

บทที่ 4

ผลการวิจัย/การวิเคราะห์ข้อมูล

ในบทนี้จะแสดงผลการวิจัย เริ่มจากผลการสังเคราะห์ปัจจัย ผลการวิเคราะห์ปัจจัย เพื่อจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวและผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวและโซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี จากนั้นแสดงผลการวิเคราะห์ช่องว่างในการพัฒนา และโมเดลของระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี โดยแสดงผลดังต่อไปนี้

4.1 ผลประเมินและบ่งชี้ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

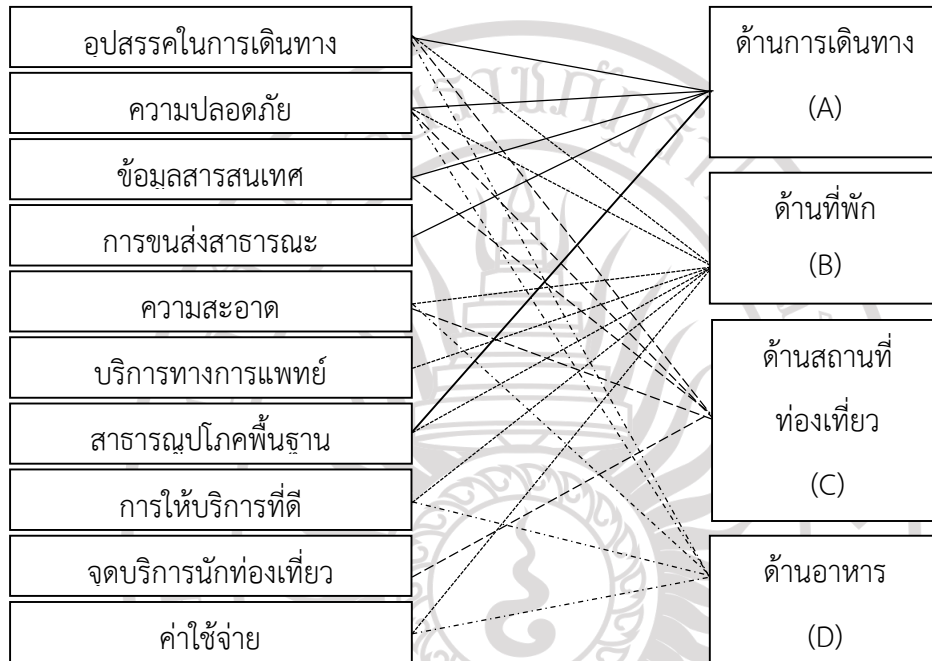
4.1.1 ผลการสังเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยว

จากการสังเคราะห์ปัจจัยโดยศึกษาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากการรวบรวมข้อมูลได้ปัจจัยเบื้องต้นดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 4.1 แสดงการสังเคราะห์ปัจจัยเบื้องต้น

ปัจจัยเบื้องต้น	ผู้วิจัย(ที่มา)
อุปสรรคในการเดินทาง	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี
ความปลอดภัย	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี
ข้อมูลสารสนเทศ	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี
การขนส่งสาธารณะ	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี, พชร ภิญโญ, ปนัสยา สิริระรุ่งโรจน์กนก
ความสะดวก	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี, ปนัสยา สิริระรุ่งโรจน์กนก
บริการทางการแพทย์	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ
สาธารณูปโภคพื้นฐาน	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี
การให้บริการที่ดี	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี, ปนัสยา สิริระรุ่งโรจน์กนก
จุดบริการนักท่องเที่ยว	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี, พชร ภิญโญ, ปนัสยา สิริระรุ่งโรจน์กนก
ค่าใช้จ่าย	เถกิงศักดิ์ ชัยชาญ, ประภาวี วงศ์บุตรศรี, พชร ภิญโญ, ปนัสยา สิริระรุ่งโรจน์กนก

จากปัจจัยเบื้องต้นและการศึกษาองค์ประกอบของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่มีทั้งหมด 4 ด้าน จึงมีการจัดกลุ่มปัจจัยที่ใช้การเขียนแผนผังเชื่อมโยง (Affinity Diagrams) ดังภาพที่ 4.1



ภาพที่ 4.1 แสดงแผนภาพความเชื่อมโยงของปัจจัย

จากภาพที่ 4.1 การจัดกลุ่มปัจจัยตามองค์ประกอบของ โซ่อุปทานการท่องเที่ยว พบว่าปัจจัยในการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยทั้งหมดดังตารางที่ 4.2

ตารางที่ 4.2 แสดงปัจจัยเบื้องต้น

ปัจจัยหลัก	ตัวแปร	ชื่อปัจจัย
A ด้าน การเดินทาง	A1	อุปสรรคการเดินทาง
	A2	ความปลอดภัย
	A3	ข้อมูลสารสนเทศ
	A4	การขนส่งสาธารณะ
	A5	สาธารณูปโภคพื้นฐาน

ตารางที่ 4.2 แสดงปัจจัยเบื้องต้น (ต่อ)

ปัจจัยหลัก	ตัวแปร	ปัจจัย
B ด้านที่พัก	B1	อุปสรรคในการเดินทาง
	B2	ความปลอดภัย
	B3	ความสะอาด
	B4	การบริการทางการแพทย์
	B5	สาธารณูปโภคพื้นฐาน
	B6	การบริการที่ดี
	B7	ค่าใช้จ่าย
C ด้านสถานที่ท่องเที่ยว	C1	อุปสรรคการเดินทาง
	C2	ความปลอดภัย
	C3	ข้อมูลสารสนเทศ
	C4	ความสะอาด
	C5	จุดบริการนักท่องเที่ยว
D ด้านอาหาร	D1	อุปสรรคในการเดินทาง
	D2	ความปลอดภัย
	D3	ความสะอาด
	D4	การบริการที่ดี
	D5	ค่าใช้จ่าย

จากตารางที่ 4.2 ปัจจัยในการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวประกอบด้วยปัจจัยทั้งหมด 22 ปัจจัย คือด้านการเดินทางประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ อุปสรรคในการเดินทาง(A1) ความปลอดภัย(A2) ข้อมูลสารสนเทศ(A3) การขนส่งสาธารณะ(A4) และสาธารณูปโภคพื้นฐาน(A5) ด้านที่พัก ประกอบด้วย 7 ปัจจัย ได้แก่ อุปสรรคในการเดินทาง(B1) ความปลอดภัย(B2) ความสะอาด(B3) การบริการทางการแพทย์(B4) สาธารณูปโภคพื้นฐาน(B5) การบริการที่ดี(B6) และค่าใช้จ่าย(B7) ด้านสถานที่ท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ อุปสรรคในการเดินทาง(C1) ความปลอดภัย(C2) ข้อมูลสารสนเทศ(C3) ความสะอาด(C4) และจุดบริการนักท่องเที่ยว(C5) ด้านอาหาร ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ อุปสรรคในการเดินทาง(D1) ความปลอดภัย(D2) ความสะอาด(D3) การบริการที่ดี(D4) และค่าใช้จ่าย(D5)

เมื่อทราบถึงปัจจัยเบื้องต้นแล้ว นำมาสร้างเป็นแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีความเชื่อมั่น 0.917 จากนั้นนำแบบสอบถามไปรวบรวมข้อมูลจำนวน 385 ชุด โดยในการเก็บรวบรวมข้อมูลจะรวบรวมข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวทั้งสองส่วน คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 195 ราย คิดเป็นร้อยละ 50.6 ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว จำนวน 190 รายคิดเป็นร้อยละ 49.4

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยมีผลต่อการบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

เมื่อได้ข้อมูลจากแบบสอบถามแล้ว นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อประเมินและบ่งชี้ปัจจัยที่ปัจจัยในการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี โดยเริ่มจากการวิเคราะห์หาค่าน้ำหนักของปัจจัยหลักโดยการเปรียบเทียบทีละคู่ ผลการเปรียบเทียบทีละคู่แสดงดังตารางที่ 4.3

ตาราง 4.3 แสดงการเปรียบเทียบทีละคู่ของปัจจัยหลัก

ปัจจัย	A	B	C	D
A	1.000	1.014	1.025	1.036
B	0.986	1.000	1.011	1.022
C	0.976	0.989	1.000	1.011
D	0.965	0.978	0.989	1.000

จากตารางที่ 4.3 แสดงการเปรียบเทียบปัจจัยหลักทีละคู่ คำนวณหาค่าน้ำหนักของปัจจัย โดยจากการหาค่าเฉลี่ยเรขาคณิต (Geometric Mean) โดยแสดงผลการคำนวณดังตารางที่ 4.4

ตารางที่ 4.4 แสดงการคำนวณค่าน้ำหนักของปัจจัยหลัก

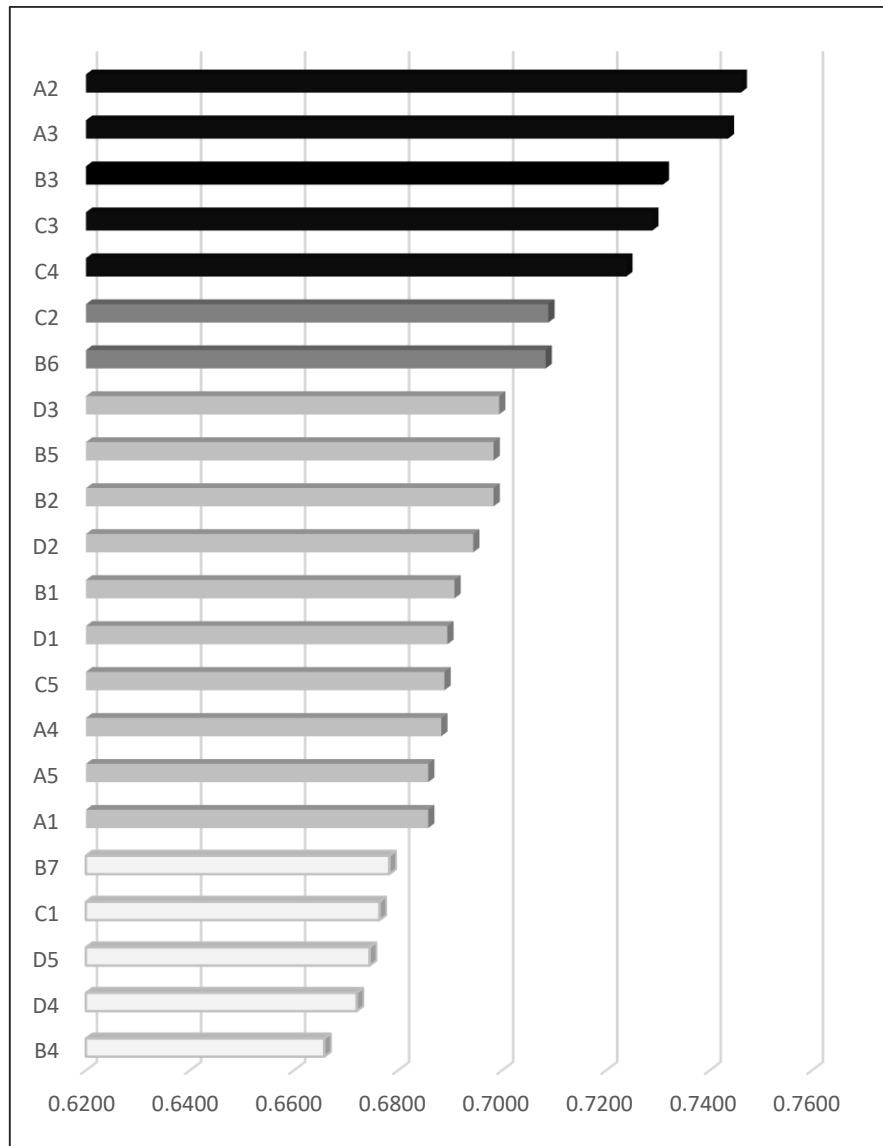
ปัจจัย	คะแนน	ค่าน้ำหนัก	
A	$(1.000+1.014+1.025+1.036)^{1/4}$	1.4208	0.2512
B	$(0.986+1.000+1.011+1.022)^{1/4}$	1.4159	0.2503
C	$(0.978+0.989+1.000+1.011)^{1/4}$	1.4121	0.2496
D	$(0.965+0.978+0.989+1.000)^{1/4}$	1.4082	0.2489
รวม	5.6569	1.0000	

จากตารางที่ 4.4 พบว่า ด้านการเดินทางมีค่าน้ำหนัก 0.2512 ด้านที่พักมีค่าน้ำหนัก 0.2503 ด้านสถานที่ท่องเที่ยวมีค่าน้ำหนัก 0.2496 และด้านอาหารมีค่าน้ำหนัก 0.2489 ตามลำดับ จากค่าน้ำหนักของปัจจัยหลักในแต่ละด้าน นำไปคำนวณหาค่าความสำคัญของปัจจัยย่อย โดยวิธีการ Sample additive Weight (SAW) โดยผลการคำนวณค่าความสำคัญของปัจจัยย่อย สามารถคำนวณได้ดังตารางที่ 4.5

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าความสำคัญของปัจจัยย่อย

ปัจจัยหลัก (1)	ปัจจัยย่อย (คะแนน) (2)		ค่าน้ำหนัก (1 x 2)
A 0.2512	A1	2.73	0.6858
	A2	2.97	0.7461
	A3	2.96	0.7436
	A4	2.74	0.6883
	A5	2.73	0.7461
B 0.2503	B1	2.76	0.6908
	B2	2.79	0.6983
	B3	2.92	0.7309
	B4	2.66	0.6658
	B5	2.79	0.6983
	B6	2.83	0.7083
	B7	2.71	0.6783
C 0.2496	C1	2.71	0.6764
	C2	2.84	0.7089
	C3	2.92	0.7288
	C4	2.90	0.7238
	C5	2.76	0.6889
D 0.2489	D1	2.77	0.6895
	D2	2.79	0.6944
	D3	2.81	0.6994
	D4	2.70	0.6720
	D5	2.71	0.6745

จากการคำนวณค่าน้ำหนักของปัจจัยย่อยในแต่ละปัจจัย นำค่าความสำคัญที่ได้ไปจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยในการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ของโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังภาพที่ 4.2



ภาพที่ 4.2 แสดงการเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยย่อย

จากการเปรียบเทียบความสำคัญของปัจจัยย่อยในภาพที่ 4.2 พบว่า ความสำคัญของปัจจัยที่ปัจจัยในการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์ของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี สามารถแบ่งได้ดังต่อไปนี้

กลุ่มปัจจัยที่มีความสำคัญมากที่สุด ประกอบด้วย 5 ปัจจัย โดยปัจจัยที่สำคัญที่สุด คือความปลอดภัยในการเดินทาง ค่าความสำคัญ 0.7461 รองลงมาคือ ข้อมูลสารสนเทศในการเดินทาง ความสะอาดของที่พักร ข้อมูลสารสนเทศของสถานที่ท่องเที่ยว ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว

กลุ่มปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับที่ 2 ประกอบด้วย 2 ปัจจัย ได้แก่ ความปลอดภัยด้านสถานที่ท่องเที่ยว และการบริการที่ดีด้านที่พัก

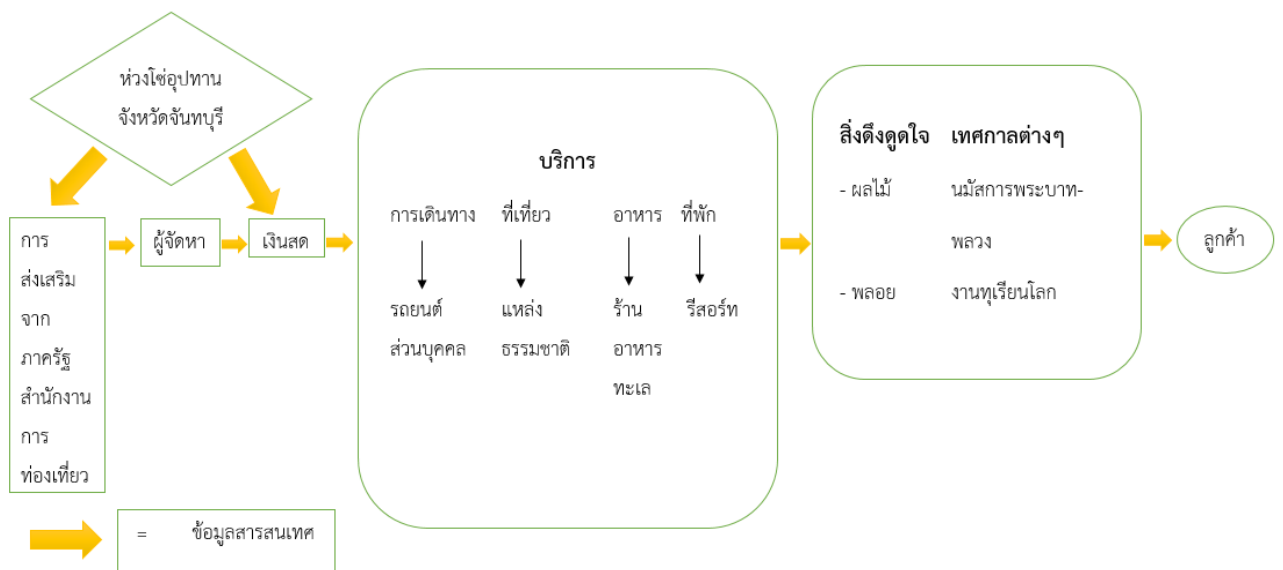
กลุ่มปัจจัยที่มีความสำคัญลำดับที่ 3 ประกอบด้วย 10 ปัจจัย ได้แก่ ความสะอาดของอาหาร สาธารณูปโภคพื้นฐานของที่พักร ความปลอดภัยของที่พักร ความปลอดภัยของอาหาร อุปสรรคในการเดินทางของที่พักร อุปสรรคในการเดินทางไปร้านอาหาร จุดบริการนักท่องเที่ยว การขนส่งสาธารณะ สาธารณูปโภคพื้นฐานด้านการเดินทาง และอุปสรรคในการเดินทาง ตามลำดับ

กลุ่มปัจจัยที่มีความสำคัญน้อย ประกอบด้วย 5 ปัจจัย ได้แก่ ค่าใช้จ่ายด้านที่พัก อุปสรรคในการเดินทางไปสถานที่ท่องเที่ยว ค่าใช้จ่ายด้านอาหาร การบริการที่ดีของร้านอาหาร และการบริการทางการแพทย์ ตามลำดับ

4.2 ผลการวิเคราะห์โซ่อุปทานและโซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

4.2.1 ผลการศึกษาและวิเคราะห์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

จากการศึกษาโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี จะได้ผังแสดงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเบื้องต้นของจังหวัดจันทบุรี ดังภาพที่ 4.3



ภาพที่ 4.3 แสดงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี

จากภาพที่ 4.3 แสดงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีในปัจจุบัน แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การบริการ และสิ่งดึงดูดใจ จึงได้ผลจากการวิเคราะห์ที่แสดงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีในปัจจุบันดังนี้

ส่วนที่ 1 การบริการ

การเดินทาง (Transportation) พบว่านักท่องเที่ยวมักจะเลือกเดินทางด้วยรถยนต์ส่วนบุคคลมากกว่าที่จะใช้รถสาธารณะ เพราะสะดวกต่อการท่องเที่ยว และจะเน้นการท่องเที่ยวแบบการเดินทางไปเรื่อยๆ ไม่เฉพาะเจาะจงว่าจะต้องเที่ยวแค่ที่ใดที่หนึ่งเท่านั้น ส่วนใหญ่แล้วนักท่องเที่ยว ที่พบส่วนมาก จะอยู่ในจังหวัดเดียวกันหรือบริเวณจังหวัดใกล้เคียง และมักเดินทางเป็นครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อน

สถานที่ท่องเที่ยว (Attractions) จันทบุรี เป็นเมืองชายทะเลที่ไม่เล็กและไม่ใหญ่มากนัก แต่มีสถานที่ท่องเที่ยวมากมายให้นักท่องเที่ยวได้มาพักผ่อนตลอดทั้งปี จังหวัดจันทบุรีอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ จนเกินไป ใช้เวลาเพียง 3-4 ชั่วโมงก็ถึง จึงเป็นจังหวัดที่เมื่อมาเที่ยวแล้วไม่ทำให้เหนื่อยต่อการเดินทางมากนัก หากจะเที่ยวให้สนุก ควรมีเวลาในการพักผ่อนคืน 1-2 คืนก็จะได้เที่ยวในที่ต่างๆ ได้หลายแห่ง ซึ่งชมกับบรรยากาศเมืองจันทบุรีได้อย่างเต็มอิ่ม

อาหาร (Food) อาหารที่เป็นที่รู้จักกันดีและขึ้นชื่อของจังหวัดจันทบุรีก็คือ ผลไม้ที่ขึ้นชื่อที่สุด ก็คือทุเรียน และมังคุด ซึ่งที่นั่นมีพื้นที่และทรัพยากรต่างๆ ที่เหมาะในการปลูก รองลงมาคืออาหารที่มีความอุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชและเนื้อสัตว์นานาชนิด รวมถึงอาหารทะเล ซึ่งเป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

ที่พัก (Accommodation) นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มักจะเลือกที่พักที่มีการบริการที่ดี และบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ซึ่งส่วนมากมักเลือกที่พักแบบรีสอร์ท เพราะมีความสะดวกสบายต่อการพักผ่อน และมักจะทำให้ความสนใจกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเป็นอย่างมาก รองลงมาคือโฮมสเตย์ แต่สุดท้ายแล้วสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการมากที่สุดคือการบริการลูกค้า และมีสิ่งอำนวยความสะดวก ที่พร้อมต่อการรองรับนักท่องเที่ยว

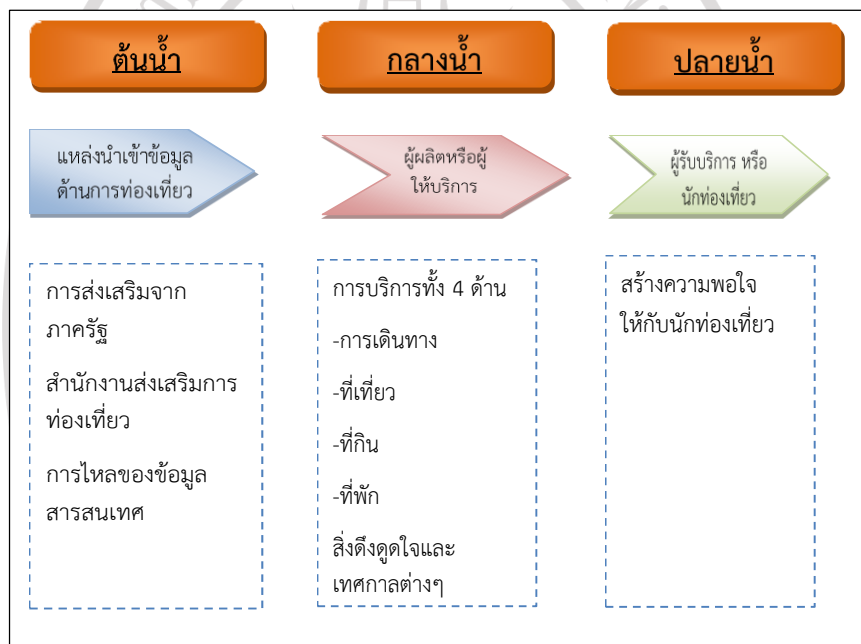
ส่วนที่ 2 สิ่งดึงดูดใจและเทศกาลต่างๆ

สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มักนึกถึงในจังหวัดจันทบุรี คือ ผลไม้ เช่น ทุเรียน มังคุด เงาะ และผลไม้ต่างๆตามฤดูกาลที่มีให้ทานตลอดทั้งปี และยังเป็นสินค้าส่งออกที่ทำรายได้ให้กับจังหวัดจันทบุรี เช่นเดียวกับ พลอย ที่ในจังหวัดจันทบุรี มีการทำพลอยเจียรไนพลอย ให้เกิดเป็นเครื่องประดับต่างๆ มีการทำการค้ากับชาวต่างชาติ จนทำให้เกิดเป็นอาชีพของคนในจังหวัดจันทบุรี

นอกจากนี้เทศกาลต่างๆยังทำให้การท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีเป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น คือ งานเปิดเขาคิชฌกูฏ ที่มีการขึ้นไปสักการะรอยพระพุทธรูป ซึ่งได้เปิดให้ขึ้นเขาทุกต้นปี ช่วงเวลา

ประมาณ 3 เดือน/ปี เป็นที่รู้จักอย่างดี โดยทุกปีจะมีคนจากทุกที่เข้ามาเป็นจำนวนมาก นอกจากนี้ยังมี งานมหานครผลไม้ ที่มีการส่งเสริมของดีของจังหวัด จันทบุรี ด้านการเกษตร ที่ทำรายได้ให้กับจังหวัด จันทบุรี มีการเปิดให้ไปเยี่ยมชมสินค้าต่างๆ ทั้งนี้การบริการทั้งหมดจะถูกส่งต่อไปยังลูกค้า เพื่อให้เลือกใช้บริการที่ดีที่สุด โดยการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างกัน

จากโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีในปัจจุบันจึงได้ผลการวิเคราะห์กิจกรรม ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี ดังแสดงในภาพที่ 4.4



ภาพที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์กิจกรรม ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

จากภาพที่ 4.4 แสดงการวิเคราะห์กิจกรรม ต้นน้ำ กลางน้ำ ปลายน้ำ ในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี อธิบายได้ดังนี้

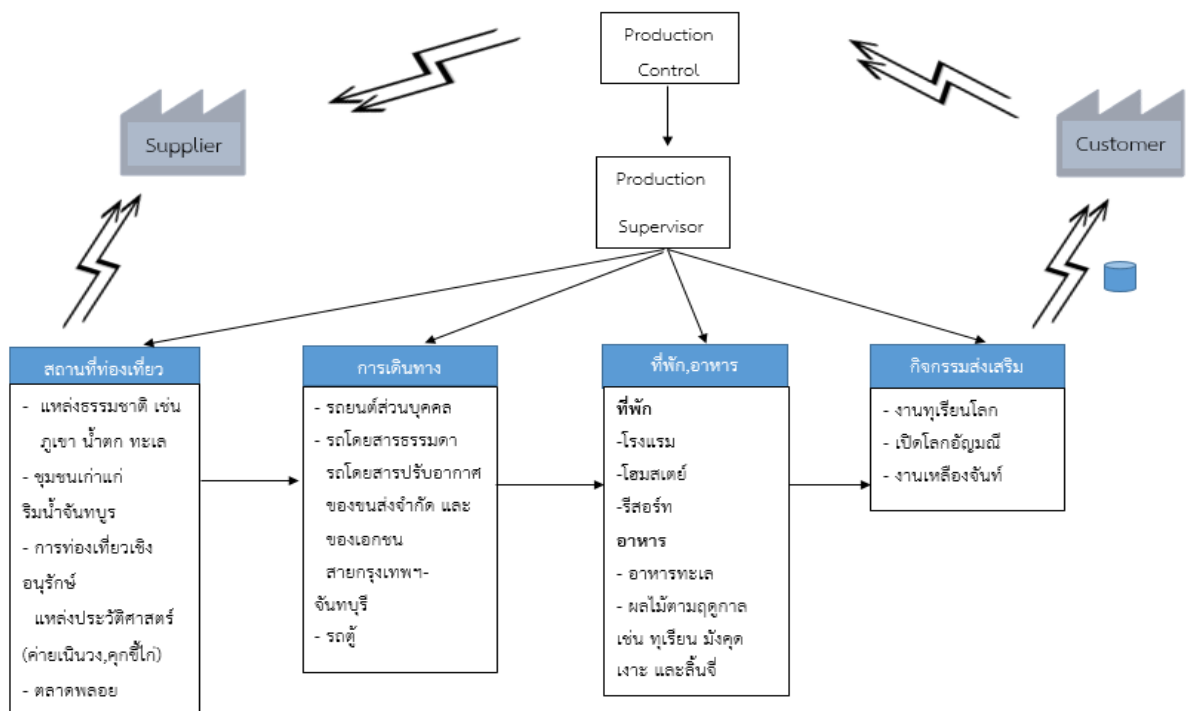
ต้นน้ำ คือ การส่งเสริมจากภาครัฐ สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี การไหลของข้อมูลสารสนเทศ ที่ช่วยในการเผยแพร่ข่าวสารด้านการท่องเที่ยว เพื่อกระตุ้นให้เกิดความสนใจ แก่นักท่องเที่ยว

กลางน้ำ คือ การบริการทั้ง 4 ด้าน ที่ผู้ประกอบการเป็นผู้จัดเตรียมให้นักท่องเที่ยว เช่น การเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว อาหาร ที่พัก การตอบสนองความต้องการด้านการท่องเที่ยว เช่น กิจกรรมทางน้ำ ที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นแหล่งธรรมชาติ เช่น น้ำตก ทะเล เป็นต้น

ปลายน้ำ คือ ผลจากการบริการที่ส่งถึงลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว อย่างที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง หรือต้องการ ซึ่งช่วยสร้างความพึงพอใจนักท่องเที่ยว

4.2.2 ผลการวิเคราะห์โซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

จากโซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี จะได้ผังแสดงโซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเบื้องต้นของจังหวัดจันทบุรีเบื้องต้นดังนี้



ภาพที่ 4.5 แสดงโซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเบื้องต้นของจังหวัดจันทบุรี

จากภาพที่ 4.4 ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวจะสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์โดยผู้จัดซื้อหรือผู้จัดหาโดยผู้จัดซื้อหรือผู้จัดหาจะเป็นผู้ควบคุมและดูแลกิจกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีที่จะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

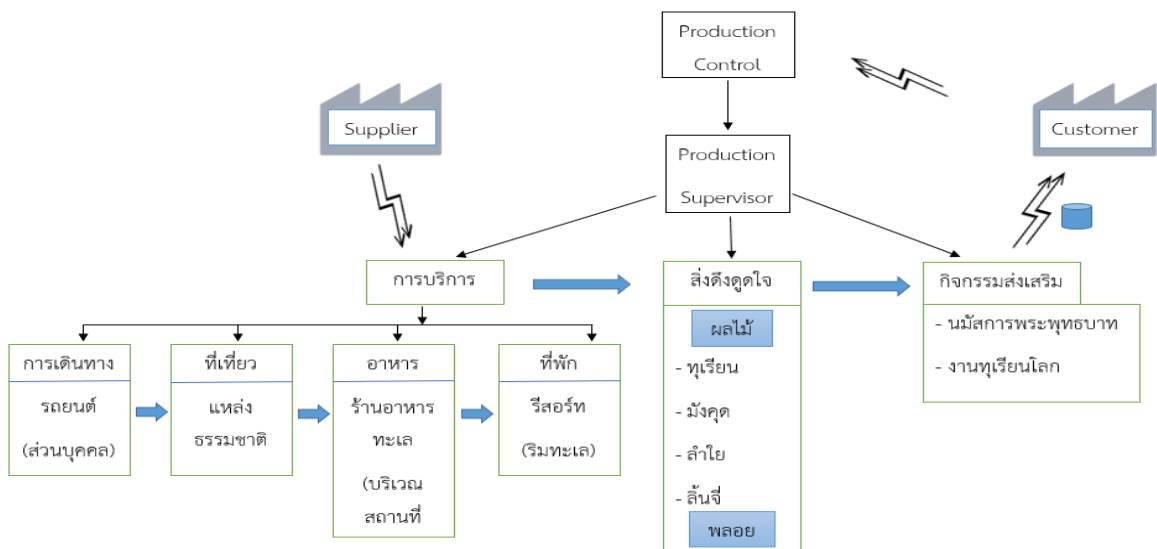
ส่วนที่ 1 คือ สถานที่ท่องเที่ยว แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติที่ขึ้นชื่อในจังหวัดจันทบุรี เช่น ภูเขา เขาสอยดาว น้ำตกพลิ้ว น้ำตกกระทิง ทะเล หาดจ้าวหลาว จุดชมวิวเนินนางพญา เป็นต้น ชุมชนเก่าแก่ เช่น ริมน้ำจันทบูร การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แหล่งประวัติศาสตร์ เช่น ค่ายเนินวง คุกขี้ไก่ และตลาดพลอย เป็นต้น

ส่วนที่ 2 การเดินทาง นักท่องเที่ยวจะเดินทางท่องเที่ยวโดย รถยนต์ส่วนบุคคล รถโดยสารธรรมดา รถโดยสารปรับอากาศขอขนส่งจำกัดและของเอกชน สายกรุงเทพ-จันทบุรี และรถตู้เป็นต้น

ส่วนที่ 3 ที่พักและอาหาร นักท่องเที่ยวนิยมมาพักผ่อนในโรงแรมที่ขึ้นชื่อของจังหวัดจันทบุรี รีสอร์ท ตามทะเล และโฮมส্ট เป็นต้น ด้านอาหาร โดยส่วนมากชอบรับประทานอาหารทะเล ผลไม้ตามฤดูกาล เช่น มังคุด ทุเรียน เงาะ ลำไย ลิ้นจี่ เป็นต้น

ส่วนที่ 4 กิจกรรมส่งเสริม เป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างคุณค่าและทำให้มีคนมาท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีเพิ่มมากขึ้น โดยจะจัดงานเหล่านี้ขึ้นในทุกๆปี คือ งานมหานครผลไม้ เปิดโลกอัญมณี และงานรักษ์เหลืองจันท เป็นต้น

จากโซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวเบื้องต้นของจังหวัดจันทบุรี แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ การเดินทาง สถานที่ท่องเที่ยว อาหาร และ ที่พัก จึงได้ผลจากการวิเคราะห์ที่แสดงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีในปัจจุบันดังนี้



ภาพที่ 4.6 วิเคราะห์โซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีในปัจจุบัน

จากภาพที่ 4.6 วิเคราะห์โซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีในปัจจุบัน ลูกค้าที่เดินทางมาท่องเที่ยวใหญ่จะสืบค้นข้อมูลการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น โซเชียลเน็ตเวิร์ค ผ่านทาง Facebook เป็นต้น โดยกิจการการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรี จะแบ่งออกเป็น 3 ส่วนคือ การบริการ สิ่งดึงดูดใจ กิจกรรมส่งเสริม

1) ด้านการบริการ

ภายใต้การบริการ จะมีกิจกรรมทั้ง 4 ส่วนที่ทำงานเชื่อมโยงกัน

ส่วนที่ 1 คือ การเดินทาง นักท่องเที่ยวส่วนมากจะเดินทางมาท่องเที่ยวโดยใช้รถยนต์ส่วนบุคคลมากที่สุด เพราะจะสะดวกมากกว่าและไม่ทำให้เสียเวลา นอกจากนี้ยังสามารถมาเป็นครอบครัวหรือหมู่คณะได้

ส่วนที่ 2 คือ ที่เที่ยว นักท่องเที่ยวส่วนมากจะชอบท่องเที่ยวแหล่งธรรมชาติเป็นส่วนใหญ่ และจังหวัดจันทบุรีก็มีแหล่งธรรมชาติมากมาย เช่น น้ำตก ทะเล ภูเขา เขตอนุรักษ์สัตว์เป็นต้น

ส่วนที่ 3 คือ ที่พัก นักท่องเที่ยวจะชอบรับประทานอาหารทะเลมากที่สุดเนื่องจากมีความสดและใหม่ โดยส่วนมากจะรับประทานตามร้านอาหารที่อยู่บริเวณสถานที่ที่กำลังท่องเที่ยวหรือร้านอาหารเล็กๆตามบริเวณข้างไหล่ทาง ร้านอาหารที่ขึ้นชื่อและร้านอาหารในโรงแรมของจังหวัดจันทบุรี เป็นต้น

ส่วนที่ 4 คือที่พัก นักท่องเที่ยวมักจะพักตามรีสอร์ทริมทะเลเป็นส่วนใหญ่ เพราะรีสอร์ท ในจังหวัดจันทบุรีมีความปลอดภัยและตอบสนองความต้องการต่อการพักผ่อนและผ่อนคลายของนักท่องเที่ยว

2) ด้านสิ่งดึงดูดใจ

สิ่งดึงดูดใจที่ทำให้เหล่านักท่องเที่ยวรู้จักจังหวัดจันทบุรีมากที่สุด คือ ผลไม้ ที่ขึ้นชื่อ เช่นทุเรียน มังคุด ลำไย ลิ้นจี่ เป็นต้น โดยผลไม้เหล่านี้จะออกผลตามฤดูกาลและออกทุกๆปี จึงทำให้จังหวัดจันทบุรีจึงมีผลไม้บริโภคตลอดทั้งปี

3) ด้านกิจกรรมการส่งเสริม

กิจกรรมการส่งเสริมจะเป็นกิจกรรมที่ช่วยสร้างรายได้ให้จังหวัดจันทบุรีมากที่สุด และเป็นกิจกรรมที่จะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีมากเป็นพิเศษ จะมี 2 กิจกรรมด้วยกัน กิจกรรมแรก คือ การนมัสการรอยพระพุทธรูป จะจัดขึ้นในช่วงต้นตั้งแต่เดือน มกราคม จนถึง เดือน มีนาคม เป็นต้นไป โดยผู้มีส่วนใหญ่มาจากหลายที่หรือต่างจังหวัดซึ่งอยู่ในภูมิภาคไกลๆ ทำให้การเดินทางขนส่งทางโดยสารของจังหวัดจันทบุรีมีรายได้เพิ่มมากขึ้น กิจกรรมที่สอง คือ งานมหานครผลไม้ซึ่งจะจัดขึ้นในช่วงพฤษภาคมหรือเดือนมิถุนายนของทุกปี โดยภายในงานจะมีผลไม้ที่ขึ้นชื่ออย่างทุเรียน และมังคุด เป็นต้น โดยนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวจะเป็น นักท่องเที่ยวในเขตภาคกลางและภาคตะวันออก เป็นส่วนใหญ่ ทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นทั้งจากทาง การขนส่งโดยสารและการค้าขายการส่งออกผลไม้

4.2.3 ผลการวิเคราะห์กิจกรรมในโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

จากการวิเคราะห์กิจกรรมจากโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีประกอบไปด้วยกิจกรรมที่เน้นการสร้างมูลค่าคือทำให้เกิดรายได้มีดังนี้

1. การวิเคราะห์คุณค่าของกิจกรรม

ตารางที่ 4.6 แสดงการวิเคราะห์คุณค่าของกิจกรรม

กลุ่มปัจจัย	กิจกรรม	คุณค่าของกิจกรรม
การเดินทาง	ใช้รถยนต์ส่วนบุคคล	NNVA
	การเดินทางกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน	VA
สถานที่ท่องเที่ยว	การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ	VA
	การพักผ่อน	VA
	กิจกรรมทางน้ำ	VA
	การปลูกป่า เรียนรู้ระบบนิเวศ	VA
	การสังสรรค์	VA
อาหาร	การขายของริมชายหาด	VA
	การหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น	VA
	การบริโภคอาหารพื้นเมือง	VA
	การซื้อขายผลไม้ตามฤดูกาล	VA
ที่พัก	การเข้าพักรีสอร์ต	VA
	การใช้บริการ	VA
	การจ้างงาน	VA
	การรักษาความปลอดภัย	NNVA
	การใช้จ่าย	VA

หมายเหตุ VA = Value-Added Activities (กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า)

NVA = Non-Value-Added Activities (กิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า)

NNVA = Necessary but Non Value Added Activities (กิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าแต่หลีกเลี่ยงไม่ได้)

จากการวิเคราะห์คุณค่าของกิจกรรมทั้งหมด 16 กิจกรรม โดยแยกกิจกรรมออกเป็นกิจกรรม 3 ลักษณะดังนี้

1) กิจกรรมที่เพิ่มคุณค่า ได้แก่

- การเดินทางกับครอบครัวหรือกลุ่มเพื่อน
- การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ
- การพักผ่อน
- กิจกรรมทางน้ำ
- การปลูกป่า เรียนรู้ระบบนิเวศ
- การสร้างสรรค์
- การขายของริมชายหาด
- การหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น
- การบริโภคอาหารพื้นเมือง
- การซื้อขายผลไม้ตามฤดูกาล

กิจกรรมทั้งหมดดังกล่าวมานี้ ล้วนที่จะได้ประโยชน์ทั้งผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว และเป็นการสร้างมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวของจังหวัดจันทบุรีอีกด้วย

2) กิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่า

ไม่เกิดกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าในการท่องเที่ยว

3) กิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าแต่หลีกเลี่ยงไม่ได้ ได้แก่

การใช้รถยนต์ส่วนบุคคล เป็นกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าแต่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการใช้รถยนต์ส่วนบุคคลในการเดินทางท่องเที่ยวไปยังสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ จะมีความสะดวกกว่าการใช้รถประจำทาง และข้อเสียของการใช้รถยนต์ในการเดินทางนั้นจะก่อให้เกิดรถติดในช่วงเทศกาลต่างๆ ได้อีกด้วย

การรักษาความปลอดภัย เป็นกิจกรรมที่ไม่เพิ่มคุณค่าแต่หลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการเกิดอุบัติเหตุหรือเหตุการณ์ที่ก่อให้เกิดถึงความอันตรายนั้นมีความเสี่ยงน้อย

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

2. การวิเคราะห์ลักษณะของกิจกรรม VCA (Value Chain Analysis)

การวิเคราะห์ลักษณะของกิจกรรมนี้ได้มาจากตารางการวิเคราะห์คุณค่าของกิจกรรม โดยสามารถแยกเป็นกิจกรรมหลัก 13 กิจกรรม และกิจกรรมสนับสนุน ดังนี้

<p>กิจกรรมหลัก การใช้รถยนต์ส่วนบุคคล, การเดินทางกับครอบครัวและกลุ่มเพื่อน, การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติ, การพักผ่อน, กิจกรรมทางน้ำ, การปลูกป่า, เรียนรู้ระบบนิเวศ, การกินการดื่ม, การขายของริมชายหาด, การหาวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น, การบริโภคอาหารพื้นเมือง, การซื้อขายผลไม้ตามฤดูกาล, การเข้าพักรีสอร์ท, การให้บริการ</p>
<p>กิจกรรมสนับสนุน การจ้างงาน, การรักษาความปลอดภัย, การใช้จ่าย</p>

ภาพที่ 4.7 แสดงผังการวิเคราะห์ห่วงโซ่แห่งคุณค่า

จากผังวิเคราะห์ลักษณะของกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน ซึ่งได้มาจากการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของกิจกรรมออกมาได้ดังนี้

กิจกรรมหลัก

เป็นกิจกรรมเกี่ยวกับการขนส่ง การส่งสินค้าและบริการ การแปรรูปวัตถุดิบ การจำหน่ายสินค้าและบริการ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้า

กิจกรรมสนับสนุน

เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมกิจกรรมหลัก เกี่ยวกับการบริหารทรัพยากรบุคคล แรงงาน การเงิน ต่างๆ

4.3 ผลการวิเคราะห์ช่องว่างการบูรณาการระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยและวิเคราะห์โซ่คุณค่าของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวที่น่าผลของปัจจัยที่มีผลในการพัฒนามาวิเคราะห์ช่องว่างการบูรณาการภายใต้กรอบการวิเคราะห์ทั้ง 3 มิติ ซึ่งได้แก่ มิติความต่อเนื่อง มิติความสามารถในการแข่งขัน มิติแนวโน้มการเติบโตของความต้องการ เพื่อเป็นข้อมูลที่น่าไปวิเคราะห์และพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี โดยผลการวิเคราะห์แสดงดังตารางที่ 4.7

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา

ปัจจัยในการประเมิน	มิติการประเมิน		
	ความต่อเนื่อง	ความสามารถในการแข่งขัน	แนวโน้มการเติบโตของความต้องการ
ความปลอดภัยในการเดินทาง	ขาดความต่อเนื่องในการเดินทางโดยระบบขนส่งสาธารณะ	การเดินทางมีให้เลือกน้อย ส่วนใหญ่ให้บริการโดยเอกชน	มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางท่องเที่ยวจันทบุรีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง
ข้อมูลสารสนเทศในการเดินทาง	ขาดความเชื่อมโยงข้อมูลการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในบางจุด มีข้อมูลที่ผิดพลาด	ยังขาดระบบจัดการข้อมูลสารสนเทศและระบบสารสนเทศที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยว	มีความต้องการใช้อย่างมาก และมีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาก ในยุคปัจจุบัน
ความสะอาดของที่พักร	ที่พักมีหลายรูปแบบ ควรมีการสร้างมาตรฐานและความเข้าใจแก่ผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการให้บริการด้านที่พัก	ที่พักมีหลายระดับ บางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน	มีความต้องการเพิ่มมากขึ้นในขณะเดียวกันก็มีผู้ให้บริการเพิ่มขึ้น
ข้อมูลสารสนเทศของสถานที่ท่องเที่ยว	ขาดความเชื่อมโยงข้อมูลการเดินทางไปยังแหล่งท่องเที่ยวในบางจุด มีข้อมูลที่ผิดพลาด	ยังขาดระบบจัดการข้อมูลสารสนเทศและระบบสารสนเทศเกี่ยวกับการท่องเที่ยว	มีความต้องการใช้อย่างมาก และมีอิทธิพลในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวมาก ในยุคปัจจุบัน

ตารางที่ 4.7 การวิเคราะห์ช่องว่างการพัฒนา (ต่อ)

ปัจจัยในการประเมิน	มิติการประเมิน		
	ความต่อเนื่อง	ความสามารถในการแข่งขัน	แนวโน้มการเติบโตของความต้องการ
ความสะอาดของสถานที่ท่องเที่ยว	สถานที่ท่องเที่ยวมีความสะอาด	นอกจากความสะอาดแล้วสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวก็จำเป็นมาก	มีแนวโน้มความต้องการใช้สถานที่ท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น การดูแลความสะอาดต้องสามารถรองรับจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นได้

จากตารางที่ 4.7 จะเห็นได้ว่าจากปัจจัยที่จัดอยู่ในกลุ่มมีความสำคัญมากที่สุดในการพัฒนาระบบบริหารจัดการโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี เมื่อนำมาวิเคราะห์ช่องว่างตามกรอบการวิเคราะห์ทั้ง 3 มิติ จะมีปัจจัยที่มีแนวทางการพัฒนาที่สามารถจัดได้เป็น 3 กลุ่ม คือ ความปลอดภัย การจัดการข้อมูลสารสนเทศ และความสะอาด สามารถนำไปเป็นแนวทางในการสร้างระบบบริหารจัดการได้ต่อไป

4.4 การสร้างแบบจำลองระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี

จากการวิเคราะห์ช่องว่างของการบูรณาการด้านโลจิสติกส์ในทุกมิติแล้ว จะทำการพัฒนาแบบจำลองที่เหมาะสมต่อการบูรณาการพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี ภายใต้กรอบแนวคิดของการประเมินแบบ Balance Scorecard เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดการประเมิน โดยเริ่มจากการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนา เพื่อค้นหากลยุทธ์ในการพัฒนา และนำกลยุทธ์ที่ได้ไปสร้างเป็นระบบบริหารจัดการต่อไป

4.4.1 การวิเคราะห์กลยุทธ์พัฒนาโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรี

การวิเคราะห์กลยุทธ์ในการพัฒนาจะใช้ทฤษฎี SWOT Analysis ในการวิเคราะห์เพื่อวิเคราะห์ทั้งภายในและภายนอกของระบบบริหารจัดการ โดยวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการพัฒนา จากนั้นนำผลการวิเคราะห์ไปสร้างกลยุทธ์โดยใช้ TOWs Matrix เพื่อสร้างกลยุทธ์ที่เป็นไปได้ในการพัฒนา ซึ่งผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis แสดงในตารางที่ 4.8

ตารางที่ 4.8 แสดงการวิเคราะห์ SWOT Analysis

<p>จุดแข็ง (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถานที่ท่องเที่ยวอากาศดี เพราะไม่มีโรงงานอุตสาหกรรมในจังหวัดและมีพื้นที่ป่ามาก 2. จังหวัดเป็นเมืองน่าอยู่ 3. ทรัพยากรทางธรรมชาติด้านการท่องเที่ยวมีหลากหลายและสมบูรณ์ เช่น น้ำตก ภูเขา ทะเล 4. เป็นศูนย์กลางการค้าพลอยของประเทศและการปรับปรุงคุณภาพและการเจียรไนอัญมณี 	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. แหล่งท่องเที่ยวขาดการพัฒนาให้ได้คุณภาพและมาตรฐาน 2. ขาดการบริหารจัดการด้านการตลาดด้านการเกษตร อัญมณี และบริการการท่องเที่ยว 3. ขาดการบริหารจัดการน้ำที่เป็นระบบ เกิดน้ำท่วมในฤดูฝนภัยแล้งในฤดูแล้ง ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการอาชีพทางการเกษตร
<p>จุดแข็ง (Strength)</p> <ol style="list-style-type: none"> 5. มีสภาพภูมิอากาศ และภูมิประเทศที่อุดมสมบูรณ์ทางทรัพยากรธรรมชาติ 6. มีการคมนาคมทางบกสะดวก ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ มีจุดเชื่อมโยงกับภาคอื่นๆ 	<p>จุดอ่อน (Weakness)</p> <ol style="list-style-type: none"> 4. การใช้สารเคมีในด้านการเกษตรและประมง ส่งผลกระทบต่อด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อม 5. ขาดการบริหารจัดการในการวางแผนและดำเนินการระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 6. สัญญาณโทรศัพท์ไม่ทั่วถึงทุกพื้นที่
<p>โอกาส (Opportunity)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ตลาดทั้งในและต่างประเทศมีความต้องการผลไม้จำนวนมาก เป็นโอกาสให้จังหวัดจันทบุรีผลิตให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด 2. นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาตินิยมท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์เพิ่มขึ้น เป็นโอกาสในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ 3. ชาวไทยและชาวต่างชาติมีความนิยมเครื่องประดับประเภทอัญมณีมากขึ้น เป็นโอกาสในการแปรรูปอัญมณี 4. เครือข่ายการคมนาคมที่สะดวกทั่วถึง เป็นโอกาสในการติดต่อและทำการค้ากับประเทศเพื่อนบ้าน เช่น กัมพูชา เวียดนาม จีน 5. ตลาดทั้งในและต่างประเทศมีความต้องการผลไม้สุขภาพ เป็นโอกาสในการพัฒนาผลไม้โอแกนิก 6. คนเอเชียนิยมซื้อพลอยจันทบุรี เป็นโอกาสในการส่งเสริมด้านการตลาดอัญมณี 7. ประชากรโลกมีความต้องการความสงบและปลอดภัย 	<p>อุปสรรค (Threat)</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. กฎระเบียบต่างๆของทางราชการที่ไม่สอดคล้องกัน ทำให้ขาดการบริหารจัดการการทำงานแรงงานต่างด้าวเข้าเมืองได้ง่าย และนำโรคติดต่อเข้ามาด้วย สร้างปัญหาด้านสุขภาพและด้านอาชญากรรมให้แก่คนจันทบุรี 2. โครงการจัดสร้างศูนย์อัญมณีไม่ได้รับการสนับสนุนด้านงบประมาณอย่างต่อเนื่อง 3. ปัญหาความขัดแย้งทางการเมือง ส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจทางสังคม และการท่องเที่ยว 4. งบประมาณแผ่นดินในการสนับสนุนการพัฒนาการศึกษาและวิจัยลดลง เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาบุคลากร

จากปัจจัยดังตารางวิเคราะห์ SWOT นำมาสร้างตาราง Tow Matrix เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ดังตารางที่ 4.9

ตารางที่ 4.9 แสดงกลยุทธ์ Tow Matrix

SO	1. สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆที่สอดคล้องกับทรัพยากรในจังหวัด (S3,S4,S5,O5,O6)
WO	2. พัฒนาและฟื้นฟู และสำรวจแหล่งท่องเที่ยว(W1,W5,O2,O5) 3. ปรับปรุงเส้นทางการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวให้สะดวกมากขึ้น(W1,W2,O4) 4. ตั้งเสาสัญญาณเครือข่ายมือถือเพื่อการติดต่อที่สะดวกมากขึ้น(W6,O4,O6)
ST	5. เน้นการร่วมเครือข่ายธุรกิจชุมชนให้มากขึ้น และลดความรุนแรงจากภาวะการแข่งขันทางเศรษฐกิจ(W2,T3) 6. ปรับเส้นทางการจราจรที่ตลาดค้าพลอยให้สะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาค้าพลอย อัญมณี(S4,S6,T2)
WT	7. จัดการพัฒนาคุณภาพบุคคลให้มีประสิทธิภาพพร้อมกับให้บริการนักท่องเที่ยวเต็มที่ (W1,T4)

จากการสร้างตาราง Tow Matrix ผู้วิจัยได้นำกลยุทธ์ต่างๆมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปัจจัยด้านต่างๆ และกลยุทธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ Tow Matrix จะสามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาโซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีต่อไป

4.4.1 การสร้างโมเดลการพัฒนาภายใต้กรอบแนวคิดระบบโลจิสติกส์มหภาค

จากผลการวิเคราะห์ช่องว่างการบูรณาการการเพื่อการพัฒนาและการวิเคราะห์กลยุทธ์ นำมาสร้างเป็นโมเดลในการพัฒนาภายใต้กรอบแนวคิดระบบโลจิสติกส์มหภาค ซึ่งประกอบด้วยมุมมองการวิเคราะห์เชิงบูรณาการ 4 ด้าน ได้แก่

1) สาธารณูปโภค (Infrastructure) อันประกอบไปด้วยโครงสร้างสาธารณูปโภคขั้นพื้นฐานที่จำเป็นสำหรับการให้บริการด้านการท่องเที่ยว

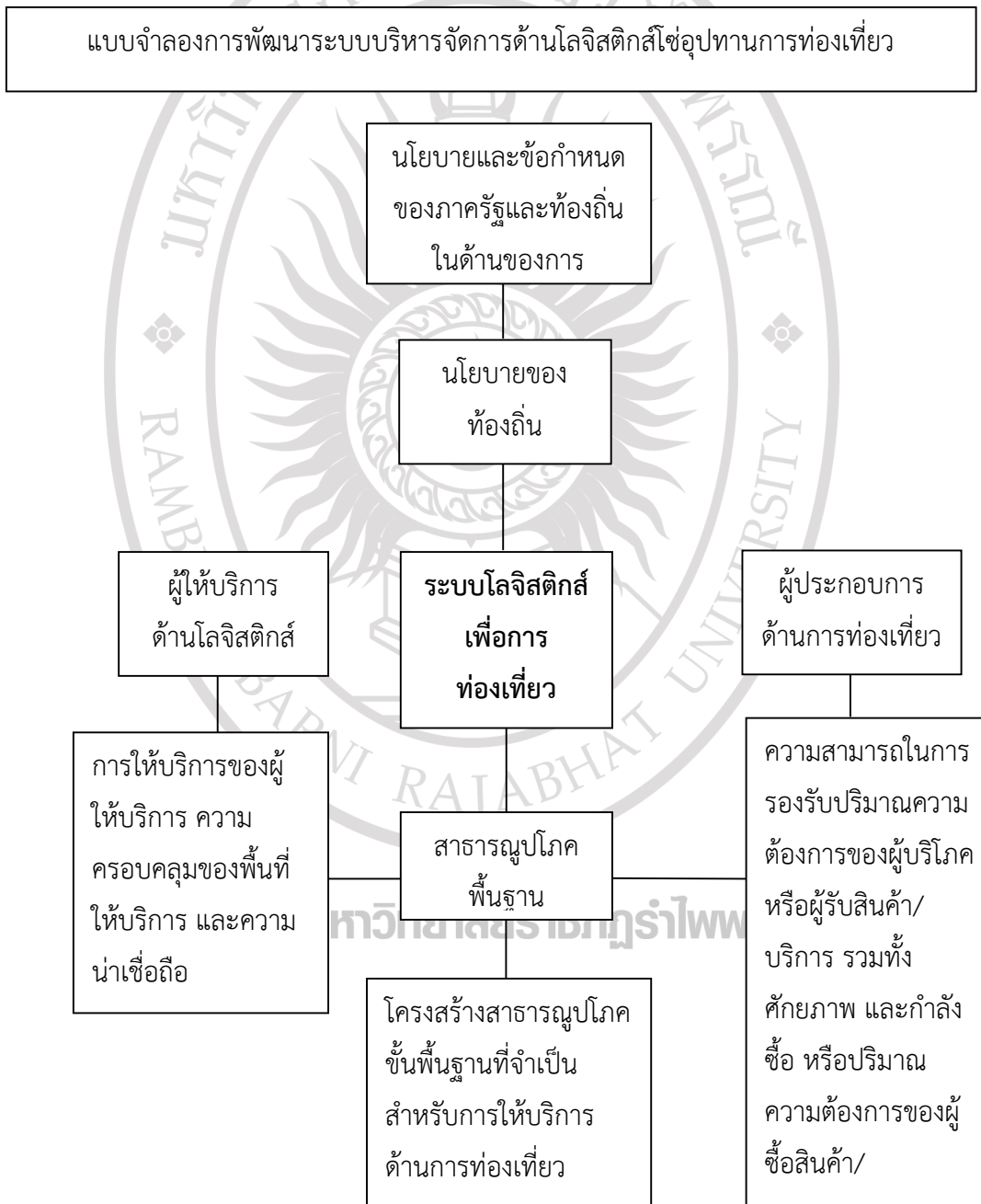
2) กรอบการทำงานเชิงสถาบัน (Institutional framework) อันประกอบไปด้วย กฎระเบียบ ข้อบังคับ ที่บังคับใช้จากหน่วยงานระดับจังหวัด ที่มีความเกี่ยวข้องข้องกับการดำเนินงานทั้งส่วนที่มีความเกี่ยวข้องกับการพัฒนาการเชื่อมโยงระบบโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว และหน่วยงานที่ทำหน้าที่สนับสนุนการทำงานอื่น

3) ผู้ผลิต/ผู้ส่งมอบการบริการ และผู้รับสินค้า/ บริการ (Shipper & Consignees) ประกอบไปด้วยการประเมินศักยภาพของผู้ให้บริการหรือผู้ผลิต ความสามารถในการรองรับปริมาณความ

ต้องการของผู้บริโภค หรือผู้รับสินค้า/ บริการ รวมทั้งศักยภาพ และกำลังซื้อ หรือปริมาณความต้องการของผู้ซื้อสินค้า/ ผู้รับบริการ

4) ผู้ให้บริการทางด้านโลจิสติกส์ (Service Providers) ประกอบด้วยระดับการให้บริการของผู้ให้บริการ ความครอบคลุมของพื้นที่ให้บริการ และความน่าเชื่อถือ

จากกรอบการบูรณาการโลจิสติกส์มหภาคทั้ง 4 ด้าน นำมาสร้างเป็นกรอบแนวทางการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวได้ ดังภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 แสดงกรอบการบูรณาการแบบจำลองด้านโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

จากภาพที่ 4.8 กรอบการบูรณาการแบบจำลองด้านโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว นำไปวิเคราะห์ร่วมกับผลการวิเคราะห์ช่องว่างการบูรณาการ และการวิเคราะห์กลยุทธ์ที่ได้ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์แบบจำลองระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยว จังหวัดจันทบุรี

กรอบบูรณาการ	ช่องว่างการบูรณาการ	กลยุทธ์
นโยบายของ ท้องถิ่น	-มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง -การเชื่อมโยงข้อมูลการเดินทาง ไปยังแหล่งท่องเที่ยว --ระบบการจัดการเทคโนโลยี สารสนเทศและโครงข่ายสารสนเทศ	-พัฒนาและฟื้นฟู และสำรวจแหล่ง ท่องเที่ยว -ปรับปรุงเส้นทางการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวให้สะดวกมากขึ้น -ตั้งเสาสัญญาณเครือข่ายมือถือเพื่อการ ติดต่อที่สะดวกมากขึ้น -ปรับเส้นทางการจราจรที่ตลาดค้า พลอยให้สะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาค้าพลอย อัญมณี
ผู้ประกอบการด้าน การท่องเที่ยว	-มีแนวโน้มนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น อย่างต่อเนื่อง -การสร้างมาตรฐานในการ ให้บริการด้านที่พัก	-สร้างสินค้าทางการท่องเที่ยวใหม่ๆที่ สอดคล้องกับทรัพยากรในจังหวัด -จัดการพัฒนาคุณภาพบุคคลให้มีประ สิทธิภาพพร้อมกับให้บริการนักท่องเที่ยว เต็มที่ -เน้นการร่วมเครือข่ายธุรกิจชุมชนให้ มากขึ้น และลดความรุนแรงจาก ภาวะการณ์แข่งขันทางเศรษฐกิจ
ผู้ให้บริการด้าน โลจิสติกส์	-ขาดความต่อเนื่องในการเดินทาง โดยระบบขนส่งสาธารณะ -การเดินทางมีให้เลือกน้อย ส่วน ใหญ่ให้บริการโดยเอกชน	-ปรับปรุงเส้นทางการเข้าถึงแหล่ง ท่องเที่ยวให้สะดวกมากขึ้น -ปรับเส้นทางการจราจรที่ตลาดค้า พลอยให้สะดวกต่อนักท่องเที่ยวที่ เดินทางมาค้าพลอย อัญมณี

ตารางที่ 4.10 การวิเคราะห์แบบจำลองระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยว
จังหวัดจันทบุรี (ต่อ)

กรอบบูรณาการ	ช่องว่างการบูรณาการ	กลยุทธ์
สาธารณูปโภคพื้นฐาน	-ขาดความต่อเนื่องในการเดินทาง โดยระบบขนส่งสาธารณะ -การเดินทางมีให้เลือกน้อย ส่วนใหญ่ ให้บริการโดยเอกชน -	-ปรับปรุงเส้นทางการเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยวให้สะดวกมาก ขึ้น -ตั้งเสาสัญญาณเครือข่ายมือ ถือเพื่อการติดต่อที่สะดวกมาก ขึ้น -ปรับเส้นทางการจราจรที่ ตลาดค้าพลอยให้สะดวกต่อ นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาค้า พลอย อัญมณี

จากตารางที่ 4.10 นำข้อมูลจากการวิเคราะห์ช่องว่างการบูรณาการและการวิเคราะห์กลยุทธ์
ของโซ่อุปทานการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรีไปสร้างเป็นแบบจำลองการพัฒนา
ระบบบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์โซ่อุปทานการท่องเที่ยวจังหวัดจันทบุรีต่อไป

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี