

โลจิสติกส์สำหรับร้านค้าปลอดอากรในเมือง Logistics For In Town Duty Free Shop

ภิเชษฐ์ ฉันท์เศรษฐ์ (Picheat Chansate)¹

ศ.ดร.กมลชนก สุทธิวานทฤๅณ (Prof.Dr.Kamonchanok Suthiwartnarueput)²

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาในสถานการณ์ปัจจุบัน และการนำรูปแบบของระบบโลจิสติกส์ที่เหมาะสมมาศึกษาหาความเป็นไปได้ต่อการดำเนินกิจการร้านค้าปลอดอากรในเมือง เพื่อให้โครงการดังกล่าวบรรลุผลในการเชื่อมโยงการทำงานของหน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการภาคเอกชนเข้าด้วยกัน อันจะก่อให้เกิดประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ผู้วิจัยได้นำเทคนิคเดลฟายมารวบรวมข้อมูลในเชิงลึก และสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อสอบทานความถูกต้องและนำมาวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จและปัญหาที่อาจเกิดขึ้น และใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) ในการวิเคราะห์และสรุปผลที่ได้จากการเก็บข้อมูล

Abstract

The objective of my thesis is to study the problems in current duty free scenario in Thailand and to develop appropriate logistics model to find the possibilities of operations for "In town duty free shop". The project is aimed to be a linkage between government and private sector for operational efficiency. Delphi Technique is applied in gathering in-depth information and interviewing various experts in their respective fields of study for their feedback. Correlation is used to analyze the collected data for drawing conclusions.

KEYWORDS Logistics, Duty Free Shop, Tourist Attraction, Delphi Technique

¹นิสิตปริญญาโท หลักสูตรการบริหารจัดการโลจิสติกส์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

²ศาสตราจารย์ ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

Unnā

ความเป็นมาและความสำคัญ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดรายได้ประชาชาติ และกระตุ้นให้มีการไหลเวียนทางการเงินภายในประเทศได้อย่างดีที่สุด รัฐบาลได้กำหนดให้เป็นมาตรการหลักในการฟื้นฟูระบบ

1. แสวงหารายได้จากการท่องเที่ยวให้มากที่สุด เพื่อฟื้นฟูระบบเศรษฐกิจไทยเศรษฐกิจไทย ซึ่งแบ่งความจำเป็นเร่งด่วนได้ดังต่อไปนี้ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2550)

2. แก้ไขประเด็นปัญหาการบริหารจัดการอันเกิดจากการดำเนินงานส่งเสริมการท่องเที่ยวของภาครัฐ (Management Issue)

3. แก้ไขปัญหาโครงสร้างของการส่งเสริมการท่องเที่ยว

นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

จำนวนนักท่องเที่ยว

ในปี 2550 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางเข้าประเทศไทยทั้งสิ้น จำนวน 14.46 ล้านคน เพิ่มขึ้นเพียงร้อยละ 4.65 จากปี 2549 ซึ่งเป็นผลมาจากปัญหาทางการเมือง

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบค่าใช้จ่ายรายหมวดตามหมวดค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว ปี 2549-2550

และความวุ่นวายภายในประเทศ ตั้งแต่ช่วงต้นปี ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเชื่อมั่นในการเดินทาง โดยเฉพาะในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ นอกจากนี้สภาพอากาศที่แปรปรวน และสภาพเศรษฐกิจของประเทศสหรัฐอเมริกา ส่งผลให้นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เดินทางเข้าประเทศไทยชะงักงัน

ค่าใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

ในปี 2550 นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่อคนต่อวัน 4,120.95 บาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 1.80 โดยในหมวดที่นักท่องเที่ยว มีการใช้จ่ายเงินมากที่สุด คือ ค่าที่พักคิด เป็นร้อยละ 27.79 รองลงมาได้แก่ ค่าซื้อสินค้า/ของที่ระลึก และค่าอาหาร/เครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 26.01 และ 17.74 ตามลำดับ

รายได้จากการทางท่องเที่ยว

จำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทยมีจำนวนทั้งสิ้น 14.46 ล้านคน วันพักเฉลี่ย 9.19 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,120.95 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 547,781.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 13.57

รายการ	2550 ^P			2549		
	จำนวน	สัดส่วน	% (+/-)	จำนวน	สัดส่วน	% (+/-)
สินค้า/ของที่ระลึก	1,071.78	26.01	- 3.14	1,106.47	27.34	+ 1.52
ค่าใช้จ่ายเพื่อความบันเทิง	479.91	11.65	+ 1.50	472.82	11.68	- 4.29
ค่าบริการท่องเที่ยว	177.66	4.31	- 1.84	180.99	4.47	+ 9.24
ค่าที่พัก	1,145.32	27.79	+ 6.30	1,077.40	26.61	+ 5.80
อาหาร/เครื่องดื่ม	731.10	17.74	+ 1.90	717.45	17.72	- 0.76
พาหนะเดินทางในประเทศ	393.74	9.55	+ 2.16	385.40	9.52	+ 23.54
ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด	121.44	2.95	+ 12.77	107.69	2.66	+ 23.37
รวม	4,120.95	100.00	+ 1.80	4,048.22	100.00	+ 4.06

ตารางที่ 2 แสดงรายได้จากการท่องเที่ยว ปี 2548-2550



รายการ	2550		2549		2548	
	จำนวน	%(+/-)	จำนวน	%(+/-)	จำนวน	%(+/-)
จำนวนนักท่องเที่ยว (คน)	14,464,228	+ 4.65	13,821,802	+ 20.01	11,516,936	- 1.15
ระยะเวลาพำนักเฉลี่ย (วัน)	9.19 ^P	+ 0.57	8.62	+ 0.42	8.20	+ 0.07
ค่าใช้จ่ายเฉลี่ย (บาท/คน/วัน)	4,120.95 ^P	+ 1.80	4,048.22	+ 4.06	3,890.13	- 4.13
รายได้ (ล้านบาท)	547,781.81 ^P	+ 13.57	482,319.17	+ 31.29	367,380.36	- 4.42

อย่างไรก็ตาม หากพิจารณาจากข้อเท็จจริงที่เกิดขึ้น ถึงแม้ว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างประเทศที่เดินทางมายังประเทศไทย มีจำนวนทั้งสิ้น 14.46 ล้านคน วันพักเฉลี่ย 9.19 วัน และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อคนต่อวัน 4,120.95 บาท ก่อให้เกิดรายได้จากการท่องเที่ยว เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 547,781.81 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2549 ร้อยละ 13.57 แต่รายได้ที่ได้รับจากการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวต่อคนต่อวัน ในส่วนของรายได้จากการซื้อสินค้า และของที่ระลึก กลับมีอัตราลดลง โดยที่รายได้จากการซื้อสินค้าของที่ระลึก ในปี 2550 อยู่ที่ 1,071.78 บาท ต่อคนต่อวันหรือ เป็นร้อยละ 26.01 จากยอดรวมรายได้ที่ 4,120.95 บาท ต่อคนต่อวัน ซึ่งปรับลดลงร้อยละ 3.14 เมื่อเทียบจากรายได้จากปี 2549

ดังนั้น การให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ เพื่อเพิ่มอัตราการใช้จ่ายในแต่ละวันให้สูงขึ้น จะเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มรายได้ให้แก่ประเทศไทย ซึ่งการอำนวยความสะดวก และการส่งเสริมให้นักท่องเที่ยวซื้อสินค้า ของที่ระลึกภายในประเทศ เป็นแรงจูงใจที่ส่งเสริมให้ประเทศไทยโดยเฉพาะกรุงเทพ เป็นแหล่งดึงดูดใจของนักท่องเที่ยว รัฐบาลโดยกรมศุลกากรกระทรวงการคลัง มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว โดยใช้มาตรการให้นำเข้าสินค้า ภายใต้เครื่องหมายการค้าที่ได้รับ

ความนิยมในระดับสูง หรือสินค้าฟุ่มเฟือยจากต่างประเทศ เข้ามาขายให้นักท่องเที่ยวต่างชาติในประเทศไทย โดยไม่ต้องเสียภาษีอากรขาเข้า เป็นเวลานานแล้ว โดยอนุมัติให้เอกชนจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษี (Duty Free Shop) ในเมือง เช่น กรุงเทพมหานคร ภูเก็ต พัทยา เชียงใหม่ และที่สนามบินนานาชาติทุกแห่ง เพื่อให้นักท่องเที่ยวต่างชาติ สามารถซื้อสินค้าที่ได้รับความนิยมหรือสินค้าฟุ่มเฟือยในราคาถูกเช่นเดียวกับร้านค้าปลอดภาษีในต่างประเทศ สินค้าที่นักท่องเที่ยวนิยมซื้อ ได้แก่ บุหรี่ ไวน์ เครื่องสำอาง เครื่องแต่งกาย เสื้อผ้า นาฬิกา รองเท้า เครื่องประดับ กระเป๋า และเครื่องดื่ม เป็นต้น การจัดตั้งร้านค้าปลอดภาษีในประเทศไทย เพื่อยกเว้นอากรขาเข้าสินค้านี้หรือหุร ณ เมืองท่องเที่ยวที่สำคัญในปัจจุบัน ยังไม่ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เพราะไม่สามารถสร้างแรงจูงใจสูงพอ ที่จะกระตุ้นหรือดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตั้งใจจะเข้ามาจับจ่ายสินค้าในประเทศไทย เนื่องจากสาเหตุสำคัญคือ ไม่สะดวกซื้อ และราคาค่อนข้างสูง อันเป็นผลมาจากปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้ (พงศ์อมรสินสวัสดิ์, 2551 ออนไลน์)

1. การเปิดร้านค้าปลอดภาษีต้องลงทุนสูง ผลตอบแทนน้อย จึงมีเอกชนดำเนินกิจการในเมืองน้อย ไม่สะดวกในการซื้อหาการแข่งขันในตลาดน้อยมาก จึงเป็นผลทำให้เกิด

การผูกขาด ซึ่งในปัจจุบัน บริษัท คิงส์เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด เป็นผู้ผูกขาดรายใหญ่ และกำหนดราคาขายค่อนข้างสูงมาก

2. มีเงื่อนไขระเบียบการซื้อขายค่อนข้างยุ่งยากและล่าช้า โดยเฉพาะการซื้อขายจากร้านค้าปลอดภาษีในเมืองจะต้องนำหลักฐานการซื้อขายไปรับของดังกล่าว ก่อนเดินทางออกไปที่สนามบินนานาชาตินั้น ซึ่งเป็นอุปสรรคทำลายความตั้งใจซื้อของนักท่องเที่ยว

3. การจัดส่งสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยวยังไม่สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันเป็นผลมาจากความไม่คล่องตัวของแนวทางการปฏิบัติ ซึ่งจากปัญหาในข้อนี้ หากมีการแก้ไขข้อขัดข้องต่างๆ อย่างครบถ้วนจะส่งผลดีต่อการส่งเสริมการค้าสินค้าฟุ่มเฟือยสำหรับนักท่องเที่ยว ให้มีปริมาณมากขึ้นในด้านต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 การขยายกิจการร้านค้าปลอดอากรให้เกิดขึ้นภายในกรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ๆ อันเป็นแหล่งท่องเที่ยวสำคัญของประเทศไทยจะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งเป็นการนำเงินตราเข้าประเทศได้โดยตรง ภายใต้ภาวะวิกฤตเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน

3.2 รัฐบาลได้รับผลตอบแทนในรูปแบบของอากร และภาษีต่างๆ อย่างครบถ้วน

3.3 นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจอันจะส่งผลโดยตรงต่อการย้อนกลับมาพักผ่อนและใช้จ่ายเงินเพื่อซื้อสินค้าประเภทต่างๆ ในประเทศไทยอีกในอนาคต

กรมศุลกากรได้มีประกาศ ที่ 20/2549 เรื่อง ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับร้านค้าปลอดภาษี กำหนดให้ร้านค้าปลอดภาษีแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. ร้านค้าปลอดอากรสำหรับผู้โดยสารขาเข้า หมายถึง ร้านค้าปลอดอากร ที่ตั้งอยู่

ณ ท่าอากาศยานนานาชาติภายในบริเวณห้องผู้โดยสารขาเข้า

2. ร้านค้าปลอดอากรสำหรับผู้โดยสารขาออก หมายถึง ร้านค้าปลอดอากรที่แสดงและขายของให้แก่ผู้ที่จะเดินทางออกไปนอกราชอาณาจักร โดยแบ่งออกเป็น 2 ลักษณะคือ

2.1 ร้านค้าปลอดอากรขาออกในสนามบิน เป็นร้านค้าปลอดอากร

2.2 ร้านค้าปลอดอากรขาออกในเมือง เป็นร้านค้าปลอดอากร ที่จัดตั้งอยู่ ณ สถานที่อื่นนอกเหนือจาก 2.1

ประกาศของกรมศุลกากรฉบับนี้ จะครอบคลุมไปถึงการนำเข้าสินค้าจากต่างประเทศ จากคลังสินค้าทัณฑ์บนมาเก็บรักษาในร้านค้าปลอดอากร การนำเข้าเพื่อการขาย และส่งมอบสินค้าให้แก่นักท่องเที่ยว โดยได้กำหนดวิธีการและขั้นตอนต่างๆ โดยละเอียด ซึ่งการดำเนินการให้สอดคล้องกับประกาศของกรมศุลกากรอันถือเป็นกฎหมายที่ผู้ประกอบการ จะต้องปฏิบัติตามนี้ สามารถนำระบบโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพียงแต่ในปัจจุบันยังไม่มีการศึกษาอย่างลึกซึ้ง จึงส่งผลให้การปฏิบัติของผู้ประกอบการยังไม่สามารถสนองตอบนโยบายของรัฐบาลได้อย่างเต็มที่

จากสถานการณ์และปัญหาที่เกิดขึ้นดังที่ได้กล่าวมา จึงเป็นประเด็นที่จะต้องศึกษาวิเคราะห์เร่งด่วน เพื่อหาทางแก้ไขให้ทันต่อเหตุการณ์ ซึ่งการนำองค์ความรู้ทางโลจิสติกส์มาประยุกต์ใช้ จะส่งผลให้มีการเติบโตของกิจการร้านค้าปลอดอากร ให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยในฐานะที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการส่งเสริมการจัดตั้งร้านค้าปลอดอากร ณ ศูนย์การค้าเกษร จึงมีความสนใจที่

จะทำการศึกษาในประเด็นดังกล่าว โดยกำหนด เป้าหมายที่ศูนย์การค้าเกษรเป็นหลัก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อตอบปัญหาสำคัญ อันเป็นที่มา ของการวิจัยในครั้งนี้ ที่จะศึกษาหาแนวทางที่ เหมาะสมในการนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ เพื่อ การนำสินค้าไปสู่ผู้บริโภคอย่างเหมาะสมใน กิจการร้านค้าปลอดภาษี เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผล สูงสุดตามเป้าหมายที่ต้องการ จึงได้กำหนด วัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

1.1 เพื่อศึกษาปัญหาในการดำเนินงาน ของร้านค้าปลอดอากรในเมือง

1.2 เพื่อศึกษาทฤษฎี และแนวความคิด ในการนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ เพื่อสนับสนุน การดำเนินงานของร้านค้าปลอดอากรใน เมือง

2. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงรูปแบบ ที่เหมาะสม ต่อการดำเนินกิจการ ร้านค้าปลอดอากรในเมือง ภายใต้การพัฒนา ตามแนวทางโลจิสติกส์

ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาถึงรูปแบบการนำ ระบบโลจิสติกส์มาใช้ในการดำเนินงานของร้าน ค้าปลอดอากรเพื่อตอบสนองนโยบายของทาง ราชการ ดังนั้นจึงได้กำหนดประเด็นที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. การดำเนินงานกระจายและจัดส่ง สินค้าฟุ่มเฟือยของร้านค้าปลอดอากร ณ ศูนย์ การค้าเกษร

2. ปัญหาและอุปสรรคในการแก้ไขปัญหา การกระจายและจัดส่งสินค้าจากร้านค้าปลอด อากรไปสู่ผู้บริโภคในปัจจุบัน

3. ความคิดเห็นของผู้ที่เกี่ยวข้องต่อการ เสริมสร้างประสิทธิภาพในการกระจาย และ จัดส่งสินค้าฟุ่มเฟือยให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อ ผลในการสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคใน ขณะเดียวกันก็เป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยว ของประเทศไทย

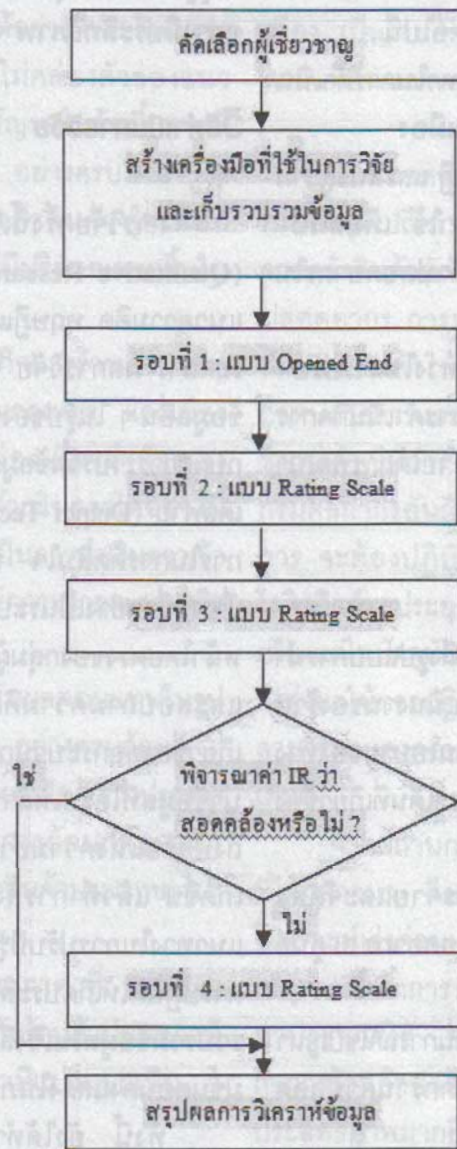
แนวทางในการปรับปรุงรูปแบบและแนว ทิศทางการปฏิบัติในการกระจายและจัดส่งสินค้า ไปสู่ผู้บริโภคในกลุ่มนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

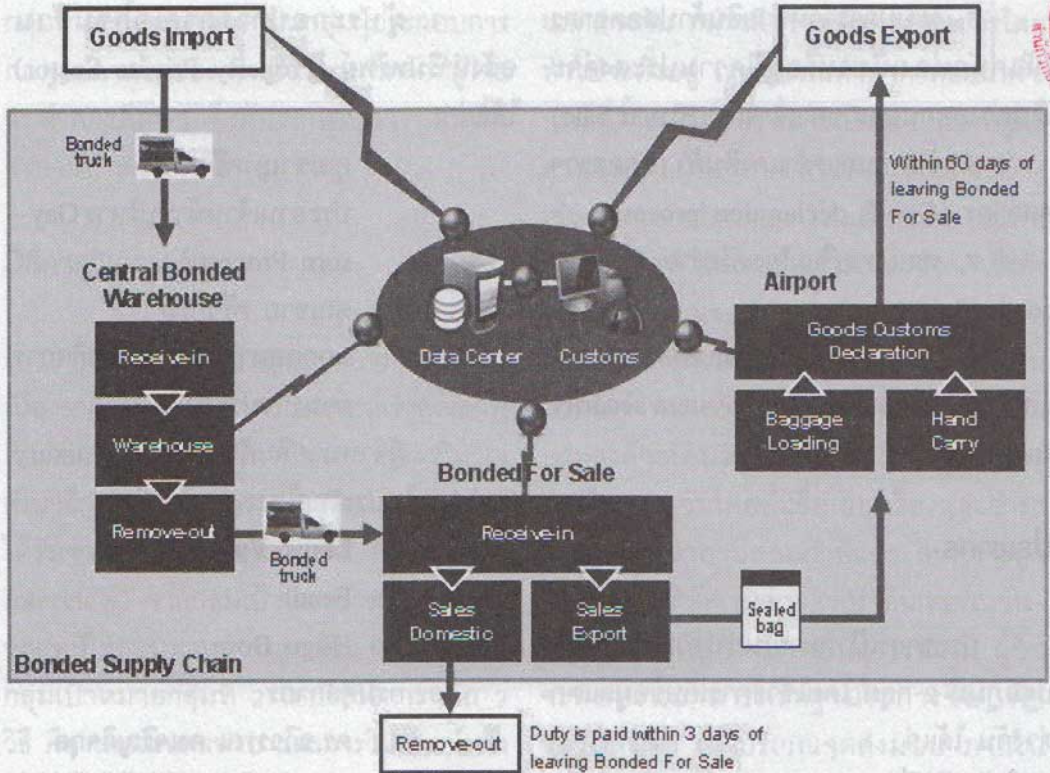
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยทำการรวบรวม แนวความคิด ทฤษฎีและข้อมูลที่เกี่ยวข้องจาก เอกสาร ผลการวิจัย วิทยานิพนธ์ และแหล่ง ข้อมูลอื่นๆ ในรูปของข้อมูลทุติยภูมิ ประกอบ กับผลการรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก โดยใช้เทคนิค เดลฟาย (Delphi Technique) ซึ่งเป็นกระบวนการ ในการตัดสินใจ นำไปสู่ข้อสรุปในเรื่องใด เรื่องหนึ่งอย่างเป็นระบบ ที่ปราศจากการเผชิญ หน้าโดยตรงของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยรวบรวม และสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่ เกี่ยวข้องต่อกระบวนการกำหนดนโยบาย เพื่อ นำข้อมูลที่ได้รับเหล่านั้น มาทำการวิเคราะห์ ถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จ และการล้มเหลวที่ เกิดขึ้น แล้วทำการสังเคราะห์เพื่อเสนอแนะ แนวทางในการปรับปรุงนโยบาย และแนวทาง การปฏิบัติให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป การ รวบรวมข้อมูลในเชิงลึกโดยใช้เทคนิคเดลฟาย มีขั้นตอนดังแสดงในภาพที่ 1

ทั้งนี้ ยังได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผล กระทบต่อการนำกระบวนการโลจิสติกส์มาใช้

ในการปรับปรุงประสิทธิภาพการดำเนินงานของร้านค้าปลอดอากรในเมือง โดยการรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการแสวงหาคำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยได้วางแผนในการรวบรวมข้อมูล เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อเท็จจริง และสังเคราะห์ปรากฏการณ์ที่ค้นพบ โดยมีขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้ ผู้วิจัยที่มีส่วนร่วมในการจัดตั้งโครงการดังกล่าวได้ทำการศึกษาค้นคว้า พบว่าเป็นรูปแบบใหม่ที่ยังไม่มีมีการดำเนินการมาก่อน ทั้งในต่างประเทศและประเทศไทยเอง จึงมีความเห็นว่า หากจะทำให้โครงการดังกล่าวประสบความสำเร็จแล้ว จำต้องอาศัยการบริหารโลจิสติกส์ที่มีคุณภาพ มาเพื่อควบคุมการดำเนินการทั้งระบบ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานของทุก ๆ ฝ่ายที่เกี่ยวข้องต่อโครงการดังกล่าว จึงได้คิดค้นรูปแบบของระบบโลจิสติกส์ เพื่อความเหมาะสมต่อโครงการดังกล่าวดังแผนภาพที่แสดงตามรูปที่ 2



ภาพที่ 1 แผนภูมิแสดงการรวบรวมข้อมูลในเชิงลึกโดยใช้เทคนิคเดลฟาย



Private & Confidential

Copyright 2009

ภาพที่ 2 แผนภาพแสดงระบบโลจิสติกส์สำหรับร้านค้าปลอดอากรในเมือง

โครงสร้างหลักของระบบโลจิสติกส์สำหรับร้านค้าปลอดอากรในเมือง

โครงสร้างหลักของระบบโลจิสติกส์สำหรับร้านค้าปลอดอากรในเมือง ได้แก่

1. คลังเก็บของสำหรับร้านค้าปลอดอากร (Central Bonded Warehouse)
2. ร้านค้าปลอดอากรในเมือง (Down-town Duty Free Shop)
3. จุดตรวจจสินค้าสำหรับเจ้าหน้าที่ศุลกากร (Customs Inspection Point)
4. ศูนย์ข้อมูลกลาง (Data Center)
5. กรมศุลกากร (Customs Department)

ขั้นตอนหลักในการดำเนินงานประกอบด้วย

1. ขบวนการโลจิสติกส์สำหรับร้านค้าปลอดอากรในเมือง (Inbound Logistics Process)
2. ขบวนการขนย้ายสินค้าจากคลังเก็บสินค้าสำหรับร้านค้าปลอดอากร (Remove out Process)
3. ขบวนการโอนย้าย และรับเข้าสินค้า ณ ร้านค้าปลอดอากรในเมือง (Transfer and Receive in Process)
4. ระบบการจำหน่ายสินค้าในประเทศ (Domestic Sale)

5. ระบบการจำหน่ายสินค้าปลอดอากร ให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้มีความประสงค์จะเดินทางออกนอกราชอาณาจักร (Export Sale)
6. ขั้นตอนการสำแดงสินค้า ณ จุดตรวจศุลกากร (Goods declaration process)
7. ระบบการเชื่อมโยงเครือข่าย (Network connectivity)
8. ระบบการรักษาความปลอดภัยข้อมูล และการส่งข้อมูลไร้เอกสาร (System security and Paperless system)

ประชากร

ประชากรเป้าหมายในการรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิมี่ 2 กลุ่ม โดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแตกต่างกัน ได้แก่

กลุ่มที่ 1 การรวบรวมข้อมูลในเชิงลึก โดยใช้เทคนิคเดลฟาย ซึ่งเป็นกระบวนการในการตัดสินใจนำไปสู่ข้อสรุปในเรื่องใดเรื่องหนึ่งอย่างเป็นระบบ ปรากฏจากการเผชิญหน้าโดยตรงของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้วยวิธีการเก็บรวบรวมสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องต่อกระบวนการกำหนดนโยบายและผู้ที่ได้รับจากกระบวนการดำเนินงานของร้านค้าปลอดอากรในเมือง ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับระบบโลจิสติกส์ รวมทั้งผลที่เกิดขึ้นต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทย อันเป็นแหล่งที่มีของเงินตราต่างประเทศจำนวนมากในแต่ละปี เพื่อนำข้อมูลที่ได้รับเหล่านั้น มาทำการวิเคราะห์ถึงปัจจัยแห่งความสำเร็จ และการล้มเหลวที่เกิดขึ้น แล้วทำการสังเคราะห์ เพื่อเสนอแนะแนวทางในการนำระบบโลจิสติกส์ มาใช้ในการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป ทั้งนี้กลุ่มเป้าหมายในการสัมภาษณ์เชิงลึกของผู้วิจัย ได้กำหนดไว้รวมทั้งสิ้น 4 กลุ่มดังต่อไปนี้

1. ผู้ประกอบการภาคเอกชนด้านอสังหาริมทรัพย์ (Property Private Sector) ได้แก่

- 1.1 คุณชาญ ศรีวิกรม์ ประธานเจ้าหน้าที่บริหาร Gay-sorn Property
- 1.2 คุณชาย ศรีวิกรม์ นายกสมาคมผู้ประกอบการย่านราชประสงค์

2. ผู้จำหน่ายสินค้าฟุ่มเฟือย (Luxury Goods) ในประเทศไทย

- 2.1 Louis Vuitton
- 2.2 Fendi
- 2.3 Hugo Boss

3. กรมศุลกากร

- 3.1 ดร.ฉวีวรรณ คงเจริญกิจกุล รองอธิบดีกรมศุลกากร
- 3.2 คุณพรพิมล สัตยาภิรมย์ ผู้อำนวยการส่วนคลังสินค้าทัณฑ์บนกรมศุลกากร

4. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

- 4.1 คุณภราเดช พัทธ์ฉวีเชียร ที่ปรึกษาการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ระดับ 11
- 4.2 คุณสันติชัย เอื้อจงประสิทธิ์ รองผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ด้านตลาดต่างประเทศ

กลุ่มที่ 2 ทำการรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อสอบถามความถูกต้องของข้อมูล และแนวทางในการนำระบบโลจิสติกส์มาใช้ในการดำเนินงานของร้านค้าปลอดอากรในเมือง ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายกลุ่มนี้ ที่มีต่อข้อเสนอแนะของผู้วิจัยที่ได้จัดทำขึ้น ตามที่ได้ข้อสรุปมาแล้ว จากการวิเคราะห์เชิงคุณภาพด้วยเทคนิคเดลฟายสำหรับประชากร

กลุ่มที่ 2 นี้ จะกำหนดเป็นกลุ่มผู้ประกอบการ ณ ศูนย์การค้าเกษร ซึ่งเป็นสถานที่หลักที่ผู้วิจัย จะทำการศึกษา ซึ่งผู้ประกอบการกลุ่มนี้มี จำนวนประมาณ 20 คน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากกำหนดให้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เป็นวิธีการหลัก และวิธีการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นวิธีการรอง ดังนั้นรายละเอียดส่วนใหญ่จะได้รับจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In depth Interview) จากกลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 1 และ ข้อมูลที่ใช้สอบถามความถูกต้อง จะได้รับจาก กลุ่มเป้าหมายกลุ่มที่ 2 โดยใช้วิธีการหลัก 2 วิธี คือ เทคนิคเดลฟาย และการวิเคราะห์ทาง สถิติเชิงพรรณนาด้วยการวิเคราะห์ โดยวิธีการสหสัมพันธ์ (Correlation Analysis) เพื่อศึกษาถึงความสัมพันธ์จากการสัมภาษณ์ ของแต่ละกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ หามุมมองในแง่ของ ความเกี่ยวพัน ความสอดคล้องการแปรผัน ร่วมกัน หรือไปด้วยกัน

สรุปงานวิจัย

จากรายละเอียดเงื่อนไขในการดำเนินการดังกล่าวตามประกาศกรมศุลกากรจะพบว่า มีขั้นตอนและความซับซ้อนเป็นอย่างมาก จึงเป็นการยากที่ผู้ประกอบการรายย่อยต่างๆ จะสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบของทางราชการได้จึงเป็น สาเหตุหนึ่งซึ่งทำให้โครงการดังกล่าวไม่สามารถ ดำเนินการให้สัมฤทธิ์ผลได้ตามนโยบาย อีกทั้ง หากพิจารณาจากระบบของร้านค้าปลอดอากร ที่ถือปฏิบัติกันทั่วโลกนั้นพบว่าเป็นระบบที่

แตกต่างกัน กล่าวคือร้านค้าปลอดอากรโดยทั่วไปจะตั้งอยู่ ณ บริเวณท่าอากาศยานหรือ กรณีที่ตั้งอยู่ในเมืองนั้นจะเป็นระบบปิดที่ดูแล ควบคุมโดยผู้ประกอบการรายเดียวตัวอย่าง เช่น ร้านค้าปลอดอากรในเมืองของ บริษัท คิงส์เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ซึ่งตั้ง อยู่ ณ บริเวณซอยรางน้ำ ถนนพญาไท โดย ผู้ประกอบการเป็นผู้นำเข้าสินค้า และดำเนินการ จัดจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวที่มีความ ประสงค์จะเดินทางออกนอกราชอาณาจักร ภายใน 60 วันโดยที่ผู้ซื้อเลือกซื้อ และชำระ ค่าสินค้าในราคาปลอดภาษีแล้ว สินค้าจะถูก จัดส่งโดย บริษัท คิงส์เพาเวอร์ อินเตอร์เนชัน- แนล จำกัด ไปยังสนามบินสุวรรณภูมิ ผู้ซื้อ จะต้องนำเอกสารหลักฐานในการซื้อ เพื่อ ขอรับสินค้า ณ บริเวณจุดส่งมอบ ภายใน ห้องผู้โดยสารขาออก ก่อนเดินทางออกนอก ประเทศต่อไป ซึ่งแตกต่างจากระบบที่กรม ศุลกากรได้ออกประกาศโดยสนับสนุนให้ผู้ ประกอบกรรายย่อยต่างๆ ที่จำหน่ายสินค้า นำเข้าในปัจจุบัน สามารถที่จะขอจัดตั้งร้านค้า ของตนเองให้เป็นร้านค้าปลอดอากรได้ต้องมี ระบบต่างๆที่รัดกุมตามที่กรมศุลกากรกำหนด อย่างไรก็ตามหากศึกษาถึงโครงการดังกล่าว พบว่ามีอุปสรรคต่อผู้ประกอบการคือ

1. การสร้างเครือข่ายในการเชื่อมโยงกับ กรมศุลกากร
2. ปัญหาในเรื่องของจุดส่งมอบ เนื่องจากพื้นที่จุดส่งมอบในลักษณะเดียวกันกับของ บริษัท คิงส์เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด นั้น เป็นพื้นที่สัมปทานของ บริษัท คิงส์เพาเวอร์ อินเตอร์เนชันแนล จำกัด ผู้ประกอบการราย ย่อยต่างๆ ไม่สามารถเข้าไปดำเนินการใดๆ ได้ จึงจำเป็นต้องใช้วิธีการให้ผู้ซื้อถือติดตัว และ รับผิดชอบในสินค้าด้วยตนเอง

บรรณานุกรม

- กฤษณ์ เวชสาร, 2549. การวิจัยการตลาด, พิมพ์ครั้งที่ 5, โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ประกาศกรมศุลกากรที่ 20/2549, ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับร้านค้าปลอดอากร
- ประกาศกรมศุลกากรที่ 21/2549, ระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับร้านค้าปลอดอากร
- นายสันติชัย เอื้อจประสิทธิ์, 2544. แนวทางการคืนภาษีมูลค่าเพิ่มให้นักท่องเที่ยว, เอกสารวิจัยส่วนบุคคล หลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรภาครัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 14
- Christiansen, V. and Smith, S., 2004. National Policy Interests in the Duty-Free. **CESifo Economic Studies** 50(2):351-375
- Evans, G., 2000. Contemporary Crafts As Souvenirs, Artifacts And Functional Goods And Their Role In Local Economic Diversification And Cultural Development. In **Souvenirs: The Material Culture of Tourism**, Hitchcock M, Teague K (eds). Ashgate: Aldershot: 127-146.
- Fodness, D. 1994. Measuring tourist motivation. **Annals of Tourism Research** 21(3): 555-581.
- Goeldner, CR., Ritchie, JRB. and McIntosh, RW. 2000. **Tourism: Principles, Practice, Philosophies**. Wiley: New York.
- Graburn, NHH (ed.). 1976. **Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World**. University of California Press: Berkeley.
- Hall CM. 1994. **Tourism and Politics: Policy, Power and Place**. Wiley: Chichester.
- Heung, VCS. and Cheng, E., 2000. Assessing Tourists' Satisfaction With Shopping In The Hong Kong special administrative region of China. **Journal of Travel Research** 38: 396-404.
- Heung, VCS and Cheng, E., 2000. Assessing tourists' satisfaction with shopping in the Hong Kong special administrative region of China, **Journal of Travel Research** 38: 396-404.
- International Journal of Tourism Research. 2007. **Int. J. Tourism Res.** 9: 87-102
- Keown CF. 1989. A Model Of Tourists' Propensity To Buy: The Case Of Japanese Visitors To Hawaii, **Journal Of Travel Research** 27(3): 31-34.
- Kim S, Littrell MA. 2001. Souvenir buying intentions for self versus others, **Annals of Tourism Research** 28(3): 638-657.

- Law, R. and Au, N., 2000. Relationship Modeling In Tourism Shopping: A Decision Rules Induction Approach, **Tourism Management** 21: 241-249.
- Littrell, MA., Anderson, LF. and Brown, PJ., 1993. What Makes A Craft Souvenir Authentic?, **Annals of Tourism Research** 20(1): 197-215.
- Okonkwo, U., 2007. **Luxury Fashion Branding Trends, Tactics, Techniques**, Palgrave Macmillan.
- Okoli, C. and Suzanne P. D., 2004., The Delphi Method as a Research Tool: An Example, Design Considerations and Applications, **Information & Management**, 42: 15-29.
- Christensen, V. and Smith, S., 2004. National Policy Impact in the Duty-Free Goods And Their Role In Local Economic Diversification And Cultural Development In Souvenirs: The Material Culture of Tourism, **Hillock**, M. Teague K (eds), *Advances in Tourism*, Aldershot, 122-142.
- Evans, G., 2000. Contemporary Gifts As Souvenirs: Aesthetics And Functions 21(2): 252-287.
- Goldman, CR, Ritchie, JRB and McIntosh, RW, 2000. **Tourism Principles, Practice, Philosophy**, Wiley: New York.
- Graham, NHH (ed.), 1975. **Ethnic and Tourist Arts: Cultural Expressions from the Fourth World**. University of California Press, Berkeley.
- Hall CM, 1994. **Tourism and Politics: Power and Place**, Wiley, Chichester.
- Huang, VCS and Cheng, E., 2000. Assessing Tourist Satisfaction With Shopping in The Hong Kong special administrative region of China, **Journal of Travel Research** 38: 395-404.
- Huang, VCS and Cheng, E., 2000. Assessing tourist satisfaction with shopping in the Hong Kong special administrative region of China, **Journal of Travel Research** 38: 395-404.
- International Journal of Tourism Research, 2007, **Vol. 1, Tourism Res** 9: 87-102
- Keown CE, 1989. A Model Of Tourist's Propensity To Buy: The Case Of Japanese Visitor To Hawaii, **Journal Of Travel Research** 27(3): 31-34.
- Kim S, Littrell MA, 2007. Souvenir buying intentions for self versus others, **Annals of Tourism Research** 28(3): 688-692.