี พิษณุโลก แพร่ เชียงราย เชียงใหม่ ระยะเวลาประมาณ 13 วัน โปรแกรมทัวร์ในจังหวัดเชียงราย ส่วนใหญ่จะพาไปแหล่งท่องเที่ยวที่เหมือนกัน เช่น สามเหลี่ยมทองคำ ดอยตุง ด่านท่าจี่เหล็กแม่สาย วัดร่องขุ่น หอฝิ่น ฯลฯ” (พงษ์ศักดิ์ดา พัยภักดิ์, สัมภาษณ์ 1 พ.ค.2552)

4.2 สารสนเทศทางการตลาด สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว โดยส่วนมากแล้วจะเป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ โดยอาจเป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดการขายรายวัน หรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปีก็ได้และจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องราคา ซึ่งจะจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและสนองตอบการสร้างคามพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะมีความแตกต่างในเรื่องราคาของแต่ละบริษัท โดยพอจะจำแนกได้ 2 ลักษณะคือการตั้งราคาเดียวกันไว้ตลอดปีหรือทุกช่วงฤดูการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอีกลักษณะหนึ่งคือการกำหนดราคาไว้แตกต่างกันระหว่างช่วงฤดูการท่องเที่ยวและในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว

นอกจากนั้น แต่ละบริษัทก็จะมีข้อเสนอให้ลูกค้าที่แตกต่างกัน ส่วนมากแล้วจะแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะคือการจูงใจโดยในการเช่ารถเพียงแต่วางพาสปอร์ตหรือทำสัญญาไว้ ขณะที่บางบริษัทเน้นให้นักท่องเที่ยววางเงินมัดจำสำหรับการนำรถออกไป ซึ่งแต่ละบริษัทจะทำการประเมินข้อมูลเกี่ยวกับคามพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพื่อให้นำไปเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจในการนำมาจัดทำเป็นข้อเสนอทางการขายว่าข้อเสนอลักษณะใดจึงจะสร้างความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวมากที่สุดในการเลือกมาใช้บริการ

สารสนเทศในธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจะถูกนำไปใช้ในการประเมินผลประกอบการ ดังเช่นสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งได้มีการบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถเพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดเชียงราย จากสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในแต่ละเดือน แต่ละบริษัทจะนำไปประกอบการพิจารณาในการนำรถเข้ามาให้บริการ โดยในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว เจ้าของกิจการมักจะนำรถมาเตรียมรองรับนักท่องเที่ยวไม่มากนัก เพราะช่วงนี้นักท่องเที่ยวไม่นิยมมาเที่ยว ดังนั้นการนำรถมารองรับไว้มากเกินไป ย่อมหมายถึงภาระค่าใช้จ่ายที่แต่ละบริษัทต้องแบกรับเอาไว้ แต่ถ้าเป็นช่วงฤดูการท่องเที่ยว เจ้าของกิจการมักจะมีการจัดหารถมาให้มากจนเพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งแต่ละบริษัทจะเตรียมรถมาเป็นจำนวนเท่าใด ขึ้นอยู่กับสถิติการมาเช่ารถของนักท่องเที่ยวในแต่ละปีซึ่งเป็นสารสนเทศที่เจ้าของกิจการจะเป็นผู้บันทึกเอาไว้ นอกจากนี้ สารสนเทศเกี่ยวกับบรรยากาศการเมือง เศรษฐกิจ สังคมทั้งในระดับโลกและประเทศเป็นข้อมูลอีกชุดหนึ่งที่จะสามารถทำให้คาดการณ์ถึงจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละปีได้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ต้องนำมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจในการสำรองรถเตรียมไว้ให้บริการด้วย

ขณะที่สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องราคาของแต่ละบริษัทจะถูกนำไปเปรียบเทียบราคามาตรฐานระหว่างบริษัทของตนเองกับบริษัทอื่นๆ เพื่อจะนำไปใช้กำหนดราคาที่เหมาะสมกับบริษัทของตนเอง ทั้งนี้แต่ละบริษัทจะไม่ได้คำนึงถึงราคาที่ต่ำเสมอไป แต่หากจะคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ หรือกล่าวอีกนัยหนึ่งคำนึงถึงสมรรถภาพหรือความสมบูรณ์ของ

รถเช่าที่ต้องอยู่ในสภาพที่ดีพร้อมไม่สร้างปัญหาให้กับตัวนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ ซึ่งเป็นประเด็นสำคัญ เพราะถ้าหากราคาคงแต่ถ้าเครื่องยนต์ของรถมีปัญหาก็อาจจะทำให้ลูกค้าไม่พอใจได้ ดังนั้น สารสนเทศเกี่ยวกับการตลาดนี้จึงถูกนำไปชั่งน้ำหนักเพื่อใช้วางแผนสำหรับการกำหนดราคาและการให้บริการกับลูกค้า โดยต้องสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้พอเหมาะทั้งในเรื่องราคาและคุณภาพบริการ

5. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่จะเน้นการจัดการจําทำรายการนำเที่ยว (Package Tour) ที่ประกอบด้วย การจัดหายานพาหนะต่างๆ ในการเดินทาง จัดที่พักค้างคืน อาหาร ติดต่อสถานที่ท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทางธรรมชาติ โบราณสถานและวัฒนธรรม ตลอดจนแหล่งบันเทิงเรีงรมย์ต่างๆ โดยมีมัคคุเทศก์เป็นผู้นำเที่ยว เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มซึ่งมีทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ โดยมีความหลากหลายในเส้นทางการท่องเที่ยวให้นักท่องเที่ยวในฐานะผู้ซื้อได้มีโอกาสเลือกตามความต้องการของทุกเพศ ทุกวัย ให้ได้รับความสุขสนุกสนาน เพลิดเพลิน และอำนวยความสะดวกตั้งแต่เริ่มออกเดินทางจนถึงสิ้นสุดการเดินทาง โดยได้รับค่าจ้างแบบเหมาจ่ายในแต่ละรายการนำเที่ยวเป็นสิ่งตอบแทน

ขณะที่ธุรกิจตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวที่ประกอบกิจการในรูปแบบของตัวแทนที่ได้รับอนุญาตให้จำหน่ายสินค้าหรือบริการในนามของธุรกิจท่องเที่ยว โดยได้รับคํานายหน้าเป็นการตอบแทน ผู้ประกอบธุรกิจดังกล่าวในพื้นที่การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายได้แก่ ตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารสายการบิน ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวภายในประเทศ ตัวแทนจำหน่ายธุรกิจนำเที่ยวต่างประเทศ และตัวแทนสายการบิน

เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่จะประกอบกิจการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic Tour) ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวทั้งหมด นับตั้งแต่การจัดรายการนำเที่ยว ติดต่อที่พัก ภัตตาคาร และยานพาหนะ ตลอดจนจัดหามัคคุเทศก์ หรือผู้ติดตามทัวร์ ลักษณะของสารสนเทศที่ใช้จึงมีความหลากหลาย ดังผลการศึกษาต่อไปนี้

ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทน

จำหน่าย

5.1 สารสนเทศทางการบัญชี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย กำหนดสารสนเทศที่จัดเก็บจะได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ อัตราค่าใช้บริการแต่ละเส้นทาง วันและเวลาที่ใช้บริการ ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ เป็นการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายบริการนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสาร โดยเป็นรายละเอียดการขายรายวัน รายเดือนและรายปี เหตุผลเนื่องมาจากสารสนเทศเหล่านี้สามารถนำมาใช้ในการควบคุมบัญชีรายรับรายจ่ายและสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง

5.2 สารสนเทศทางการเงิน จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายจะจัดเก็บสารสนเทศด้านการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ สารสนเทศด้านอัตราดอกเบี้ยอัตราแลกเปลี่ยน ฯลฯ เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวมีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ การจัดเก็บและปรับข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่เสมอจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อลดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แปรผัน

นอกจากนั้นยังรวมถึงสารสนเทศที่ต้องถูกนำมาใช้ในการคำนวณราคาในการขายการท่องเที่ยว โดยจะคำนวณมาจากค่าขนส่งได้แก่ ค่าพาหนะ ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าเข้าชมสถานที่ต่างๆ ค่าประกันภัย และค่าภาษีทั่วไป ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้จะมีการจัดเก็บไว้ในการบริการจัดการทางการเงินขององค์กร

5.3 สารสนเทศทางการตลาด สำหรับธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะเน้นการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยวแต่ละเส้นทาง การส่งเสริมการขายในแต่ละฤดูกาล เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจะมีความหลากหลายหรือจุดขายแตกต่างกันไป เช่น ฤดูหนาวจะเน้นการให้ข้อมูลด้านสภาพภูมิอากาศ ความสวยงามของดอกไม้ ทะเลหมอก ฯลฯ ผ่านสื่อโฆษณาต่างๆ เพื่อส่งเสริมการขาย ขณะที่หากเป็นช่วงฤดูกลางฤดูร้อน อาจเน้นการเที่ยวชม โบราณสถาน พิพิธภัณฑ์ หมู่บ้านชาวเขา ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้จะถูกเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และป้ายโฆษณาหน้าร้านและจุดสำคัญของเมือง

ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังจัดมีการจัดทำสารสนเทศด้านการส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า สารสนเทศด้านนี้บริษัททัวร์จะเข้าร่วมกับการ สารสนเทศด้านการตั้งราคาสินค้าหรือบริการ โดยบริษัททัวร์จะเน้นโปรแกรมหรือแพ็คเกจการท่องเที่ยวให้เหมาะสมแต่ละกลุ่มและรสนิยมการท่องเที่ยว เช่น ท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ฯลฯ โดยแต่ละ

โปรแกรมจะใช้วิธีการกำหนดราคาที่แตกต่างกันไปขึ้นอยู่กับกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว ซึ่งความแตกต่างนี้จะขึ้นอยู่กับสิ่งอำนวยความสะดวกหรือความสะดวกสบายที่นักท่องเที่ยวจะได้รับด้วย แต่อย่างไรก็ตามราคานั้นจะมีไม่แตกต่างกันมากนักระหว่างช่วงฤดูการท่องเที่ยวกับนอกฤดูการท่องเที่ยวเพราะบริษัทจะคำนึงถึงต้นทุนมากกว่าฤดูกาล

นอกจากนั้น ยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการตั้งราคาการให้บริการนำเที่ยวหรือบริการจำหน่ายบัตรโดยสาร จะเป็นสารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจจัดเก็บไว้และต้องปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายจะมีอัตราค่าให้บริการขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย เช่น ราคาน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าอาหาร ฤดูกาลท่องเที่ยว ฯลฯ ผู้ประกอบการจึงต้องมีการปรับปรุงข้อมูลเพื่อให้นำเสนอแก่ลูกค้าได้ทันต่อสถานการณ์

สารสนเทศด้านลูกค้า ข้อมูลด้านนี้บริษัททัวร์จะดำเนินการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม โดยดูตามลักษณะทางประชากรทั้งเรื่องเพศ อายุ การศึกษา รายได้ การใช้ชีวิตหรือไลฟ์สไตล์ วัฒนธรรมและค่านิยมทั้งของนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยและชาวต่างประเทศ เพื่อนำมาเป็นแนวทางการในวางแผนจัด โปรแกรมท่องเที่ยวได้อย่างเหมาะสมและตรงกับความต้องการของลูกค้าแต่ละกลุ่มทั้งในเรื่องของราคา สถานที่และความสะดวกสบายทางการท่องเที่ยว

นอกจากนั้นในส่วนของสารสนเทศด้านลูกค้ายังต้องมีการจัดเตรียมสารสนเทศสำหรับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวต่างชาติ เช่น สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สิ่งอำนวยความสะดวกที่รวมอยู่ในรายการนำเที่ยว ประเภทและราคาของสินค้าและบริการที่มีให้บริการ ภูมิอากาศและภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่จะเดินทาง ฯลฯ ซึ่งสารสนเทศเหล่านี้อาจจัดเก็บในรูปเอกสารและภาพ ที่พร้อมนำเสนอกรณีที่ถูกคำถามหรือเข้ามาเยี่ยมชมเว็บไซต์ของบริษัท

สารสนเทศทางการตลาดที่จัดเก็บยังรวมถึงการใช้ระบบสารสนเทศด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้า และสนองตอบการสร้างคามพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในระยะยาว เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะใช้ข้อมูลรายละเอียดส่วนบุคคลและการติดต่อทางโทรศัพท์หรืออีเมลล์ เพราะส่งข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาเส้นทางนำเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้าเก่า

สารสนเทศด้านข่าวกรองทางการตลาด คือ สารสนเทศที่จัดเก็บและรวบรวมได้จากสภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยเฉพาะข้อมูลของคู่แข่ง สารสนเทศประเภทนี้บริษัททัวร์จะตรวจสอบข้อมูลระหว่างผู้ประกาศด้วยกันอยู่เสมอ เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับราคาของตนเอง โดยจะไม่พิจารณาจากราคาอย่างเดียวแต่จะเปรียบเทียบกับโปรแกรม ความสะดวกสบายและบริการอื่นๆ ควบคู่ไปด้วย กล่าวโดยสรุปโปรแกรมทัวร์นั้นต้องมีความเหมาะสมกับราคา

5.4 สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน เนื่องจากการจัดการธุรกิจนำเข้าเที่ยวในจังหวัด เชียงรายจะมีทั้งการนำเข้าเที่ยวที่นำชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยไปท่องเที่ยว ตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายและพื้นที่ใกล้เคียง โดยบริษัทนำเข้าเที่ยวจะเป็นผู้จัดการท่องเที่ยว ทั้งหมด นับตั้งแต่การจัดรายการนำเข้าเที่ยว ติดต่อที่พัก ภัตตาคาร และยานพาหนะ ตลอดจนจัดหามัคคุเทศก์ หรือผู้ติดตามทัวร์ สารสนเทศที่จำเป็นจึงได้แก่ รายการนำเข้าเที่ยว รายชื่อที่พักและร้านอาหาร พาหนะที่ เหมาะสมในแต่ละเส้นทาง ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้จะถูกประมวลขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละ กลุ่ม เมื่อโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ถูกกำหนดขึ้น ข้อมูลนี้จะถูกส่งไปเผยแพร่แก่บุคลากรในองค์กรที่ เกี่ยวข้อง เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ ฯลฯ ตลอดจนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวกลุ่มอื่นๆ ที่ได้มีการ ประสานกันไว้ เช่น ผู้ให้เช่าพาหนะ ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก ฯลฯ โดยสารสนเทศดังกล่าวจะมีจุดเน้นที่ความชัดเจนของวันเวลาและ สถานที่ที่ต้องไปเยือนให้ทันตามกำหนดเวลา

นอกจากนั้น สารสนเทศทางการผลิตยังรวมถึงรายการหรือเส้นทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ๆ เนื่องจากธุรกิจนำเข้าเที่ยวต้องสามารถแสวงหาแหล่งท่องเที่ยวที่มีความแปลกใหม่เพื่อให้สามารถดึงดูดใจให้ นักท่องเที่ยวกลับมาเยือนได้อีกครั้ง ปัจจุบันบริษัทนำเข้าเที่ยวในพื้นที่ท่องเที่ยวของเชียงรายจึงต้องมีการ จัดเตรียมสารสนเทศที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวใหม่ๆ เพื่อเป็นจุดขายให้กับธุรกิจต่อไป สารสนเทศเพื่อการผลิต และการดำเนินงานในส่วนนี้จึงได้แก่ รายละเอียดด้านความน่าสนใจของเส้นทางท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ซึ่งอาจจะ มีการออกแบบไว้ร่วมกับสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แต่ก็สามารถสร้างจุดสนใจให้กับกรท่องเที่ยวในพื้นที่ได้

5.5 สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ส่วนใหญ่สารสนเทศในด้านนี้จะเป็นสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ บริษัททัวร์พิจารณาถึงลักษณะของแรงงานที่มีความเหมาะสมกับรายการนำเข้าเที่ยวแต่ละรูปแบบ ซึ่งข้อมูล สารสนเทศนี้จะเชื่อมโยงกับมัคคุเทศก์และผู้ดูแลกลุ่มทัวร์

มัคคุเทศก์เป็นทรัพยากรบุคคลที่สำคัญอย่างยิ่งของธุรกิจนำเข้าเที่ยว เพราะมัคคุเทศก์ที่มีคุณภาพต้อง สามารถพูดภาษาของนักท่องเที่ยว หรือภาษากลางที่สามารถสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี และมิ ความรู้กว้างขวางเกี่ยวกับประเทศไทย เพื่อสร้างศรัทธาและความเชื่อถือให้กับนักท่องเที่ยวต่างประเทศ สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจนำเข้าเที่ยว

ซึ่งต้องมีทักษะทางด้านภาษาต่างประเทศเป็นอย่างดี ซึ่งส่วนมากบริษัททัวร์มักจะใช้สารสนเทศข้อ นี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการคัดเลือกมัคคุเทศก์ที่มีทักษะทางภาษาเป็นอย่างดีและหากเป็นคนที่อยู่ ในพื้นที่ด้วยแล้วก็จะทำให้การทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม สารสนเทศเรื่องนี้

จะต้องถูกนำมาพิจารณาพร้อมกับสารสนเทศที่เป็นลักษณะทางประชากรด้วย เพื่อให้เกิดมั่นใจได้ว่าองค์กรจะ
ได้บุคลากรในจำนวนที่เหมาะสม

6. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวให้ความสนใจกับการจับจ่ายซื้อสินค้าที่ระลึกเป็นจำนวนมาก ทำให้สินค้า
ที่ระลึกกลายเป็นสินค้าและธุรกิจสำคัญที่นำรายได้เข้าสู่ประเทศ ประกอบกับภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมให้
แต่ละท้องถิ่นมีรายได้และอาชีพจากการผลิตและจำหน่ายสินค้าที่ระลึกในรูปแบบของสินค้าหัตถกรรม
พื้นเมือง จึงทำให้ธุรกิจสินค้าที่ระลึกได้รับความนิยมและแพร่หลายมากขึ้น

สินค้าที่ระลึกส่วนใหญ่ในจังหวัดเชียงใหม่มาจากงานศิลปหัตถกรรม (art and handicraft) ทาง
ล้านนา จึงมีลักษณะเป็นสินค้าหัตถกรรมพื้นเมือง โดยใช้วัสดุที่หาได้ภายในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการผลิต
และใช้แรงงานคนที่มีฝีมือประณีต ส่วนใหญ่เป็นการผลิตภายในครัวเรือน เพื่อให้ได้สินค้าที่เป็นเอกลักษณ์
ของแต่ละพื้นที่ รวมทั้งสะท้อนถึงศิลปวัฒนธรรมและขนบธรรมเนียมประเพณีพื้นเมือง ลักษณะของ
สินค้าส่วนใหญ่เน้นประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวัน รวมทั้งสามารถสนองความต้องการของ
นักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

นอกจากนั้น สินค้าท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงใหม่ที่มีชื่อเสียงและสามารถนำไปเป็นของที่ระลึกยัง
ได้แก่ สินค้าประเภทเครื่องประดับ ชากาแฟ ผลไม้เมืองหนาว สินค้าเกษตร เครื่องหัตถกรรมและงานฝีมือ
 ฯลฯ ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายสินค้าที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวจะมีการนำสินค้านี้ดังกล่าวมาจำหน่ายทั้ง
ในรูปแบบดั้งเดิมหรือมีการแปรรูปสินค้าให้มีความหลากหลาย ความคงทน ความทันสมัย ฯลฯ เพื่อดึงดูดให้
นักท่องเที่ยวซื้อกลับไป

ลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

6.1 สารสนเทศทางการบัญชี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกมีการจัดเก็บ
รวบรวมสารสนเทศทางการบัญชีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนยอดสั่งสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจาก
ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและจากผู้ประกอบการขายสินค้าที่ระลึกทั่วไป ยอดจัดส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละ
รายและแต่ละช่วงเวลา ใบสั่งซื้อ ใบส่งของ ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้จะมีการจัดเก็บ

รวบรวมเพื่อเป็นการตรวจสอบและควบคุมรายรับรายจ่ายของธุรกิจ และสามารถนำมาใช้ในการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าที่ระลึกในแต่ละฤดูกาล

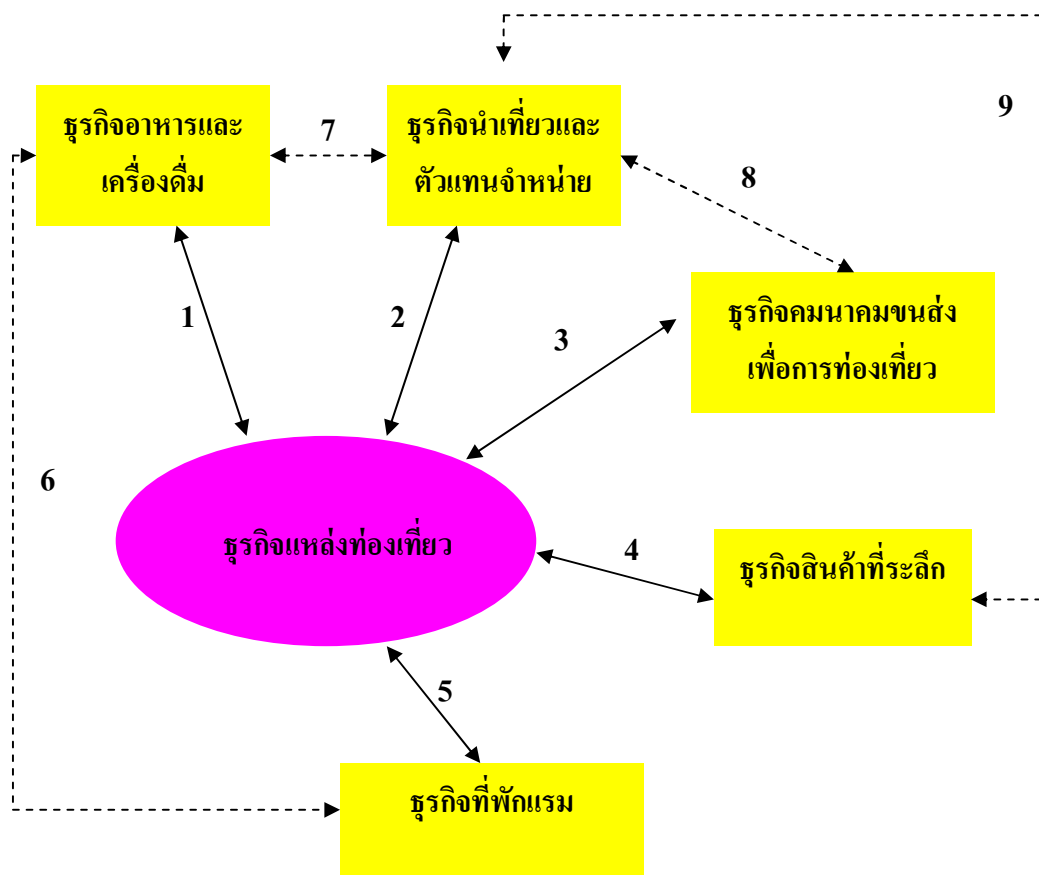
6.2 สารสนเทศทางการตลาด สำหรับธุรกิจสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงรายจะเน้นการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของสารสนเทศด้านรายการสินค้า (Catalogue) ซึ่งมีทั้งรูปแบบ สี สัน ขนาด และราคาของสินค้า ข้อมูลเหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอให้กับผู้ซื้อที่ซื้อคราวละมากๆ เพื่อไปจำหน่ายต่อไป สารสนเทศด้านรายการสินค้าจะมีการปรับปรุงอยู่เสมอเพื่อให้ของที่ระลึกมีความทันสมัยและแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยว

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งของที่ระลึกยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะมีทั้งที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและนอกพื้นที่จังหวัดเชียงราย ที่สั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ การจัดส่งสินค้าให้ลูกค้ากลุ่มนี้จะจัดส่งทางไปรษณีย์หรือทางรถประจำทาง ผู้ประกอบการจึงต้องรวบรวมสารสนเทศที่เป็นประวัติของลูกค้าที่ไว้ใจได้ เพื่อเป็นข้อมูลก่อนตัดสินใจรับผลิตสินค้า

6.3 สารสนเทศด้านบุคลากร ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกจะมีทั้งรูปแบบที่ผลิตเพื่อส่งต่อให้พ่อค้าคนกลางนำไปจำหน่ายต่ออีกทอดหนึ่ง และแบบที่ผลิตและจำหน่ายด้วยตนเอง ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าที่ระลึกและจำหน่ายเองจะมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านแรงงาน ได้แก่ ลูกจ้างและพนักงาน ทั้งในส่วนของการผลิตภายในโรงงาน พนักงานขายหน้าร้าน พนักงานจัดส่งสินค้า ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้นอกจากจะประกอบด้วยข้อมูลเบื้องต้นของบุคคลแล้ว ยังมีประวัติการทำงานได้แก่ รายละเอียดของตำแหน่งงาน อัตราค่าจ้าง สวัสดิการที่ได้รับ ฯลฯ

การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายมีการไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวตามแผนภาพดังนี้



แผนภาพที่ 2 การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ซึ่งแผนภาพดังกล่าวสามารถนำความอธิบายรูปแบบการไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย ของผู้ประกอบการกลุ่มต่างๆ ได้ 9 กลุ่มดังนี้

1. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มของผู้ประกอบการหลายรายมีการตั้งจำหน่ายให้บริการใกล้เคียงหรืออยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยหากมีการตั้งสถานที่ขายอาหารและเครื่องดื่มภายในสถานที่ท่องเที่ยว สารสนเทศที่จำเป็นต้องใช้ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนกันคือ สารสนเทศในการทำธุรกรรม สัญญาเช่าซื้อต่างๆ ฯลฯ

โดยทั่วไปแล้ว สถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมักจะมีการดำเนินรูปแบบกิจกรรมทางการค้าที่สอดคล้องคล้ายคลึงกัน เพื่อเสริมประโยชน์ซึ่งกันและกันและเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น หากเป็นแหล่งท่องเที่ยวบริเวณริมแม่น้ำโขงในอำเภอเชียงแสนและอำเภอเชียงของ ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในละแวกนั้นก็จะมีการจัดเตรียมรายการอาหารที่เกี่ยวข้องปลาที่จับขึ้นมาจากแม่น้ำโขง เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวได้รับอรรถรสทั้ง 2 ทางคือ จากการได้เที่ยวชมทิวทัศน์และการรับประทานอาหาร สารสนเทศที่ต้องประสานกันจึงเป็นลักษณะของข้อมูลลูกค้าด้านจำนวนและข้อมูลสำคัญอื่นๆ ที่แหล่งท่องเที่ยวได้ให้บริการ ขณะเดียวกันก็ต้องมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลด้านรายการอาหารเพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวนำเสนอร้านอาหารและรายการอาหาร เพื่อเป็นการแสดงให้เห็นถึงความเอาใจใส่ในการให้บริการกับลูกค้าที่มาเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยวของตน

2. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

ในธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว เมื่อผู้ประกอบการมีสารสนเทศที่เตรียมพร้อมสำหรับการจัดการทางธุรกิจแล้ว กลุ่มผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวอื่นๆ จะต้องมีการประสานงานกันเพื่อจัดเตรียมบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวให้มากที่สุด

การแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายจะเกี่ยวข้องกับข้อมูลที่เป็นลักษณะพิเศษของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ อาทิ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาและความสำคัญ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวนั้น โดยอาจจะเผยแพร่ในรูปแบบของบอร์ดหรือป้ายประชาสัมพันธ์ เอกสารแผ่นพับประชาสัมพันธ์ นิทรรศการ หรือสื่อมัลติมีเดียต่างๆ

ในกรณีที่แหล่งท่องเที่ยวมีการปรับปรุงพัฒนาให้สถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นมีจุดดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น มีความแปลกใหม่เพื่อกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่เคยใช้บริการในอดีตกลับมาเยือนอีกครั้ง ข้อมูลดังกล่าวก็จะมีผลไปสู่อุปสงค์การธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายเพื่อเป็นผู้ส่งเสริมการขายอีกทางหนึ่ง

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวยังมีการสื่อสารสารสนเทศด้านราคาหรือค่าธรรมเนียมในการเข้าเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว โดยทั่วไปแล้วหากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ดำเนินงานโดยหน่วยงานภาครัฐจะเรียกเก็บค่าธรรมเนียมในการเข้าชมจากนักท่องเที่ยวไม่สูงมากนัก หรืออาจจะกำหนดราคานักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติแตกต่างกัน ซึ่งรายละเอียดต่างๆ ด้านวันเวลาและอัตราค่าธรรมเนียมจะมีการสื่อสารเพื่อเป็นฐานให้ข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวใช้ในการวางแผนกำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวและอัตราการนำเที่ยวต่อไป

การสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวกับผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ โดยส่วนใหญ่จะเป็นการประสานงานเพื่อแจ้งกำหนดการนำกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้าชม การขอลดอัตราค่าธรรมเนียมการเข้าชมในราคาพิเศษ และการขอค่าตอบแทนหรือค่านายหน้าในการนำนักท่องเที่ยวมาเข้าชม โดยรูปแบบการติดต่อสื่อสารจะใช้การสื่อสารทางโทรศัพท์เป็นส่วนใหญ่ ข้อมูลที่ผู้ประกอบการนำเที่ยวต้องแจ้งแก่เจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยวคือ จำนวนนักท่องเที่ยว บริษัทที่เป็นผู้นำเที่ยว ทะเบียนรถ ฯลฯ

“บริษัททัวร์ที่พานักท่องเที่ยวเข้ามาชมนิทรรศการ ส่วนมากจะเป็นบริษัททัวร์ที่มาประจำ ก็จะมีบริษัทใหม่มาบ้าง แต่จะเป็นบริษัททัวร์ประจำส่วนใหญ่ เช่น สแตนดาร์ดทัวร์ ถ้าเป็นกรุ๊ปทัวร์หรือบริษัททัวร์เขาจะติดต่อเข้ามาเอง เราก็จะมีการแจ้งอัตราค่าเข้าชม จะถามหมายเลขทะเบียนรถ พาแขกมาก็คน คนไทยก็คน ต่างชาติก็คน ถ้ามาถึง เราก็จะติดต่อไปที่ออฟฟิศและติดต่อมาที่เคาท์เตอร์หน้าอุโมงค์ตรงจุดทำบัตร เขาก็จะแจ้งทะเบียนรถ ถ้าตรงกัน เราก็สามารถให้ส่วนลดได้ การประสานงานกับพวกกรุ๊ป บริษัททัวร์ต่างๆ ซึ่งส่วนใหญ่เขาจะคนเข้ามาติดต่อเอง โดยโทรเข้ามาก่อน บอกรายละเอียดก่อน เราก็จะมีรายชื่ออยู่ตรงนั้น” (จรัสพร นันทชัยวงศ์, สัมภาษณ์ 5 พ.ค.2552)

จากผลการศึกษายังพบว่า ในแหล่งท่องเที่ยวที่มีเป้าหมายเพื่อให้ความรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ความเป็นมาแก่นักท่องเที่ยว เช่น พิพิธภัณฑ์ หรือโบราณสถานต่างๆ สารสนเทศที่มีการแลกเปลี่ยนกันยังได้แก่ข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นต้องจัดเตรียมหรือส่งไปล่วงหน้าให้แก่มัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยว ในบางครั้งผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวอาจแจ้งให้แหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้นจัดเตรียมมัคคุเทศก์ไว้ให้เพื่อบรรยายให้แก่ักท่องเที่ยวที่บริษัทนำเที่ยวพาไป

3. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างกัน โดยเฉพาะในกรณีผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมได้รับการประสานว่าจ้างจากบริษัทนำเที่ยว เพื่อนำพานักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนด การประสานสารสนเทศได้แก่ เรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยว วันและเวลาที่ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมจะนำนักท่องเที่ยวมาถึง ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเตรียมความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ การเตรียมเครื่องดื่มรองรับ และพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว

ในกรณีหากเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้เส้นทางเรือ เช่น การล่องแม่น้ำโขงเพื่อชมวิวทิวทัศน์พรมแดนระหว่างประเทศลาวและสหภาพพม่า ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องแจ้งข้อมูลแก่ผู้ประกอบการเรือรับจ้างขนส่งและนำเที่ยวเพื่อจัดเตรียมพาหนะที่สามารถรองรับและมีอุปกรณ์ความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม

“บริษัททัวร์ส่วนใหญ่เดี๋ยวนี้จะไม่มียอดคือเขาจะติดต่อบริษัทให้เช่ารถอีกทีหนึ่ง บริษัทที่ผมทำอยู่นี้ก็ไม่มียอด ต้องเช่ารถเขาวิ่ง ซึ่งแต่ละบริษัททัวร์เขาก็จะมีบริษัทที่ให้เช่ารถประจำกับเขาอีกทีหนึ่ง โดยบริษัททัวร์สามารถเรียกใช้ได้ตลอด ทำสัญญาไว้เลยระยะเวลา 2 – 3 ปีอย่างนี้ ในราคาเช่ารถเท่านี้” (พงษ์ศักดิ์ดา พัยกุลเกท, สัมภาษณ์ 1 พ.ค.2552)

4. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจสินค้าที่ระลึก

จากการศึกษาพบว่า รายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว นอกจากจะมาจากการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมจากนักท่องเที่ยวแล้ว ยังมีที่มาของรายได้จากการจำหน่ายสินค้าที่ระลึกต่างๆ เพื่อสร้างความทรงจำที่ดีในการท่องเที่ยว ดังนั้น สารสนเทศที่ต้องมีการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจสินค้าที่ระลึกจึงได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า ส่วนประกอบ และราคาของสินค้าที่เป็นราคาขายส่งให้แก่ผู้ประกอบการให้นำไปจำหน่ายต่อ ฯลฯ

สารสนเทศที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวส่งให้กับผู้ประกอบการสินค้าที่ระลึกยังรวมถึง การสั่งทำสินค้าที่ระลึกที่มีสัญลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นๆ เพื่อให้มีเอกลักษณ์ต่างจากของที่ระลึกอื่นๆ

“ของที่ระลึกบางอย่างลูกค้าก็ออเดอร์มาเอง อย่างพวกบ้านฝิ่นก็จะให้เราออกแบบของที่ระลึกที่คิดโลโก้เค้าเข้าไปด้วย เค้าก็จะรับไปวางขายในที่ของเค้าเลย บางทีเค้ามีไอเดียก็ออกแบบคร่าวๆ มาให้เรา บางทีเราก็ตอบอย่างที่เราคิดได้ไปเสนอให้ดู มันต้องมีแคตตาล็อกของใหม่ๆ เข้าไปบ่อยๆ จะได้ดูทันสมัย นักท่องเที่ยวไม่เบื่อ เค้าขายได้ เราก็ได้ขายด้วย” (รัตนา มงคลคดี, สัมภาษณ์ 2 เม.ย. 2552)

ผู้ประกอบการจำหน่ายของที่ระลึกในแหล่งท่องเที่ยวอาจมีการสื่อสารกับบริษัทนำเที่ยวเพื่อติดต่อประสานงานในการขอให้บริษัทนำเที่ยวนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมซื้อสินค้าและบริการ โดยจัดสรรผลประโยชน์ในรูปแบบของเปอร์เซ็นต์จากกำไรในการขายสินค้าให้กับมัคคุเทศก์หรือบริษัทนำเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่มักจะเป็นผู้ประกอบการที่จำหน่ายสินค้าที่มีราคาสูง อาทิ เครื่องประดับ งานหัตถกรรม ฯลฯ แต่กรณีที่เป็นผู้ประกอบการสินค้ารายย่อยหรือขายสินค้าที่ระลึกที่ไม่มีมูลค่าสูงมาก ก็จะเป็นลักษณะของการให้สิ่งของขอบคุณเล็กๆ น้อยๆ หรือเป็นการสมนาคุณด้วยสินค้าที่จำหน่ายอยู่ภายในร้านค้า

“ร้านเราไม่ได้ติดต่อบริษัททัวร์ไว้ ร้านเราก็ตายของ ขายเขาไปเรื่อยๆ ถ้าติดต่อบริษัททัวร์ ร้านก็คงพอจะมีลูกค้าอยู่บ้าง แต่ถ้าเป็นแบบนั้น เราก็ต้องแบ่งเปอร์เซ็นต์ให้กับคนจัดอีก ถ้าเป็นบริษัททัวร์ติดต่อก็จะเป็นพวกร้านจิวเวลรี่หรือร้านค้าใหญ่ๆ มากกว่า ร้านเราถ้าอยากจะทำ มันก็มี แต่ร้านเรานั้นขายให้กับคนไทย บางทีไค้เห็นเราน่าสงสารก็พาลูกค้าเข้ามาช่วยซื้อ เราก็แถมชา แถมขนม มีอะไรก็ให้เขาไป” (เหมยสิงห์จาว, สัมภาษณ์ 10 พ.ค. 2552)

5. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่พักแรม

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวบางครั้งมีความเกี่ยวข้องกับการจัดการที่พักแรมสำหรับนักท่องเที่ยว เนื่องจากในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งในจังหวัดเชียงรายก็มีการให้บริการที่พักแรมแก่นักท่องเที่ยว แต่บางกรณีผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการจัดเตรียมสารสนเทศของผู้ประกอบการที่พักแรมต่างๆ ไว้บริการแก่ลูกค้าของตนเพื่อให้มีความหลากหลายในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว

เช่นเดียวกันในธุรกิจที่พักแรม เมื่อผู้ประกอบการมีสารสนเทศที่เตรียมพร้อมสำหรับการจัดการทางธุรกิจแล้วต้องมีการประสานกับกลุ่มผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อจัดเตรียมบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาพักแรมให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจมากที่สุด อย่างไรก็ตาม แหล่งที่จะเผยแพร่สารสนเทศของที่พักแรมได้เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวก็คือ สถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมจึงจำเป็นต้องไปนำเสนอสารสนเทศของตนเพื่อเป็นช่องทางการสื่อสารการตลาดอีกทางหนึ่ง ดังนั้น สารสนเทศของผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่มจะมีการส่งต่อถึงกันเพื่อช่วยเหลือในลักษณะเป็นพันธมิตรทางการค้า

6. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในธุรกิจที่พักแรม เมื่อผู้ประกอบการมีสารสนเทศที่เตรียมพร้อมสำหรับการจัดการทางธุรกิจแล้วต้องมีการประสานกับกลุ่มผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อจัดเตรียมบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาพักแรมให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจมากที่สุด

สารสนเทศที่สื่อสารระหว่างผู้ประกอบการที่พักแรมและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มส่วนใหญ่พบว่า เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในการให้บริการทางการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการห้องพักอาจจะได้รับบริการอาหารเข้าภายในที่พักหรือได้รับส่วนลดในการใช้บริการร้านอาหารอื่นๆ ที่ผู้ประกอบการทั้ง 2 ฝ่ายได้ตกลงกันไว้ โดยสารสนเทศที่ใช้ได้แก่ บัตรคูปองลดราคา นามบัตรของร้านอาหารหรือของผู้ประกอบการที่พักแรม

“ถ้านักท่องเที่ยวที่มาพักกับเรา มีขายห้องทั้งในราคาที่รวมและไม่รวมอาหารเช้า หากรวมอาหารเช้า ก็เป็น ABF มีอื่น ๆ ถ้าเค้ายังกงที่ยวอยู่ในเชียงแสน เราก็จะให้นามบัตรของเราไป ก็จะมีชื่อร้านที่เคำขอให้เราส่งลูกค้าไปให้ แล้วจะให้ส่วนลดค่าอาหารแก่ลูกค้า 15 เปอร์เซ็นต์ เราไม่ได้อะไร แต่ที่แนะนำให้อาหารเคำใช้ได้แล้วเราก็ได้บริการลูกค้าตัวเอง” (อานุภาพ นิลคำ, สัมภาษณ์ 15 พ.ค. 2552)

บางกรณีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม ซึ่งมีพื้นที่สามารถให้บริการจัดเลี้ยงแก่นักท่องเที่ยวในโอกาสพิเศษ เช่น วาระครบรอบการแต่งงาน หรือเทศกาลต่างๆ นักท่องเที่ยวอาจจะขอให้มีการบริการจัดเลี้ยงภายในที่พักแรม ซึ่งผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมที่ไม่มีความพร้อมที่จะดำเนินการจัดเลี้ยงให้ได้ ก็จะนำเสนอข้อมูลของผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มที่อยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นข้อมูลด้านรูปแบบอาหาร (เช่น อาหารพื้นเมือง อาหารไทย อาหารจีน ฯลฯ) ข้อมูลด้านราคา และประเภทการจัดเลี้ยง (เช่น โต๊ะจีน บุฟเฟต์ ฯลฯ) ฯลฯ ที่ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มได้ประสานไว้กับที่พักแต่ละแห่ง ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยเสริมให้ผู้ประกอบการที่พักแรมมีความครบถ้วนในการให้บริการได้ตามความต้องการของนักท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น

7. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเป็นส่วนหนึ่งของบริการที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายต้องมีการสื่อสารแลกเปลี่ยนสารสนเทศอยู่เสมอ ในธุรกิจที่อาหารและเครื่องดื่ม เมื่อผู้ประกอบการมีสารสนเทศที่เตรียมพร้อมสำหรับการจัดการทางธุรกิจแล้วต้องมีการประสานกับกลุ่มผู้ประกอบการในการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อจัดเตรียมบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการอาหารและเครื่องดื่มให้ได้มากที่สุด โดยเฉพาะในกรณีที่ธุรกิจนำเที่ยวนั้นเป็นการจัดนำเที่ยวแบบเบ็ดเสร็จ (Inclusive Tour) คือ เป็นการจดนำเที่ยวที่มีรายการนำเที่ยวตั้งแต่ออกเดินทางจนถึงเดินทางกลับ มีกำหนดการที่แน่นอนเกี่ยวกับจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว และรวมราคาค่าใช้จ่ายด้านอาหารทุกมื้อไว้ในรายการนำเที่ยวด้วย สารสนเทศที่ผู้ประกอบการทั้ง 2 ฝ่ายต้องประสานกันคือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องระบุราคา วันที่และเวลาที่จะเดินทางมาใช้บริการ จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้จะต้องมีการตรวจสอบเรื่องของคุณภาพและราคาอยู่เสมอ

8. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย และธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

ในธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวซึ่งมีบทบาทในการอำนวยความสะดวกในการขนย้ายนักท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวเป้าหมายปลายทาง รวมถึงการขนย้ายนักท่องเที่ยวภายในแหล่งท่องเที่ยว และจากสถานที่ท่องเที่ยวแห่งหนึ่งไปยังอีกแห่งหนึ่ง โดยอาศัยพาหนะทั้งทางบก ทางน้ำ และทางอากาศ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากที่สุด ในการดำเนินธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว เมื่อผู้ประกอบการมีสารสนเทศที่เตรียมพร้อมสำหรับการจัดการทางธุรกิจแล้วต้องมีการประสานกับกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจในการท่องเที่ยวอื่นๆ เพื่อจัดเตรียมบริการด้านการท่องเที่ยวให้สามารถตอบสนองความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มาพักแรมให้ได้รับความสะดวกสบายและความประทับใจมากที่สุด

เนื่องจากธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่จะประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในประเทศ (Domestic Tour) ให้แก่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ โดยเป็นผู้จัดการท่องเที่ยวทั้งหมด นับตั้งแต่การจัดรายการนำเที่ยว ติดต่อที่พัก ภัตตาคาร และยานพาหนะ ตลอดจนจัดหาตั๋วเครื่องบิน หรือผู้ติดตามทัวร์ ฯลฯ ส่วนการจัดนำเที่ยวจะมีทั้งแบบนำเที่ยวภายใน 1 วันหรือครอบคลุมระยะเวลาหลายวัน การจัดนำเที่ยวเดินทางภายในพื้นที่จังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่นิยมจัดใช้รถบัสขนาดใหญ่หรือรถตู้ตามจำนวนของนักท่องเที่ยวในแต่ละครั้ง ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวฯ จึงต้องมีการประสานเรื่องพาหนะที่ใช้เดินทางกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งอยู่เสมอ

ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวมีการแลกเปลี่ยนสารสนเทศที่ตนเองได้เก็บรวบรวมไว้ในการดำเนินธุรกิจ โดยมีการไหลของสารสนเทศไปยังผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายโดยมีสารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลความต้องการพาหนะในแต่ละรายการท่องเที่ยวหรือทริปที่ได้จัดขึ้นในพื้นที่จังหวัดเชียงรายมีแหล่งท่องเที่ยวหลายแห่งที่จะต้องมีการใช้พาหนะแตกต่างกันเพื่อไปยังยังเป้าหมาย รวมทั้งทำให้ได้รรถรสในการท่องเที่ยวแตกต่างกัน ทั้งทางรถยนต์ ทางเรือ การขี่ช้าง การขี่รถมอเตอร์ไซค์ รถจักรยาน ฯลฯ ดังนั้น ในเบื้องต้น สารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวต้องจัดเตรียมพร้อมที่จะให้บริการคือ ข้อมูลจำนวนรถที่มีอยู่ คุณลักษณะและสมรรถนะของรถแต่ละประเภท จำนวนนักท่องเที่ยวที่สามารถบรรทุกได้ พนักงานขับรถ ฯลฯ ข้อมูลที่กล่าวมานี้ต้องมีการเก็บรวบรวมไว้และปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอเพื่อให้เตรียมพร้อมกับการใช้งานเมื่อธุรกิจนำเที่ยวประสานงานมา

ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องมีการแลกเปลี่ยนสารสนเทศระหว่างกัน โดยเฉพาะในกรณีผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมได้รับการประสานว่าจ้าง

จากบริษัทนำเที่ยว เพื่อให้ผู้นำนักท่องเที่ยวมายังสถานที่ท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กำหนด การประสานสารสนเทศได้แก่ เรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยว วันและเวลาที่ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมจะนำนักท่องเที่ยวมาถึง ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเตรียมความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ การเตรียมเครื่องดื่มรองรับ และพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว แต่หากในกรณีเป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยใช้เส้นทางเรือ เช่น การล่องแม่น้ำโขงเพื่อชมวิถีชีวิตชนพื้นเมืองระหว่างประเทศลาวและสหภาพพม่า ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องแจ้งข้อมูลแก่ผู้ประกอบการเรือรับจ้างขนส่งและนำเที่ยวเพื่อจัดเตรียมพาหนะที่สามารถรองรับและมีอุปกรณ์ความปลอดภัยเพียงพอสำหรับนักท่องเที่ยวที่มาเป็นกลุ่ม

ผู้ประกอบการกิจการนำเที่ยวจะมีการกำหนดโปรแกรมทัวร์ในสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ไว้ล่วงหน้าในแต่ละเทศกาลหรือฤดูกาล เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาซื้อบริการนำเที่ยว ผู้ประกอบการขนส่งจึงให้บริการขนส่งนักท่องเที่ยวตามเส้นทางที่กลุ่มผู้ประกอบการนำเที่ยวหรือบริษัททัวร์ให้ข้อมูลมา สิ่งที่กลุ่มผู้ประกอบการขนส่งต้องรับผิดชอบได้แก่ ความปลอดภัย ความสะดวก สะอาด บรรยากาศเย็นสบายของรถโดยสาร รวมทั้งการควบคุมการเดินทางให้ได้ตามกำหนดเวลา

ผู้ประกอบการกิจการนำเที่ยวจะมีการสื่อสารสารสนเทศสำคัญคือ ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางตลอด 1 เส้นทางท่องเที่ยวหรือโปรแกรมทัวร์ โดยจะมีการให้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อเป็นการสอบถามราคาค่าจ้างเหมาพาหนะ และนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดราคาโปรแกรมทัวร์ หลังจากที่ได้ตกลงในเรื่องราคาจ้างและเส้นทางที่ชัดเจน จะมีการยืนยันความเข้าใจตรงกันอีกครั้งโดยใช้เอกสารที่สื่อสารผ่านเครื่องโทรสารหรืออินเทอร์เน็ต

“เวลาเดินทาง เราต้องรู้โปรแกรมทัวร์ก่อน มันก็จะเป็น โปรแกรมตายตัวอยู่แล้ว โปรแกรมนี้ไปไหนบ้าง นอนโรงแรมที่ไหนบ้าง ในเชียงรายก็มีที่พักที่โรงแรมโพธิ์วิลด์ โกลเดนท์พาร์ค อนันตรา ริมกก เวียงอินทร์ ฯลฯ เวลาติดต่อโรงแรมที่พักก็มี Order มาจากบริษัททัวร์ที่กรุงเทพฯ เราไม่ต้องคิดต่ออะไร ออกเดินทางมาเลย เขาจะเป็นคนระบุมารเลย Booking มาก่อนเลย เราก็เตรียมรถ” (พงษ์ศักดิ์ พยัคเกลา, สัมภาษณ์ 1 พ.ค.2552)

บุคคลสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการขนส่งและพนักงานขับรถคือ มัคคุเทศก์ประจำเส้นทางท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งเรื่องของรายละเอียดการเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ยังรวมถึงการจัดการเรื่องความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวในทุกเรื่อง หากเป็นเรื่องของพาหนะการเดินทางก็จะเป็นการใช้พาหนะตามที่กำหนดไว้ใน โปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้าก่อนหน้าแล้ว มัคคุเทศก์จึงทำหน้าที่แจ้งแก่พนักงานขับรถหรือผู้ดูแลรถให้เตรียมรถและอุปกรณ์ภายในรถให้พร้อมสำหรับการเดินทางตามที่กำหนดไว้

“ในการทำทัวร์เราต้องให้เกียรติไกด์ ไกด์เขาจะมีโปรแกรมอยู่กับตัวเขาอยู่แล้ว อย่างเราเคยทำมาแล้ว เราก็ไม่ต้องถามมาก จะถามแค่ว่าวันนี้กินข้าวกลางวันที่ไหน เส้นทางที่จะไปส่วนมากเราก็จะรู้อยู่แล้ว เขาก็จะบอกโปรแกรมของวันพรุ่งนี้มีตรงนั้นตรงนี้อีกทีหนึ่ง บางทีไกด์บอกว่ามีที่ต้องไป 5 ที่ จะไปที่ไหนดี เขาก็จะถามเรา เราก็จะช่วยจัดให้ ประสบการณ์เรามี แต่มันอยู่ที่ว่าเราต้องทำตามโปรแกรมของไกด์” (พงษ์ศักดิ์ดา พัยกฤต, สัมภาษณ์ 1 พ.ค.2552)

“ผมขับรถมา ถ้าแขกต้องการเครื่องเล่นดีวีดี ถังรถของผมไม่มี ไกด์สามารถเปลี่ยนรถได้เลย ของอย่างนี้ขึ้นอยู่กับไกด์คนเดียว ถ้าเป็นลูกค้าบางทีก็จะบอกว่าแอร์ไม่เย็น เขาก็จะบอกผ่านไกด์คนเดียว จากนั้นไกด์ถึงจะมาบอกเรา” (พงษ์ศักดิ์ดา พัยกฤต, สัมภาษณ์ 1 พ.ค.2552)

9. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

ธุรกิจนำเที่ยวจำเป็นต้องมีการดำเนินธุรกิจร่วมกับผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าที่ระลึก เนื่องจากเป็นความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อสิ่งของกลับไปเป็นของฝากและที่ระลึกในการมาเที่ยว รายการนำเที่ยวต่างๆ จึงมักบรรจุช่วงเวลาพานักท่องเที่ยวไปซื้อสินค้าที่ระลึก อย่างไรก็ตาม เพื่อเป็นการสร้างรายได้เพิ่มเติมให้หับบริษัทนำเที่ยว ตลอดจนเพื่อเป็นการรักษาชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยว จึงต้องเลือกร้านค้าที่ขายของที่ระลึกที่น่าเชื่อถือไว้ใจได้ และมีการจัดแบ่งรายได้จากยอดขายให้กับทางบริษัทนำเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ สารสนเทศที่ใช้สื่อสารระหว่างกันจึงได้แก่ รายการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดวันและเวลาชัดเจนในการมาเยี่ยมชมหรือซื้อสินค้าที่ระลึก แต่หากเป็นบริษัทนำเที่ยวที่มีการจัดโปรแกรมทัวร์เข้ามาในพื้นที่เดิมในวันและเวลาที่กำหนดไว้ล่วงหน้าระยะยาว สารสนเทศส่วนนี้อาจจะไม่ต้องมีการแจ้งทุกครั้ง ยกเว้นในกรณีที่จะมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดการณ์

“โดยทั่วไปเราจะไม่มีการบอกร้านค้าหรือติดต่อร้านค้าว่าเราจะมาเที่ยว หากจะแวะก็จะเป็นร้านจร ถ้าเป็นร้านประจำมันจะมี Order ของเขาเลย ทัวร์ระบุเลยว่าต้องมาร้านนี้ ถ้าเป็นเชิงใหม่ก็จะมีร้านจิวเวลรี่ เบญจรงค์ เครื่องเงิน ซ้อน ผ้าไหม ฯลฯ เขาก็จะมีร้านประจำของเขาเลย เวลามาก็ไม่ต้องติดต่อเขาจะรู้กันเลย

เพราะบริษัททัวร์จะมีสำนักงานทั้งที่กรุงเทพฯ เชียงใหม่ เชียงราย เขาจะรู้เลยว่าเดือนนี้จะมาวันนั้นวันนี้” (พงษ์ศักดิ์ดา พัยคณา, สัมภาษณ์ 1 พ.ค.2552)

ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย พบดังนี้

1. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต่างเห็นว่า สารสนเทศที่ตนจัดเก็บเหล่านั้นถูกรวบรวมจัดเก็บอย่างเป็นระบบระเบียบในรูปแบบที่เหมาะสมกับการนำมาใช้ดำเนินงานในธุรกิจของตน โดยสารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวได้จัดเก็บไว้มีทั้งสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกรายงานผู้เข้าชม สมุดบันทึกการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ใบเสร็จรับเงิน และใบสำคัญรับเงิน ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญสำหรับการลงบัญชี ฯลฯ ซึ่งสารสนเทศดังกล่าวความตรงกับความต้องการใช้งาน ความมีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานหรือบริการให้ลูกค้า รวดเร็ว เป็นประโยชน์สำหรับการวางแผน การตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

นอกจากนั้น ในภาคธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านทรัพยากรบุคคลในการปฏิบัติงาน อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่จัดเก็บจะเกี่ยวกับการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงาน และด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน จากการสัมภาษณ์และสังเกตการณ์พบว่า สารสนเทศทั้ง 2 ส่วนนี้ถูกเก็บรวบรวมเฉพาะสาระสำคัญหรือข้อมูลที่ทำเป็นต่อการจัดทำบัญชีของธุรกิจหรือตามระเบียบข้อบังคับทางกฎหมายเท่านั้น ไม่ได้เก็บรวบรวมข้อมูลส่วนอื่นๆ ที่จะเป็นการพัฒนาระบบสารสนเทศทางบัญชีและทางพัฒนาบุคลากร

ขณะที่สารสนเทศทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศด้านการตลาดของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการ โดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะมีการจัดทำสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการที่มีไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว สินค้าที่นำมาแสดงและจำหน่าย ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลหลักฐานในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ขณะเดียวกันก็เป็นข้อมูลสำหรับการนำเสนอให้แก่

นักท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของคุณ สารสนเทศส่วนนี้จะมีประสิทธิภาพด้านความเร็วทันต่อสถานการณ์ในการใช้งานของภาคธุรกิจ

ในด้านความครบถ้วนสมบูรณ์ของสารสนเทศพบว่า เนื่องจากสารสนเทศที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวรวบรวมจัดเก็บนั้น แม้จะเป็นสารสนเทศที่ขาดความสมบูรณ์ในเรื่องรายละเอียด เช่น สถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งไม่ได้มีการจัดเก็บข้อมูลจำนวนของผู้เข้าชมครบทุกวัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งหากช่วงใดเป็นช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) พนักงานของแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งก็จะได้ไม่เข้าประจำ ณ จุดที่เข้าออกเพื่อเฝ้าจับข้อมูลผู้เข้าชม ทำให้สารสนเทศไม่ครบถ้วนสมบูรณ์

อย่างไรก็ตาม จากการประเมินของผู้ประกอบการเองสรุปว่า สารสนเทศที่ตนได้รวบรวมจัดเก็บเพื่อใช้ในการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพเพียงพอในการสื่อสาร ทั้งในด้านสาระสำคัญของสารสนเทศ ด้านความตรงกับกรณี และความทันต่อสถานการณ์ใช้งาน

2. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจที่พักแรม

จากผลการศึกษาที่พบว่า ธุรกิจที่พักแรมมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการบัญชีที่สำคัญ ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละวัน และรายละเอียดอัตราค่าเช่าพักของแต่ละห้องพัก ประวัติของผู้เข้าพัก การออกใบสำคัญรับเงิน อัตราาราคาเช่าพัก ฯลฯ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการควบคุมรายรับรายจ่ายของกิจการเป็นสำคัญ เพื่อใช้ในการประเมินภาษีของผู้ประกอบการ รวมทั้งเพื่อนำส่งแก่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เมื่อพิจารณาถึงประสิทธิภาพของสารสนเทศส่วนนี้จะพบว่า จะเน้นการสามารถตรวจสอบได้เป็นสำคัญ โดยฝ่ายตรวจสอบในที่นี้คือ ฝ่ายบัญชีและหน่วยงานราชการ

ในส่วนของสารสนเทศทางการเงิน ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมจะมีการจัดทำสารสนเทศด้านการเงินของธุรกิจตนเอง ได้แก่ สารสนเทศที่บันทึกการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ การจัดการเงินทุน สารสนเทศด้านงบประมาณเงินสด ฯลฯ ข้อมูลส่วนนี้จะมีประสิทธิภาพต่อการนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจในการบริหารและปรับปรุงกิจการ รวมทั้งเป็นข้อมูลในการตัดสินใจจ้างหรือปรับลดพนักงานในแต่ละไตรมาสหรือแต่ละปี โดยจากการสัมภาษณ์พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่า สารสนเทศส่วนนี้จะช่วยทำให้ตนและผู้บริหารคนอื่นๆ เห็นถึงสถานการณ์ที่จำเป็นต้องได้รับการดูแลจัดการจากฝ่ายผู้บริหารธุรกิจและช่วยลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจด้านการบริหาร

ขณะที่สารสนเทศทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีการประมวลสารสนเทศทางธุรกิจโดยจำแนกเป็น สารสนเทศทางการตลาดในฤดูกาลท่องเที่ยวและนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยแต่ละช่วงเวลาสารสนเทศในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดก็จะแตกต่างกันไป กลยุทธ์ดังกล่าวจะมีการ

เก็บรวบรวมและประมวลผลสำเร็จของกลยุทธ์หรือการส่งเสริมการตลาดของรัฐกิจตนเองไว้ สารสนเทศ ส่วนนี้ผู้บริหารและพนักงานเห็นว่ามิใช่ประโยชน์อย่างยิ่งที่องค์กรจะนำไปวางแผนในการปรับปรุงพัฒนา องค์กรประกอบของสถานที่พักผ่อนของตน ให้มีมาตรฐานสำหรับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ขณะเดียวกันก็เป็นข้อมูลในการประเมินกิจกรรมทางการตลาดของคู่แข่งในธุรกิจเดียวกัน

3. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

ในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีลักษณะของสารสนเทศที่ใช้ในการจัดการธุรกิจได้แก่ สารสนเทศ ทางการบัญชี ได้แก่ รายรับจากการขาย รายจ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบ เอกสารใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ ในส่วน ของสารสนเทศทางการบัญชีนี้ หากเป็นธุรกิจร้านอาหารที่ไม่ได้มีการประกอบธุรกิจร่วมกับบริษัทนำเที่ยว ต่างๆ มักจะได้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงสามารถรวบรวมและตรวจสอบ ข้อมูลเป็นรายวัน แต่หากเป็นผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มที่ให้บริการกับนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่ม ที่มากับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ จะมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านบัญชี การรับจองและยอดเงินเรียกเก็บเป็นงวด ซึ่งอาจเป็นราย 15 วันหรือรายเดือนตามแต่จะตกลงกัน เมื่อพิจารณาในแง่ประสิทธิภาพของสารสนเทศจะ พบว่า ช่วยในงานด้านการตรวจสอบสถานะทางการเงินเป็นไปได้อย่างรวดเร็วทุกตัวถึง และเป็นการเก็บรวบรวม หลักฐานการเงินขององค์กรในระยะยาว

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการขาย หรือรายการใช้บริการของ ลูกค้าที่มาจากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ที่ใช้บริการกันอยู่เป็นประจำ โดยจัดเก็บข้อมูลบริษัท ประวัติการใช้ บริการของร้านอาหาร บันทึกการชำระเงิน ฯลฯ แต่หากเป็นการขายลูกค้าชาวจีน จะมีการจัดเก็บสารสนเทศที่เป็นรายละเอียดการขายรายวันหรือเป็นการสรุปการขายรายสัปดาห์และรายเดือน สารสนเทศส่วนนี้ถูก ประเมินว่าสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางธุรกิจ การเจรจาตกลงทาง ธุรกิจที่สามารถจัดส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมลล์ ขณะเดียวกันสารสนเทศดังกล่าวก็ช่วยส่งเสริม งานด้านลูกค้าสัมพันธ์

สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มให้ข้อมูลว่า ใน ส่วนของการผลิตจะมีการจัดเก็บสารสนเทศในด้านการดำเนินการผลิตแต่ละวัน เช่น ต้นทุนการผลิตอาหาร และราคาขาย การจัดการการผลิต การจัดสรรทรัพยากรการผลิตให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่ประมาณไว้ ในแต่ละวัน ซึ่งขึ้นอยู่กับเทศกาลท่องเที่ยวในวันหยุดสำคัญและฤดูกาลท่องเที่ยว รวมถึงสารสนเทศในการ จัดเก็บข้อมูลด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหาร โต๊ะเก้าอี้ เครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร อุปกรณ์ เชื้อเพลิงในการประกอบอาหาร ฯลฯ เพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยว

หมุ่คณะ สารสนเทศด้านการผลิตและการดำเนินงานที่กล่าวมาจึงเน้นประสิทธิภาพในการนำไปสนับสนุน การตัดสินใจของผู้ประกอบการในการจัดซื้อสินค้าวัตถุดิบ หรือเพื่อใช้สนับสนุนการปฏิบัติงานประจำวัน ของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ในส่วนงานต่างๆ

ผลการศึกษาในส่วนของสารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมี การจัดเก็บสารสนเทศของบุคลากรไว้ โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นระดับปฏิบัติการ ได้แก่ บริกร พอคครัว พนักงานบัญชี ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลประวัติส่วนบุคคล ประวัติการทำงาน และรายได้ที่ได้รับ ขณะที่ สารสนเทศด้านการคัดเลือกเข้ารับตำแหน่งงาน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการ สวัสดิการและผลประโยชน์ พบว่า ผู้ประกอบการไม่ได้มีการจัดเก็บไว้ เนื่องจากการคัดเลือกบุคลากรส่วนใหญ่ของร้านอาหารและภัตตาคารจะไม่ต้องการทักษะในการให้บริการสูงมากนัก การรับสมัครและคัดเลือก บุคลากรส่วนใหญ่จึงไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว คุณลักษณะของสารสนเทศทางทรัพยากรบุคคลที่จัดเก็บในธุรกิจ อาหารและเครื่องดื่มจึงเน้นด้านข้อมูลความพร้อมและเพียงของบุคลากรมากกว่าที่จะเน้นในเชิงคุณภาพของ บุคลากร ทั้งนี้อาจมีเหตุผลเนื่องมาจากธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีช่วงเวลาดำเนินงานในเวลาดำกัดคือ เป็น ช่วงเวลาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่จะรับประทานอาหารในเวลาเดียวกัน (มือเช้า กลางวัน และเย็น) บุคลากร ด้านการบริการในพื้นที่ท่องเที่ยวจึงต้องมีจำนวนมากพอและเน้นความรวดเร็วมากกว่าทักษะการให้บริการ

4. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาที่พบว่า ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวมีการใช้สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถเพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายใน จังหวัดเชียงราย ซึ่งส่วนมากเป็นธุรกิจรถเช่า ซึ่งประกอบด้วยรถยนต์ไฮบริด รถยนต์ส่วนบุคคล รถจี๊ป รถ กะบะ รถตู้ และรถบัส ซึ่งแต่ละบริษัทจะมีรถให้เช่าแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับขนาดของบริษัท ดังนั้น สารสนเทศต่างๆ ของธุรกิจการคมนาคมขนส่งจึงเป็นข้อมูลเกี่ยวกับจำนวนรถแต่ละประเภท ราคาที่ใช้ใน การลงทุน บัญชีบันทึกข้อมูลสำคัญของผู้เช่ารถ เช่น บัตรประจำตัวประชาชน หรือหนังสือเดินทางของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ สารสนเทศดังกล่าวมีประโยชน์ต่อการควบคุมจัดการด้านการลงทุน เนื่องจากธุรกิจ ขนส่งจำเป็นต้องมีการลงทุนด้านยานพาหนะและการดูแลรักษาสภาพ ประสิทธิภาพของข้อมูลส่วนนี้พบว่า มีการเน้นความถูกต้องในการบันทึกจัดเก็บข้อมูล ไม่ให้เกิดข้อผิดพลาดทั้งสิ้น และต้องสามารถตรวจสอบ ได้ เพราะธุรกิจดังกล่าวมีการลงทุนในธุรกิจค่อนข้างสูงนอกจากนั้น สารสนเทศส่วนนี้ยังมีประสิทธิภาพใน

การติดตามและตรวจสอบประวัติของลูกค้า และเพื่อเป็นข้อมูลในกรณีหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องการตรวจสอบ

สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจะเป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับรายละเอียดการขายรายวัน หรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปีก็ได้และจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องราคา ซึ่งจะจูงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและสนองตอบการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะมีความแตกต่างในเรื่องราคาของแต่ละบริษัท โดยพอจะจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ การตั้งราคาเดียวกันไว้ตลอดปีหรือทุกช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเกี่ยวกับอีกลักษณะหนึ่งคือการกำหนดราคาไว้แตกต่างกันระหว่างช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า เมื่อประเมินประสิทธิภาพของสารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจการคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจะเน้นการปรับปรุงสารสนเทศให้มีความยืดหยุ่นเข้ากับสถานการณ์การท่องเที่ยว เพื่อให้ธุรกิจสามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการเช่าพาหนะรายอื่นๆ ซึ่งมีจำนวนค่อนข้างมาก

ขณะที่สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องราคาของแต่ละบริษัทจะถูกนำไปเปรียบเทียบราคามาตรฐานระหว่างบริษัทของตนเองกับบริษัทอื่นๆ เพื่อจะนำไปใช้กำหนดราคาที่เหมาะสมกับบริษัทของตนเอง แสดงให้เห็นว่า สารสนเทศที่จัดเก็บมีคุณค่าในการช่วยประเมินสถานการณ์ทางการตลาดและช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์การแข่งขันเรื่องคุณภาพและราคาให้เช่าพาหนะได้ตามปัจจัยที่เปลี่ยนไป อาทิ ผู้ประกอบการธุรกิจประเภทเดียวกัน ปัจจัยด้านราคาน้ำมัน สถานการณ์ทางการเมือง ฯลฯ

5. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

จากผลการศึกษาที่พบว่า ธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายส่วนใหญ่จะมีสารสนเทศทางการบัญชีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ อัตราค่าใช้บริการแต่ละเส้นทาง วันและเวลาที่ให้บริการ ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ เป็นการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายบริการนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายบัตรโดยสารโดยเป็นรายละเอียดการขายรายวัน รายเดือนและรายปี เมื่อประเมินประสิทธิภาพของสารสนเทศดังกล่าวพบว่า ผู้ประกอบเห็นว่ามีความลักษณะตรงตามการใช้งาน เพราะบริษัทนำเที่ยวจำเป็นต้องมีข้อมูลเบื้องต้นที่ใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวรายวัน เพื่อกำหนดราคาบริการเส้นทางนำเที่ยว เหตุผลเนื่องมาจากสารสนเทศเหล่านี้สามารถนำมาใช้ในการควบคุมบัญชีรายรับรายจ่ายและสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง และสามารถคำนวณจุดคุ้มทุนของแต่ละเส้นทางนำเที่ยวได้

สารสนเทศทางการตลาดที่จัดเก็บมีการใช้ระบบสารสนเทศด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้า และสนองตอบการสร้างคามพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในระยะยาว เนื่องจากผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวจะใช้ข้อมูลรายละเอียดส่วนบุคคลและการติดต่อทางโทรศัพท์หรืออีเมลล์ เพราะส่งข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาเส้นทางนำเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้าเก่า ซึ่งถือเป็นสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพสูงและส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรในระยะยาว

เมื่อประเมินประสิทธิภาพของสารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน ที่มีการจัดเก็บสารสนเทศที่จำเป็นในทางธุรกิจได้แก่ รายการนำเที่ยว รายชื่อที่พักและร้านอาหาร พาหนะที่เหมาะสมในแต่ละเส้นทาง ฯลฯ ตลอดจนสารสนเทศของบุคลากรสำคัญได้แก่ มัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ ฯลฯ โดยสารสนเทศดังกล่าวจะมีจุดเน้นที่สาระสำคัญและความชัดเจนถูกต้องของข้อมูลทุกด้านที่กล่าวมาเพื่อให้สารสนเทศนั้นทันต่อการใช้งาน

6. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจสินค้าที่ระลึก ในทางการบัญชี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกมีการจัดเก็บรวบรวมสารสนเทศทางการบัญชีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนยอดสั่งสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและจากผู้ประกอบการธุรกิจขายสินค้าที่ระลึกทั่วไป ยอดจัดส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละรายและแต่ละช่วงเวลา ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้จะมีการจัดเก็บรวบรวมเพื่อเป็นการตรวจสอบและควบคุมรายรับรายจ่ายของธุรกิจ และสามารถนำมาใช้ในการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าที่ระลึกในแต่ละฤดูกาล ซึ่งผู้ประกอบการประเมินว่าที่ผ่านมาสารสนเทศดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการจัดการทางธุรกิจในด้านตรวจสอบทางบัญชี และการประมาณการรายรับรายจ่ายในแต่ละเดือน

สำหรับสารสนเทศทางการตลาด เมื่อประเมินประสิทธิภาพพบว่า สารสนเทศดังกล่าวมีศักยภาพในการทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นหรือคงที่ เพราะเป็นสารสนเทศที่มีการนำสินค้าที่ระลึกรูปแบบใหม่มาสู่แหล่งท่องเที่ยวสม่ำเสมอ ทำให้ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจึงสามารถดำเนินกิจการได้ตลอดทั้งปีโดยไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว

ธุรกิจสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงใหม่จะเน้นการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของสารสนเทศด้านรายการสินค้า (Catalogue) ซึ่งมีทั้งรูปแบบ สี สัน ขนาด และราคาของสินค้า ข้อมูลเหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอให้กับผู้ซื้อที่ซื้อคราวละมากๆ เพื่อไปจำหน่ายต่อไป สารสนเทศด้านรายการสินค้าจะมี

การปรับปรุงอยู่เสมอเพื่อให้ของที่ระลึกมีความทันสมัยและแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยว สารสนเทศส่วนนี้จึงเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งของที่ระลึกยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะมีทั้งที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและนอกพื้นที่จังหวัดเชียงราย ที่สั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ การจัดส่งสินค้าให้ลูกค้ากลุ่มนี้จะจัดส่งทางไปรษณีย์หรือทางรถประจำทาง ผู้ประกอบการจึงต้องรวบรวมสารสนเทศที่เป็นประวัติของลูกค้าที่ไว้ใจได้ เพื่อเป็นข้อมูลก่อนตัดสินใจรับผลิตสินค้า สารสนเทศส่วนนี้จึงมีประสิทธิภาพในการนำไปวางแผนเพื่อการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง “การใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาการไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย และศึกษาประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย โดยศึกษาจากผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยว ตั้งแต่ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว ธุรกิจที่พักแรม ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย และธุรกิจสินค้าที่ระลึก ใช้วิธีการรวบรวมข้อมูล 3 วิธีการได้แก่ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสังเกตการณ์ และการวิเคราะห์เอกสาร โดยสามารถสรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

สรุปผลการศึกษา

ผลการศึกษาสามารถสรุปตามวัตถุประสงค์วิจัยได้ดังนี้

1. ลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ผู้ประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวกลุ่มต่างๆ มีลักษณะของสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว สรุปได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวต้องใช้ในการจัดการทางธุรกิจ ประกอบด้วย

1.1 สารสนเทศทางการบัญชี ส่วนใหญ่มักจะเป็นสมุดบันทึกจำนวนผู้เข้าชม สมุดบันทึกการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ใบเสร็จรับเงิน และใบสำคัญรับเงิน ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญสำหรับการลงบัญชี สำหรับใบเสร็จรับเงิน หากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวออก

ให้แก่นักท่องเที่ยวอาจอยู่ในรูปของบัตรเข้าชมหรือเอกสารอื่นๆ เช่น โปสการ์ดที่ระลึก ที่คั่นหนังสือ ฯลฯ ส่วนใบสำคัญรับเงิน เป็นเอกสารที่ผู้ประกอบการนำมาให้แก่ลูกค้าเพื่อเป็นการลงลายมือชื่อเพื่อระบุเป็นคำตอบแทนหรือเป็นการจ่ายค่านายหน้าในการแนะนำหรือการนำนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวชม

1.2 สารสนเทศทางการตลาด สารสนเทศด้านนี้ของผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการ โดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะมีการจัดทำสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการที่มีไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว สินค้าที่นำมาแสดงและจำหน่าย ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลหลักฐานในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ขณะเดียวกันก็เป็นข้อมูลสำหรับการนำเสนอให้นักท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของตน

นอกจากนั้น ผู้ประกอบการยังมีการจัดทำสารสนเทศด้านสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ก่อให้เกิดความสนใจและประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวของตน ด้วยการให้สารสนเทศเกี่ยวกับความเป็นมา จุดเด่นหรืออัตลักษณ์ที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง โดยอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น โบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้ายบิลบอร์ด ฯลฯ

1.3 สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวจะมีการจัดทำสารสนเทศของบุคลากรในการปฏิบัติงาน เช่น การบรรจุเข้ารับตำแหน่งงานและด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจจ้างบุคคล การประเมินเงินเดือนและค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง

2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

2.1 สารสนเทศทางการบัญชี ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการจัดทำสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละวัน และรายละเอียดอัตราค่าเข้าพักของแต่ละห้องพักประวัติของผู้เข้าพัก การออกใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ สารสนเทศทางบัญชียังเชื่อมโยงกับการจัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับจำนวนและประวัติของผู้เข้าพักแรม อัตราาราค่าเช่าพัก ฯลฯ เนื่องจากทางผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย ต้องมีการจัดเก็บสารสนเทศดังกล่าวเพื่อนำส่งแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประเมินภาษีของผู้ประกอบการ

2.2 สารสนเทศทางการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมจะมีการจัดทำสารสนเทศด้านการเงินของธุรกิจตนเอง ได้แก่ สารสนเทศที่บันทึกการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ การจัดการ

เงินทุน สารสนเทศด้านงบประมาณเงินสด ฯลฯ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจในการบริหารและขยายกิจการและใช้ในการควบคุมค่าใช้จ่ายและการซ่อมแซมสาธารณูปโภคพื้นฐานของสถานที่พักแรม

2.3 สารสนเทศทางการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีการประมวลสารสนเทศทางธุรกิจโดยจำแนกเป็น สารสนเทศทางการตลาดในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) โดยแต่ละช่วงเวลาสารสนเทศในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดก็จะแตกต่างกันไป สารสนเทศดังกล่าวนี้จะถูกนำเสนอในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั่วไปและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ

3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

3.1 สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ รายรับจากการขาย รายจ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบ เอกสารใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ ในส่วนของสารสนเทศทางการบัญชีนี้ หากเป็นธุรกิจร้านอาหารที่ไม่ได้มีการประกอบธุรกิจร่วมกับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ มักจะได้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวاجر ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงสามารถรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลเป็นรายวันได้

3.2 สารสนเทศทางการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะมีการจัดทำสารสนเทศด้านสื่อสารการตลาด การโฆษณาและส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ในที่นี้ได้แก่ รายละเอียดการส่งเสริมการขาย สิทธิพิเศษ รายการอาหารที่มีชื่อเสียง ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารจัดแบ่งไว้จะมี 3 กลุ่มสำคัญคือ นักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแถบเอเชีย และนักท่องเที่ยวต่างชาติแถบยุโรปและอเมริกา นอกจากนี้ยังมีสารสนเทศด้านการขาย โดยส่วนใหญ่จะจัดเก็บรายการใช้บริการของลูกค้าที่มาจากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ที่ใช้บริการกันอยู่เป็นประจำ สารสนเทศด้านการตั้งราคาสินค้าหรือบริการ ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มจะมีการกำหนดราคาไว้ชัดเจน เนื่องจากต้องดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยข้อมูลดังกล่าวจะมีการนำเสนอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเห็นได้ชัดเจน สามารถทราบได้ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ

3.3. สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน เช่น ต้นทุนการผลิตอาหารและราคาขาย การจัดการการผลิต การจัดสรรทรัพยากรการผลิตให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่ประมาณไว้ในแต่ละวัน ซึ่งขึ้นอยู่กับเทศกาลท่องเที่ยวในวันหยุดสำคัญและฤดูกาลท่องเที่ยว ในสารสนเทศทางการ

ผลิตยังรวมถึงการจัดเก็บข้อมูลด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหาร โตะแก้อี เครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร อุปกรณ์เชื้อเพลิงในการประกอบอาหาร ฯลฯ เพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวหมุ่คณะ

3.4 สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ผู้ประกอบการธุรกิจมีการจัดเก็บสารสนเทศของบุคลากรไว้ โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นระดับปฏิบัติการ อาทิ บริกร พ่อครัว พนักงานบัญชี ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลประวัติส่วนบุคคล ประวัติการทำงาน และรายได้ที่กำหนดให้ ในด้านสารสนเทศที่เกี่ยวกับการคัดเลือกเข้ารับตำแหน่งงาน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการสวัสดิการและผลประโยชน์

4. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

4.1 สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถเพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดเชียงราย ซึ่งส่วนมากเป็นธุรกิจรถเช่า ซึ่งประกอบด้วยรถมอเตอร์ไซด์ รถยนต์ส่วนบุคคล รถจี๊ป รถกระบะ รถตู้แลรถบัส ซึ่งแต่ละบริษัทมักจะมีการลงบันทึกสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในแต่ละเดือน เพื่อนำไปคาดการณ์แนวโน้มของการมาใช้บริการ โดยเฉลี่ยแล้วช่วงที่เป็นฤดูกาลท่องเที่ยว เจ้าของกิจการมักจะมีการนำรถมาเสริมเพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ

4.2 สารสนเทศทางการตลาด สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว โดยส่วนมากแล้วจะเป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ โดยอาจเป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับรายละเอียดการขายรายวัน หรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปีก็ได้และจะเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องราคา ซึ่งจะจงใจให้ลูกค้าเข้ามาใช้บริการและสนองตอบการสร้างความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งจะมีความแตกต่างในเรื่องราคาของแต่ละบริษัท โดยพอจะจำแนกได้ 2 ลักษณะคือ การตั้งราคาเดียวกันไว้ตลอดปีหรือทุกช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวเกี่ยวกับอีกลักษณะหนึ่งคือการกำหนดราคาไว้แตกต่างกันระหว่างช่วงฤดูกาลท่องเที่ยวและในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว สารสนเทศในธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจะถูกนำไปใช้ในการประเมินผลประกอบการ ดังเช่นสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งได้มีการบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถเพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดเชียงราย

ขณะที่สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวกับราคาของแต่ละบริษัทจะถูกนำไปเปรียบเทียบราคามาตรฐานระหว่างบริษัทของตนเองกับบริษัทอื่นๆ เพื่อนำไปใช้กำหนดราคา

เหมาะสมกับบริษัทของตนเอง ทั้งนี้แต่ละบริษัทจะไม่ได้คำนึงถึงราคาที่ดีเสมอไป แต่หากจะคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

5. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

5.1 สารสนเทศทางการบัญชี ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายกำหนดสารสนเทศที่จัดเก็บจะได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ อัตราค่าใช้บริการแต่ละเส้นทาง วันและเวลาที่ใช้บริการ ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ เพื่อนำมาใช้ในการควบคุมบัญชีรายรับรายจ่ายและสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง

5.2 สารสนเทศทางการเงิน ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายจะจัดเก็บสารสนเทศด้านการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ สารสนเทศด้านอัตราดอกเบี้ยอัตราแลกเปลี่ยน ฯลฯ เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวมีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ การจัดเก็บและปรับข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่เสมอจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อลดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แปรผัน

5.3 สารสนเทศทางการตลาด สำหรับธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะเน้นการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยวแต่ละเส้นทาง การส่งเสริมการขายในแต่ละฤดูกาล เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจะมีความหลากหลายหรือจุดขายแตกต่างกันไป นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังจัดมีการจัดทำสารสนเทศด้านการส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า สารสนเทศด้านนี้บริษัททัวร์จะใช้ร่วมกับการ สารสนเทศด้านการตั้งราคาสินค้าหรือบริการ โดยบริษัททัวร์จะเน้นโปรแกรมหรือแพ็คเกจการท่องเที่ยวให้เหมาะสมแต่ละกลุ่มและรสนิยมการท่องเที่ยว สารสนเทศด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้า และสนองตอบการสร้างคามพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในระยะยาว สารสนเทศด้านข่าวกรองทางการตลาดที่จัดเก็บและรวบรวมได้จากสภาพแวดล้อมทางการตลาด โดยเฉพาะข้อมูลของคู่แข่งชั้น เพื่อนำไปเปรียบเทียบกับราคาของตนเอง โดยจะไม่พิจารณาจากราคาอย่างเดียวแต่จะเปรียบเทียบกับโปรแกรม ความสะดวกสบายและบริการอื่นๆ ควบคู่ไปด้วย

5.4 สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน เนื่องจากการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะมีทั้งการจ้ดนำเที่ยวที่นำชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายและพื้นที่ใกล้เคียง สารสนเทศที่

จำเป็นจึงได้แก่ รายการนำเที่ยว รายชื่อที่พักและร้านอาหาร พาหนะที่เหมาะสมในแต่ละเส้นทาง ฯลฯ เพื่อนำไปประมวลขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและประสานไปยังองค์กรที่เกี่ยวข้อง เช่น มัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ ฯลฯ นอกจากนี้ สารสนเทศทางการผลิตยังรวมถึงรายการหรือเส้นทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ๆ อีกด้วย

5.5 สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ส่วนใหญ่สารสนเทศในด้านนี้จะเป็นสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ บริษัททัวร์พิจารณาถึงลักษณะของแรงงานที่มีความเหมาะสมกับโปรแกรมทัวร์แต่ละรูปแบบ ซึ่งส่วนมากบริษัททัวร์มักจะใช้สารสนเทศข้อนี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกมัคคุเทศก์ที่มีทักษะทางภาษาเป็นข้อดีและหากเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่ด้วยแล้วก็จะทำให้การทำงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

6. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

6.1 สารสนเทศทางการบัญชี ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกมีการจัดเก็บรวบรวมสารสนเทศทางการบัญชีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนยอดสั่งสินค้า ใบสั่งซื้อ ใบส่งของ ฯลฯ ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและจากผู้ประกอบการขายสินค้าที่ระลึกทั่วไป เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าที่ระลึกในแต่ละฤดูกาล

6.2 สารสนเทศทางการตลาด สำหรับธุรกิจสินค้าที่ระลึกในจังหวัดเชียงรายจะเน้นการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของสารเทศด้านรายการสินค้า (Catalogue) ซึ่งมีทั้งรูปแบบ สี สัน ขนาด และราคาของสินค้า สารเทศด้านรายการสินค้าจะมีการปรับปรุงอยู่เสมอ เพื่อให้ของที่ระลึกมีความทันสมัยและแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งของที่ระลึกยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลก่อนตัดสินใจรับผลิตสินค้า

6.3 สารเทศด้านบุคลากร จะมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านแรงงานได้แก่ ลูกจ้างและพนักงาน ทั้งในส่วนของการผลิตภายในโรงงาน พนักงานขายหน้าร้าน พนักงานจัดส่งสินค้า ฯลฯ สารเทศเหล่านี้นอกจากจะประกอบด้วยข้อมูลเบื้องต้นของบุคคลแล้ว ยังมีประวัติการทำงานได้แก่ รายละเอียดของตำแหน่งงาน อัตราค่าจ้าง สวัสดิการที่ได้รับ ฯลฯ

2. การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย สรุปได้ดังนี้

2.1. การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า สารสนเทศที่จำเป็นต้องใช้ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนกันคือ สารสนเทศในการทำธุรกรรม สัญญาเช่าซื้อต่างๆ ฯลฯ

2.2 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย พบว่า จะเป็นสารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นลักษณะพิเศษของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ อาทิ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาและความสำคัญ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว นั้นๆ ฯลฯ รวมทั้งสารสนเทศด้านราคาหรือค่าธรรมเนียมในการเข้าเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว สารสนเทศเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น

2.3 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า สารสนเทศที่ใช้ได้แก่ เรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยว วันและเวลาที่ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมจะนำนักท่องเที่ยวมาถึง ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเตรียมความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ การเตรียมเครื่องดื่มรองรับ และพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว

2.4 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจสินค้าที่ระลึก พบว่า สารสนเทศที่ต้องมีการแลกเปลี่ยนได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า ส่วนประกอบ และราคาของสินค้าที่เป็นราคาขายส่งให้แก่ผู้ประกอบการให้นำไปจำหน่ายต่อ การสั่งทำสินค้าที่ระลึกที่มีสัญลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นๆ ฯลฯ

2.5 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจที่พักแรม พบว่า มีสารสนเทศของผู้ประกอบการที่พักแรมต่างๆ ไว้บริการแก่ลูกค้าเพื่อให้มีความหลากหลายในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ขณะที่ธุรกิจที่พักแรมจะมีสารสนเทศที่เป็นรายละเอียดเพื่อจัดเตรียมบริการด้านการท่องเที่ยวทั้งหมดที่สถานที่พักแรมแห่งนั้นมีให้บริการ

2.6 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลส่วนลดในการทานอาหาร บางกรณีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมไม่มีความพร้อมที่จะดำเนินการจัดเลี้ยงโอกาสพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาพักแรม ก็จะนำเสนอข้อมูลของผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มที่อยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นข้อมูลด้านรูปแบบอาหาร ข้อมูลด้านราคา และประเภทการจัดเลี้ยง ฯลฯ

2.7 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม และธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย พบว่า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการทั้ง 2 ฝ่ายต้องประสานกันคือ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องระบุราคา วันที่และเวลาที่จะเดินทางมาใช้บริการ จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะมาใช้บริการ ฯลฯ ข้อมูลเหล่านี้จะต้องมีการตรวจสอบเรื่องของคุณภาพและราคาอยู่เสมอ

2.8 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย และธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า สารสนเทศที่สำคัญคือ ข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทางตลอด 1 เส้นทางท่องเที่ยวหรือ โปรแกรมทัวร์ โดยจะมีการให้ข้อมูลดังกล่าวเพื่อเป็นการสอบถามราคาค่าจ้างเหมาพาหนะ และนำไปใช้เป็นส่วนหนึ่งในการกำหนดราคาโปรแกรมทัวร์ หลังจากที่ได้ตกลงในเรื่องราคาจ้างและเส้นทางที่ชัดเจน จะมีการยืนยันความเข้าใจตรงกันอีกครั้ง บุคคลสำคัญในการติดต่อสื่อสารกับผู้ประกอบการขนส่งและพนักงานขับรถคือ มัคคุเทศก์ประจำเส้นทางท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งเรื่องของรายละเอียดการเดินทาง ที่พัก สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ ยังรวมถึงการจัดการเรื่องความสะดวกสบายให้แก่นักท่องเที่ยวในทุกเรื่อง หากเป็นเรื่องของพาหนะการเดินทางก็จะเป็นการใช้พาหนะตามที่กำหนดไว้ใน โปรแกรมท่องเที่ยวที่ได้ตกลงไว้กับลูกค้าก่อนหน้าแล้ว

2.9 การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย พบว่า สารสนเทศที่ใช้ได้แก่ รายการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดวันและเวลาชัดเจนในการมาเยี่ยมชมหรือซื้อสินค้าที่ระลึก แต่หากเป็นบริษัทนำเที่ยวที่มีการจัดโปรแกรมทัวร์เข้ามาในพื้นที่เดิมในวันและเวลาที่กำหนดไว้ล่วงหน้าระยะยาว สารสนเทศส่วนนี้อาจจะไม่ต้องมีการแจ้งทุกครั้ง ยกเว้นในกรณีที่จะมีการเปลี่ยนแปลงกำหนดการณ์

3. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

สรุปผลการศึกษาเกี่ยวกับการประเมินประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้

3.1 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว พบว่า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวจัดเก็บถูกรวบรวมจัดเก็บอย่างเป็นระบบระเบียบในรูปแบบที่เหมาะสมกับการนำมาใช้ดำเนินงานในธุรกิจของตน ทั้งสารสนเทศทางการบัญชี สารสนเทศทางการพยากรณ์บุคคล สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน ในด้านสารสนเทศทางการตลาด พบว่า จะมีประสิทธิภาพด้านความรวดเร็วทันต่อสถานการณ์ในการใช้งานของภาคธุรกิจ ในด้านความครบถ้วนสมบูรณ์ของสารสนเทศพบว่า เนื่องจากสารสนเทศที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวรวบรวมจัดเก็บนั้น แม้จะเป็นสารสนเทศที่ขาดความสมบูรณ์ในเรื่องรายละเอียด

3.2 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจที่พักแรม พบว่า มีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการบัญชีที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการควบคุมรายรับรายจ่ายของกิจการ เป็นสำคัญ เพื่อใช้ในการประเมินภาษีของผู้ประกอบการ รวมทั้งเพื่อนำส่งแก่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง จึงเน้นการสามารถตรวจสอบได้เป็นสำคัญ

ในส่วนของสารสนเทศทางการเงิน พบว่า มีการจัดทำสารสนเทศด้านการเงินของธุรกิจ ได้แก่ สารสนเทศที่บันทึกการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ การจัดการเงินทุน สารสนเทศด้านงบประมาณเงินสด ฯลฯ ข้อมูลส่วนนี้จะมีประสิทธิภาพต่อการนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจในการบริหารและปรับปรุงกิจการ รวมทั้งเป็นข้อมูลในการตัดสินใจจ้างหรือปรับลดพนักงานในแต่ละไตรมาสหรือแต่ละปี

3.3 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า มีการจัดทำ สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ รายรับจากการขาย รายจ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบ เอกสารใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ เพื่อช่วยในการเก็บหลักฐานและควบคุมฐานะทางการเงินขององค์กรเป็นสำคัญ

ผู้ประกอบการยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการขาย หรือรายการใช้บริการของลูกค้าที่มาจากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ที่ใช้บริการกันอยู่เป็นประจำ โดยจัดเก็บข้อมูลบริษัท ประวัติการให้บริการของร้านอาหาร บันทึกการชำระเงิน ฯลฯ ส่วนสารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงานมีการจัดเก็บสารสนเทศเป็นรายวัน เพื่อนำไปใช้ในการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวหมูกณะ

สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล พบว่า มีการจัดเก็บสารสนเทศของบุคลากรไว้ โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นระดับปฏิบัติการ ขณะที่สารสนเทศด้านการคัดเลือกเข้ารับตำแหน่งงาน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการสวัสดิการและผลประโยชน์ไม่ได้มีการจัดเก็บไว้

3.4 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า มีการใช้สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถ เพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ บัญชีบันทึกข้อมูลสำคัญของผู้เช่ารถ เช่น บัตรประจำตัวประชาชน หรือหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

สารสนเทศทางการตลาดที่จัดเก็บจะเป็นรายละเอียดการขายรายวันหรือเป็นรายงานสรุปการขายรายวัน สัปดาห์ รายเดือน หรือรายปี ขณะที่สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องราคาของแต่ละบริษัทจะถูกนำไปเปรียบเทียบราคามาตรฐานระหว่างบริษัทของตนเองกับบริษัทอื่นๆ เพื่อนำไปใช้กำหนดราคาที่เหมาะสมกับบริษัทของตนเอง สารสนเทศที่จัดเก็บจึงมีคุณค่าในการช่วยประเมินสถานการณ์ทางการตลาดและช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์การแข่งขันเรื่องคุณภาพและราคาให้เข้าพาดูได้ตามปัจจัยที่เปลี่ยนแปลงไป

3.5 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย พบว่า มีการจัดเก็บสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ อัตราค่าใช้บริการแต่ละเส้นทาง วันและเวลาที่ใช้บริการ ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวรายวันและเพื่อกำหนดราคาการบริการเส้นทางนำเที่ยว ควบคุมบัญชีรายรับรายจ่ายและสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง และสามารถคำนวณจุดคุ้มทุนของแต่ละเส้นทางนำเที่ยวได้

สารสนเทศทางการตลาดที่จัดเก็บมีการใช้ระบบสารสนเทศด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้าเพื่อเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาเส้นทางนำเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้าเก่า ซึ่งถือเป็นสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพสูงและส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรในระยะยาว

สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน มีการจัดเก็บข้อมูลรายการนำเที่ยว รายชื่อที่พักและร้านอาหาร พาดูที่เหมาะสมในแต่ละเส้นทาง ฯลฯ ตลอดจนสารสนเทศของบุคลากรสำคัญ ได้แก่ มัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ ฯลฯ โดยสารสนเทศดังกล่าวจะมีจุดเน้นที่สาระสำคัญและความชัดเจนถูกต้องของข้อมูลทุกด้านที่กล่าวมาเพื่อให้สารสนเทศนั้นทันต่อการใช้งาน

3.6 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจสินค้าที่ระลึก พบว่า สารสนเทศทางการบัญชีที่มีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนยอดสั่งสินค้า ยอดจัดส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละรายและแต่ละช่วงเวลา ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้จะมีการจัดเก็บรวบรวมเพื่อเป็นการตรวจสอบและควบคุมรายรับรายจ่ายของธุรกิจ และสามารถนำมาใช้ในการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าที่ระลึกในแต่ละฤดูกาล สารสนเทศดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการจัดการทางธุรกิจในด้านการตรวจสอบทางบัญชี และการประมาณการรายรับรายจ่ายในแต่ละเดือน

สำหรับสารสนเทศทางการตลาด เมื่อประเมินประสิทธิภาพพบว่า สารสนเทศดังกล่าวมีศักยภาพในการทำให้ยอดขายเพิ่มขึ้นหรือคงที่ เพราะเป็นสารสนเทศที่มีการนำสินค้าที่ระลึกรูปแบบใหม่มาสู่แหล่งท่องเที่ยวสม่ำเสมอ ทำให้ธุรกิจสินค้าที่ระลึกจึงสามารถดำเนินกิจการได้ตลอดทั้งปีโดยไม่ขึ้นอยู่กับฤดูกาลท่องเที่ยว

ผู้ประกอบการยังจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของสารสนเทศด้านรายการสินค้า ซึ่งมีทั้งรูปแบบ สี สัน ขนาด และราคาของสินค้า เพื่อนำเสนอให้กับผู้ซื้อที่ซื้อส่ง สารสนเทศส่วนนี้จึงเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญ และมีประสิทธิภาพในการนำไปวางแผนเพื่อการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์

อภิปรายผล

จากผลการศึกษาเรื่อง “การใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดเชียงราย” ผู้วิจัยได้พบประเด็นสำคัญที่ต้องอภิปรายดังนี้

ลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

จากผลการศึกษาสามารถอภิปรายผลในประเด็นลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย ได้ดังนี้

1. กลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว

ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการในธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวต้องใช้ในการจัดการทางธุรกิจ ประกอบด้วย สารสนเทศทางการบัญชีที่ส่วนใหญ่มักจะเป็นสมุดบันทึกจำนวนผู้เข้าชม สมุดบันทึกการจัดเก็บค่าธรรมเนียมการเข้าชมสถานที่ท่องเที่ยว ใบเสร็จรับเงิน และใบสำคัญรับเงิน ซึ่งเป็นเอกสารสำคัญสำหรับการลงบัญชี สำหรับใบเสร็จรับเงิน หากผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ออกให้แก่นักท่องเที่ยวอาจอยู่ในรูปของบัตรเข้าชมหรือเอกสารอื่นๆ เช่น โปสเตอร์ที่ระลึก ที่คั่นหนังสือ ฯลฯ ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การจัดเก็บสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวสอดคล้องกับ “หลักการสารสนเทศทางการบัญชี” ที่กล่าวว่า สารสนเทศทางการบัญชีในส่วนของบัญชีการเงิน คือ งบการเงินและรายงานภาษีมูลค่าเพิ่มที่นำเสนอต่อผู้ใช้งบการเงินและกรมสรรพากร และในส่วนของบัญชีบริหาร ก็คือ รายงานการวิเคราะห์ต้นทุนต่างๆ รายงานงบประมาณ รายงานการวิเคราะห์งบการเงิน ตลอดจนรายงานการวิเคราะห์การลงทุน นอกจากนี้ยังมีเอกสารต่างๆ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ออกจากระบบสารสนเทศทางการบัญชี และใช้เป็นหลักฐานทางการเงิน เช่น ใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน ใบส่งสินค้า และใบจ่ายเงินเดือน เป็นต้น (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, 2549) ซึ่งหากการจัดเก็บสารสนเทศเป็นไปตามหลักการทำให้หลักการบัญชีที่รับรองทั่วไป สารสนเทศดังกล่าวจึงมีความถูกต้องเชื่อถือได้จะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ประกอบการต่อไป

ในส่วนของสารสนเทศทางการตลาด ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะเป็นสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการ โดยผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวจะมีการจัดทำสารสนเทศด้านสินค้าหรือบริการที่มีไว้ให้แก่นักท่องเที่ยว สินค้าที่นำมาแสดงและจำหน่าย ฯลฯ เพื่อเป็นข้อมูลหลักฐานในการดำเนินธุรกิจของตนเอง ขณะเดียวกันก็เป็นข้อมูลสำหรับการนำเสนอให้แก่นักท่องเที่ยวหรือบริษัทนำเที่ยวเพื่อให้เป็นจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยวของตน ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดสารสนเทศทางการตลาดในส่วนสารสนเทศด้านลูกค้า (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว) ที่กล่าวถึง การจัดเก็บข้อมูลส่วนตัว ประวัติการซื้อสินค้าและบริการ ตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมสารสนเทศโดยใช้พนักงานขาย สำหรับผู้เป็นลูกค้าเดิม หรือการเก็บรวมข้อมูลวิจัยตลาด สำหรับลูกค้าที่เป็นเป้าหมายสำหรับการซื้อสินค้าหรือบริการในอนาคต ซึ่งสารสนเทศนี้มีประโยชน์อย่างยิ่งในงานด้านการขายและการจัดการลูกค้าสัมพันธ์

นอกจากนั้น ผลการศึกษายังพบว่า ผู้ประกอบการยังมีการจัดทำสารสนเทศด้านสื่อสารทางการตลาดเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจ ก่อให้เกิดความสนใจและประทับใจในแหล่งท่องเที่ยวของตน ด้วยการให้สารสนเทศเกี่ยวกับความเป็นมา จุดเด่นหรืออัตลักษณ์ที่สำคัญของแหล่งท่องเที่ยวของตนเอง โดยอาจอยู่ในรูปแบบของสื่อประชาสัมพันธ์ต่างๆ เช่น ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์ ป้าย บิลบอร์ด ฯลฯ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดสารสนเทศทางการตลาดด้านการขาย ว่า เป็นการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ โดยอาจเป็นสารสนเทศที่เป็นรายละเอียดการขายรายวัน หรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือนหรือรายปีก็ได้ ซึ่งเป็นสารสนเทศซึ่งนำเสนอรายละเอียดสินค้าที่มีไว้ขาย โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าของระบบสารสนเทศทางการผลิต นำมาใช้ประกอบกับข้อมูลการขาย เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้า

เป้าหมาย โดยสารสนเทศนี้ อาจจะปรากฏอยู่ในใบรายการสินค้า เว็บไซต์สินค้าหรือหน้าจอโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าก็ได้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวจะมีการจัดทำสารสนเทศของบุคลากรในการปฏิบัติงาน เช่น การบรรจุเข้ารับตำแหน่งงานและด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน เพื่อใช้เป็นข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจจ้างบุคคล การประเมินเงินเดือนและค่าตอบแทน การเลื่อนตำแหน่ง สารสนเทศดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด “สารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์” (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว) ที่กล่าวว่า สารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ อาจหมายถึง สารสนเทศเชิงปฏิบัติการ คือ สารสนเทศด้านการคัดเลือก สารสนเทศด้านการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงาน สารสนเทศด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน สารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน ฯลฯ ตลอดจนสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการวางแผนงานของผู้บริหารระดับสูงอีกทั้งมีการกำหนดเป้าหมายของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในระยะยาว ซึ่งจะต้องพิจารณาถึงความต้องการแรงงานให้มีความสอดคล้องกับความต้องการใช้ทรัพยากรอื่นและมีความสัมพันธ์กับตลาดแรงงานในอนาคต เพื่อมั่นใจได้ว่าองค์กรมีบุคลากรในจำนวนที่เหมาะสมและในเวลาที่ถูกต้อง

2. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรม

สารสนเทศทางการบัญชี ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการจัดทำสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละวัน และรายละเอียดอัตราค่าเข้าพักของแต่ละห้องพัก ประวัติของผู้เข้าพัก การออกใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ สารสนเทศทางบัญชียังเชื่อมโยงกับการจัดทำสารสนเทศเกี่ยวกับจำนวนและประวัติของผู้เข้าพักแรม อัตราาราค่าเช่าพัก ฯลฯ เนื่องจากทางผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมในอำเภอต่างๆ ของจังหวัดเชียงราย ต้องมีการจัดเก็บสารสนเทศดังกล่าวเพื่อนำส่งแก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้ในการประเมินภาษีของผู้ประกอบการ สอดคล้องกับแนวคิดของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (2549) ที่กล่าวว่า สารสนเทศทางการบัญชี นอกจากจะช่วยให้ผู้ประกอบการธุรกิจทราบกำไรขาดทุนที่แท้จริงขององค์กร โดยอาศัยสารสนเทศที่ได้รับจากงบกำไร ขาดทุน ในส่วนตัวเลขรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้ ตลอดจนกำไรของธุรกิจแล้ว ยังช่วยเป็นเครื่องมือในการเสียภาษี หากธุรกิจทราบตัวเลขกำไรขาดทุนที่แท้จริงจะสามารถวางแผนทางภาษีได้ โดยไม่จำเป็นต้องเสียภาษีในอัตราเหมาจ่าย ซึ่งจะแสดงให้เห็นว่าเป็นการวางแผนภาษีที่มีประสิทธิภาพขึ้น อีกทั้งยังช่วยลดต้นทุนทางภาษีด้วย

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมมีการจัดเก็บสารสนเทศทางการเงิน ได้แก่ สารสนเทศที่บันทึกการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ การจัดการเงินทุน สารสนเทศด้าน

งบประมาณเงินสด ฯลฯ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจในการบริหารและขยายกิจการและใช้ในการควบคุมค่าใช้จ่ายและการซ่อมแซมสาธารณูปโภคพื้นฐานของสถานที่พักแรม

ในส่วนสารสนเทศทางการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่มีการประมวลสารสนเทศทางธุรกิจโดยจำแนกเป็น สารสนเทศทางการตลาดในฤดูกาลท่องเที่ยว (High Season) และนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (Low Season) โดยแต่ละช่วงเวลาสารสนเทศในการทำกลยุทธ์ทางการตลาดก็จะแตกต่างกันไป สารสนเทศดังกล่าวนี้จะถูกนำเสนอในสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวทั่วไปและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ สารสนเทศดังกล่าวสอดคล้องกับหลักสารสนเทศทางการตลาดด้านสินค้า ซึ่งเป็นสารสนเทศซึ่งนำเสนอรายละเอียดสินค้าที่มีไว้ขาย โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าของระบบสารสนเทศทางการผลิต นำมาใช้ประกอบกับข้อมูลการขาย เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าเป้าหมาย โดยสารสนเทศนี้อาจจะปรากฏอยู่ในใบรายการสินค้า เว็บไซต์สินค้าหรือหน้าจอโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าก็ได้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

จากผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมนำสารสนเทศดังกล่าวไปใช้ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์จุดเด่นและรายละเอียดต่างๆ ของสถานที่พักแรมของคนที่ให้นักท่องเที่ยว แสดงให้เห็นว่าเป้าหมายของการจัดทำสารสนเทศดังกล่าวเป็นไปตามหลักสารสนเทศเชิงบริหาร ได้แก่ สารสนเทศด้านสื่อสารการตลาด คือ สารสนเทศที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการโฆษณาและส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจโดยใช้โปรแกรมการโฆษณาและส่งเสริมการขายเข้าช่วย ซึ่งสารสนเทศที่ได้รับ คือ สารสนเทศด้านโฆษณาและผลสำเร็จของการโฆษณา สารสนเทศด้านการส่งเสริมการขายและผลสำเร็จของการส่งเสริมการขาย ตลอดจนสารสนเทศอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

3. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม

จากผลการศึกษาที่พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มมีการรวบรวมสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ รายรับจากการขาย รายจ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบ เอกสารใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ ในส่วนของสารสนเทศทางการบัญชีนี้ หากเป็นธุรกิจร้านอาหารที่ไม่ได้มีการประกอบธุรกิจร่วมกับบริษัทนำเที่ยวต่างๆ มักจะได้ลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวاجر ผู้ประกอบการส่วนใหญ่จึงสามารถรวบรวมและตรวจสอบข้อมูลเป็นรายวันได้ ผลการศึกษากังกล่าวเป็นไปตามแนวคิดสารสนเทศทางการบัญชี (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว) ที่ระบุว่า สารสนเทศทางการบัญชีคือ ข้อมูลงบกำไร ขาดทุน ตัวเลขรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้ ตลอดจนกำไรของธุรกิจ ฯลฯ ที่จะมียประโยชน์ในการช่วยในการวางแผนธุรกิจ เนื่องจากสารสนเทศทางการบัญชีจะช่วยให้อุรกิจสามารถทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวโน้มของยอดขายสินค้าในอนาคต ตลอดจนมีการ

นำตัวเลขทางการบัญชีของธุรกิจ มาเปรียบเทียบกับตัวเลขทางการบัญชีของธุรกิจประเภทเดียวกัน เพื่อผลประโยชน์ของการวางแผนธุรกิจในอนาคต

ในด้านสารสนเทศทางการตลาด พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มในพื้นที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะมีการจัดทำสารสนเทศด้านสื่อสารการตลาด การโฆษณาและส่งเสริมการขาย หรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ในที่นี้ได้แก่ รายละเอียดการส่งเสริมการขาย สิทธิพิเศษ รายการอาหารที่มีชื่อเสียง ฯลฯ เพื่อเผยแพร่ให้นักท่องเที่ยว บริษัทนำเที่ยว ฯลฯ โดยนักท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารจัดแบ่งไว้จะมี 3 กลุ่มสำคัญคือนักท่องเที่ยวชาวไทย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติในแถบเอเชีย และนักท่องเที่ยวต่างชาติแถบยุโรปและอเมริกา สอดคล้องกับหลักสารสนเทศทางการตลาดด้านลูกค้า ที่เป็นการจัดเก็บข้อมูลส่วนตัว ประวัติการซื้อสินค้าและบริการตลอดจนความพึงพอใจของลูกค้า การจัดหาสารสนเทศนี้ อาจใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้พนักงานขาย สำหรับผู้เป็นลูกค้าเดิมหรือการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยตลาด สำหรับลูกค้าที่เป็นเป้าหมายสำหรับการซื้อสินค้าหรือบริการในอนาคต (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

ผลการศึกษายัง พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจมีการเก็บรวบรวมสารสนเทศด้านราคาสินค้าหรือบริการ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่มจะมีการกำหนดราคาไว้ชัดเจน เนื่องจากต้องดำเนินการตามกฎหมายคุ้มครองผู้บริโภค โดยข้อมูลดังกล่าวจะมีการนำเสนอให้ลูกค้าที่มาใช้บริการเห็นได้ชัดเจน สามารถทราบได้ก่อนที่จะตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดสารสนเทศทางการตลาดด้านสินค้าของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ้างแล้ว) ที่กล่าวว่า สารสนเทศดังกล่าวเป็นสารสนเทศซึ่งนำเสนอรายละเอียดสินค้าที่มีไว้ขาย โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าของระบบสารสนเทศทางการผลิต นำมาใช้ประกอบกับข้อมูลการขาย เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าเป้าหมาย โดยสารสนเทศนี้ อาจจะปรากฏอยู่ในใบรายการสินค้า เว็บไซต์สินค้าหรือหน้าจอโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าก็ได้

นอกจากนั้น ผลการศึกษายังพบว่า มีการรวบรวมสารสนเทศด้านการขาย โดยส่วนใหญ่จะจัดเก็บรายการใช้บริการของลูกค้าที่มาจากบริษัทนำเที่ยวต่างๆ ที่ใช้บริการกันอยู่เป็นประจำ ซึ่งเป็นไปตามหลักสารสนเทศทางการตลาดด้านการขาย ที่เป็นการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรมซึ่งเกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ โดยอาจเป็นสารสนเทศที่เป็นรายละเอียดการขายรายวัน หรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปีก็ได้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

สำหรับสารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน พบว่า ประกอบด้วยสารสนเทศด้านต้นทุนการผลิตอาหารและราคาขาย การจัดตารางการผลิต การจัดสรรทรัพยากรการผลิตให้เพียงพอกับจำนวนลูกค้าที่ประมาณไว้ในแต่ละวัน ซึ่งขึ้นอยู่กับเทศกาลท่องเที่ยวในวันหยุดสำคัญและฤดูการท่องเที่ยว ในสารสนเทศทางการผลิตยังรวมถึงการจัดเก็บข้อมูลด้านวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตอาหาร โตะแก้อี เครื่องมือเครื่องใช้ในการรับประทานอาหาร อุปกรณ์เชื้อเพลิงในการ

ประกอบอาหาร ฯลฯ เพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวหมู่คณะ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับสารสนเทศด้านการตั้งราคาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว) กล่าวคือ เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนสภาพวัตถุดิบ เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ สารสนเทศที่ได้จากการวางแผนด้านราคาสินค้าหรือบริการ ซึ่งเป็นหน้าที่สำคัญและมีความซับซ้อนสำหรับการตั้งราคาที่มีสัมพันธ์กับยอดขาย และการพัฒนานโยบายด้านราคาเพื่อให้ยอดขายรวมสูงสุด

สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล พบว่า ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีการจัดเก็บสารสนเทศของบุคลากรไว้ โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นระดับปฏิบัติการ อาทิ บริกร พ่อครัว พนักงานบัญชี ฯลฯ ซึ่งเป็นข้อมูลประวัติส่วนบุคคล ประวัติการทำงาน และรายได้ที่กำหนดให้ ในด้านสารสนเทศที่เกี่ยวกับการคัดเลือกเข้ารับตำแหน่งงาน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน และสารสนเทศด้านการสวัสดิการและผลประโยชน์ สอดคล้องกับหลักสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ที่เป็นสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการบุคลากรระดับปฏิบัติการ ได้แก่ สารสนเทศด้านการคัดเลือก สารสนเทศด้านการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงาน สารสนเทศด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน สารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน ฯลฯ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

4. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว

จากผลการศึกษาพบว่า ธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงรายมีการจัดเก็บสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถเพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดเชียงราย ซึ่งส่วนมากเป็นธุรกิจรถเช่า ซึ่งประกอบด้วยรถมอเตอร์ไซด์ รถยนต์ส่วนบุคคล รถจี๊ป รถกระบะ รถตู้แลรด์บัส ซึ่งแต่ละบริษัทมักจะมีการลงบันทึกสถิติของจำนวนนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการในแต่ละเดือน เพื่อนำไปคาดการณ์แนวโน้มของการมาใช้บริการ โดยเฉลี่ยแล้วช่วงที่เป็นฤดูการท่องเที่ยว เจ้าของกิจการมักจะมีการนำรถมาเสริมเพิ่มเติมเพื่อรองรับความต้องการของนักท่องเที่ยวให้เพียงพอ จากแนวคิดสารสนเทศทางการบัญชีของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ่างแล้ว) กล่าวว่า สารสนเทศทางการบัญชี คือ สารสนเทศที่ได้มาจากระบบสารสนเทศทางการบัญชี หนึ่งตัวอย่างสารสนเทศทางการบัญชีในส่วนของบัญชีการเงิน เอกสารต่างๆ หลักฐานทางการเงิน เช่น ใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน ใบส่งสินค้า และใบจ่ายเงินเดือน เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ Sheldon (1997) นักวิชาการด้านการท่องเที่ยวที่กล่าวว่า สารสนเทศที่จำเป็นสำหรับสำหรับผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ได้แก่ สารสนเทศของธุรกิจ ข้อมูลและประวัติลูกค้า ข้อมูลตัวแทนจำหน่าย คู่แข่งขัน เป็นต้น

ผู้ประกอบการธุรกิจมีการจัดทำสารสนเทศด้านราคาเพื่อเป็นการวางแผนและกลยุทธ์ทางการตลาด โดยจะมีความแตกต่างในเรื่องราคา 2 ลักษณะคือ การตั้งราคาเดียวกันไว้ตลอดปีหรือทุกช่วงฤดูการท่องเที่ยวเกี่ยวกับอีกลักษณะหนึ่งคือการกำหนดราคาไว้แตกต่างกันระหว่างช่วงฤดูการท่องเที่ยวและในช่วงที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว สารสนเทศในธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวจะถูกนำไปใช้ในการประเมินผลประกอบการ ดังเช่นสารสนเทศทางการบัญชี ซึ่งได้มีการบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถเพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ภายในจังหวัดเชียงราย ผลการศึกษาสอดคล้องกับแนวคิดของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ้างแล้ว) ด้านสารสนเทศทางการตลาดส่วนของสินค้า ว่าเป็นสารสนเทศซึ่งนำเสนอรายละเอียดสินค้าที่มีไว้ขาย โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าของระบบสารสนเทศทางการผลิต นำมาใช้ประกอบกับข้อมูลการขาย เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าเป้าหมาย โดยสารสนเทศนี้ อาจจะปรากฏอยู่ในใบรายการสินค้า เว็บไซต์สินค้าหรือหน้าจอโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าก็ได้ ทั้งนี้ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวกับราคาของแต่ละบริษัทจะถูกนำไปเปรียบเทียบราคามาตรฐานระหว่างบริษัทของตนเองกับบริษัทอื่นๆ เพื่อจะนำไปใช้กำหนดราคาที่เหมาะสมกับบริษัทของตนเอง ทั้งนี้แต่ละบริษัทจะไม่ได้คำนึงถึงราคาที่ต่ำเสมอไป แต่หากจะคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์

5. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย

จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายกำหนดสารสนเทศด้านบัญชีที่จัดเก็บจะได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ อัตราค่าใช้บริการแต่ละเส้นทาง วันและเวลาที่ให้บริการ ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ ผลการศึกษาดังกล่าวไปเป็นตามแนวคิดสารสนเทศทางการท่องเที่ยวของ Pauline Sheldon (อ้างแล้ว) ที่กล่าวว่า สารสนเทศที่จำเป็นสำหรับสำหรับผู้ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว เช่น สารสนเทศของธุรกิจ ข้อมูลและประวัติลูกค้า ข้อมูลตัวแทนจำหน่าย คู่แข่งขัน เป็นต้น รวมทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ้างแล้ว) ที่ระบุว่า สารสนเทศทางการบัญชี คือ งบการเงินและรายงานภาษีมูลค่าเพิ่ม รายงานการวิเคราะห์ต้นทุนต่างๆ รายงานงบประมาณ รายงานการวิเคราะห์งบการเงิน เอกสารต่างๆ ซึ่งเป็นผลลัพธ์ออกจากระบบสารสนเทศทางการบัญชี และใช้เป็นหลักฐานทางการเงิน เช่น ใบกำกับภาษี ใบเสร็จรับเงิน ใบส่งสินค้า และใบจ่ายเงินเดือน ฯลฯ สารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายของจังหวัดเชียงรายรวบรวมขึ้นจึงเป็นข้อมูลที่ถูกต้องโครงสร้างให้อยู่ในรูปแบบที่มีความหมายและมีมูลค่าสามารถนำไปใช้ประโยชน์สำหรับการตัดสินใจได้ ในภาคธุรกิจอาจนำสารสนเทศที่ได้รับมาใช้เพื่อการตัดสินใจ เช่น รายงานสรุปยอดขายรายไตรมาส รายงานการจัดอันดับสินค้าขายดี เป็นต้น

ผลการศึกษายังพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายนำสารสนเทศดังกล่าวมาใช้ในการควบคุมบัญชีรายรับรายจ่ายและสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง สอดคล้องกับแนวคิดของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ้างแล้ว) ที่กล่าวถึงประโยชน์ของสารสนเทศทางบัญชี ว่าช่วยให้ธุรกิจทราบกำไรขาดทุนที่แท้จริงขององค์การ โดยอาศัยสารสนเทศที่ได้รับจากงบกำไร ขาดทุน ในส่วนตัวเลขรายได้ ค่าใช้จ่าย ภาษีเงินได้ ตลอดจนกำไรของธุรกิจ ช่วยให้ธุรกิจทราบฐานะทางการเงินของกิจการ ช่วยในการวางแผนธุรกิจ ทำให้สามารถทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบหาแนวโน้มของยอดขายสินค้าในอนาคต ช่วยในการปรับปรุงและพัฒนาธุรกิจให้เจริญก้าวหน้าต่อไปได้ ฯลฯ

ในส่วนสารสนเทศทางการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่ายจะจัดเก็บสารสนเทศด้านการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ สารสนเทศด้านอัตราดอกเบี้ยอัตราแลกเปลี่ยน ฯลฯ เนื่องจากธุรกิจดังกล่าวมีลูกค้าส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ การจัดเก็บและปรับข้อมูลอัตราแลกเปลี่ยนให้ทันสมัยอยู่เสมอจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อลดความผิดพลาดที่เกิดขึ้นจากอัตราแลกเปลี่ยนที่แปรผัน

ด้านสารสนเทศทางการตลาด ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะเน้นการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของค่าใช้จ่ายในการนำเที่ยวแต่ละเส้นทาง การส่งเสริมการขายในแต่ละฤดูกาล เนื่องจากพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดเชียงรายจะมีความหลากหลายหรือจุดขายแตกต่างกันไป นอกจากนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวยังจัดมีการจัดทำสารสนเทศด้านการส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้า ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นว่า ในการประกอบกิจการนำเที่ยว สินค้าหรือบริการที่ขายมีลักษณะเป็นนามธรรมไม่สามารถจับต้องหรือสัมผัสก่อนการตัดสินใจซื้อได้ เช่น การเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ลูกค้าจะซื้อจากจินตนาการ อารมณ์ ความรู้สึกส่วนตัว และประสบการณ์ (ชนส ศรีสติชัย, อ้างแล้ว) ดังนั้น สารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวต้องจัดเตรียมคือ สารสนเทศที่ทำให้ลูกค้าเกิดจินตนาการ ได้ชัดเจนความจริงที่สุดถึงรูปแบบการท่องเที่ยว สถานที่ท่องเที่ยว และความพึงพอใจในบริการที่จะได้รับ

โดยสารสนเทศดังกล่าวจะเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวและบริษัทนำเที่ยวต่างๆ สารสนเทศด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เพื่อจัดเก็บข้อมูลลูกค้า และสนองตอบการสร้างคามพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของธุรกิจในระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Pauline Sheldon (อ้างแล้ว) ที่กล่าวว่า สารสนเทศที่จำเป็นสำหรับนักท่องเที่ยวที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องจัดเตรียมไว้ได้แก่ สารสนเทศเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก ประเภทและราคาของสินค้าและบริการที่มีไว้บริการ ภูมิอากาศและภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

ผู้ประกอบการยังมีการจัดเก็บสารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลการตลาดของธุรกิจคู่แข่งกัน เพื่อนำไปเปรียบเทียบด้านการให้บริการและการตั้งราคา อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการก็จะมีการนำปัจจัยอื่นๆ เข้าไปร่วมพิจารณาด้วย เช่น ชื่อเสียงและประสบการณ์ของบริษัท กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สถานการณ์ทางการเมืองและการตลาดท่องเที่ยว ฯลฯ ลักษณะของการใช้ประโยชน์ของสารสนเทศดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดสารสนเทศเชิงบริหาร (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว) ด้านสื่อสารการตลาดว่าเป็นการจัดเก็บและประมวลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการโฆษณาและส่งเสริมการขายหรือวิธีการสื่อสารการตลาดอื่นๆ เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของธุรกิจโดยใช้โปรแกรมการโฆษณาและส่งเสริมการขายเข้าช่วย

ผู้ประกอบการยังมีการใช้สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน เนื่องจากการจัดการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดเชียงรายจะมีทั้งการจัดนำเที่ยวที่นำชาวไทยและชาวต่างประเทศที่มีถิ่นพำนักอยู่ในประเทศไทยไปท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ ในจังหวัดเชียงรายและพื้นที่ใกล้เคียง สารสนเทศที่จำเป็นจึงได้แก่ รายการนำเที่ยว รายชื่อที่พักและร้านอาหาร พาหนะที่เหมาะสมในแต่ละเส้นทาง ฯลฯ เพื่อนำไปประมวลขึ้นตามความต้องการของนักท่องเที่ยวในแต่ละกลุ่มและประสานไปยังองค์กรที่เกี่ยวข้องเช่น มัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ ฯลฯ นอกจากนี้สารสนเทศทางการผลิตยังรวมถึงรายการหรือเส้นทางท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นใหม่ๆ อีกด้วย ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับหลักสารสนเทศเชิงบริหารด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ สารสนเทศ ที่เกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนสภาพวัตถุดิบ เป็นสินค้าสำเร็จรูปหรือบริการ ตลอดจนความมุ่งหวังในคุณลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์โดยจะต้องอาศัยข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการวิจัยตลาด (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ่างแล้ว)

ในส่วนของสารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล พบว่า ส่วนใหญ่สารสนเทศในด้านนี้จะเป็นสารสนเทศเชิงกลยุทธ์ บริษัททัวร์พิจารณาถึงลักษณะของแรงงานที่มีความเหมาะสมกับโปรแกรมทัวร์แต่ละรูปแบบ ซึ่งส่วนมากบริษัททัวร์มักจะใช้สารสนเทศข้อนี้ไปใช้ประกอบการตัดสินใจในการเลือกมัคคุเทศก์ที่มีทักษะทางภาษาเป็นอย่างดีและหากเป็นคนที่อยู่ในพื้นที่ด้วยแล้วก็จะทำให้การทำงานเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น การจัดการสารสนเทศเช่นนี้มีเป้าหมายเพื่อให้สินค้าหรือบริการของตนเป็นที่ต้องการของตลาด ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Burke and Resnick (1991) ที่กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะประเมินองค์ประกอบ 4 ด้านต่อไปนี้ร่วมกัน ได้แก่ (1) ราคา นักท่องเที่ยวจะเลือกซื้อโปรแกรมนำเที่ยวในราคาที่เหมาะสม (2) บริษัทนำเที่ยว ชื่อเสียงของบริษัทนำเที่ยวมีความสำคัญสำหรับลูกค้าใหม่ แต่ถ้าเป็นลูกค้าเก่าความเชื่อถือเป็นบริษัทมีส่วนช่วยในการพิจารณาตัดสินใจว่าจะใช้บริการต่อไปหรือไม่ (3) รายการนำเที่ยว รายการนำเที่ยวต้องเป็นที่น่าสนใจ และ (4) การบริการ ถ้าบริการดีลูกค้าเก่าจะใช้บริการต่อไป และอาจจะแนะนำคนอื่น ดังนั้นบริษัทนำเที่ยวจะต้องตระหนักถึงการให้บริการตั้งแต่เริ่มที่นักท่องเที่ยวติดต่อสอบถามที่

บริษัท จนในขณะที่ออกเดินทางท่องเที่ยวจนกระทั่งเดินทางกลับ การบริการที่ดีจะได้รับการบอกเล่า ต่อๆ กัน ทำให้บริษัทมีลูกค้าเพิ่มขึ้นตลอดไป

6. กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก

ผลการศึกษาพบว่า มีการใช้สารสนเทศทางการบัญชี โดยผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึก มีการจัดเก็บรวบรวมสารสนเทศทางการบัญชีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนยอดสั่งสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่จะมาจากผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวและจากผู้ประกอบการขายสินค้าที่ระลึกทั่วไป เพื่อนำมาใช้ในการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าที่ระลึกในแต่ละฤดูกาล ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยังไม่มีการจัดทำสารสนเทศอย่างเป็นระบบ การทำสมุดบันทึกจำนวนยอดขายมีเป้าหมายเพื่อให้เป็นบันทึกช่วยจำเท่านั้น ซึ่งตามแนวคิดของสารสนเทศทางบัญชี หากผู้ประกอบการมีการจัดเก็บสารสนเทศอื่นๆ เพิ่มเติมและเป็นระบบ จะสามารถช่วยในการทราบกำไรขาดทุนที่แท้จริงขององค์กร ทราบฐานะทางการเงินของกิจการ ช่วยเป็นเครื่องมือสนับสนุนการหาแหล่งเงินทุนของธุรกิจ ช่วยเป็นเครื่องมือในการเสียภาษี ช่วยในการวางแผนธุรกิจ ฯลฯ (รุจิจันทร์ พิริยะสวงพงค์, อ้างแล้ว) ซึ่งจะประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าที่ระลึกในการที่จะเพิ่มความมั่นคงให้แก่กิจการและขยายสายงานกิจการต่อไป

ส่วนลักษณะของสารสนเทศทางการตลาด พบว่า สำหรับธุรกิจสินค้าที่ระลึกในจังหวัด เชียงรายจะเน้นการจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของสารสนเทศด้านรายการสินค้า (Catalogue) ซึ่งมีทั้งรูปแบบ สี สัน ขนาด และราคาของสินค้า สารสนเทศด้านรายการสินค้าจะมีการปรับปรุงอยู่เสมอเพื่อให้ของที่ระลึกมีความทันสมัยและแปลกใหม่ น่าดึงดูดใจนักท่องเที่ยว นอกจากนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจสิ่งของที่ระลึกยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านลูกค้า เพื่อเป็นข้อมูลก่อนตัดสินใจรับผลิตสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รุจิจันทร์ พิริยะสวงพงค์ (อ้างแล้ว) ที่กล่าวว่า สารสนเทศทางการตลาดด้านการขายเป็นการจัดเก็บข้อมูลธุรกรรมที่เกี่ยวข้องกับการขายสินค้าหรือบริการ โดยอาจเป็นสารสนเทศที่เป็นรายละเอียดการขายรายวันหรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปีก็ได้ สารสนเทศที่จัดเก็บยังเป็นสารสนเทศด้านสินค้า คือเป็นสารสนเทศซึ่งนำเสนอรายละเอียดสินค้าที่มีไว้ขาย โดยมีการเชื่อมโยงข้อมูลสินค้าของระบบสารสนเทศทางการผลิต นำมาใช้ประกอบกับข้อมูลการขาย เพื่อให้ข้อมูลสินค้ากับลูกค้าเป้าหมาย โดยสารสนเทศนี้อาจจะปรากฏอยู่ในสื่อโฆษณาต่างๆ

ด้านสารสนเทศของบุคลากร พบว่า มีการจัดเก็บสารสนเทศด้านแรงงาน ได้แก่ ลูกจ้างและพนักงาน ทั้งในส่วนของการผลิตภายในโรงงาน พนักงานขายหน้าร้าน พนักงานจัดส่งสินค้า ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้นอกจากจะประกอบด้วยข้อมูลเบื้องต้นของบุคคลแล้ว ยังมีประวัติการทำงาน ได้แก่ รายละเอียดของตำแหน่งงาน อัตราค่าจ้าง สวัสดิการที่ได้รับ ฯลฯ สารสนเทศดังกล่าวเป็น

ลักษณะของสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ในเชิงปฏิบัติการ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการปฏิบัติงานด้านต่างๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และมีการนำเสนอต่อผู้บริหารระดับล่าง ได้แก่ สารสนเทศด้านการคัดเลือก สารสนเทศด้านการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงาน สารสนเทศด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน สารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน ฯลฯ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับการไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงรายสามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ว่า ในส่วนการไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว และธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า สารสนเทศที่จำเป็นต้องใช้ในการสื่อสารแลกเปลี่ยนกันคือ สารสนเทศในการทำธุรกรรม สัญญาเช่าซื้อต่างๆ ฯลฯ ขณะที่การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย พบว่า จะเป็นสารสนเทศเกี่ยวกับข้อมูลที่เป็นลักษณะพิเศษของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ อาทิ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับประวัติความเป็นมาและความสำคัญ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ รวมทั้งสารสนเทศด้านราคาหรือค่าธรรมเนียมในการเข้าเที่ยวชมแหล่งท่องเที่ยว สารสนเทศเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของแหล่งท่องเที่ยวแห่งนั้น

นอกจากนั้น ยังพบว่าการไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า สารสนเทศที่ใช้ได้แก่ เรื่องของจำนวนนักท่องเที่ยววันและเวลาที่ผู้ประกอบการธุรกิจคมนาคมจะนำนักท่องเที่ยวมาถึง ทั้งนี้เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่ผู้ประกอบการแหล่งท่องเที่ยวเตรียมความพร้อมด้านสถานที่จอดรถ การเตรียมเครื่องดื่มรองรับและพื้นที่รองรับนักท่องเที่ยว และการไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวและธุรกิจสินค้าที่ระลึก พบว่า สารสนเทศที่ต้องมีการแลกเปลี่ยนได้แก่ ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า ส่วนประกอบ และราคาของสินค้าที่เป็นราคาขายส่งให้แก่ผู้ประกอบการให้นำไปจำหน่ายต่อการสั่งทำสินค้าที่ระลึกที่มีสัญลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะของสถานที่ท่องเที่ยวแห่งนั้นๆ ฯลฯ

การไหลของสารสนเทศดังกล่าวข้างต้นมีวัตถุประสงค์ตามความเกี่ยวข้องในการทำธุรกรรม หรือเป็นการกลุ่มคู่ค้าร่วมกัน ซึ่งมีเป้าหมายตามแนวคิดอุตสาหกรรมท่องเที่ยวคือ การดำเนินกิจกรรมด้านการผลิตสินค้าและบริการเพื่ออำนวยความสะดวกและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถท่องเที่ยวได้ตามวัตถุประสงค์ เช่น ธุรกิจคมนาคมขนส่ง ที่พักแรม ภัตตาคาร ร้านอาหาร บริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ ร้านค้าของที่ระลึกและสินค้าพื้นเมือง เป็นต้น โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อแสวงหากำไร (ราณี อธิชัยกุล, อ้างแล้ว)

การไหลของสารสนเทศระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมและธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า เป็นสารสนเทศที่เกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจในการให้บริการทางการท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลส่วนลดในการทานอาหาร บางกรณีผู้ประกอบการธุรกิจที่พักแรมไม่มีความพร้อมที่จะดำเนินการจัดเลี้ยง โอกาสพิเศษให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาพักแรม ก็จะนำเสนอข้อมูลของผู้ประกอบการอาหารและเครื่องดื่มที่อยู่ในพื้นที่ ซึ่งเป็นข้อมูลด้านรูปแบบอาหาร ข้อมูลด้านราคา และประเภทการจัดเลี้ยง ฯลฯ สอดคล้องกับแนวคิดของ ทศนีย์ ลีมสุวรรณ, (อ้างแล้ว) ที่กล่าวว่า ธุรกิจที่พักแรมสามารถช่วยสร้างรายได้ให้แก่ธุรกิจท่องเที่ยวอื่นๆ ได้ เช่น ธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม เพราะสถานที่พักแรมจัดขึ้นเพื่ออำนวยความสะดวกสำหรับผู้พักแรมมากกว่าการคำนึงถึงการสร้างรายได้ภายหลังจึงได้ตระหนักถึงความสำคัญว่าแม้รายได้จากห้องพักจะเป็นรายได้หลักของสถานที่พักแรม แต่รายได้จากอาหารตามมาเป็นอันดับสองและมีศักยภาพที่จะเพิ่มให้สูงขึ้นได้เพื่อชดเชยกับรายได้จากที่พักแรมที่อาจลดลงตามฤดูกาลหรือเสริมให้ผลประกอบการโดยรวมดีขึ้น มีการขยายการบริการสู่ผู้บริโภคที่ไม่ใช่ผู้พักแรมในหลายลักษณะ เช่น การจัดเลี้ยงในโอกาสพิเศษ การจัดงานประชุม การบริการอาหาร โดยอาศัยจุดเด่นของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมเป็นสิ่งที่สนใจ รวมทั้งมาตรฐานการบริการที่เป็นสากล

ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่ใช้ในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดเชียงราย ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มจะมีการใช้สารสนเทศเพื่อวัตถุประสงค์ต่างๆ อาทิ เพื่อประกอบการทำบัญชี การบริหารการเงิน การบริหารการตลาด เพื่อเป็นประโยชน์สำหรับการตัดสินใจในการดำเนินธุรกิจ ฯลฯ ในส่วนของการประเมินประสิทธิภาพของสารสนเทศในด้านความตรงกับความต้องการใช้งาน ความมีประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานหรือบริการให้ถูกต้อง รวดเร็ว เป็นประโยชน์สำหรับการวางแผน การตัดสินใจดำเนินธุรกิจ เพิ่มความสามารถในการบริหารจัดการ และความคุ้มค่าของการลงทุนในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว ผลการศึกษสามารถอภิปรายได้ดังนี้

1. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว พบว่า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวจัดเก็บถูกรวบรวมอย่างเป็นระบบในรูปแบบที่เหมาะสมกับการนำมาใช้ดำเนินงานในธุรกิจของตน ทั้งสารสนเทศทางการบัญชี สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน สารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน และสารสนเทศทางการตลาด ผลการศึกษพบว่า สารสนเทศดังกล่าวมีประสิทธิภาพด้านความถูกต้อง รวดเร็วทันต่อสถานการณ์ในการใช้งานของภาคธุรกิจ สอดคล้องกับแนวคิดของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์

(อ้างแล้ว) ที่ว่า สารสนเทศจะมีประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินธุรกิจในการวางแผน สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการองค์การ การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการผลิตสินค้า การตลาด ฯลฯ ตลอดจนมีประโยชน์ต่อธุรกิจในการตัดสินใจ สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อเลือกแนวทางหรือทางเลือกที่มีปัญหาน้อยที่สุดในการแก้ปัญหาต่างๆ การมีสารสนเทศที่สมบูรณ์ ทันสมัย และครบถ้วนจะช่วยให้การตัดสินใจถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อย่างไรก็ตาม ด้านความครบถ้วนสมบูรณ์ของสารสนเทศพบว่า สารสนเทศที่กลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวรวบรวมจัดเก็บนั้นบางส่วนขาดความสมบูรณ์ครบถ้วนในเรื่องรายละเอียด ซึ่งไม่ตรงตามลักษณะของสารสนเทศที่ดีทางธุรกิจ ดังที่ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ้างแล้ว) กล่าวไว้ว่า สารสนเทศที่ได้รับจะต้องไม่ละเลยในส่วนสำคัญของเหตุการณ์หรือกิจกรรมทางธุรกิจ หรืออีกนัยหนึ่งคือ ไม่มีส่วนใดของสารสนเทศ ที่จำเป็นสำหรับการปฏิบัติงานหรืองานตัดสินใจที่ขาดหายไป โดยเนื้อหาที่ปรากฏในรายงานต้องมีความชัดเจนและปราศจากความกำกวมใดๆ ทั้งสิ้น

2. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจที่พักรวม พบว่า มีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการบัญชีที่สำคัญ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ในการควบคุมรายรับรายจ่ายของกิจการ เพื่อใช้ในการประเมินภาษีของผู้ประกอบการ รวมทั้งเพื่อนำส่งแก่หน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง จึงเน้นการสามารถตรวจสอบได้เป็นสำคัญ สอดคล้องกับแนวคิดของ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ้างแล้ว) ที่ว่าสารสนเทศมีประโยชน์ต่อธุรกิจในการดำเนินงาน สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการดำเนินงานต่าง ๆ เช่น ใช้เพื่อควบคุมหรือติดตามผลการปฏิบัติงานให้สอดคล้องกับกฎระเบียบวัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ

ในส่วนของสารสนเทศทางการเงิน พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจที่พักรวมมีการจัดทำสารสนเทศด้านการเงินของธุรกิจ ได้แก่ สารสนเทศที่บันทึกการรับและจ่ายเงินสดภายในกิจการ การจัดการเงินทุน สารสนเทศด้านงบประมาณเงินสด ฯลฯ ข้อมูลส่วนนี้จะมีประสิทธิภาพต่อการนำไปใช้เป็นฐานข้อมูลในการตัดสินใจในการบริหารและปรับปรุงกิจการ รวมทั้งเป็นข้อมูลในการตัดสินใจจ้างหรือปรับลดพนักงานในแต่ละไตรมาสหรือแต่ละปี ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดหลักการใช้สารสนเทศที่ว่า สารสนเทศมีประโยชน์ต่อธุรกิจในการวางแผน สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการองค์การ การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการผลิตสินค้า การตลาด เป็นต้น (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

3. ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม พบว่า ผู้ประกอบการมีการจัดทำสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ รายรับจากการขาย รายจ่ายในการจัดซื้อ วัตถุดิบ เอกสารใบเสร็จรับเงิน ฯลฯ เมื่อพิจารณาในแง่ประสิทธิภาพของสารสนเทศจะพบว่า ช่วยให้งานด้านการตรวจสอบสถานะทางการเงินเป็นไปได้อย่างรวดเร็วและเป็นการเก็บรวบรวมหลักฐานการเงินขององค์กรในระยะยาว ขณะที่ผู้ประกอบการเห็นว่าสารสนเทศดังกล่าว มีประโยชน์ต่อการวางแผนงบประมาณการเงินขององค์กรให้มีความถูกต้องรวดเร็ว ลดความผิดพลาดได้มาก ดังที่ รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์ (อ้างแล้ว) กล่าวว่า สารสนเทศมีประโยชน์ต่อธุรกิจในการตัดสินใจ สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อเลือกแนวทางหรือทางเลือกที่มีปัญหาน้อยที่สุดในการแก้ปัญหาต่างๆ นอกจากนั้นยังสอดคล้องกับหลักการด้านมูลค่าของสารสนเทศที่กล่าวว่า สารสนเทศมีความสำคัญต่อการอยู่รอดของธุรกิจและก่อให้เกิดมูลค่าของสารสนเทศ (Value of Information) โดยเฉพาะในกรณีต่างๆ ได้แก่ การช่วยชี้ให้เห็นถึงสถานการณ์ที่จำเป็นต้องได้รับการดูแลจากฝ่ายบริหาร เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในงานแต่ละฝ่ายขององค์กร (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

ผู้ประกอบการยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านการขาย หรือรายการใช้บริการของลูกค้าที่มาจากบริษัทนายหน้าต่างๆ ที่ใช้บริการกันอยู่เป็นประจำ โดยจัดเก็บข้อมูลบริษัท ประวัติการใช้บริการของร้านอาหาร บันทึกการชำระเงิน ฯลฯ ส่วนสารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงานมีการจัดเก็บสารสนเทศเป็นรายวัน เพื่อใช้ในการเตรียมความพร้อมในการต้อนรับลูกค้าที่เป็นนักท่องเที่ยวหุ้มนักท่องเที่ยวส่วนนี้สามารถช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถติดต่อประสานงานกับลูกค้าทางธุรกิจ การเจรจาตกลงทางธุรกิจที่สามารถจัดส่งเอกสารทางอิเล็กทรอนิกส์หรืออีเมลล์ นอกจากนั้น สารสนเทศดังกล่าวสามารถช่วยส่งเสริมงานด้านลูกค้าสัมพันธ์ได้เช่นกัน

สารสนเทศทางทรัพยากรบุคคล พบว่า มีการจัดเก็บสารสนเทศของบุคลากรไว้ โดยเฉพาะพนักงานที่เป็นระดับปฏิบัติการ ขณะที่สารสนเทศด้านการคัดเลือกเข้ารับตำแหน่งงาน ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน แต่สารสนเทศด้านการสวัสดิการและผลประโยชน์ไม่ได้มีการจัดเก็บไว้ ซึ่งตามหลักการของสารสนเทศเพื่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว) สำหรับผู้บริหารแล้วต้องมีการจัดทำสารสนเทศเชิงปฏิบัติการ คือ สารสนเทศที่ได้รับจากการปฏิบัติงานด้านต่างๆ ของการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และมีการนำเสนอต่อผู้บริหารระดับล่าง ได้แก่ สารสนเทศด้านการคัดเลือก สารสนเทศด้านการบรรจุเข้ารับตำแหน่งงาน สารสนเทศด้านประวัติบุคลากร สารสนเทศด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน สารสนเทศด้านการจ่ายเงินเดือน ฯลฯ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนด้านบุคลากร

3.4 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจคมนาคมขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว พบว่า มีการใช้สารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนสถิติของผู้ที่มาใช้บริการเช่ารถ เพื่อใช้เดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ บัญชีบันทึกข้อมูลสำคัญของผู้เช่ารถ เช่น บัตรประจำตัวประชาชน หรือหนังสือเดินทางของนักท่องเที่ยวต่างชาติ สารสนเทศดังกล่าวมีประโยชน์ต่อการควบคุมจัดการด้านการลงทุน และมีประสิทธิภาพในการติดตามและตรวจสอบประวัติของลูกค้า และเพื่อเป็นข้อมูลในกรณีหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้องต้องการตรวจสอบ

สารสนเทศทางการตลาดที่จัดเก็บจะเป็นรายละเอียดการขายรายวันหรือเป็นรายงานสรุปการขายรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายปี ขณะที่สารสนเทศทางการตลาดในธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการขนส่งเพื่อการท่องเที่ยว ซึ่งเกี่ยวข้องกับเรื่องราคาของแต่ละบริษัทจะถูกนำไปเปรียบเทียบราคามาตรฐานระหว่างบริษัทของตนเองกับบริษัทอื่นๆ เพื่อนำไปใช้กำหนดราคาที่เหมาะสมกับบริษัทของตนเอง สารสนเทศที่จัดเก็บจึงมีคุณค่าในการช่วยประเมินสถานการณ์ทางการตลาดและช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถปรับกลยุทธ์การแข่งขันเรื่องคุณภาพและราคาให้เข้าพาดูตรงกับคุณลักษณะของสารสนเทศที่ดีมีประสิทธิภาพคือ “มีความตรงกับกรณี” ในที่นี้หมายถึง เนื้อหาของสารสนเทศมีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ด้านใช้ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร หรือเพื่อสนับสนุนการปฏิบัติงานประจำวันของพนักงานผู้ปฏิบัติหน้าที่ในส่วนงานต่างๆ หากสารสนเทศที่ได้รับไม่ตรงกับความต้องการใช้งาน ก็อาจจะก่อให้เกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานหรือการตัดสินใจได้ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

3.5 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจนำเที่ยวและตัวแทนจำหน่าย จากผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการมีการจัดเก็บสารสนเทศทางการบัญชี ได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนลูกค้าที่มาใช้บริการ อัตราค่าใช้บริการแต่ละเส้นทาง วันและเวลาที่ใช้บริการ ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์สถานการณ์ท่องเที่ยวรายวันและเพื่อกำหนดราคาการบริการเส้นทางนำเที่ยวควบคุมบัญชีรายรับรายจ่ายและสามารถนำมาวางแผนในการกำหนดโปรแกรมท่องเที่ยวในแต่ละเส้นทาง และสามารถคำนวณจุดคุ้มทุนของแต่ละเส้นทางนำเที่ยวได้ สารสนเทศที่จัดทำนอกจากเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจแล้ว ยังมีประโยชน์ต่อการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบายเนื่องจากตัวแทนจำหน่ายทางการท่องเที่ยวมีการกระจายตัวอยู่ทุกหนแห่ง ทำให้ง่ายต่อการซื้อบริการ รวมทั้งลดความยุ่งยากในการติดต่อกับผู้ขาย เช่น สายการบิน โรงแรม หรือรถเช่า (พุทธิพร มิเดวันและคณะ, อ้างแล้ว)

สารสนเทศทางการตลาดที่จัดเก็บมีการใช้ระบบสารสนเทศด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ เพื่อจัดเก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้า และนำไปใช้ในกรณีต้องการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารในการโฆษณาเส้นทางนำเที่ยวใหม่ๆ ที่น่าสนใจให้แก่ลูกค้าเก่า ซึ่งถือเป็นสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพสูงและ

ส่งผลต่อการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว ขณะที่สารสนเทศทางการผลิตและการดำเนินงาน มีการจัดเก็บข้อมูลรายการนำเที่ยว รายชื่อที่พักและร้านอาหาร พาหนะที่เหมาะสมในแต่ละเส้นทาง ฯลฯ ตลอดจนสารสนเทศของบุคลากรสำคัญได้แก่ มัคคุเทศก์ พนักงานขับรถ ฯลฯ โดยสารสนเทศดังกล่าวจะมีจุดเน้นที่สาระสำคัญและความชัดเจนถูกต้องของข้อมูลทุกด้านที่กล่าวมาเพื่อให้สารสนเทศนั้นทันต่อการใช้งาน สารสนเทศดังกล่าวจึงสอดคล้องกับลักษณะของสารสนเทศด้านความทันต่อเวลา เนื่องจากช่วงเวลาของการได้รับสารสนเทศมักเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดประโยชน์ของสารสนเทศ การได้รับสารสนเทศที่ล่าช้า ไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการปฏิบัติงานและการตัดสินใจทางธุรกิจ สารสนเทศที่คิดต้องอาศัยสารสนเทศที่ทันสมัย อีกทั้งมีการจัดเตรียมรายงานเพื่อนำเสนอต่อผู้บริหารให้ทำการตัดสินใจได้ภายในเวลาที่ต้องการ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

3.6 ประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจสินค้าที่ระลึก พบว่า สารสนเทศทางการบัญชีที่มีได้แก่ สมุดบันทึกจำนวนยอดสั่งสินค้า ยอดจัดส่งสินค้าของลูกค้าแต่ละรายและแต่ละช่วงเวลา ใบสำคัญรับเงิน ฯลฯ สารสนเทศเหล่านี้จะมีการจัดเก็บรวบรวมเพื่อเป็นการตรวจสอบและควบคุมรายรับรายจ่ายของธุรกิจ และสามารถนำมาใช้ในการกำหนดปริมาณการผลิตสินค้าที่ระลึกในแต่ละฤดูกาล สารสนเทศดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อการจัดการทางธุรกิจในด้านการตรวจสอบทางบัญชี และการประมาณการรายรับรายจ่ายในแต่ละเดือน

ผู้ประกอบการยังจัดทำสารสนเทศทางการตลาด อยู่ในรูปแบบของสารเทศด้านรายการสินค้า (Catalogue) ซึ่งมีทั้งรูปแบบ สี สัน ขนาด และราคาของสินค้า ข้อมูลเหล่านี้จัดทำขึ้นเพื่อนำเสนอให้กับผู้ซื้อที่ซื้อคราวละมากๆ เพื่อไปจำหน่ายต่อไป สารสนเทศส่วนนี้จึงเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสำคัญ นอกจากนั้น ยังมีการจัดเก็บสารสนเทศด้านลูกค้า ซึ่งลูกค้าจะมีทั้งที่อยู่ในพื้นที่จังหวัดเชียงรายและนอกพื้นที่จังหวัดเชียงราย ที่สั่งซื้อสินค้าไปจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ผู้ประกอบการจึงต้องรวบรวมสารสนเทศที่เป็นประวัติของลูกค้าที่ไว้ใจได้ เพื่อเป็นข้อมูลก่อนตัดสินใจรับผลิตสินค้า สารสนเทศส่วนนี้จึงมีประสิทธิภาพในการนำไปวางแผนเพื่อการตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับหลักด้านคุณประโยชน์ของสารสนเทศที่ดีได้แก่ ประโยชน์ด้านการวางแผน สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนเกี่ยวกับการจัดการองค์กร การบริหารงานทรัพยากรมนุษย์ กระบวนการผลิตสินค้า การตลาด เป็นต้น ประโยชน์ด้านการตัดสินใจ สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการตัดสินใจเพื่อเลือกแนวทางหรือทางเลือกที่มีปัญหาน้อยที่สุดในการแก้ปัญหาต่าง ๆ การมีสารสนเทศที่สมบูรณ์ ทันสมัย และครบถ้วนจะช่วยให้การตัดสินใจถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น และประโยชน์ด้านการดำเนินงาน สามารถนำสารสนเทศไปใช้ในการดำเนินงานต่างๆ เช่น ใช้เพื่อควบคุมหรือติดตามผลการปฏิบัติงานให้

สอดคล้องกับกฎระเบียบ วัตถุประสงค์ และเป้าหมายขององค์การ (รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์, อ้างแล้ว)

ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

1. จากผลการศึกษาที่พบว่า สารสนเทศของผู้ประกอบธุรกิจท่องเที่ยวบางกลุ่มขาดความสมบูรณ์ครบถ้วนและยังไม่มีการจัดเก็บอย่างเป็นระบบ ซึ่งหากผู้ประกอบการมีการนำข้อมูลข่าวสารทางธุรกิจของตนมาจัดเก็บให้อยู่ในรูปของการสรุป คำถาม จัดเรียง หรือประมวลจะทำให้เกิดประโยชน์อย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการงานด้านต่างๆ ภายในองค์กร ทั้งด้านการวางแผน การตัดสินใจ และการดำเนินงาน ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจึงควรจัดเก็บ รวบรวม และประมวลสารสนเทศทางธุรกิจของตนด้วยการมีระบบจัดเก็บข้อมูลที่ดี มีผู้ควบคุมดูแลเป็นอย่างดี และมีรูปแบบเดียวกัน เพื่อส่งผลให้เกิดประโยชน์สูงสุดเมื่อนำสารสนเทศมาใช้งาน

2. ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวในแต่ละสาขาควรจะมีการสืบค้น จัดหาและใช้สารสนเทศที่เกี่ยวข้องภายนอก เช่น สภาวะเศรษฐกิจโลกและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวในประเทศอื่นๆ เพื่อมาประกอบการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวของตน เนื่องจากผลการศึกษาที่ผ่านมา พบว่า ธุรกิจแต่ละด้านมักจะเน้นการใช้สารสนเทศเกี่ยวกับองค์กรของตนเอง ซึ่งแม้ว่าเป็นสิ่งที่ดีและจำเป็น แต่ก็ควรใช้สารสนเทศด้านอื่นๆ ประกอบด้วย เพราะจะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจดำเนินธุรกิจและการปรับตัวให้อยู่รอดในสภาวะที่มีการแข่งขันทางธุรกิจการท่องเที่ยว รวมถึงการหาสารสนเทศที่อยู่นอกเหนือจากสายงานของตนเองจะทำให้มองเห็นแนวทางใหม่ๆ ที่สามารถนำมาปรับใช้กับธุรกิจการท่องเที่ยวของตนเองและสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นได้ ซึ่งจะเป็นข้อได้เปรียบทางการแข่งขัน

3. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของภาครัฐควรจะเป็นแกนกลางที่จะรวบรวมสารสนเทศต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นศูนย์กลางให้กับธุรกิจการท่องเที่ยวในสาขาต่างๆ ได้สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจได้อย่างถูกต้องและแม่นยำมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการมีหน่วยงานกลางที่สามารถรวบรวมสารสนเทศต่างๆ เข้าไว้ด้วยกันได้ย่อมจะทำให้เกิดความเป็นเอกภาพในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวได้อย่างดียิ่งขึ้น

4. ผู้ประกอบการในธุรกิจการท่องเที่ยวและหน่วยงานการท่องเที่ยวของภาครัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในจังหวัดเชียงใหม่ควรจะมีการหาข้อมูลสารสนเทศที่เกี่ยวข้องเนื่องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในเขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจ ตลอดจน โปรแกรมการท่องเที่ยวและสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็น

จุดเด่นและจุดขายของประเทศต่างๆ ในเขตสี่เหลี่ยมเศรษฐกิจเพื่อนำมาใช้ประกอบการวางแผนพัฒนาเส้นทางและโปรแกรมการท่องเที่ยวให้มีจุดเด่น ไม่ซ้ำซ้อนและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ และยังคงจะเอื้อให้เกิดการขยายฐานลูกค้าทางการท่องเที่ยวได้เพิ่มมากขึ้น

5. ผลการศึกษาพบว่า สารสนเทศที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจัดเก็บรวบรวมยังเป็นสารสนเทศเฉพาะตัวตามความต้องการใช้งาน ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของภาครัฐควรจะสนับสนุนให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต่างๆ ในแต่ละสาขาควรรหาข้อมูลสารสนเทศในด้านอื่นๆ ที่นอกเหนือจากด้านของตัวเอง เพื่อให้ให้เห็นการเชื่อมโยงและความเกี่ยวข้องระหว่างกัน ซึ่งจะเป็ประโยชน์ต่อการวางแผนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในภาพรวมได้และทำให้องคาพยพทั้งหมดเคลื่อนไปได้พร้อมกัน

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะธุรกิจการท่องเที่ยวในเขตพื้นที่จังหวัดเชียงรายเท่านั้น งานวิจัยต่อไปควรจะได้มีการศึกษาเพิ่มเติมในพื้นที่ท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งมีบริบทแวดล้อมแตกต่างกันไป เพื่อที่จะได้นำผลการศึกษามาเปรียบเทียบว่ามีลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว และประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว มีความแตกต่างจากพื้นที่ท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายอย่างไรบ้าง อันจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนการจัดการสารสนเทศทางธุรกิจท่องเที่ยวและสามารถเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของท้องถิ่นได้ต่อไป

2. การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพที่มุ่งเน้นเพียงการทำความเข้าใจปรากฏการณ์ จึงทำให้ทราบได้เพียงว่า ลักษณะสารสนเทศและกระบวนการใช้สารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว การไหลของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยว และประสิทธิภาพของสารสนเทศในการจัดการธุรกิจท่องเที่ยวในพื้นที่จังหวัดเชียงรายเป็นอย่างไร แต่ผลการศึกษาี้ยังไม่ได้ศึกษา “ระบบ” สารสนเทศในการบริหารจัดการทางธุรกิจท่องเที่ยว และระบบสารสนเทศดังกล่าวจะส่งผลต่อความสำเร็จของการจัดการธุรกิจการท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใด การวิจัยครั้งต่อไปจึงควรมีการศึกษาวิจัยในเชิงปริมาณและขยายสัดส่วนของผู้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมมากขึ้น เพื่อจะได้นำภาพมาประกอบกันให้ลักษณะของสารสนเทศและระบบสารสนเทศในการจัดการทางธุรกิจท่องเที่ยวมีความสมบูรณ์และนำไปประยุกต์ในการอธิบายข้อมูลได้อย่างกว้างขวางยิ่งขึ้น

ประวัติผู้ศึกษา

ประวัติผู้ศึกษาคคนที่ 1

ชื่อและนามสกุล

ดร. คมสัน รัตนะสิมากุล

ตำแหน่งปัจจุบัน

อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ประวัติการศึกษา

2549	นิเทศศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2540	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
2536	ศิลปศาสตรบัณฑิต (การสื่อสารมวลชน) มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

สาขาความเชี่ยวชาญ : การวิจัยทางนิเทศศาสตร์และทฤษฎีการสื่อสารมวลชน

ผลงานทางวิจัย

คมสัน รัตนะสิมากุล. รูปแบบการสื่อสาร บรรยากาศการสื่อสารในองค์กรและความพึงพอใจในการสื่อสารของบุคลากรในมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ได้รับทุนสนับสนุนจากจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2552.

คมสัน รัตนะสิมากุล. การใช้สื่อพื้นบ้านเพื่อสื่อสารความคิดในชุมชนชาวเขา: ศึกษาชาวเขา 4 เผ่าในเขตลุ่มน้ำแม่จัน จังหวัดเชียงราย ได้รับทุนสนับสนุนจากจากสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 2549.

คมสัน รัตนะสิมากุล. ลำพังประวัติศาสตร์ชุมชนชาวจีนในกรุงเทพฯ. ศูนย์จีนศึกษา สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2549. (คณะวิจัยร่วม)

คมสัน รัตนะสิมากุล. การสื่อสารทางการเมืองของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเชียงราย พรรคไทยรักไทย : ศึกษาแนวคิดและการรณรงค์ทางการเมือง, 2545. (ได้รับทุนสนับสนุนจากสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

คมสัน รัตนะสิมากุล. แนวโน้มหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สถาบันราชภัฏเชียงรายในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2546 - 2554), 2545. (ได้รับทุนสนับสนุนจากจากสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

ประวัติผู้ศึกษาคนที่ 2

ชื่อและนามสกุล ดร.เสริมศิริ นิลคำ

ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

ประวัติการศึกษา

2550	นิเทศศาสตรบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (สาขานิเทศศาสตร์)
2541	นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (สาขาวารสารสนเทศ)
2539	นิเทศศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ (สาขาวารสารศาสตร์)

สาขาความเชี่ยวชาญ : การวิจัยทางนิเทศศาสตร์ ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน จิตวิทยาการสื่อสาร

ผลงานทางวิจัย

เสริมศิริ นิลคำ. คุณค่าข่าวในภาวะวิกฤตทางสังคม. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2550. (ได้รับรางวัลวิทยานิพนธ์ดีเด่นระดับดุษฎีบัณฑิต สาขานิเทศศาสตร์ จากจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2550 และรางวัล “กำพล วัชรพล” ระดับวิทยานิพนธ์ยอดเยี่ยมประจำปี 2551)

เสริมศิริ นิลคำ. เครือข่ายการสื่อสารทางธุรกิจในเขตพื้นที่เศรษฐกิจตามแนวชายแดน จังหวัดเชียงราย, 2550. (ได้รับทุนสนับสนุนจากจากสำนักวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย)

เสริมศิริ นิลคำ. สถานภาพงานวิจัยด้านการสื่อสารโน้มแนวโน้มในประเทศไทย. เอกสารอัดสำเนา, 2547.

เสริมศิริ นิลคำ. ทศนคติ พฤติกรรมการใช้และความพึงพอใจในการใช้อินเทอร์เน็ตของนักศึกษาสถาบันราชภัฏเชียงราย. ได้รับทุนสนับสนุนจากจากสำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันราชภัฏเชียงราย, 2545.

เสริมศิริ นิลคำ. สีลาการเขียนข่าวกับการรับรู้ของผู้อ่าน. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2541.

จิราพร ขุนศรี, คมสัน รัตนะสิมากุล และเสริมศิริ นิลคำ. แนวโน้มหลักสูตรนิเทศศาสตร์ สถาบัน
ราชภัฏเชียงรายในทศวรรษหน้า (พ.ศ. 2546 - 2554). ได้รับทุนสนับสนุนจากจาก
สำนักวิจัยและพัฒนา สถาบันราชภัฏเชียงราย, 2545.

บทความวิชาการ

เสริมศิริ นิลคำ. เครือข่ายการสื่อสารทางธุรกิจในเขตพื้นที่เศรษฐกิจตามแนวชายแดน จังหวัด
เชียงราย. วารสารวิทยาการจัดการ vol.7, 2551

เสริมศิริ นิลคำ. “มุมมองนักวิชาการ : ฐานคิดเรื่องนักข่าวสันติภาพ (Peace Journalist) จาก
ภาคปฏิบัติสู่ภาคนิยาม” ภาสกร จำลองราช (บรรณาธิการ). สนามข่าวสีแดง. สมาคม
นักข่าวหนังสือพิมพ์แห่งประเทศไทย, กุมภาพันธ์ 2550.

ผลงานที่นำเสนอในที่ประชุมทางวิชาการ

เสริมศิริ นิลคำ. **หลักคุณค่าข่าวในภาวะวิกฤตทางสังคม: กรณีศึกษาวิกฤตการณ์จังหวัดชายแดนใต้.**
นำเสนอในการประชุมวิชาการวิชาชีพสื่อสารมวลชนระดับชาติประจำปี พ.ศ. 2552 หัวข้อ
“บทเรียนสื่อ : อำนาจรัฐ อำนาจทุน อำนาจประชาชน” ระหว่างวันที่ 16 – 17 พฤษภาคม
2552 ณ วิทยาลัยนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์พัทยา จังหวัดชลบุรี.

เสริมศิริ นิลคำ. **แนวทางการสื่อข่าววิทยาศาสตร์ : บทสังเคราะห์จากงานวิจัยในประเทศไทย.**
นำเสนอในการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ประจำปี พ.ศ. 2552 หัวข้อ
“บูรณาการงานวิจัยสู่ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อวิถีชีวิตที่ยั่งยืน” ระหว่างวันที่ 18-19 กุมภาพันธ์
2552 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.

เสริมศิริ นิลคำ. **เครือข่ายการสื่อสารทางธุรกิจในพื้นที่เศรษฐกิจตามแนวชายแดน จังหวัด
เชียงราย. นำเสนอผลงานวิจัยระดับภูมิภาค ครั้งที่ 1 : ภาคเหนือ (The 1st Regional
Research Expo : Northern Thailand) และ Thailand Research Expo 2009 Road Show 4
ภูมิภาค ภาคเหนือ ณ ศูนย์ประชุมนานาชาติ เอ็มเพรส โรงแรมดิเอ็มเพรส จังหวัดเชียงใหม่
วันที่ 25 – 26 ธันวาคม 2551 จัดโดยสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.**

Nindum, Sermisiri. **Discourse Analysis of “war of good man” : A conflict at the Thai Health Promotion Foundation (ThaiHealth)**. Paper presented at International Conference “Language, Communication, and Culture : Dialogues and Contexts in Focus” The National Institute of Development Administration. Bangkok , Thailand, 2005.

รายการอ้างอิง

ภาษาไทย

- ชูกลิ่น อุณวิจิตร. หลักการโรงแรม. เชียงราย : เอกสารอัดสำเนา, 2536.
- ทัศนีย์ ลีมสุวรรณ. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- ธเนศ ศรีสถิตย์. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- วิษณุ บ่างสมบุญ. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว (Tourism Industry). กรุงเทพฯ : เพรส แอนด์ ดีไซน์, 2548.
- ประชด ไกรเนตร. การจัดการงานขนส่งสินค้า. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2544.
- รชพร จันทร์สว่าง. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- ราณี อธิชัยกุล. ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการการท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- ราณี อธิชัยกุล. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- รุจิจันทร์ พิริยะสงวนพงศ์. สารสนเทศทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ : บริษัทซีเอ็ดยูเคชั่น, 2549.
- พุทธิพร มิเดหวัน และอุษณา ทองคำ. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.
- พัชนี เขยจรรยา และคณะ. แนวคิดหลักนิเทศศาสตร์. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2542.
- สุรีย์ เข้มทอง และสุรภีร์ โรจนวงศ์. การจัดการธุรกิจแหล่งท่องเที่ยว. นนทบุรี : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2545.

ภาษาอังกฤษ

Sheldon, Pauline. (1997). **Tourism Information Technology**. CAB International.