

ยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่า การบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ของจังหวัดสุพรรณบุรี

Tourism Strategy for Value Added Increments for
Hotel and Restaurant Services in Suphanburi
Province

ศุภชัย เจนศักดิ์ศรีสกุล*

Supachai Janesaksrisakul*

* นักศึกษาปริญญาเอก วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

* D.P.A. Candidate, College of Innovation Management, University of Technology Rattanakosin
Rajamangala

* Email : supachai-2009g@hotmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษายุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี 2) ศึกษาประสิทธิผลการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวกับการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี และ 4) เพื่อสร้างตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ประชากรในการวิจัยจำนวน 214 ผู้ประกอบการที่ประกอบธุรกิจโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี โดยแบ่งเป็นผู้ประกอบการโรงแรม 97 แห่ง และผู้ประกอบการภัตตาคาร 117 แห่ง ผลการศึกษาพบว่า

1) ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก ($\bar{X}=3.71$) โดยมียุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก ($\bar{X}=3.67$) ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก ($\bar{X}=3.71$) ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก ($\bar{X}=3.74$) ยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในและภายนอกมีประสิทธิผลในระดับสูงมาก ($\bar{X}=3.70$) และยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก ($\bar{X}=3.74$)

2) มูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสุพรรณบุรีอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$) โดยมีรายได้ของสถานประกอบการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.47$) ค่าใช้จ่ายขั้นกลางอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.29$) และราคาลิขสิทธิ์หรือบริการอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$)

3) การทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวกับการเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ดังนี้

ในภาพรวมการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว ในยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชน และยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว กับการเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ในด้านรายรับของสถานประกอบการ และค่าใช้จ่ายขั้นกลาง มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางในทางบวก ซึ่งมีความสัมพันธ์เท่ากับ 0.523 (Canonical Correlation = 0.523)

4) ตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิเคราะห์เส้นทางความสัมพันธ์ ดังนี้

ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มรายรับของสถานประกอบการและการเพิ่มค่าใช้จ่ายขั้นกลาง แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและได้มาตรฐาน ต่อการเพิ่มรายรับของสถานประกอบการและการเพิ่มค่าใช้จ่ายขั้นกลาง ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ไม่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มรายรับของสถานประกอบการ และไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายขั้นกลาง แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เอื้ออำนวยประโยชน์

อย่างยั่งยืนและการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต ต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มรายรับของสถานประกอบการและการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว ต่อการเพิ่มรายรับของสถานประกอบการและการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง และยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว ไม่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มรายรับของสถานประกอบการ แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการสร้างความมั่นคงในทรัพยากรบุคคลทางการท่องเที่ยว และต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง

คำสำคัญ: ยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยว มูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคาร

Abstract

The objectives of this study were: 1) to study value added increments for hotel and restaurant services in Suphanburi province, 2) to study the effectiveness of the tourism strategy, 3) to study the relationship between the effectiveness of the tourism strategy and the value added increments for hotel and restaurant services in Suphanburi province, and 4) to propose a model of a tourism strategy which is conducive to value added increments for hotel and restaurant services in Suphanburi province. The population used in the study were 214 hotels and restaurant operators in Suphanburi province. The samples were 97 hotel operators and 117 restaurant operators. The results of the study found that:

1. The level of effectiveness of the tourism strategy had a high average of 3.71, followed by an average of conservative tourism center strategy with 3.67, a natural resource and environment recovery strategy with 3.71, an average eradication of community poverty strategy with 3.74, a internal and external market incentive strategy with 3.70, a tourism operator development strategy with 3.74, respectively.

2. The level of value added increments for hotel and restaurant services in Suphanburi province had a moderate average of 3.39, followed by an average income of business operations with 3.47, an average expenditure with 3.29, and an average price fo services of 3.40.

3. The hypothesis test of the relationship between Tourism strategy and value added increments for hotel and restaurant services in Suphanburi province revealed that: the relationship between tourism strategy comprising of eco-tourism center strategy, natural resource and environment recovery strategy, eradication of community poverty strategy and tourism operator development strategy and value added increments for hotel and restaurant services in terms of business operation income and expenditure had a positive moderate level with a canonical correlation at 0.523.

4. The result of the path analysis was as follows: Tourism strategy in terms of conservative tourism center strategy had no direct influence on income increases and the expenditure of the business operations, but it had an indirect influence through qualified and standard tourist attraction management on income increases and expenditure. The strategy for natural resource and environment recovery had no direct influence on income increases and the expenditure of the business operations, but it had an indirect influence on expenditure through sustainable natural resources and environment recovery and tourism potential increases in the present and the future. The strategy in community poverty eradication through tourism had no

direct influence on the income and expenditure of business operations, but it had an indirect influence on people's income from tourism. The strategy for tourism operator development had no direct influence on the income of business operations, but it had an indirect influence through sustainable human resources in tourism and expenditure increases.

Keywords: Tourism Strategy, Value Added Increments for Hotel and Restaurant Services

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่สำคัญ เนื่องจากเป็นอุตสาหกรรมการให้บริการที่ประกอบด้วยธุรกิจมากมายหลายประเภท อันก่อให้เกิดการจ้างงานและสร้างรายได้ให้ภาคประชาชนเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการหมุนเวียนของกระแสการเงินไปสู่ทุกระดับสังคมอย่างทั่วถึง ส่งผลดีต่อเศรษฐกิจของจังหวัด ภูมิภาคและนำไปสู่ความเจริญของเศรษฐกิจระดับประเทศได้ในที่สุด ดังนั้นในช่วงเวลาที่เกิดวิกฤตการณ์ทางเศรษฐกิจจะเห็นได้ว่าการส่งเสริมและพัฒนาการท่องเที่ยวจึงเป็นเครื่องมือสำคัญที่รัฐบาลในแต่ละสมัยนำมาใช้เพื่อดึงดูดเงินตราต่างประเทศให้เข้าสู่วงจรเศรษฐกิจของไทยผ่านทางนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังประเทศไทยและในขณะเดียวกันก็กระตุ้นคนไทยให้เดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศ เพื่อกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นจนสามารถเพิ่มผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product : GPP) ซึ่งเป็นการประมวลรายได้ที่มาจากกิจกรรมการผลิตทั้งหมดที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่จังหวัด โดยใช้พื้นฐานแนวความคิดเช่นเดียวกับการจัดทำผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (Gross Domestic Product : GDP) ของประเทศใน 3 ด้าน คือด้านการผลิต ด้านรายได้และด้านรายจ่าย สอดคล้องกับองค์การการท่องเที่ยวโลก (World Tourism Organization: WTO) ที่พยากรณ์สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกว่าภายในปี ค.ศ. 2020 รายได้จากการท่องเที่ยวทั่วโลกจะสูงถึงกว่า 50 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ จะมีนักท่องเที่ยวกระจายตามสถานที่ต่าง ๆ ทั่วโลกถึง 1,600 ล้านคน โดยมีกลุ่มประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้เป็นจุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวแหล่งใหม่ที่มีแนวโน้มการเติบโตสูงขึ้นถึงร้อยละ 10 (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

ดังนั้นการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นองค์การที่ควบคุมมาตรฐานด้านการจัดการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงได้วางกรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ. 2550 – 2554 ไว้ดังนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2554)

1. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวมีบทบาทในการช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนทั่วทุกภูมิภาคของไทยและเป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดการสร้างงานและเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ

2. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวของประเทศไทยเติบโตอย่างยั่งยืน โดยเน้นการขยายฐานตลาดนักท่องเที่ยวคุณภาพ ทั้งในพื้นที่ใหม่และในตลาดเฉพาะกลุ่มภายใต้การสร้างความเข้มแข็งของตราสินค้า (Brand) ประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง

3. ส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตคนไทย โดยเน้นการประสานงานระหว่างเครือข่ายภาครัฐกับภาคเอกชน กระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวภายในประเทศที่ก่อให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างสรรค์ประโยชน์ทั้งต่อสถาบันครอบครัวและต่อสังคมโดยรวมอันจะนำไปสู่การสร้างและกระตุ้นจิตสำนึกรักษาสีน้ำผึ้งและสิ่งแวดล้อมรวมทั้งให้เกิดความรักและภาคภูมิใจในเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทย

4. ส่งเสริมการท่องเที่ยวให้กระจายตัวสู่แหล่งท่องเที่ยวรองมากขึ้น เพื่อสร้างสมดุลระหว่างพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยเน้นการท่องเที่ยวเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มจังหวัดและข้ามภูมิภาค

5. ส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับประเทศเพื่อนบ้าน โดยการทำตลาดตลาดร่วมกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทางท่องเที่ยวทั้งภายในภูมิภาคและภายนอกภูมิภาคอันจะนำไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานร่วมกันอย่างเป็นระบบและช่วยเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันของภูมิภาคนี้ในตลาดท่องเที่ยวโลก

6. มุ่งพัฒนาองค์การระบบบริหารจัดการและเสริมสร้างบุคลากรให้มีทักษะและขีดความสามารถทางการตลาดท่องเที่ยว เพื่อให้เป็นองค์การแห่งการขับเคลื่อน (Driving Force) ที่มีประสิทธิภาพในการดำเนินงานและมีศักยภาพทางการแข่งขันระดับนานาชาติภายใต้หลักธรรมาภิบาล รวมทั้งพัฒนาความเข้มแข็งขององค์การในบทบาทเชิงวิชาการและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเรื่องการตลาด

7. พัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการท่องเที่ยว (e - Tourism) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ประเทศไทยและเสริมสร้างศักยภาพในการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อสารสนเทศ

8. ส่งเสริมการอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยของนักท่องเที่ยว โดยประสานความร่วมมือและแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน

แม้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะได้วางกรอบนโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยไว้แล้วก็ตาม แต่ในปัจจุบันกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกธุรกิจยังคงส่งผลกระทบมาสู่ภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ทำให้ต้องมีการปรับตัวรับกับการเปลี่ยนแปลงเพื่อผลิตสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพ ตลอดจนแสวงหาโอกาสใหม่ๆ ในการทำธุรกิจ ส่งผลให้เกิดการลงทุนและการขยายตัวทางอุตสาหกรรมท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนและผลักดันให้เกิดแนวทางการประสานเครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดแต่ละจังหวัดเพิ่มขึ้นดังเช่นกรณีของจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวสูงมีความหลากหลายของทรัพยากรท่องเที่ยวที่เป็นธรรมชาติ ตลอดจนมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถสร้างภาพลักษณ์และมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักไปทั่วโลกและในแต่ละปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวในประเทศไทยเป็นจำนวนมาก นำมาซึ่งการเพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดใน 3 ด้าน คือด้านการผลิต ด้านรายได้และด้านรายจ่าย จำนวนมากมายมหาศาลจาก 30,846 ล้านบาทในปี 2546 เพิ่มขึ้นเป็น 47,580 ล้านบาทในปี 2553

ตารางที่ 1 ผลผลิตภัณฑมวบรวมจังหวัดสุพรรณบุรี ณ ราคาประจำปี ตั้งแต่ปี 2546-2553

	2546	2547	2547	2549	2550	2551	2552	2553
ภาคเกษตร	9,715	10,436	9,237	9,419	9,317	14,625	15,434	14,296
สาขาเกษตรกรรม การล่าสัตว์ และการป่าไม้	9,473	10,090	8,786	8,882	8,606	16,203	14,303	13,537
สาขาประมง	242	346	451	537	711	1,422	1,131	759
ภาคนอกเกษตร	21,131	23,372	26,997	27,167	26,721	29,480	31,148	33,284
สาขาเหมืองแร่และเหมืองดิน	305	262	421	547	557	824	794	982
สาขาอุตสาหกรรม	2,121	2,855	2,502	3,052	3,800	4,643	4,214	4,170
สาขาไฟฟ้า ประปา และโรงแยกก๊าซ	996	1,130	1,179	1,111	1,141	1,084	1,227	1,387
สาขาก่อสร้าง	2,670	2,418	3,619	2,798	2,085	1,889	1,368	1,280
สาขาการขนส่ง การขายปลีก การซ่อมแซม								
ยานยนต์จักรยานยนต์ ของใช้ส่วนบุคคลและ	2,670	2,808	3,883	3,279	3,012	2,885	3,179	4,083
ของใช้ในครัวเรือน								
สาขาโรงแรมและภัตตาคาร	85	109	107	137	141	142	143	172
สาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและ								
คมนาคม	570	641	743	776	704	947	1,727	2,294
สาขาค้ากลางทางการเงิน	1,380	1,711	2,183	2,423	2,532	2,876	2,942	3,320
สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์								
การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ	5,703	5,897	5,822	5,801	4,967	5,895	6,210	5,682
สาขาการบริหารราชการและการป้องกัน								
ประเทศ	1,656	1,862	2,271	2,529	2,684	2,977	3,229	3,392
รวมทั้งการประกันสังคมภาคบังคับ								
สาขาการศึกษา	1,702	2,221	2,606	2,951	3,280	3,418	3,914	4,147

ที่มา : สำนักงานคลังจังหวัดสุพรรณบุรี (2554)

จากตารางที่ 1 จะเห็นว่าข้อมูลผลผลิตภัณฑมวบรวมจังหวัดสาขาการโรงแรมและภัตตาคาร ตั้งแต่ปี 2546 จนถึงปี 2553 จะเห็นว่ามีเพิ่มมูลค่าขึ้นแบบค่อยเป็นค่อยไปจาก 85 ล้านบาท ในปี 2546 เป็น 172 ล้านบาทในปี 2553 ต่อมาในปี 2554 จังหวัดสุพรรณบุรี มีผลผลิตภัณฑมวบรวมจังหวัดรวม 64,481 ล้านบาท มีสัดส่วนของจำนวนคนจนร้อยละ 9.14 (ข้อมูลพื้นฐานภาคตะวันตกและจังหวัดกาญจนบุรี, 2554) ซึ่งเป็นผลดีให้เกิดรายได้หมุนเวียนมูลค่านับหมื่นล้านบาทต่อปี เป็นตัวเร่งให้เกิดการพัฒนาในธุรกิจอื่นๆที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้การท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรียังกระตุ้นให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้น เห็นได้จากผลผลิตภัณฑมวบรวมจังหวัดของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารที่เพิ่มขึ้น การท่องเที่ยวจึงมีบทบาทมากในการพัฒนาและก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจของประเทศ

จากความเป็นมาดังที่กล่าวมาแล้วข้างต้นพบประเด็นที่น่าสนใจคือเหตุใดจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งมีโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมที่ดี แต่ทำไมจึงมีผลผลิตภัณฑมวบรวมจังหวัดเกือบต่ำสุดเมื่อเทียบกับสาขาการผลิตอื่นๆ อีกทั้งมีจำนวนคนยากจนจำนวนมาก (วิมลมาศ ปฐมนิษฐกุล,

2548, น.165) จากการตั้งข้อสังเกตดังกล่าว ทำให้เกิดการพัฒนายุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวของกลุ่มจังหวัดภาคตะวันตกขึ้น ส่งผลให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ต้องหาแนวทางการบริหารจัดการหรือยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อให้เกิดการมุ่งเน้นคุณภาพจะมีผลผลิตและบริการที่ได้รับการยอมรับมากขึ้น (Sallis & Jones, 2002, pp.72-73) และในฐานะที่ธุรกิจท่องเที่ยวเป็นองค์กรประเภทบริการ ดังนั้นถ้าต้องการเพิ่มผลผลิตทั้งหมดรวมจังหวัดของจังหวัดสุพรรณบุรี ต้องทำการพัฒนายุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวให้เหมาะสมกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยีและวิทยาการต่าง ๆ ให้มีความสามารถในการแข่งขันในเวทีโลกได้ภายใต้การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรที่มีอย่างชาญฉลาด กล่าวคือควรมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจเพื่อระบุจุดเด่น จุดด้อย โอกาสและอุปสรรค เพื่อนำไปกำหนดยุทธศาสตร์และประเมินผลยุทธศาสตร์ได้ต่อไป (Wilson, 2002, p.1) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงให้ความสนใจศึกษายุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารกรณีศึกษาจังหวัดสุพรรณบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวกับการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี
4. เพื่อสร้างตัวแบบของยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี

กรอบแนวคิด

การจัดทำยุทธศาสตร์ของจังหวัดสุพรรณบุรี เป็นกระบวนการที่ให้ความสำคัญกับการมองไปสู่นาคตภายใต้การพิจารณาถึงความเป็นไปได้ในการใช้ทรัพยากร เพื่อระดมทรัพยากรมาใช้และการพิจารณาถึงทางเลือกต่าง ๆ อย่างรอบคอบและชัดเจนว่าจะสามารถพัฒนาองค์การไปในทิศทางที่ยั่งยืนได้ โดยเริ่มจากการกำหนดยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์หลัก กลยุทธ์หรือแผนงานและโครงการที่สามารถเปลี่ยนแปลงตามสภาพแวดล้อมที่เกิดขึ้น ดังนั้นหน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จึงต้องจัดทำยุทธศาสตร์ให้บรรลุจุดมุ่งหมายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัด เพื่อเพิ่มผลผลิตทั้งหมดรวมจังหวัดด้วยการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัด

ตารางที่ 2 แสดงผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด

ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดของ สาขาการโรงแรมและภัตตาคาร (Dependent Variables: DV)	ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด				
	GPP 2549	GPP 2550	GPP 2551	GPP 2552	GPP 2553
DV1 ด้านรายรับของสถานประกอบการ	✓	✓	✓	✓	✓
DV2 ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง	✓	✓	✓	✓	✓
DV3 ราคา	✓	✓	✓	✓	✓

ที่มา : สำนักงานคลังจังหวัดสุพรรณบุรี (2554)

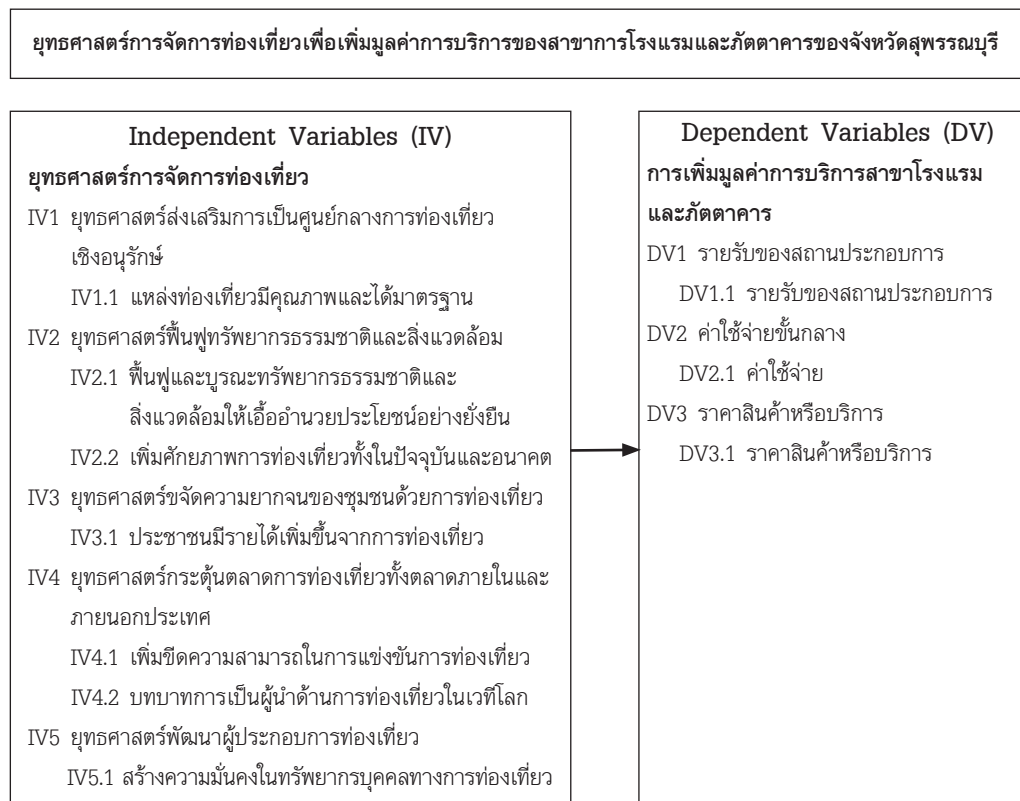
จากตารางที่ 2 แสดงปัจจัยผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดสุพรรณบุรีของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารใน 3 ด้าน 1) ด้านรายรับของสถานประกอบการ 2) ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง และ 3) ราคาสินค้าหรือบริการ จากข้อมูลผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุพรรณบุรีตั้งแต่ปี 2549 ซึ่งเป็นปีที่เริ่มจัดทำข้อมูล จนถึงปี 2553 ซึ่งเป็นที่จัดทำข้อมูลล่าสุดของสำนักงานคลังจังหวัดสุพรรณบุรี ในขณะที่ทำการศึกษา สามารถเพิ่มขึ้นได้จากการดำเนินยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 3 แสดงการศึกษายุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวของหน่วยงานภาครัฐ

ยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยว (Independent Variables: IV)	ยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยว ของหน่วยงานต่างๆ				
	สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา 2552-2555	ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สุพรรณบุรี พ.ศ.2548-2551	ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด สุพรรณบุรี พ.ศ.2553-2556	กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา พ.ศ. 2555-2559	สภาพการค้าไทย พ.ศ. 2552
IV1 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	✓	✓	✓	✓	✓
IV2 ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	✓	✓	✓	✓	✓
IV3 ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓
IV4 ยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ	✓	✓	✓	✓	✓
IV5 ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	✓

จากตารางที่ 3 แสดงจุดมุ่งหมายด้านการท่องเที่ยวของหน่วยงานของยุทธศาสตร์สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2552-2555 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ.2548-2551 ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดสุพรรณบุรี พ.ศ.2553-2556 ยุทธศาสตร์กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พ.ศ. 2555-2559 และ ยุทธศาสตร์สภาหอการค้าไทย พ.ศ. 2552 พบว่ามียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวที่เหมือนกันใน 5 ยุทธศาสตร์ คือ 1) ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ 2) ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 3) ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว 4) ยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ และ 5) ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว ทั้งนี้เพื่อสร้างเพิ่มมูลค่าการบริการที่มาจากกิจกรรมการผลิตทั้งหมดในสาขาของโรงแรมและภัตตาคารที่ดำเนินการอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดสุพรรณบุรี

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยจึงได้สร้างกรอบแนวคิดของการศึกษา ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม จากนั้นจึงนำมาสรุปเป็นกระบวนการค้นคว้าของกรอบแนวคิดในการศึกษาดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย : ยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและตัวอย่าง

1. ประชากรในการศึกษา คือ กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมและภัตตาคารใน 10 อำเภอของจังหวัดสุพรรณบุรี (ข้อมูลจังหวัดสุพรรณบุรี, 2555) และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย (สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว, 2555 และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555)

2. ตัวอย่างในการศึกษาเชิงปริมาณ คือ กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสุพรรณบุรี 10 อำเภอ แบ่งเป็นผู้ประกอบการโรงแรม 97 แห่ง และผู้ประกอบการภัตตาคาร 117 แห่ง รวมทั้งสิ้น 214 แห่ง (ข้อมูลจังหวัดสุพรรณบุรี, 2555) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วย สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (แอตต้า) จำนวน 2 คน และการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

ขอบเขตการศึกษาวิจัย

การวิจัยนี้จะแบ่งขอบเขตการศึกษาเป็น 4 ด้าน ได้แก่เนื้อหา พื้นที่ ประชากรและเวลาดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยต้องการศึกษายุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ประกอบด้วยยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์บริหารจัดการชุมชนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ และยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว และศึกษาการเพิ่มมูลค่าบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ในองค์ประกอบด้านรายรับของสถานประกอบการ ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง และราคาลินค้าหรือบริการ

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ทำการศึกษา ได้แก่ จังหวัดสุพรรณบุรี ใน 10 อำเภอ

3. ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ผู้ประกอบการโรงแรมและภัตตาคาร และผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัยเริ่มตั้งแต่สิงหาคม 2554 ถึง ธันวาคม 2556 รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 2 ปี 4 เดือน

การสร้างเครื่องมือทางการวิจัย

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) และแบบสัมภาษณ์ (In-depth Interview) สร้างจากกรอบแนวคิดในการศึกษา (ภาพที่ 1) และนิยามตัวแปร โดยผ่านการตรวจสอบเครื่องมือจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกัลยา ปริญญกุล รองคณบดีคณะเทคโนโลยีสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม

วิทยาเขตจันทบุรี ดร.อุษณีย์ มงคลพิทักษ์สุข ผู้อำนวยการหลักสูตร รัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกริก ดร.อริชัย เกตุจันทร์ ปลัดองค์การบริหารส่วนตำบลช่องแค จังหวัดนครสวรรค์ นายศิษฏ์วัชร ชีวรัตน์พร นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว (แอตต้า) และนายสรเสริญ เจริญศรี อดีตรองผู้ว่าการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้องอีกครั้ง การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) =1.0 และหาความเชื่อมั่น (Reliability) = 0.9719 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. แบบสอบถาม ซึ่งเป็นคำถามปลายปิดโดยผู้ศึกษาวิจัยได้สร้างแบบสอบถามขึ้นจำนวน 48 ข้อ แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 5 ข้อ ส่วนที่ 2 ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 23 ข้อ และส่วนที่ 3 เพิ่มมูลค่าการบริการ สาขาโรงแรมและภัตตาคาร จำนวน 20 ข้อ ตัวอย่างคำถาม เช่น

ข้อที่	ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว	ระดับประสิทธิผลการดำเนินงาน (บรรลุตัวชี้วัด : kpi)				
		ต่ำมากที่สุด (1-20%)	ต่ำมาก (21-40%)	ปานกลาง (41-60%)	สูงมาก (61-80%)	สูงมากที่สุด (81-100%)
1	ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ควรมีกลยุทธ์พัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/การเกษตร หรือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าการสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี					

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 7 ข้อ เกี่ยวกับยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว และเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรีตามสมมติฐานการวิจัย จำนวน 7 ข้อ ตัวอย่างคำถาม เช่น ท่านคิดว่ายุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ สามารถเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสุพรรณบุรีได้หรือไม่ อย่างไร เป็นต้น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ ระยะที่หนึ่ง ลงพื้นที่สัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย ในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวและการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี และระยะที่สอง ลงพื้นที่เก็บข้อมูลแบบสอบถามผู้ประกอบการจัดการท่องเที่ยวกับการเพิ่มมูลค่าการของบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารในจังหวัดสุพรรณบุรี

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลภูมิหลังทางสังคมของผู้ประกอบการโรงแรมและภัตตาคารใน 10 อำเภอของจังหวัดสุพรรณบุรี ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) บรรยายด้วยค่าความถี่และร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยว ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) บรรยายด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเพิ่มมูลค่าบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการบรรยายด้วยค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4. การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติวิเคราะห์สหสัมพันธ์คานอนิคอล (Canonical Correlation Analysis) เพื่อหาความสัมพันธ์ของชุดตัวแปรสมการยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวซึ่งเป็นตัวแปรอิสระกับตัวแปรตามการเพิ่มมูลค่าบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร และแสดงให้เห็นโมเดลเส้นทาง (Path Diagram) ของยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี

5. การวิเคราะห์คำสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับการท่องเที่ยว จำนวน 5 ท่าน ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการบรรยายข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณของผู้ประกอบการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ในด้านข้อมูลทั่วไป ได้แก่ สถานภาพทำงาน ที่ตั้งสถานประกอบการ ประเภทสถานประกอบการ จำนวนห้องพัก (โรงแรม/ค่ายพัก/คอนโดมิเนียม/แมนชั่น/หอพัก/เกสต์เฮ้าส์) จำนวนโต๊ะอาหาร (ภัตตาคาร/ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/ไนท์คลับ/บาร์/คาเฟ่) ดังแสดงในตารางที่ 4 ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย แสดงในตารางที่ 5

ตารางที่ 4 ข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี

ตัวอย่าง	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
สถานภาพทำงาน		
เจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน	76	51.01
เจ้าของกิจการหรือหุ้นส่วน	47	31.54
ผู้บริหาร (ไม่ได้เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วน)	26	17.45
รวม	149	100.00
ที่ตั้งสถานประกอบการ		
อำเภอเมืองสุพรรณบุรี	81	54.36
อำเภอดอนเจดีย์	11	7.38
อำเภอสามชูก	7	4.70
อำเภอศรีประจันต์	6	4.03
อำเภออู่ทอง	7	4.70
อำเภอสองพี่น้อง	10	6.71

ตัวอย่าง	จำนวนผู้ประกอบการ	ร้อยละ
อำเภอเดิมบางนางบวช	5	3.36
อำเภอบางปลาม้า	9	6.04
อำเภอด่านช้าง	5	3.36
อำเภอหนองหญ้าไซ	8	5.37
รวม	149	100.00
ประเภทผู้ประกอบการ		
โรงแรม	81	54.36
ค่ายพัก	9	6.04
ที่พักชั่วคราว (คอนโดมิเนียม/แมนชั่น/หอพัก/เกสต์เฮ้าส์)	27	18.12
ภัตตาคาร	22	14.76
ร้านอาหารและเครื่องดื่ม	9	6.04
ไนท์คลับ/บาร์/คาเฟ่	1	0.67
รวม	149	100.00
จำนวนห้องพัก (โรงแรม/ค่ายพัก/คอนโดมิเนียม/แมนชั่น/หอพัก/เกสต์เฮ้าส์)		
น้อยกว่า 60 ห้อง	61	40.94
60 -150 ห้อง	65	43.62
มากกว่า 150 ห้องขึ้นไป	23	15.44
รวม	149	100.00
จำนวนโต๊ะอาหาร (ภัตตาคาร/ร้านอาหารและเครื่องดื่ม/ไนท์คลับ/บาร์/คาเฟ่)		
น้อยกว่า 20 โต๊ะ	74	49.66
20 -50 โต๊ะ	51	34.23
มากกว่า 50 โต๊ะขึ้นไป	24	16.11
รวม	149	100.0

ตารางที่ 5 ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของประเทศไทย

ตัวอย่าง	จำนวน (คน)	ร้อยละ
นักวิชาการการท่องเที่ยว	2	40.0
นักยุทธศาสตร์จัดการการท่องเที่ยว	2	40.0
นักยุทธศาสตร์การพัฒนารัฐกิจกาการท่องเที่ยว	1	20.0
รวม	5	100.0

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 1 เพื่อศึกษาการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าการเพิ่มมูลค่าในรายได้ของสถานประกอบการมีรายได้ในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย=3.47) ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง มีรายค่าใช้จ่ายในระดับปานกลาง (มีค่าเฉลี่ย=3.29) และราคาสินค้าหรือบริการในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย=3.40) แสดงในตารางที่ 6

ตารางที่ 6 การเพิ่มมูลค่าในรายได้ของสถานประกอบการ

การเพิ่มมูลค่าในรายได้ของสถานประกอบการ	ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
รายได้ของสถานประกอบการ	3.47	ระดับปานกลาง
ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง	3.29	ระดับปานกลาง
ราคาสินค้าหรือบริการ	3.40	ระดับปานกลาง

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 2 เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ในการดำเนินงานยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก (มีค่าเฉลี่ย=3.67) ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก (มีค่าเฉลี่ย=3.71) ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชน มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก (มีค่าเฉลี่ย=3.74) ยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ มีประสิทธิผลสูงมาก (มีค่าเฉลี่ย=3.70) และยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีประสิทธิผลในระดับสูงมาก (มีค่าเฉลี่ย=3.74) แสดงในตารางที่ 7

ตารางที่ 7 ประสิทธิผลของการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี

ประสิทธิผลของการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการ การท่องเที่ยวของจังหวัดสุพรรณบุรี	ค่าเฉลี่ย	แปลความหมาย
ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	3.67	ระดับสูงมาก
ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.71	ระดับสูงมาก
ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชน	3.74	ระดับสูงมาก
ยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งภายในและภายนอกประเทศ	3.70	ระดับสูงมาก
ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว	3.74	ระดับสูงมาก

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 3 ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลการดำเนินงานยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวกับการเพิ่มมูลค่าบริการของสาขาการโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ผลการวิเคราะห์แสดงในตารางที่ 8 ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล ค่าไอเกน ค่าความแปรปรวนที่สกัดได้ค่าความทับซ้อน

Variate number	ชุดที่ 1	ชุดที่ 2	ชุดที่ 3
Canonical correlation	0.5235	0.1705	0.0961
Eigenvalues	0.2741	0.0291	0.0092
Wilk's lambda	0.6983	0.9620	0.9908
F-value (chi square)	3.6085	0.6950	0.4446
Significance (p <)	0.000	0.6960	0.7220
ความแปรปรวนที่สกัดได้ (Variance extracted) (%)			
การเพิ่มมูลค่าการบริการ (DV)	63.9424	15.4244	20.6332
ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว (IV)	62.2083	25.6651	4.3225
ความทับซ้อน (Redundancy) (%)			
การเพิ่มมูลค่าการบริการ (DV)	17.5252	0.4483	0.1907
ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว (IV)	17.0499	0.7459	0.0399

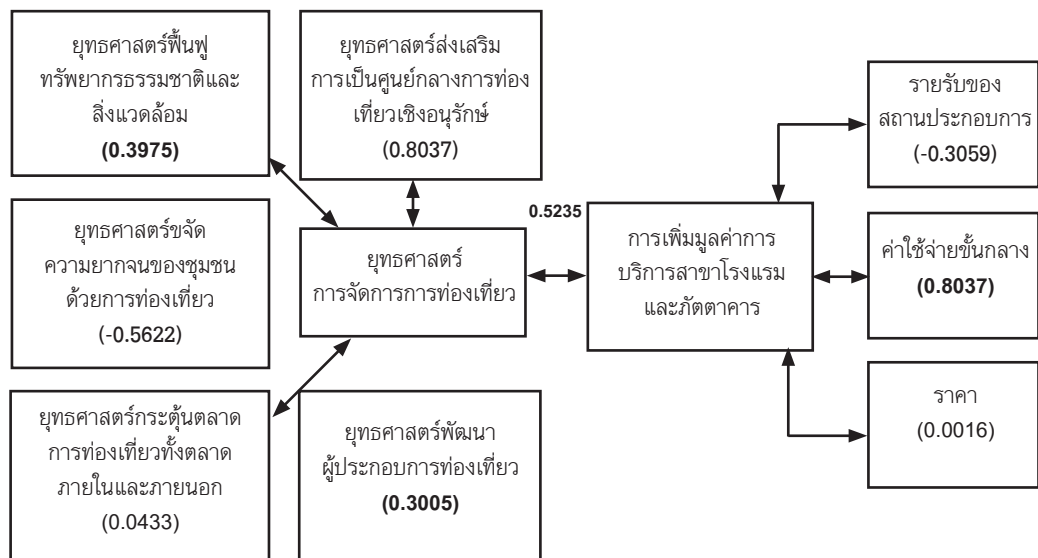
จากตารางที่ 8 จากการสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลด้วยสมการ MANOVA DV with IV ซึ่งตัวแปรต้นยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว (IV) มี 5 ตัวแปร และตัวแปรตามการเพิ่มมูลค่าการบริการ (DV) มี 3 ตัวแปร จึงให้ชุดสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล 3 ชุด ในการอธิบายค่าความสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างชุดตัวแปรต้นกับชุดตัวแปรตามจะใช้ชุดที่ 1 เพียงชุดเดียวเนื่องจากมีค่า Canonical Correlation และ Eigenvalues สูงที่สุดในการทำนายความสัมพันธ์และความแปรปรวนของตัวแปรต้นกับตัวแปรตาม ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลระหว่างชุดตัวแปรต้นกับตัวแปรตามเท่ากับ 0.5235 และมีค่าสัมประสิทธิ์ในทางบวก หมายความว่ายุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว มีความสัมพันธ์ต่อการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ในระดับปานกลางและมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน

ตารางที่ 9 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลแบบคะแนนมาตรฐานและ แบบโครงสร้างสำหรับตัวแปรต้น ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว และตัวแปรตาม การเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร

ตัวแปร	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอล	
(DV) การเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร	แบบคะแนนมาตรฐาน	แบบเชิงโครงสร้าง
DV1 รายได้ของสถานประกอบการ	-0.3059	-0.3395
DV2 ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง	0.6559	0.8001
DV3 ราคา	0.0016	0.0027
(IV) ยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว		
IV1 ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์	0.8037	0.9772
IV2 ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	0.3975	0.4872
IV3 ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว	-0.5622	-0.6062
IV4 ยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ	0.0433	0.0482
IV5 ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว	0.3005	0.3516

จากตารางที่ 9 ตัวแปรร้อยของตัวแปรต้นที่มีอิทธิพลต่อความสัมพันธ์คือ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลแบบคะแนนมาตรฐานเท่ากับ 0.8037 (ความสัมพันธ์สูงและมีทิศทางเดียวกัน) 0.3975 (ความสัมพันธ์ต่ำและมีทิศทางเดียวกัน) -0.5622 (ความสัมพันธ์ปานกลางและมีทิศทางตรงกันข้าม) และ 0.3005 (ความสัมพันธ์ต่ำและมีทิศทางเดียวกัน) ตามลำดับ ตัวแปรเริ่มต้นของยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว ในด้านยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว และ ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว นั้นมีผลต่อการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร ในด้านรายได้ของสถานประกอบการ และด้านค่าใช้จ่ายชั้นกลาง

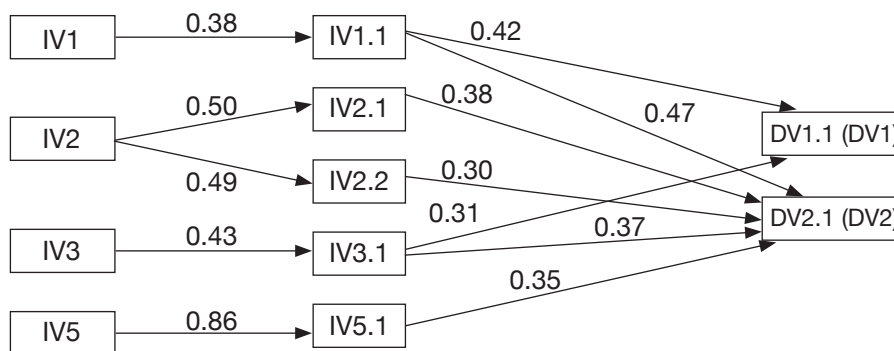
ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากตารางที่ 9 ปรากฏว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลแบบคะแนนมาตรฐานองค์ประกอบของตัวแปรตามการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารกับตัวแปรเริ่มต้น สามารถเรียงลำดับจากสูงไปต่ำ ได้ดังนี้ ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (0.6559) รายรับของสถานประกอบการ (-0.3059) และราคา (0.0016) ตามลำดับ และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คานอนิคอลเชิงโครงสร้างมีลำดับเช่นเดียวกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลแบบคะแนนมาตรฐาน สำหรับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลแบบคะแนนมาตรฐานของตัวแปรต้นยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว สามารถเรียงลำดับได้ดังนี้ ยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (0.8037) ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว (-0.5622) ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (0.3975) ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว (0.3005) และยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในและภายนอกประเทศ (0.0433) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลเชิงโครงสร้างของตัวแปรต้นมีลำดับเช่นเดียวกับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์คานอนิคอลแบบคะแนนมาตรฐาน



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว กับ การเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคาร

จากภาพที่ 2 หากพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ค่าโนนิกอลเชิงของตัวแปรต้นและตัวแปรตามทุกตัวแปร มีค่าตั้งแต่ 0.30 ขึ้นไป ผลการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะนี้แสดงให้เห็นว่าตัวแปรคานอนิกอลของตัวแปรตาม การเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคาร เป็นตัวแปรที่เกิดขึ้นจากตัวแปรย่อย ค่าใช้จ่ายชั้นกลาง รายได้ของสถานประกอบการสำหรับตัวแปรคานอนิกอลของตัวแปรต้นยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยว เป็นตัวแปรที่เกิดขึ้นจากตัวแปรย่อยยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว และส่งผลต่อการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารในด้านรายได้ของสถานประกอบการและด้านค่าใช้จ่ายชั้นกลางในระดับปานกลางเช่นเดียวกัน

ในการศึกษาวัตถุประสงค์ข้อ 4 ศึกษาตัวแบบของยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี ด้วยการวิเคราะห์เส้นทาง Path Analysis ที่แสดงเส้นทางเพื่อดูอิทธิพลทางตรง (Direct Effect) และทางอ้อม (Indirect Effect) แสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงเส้นทางการสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเกี่ยวกับการเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคาร

ภาพที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวกับการเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคาร โดยใช้เทคนิควิเคราะห์หาความสัมพันธ์แบบ Canonical ในช่วงต้นนั้น โดยจะนำมาใช้ในการแสดงความสัมพันธ์แบบเส้นทาง Canonical-Path Analysis เพื่อระบุทิศทางของความสัมพันธ์และระดับความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์ พบว่ายุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (IV1) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มรายได้ของสถานประกอบการ (DV1.1) และการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1) แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและได้มาตรฐาน (IV1.1) ต่อการเพิ่มรายได้ของสถานประกอบการ (DV1.1) และการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1) ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม (IV2) ไม่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มรายได้ของสถานประกอบการ (DV1.1) และไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1) แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการจัดการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เอื้ออำนวยประโยชน์อย่างยั่งยืน (IV2.1) และการเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและอนาคต (IV2.2) ต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1) ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว (IV3) ไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อรายได้ของสถานประกอบการ (DV1.1) และการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1) แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการให้ประชาชนมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว (IV3.1) ต่อการเพิ่มรายได้ของสถานประกอบการ (DV1.1) และการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1) และยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว (IV5) ไม่มีอิทธิพลต่อการเพิ่มรายได้ของสถานประกอบการ (DV1.1) และไม่มีอิทธิพลทางตรงต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1) แต่มีอิทธิพลทางอ้อมผ่านการสร้างความมั่นคงในทรัพยากรบุคคลทางการท่องเที่ยว (IV5.1) ต่อการเพิ่มค่าใช้จ่ายชั้นกลาง (DV2.1)

อภิปรายผล

ในภาพรวมการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวกับการเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่ายุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์จัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์พัฒนา

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวซึ่งมีประสิทธิผลในระดับมาก แต่สามารถมีความสัมพันธ์และสามารถสนับสนุนการเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารในระดับปานกลาง โดยเฉพาะด้านรายรับของสถานประกอบการ มีรายรับในระดับปานกลาง และค่าใช้จ่ายชั้นกลางมีค่าใช้จ่ายในระดับปานกลาง ผลการศึกษาสอดคล้องกับ แนวคิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (World Tourism Organization, 1998, pp.21-22 อ้างถึงในเทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552, น.54) ที่กล่าวว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนเพื่อสนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวและชุมชนในแหล่งท่องเที่ยว โดยปกป้องและรักษาโอกาสให้กับคนในรุ่นต่อไป ในอนาคต ซึ่งจะนำไปสู่การจัดการทรัพยากรทั้งหมดที่จะสนองความต้องการด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม ในขณะที่จะสามารถธำรงรักษาเนื้อหาทางวัฒนธรรมกระบวนการทางนิเวศวิทยาที่จำเป็น ความหลากหลายทางชีวภาพและระบบอื่นๆ ที่เกี่ยวกับการเกื้อหนุนและระบบต่างๆที่เกื้อหนุนชีวิต พืช สัตว์และมนุษย์ทั้งหลาย ในหลัก 5 ประการ คือ 1) ทรัพยากรทางธรรมชาติ ทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ ทรัพยากรทางวัฒนธรรมและทรัพยากรอื่นๆ ในการท่องเที่ยวจะต้องได้รับการอนุรักษ์ไว้เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างต่อเนื่องในอนาคต โดยจะยังสามารถอำนวยความสะดวกให้แก่สังคมปัจจุบันได้ 2) จะต้องมีการวางแผนและจัดการในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อป้องกันมิให้เกิดปัญหาทางสิ่งแวดล้อมและสังคมวัฒนธรรมในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว 3) คุณภาพของสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยวโดยภาพรวมจะยังคงได้รับการรักษาไว้ได้ และปรับปรุงให้ดีขึ้นได้เมื่อจำเป็นที่จะต้องจัดทำ 4) จะต้องรักษาระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเอาไว้เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวนั้นจะยังคงสามารถรักษาความเป็นที่นิยมอยู่ได้และสามารถทำการตลาดต่อไปได้ และ 5) ผลประโยชน์ของการท่องเที่ยวจะต้องเผื่อแผ่หรือกระจายไปในทุกภาคส่วนของสังคม

โดยสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2552, น.59-60) ที่ได้กล่าวไว้ว่าการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเป็นกระบวนการในการปรับปรุงหรือฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวให้อยู่ในสภาพที่ดีขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น โดยอยู่บนฐานความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งเป็นสำคัญ ซึ่งกระบวนการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีดังนี้ 1) สำรวจแหล่งท่องเที่ยว โดยความร่วมมือของภาครัฐทั้งส่วนกลางและส่วนท้องถิ่นโดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นซึ่งเป็นเจ้าของท้องถิ่น ประชาชนในพื้นที่และภาคเอกชนร่วมสำรวจแหล่งท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงการสำรวจความพร้อมในฐานะเจ้าบ้านด้วยทั้งนี้เป็นการสำรวจว่าในท้องถิ่นดังกล่าวมีแหล่งท่องเที่ยวใดบ้างเป็นแหล่งท่องเที่ยวประเภทใด มีสภาพเป็นอย่างไรและจัดทำบัญชีรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวตลอดจนการสำรวจความพร้อมในด้านอื่นๆ ด้วย เช่น แรงงาน สาธารณูปโภคต่างๆ เป็นต้น 2) จัดแบ่งพื้นที่ในแหล่งท่องเที่ยวตามความเหมาะสมในการใช้งาน โดยจัดแบ่งให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและการใช้ประโยชน์ เช่น เขตพื้นที่สำหรับการบริการข้อมูลทางการท่องเที่ยว บริการธุรกิจท่องเที่ยว นันทนาการเพื่อการท่องเที่ยวพื้นที่หวงห้าม กิจกรรมพิเศษหรือกั้นกันเป็นต้น 3) กำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการทางการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวตามความเหมาะสมเพื่อบริการนักท่องเที่ยว โดยดำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของท้องถิ่นและไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม โดยคำนึงถึงภูมิสถาปัตย์ ความทนทาน การประหยัดพลังงาน ความสะดวกในการใช้งานและดูแลรักษาเป็นต้น 4) จัดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแหล่งท่องเที่ยว ตลอดจนการสรรหาล้างสิ่งดึงดูดใจต่างๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวโดยไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม 5) ประเมินขีดความสามารถทางการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อกำหนดจำนวน

นักท่องเที่ยวและประเภทนักท่องเที่ยวตามความเหมาะสม 6) ศึกษาผลกระทบของการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม 7) รวบรวมข้อมูลด้านต่างๆ ของแหล่งท่องเที่ยวและท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่แก่นักท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ ตามความเหมาะสมซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายต่อไป และ 8) จัดตั้งหน่วยงานรับผิดชอบในการดำเนินการ จัดหางบประมาณและแนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวโดยกระบวนการมีส่วนร่วมในเชิงพหุภาคี โดยเฉพาะความร่วมมือจากประชาชนในท้องถิ่น

โดยสอดคล้องกับคำให้สัมภาษณ์ของคุณสุชาติ ศรีสุวรรณภาพ ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ สำนักทะเบียนธุรกิจนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ กรมการท่องเที่ยว คุณดิษฎฐิวัชร ชีวรัตน์พร นายกสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว คุณเจริญ ว่างอนานนท์ เลขาธิการสมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว คุณสรยุทธ เจริญสิน อติตรองผู้ว่าการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านตลาดเอเชียและแปซิฟิกใต้ ที่ได้กล่าวในทำนองเดียวกันถึงยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ยุทธศาสตร์จัดการความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยวว่ายุทธศาสตร์การท่องเที่ยวทั้ง 4 ยุทธศาสตร์เป็นกิจกรรมที่สามารถนำเข้าเงินตราต่างประเทศโดยไม่ต้องพึ่งพาการนำเข้าเครื่องจักรและวัตถุดิบจากต่างประเทศ การท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงาน การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การค้า การลงทุน การพัฒนา การกระจายรายได้ การอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของประเทศ การท่องเที่ยวคิดเป็นประมาณร้อยละ 9.62 ของ GDP ของประเทศไทย การท่องเที่ยวนับเป็นอุตสาหกรรมที่เป็นรากฐานทางเศรษฐกิจของสังคมในปัจจุบัน การที่จะพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันและยั่งยืนได้นั้น จำเป็นต้องมีการพัฒนาองค์ประกอบของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวควบคู่กันไป ในทรัพยากรทางการท่องเที่ยว ธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและองค์ประกอบสนับสนุน

สรุปอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวว่าเป็นอุตสาหกรรมที่มีขอบเขตที่กว้างมาก และล้วนแต่มีความสำคัญต่อการสร้างความพึงพอใจแก่นักท่องเที่ยว ดังนั้น การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงควรครอบคลุมในทุก ๆ ด้าน เพื่อให้เกิดดุลยภาพในการพัฒนา อย่างไรก็ตามทั้ง 4 ท่าน ยังได้พูดถึงบทบาทของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของแต่ละอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ซึ่งส่วนใหญ่จะอยู่ภายใต้การดูแลรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐเพียงแห่งเดียวหรือหลายแห่ง ซึ่งมีทั้งที่มุ่งหมายเพื่อการท่องเที่ยวและมีได้มุ่งหมายเพื่อบริการนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะ จึงทำให้การพัฒนาเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร จึงจำเป็นที่มีหน่วยงานทำหน้าที่ในการพัฒนาอุตสาหกรรม โดยเฉพาะในส่วนที่เกี่ยวข้องกับด้านนโยบาย การพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว และการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันเป็นหน้าที่ความรับผิดชอบของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จากข้อค้นพบเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพที่สอดคล้องไปในทิศทางเดียวกับข้อค้นพบเชิงปริมาณ จึงสามารถสร้างตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดสุพรรณบุรี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดสุพรรณบุรี ควรนำยุทธศาสตร์การจัดการยุทธศาสตร์กระตุ้นตลาดการท่องเที่ยวทั้งตลาดภายในประเทศและต่างประเทศ มาเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันการท่องเที่ยว ด้วยการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน สร้างสรรค์กิจกรรมหรือรูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าทางการท่องเที่ยว เสริมสร้างโอกาสและแรงจูงใจเพื่อการพัฒนาการค้าหรือการลงทุนด้านการท่องเที่ยว สร้างสภาพแวดล้อมหรือพัฒนาระบบสนับสนุนการตลาดท่องเที่ยว สร้างความมั่นใจแก่นักท่องเที่ยวด้วยการบริหารวิกฤติอำนวยความสะดวก หรือให้ความปลอดภัย รวมถึงการเพิ่มบทบาทการเป็นผู้นำด้านการท่องเที่ยวในเวทีโลก ด้วยการผลักดันความร่วมมือทางเศรษฐกิจระหว่างประเทศเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว และสร้างพันธมิตรและขยายความร่วมมือด้านการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้านและในภูมิภาค

ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเชิงบริหาร โดยนำยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวทั้ง 4 ยุทธศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับการเพิ่มมูลค่าการบริการสาขาโรงแรมและภัตตาคารมาดำเนินการให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืน ดังนี้

1. ควรผลักดันยุทธศาสตร์ส่งเสริมการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ เพื่อพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวมีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับสากล ด้วยการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ/ประวัติศาสตร์/วัฒนธรรม/การเกษตรหรือแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ให้มีความยั่งยืนสมดุลกับสภาพแวดล้อม ประชาสัมพันธ์/การสร้างหรือเผยแพร่ภาพลักษณ์ด้านการท่องเที่ยวเพื่อยกระดับความเชื่อมั่นให้นักท่องเที่ยว
2. ควรผลักดันยุทธศาสตร์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้วยการฟื้นฟูและบูรณะทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้เอื้ออำนวยประโยชน์อย่างยั่งยืนให้อยู่ในเกณฑ์มาตรฐานการบริหาร/จัดการทรัพยากรธรรมชาติภายใต้การมีส่วนร่วมของชุมชน ในการสร้างหรือพัฒนาปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด
3. ควรผลักดันยุทธศาสตร์ขจัดความยากจนของชุมชนด้วยการท่องเที่ยว เพื่อช่วยให้ประชาชนในท้องถิ่นมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการท่องเที่ยว ด้วยการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน และการพัฒนาขีดความสามารถของชุมชนให้สามารถพัฒนารูปแบบสินค้าและบริการท่องเที่ยว
4. ควรผลักดันยุทธศาสตร์พัฒนาผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อสร้างความมั่นคงในทรัพยากรบุคคลทางการท่องเที่ยว ด้วยการเสริมสร้างคุณธรรมและจริยธรรม รวมทั้งการมีจิตใจในการให้บริการให้กับบุคลากรด้านการท่องเที่ยว การเร่งพัฒนาศักยภาพแรงงานวิชาชีพหรือบุคลากรด้านการท่องเที่ยว และการส่งเสริมให้เกิดการเคลื่อนย้ายแรงงานด้านการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

1. ควรมีการศึกษายุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของจังหวัดอื่น
2. ควรมีการนำตัวแบบยุทธศาสตร์การจัดการการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพในระดับสูงมากไปเผยแพร่กับหน่วยงานที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการจัดทำยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวในภาคตะวันตก เพื่อให้เพิ่มมูลค่าการบริการของสาขาโรงแรมและภัตตาคารของภาคตะวันตกให้สูงขึ้น และเกิดการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว. (2555). *ยุทธศาสตร์กรมการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยว พ.ศ.2555-2559*.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2554). *นโยบายของคณะกรรมการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย พ.ศ.2550-2554*. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- ข้อมูลจังหวัดสุพรรณบุรี. (2555). สืบค้น14 พฤศจิกายน 2555, จาก <http://www.suphan.biz/hotelsuphan.htm>
- ข้อมูลพื้นฐานภาคตะวันตกและจังหวัดกาญจนบุรี. (2554). *ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดกาญจนบุรีและจังหวัดสุพรรณบุรี*. สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2555, จาก <http://www.scribd.com/doc/76654330/>.
- ข้อมูลด้านการท่องเที่ยวและสถานที่สำคัญของจังหวัดสุพรรณบุรี. (2555). สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2555, จาก http://www.apecthai.org/apec/th/th_provinces3.php?re=CE &id=108.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2552). *เกาะช้าง การท่องเที่ยวทางทะเลบนฐานความรู้*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- วิมลมาศ ปฐมวณิชกุล. (2548). *การประชาสัมพันธ์ทางการตลาด*. มหาสารคาม : คณะวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว. (2555). *คณะกรรมการบริหาร*. กรุงเทพฯ : สมาคมไทยธุรกิจการท่องเที่ยว.
- สำนักงานคลังจังหวัดสุพรรณบุรี. (2554). *ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดสุพรรณบุรี ณ ราคาประจำปี พ.ศ.2546-2553*. กรุงเทพฯ : สำนักงานคลังจังหวัดสุพรรณบุรี.
- อนูรัตน์ อินทร. (2551). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดเชียงรายเป็นศูนย์กลางเชื่อมโยงในอนุภูมิภาคุ่มแม่น้ำโขงตอนบน*. ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขายุทธศาสตร์การพัฒนากุภูมิภาค. เชียงราย : มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย.
- Bangkok Post. (2001). April 25, 2001,p 2.
- Newstrom, J. W. & Davis, K. (2002). *Managing Behavior in Organizations*. New York: HarperCollins.
- Sallis, E. & Jones, G. (2002). *Knowledge Management in Education*. London : London Kogan page.
- Wilson, B. (2002). *Innovation Curriculum*. In The Second International Forum on Education reform : Key Factors in Effective Implementation. pp. 1-9 Bangkok:Photocopied.