



ห่วงโซ่อุปทานของกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง Supply Chain of Snorkeling Activities in Trang Province

จุติมา บุญมี¹ และ กันติมาลย์ จินดาประเสริฐ²
Jutima Boonmee¹ and Kantimarn Chindaprasert²

Article History

Receive: December 4, 2023

Revised: February 6, 2024

Accepted: February 7, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง ซึ่งมีความสำคัญต่อการประสานภายในห่วงโซ่อุปทานให้เกิดการเคลื่อนไหวด้านข้อมูลและด้านการบริการที่ต่อเนื่อง ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวในจังหวัดตรัง จำนวน 7 คน และผู้เกี่ยวข้องในกิจกรรมดำน้ำตื้น จำนวน 34 คน สัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลตามกรอบแนวคิด SIPOC (ผู้จัดหา การนำเข้า กระบวนการ การส่งออก และลูกค้า) ผลการวิจัยพบว่า ห่วงโซ่อุปทานของกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในด้านผู้จัดหา จำนวน 10 รายการ ด้านการนำเข้า จำนวน 5 กิจกรรม ด้านกระบวนการ จำนวน 9 กิจกรรม ด้านการส่งออก จำนวน 5 ช่องทาง และด้านลูกค้า จำนวน 7 กลุ่ม แสดงให้เห็นถึงภาพรวมการจัดการภายในห่วงโซ่อุปทานของกิจกรรมดำน้ำตื้นที่เป็นระบบ มีการเชื่อมโยงกระบวนการต่างๆ ของห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ระดับต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ แสดงลักษณะกระบวนการผลิตสินค้าและบริการสู่การส่งมอบไปยังนักท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรังครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการนำเที่ยวและผู้ที่เกี่ยวข้องนำไปใช้เป็นข้อมูลในการจัดกิจกรรมดำน้ำตื้นให้นักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : องค์ประกอบ ; ห่วงโซ่อุปทาน ; การท่องเที่ยวทางทะเล ; กิจกรรมดำน้ำตื้น ; จังหวัดตรัง

¹ นิสิตปริญญาเอก สาขาการจัดการการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, Doctoral Student in Tourism and Hotel Management, Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, Assistant Professor, Faculty of Tourism and Hotel Management, Mahasarakham University

ABSTRACT

This research aimed to study the supply chain's components of snorkeling activity in Trang Province, which were important for coordination within the supply chain and caused movements in the aspects of information and services flow continually. The methodology used in this study was qualitative research. The key informants consisted of 2 groups including 7 representatives of tourism entrepreneurs in Trang Province and 34 related persons in snorkeling activities. Data was collected using an in-depth and semi-structured interview, after that, the data was analyzed according to SIPOC model (supplier, input, process, output, customer). The study found that the supply chain of snorkeling activities in Trang Province had components in aspect of supplier 10 items, input 5 items, process 9 items, output 5 items, and customer 7 items. It indicated that the overview of management within the supply chain of snorkeling activities was systematic, The processes of supply chain were linked upstream, midstream, and downstream, and this showed characteristics of processes from production of goods and services to delivering them to tourists. Data on the components of supply chain snorkeling activities in Trang Province would be useful for tourism entrepreneurs and stakeholders to utilize it as information to organize snorkeling activities for tourists more efficiently.

Keywords : Components ; Supply Chain ; Marine Tourism ; Snorkeling Activities ; Trang Province

บทนำ

แนวคิดห่วงโซ่อุปทาน (Supply chain) ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์ภาพรวมของผู้ที่เกี่ยวข้องและการดำเนินงานทั้งหมดในกระบวนการผลิตสินค้าและบริการเพื่อส่งไปยังลูกค้า โดยแสดงให้เห็นกระบวนการตั้งแต่จุดเริ่มต้นไปจนถึงจุดปลายทาง ซึ่งเป็นจุดที่ลูกค้าจะได้รับสินค้าตามที่ต้องการ ระหว่างทางจะมีการประสานและเชื่อมโยงทุกกระบวนการและทุกกิจกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป้าหมายที่สำคัญของห่วงโซ่อุปทาน คือ การลดต้นทุนในการผลิตให้ต่ำที่สุดแต่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่าของสินค้าและบริการที่ลูกค้าจะได้รับ แนวคิดห่วงโซ่อุปทานได้นำมาใช้กับหลายภาคอุตสาหกรรม (Ivanov, Tsipoulanidis and Schönberger, 2019) ซึ่งหากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน เข้าใจองค์ประกอบภายในห่วงโซ่อุปทานก็สามารถบูรณาการหลายภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อทำงานร่วมกันอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีการเติบโตอย่างรวดเร็ว ก็ได้นำแนวคิดห่วงโซ่อุปทานมาปรับใช้ ซึ่งเรียกว่า ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism supply chain) (Ministry of Tourism and Sports, 2020) โดยกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพภายในองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน โดยภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จะประกอบด้วย องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลากหลายซึ่งมีส่วนช่วยให้เกิดการขับเคลื่อนภายในห่วงโซ่ แต่ลักษณะห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จะมีความแตกต่างกับห่วงโซ่อุปทานทั่วไป ตรงที่ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว จะมุ่งให้ความสำคัญกับการรวบรวมสินค้าต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งมอบตามความต้องการของนักท่องเที่ยว และทำให้เกิดความพึงพอใจ ทั้งนี้ ในกระบวนการของห่วงโซ่อุปทาน จะดำเนินงานเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนอยู่ 2 ด้านที่สำคัญ คือ การเคลื่อนไหวด้านข้อมูล (Information Flow) และการเคลื่อนไหวด้านการบริการ (Service Flow) (Song, 2012 ; Quayle, 2006) ซึ่งจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องพบว่า ปัญหาที่สำคัญในการดำเนินงานภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ยังขาดการเคลื่อนไหวด้านข้อมูลและด้านการบริการที่ต่อเนื่อง และสามารถแก้ไขปัญหาได้ ด้วยการประสานงานที่มีประสิทธิภาพภายในองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน โดยต้องรู้ว่าภายในห่วงโซ่อุปทานมีองค์ประกอบอะไรบ้างมีความเกี่ยวข้อง และมีบทบาทและหน้าที่อย่างไร ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้การประสานภายในองค์ประกอบ มีการเคลื่อนไหวอย่างต่อเนื่องและเกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน (Gopalakrishnan, Peters and Vanzetti, 2020 ; Hoque. et al, 2020 ; Kaosa-ard, 2020)

การท่องเที่ยวทางทะเลของจังหวัดตรังมีศักยภาพที่โดดเด่น โดยเฉพาะความสมบูรณ์ของทรัพยากรใต้ท้องทะเล โดยจังหวัดตรังจัดอยู่ในแหล่งดำน้ำระดับกลาง เหมาะต่อการทำกิจกรรมดำน้ำตื้น (Snorkeling หรือ Skin Diving) ซึ่งเป็นลักษณะการดำน้ำตื้นที่มีความลึกไม่เกิน 0.9 เมตร เป็นแหล่งที่อยู่ของปะการังหลายชนิดที่อุดมสมบูรณ์และสวยงาม มีพืชและสัตว์ใต้น้ำประเภทอื่นๆ ประกอบกับกระแสลมไม่รุนแรง และน้ำใสสะอาดเป็นกิจกรรมที่สามารถเรียนรู้เกี่ยวกับพืช



และสัตว์น้ำ ได้ใกล้ชิดและเพลิดเพลินกับธรรมชาติได้ทะเลที่มีสีสันสวยงาม โดยโปรแกรมดำน้ำขึ้นในจังหวัดตรังที่เป็นที่นิยมมากที่สุด คือ โปรแกรมทะเลตรัง (One Day Trip) 3 เกาะ 1 ถ้ำ ได้แก่ ถ้ำมรกต เกาะมุกด์ เกาะกระดาน และเกาะเชือก โดยมีการออกเรือทุกวันในช่วงฤดูการท่องเที่ยว ช่วงเดือนตุลาคมถึงเดือนพฤษภาคมของทุกปี และค่าบริการนำเที่ยวแตกต่างกันไปตามเงื่อนไขของแต่ละบริษัทนำเที่ยว ทำให้กิจกรรมดำน้ำขึ้นในจังหวัดตรัง เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่สำคัญ ซึ่งสร้างรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ แต่อย่างไรก็ตามการให้บริการกิจกรรมดำน้ำขึ้น ยังพบปัญหาและจุดอ่อนที่สำคัญ คือ ปัญหาด้านการแข่งขันของราคาค่าบริการ เนื่องจากรายละเอียดของโปรแกรมดำน้ำส่วนใหญ่จะคล้ายคลึงกัน แทบไม่มีความแตกต่าง จึงมีการลดราคาเพื่อให้สามารถขายสินค้าและบริการได้ ตามช่วงเวลาที่ยากที่สุดของฤดูกาลท่องเที่ยวทางทะเล (Tourism Authority of Thailand, 2020) ผลที่ตามมาคือ การแข่งขันเพื่อให้สามารถขายสินค้าและบริการของตนเองได้ ทำให้ขาดการประสานและความต่อเนื่องภายในห่วงโซ่อุปทาน โดยขาดการส่งต่อด้านข้อมูลและการบริการต่อกัน ซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนภายในห่วงโซ่ (Gopalakrishnan, Peters and Vanzetti, 2020 ; Hoque. et al, 2020) และจากเหตุการณ์ COVID-19 ที่เกิดขึ้น ยิ่งทำให้เห็นชัดถึงการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นระบบที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน เมื่อได้รับผลกระทบใดก็ตาม ก็จะส่งผลกระทบทั้งห่วงโซ่ (Ministry of Tourism and Sports, 2020) การศึกษาองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน จะทำให้เข้าใจภาพรวมของกระบวนการที่เกิดขึ้นทั้งหมด ตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบไปจนถึงลูกค้า ตามกรอบแนวคิดของ SIPOC ประกอบด้วย 1) ผู้จัดหา (Supplier) 2) การนำเข้า (Input) 3) กระบวนการ (Process) 4) การส่งออก (Output) และ 5) ลูกค้า (Customer) (Foris, Florescu, Foris and Barabas, 2020) ซึ่งนับว่ามีความสำคัญต่อผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว ที่จะนำองค์ประกอบเหล่านั้นมาจัดการ เพื่อให้เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพภายในห่วงโซ่อุปทาน เกิดการเคลื่อนไหวด้านข้อมูลและการบริการอย่างต่อเนื่อง โดยให้ความสำคัญกับการบูรณาการการทำงานร่วมกันภายในทุกห่วงโซ่ เพื่อให้เกิดการส่งมอบสินค้าและบริการที่มีคุณภาพ นักท่องเที่ยวประทับใจจากการใช้บริการนั้นๆ (Darmawan, Maulida and Nasito, 2021 ; Song, 2012) โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนการสนับสนุนจากเงินอุดหนุนการวิจัยจากงบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ 2565 คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งเป็นการศึกษาองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน ที่จะช่วยให้ผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำขึ้นได้ทราบข้อมูลองค์ประกอบที่สำคัญ และนำข้อมูลเหล่านั้นไปจัดกิจกรรมดำน้ำขึ้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ พร้อมๆกับมีความสามารถในการแข่งขันท่ามกลางสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงต่อไปได้

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาองค์ประกอบ SIPOC ของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำขึ้นในจังหวัดตรัง

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว

ห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว คือ การรวม การประสาน การดำเนินงานของธุรกิจที่ผลิตสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ซึ่งสินค้าและบริการท่องเที่ยวจะมีความแตกต่างกับสินค้าประเภทอื่น และมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลากหลาย มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนในงานบริการ จากจุดเริ่มต้นจนถึงปลายทางคือ นักท่องเที่ยว และผู้ที่มีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนให้เกิดการนำสินค้าและบริการไปสู่นักท่องเที่ยว รวมเรียกว่า องค์ประกอบในห่วงโซ่อุปทาน โดยในแต่ละองค์ประกอบจะพิจารณาจากสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้องว่ามีอะไรบ้าง และใครเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการนั้น Tapper and Font (2004) ; Kaosa-ard (2020) อธิบายไปในทางเดียวกันถึงองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยวว่ามีส่วนต่างๆ ที่สำคัญซึ่งทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวตั้งแต่ จุดเริ่มต้นของการเดินทางไปจนถึงจุดสิ้นสุดของการเดินทาง มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ ทรัพยากรการท่องเที่ยว การขนส่ง ที่พัก อาหารและเครื่องดื่ม กิจกรรมการท่องเที่ยว และการบริการอำนวยความสะดวกต่างๆ เป็นต้น โดยส่วนใหญ่สินค้าและบริการต่างๆ จะถูกนำเสนอขายในรูปแบบแพ็คเกจทัวร์ (Package Tour) ซึ่งรวมสินค้าและบริการต่างๆ ไว้ในโปรแกรม และคิดราคาแบบเหมาจ่าย โดยรวมทุกอย่างไว้แล้ว ทำให้ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว (Tour Operators) จึงเป็นผู้ที่มีหน้าที่หลักในการรวบรวมสินค้าและบริการต่างๆ เพื่อส่งมอบไปยังนักท่องเที่ยวทำให้เกิดการขับเคลื่อน เชื่อมโยงและประสานภายในห่วงโซ่อุปทาน เช่นเดียวกับกิจกรรมดำน้ำขึ้นของจังหวัดตรังที่มีลักษณะการดำเนินงานในรูปแบบของห่วงโซ่อุปทานคือ เริ่มตั้งแต่ผู้จัดหา จัดหาสินค้าและบริการต่างๆ ส่งมอบให้กับผู้ประกอบการนำเที่ยว นำไปรวบรวมเป็นโปรแกรมดำน้ำขึ้นเพื่อนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้เกิดการรับรู้ผ่านช่องทางต่างๆ ก่อนการตัดสินใจมาใช้บริการ ซึ่งการดำเนินงานให้มีประสิทธิภาพภายในห่วงโซ่อุปทานของการท่องเที่ยว

คือ การจัดการทุกกิจกรรมภายในห่วงโซ่อุปทานให้มีการเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่อง (Flow) โดยไม่สะดุดหรือเกิดอุปสรรคในจุดใด เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงภายในห่วงโซ่อุปทานและกระบวนการต่างๆ ดำเนินตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ (Foris et al, 2020 ; Gopalakrishnan, Peters and Vanzetti, 2020; Hoque et al, 2020)

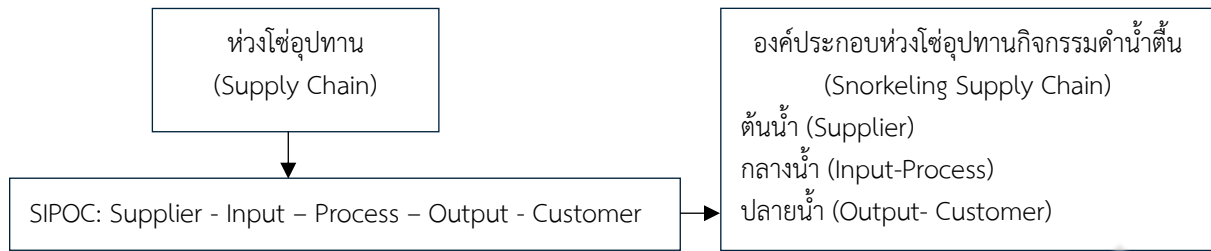
การท่องเที่ยวดำน้ำตื้นของจังหวัดตรัง

การท่องเที่ยว (Tourism) เป็นกิจกรรมการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนและทำกิจกรรมตามความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งสถานที่เดินทางไปนั้นถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว ซึ่งมีทั้งทรัพยากรทางธรรมชาติและทรัพยากรทางประวัติศาสตร์ที่มนุษย์สร้างขึ้น การเดินทางจึงมีหลากหลายรูปแบบ ซึ่งเกิดขึ้นจากลักษณะเหตุจูงใจและพฤติกรรมของแต่ละบุคคล โดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ สามารถทำกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การท่องเที่ยวเชิงผจญภัย การท่องเที่ยวทางทะเล เป็นต้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวทางทะเล นับเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวนิยม เช่น การดำน้ำตื้น (Snorkeling) ซึ่งเป็นการดำน้ำเพื่อชื่นชมปะการังและสัตว์น้ำใต้ท้องทะเล โดยใช้อุปกรณ์ หน้ากากดำน้ำ ท่อหายใจ และฟิน นับว่าเป็นที่นิยมในกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบโลกใต้ทะเล เนื่องจากนักท่องเที่ยวสามารถไปดำน้ำ และใช้ทักษะในการดำน้ำที่ไม่ซับซ้อน ระดับน้ำที่ดำลงไปไม่ลึกมาก นักท่องเที่ยวที่สนใจสามารถดำน้ำได้ โดยไม่ต้องผ่านการเรียนเพื่อฝึกปฏิบัติและการทดสอบเหมือนการดำน้ำลึก หาชื้อหรือเช่าอุปกรณ์ได้ง่าย โดยอุปกรณ์สำคัญที่ใช้ในการดำน้ำตื้น ประกอบด้วย หน้ากากดำน้ำ (Mask) ท่อหายใจ (Snorkel) ชูชีพ (Life Vest) และตีนกบ (Fin) ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถนำอุปกรณ์เหล่านี้ไปดำน้ำได้เลยตามโปรแกรมนำเที่ยวที่ให้บริการในแต่ละพื้นที่ (Arjarasirikoon, 2021) และกิจกรรมดำน้ำตื้น นับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวทางทะเลที่สำคัญของจังหวัดตรัง โดยอยู่ในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาติหาดเจ้าไหม ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ 2 อำเภอ ได้แก่ อำเภอสิเกาและอำเภอกันตัง โดยมีทรัพยากรทางทะเลที่ยังคงความอุดมสมบูรณ์ และมีความสวยงามตามธรรมชาติ ทำให้จังหวัดตรังเป็นที่รู้จักและมีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความเป็นธรรมชาติ อุดมสมบูรณ์และมีความสงบ เหมาะแก่การมาพักผ่อนดำน้ำดูปะการัง นับว่าเป็นกิจกรรมที่นิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดตรัง โดยมีโปรแกรมดำน้ำซึ่งจัดรวมเป็นแพ็คเกจบริการแก่นักท่องเที่ยว ซึ่งโปรแกรมที่นิยม ได้แก่ 1) เกาะมุกด์และถ้ำมรกต จุดเด่น คือ การลอยตัวโดยจับเชือกเข้าไปในถ้ำ 2) เกาะกระดาน จุดเด่น คือ หาดที่สวยงามและทรายที่ขาวละเอียด 3) เกาะเชือก จุดเด่น คือ มีน้ำทะเลใสและปะการังหลากสี (Tourism Authority of Thailand, 2020) ทำให้การท่องเที่ยวจังหวัดตรังเกิดการพัฒนาดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะกิจกรรมดำน้ำตื้นซึ่งเป็นกิจกรรมที่มีลักษณะเป็นห่วงโซ่อุปทาน เชื่อมโยงและประสานกับธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมดำน้ำตื้นที่มีคุณภาพส่งมอบการบริการที่ประทับใจแก่นักท่องเที่ยว

จากการทบทวนวรรณกรรมที่กล่าวมาข้างต้น พบว่ายังมีการนำแนวคิดห่วงโซ่อุปทานมาปรับใช้ในธุรกิจดำน้ำตื้นไม่มากนัก ซึ่งกิจกรรมดำน้ำตื้นนับเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ สร้างรายได้ให้กับประเทศจำนวนมาก การจัดการกิจกรรมดำน้ำตื้น โดยทราบองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานจะช่วยให้การดำเนินงานนั้นเกิดประสิทธิภาพ สามารถบริหารจัดการในแต่ละองค์ประกอบภายในห่วงโซ่อุปทานได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

เป็นการศึกษาตามกรอบแนวคิดองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้น ตามแนวทางของ Foris et al (2020) เป็นหลัก โดยศึกษาถึงองค์ประกอบที่อยู่ภายในห่วงโซ่อุปทาน (SIPOC) 5 องค์ประกอบ คือ 1) ผู้จัดหา (Supplier) 2) การนำเข้า (Input) 3) กระบวนการ (Process) 4) การส่งออก (Output) และ 5) ลูกค้า (Customer) วิเคราะห์เพื่อให้ทราบข้อมูลองค์ประกอบ เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการดำเนินงานให้กับผู้ประกอบการและผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานต่อไป ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นการคัดเลือกจากกลุ่มประชากร ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่จดทะเบียนธุรกิจนันทนาการในจังหวัดตรัง ซึ่งมีการเก็บรวบรวมข้อมูลล่าสุดจากสำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรังในปี พ.ศ.2563 พบว่ามีผู้ประกอบการที่จดทะเบียนธุรกิจนันทนาการ จำนวน 83 บริษัท จึงคัดเลือกตามกรอบการศึกษาได้ผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 คือ ตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจนันทนาการในจังหวัดตรัง จำนวน 7 คน เลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้ที่ขับเคลื่อนหลักในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และกลุ่มที่ 2 เลือกแบบแนะนำ (Snowball) ต่อจากกลุ่มที่ 1 เป็นผู้เกี่ยวข้องในกิจกรรมดำน้ำตื้น เนื่องจากพบว่ามีความเกี่ยวข้องและมีความสำคัญในห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้น โดยทำการสัมภาษณ์ในฐานะเป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญจนพบความอิ่มตัวของข้อมูล (Data Saturation) ซึ่งถือว่าข้อมูลที่เก็บมาได้นั้นมีความเพียงพอแล้ว จึงได้ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 34 คน รวมทั้ง 2 กลุ่ม จำนวน 41 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง โดยกำหนดประเด็นตามกรอบ SIPOC ได้แก่ ด้านผู้จัดหา การนำเข้า กระบวนการ การส่งออก และลูกค้า ซึ่งเป็นแนวคิดที่ช่วยในการระบอบองค์ประกอบที่สำคัญภายในห่วงโซ่อุปทานของกิจกรรมดำน้ำตื้น ซึ่งสอดคล้องกับภาคอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีลักษณะการดำเนินงานเป็นห่วงโซ่ มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องหลายภาคส่วน ทำงานประสานและเชื่อมโยงกัน เพื่อส่งมอบกิจกรรมการท่องเที่ยวแก่นักท่องเที่ยว โดยผ่านการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน ที่มีความเชี่ยวชาญด้านการจัดการการท่องเที่ยว และผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคน เลขที่การรับรอง 330-338/2564

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ณ ท่าเรือหาดปากเมง และจุดดำน้ำตื้น ณ เกาะมุกด์ ถ้ำมรกต เกาะกระดาน และเกาะเชือก จังหวัดตรัง ประเทศไทย ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล เริ่มเดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2564 ถึงเดือนเมษายน พ.ศ.2565

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยทำการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายๆ แหล่งในเรื่องหรือประเด็นเดียวกัน ประกอบด้วย 3 แหล่ง คือ ด้านเวลา ด้านสถานที่ และด้านบุคคล เพื่อตรวจสอบว่าหากเก็บข้อมูลจากทั้ง 3 แหล่งที่แตกต่างกัน ข้อมูลจะมีความเหมือนและตรงกันหรือไม่ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยจัดกลุ่มข้อมูล กำหนดคำหลัก วิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และวิเคราะห์คำหลัก (Domain Analysis) เพื่อสร้างข้อสรุปชั่วคราว จากนั้นทำบทสรุปร่วมกับกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัยและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง พบว่า มีองค์ประกอบตามกรอบแนวคิด SIPOC ครบทุกองค์ประกอบ ตั้งแต่ผู้จัดหา การนำเข้า กระบวนการ การส่งออก และลูกค้า ซึ่งผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้ให้ข้อมูลสอดคล้องไปในทางเดียวกัน โดยยกตัวอย่างข้อมูลดังกล่าวไว้ในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง

คำหลัก	ความสัมพันธ์	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การขนส่ง	ผู้จัดหา	“...เราจะเช็คข้อมูลการเดินทางของลูกค้าเป็นระยะ รถไฟ เครื่องบิน รถตู้ รถส่วนตัว...” (T2 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...เช่ารถ จอเรือ รถตู้ ที่ลูกค้าต้องการ...” (T7 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
ที่พัก	ผู้จัดหา	“...เราก็จะส่งลูกค้าไปทุกๆ โรงแรม ...” (T3 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...ของเรามีที่พัก ที่สามารถจัดแพ็คเกจได้...” (T4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
เรือนำเที่ยว	ผู้จัดหา	“...เรือจะมีหลายขนาด แต่ที่เราใช้อยู่ปัจจุบัน คือ 80 ที่นั่ง กับ 120 ที่นั่ง...” (T1 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...เรือหางยาวเหมาไป ก็จะไม่เกิน 10 คน 15 คน ...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
อุปกรณ์ดำน้ำตื้น	ผู้จัดหา	“...อุปกรณ์ที่จำเป็นในการดำน้ำ เสื้อชูชีพ สนิทเกิล...” (T7 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...หน้ากาก ท่อหายใจ ต้องตรวจสอบยางรั่ว และความพร้อมใช้งาน...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
อาหารและเครื่องดื่ม	ผู้จัดหา	“...เรื่องอาหารที่จะเตรียมไปบนเรือ เราก็ต้องลิสเมนูเลยว่าอาหารที่จะเตรียมไปบนเรือมีอะไรบ้าง มีกับข้าวก็อย่าง...” (T5 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...อาหารนี้ก็จะเป็นแบบบุฟเฟต์ มี 3-4 อย่าง ผลไม้ เครื่องดื่ม กาแฟ โอวัลติน อาหารว่าง...” (S6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
รายการนำเที่ยว	ผู้จัดหา	“...3 เกาะ 4 จุดตามโปรแกรม เกาะมุกด์ ถ้ำมรกต เกาะกระดาน เกาะเชือก...” (S1 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...เรื่องโปรแกรม ก็จะไปเหมือนๆ กัน ถ้ำมรกต เกาะกระดาน เกาะเชือก...” (S7 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
การประกันภัย	ผู้จัดหา	“...ประกันภัย คือ สิ่งสำคัญที่เราพลาดไม่ได้เลย ต้องขอรายละเอียดประกันทันทีทุกคนต้องทำประกันภัย...” (S2 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ขอข้อมูลลูกค้า เลขบัตรประชาชนก่อนล่วงหน้าเพื่อส่งให้บริษัท...” (S22 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)



ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำหลัก	ความสัมพันธ์	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
มัคคุเทศก์	ผู้จัดหา	“...ไกด์ 1 คน ดูแลนักท่องเที่ยว 10-15 หรือ 20 คน แล้วแต่กลุ่มลูกค้าด้วย...” (S5 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...ไกด์ต้องมีการประสบการณ์ในการดำเนินหน้าที่มาก่อน ส่วนใหญ่ไกด์ท้องถิ่น...” (S3 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
ค่าธรรมเนียมอุทยาน	ผู้จัดหา	“...เรารวมค่าอุทยานเข้าไปด้วยเลย ค่าอุทยานคนไทย 40 บาทต่อคน ชาวต่างชาติ 200 บาทต่อคน...” (S1 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ค่าธรรมเนียมอุทยาน จะรวบรวมตามจำนวนลูกค้า และจ่ายที่ท่าเรือเลย...” (T5 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
ของที่ระลึก	ผู้จัดหา	“...ของเราเน้นขายเสื้อผ้า ของชำ ของที่ระลึก เป็นมินิมาร์ท...” (S22 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...มีร้านขายอยู่โซนริมหาด หรือรูปถ่ายตอนขึ้นเรือ...” (S3 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
การวางแผนงาน	การนำเข้า	“...การที่เราได้พูดคุยกับลูกค้าก่อน ได้เห็นโปรแกรมก่อนก็จะช่วยให้เยอะ...” (S34 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ถ้ามีชุดข้อมูลไว้ตอบคำถามลูกค้าจะดีมาก เช่น ไปที่ไหน พักที่ไหน เดินทาง อย่างไร ราคาเท่าไร...” (T3 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
ติดต่อกับผู้เกี่ยวข้อง	การนำเข้า	“...พนักงานทุกคนต้องรู้หมด เราจะรู้คนเดียวไม่ได้ ทุกคนต้องเป็นหมด...” (S32 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ในการทำงานต้องไปติดต่อกับใครที่ไหนควรต้องทราบ...” (S4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
เตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในโปรแกรม	การนำเข้า	“...อุปกรณ์ดำน้ำจะเป็นของบริษัทซึ่งมีครบหมดแล้ว ซึ่งเราต้องทำความสะอาด ฆ่าเชื้อ...” (T3 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...เสื้อชูชีพต้องเตรียมให้พอกับจำนวนคนเลย...” (S6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
จัดหามัคคุเทศก์	การนำเข้า	“...เราเลือกตามความสามารถ หากดำน้ำเก่ง ดำน้ำได้ก็จะดีหน่อย...” (S25 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...เรื่องของไกด์ จะต้องดูจำนวนลูกค้า หลักเกณฑ์ของเราลูกค้า 15 คน ต่อไกด์ 1 คน ซึ่งไกด์จะต้องมีบัตรมัคคุเทศก์...” (S3 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
เตรียมพนักงาน ในการต้อนรับ และให้บริการ	การนำเข้า	“...ในส่วนของเรา มีคนขับเรือ ดูแลเรือ ส่วนของไกด์ที่พานักท่องเที่ยวไปดำน้ำ ส่วนของแม่ครัวที่จะต้องเตรียมอาหารลงไปให้นักท่องเที่ยว ก็จะช่วยๆ กัน...” (S4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...บางกรุ๊ปก็มีการไกด์ชุดเดิม เราก็ต้องประสานมาให้...” (S30 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำหลัก	ความสัมพันธ์	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
การต้อนรับ	กระบวนการ	“...เมื่อนักท่องเที่ยวมาถึง เราเตรียมสถานที่ลงทะเบียน และจุดบริการห้องน้ำ...” (T7 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...จุดต้อนรับจะอยู่บริเวณด้านหน้าเลย ลูกค้ามาถึงเราก็ขอดูใบจอง...” (T1 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
ลงทะเบียน	กระบวนการ	“...ดำเนินการตามมาตรการ ดูรายละเอียดว่าสองเข็ม หมอพร้อม ฉีดพ่นทำความสะอาดฆ่าเชื้อบริเวณต่างๆ เช็ดแอลกอฮอล์...” (T1 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...การลงทะเบียนก่อนลงเรือ เขียนรายชื่อ สกูล อายุ เลขบัตรประชาชน เรามีการส่งประกันก่อนที่จะลงเรือ อย่างน้อยครึ่งชั่วโมงก่อนลงเรือ...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
การบริการ	กระบวนการ	“...งานบริการของเราต้องใช้คน เรือต้องมีความพร้อม คนที่นำไปเที่ยวต้องมีประสบการณ์ บุคลากรที่ให้บริการต้องสามารถสร้างความประทับใจได้...” (T4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...เราจะมีแบ่งพนักงานเพื่อให้ดูแลลูกค้าได้อย่างทั่วถึง...” (S11 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
การนำเที่ยว	กระบวนการ	“...กิจกรรมดำน้ำ 90 เปอร์เซ็นเลยที่เราจะต้องบริการให้ลูกค้าประทับใจ...” (T2 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...จุดเข้าถ้ำมรกต ดำน้ำที่เกาะกระดาน ที่ลูกค้าชอบมาก...” (T3 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
การดูแลความปลอดภัย	กระบวนการ	“...เราจะมีบริการแจ้งลูกค้าในเรื่องพื้นที่บริเวณดำน้ำ พยายามดำน้ำในจุดที่เหมาะสม อย่าไปไกลเกิน และเน้นย้ำให้ใส่ชูชีพให้ดี...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...เราจะมีบริการแจ้งลูกค้าในเรื่องพื้นที่บริเวณดำน้ำ พยายามดำน้ำในจุดที่เหมาะสม อย่าไปไกลเกิน และเน้นย้ำให้ใส่ชูชีพให้ดี...” (S22 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
การบริการอาหารและเครื่องดื่ม	กระบวนการ	“...เราจะมีบริการอาหารเข้าอยู่แล้ว อาหารเที่ยงอาหารว่างตลอดการเดินทาง...” (T5 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...อาหารเที่ยงแบบบุฟเฟต์ เป็นตัวดึงดูดได้ดีเลย...” (T4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
การประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง	กระบวนการ	“...หากเป็นลูกค้าที่จองส่วนตัวมา ถ้าเขาจะขอไปตรงนั้น ตรงนั้นก็จะให้ลูกน้องขับเรือไปเรื่อยๆ...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...พนักงานต้องทราบว่าจะไปตรงไหนต่อ เวลาลูกค้าถามโดยเฉพาะเวลาลงเรือ...” (T4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
การให้ข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง	กระบวนการ	“...เราต้องอธิบายให้ลูกค้าเกิดความเข้าใจว่าเรือจะออกก็มั่งและต้องรอให้ลูกค้าทุกกรุ๊ปมาพร้อม แล้วเรือจึงจะออกจากท่าได้...” (S7 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...ต้องให้เจ้าหน้าที่คอยบอกมาตรการ New Normal ด้วย...” (S20 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)



ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำหลัก	ความสัมพันธ์	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
ทางโปรไฟล์และเพจเฟซบุ๊ก	การส่งออก	“...ส่วนใหญ่ที่ใช้ติดต่อกับลูกค้าก็มี โทรหาไลน์ เฟส ที่ใช้ประจำ...” (S11 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ลูกค้าจะกดติดตามเพจค่อนข้างเยอะ เราต้องคอยตอบคำถาม...” (S30 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
เว็บไซต์	การส่งออก	“...มีเพจ มีเว็บไซต์ ไลน์ เฟสบุ๊ก หลักๆ เลยก็จะเน้นเพจ เฟสบุ๊ก...” (S30 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ที่เยอะเลยคือ ทางเพจ ทางโทรศัพท์ ทางไลน์...” (S6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...ทางไลน์จะใช้ตอบมากกับบริษัท...” (T7 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...ลูกค้าจะเข้ามาติดต่อตามไลน์ เราต้องคอยตอบ...” (S20 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...โทรศัพท์จะโทรเมื่อต้องการติดต่อด่วนเลย...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...เว็บไซต์ก็ต้องมีการอัปเดตข้อมูลเสมอ เพราะมันน่าเชื่อถือ...” (T3 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
ไลน์	การส่งออก	
โทรศัพท์	การส่งออก	
ตัวแทนจำหน่าย	การส่งออก	“...เราจะมีผู้ประกอบการที่เป็น Agent ที่ส่งมาให้...” (T5 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...โรงแรมในตัวเมืองก็จะแนะนำ เพราะเป็นเครือข่ายกัน...” (T3 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์)
กรู๊ปทัวร์	ลูกค้า	“...นักท่องเที่ยวแบบกรู๊ปทัวร์...” (S20 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...บางทีก็จะเป็นบริษัทจากกรุงเทพ จากเหนือ อีสานส่งมาให้...” (S30 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
แบบทั่วไปเลือกจ่ายตามราคาโปรแกรม	ลูกค้า	“...ถ้าเป็นโปรแกรมก็จะมีแบบประหยัด แบบกลางๆ แล้วก็แบบแพงไปเลย...” (S17 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...กลุ่มนี้จะมีเงิน จอราคาแพงเลย แต่เน้นการบริการต้องดี...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์)
หน่วยงานราชการ	ลูกค้า	“...กลุ่มลูกค้าประจำของเรา คือ กลุ่มหน่วยงานราชการที่มาศึกษาดูงาน ก็มีหลายลักษณะ มีครอบครัวด้วย ...” (T4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...ลูกค้าแบบครอบครัวมาครั้งหนึ่ง 6-7 คน...” (T5 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...ช่วงเปิดตัวใหม่ๆ ประมาณตุลาคมหน่วยงานราชการจะมากันเยอะ...” (S25 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ลูกค้าแบบครอบครัวจะชอบอาหารที่ให้บริการบนเรือมาก...” (S30 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
แบบครอบครัว	ลูกค้า	

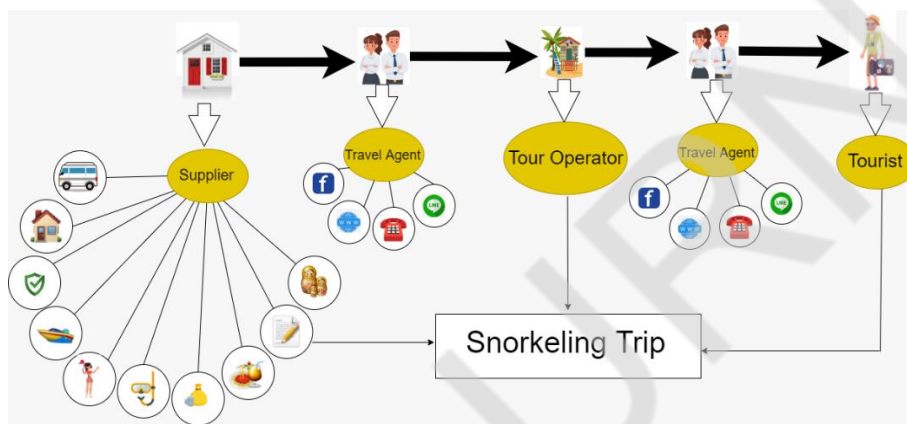
ตารางที่ 1 (ต่อ)

คำหลัก	ความสัมพันธ์	ตัวอย่างคำสัมภาษณ์
กลุ่มวัยทำงาน	ลูกค้า	“...ก็มีหลายกลุ่มนะ กลุ่มทำงาน สูงอายุ กลุ่มนักศึกษา...” (S12 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...ได้ก็ๆ จะมาบอຍ คุณครูพามา...” (T4 นามสมมติ, 2564, ธันวาคม, สัมภาษณ์) “...คนทำงานจะชอบจองช่วงวันหยุด เน้นถ่ยรูป...” (S20 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...วันธรรมดา ผู้สูงอายุจะมาเยอะ...” (T6 นามสมมติ, 2565, มกราคม, สัมภาษณ์) “...คนวัยทำงานส่วนใหญ่จะชอบเหมาลำ เรือหางยาว...” (S32 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์) “...นักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มจะใช้ประสบการณ์มาช่วยตัดสินใจ ประทับใจ ไม่ประทับใจ...” (T3 นามสมมติ, 2564, พฤศจิกายน, สัมภาษณ์)
กลุ่มทัศนศึกษา	ลูกค้า	
กลุ่มผู้สูงอายุ	ลูกค้า	

จากตารางที่ 1 ข้อมูลห่วงโซ่อุปทานของกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลทั้ง 2 กลุ่ม ซึ่งกลุ่ม T คือ กลุ่มที่ 1 ซึ่งเป็นผู้ที่ขับเคลื่อนหลักในห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว และกลุ่ม S คือ กลุ่มที่ 2 ซึ่งเป็นผู้เกี่ยวข้องในกิจกรรมดำน้ำตื้น พบว่ามีองค์ประกอบในด้านผู้จัดหา (Supplier) ด้านนำเข้า (Input) ด้านกระบวนการ (Process) ด้านการส่งออก (Output) และด้านลูกค้า (Customer) ครบทุกองค์ประกอบ เริ่มจากส่วนต้นน้ำ (Upstream) ซึ่งเป็นกระบวนการผลิต ในด้านผู้จัดหา ซึ่งเป็นผู้ที่จัดหาวัตถุดิบ สินค้าและบริการที่นำมาใช้ในกิจกรรมดำน้ำตื้น พบว่า มีจำนวน 10 รายการ ประกอบด้วย 1) การขนส่ง 2) ที่พัก 3) การประกันภัย 4) เรือนำเที่ยว 5) มัคคุเทศก์ 6) อุปกรณ์ดำน้ำตื้น 7) ค่าธรรมเนียมอุทยาน 8) อาหารและเครื่องดื่ม 9) รายการนำเที่ยว และ 10) ของที่ระลึก โดยการจัดหาวัตถุดิบ สินค้า และบริการ ผู้ประกอบการจะเป็นผู้ดำเนินการเองเป็นหลัก โดยประสานงานไปยังร้านค้า หรือผู้จำหน่าย โดยเฉพาะในส่วนเรือ นำเที่ยว อุปกรณ์ดำน้ำ อาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากเป็นองค์ประกอบหลักของการจัดกิจกรรมดำน้ำตื้น ส่วนกลางน้ำ (Midstream) ซึ่งเป็นกระบวนการดำเนินงาน ในด้านการนำเข้า เป็นการนำวัตถุดิบ สินค้าและบริการเข้าไปสู่กระบวนการผลิต สินค้าและบริการ ที่อยู่ในกิจกรรมดำน้ำตื้น พบว่า มี จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การวางแผนงาน 2) การติดต่อกับผู้เกี่ยวข้อง 3) การเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในโปรแกรม 4) การจัดหามัคคุเทศก์ และ 5) การเตรียมพนักงาน ในการต้อนรับและให้บริการกิจกรรม ในด้านกระบวนการมี จำนวน 9 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบข้อมูลการจอง 2) การต้อนรับ 3) การลงทะเบียน 4) การบริการ 5) การนำเที่ยว 6) การดูแลความปลอดภัย 7) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม 8) การประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และ 9) การให้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในการนำเข้าและกระบวนการ ผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย ต้องส่งต่อข้อมูลและบริการนักท่องเที่ยวอย่างใกล้ชิด เพราะการดำน้ำตื้นเป็นการท่องเที่ยวทางทะเลที่มีความเสี่ยงสูง ความปลอดภัยและการบริการอย่างใกล้ชิดเป็นสิ่งสำคัญ และส่วนปลายน้ำ (Downstream) ซึ่งเป็นกระบวนการส่งมอบการ บริการไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว ในด้านการส่งออก ซึ่งเป็นการนำสินค้าและบริการต่างๆ ที่อยู่ในกิจกรรมดำน้ำตื้นไปสู่ลูกค้าและ นักท่องเที่ยว พบว่ามี จำนวน 5 ช่องทาง ประกอบด้วย 1) ทางโปรไฟล์และเพจเฟซบุ๊ก 2) เว็บไซต์ 3) โลก 4) โทรศัพท์ และ 5) ตัวแทนจำหน่าย และด้านลูกค้ามี จำนวน 7 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) แบบกรุ๊ปทัวร์ 2) แบบทั่วไปเลือกจ่ายตามราคาโปรแกรม 3) หน่วยงานราชการ 4) แบบครอบครัว 5) กลุ่มวัยทำงาน 6) กลุ่มทัศนศึกษา และ 7) กลุ่มผู้สูงอายุ โดยกลุ่มลูกค้า ในแต่ละกลุ่มจะเลือกใช้ช่องทางในการรับข้อมูลข่าวสารที่แตกต่างกัน ผู้ประกอบการ หรือ Travel Agent จำเป็นต้องสื่อสาร ข้อมูลไปยังลูกค้าในหลากหลายช่องทางเพื่ออำนวยความสะดวก และเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี และเมื่อวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ของการขับเคลื่อนภายในห่วงโซ่อุปทานของกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง พบว่า มีลักษณะที่พึ่งพาซึ่งกันและกัน และทำงานประสานเชื่อมโยงกัน ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทาน เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยว คือ ผู้จัดหา ซึ่งเกี่ยวข้องในการจัดหาวัตถุดิบ สินค้าและบริการตั้งแต่การเดินทาง การจัดหาที่พัก การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การออกแบบกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ



เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการให้เกิดการขับเคลื่อนกิจกรรมด้านน้ำขึ้น และส่งมอบการบริการนั้นแก่นักท่องเที่ยว โดยแต่ละองค์ประกอบจะทำหน้าที่ของตนเอง หรือบางครั้งมากกว่าหนึ่งหน้าที่ เช่น บริษัทนำเที่ยว (Tour operator) นอกจากมีหน้าที่รวบรวมสินค้าและบริการต่างๆ เป็นโปรแกรมด้านน้ำขึ้นส่งมอบแก่นักท่องเที่ยวแล้ว ซึ่งเป็นองค์ประกอบในการนำเข้าสู่กระบวนการ และการส่งออก บางครั้งยังทำหน้าที่เป็นผู้จัดหาและตัวแทนจำหน่ายสินค้าและบริการ (Travel agent) ที่ประสานงานกับลูกค้าไปพร้อมกันด้วย ดังนั้นการนำสินค้าและบริการไปสู่นักท่องเที่ยว ในระดับต้นน้ำจึงเกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิต ระดับกลางน้ำ เกี่ยวข้องกับการให้บริการที่สร้างมูลค่าเพิ่ม และระดับปลายน้ำเกี่ยวข้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จึงแสดงให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ที่ให้ความสำคัญกับการรวบรวมสินค้าและบริการต่างๆ จากผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทาน มาออกแบบเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อส่งมอบแก่นักท่องเที่ยว การประสานงานให้เกิดความเคลื่อนไหวที่ต่อเนื่องในทุกองค์ประกอบ จึงมีความสำคัญต่อการจัดกิจกรรมด้านน้ำขึ้น โดยแสดงข้อมูลที่กล่าวมา ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 ความสัมพันธ์ของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมด้านน้ำขึ้นในจังหวัดตรัง

จากผลการวิจัยพบสรุปได้ว่า ห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมด้านน้ำขึ้นในจังหวัดตรัง มีองค์ประกอบด้านผู้จัดทำด้านการนำเข้าสู่กระบวนการ ด้านการส่งออก และด้านลูกค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการขับเคลื่อนภายในห่วงโซ่อุปทาน การท่องเที่ยวด้านน้ำขึ้นของจังหวัดตรัง ทำให้เห็นภาพโดยรวมของการดำเนินงาน โดยใช้ข้อมูลและการบริการมาช่วยให้เกิดการประสานงานที่ต่อเนื่องในทุกๆ องค์ประกอบ ซึ่งเริ่มต้นตั้งแต่การเตรียมความพร้อมในด้านสินค้าและบริการ วัตถุประสงค์ต่างๆ ที่จำเป็น การรับรองโปรแกรม การติดต่อประสานงานกับภาคธุรกิจ ติดต่อสถานที่เข้าชม การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การนำนักท่องเที่ยวไปดำน้ำ และให้ข้อมูลต่างๆ จนเสร็จกิจกรรมและส่งนักท่องเที่ยวกลับภูมิลำเนาโดยสวัสดิภาพ ซึ่งทุกช่วงของการบริการต้องประสานด้านข้อมูลอยู่เสมอ เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและการบริการที่จะส่งมอบแก่นักท่องเที่ยว ข้อมูลด้านองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน จึงสอดคล้องกับ ECORYS (2013) ที่สรุปถึงองค์ประกอบในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวทางทะเล ซึ่งมีทั้งที่เกี่ยวข้องทางตรง เช่น ที่พัก การขนส่ง ร้านอาหาร ร้านค้า การบริการนันทนาการและอื่นๆ และเกี่ยวข้องทางอ้อม เช่น อาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่น อาคารสิ่งก่อสร้าง การดูแลสุขภาพ เทคโนโลยีสารสนเทศ และการผลิตสินค้า และในด้านการเคลื่อนไหวของข้อมูลและการบริการ สอดคล้องกับ Suttipisan et al (2019) ที่ได้สรุปให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของเครือข่ายธุรกิจด้านน้ำที่ส่งต่อด้านข้อมูลและการบริการซึ่งกันและกัน ซึ่งประกอบด้วยภาคส่วนธุรกิจต่างๆ เช่น ร้านขายอุปกรณ์ดำน้ำ เรือบริการดำน้ำ ที่พัก ร้านอาหาร การขนส่งสาธารณะ เป็นต้น ในด้านการบริการ ที่ต้องจัดให้มีอุปกรณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และพนักงานผู้ให้บริการที่มีทักษะให้พร้อมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมด้านน้ำขึ้น จากผลการศึกษาเมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยในอดีต จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยวนั้นๆ รวมถึงเงื่อนไขของการให้บริการตามขอบเขตของการศึกษาที่แตกต่างกันไป สอดคล้องดังที่ Foris et al (2020) และ Kaosa-ard (2020) สรุปถึงองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทาน ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของความต้องการด้านสินค้าและบริการตามลำดับก่อนและหลังที่เชื่อมโยงกัน ตั้งแต่การนำเข้าสู่กระบวนการ และการส่งออก ซึ่งไม่ว่าจะเป็นการศึกษาในลักษณะใด องค์ประกอบที่อยู่ภายในห่วงโซ่อุปทานก็ล้วนเกี่ยวข้องกับสินค้า บริการ และกิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการขับเคลื่อนการดำเนินงานเพื่อนำสินค้าและ

บริการไปสู่นักท่องเที่ยว การจัดการให้ทุกองค์ประกอบที่อยู่ภายใน ทำงานประสานกันอย่างต่อเนื่อง โดยให้มีการส่งต่อข้อมูลและการบริการต่อกัน เพื่อให้เกิดการเคลื่อนไหวอย่างมีประสิทธิภาพในลักษณะที่พึ่งพากัน นับเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง โดยพิจารณาถึงบริบทของสินค้าและบริการ และรูปแบบการท่องเที่ยวที่แตกต่างกันตามความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มาใช้บริการ

สรุปผลการวิจัย

ห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง ประกอบด้วย องค์ประกอบที่เกี่ยวข้องในด้านผู้จัดหา (Supplier) จำนวน 10 รายการ ประกอบด้วย 1) การขนส่ง 2) ที่พัก 3) การประกันภัย 4) เรือนำเที่ยว 5) มัคคุเทศก์ 6) อุปกรณ์ดำน้ำตื้น 7) ค่าธรรมเนียมอุทยาน 8) อาหารและเครื่องดื่ม 9) รายการนำเที่ยว และ 10) ของที่ระลึก ด้านการนำเข้า (Input) จำนวน 5 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การวางแผนงาน 2) การติดต่อกับผู้เกี่ยวข้อง 3) การเตรียมอุปกรณ์ต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ในโปรแกรม 4) การจัดหามัคคุเทศก์ และ 5) การเตรียมพนักงานในการต้อนรับและให้บริการ ด้านกระบวนการ (Process) จำนวน 9 กิจกรรม ประกอบด้วย 1) การตรวจสอบข้อมูลการจอง 2) การต้อนรับ 3) การลงทะเบียน 4) การบริการ 5) การนำเที่ยว 6) การดูแลความปลอดภัย 7) การบริการอาหารและเครื่องดื่ม 8) การประสานงานกับผู้ที่เกี่ยวข้อง และ 9) การให้ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง ด้านการส่งออก (Output) จำนวน 5 ช่องทาง ประกอบด้วย 1) ทางโทรศัพท์และเพจเฟซบุ๊ก 2) เว็บไซต์ 3) โน้ต 4) โทรศัพท์ และ 5) ตัวแทนจำหน่าย และด้านลูกค้า (Customer) จำนวน 7 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) แบบกรุปทัวร์ 2) แบบเลือกจ่ายตามราคาโปรแกรม 3) หน่วยงานราชการ 4) แบบครอบครัว 5) กลุ่มวัยทำงาน 6) กลุ่มนักศึกษา และ 7) กลุ่มผู้สูงอายุ ซึ่งองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้นในจังหวัดตรัง ทั้งหมดนี้ มีความสำคัญในทุกองค์ประกอบ เน้นให้เห็นถึงลักษณะเฉพาะของสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ต้องอาศัย การรวบรวมสินค้าและบริการต่างๆ จากผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานส่งมอบแก่นักท่องเที่ยว ด้วยลักษณะนี้นับเป็นจุดเด่น ของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่มีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ ด้วยเพราะทำให้เกิดการพัฒนาสินค้าและบริการต่างๆ มาสนับสนุนให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยว เกิดการจ้างงาน สร้างรายได้ เชื่อมโยงไปถึงการจัดการทรัพยากร การท่องเที่ยวให้เกิดความคุ้มค่า สิ่งสำคัญคือ ผู้ที่เกี่ยวข้องภายในห่วงโซ่อุปทานควรประสานความร่วมมือกัน และให้ความสำคัญกับการส่งต่อข้อมูล ด้านการบริการ โดยกำหนดมาตรฐานการทำงานร่วมกัน แบ่งปันประสบการณ์ เน้นการทำงานเป็นเครือข่ายเพื่อให้เกิดความเข้มแข็ง ซึ่งผลจากการศึกษาครั้งนี้ ทำให้เห็นถึงการทำงานในลักษณะที่พึ่งพา กันและกันภายในห่วงโซ่อุปทาน ช่วยให้การดำเนินงานมีความเชื่อมโยงและเกิดประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1. เกิดองค์ความรู้ด้านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว (Tourism Supply Chain: TSC) โดยเฉพาะรูปแบบการท่องเที่ยวทางทะเล (Marine Tourism) เช่น กิจกรรมดำน้ำตื้น (Snorkeling) ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการนำไปเป็นแนวทางในการศึกษา และการวิจัยต่อไปในอนาคต
2. ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องได้แนวทางในการใช้ประโยชน์จากพื้นที่ทางทะเล เพื่อการจัดกิจกรรมดำน้ำตื้นอย่างเหมาะสม เช่น รูปแบบการจัดนำเที่ยว แนวทางความร่วมมือ การสนับสนุนและส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

การวิจัยครั้งนี้ได้ข้อมูลองค์ประกอบของห่วงโซ่อุปทานกิจกรรมดำน้ำตื้น ที่เกี่ยวข้องตั้งแต่ผู้จัดหา การนำเข้า กระบวนการ การส่งออก และลูกค้า ซึ่งผู้ประกอบการบริษัทนำเที่ยวสามารถเข้าไปจัดการในแต่ละองค์ประกอบ เพื่อให้เกิดการประสานงานด้านข้อมูลและด้านบริการที่ต่อเนื่อง เกิดการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของกิจกรรมดำน้ำตื้น ซึ่งใช้กรอบแนวคิด SIPOC ในการศึกษาเป็นหลัก ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจึงเกี่ยวข้องในด้านองค์ประกอบภายในห่วงโซ่อุปทาน ในครั้งต่อไปผู้สนใจศึกษา อาจนำเครื่องมือ Lean เช่น 7 Waste มาใช้เพื่อปรับปรุงคุณภาพการบริการให้เกิดความคุ้มค่าในการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวอื่น



หรือศึกษาประเด็นการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่องภายในห่วงโซ่อุปทานนี้ หรือศึกษาตามแนวคิดนี้ในห่วงโซ่อุปทานอื่นๆ เพื่อขยายผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์ให้เพิ่มมากขึ้น

ข้อจำกัดการวิจัย

ข้อจำกัดด้านผู้ให้ข้อมูล เนื่องด้วยในช่วงที่ผู้วิจัยทำการเก็บข้อมูล ยังอยู่ในช่วงของการระบาดของโรค COVID-19 ซึ่งทำให้การติดต่อและการประสานงานกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญต้องเป็นไปด้วยความระมัดระวังตามมาตรการและแนวทางการเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโรคในพื้นที่ การสัมภาษณ์จึงใช้ช่องทางออนไลน์อีกช่องทางหนึ่ง คิดเป็นร้อยละ 50 ของผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ให้สัมภาษณ์ผ่านระบบออนไลน์

References

- Arjarasirikoon, U. (2021). Uppakōṇ phūnṭhān samrap kām dam nam tūn lāe kām dam nam luk nai kāmthōṅgthīeo thāṅg thālē : khwām mūān lāe khwām tākṭāṅg [Basic Equipment for Snorkeling and Scuba Diving in Marine Tourism: Similarities and Differences]. *Business Review Journal*. 13(1),304-318.
- Darmawan, B. A., Laili Maulida, R. A. and Nasito, M. (2021). Supply Chain Performance of SMEs: The Role of Triple-A Strategy. *KINERJA*. 25(1),91-102. doi:10.24002/kinerja.v25i1.3588
- ECORYS. (2013). *Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level*. Netherlands : DG Maritime Affairs & Fisheries.
- Foris, D., Florescu, A., Foris, T. and Barabas, S. (2020). Improving the Management of Tourist Destinations: A New Approach to Strategic Management at the DMO Level by Integrating Lean Techniques. *Sustainability*. 12(23),1-22. doi:10.3390/su122310201
- Gopalakrishnan, B. N., Peters, R. and Vanzetti D. (2020). *COVID-19 and Tourism*. Retrieved February, 2021 From <https://unctad.org/en/pages/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=2810>
- Hoque, A et al. (2020). The Effect of Coronavirus (COVID-19) in the Tourism Industry in China. *Asian Journal of Multidisciplinary Studies*. 3(1),52-58.
- Ivanov, D., Tsipoulanis, A. and Schönberger, J. (2019). *Global Supply Chain and Operations Management A Decision-Oriented Introduction to the Creation of Value*. (2nd ed). Switzerland : Springer Nature Switzerland.
- Kaosa-ard, M. (2020). *Yutthasāt thōṅgthīeo phi wat lang COVID - sipkāo [Tourism Strategy after COVID-19 Pandemic]*. Retrieved February, 2021 from [https://www.mots.go.th/download/Tourism Economic Report/4-2 Presentation Strategy of Tourism After Covid-19.pdf](https://www.mots.go.th/download/Tourism%20Economic%20Report/4-2%20Presentation%20Strategy%20of%20Tourism%20After%20Covid-19.pdf)
- Ministry of Tourism and Sports. (2020). *Rāiṅgān phāwā sēthakit kāmthōṅgthīeo [Tourism Economic Review]*. Retrieved January 2021, from [https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/41Tourism EconomicVol4.pdf](https://www.mots.go.th/download/TourismEconomicReport/41Tourism%20EconomicVol4.pdf)
- Quayle, M. (2006). *Purchasing and Supply Chain Management: Strategies and Realities*. United States of America : IRM Press.
- Suttipisan, S. et al. (2019). Nāoṭhāṅg kāmphatthana khī khwām sāmāt khruākhaī thurakit dam nam phūā kāmthōṅgthīeo yāṅg yāṅyūn [Guidelines for Capacity Networking of Scuba Business for Sustainable Tourism]. *Journal of Humanities and Social Sciences, University of Phayao*. 7(2),282-294.
- Song, H. (2012). *Tourism Supply Chain Management*. New York, USA : Routledge.
- Tourism Authority of Thailand. (2020). *Wonderful Diving in Thailand*. Bangkok : Promotional Material Production Division, Marketing Services Department.
- Tapper, R. and Font, X. (2004). *Tourism Supply Chains*. United Kingdom : Report of a Desk Research Project for The Travel Foundation.