

THM

TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

Quarterly Review

Vol.1 AUGUST 2011

KOH MAK

Photographers:
Mr. Korrachai Lekpetch





03	Dean Message
04	Chairman Message
05	Tourism and Hospitality Trend
08	Management Edge
12	Service Excellence
13	THM-MUIC Inside
16	Miscellaneous

THM- Newsletter is written by faculty and staff of tourism and hospitality management division and edited by staff of Mahidol University International College (MUIC).

Advisor:
Prof. Maleeya Kruatrachue
Asst. Prof. Chanin Yoopetch

Editors:
Mr. Alex Korff
Ms. Walanchalee Wattanacharoensil
Ms. Veena Thavornloha

Art Director:
Mr. Pratchaya leelaprachayanont

Distributions:
Ms. Veena Thavornloha
Ms. Teerawan Nuntakij

THM-Newsletter:
Tourism and Hospitality Management Division,
2nd Floor, MUIC Building
999 Phutthamonthon 4 Road, Salaya,
Nakhonpathom, Thailand 73170
Phone +66(0) 2441 5090 ext. 1211
Fax +66(0) 2441 0496

MESSAGE FROM THE DEAN



I would like to take this opportunity to welcome you to the e-journal of the Tourism and Hospitality Management Division of MUIC which is an electronic journal dedicated to the advancement of tourism and hospitality management and service business information for readers, entrepreneurs, business owners and the general population.

This e-journal provides readers the opportunity for wider dissemination of knowledge and trends on tourism and hospitality management.

I encourage you to explore the services on this e-journal where you can find useful information and feel free to give us any suggestions on ways in which we can improve.

With best wishes,
Professor Maleeya Kruatrachue, Ph.D.
Dean of Mahidol University International College

MESSAGE FROM THE CHAIRMAN



Dear Readers,

The Tourism and Hospitality Management Division, Mahidol University International College is proud to present to you its first e-newsletter, Tourism and Hospitality Management Quarterly Review.

The main purpose of this e-newsletter is to provide knowledge related to tourism, hospitality, and other useful information for both industry practitioners and academicians with the belief that knowledge shared is the true path to success. As tourism and hospitality industries contribute significantly to Thai businesses and the economy, our e-newsletter aims to bridge the gap between academics and industry practitioners by offering the information and knowledge as well as the upcoming trends for the sustainable development of these industries. The contents of our e-newsletter are written in both Thai and English.

Thank you for reading Tourism and Hospitality Management Quarterly Review. You can always share your comments and thoughts with us at thmquarterlyreview@gmail.com.

Sincerely,
Assistant Professor Dr. Chanin Yoopetch
Chairman of the Tourism and Hospitality Management Division

สาส์นจากประธานหลักสูตร

เรียน ท่านผู้อ่านทุกท่าน

กลุ่มสาขาวิชาการบริหารอุตสาหกรรมท่องเที่ยว วิทยาลัยนานาชาติมหาวิทยาลัยมหิดลยินดีต้อนรับทุกท่านสู่ฉบับแรกของ Tourism and Hospitality Management Quarterly Review

วัตถุประสงค์หลักของ Tourism and Hospitality Management Quarterly Review นี้คือเพื่อนำเสนอความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการ รวมถึงข้อมูลอื่นๆ ที่มีประโยชน์ต่อทั้งภาคธุรกิจและภาควิชาการ ด้วยความเชื่อที่ว่าความรู้ที่มีการแบ่งปันเป็นพลังที่แท้จริงสู่ความสำเร็จ เป็นที่ทราบกันดีว่าอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและธุรกิจบริการมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อภาคธุรกิจและเศรษฐกิจของประเทศไทย การสร้างสรรค์ Tourism and Hospitality Management Quarterly Review จึงเป็นเสมือนงานบริการวิชาการเพื่อช่วยลดช่องว่างระหว่างภาควิชาการและภาคปฏิบัติ หรือภาคธุรกิจ โดยการนำเสนอข้อมูลและความรู้รวมถึงแนวโน้มและทิศทางของอุตสาหกรรมเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมดังกล่าวอย่างยั่งยืน เนื้อหาใน Tourism and Hospitality Management Quarterly Review นั้นจะมีการนำเสนอทั้งในภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

ขอขอบคุณท่านผู้อ่าน Tourism and Hospitality Management Quarterly Review และท่านสามารถแสดงความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะได้ที่ thmquarterlyreview@gmail.com

ด้วยความนับถือ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชนินทร์ อยู่เพชร

Tourism and Hospitality *Trend*

Tourism and hospitality *trends* in 2011

Tourism is one of the most important sectors driving the development and growth of the Thai economy. The industry aims to target around 16 million international tourist arrivals for 2011 with an expected revenue of 600 billion Baht. However, the number may not be reachable mainly because of the current political instability in the country and in the Middle East, along with the aftermath of higher oil prices. These can be seen as the main threats to the tourism and hospitality industry in this quarter.

The world tourism situation has shown a resilient recovery with approximately 7% growth from 2009 to 2010, according to the World Tourism Organization (UNWTO). In 2010, Asia and the Middle East were the two regions with the highest growth in the tourism industry.

In addition, the strength of the Thai baht, together with political instability, will make Thai tourism appear less attractive, compared to similar destinations in the South East Asian regions, especially Vietnam with mega projects in tourism and hospitality investments.

The domestic political situation is considered one of the dominant factors of the Thai tourism recovery. However, government tourism organizations and tourism-related businesses have to effectively communicate with international tourists in order to provide facts and to promote the destinations based

ทิศทาง อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และ การบริการ 2554

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาและการเติบโตของเศรษฐกิจประเทศไทย มีการประมาณการเป้าหมายนักท่องเที่ยวต่างชาติไว้ที่ประมาณ 19 ล้านคนกับประมาณการรายได้ที่จะเกิดขึ้นในประเทศประมาณ 600 ล้านบาท อย่างไรก็ตาม เป้าหมายที่วางไว้อาจไม่ได้เป็นไปตามที่ได้มีการประมาณการเนื่องจากปัญหาความไม่สงบทางการเมืองในประเทศและการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ซึ่งผลกระทบทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นคือราคาน้ำมันโลกที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างรวดเร็ว ปัญหาที่เกิดขึ้นในตะวันออกกลางนี้จะส่งผลกระทบต่อประมาณการการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการบริการของโลกซึ่งมีการเติบโตจากปี 2552-2553 ในอัตราร้อยละ 7 และมีการคาดการณ์ว่าจะเติบโตเพิ่มขึ้นจากการประมาณการของ World Tourism Organization (UNWTO) นอกจากนี้ ในปี 2553 ภูมิภาคเอเชียและตะวันออกกลางเป็นกลุ่มที่มีการเติบโตมากที่สุดในโลกในธุรกิจการท่องเที่ยวและบริการ

สำหรับประเทศไทย อัตราค่าเงินบาทที่แข็งและความไม่สงบทางการเมืองที่มีเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในประเทศและกับประเทศเพื่อนบ้าน จะส่งผลกระทบทั้งในด้านของจำนวนนักท่องเที่ยวและการลงทุนในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่งเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคอาเซียนที่มีการลงทุนและมีการขยายตัวทางด้านนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นเช่น ประเทศเวียดนาม ที่มีการส่งเสริมการลงทุนในโครงการขนาดใหญ่จำนวนมาก

สถานการณ์ทางการเมืองในประเทศเป็นปัจจัยลบต่อการฟื้นตัวทางการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งองค์การการท่องเที่ยวต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนควรหาแนวทางในการสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพกับ

on the safety and wellness of the tourists.



Tourism and hospitality Industry

Mobile Apps and Social Media

Technology is one of the most important drivers for every industry. Mobile apps for tourism are up-and-coming tools useful for tourism and hospitality businesses to help improve awareness and provide more information to their customers. Additionally, the use of social media, especially Facebook and Twitter, has continued to be used as one of the most effective tools to communicate and exchange information between businesses and their followers.



กลุ่มนักท่องเที่ยวต่างประเทศ เพื่อที่จะได้มีการให้ข้อมูลที่ถูกต้องและเหมาะสมโดยเน้นในด้านของความปลอดภัยและความสะดวกสบายของนักท่องเที่ยวเป็นสำคัญ นอกจากนั้น กลุ่มนักท่องเที่ยวในประเทศไทยยังเป็นกลุ่มที่สำคัญเนื่องจากเศรษฐกิจของประเทศไทยมีแนวโน้มการปรับตัวทางพื้นฐานที่ดีขึ้น ดังนั้นการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อต้อนรับกลุ่มนักท่องเที่ยวภายในประเทศจึงเป็นอีกโอกาสที่ดีสำหรับการพัฒนาตลาดการท่องเที่ยวในประเทศ

แนวโน้มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ 2554

การใช้ Mobile Apps และ Social Media

เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือช่วยในการเป็นตัวขับเคลื่อนการเติบโตในทุกอุตสาหกรรม เช่นเดียวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวซึ่งมีการใช้เทคโนโลยีต่างๆ ผ่านอินเทอร์เน็ตและเว็บไซต์ Mobile apps สำหรับการท่องเที่ยวเป็นแนวโน้มใหม่ที่เกิดขึ้นและสามารถช่วยให้ธุรกิจท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศอย่างมีประสิทธิภาพและต้นทุนที่ต่ำ ซึ่งจะช่วยในการเสริมสร้างการรับรู้ของข้อมูลการโปรโมชั่นหรือข้อมูลอื่นๆ ได้อย่างรวดเร็ว และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทันที Mobile apps นั้นไม่ว่าจะเป็นธุรกิจโรงแรม ร้านอาหารหรือสายการบินสามารถพัฒนาและใช้สื่อสารและแลกเปลี่ยนข้อมูลของลูกค้าได้ตลอดเวลา จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่ช่วยพัฒนาธุรกิจให้มีการเติบโตได้ดียิ่งขึ้น

นอกจากนี้การใช้สื่อทางสังคม(social media) เช่น Facebook และ Twitter ยังคงเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสื่อสารและแลกเปลี่ยนระหว่างองค์กรและสมาชิกได้อย่างสะดวก ประหยัดและรวดเร็ว

Green Tourism and the Green Economy

Green tourism and sustainable tourism are integrated in every form of tourism development. The global community currently pays more attention to the green economy and more investments in low carbon and resource-efficient projects. Moreover, the green economy grows beyond tourism, because key economic sectors participate in green investment, including energy, buildings, manufacturing and forests.

Climate change

The effect of climate change and global warming makes it more difficult for the tourism and hospitality industry to forecast demand patterns. The main effects include travel decisions and all types of reservations. Tourism and hospitality related businesses need to focus on flexible cash flows and more dynamic resources. Long-term plan and investment should be carefully revised to make sure that the tourism supply is well-adjusted according to the volatile demands.

Article By Asst. Prof. Chanin Yoopetch
Tourism and Hospitality Management Division
Email icchanin@mahidol.ac.th

Green Tourism และ Green Economy

แนวโน้มทางการท่องเที่ยวในปัจจุบันได้พบว่า Green tourism และการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (sustainable tourism) ได้ถูกรวมเข้าไว้ในรูปแบบต่างๆ ของการพัฒนาการท่องเที่ยว เนื่องจากทิศทางการท่องเที่ยวของโลกก็ให้ความสำคัญกับแนวคิดแบบ green economy ซึ่งนำไปสู่การลงทุนในโครงการที่เน้นคาร์บอนต่ำ (low carbon) และการเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพอย่างสูง นอกจากนี้แนวคิดแบบ green economy ได้มีการนำไปใช้ในกลุ่มอุตสาหกรรมต่างๆ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องและเพิ่มมากขึ้นเช่นในกลุ่มอุตสาหกรรมพลังงาน อุตสาหกรรมก่อสร้าง และอุตสาหกรรมป่าไม้ เป็นต้น

การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ (Climate change)

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่คาดคะเนได้ยากและภาวะโลกร้อนเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลกระทบในด้านลบต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการพยากรณ์อุปสงค์หรือจำนวนนักท่องเที่ยว เนื่องจากสภาวะภูมิอากาศที่ผันแปรอย่างรวดเร็ว เช่น อากาศหนาวมากหรือการเกิดพายุ มีผลกระทบต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวและการจองที่พัก เที่ยวบินและอื่นๆ ดังนั้น ธุรกิจท่องเที่ยวและการบริการจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการบริหารงบกระแสเงินสดที่มีความคล่องตัว (flexible cash flows) และมีการบริหารทรัพยากรอย่างคล่องตัว การวางแผนระยะยาวและการลงทุนระยะยาวควรมีการตรวจสอบทบทวนเพื่อให้แน่ใจว่าอุปทานทางการท่องเที่ยวจะสามารถมีการปรับเปลี่ยนได้อย่างเหมาะสมกับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

เรื่อง: ผศ.ดร. ชนินทร์ อยู่เพชร
ประธานกลุ่มสาขาวิชาและ
อาจารย์กลุ่มสาขาวิชาการบริการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
อีเมล icchanin@mahidol.ac.th

The use of hotel management contracts (Part 1): An introduction

When there is an opportunity for a hotel company to internationalize, the correct choice of entry mode would be a crucial strategy. In the international hotel industry competition, placing the hotel properties in the most appropriate location and expanding the network are significant to a company's competitive position. However, with less interest in investing for ownership, the hotel companies now focus more on property management. Strategic alliances in the form of the Hotel Management Contract (HMC) are also commonly used. This article will illustrate an overview of the HMC.

HMCs are widely used as a mechanism for separating the ownership of hotel properties and their management. As defined by Eyster (1988), the management contract is a written agreement between the owner of a hotel and an operator, by

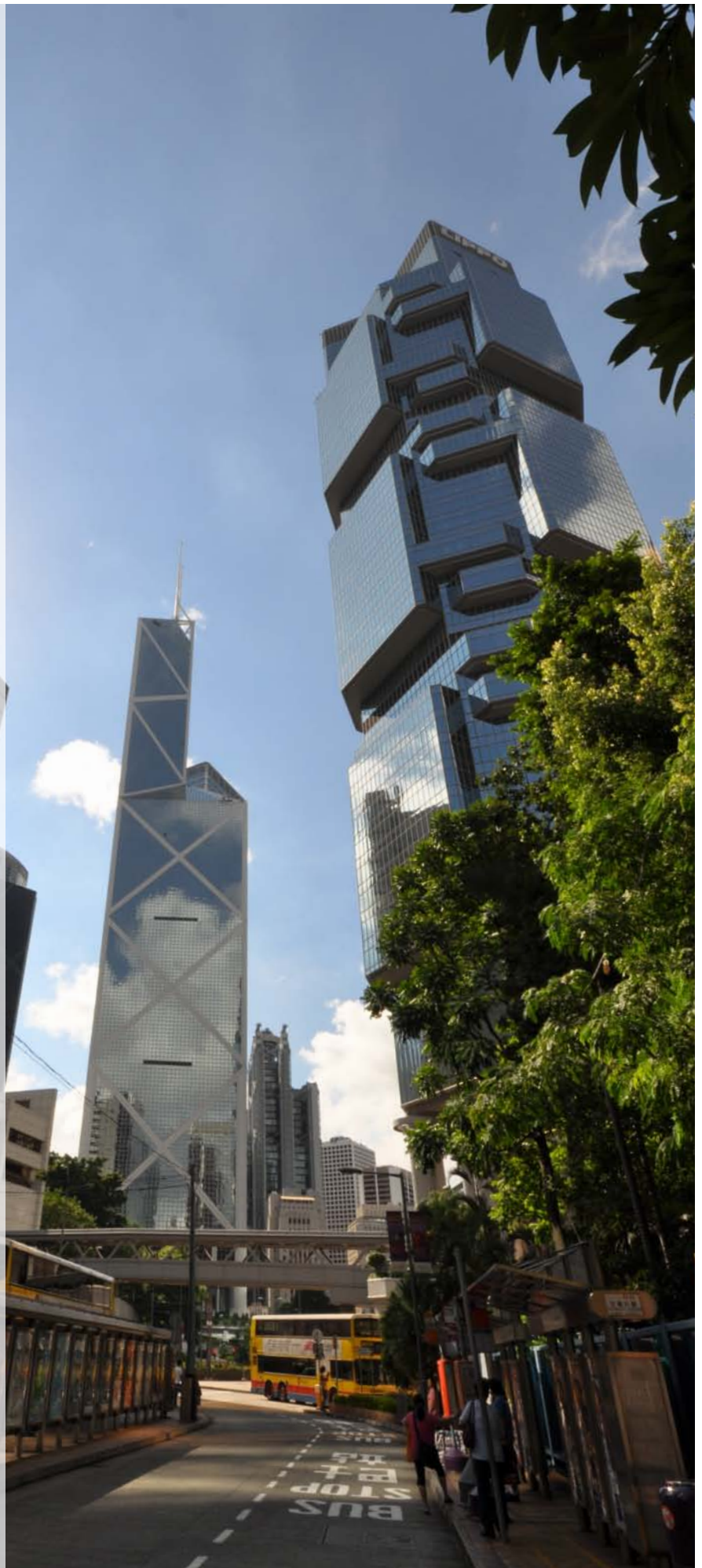
which the operator is appointed to operate and to manage the hotel on behalf and for the account of the owner in return for the payment of a management fee. The business model of using HMCs was introduced in the US lodging industry in the late 1960s. Since then, the industry has readily adopted the use of HMCs (Eyster, 1988). The HMC has become a key business model for both international and domestic expansion in the hotel business.

Due to the strong competition in the hotel business, international expansion has become an important strategy for managing competitiveness. As the hotel business tends to be a capital intensive business, high equity and control modes might not be feasible and desirable for large global operations. Consequently, to be a global player, hotel companies will frequently place considerable reliance on non-equity

partners and franchisees. Through developing a network of franchisees and operating hotels under management contracts, global hotel companies can capture some of the vital economies necessary for competitive international operations. These can be in the form of advantages in areas such as global logistics, supplies, architectural design, reservations, training, and brand recognition. That said, many hotel management companies are continuing to expand around the world (not only in the developed countries, but also in the developing countries) through the extensive use of HMCs. In fact, HMCs have become increasingly popular as a mode of business, as these companies specify hotel operations and not hotel ownership as their key area of competence. In this situation, the use of HMCs as a business model tends to be driven by the hotel management companies.

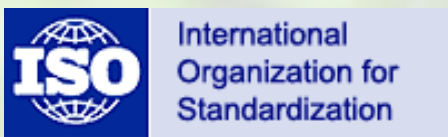
In the context of the industry, hotel management companies tend to work under long-term management contracts and on establishing their brand in order to gain new capital sources and develop more predictable revenue streams. On the other hand, the hotel owner (as a local partner) might make a hotel investment with or without having the requisite management ability. By its very nature, a hotel is a capital intensive business and it needs a specific level of expertise to take care of the investment in order to achieve a positive business performance. This creates the need for professional hotel management services, operating the property on the owner's behalf under a formal commercial agreement. Hotel management companies bring their professional expertise to ensure a positive cash flow and a satisfactory return on investment as well as the effective operation, maintenance, and development of a hotel property. This type of arrangement is termed an HMC and is frequently combined with a franchise arrangement. In addition, there is a clear separation of the hotel's ownership and its actual operation.

Article By Dr. Veerades Panvisavas
Tourism and Hospitality Management Division
Email icveerades@mahidol.ac.th



การรับรองมาตรฐานและแนวทางปฏิบัติ กับธุรกิจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

ด้วยกระแส การพัฒนาที่ยั่งยืนและความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นบนโลกใบนี้ ทำให้ปัจจุบันได้เกิดโครงการและหน่วยงานมากมายที่เล็งเห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาธุรกิจควบคู่ไปกับการรับผิดชอบต่อสังคม (CSR) ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเองนั้นก็มีความตื่นตัวต่อสภาวะการเปลี่ยนแปลงที่ก่อผลเสียแก่ภาคอุตสาหกรรมโดยรวมเช่นกัน จึงจะเห็นได้ว่า มีหลายธุรกิจท่องเที่ยวจากหลายภาคส่วน เข้าร่วมโครงการวางมาตรฐานการรับผิดชอบต่อสังคม แต่ก็อาจจะไม่มากพอ เพราะดูว่า การวางมาตรฐานสีเขียว หรือ การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมนั้น ต้องใช้เงินทุนมากมายในการเปลี่ยนแปลง แต่ที่จริงแล้วคุณมีสิทธิเลือกที่จะปฏิบัติตามขีดความสามารถของตนเอง ในกรณีนี้ขอยกตัวอย่าง รูปแบบมาตรฐาน และช่องทางในการเข้าร่วมอุดมการณ์สีเขียว เพื่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ดังต่อไปนี้



1. เริ่มจาก ISO 14001 สำหรับ
กิจการที่มีเงินทุนในการเข้าสู่
ระบบมาตรฐานระดับสากล
เพื่อเข้าร่วมวางกฎเกณฑ์ การ

จัดการระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อม
(Environmental Management System
หรือ EMS) ซึ่งในเมืองไทยนั้น มีบริษัทฯ ที่ได้
ผ่านการรับรองมาตรฐานโดยประมาณ 513
บริษัทฯ และส่วนใหญ่จะเป็นอุตสาหกรรมขนาด
ใหญ่ แต่ในธุรกิจท่องเที่ยวนั้น ก็จะมีโรงแรมใน
เครือต่างประเทศที่ผ่านการรับรองเช่นกัน ยก
ตัวอย่างเช่น Shangri-La Hotel, Hotel Nikko,
and Inter-Continental ใน ฮองกง ในปัจจุบัน
มี ISO 26000 CSR ที่มุ่งเน้นด้านการรับผิดชอบต่อ
สังคมโดยตรง และได้รับทำการเปิดตัวมา
ช่วงหนึ่งแล้วในแถบยุโรป แต่ยังไม่ได้ทำการ
ประชาสัมพันธ์ในเมืองไทย

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
สถาบันรับรองมาตรฐาน ISO
<http://www.masci.or.th/index.php>



2. มาตรฐานจาก มูลนิธิใบไม้
เขียว ที่เริ่มจากการรับรอง
จากจำนวนใบไม้ 1-5 เหมือน
มาตรฐานการรับรองโดย
ใช้ดาวแบบเดียวกับโรงแรม ซึ่งขึ้นอยู่กับขีด
ความสามารถของธุรกิจโรงแรมและสปา ใน
การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพมากเพียง
ใด เช่น การใช้พลังงานไฟฟ้า น้ำ การ
รีไซเคิล การจัดการด้านของเสีย และกฎเกณฑ์
ต่อการเลือกใช้สินค้าจากบริษัทฯ ที่เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม ณ ปัจจุบันมีสมาชิกเข้าร่วมกว่า
200 แห่งทั่วประเทศ

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
<http://www.greenleafthai.org/th>



3. มาตรฐานจาก โครงการ
Green Fins ภายใต้
โครงการสิ่งแวดล้อมแห่ง
สหประชาชาติ เพื่อธุรกิจดำ
น้ำ โดยมีภารกิจ เพื่อปกป้องและอนุรักษ์แนว
ปะการัง ซึ่งจะมีข้อกำหนดให้ปฏิบัติอย่างเป็น
มิตรต่อสิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน
เมื่อเป็นสมาชิกแล้วนั้นทางบริษัทฯ จะได้รับ
อุปกรณ์ให้ความรู้ และสัญลักษณ์ของการเข้า
ร่วมโครงการ โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายใดๆ รวมทั้ง
จะได้รับการโฆษณาบริษัทฯ ผ่านทางหน้าเว็บ
ไซต์ของ Green Fins

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่
<http://www.greenfins-thailand.org>



7 Greens Concept

ท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ใส่ใจสิ่งแวดล้อม

4.

แนวทางปฏิบัติของโครงการ 7 Greens โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ได้ดำเนินโครงการปฎิญญาอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ซึ่งสามารถนำไปปฏิบัติได้อย่าง

เป็นรูปธรรมเพื่อให้เกิดผลสำคัญ 2 ประการ คือ ลดผลกระทบจากภาวะโลกร้อน และสร้างรูปแบบการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน เป็นแนวคิดที่พยายามให้ครอบคลุมและเชื่อมโยงทั้งผู้ที่มีบทบาทในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวโดยตรง สื่อมวลชน รวมถึงประชาชนทั่วไป อันเชื่อว่าจะสามารถสร้างความเปลี่ยนแปลงระดับทัศนคติและนำไปสู่การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมได้

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

<http://www.tourismthailand.org/7greens>



Thailand Ecotourism and Adventure Travel Association

สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย

5.

การเข้าร่วมเป็น สมาชิกกับ สมาคมไทยท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และผจญภัย (TEATA) โดยมีจุดมุ่งหมายที่สำคัญร่วมกันคือ สร้างการท่องเที่ยวเชิงนิเวศให้เข้มแข็ง และเป็นการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยการสร้างคุณภาพและมาตรฐานทั่วในทุกกิจกรรม ทั้งในเรื่องของการจัดการ บุคลากร การสร้างโปรแกรมหรือรายการท่องเที่ยวและการบริการ ทั้งนี้เพื่อมุ่งสู่จุดหมายหลักคือการอนุรักษ์ธรรมชาติ, วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งสมาชิกรู้จักกันจะต้องดำเนินการไปในทิศทางเดียวกัน

ดูรายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่

<http://www.teata.or.th>

เรื่อง: อาจารย์แก้วตา ม่วงเกษม

อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาการบริการอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อีเมล ickaewta@mahidol.ac.th

โครงการระวังการท่องเที่ยวไทย (Tourism Watch for Thailand) ภายใต้โครงการของสถาบันวิจัยเพื่อการท่องเที่ยวไทย (สทว)

ได้ฝากข้อเสนอให้นักท่องเที่ยวเฝ้าระวัง ในประเด็นต่างๆ ไว้ 6 ด้าน ผู้สนใจสามารถคลิกเข้าไปชมได้ที่ <http://program.npru.ac.th/twt>

Service Excellence

นักบริการ – นักบุญ

ในการฝึกอบรม “การบริการที่เป็นเลิศ” ดิฉันจะเริ่มต้นเสมอว่า การทำงานบริการใด ๆ ไม่ว่าจะเป็นโรงแรม โรงพยาบาล ค้าปลีก และอื่น ๆ คือ การได้เป็นนักบุญในเวลาทำงาน ทุกคนจะทำนางนงสงสัยเป็นอย่างมากว่าเกี่ยวข้องกับอะไร เพื่อให้ทุก ๆ คนที่ทำงานในองค์กรที่ต้องการเน้นเรื่องการบริการที่เป็นเลิศให้เข้าใจบทบาทของตนเองให้ดีขึ้น ดิฉันอยากให้ทุกคนมีพื้นฐานของทัศนคติที่ตรงกันว่า การทำงานบริการต้องออกจากใจ เหมือนการทำบุญ แล้วจะได้ผลดีที่สุดยั่งยืนที่สุด หากยกตัวอย่างในงานโรงแรม ดิฉันมองว่า ให้อะไรแก่ใครสักครั้ง ก็ไม่สามารถให้คิดเป็นอื่นได้เลย อย่างไรก็ตามแล้วแต่ “การทำงานดีเพียงใด ก็ได้บุญเพียงนั้น” ดิฉันขอยกตัวอย่างในสิ่งที่เราจะ “ให้” แก่ลูกค้าโรงแรมดังนี้

๑. ให้ความปลอดภัย ๒. ให้ความอร่อย สะอาด สะดวกสบาย ๓. ให้ประสบการณ์ที่ดี คือ ความรู้สึกที่ดี

๓ สิ่งหลัก ๆ ในการให้ข้างต้นเป็นพื้นฐานในการทำงานโรงแรมทั่ว ๆ

ไป ซึ่ง “บุญ” ที่ได้ก็อยู่ที่เราให้ “อย่างไร” เช่น คุณเป็นพนักงานแม่บ้าน คุณนำผ้าเช็ดตัว ๆ ไปซึ่งอาจจะเช็ดโต๊ะเช็ดเก้าอี้ไปแล้ว ไปเช็ดแก้วน้ำ แสดงว่าคุณไม่เข้าใจว่าบุญและบาปเกิดได้ทุกวินาทีในงานบริการ เพราะหลาย ๆ งานเป็นงานเบื้องหลัง ลองถามตนเองว่าอย่างนี้ สะอาดหรือไม่ ปลอดภัยต่อลูกค้าหรือไม่ ถ้าผ้าที่ใช้นั้นสกปรก ลูกค้าก็ต้องดื่มน้ำจากแก้วที่สกปรก ซึ่งลูกค้าผู้ที่ไม่ได้ทำงานโรงแรม ส่วนใหญ่จะไม่ล้างแก้วน้ำในห้องพักก่อนใช้เพราะเขามีความเชื่อใจการบริการของโรงแรมเต็มที่ หรือในขณะที่ลูกค้ามาถึงที่โรงแรม การให้ความรู้สึกที่ดีการให้ประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นคือ ลูกค้ามาถึงโรงแรม พนักงานส่งรอยยิ้มที่จริงใจให้ลูกค้าก่อน พร้อมกล่าวคำว่า สวัสดีและไหว้อย่างงดงาม เพื่อให้ความรู้สึกที่ดีต่อลูกค้าก่อน ลองถามตนเองดูว่า หากคุณเป็นพนักงานต้อนรับของโรงแรม ทุก ๆ วันคุณคิดอะไร “โอ้ยวันนี้เช็ดอินเยะมากเช็งจ๊ง” หรือในใจคุณคิดว่า “ลูกค้ามาแล้วเตรียมตัวยิ้มด่วน” อย่างน้อย ๆ นี่ก็ถือการคิดดี และหากเรา พูดยดี และทำดีด้วย ก็เตรียมตัวรับบุญแน่นอน

เรื่อง: อาจารย์เนตรา เทวัญชาชัย

ผู้จัดการทั่วไป ศูนย์ปฏิบัติการโรงแรมศรียาพาวิลเลียน

อาจารย์ประจำกลุ่มสาขาวิชาการบริหารอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

อีเมล icnatetra@mahidol.ac.th



THM-MUIC *Inside*

THM Internship



The goal of the Tourism and Hospitality Management (THM) Program at Mahidol University International College (MUIC) is to increase the level of professionalism of the industry by providing educational opportunities, materials and support services for those who wish to join the industry at a management entry level. The curriculum is structured according to international standards, but adapted to fit the needs of the Thai tourism economy. The industry needs leaders who are well-acquainted with all aspects of tourism. By stressing high academic standards and providing challenging internships, students are prepared to be at the forefront of the sector.

To provide students with a greater range of career options, the THM Program offers two modules from which students can choose: Hospitality Management or Travel & Sustainable Tourism Development. In ad-

dition, part of the program requirements includes two three-month internships that bring classroom theories to life and provide students with professional experience.

The first internship takes place under the close supervision of full-time trainers and instructors within MUIC's own fully operational hotel and training center, the Salaya Pavilion Hotel. This four-star hotel provides students with practical experience of hotel management in all departments. The hotel has 43 guestrooms, fully equipped kitchens, two major banquet rooms, one restaurant and one lounge. It has excellent convention facilities, conference rooms and a 350-seat state-of-the-art auditorium where it has hosted a number of international conferences.

As for the second internship, each student can choose an area of specialization and undergo training domestically or in any country where English, Japanese, Chinese, Spanish, French or German is spoken.



During the previous trimester early this year, there was a total of 30 fourth-year students who started their second internship both domestically and overseas. Out of these 30 students, 24 are interning in Bangkok, two in Phuket, one in Krabi, one in Samutprakarn and the last two in France. By industry sector, 26 students are



interning in hotels, two at airlines, one choosing an event venue and the last one at Suvarnabhumi Airport.

The following are some of the internship venues in which those students took their second internship: Cathay Pacific Airways, Banyan Tree Bangkok, Royal Orchid Sheraton, Plaza Athenee Bangkok, InterContinental Bangkok, Renaissance

Bangkok Ratchaprasong, St. Regis Bangkok, The Sukhothai Bangkok, Thai Airways International, Mandarin Oriental Bangkok, Bangkok Marriott Resort & Spa, Sheraton Grande Sukhumvit, The Dusit Thani Bangkok, IMPACT Arena, Exhibition and Convention Center, Suvarnabhumi Airport, Le Meridien Phuket, Trisara Phuket, Sheraton Krabi Beach Resort and Hotel Mercure Bordeaux Center in France.

The reason that most of the students chose hotels for their internship is because the hotel industry in the country has recently been growing rapidly. As a matter of fact, Thailand is currently ranked no. 3 in hotel growth in Asia behind China and India. However, this trimester's highlight is on the two students who have been accepted for their internship at Hotel Mercure Bordeaux Center in France.



Article By Dr. Pisut Yuwanond
Tourism and Hospitality Management Division
Email icpisut@mahidol.ac.th

Students' Activities

THM Entrepreneurship and Innovation Contest



Fourth-year Tourism and Hospitality Management students, Mr. Sarun Subhavan, Ms. Czarina Laya Tanprasert and Ms. Kittikanda Boonlertrut won the MUIC Entrepreneurship and Innovation Contest, sponsored by Mahidol University International College in conjunction with Muang Thai Life Insurance and the Marketeer magazine, on May 18, 2011, in the Seminar Room. They presented their innovative and sustainable business plan with a clear emphasis on meeting the needs of society.

The Entrepreneurship and Innovation Contest was designed to foster teamwork and to generate creative ideas.

THM Students joined IMEX- Germany



The IMEX-MPI Future Leaders Forum 2011 was taken place on 25th and 26th May 2011 in Frankfurt, Germany.

Since last year, Pajaree Kampumee, the winner of the International University Challenge and Somhatai Timsard, winner of the creative challenge from Mahidol University International College were sponsored by MPI and TCEB to go and attend this forum in Frankfurt, Germany.



Airline Story

The extraordinary innovation of the aeroplane in 1903 by the Wright brothers brought countries much closer together. Initially, the purpose of the aeroplane was to transport goods and freight; however the idea of carrying people became widespread later on and that was how the airline industry came about. In the beginning, traveling by plane was costly; consequently only the well-off could afford it. Once flights became more common, ticket prices dropped, making aeroplanes the alternative mode of choice for almost everybody.

New airlines have emerged and offered products and services to meet customers' needs. Rapid expansion of Low-Cost Carriers (LCC) helped stimulate more travel and made it more affordable. The airline business has become one of the fastest, well-established and dynamic industries, with newcomers continuing to enter despite the industry's low profit margin. Also, airlines forming joint ventures in order to solidify their positions are a common occurrence nowadays.

With the rapid growth of the industry, a need arose for international bodies to impose rules and regulations and to set the standards for the industry. Two of the most well-known international bodies in the airline industry are the International

Civil Aviation Organization (ICAO) and the International Air Transport Association (IATA). Both were established to ensure the smoothness and fairness of international airline regulations and policies.

Airlines	ICAO Code	IATA Code
 Thai Airways	THA	TG
 Bangkok Airways	PG	BKP
 Scandinavian Airlines	SAS	SK
 Japan Airlines	JAL	JL
 China Airlines	CAL	CI
 Lufthansa	DLH	LH
 American Airlines	AAL	AA
 British Airways	BAW	BA
 Singapore Airlines	SIA	SQ
 Emirates	UAE	EK

The United Nations established ICAO in 1944, consisting of 52 nations as a specialized agency. Its purpose was to codify the principles and techniques of international air navigation, such as flight inspection and infrastructure, and to foster planning and development to ensure the safe and orderly growth of overall air traffic.

Following which, the IATA was founded in 1945, originally with 57 members from 31 nations. Currently IATA has 230 airline members, from 126 nations. Among its purposes are to help improve the operations among airline members, to strive to implement reasonable rules and regulations,

and to increase the awareness of the benefits that aviation brings to national and global economies.

It is undeniable that the actions of these organizations have had a tremendous impact on improving the airline industry, world travel trends, and economies overall.

Did you know that:

- In early 2011, the IATA spoke out against the Thai government's environmental initiative on the proposed "Green Tax" which

is a 15% tax on ticket prices, planned to be implemented in 2012. This tax is aimed at fining industries that the government considers large scale driver of pollution in the private sector.

- Both international bodies have their own airline codes. The ICAO codes are used in airline operations, such as flight planning and by aircraft operating agencies. The IATA code is used more for commercial purposes such as airline timetables, tickets, and tariffs. Examples of the differences between the two organizations are shown in this article.

Article By Ms. Walanchalee Wattanacharoensil
Tourism and Hospitality Management Division
Email icwalanchalee@mahidol.ac.th

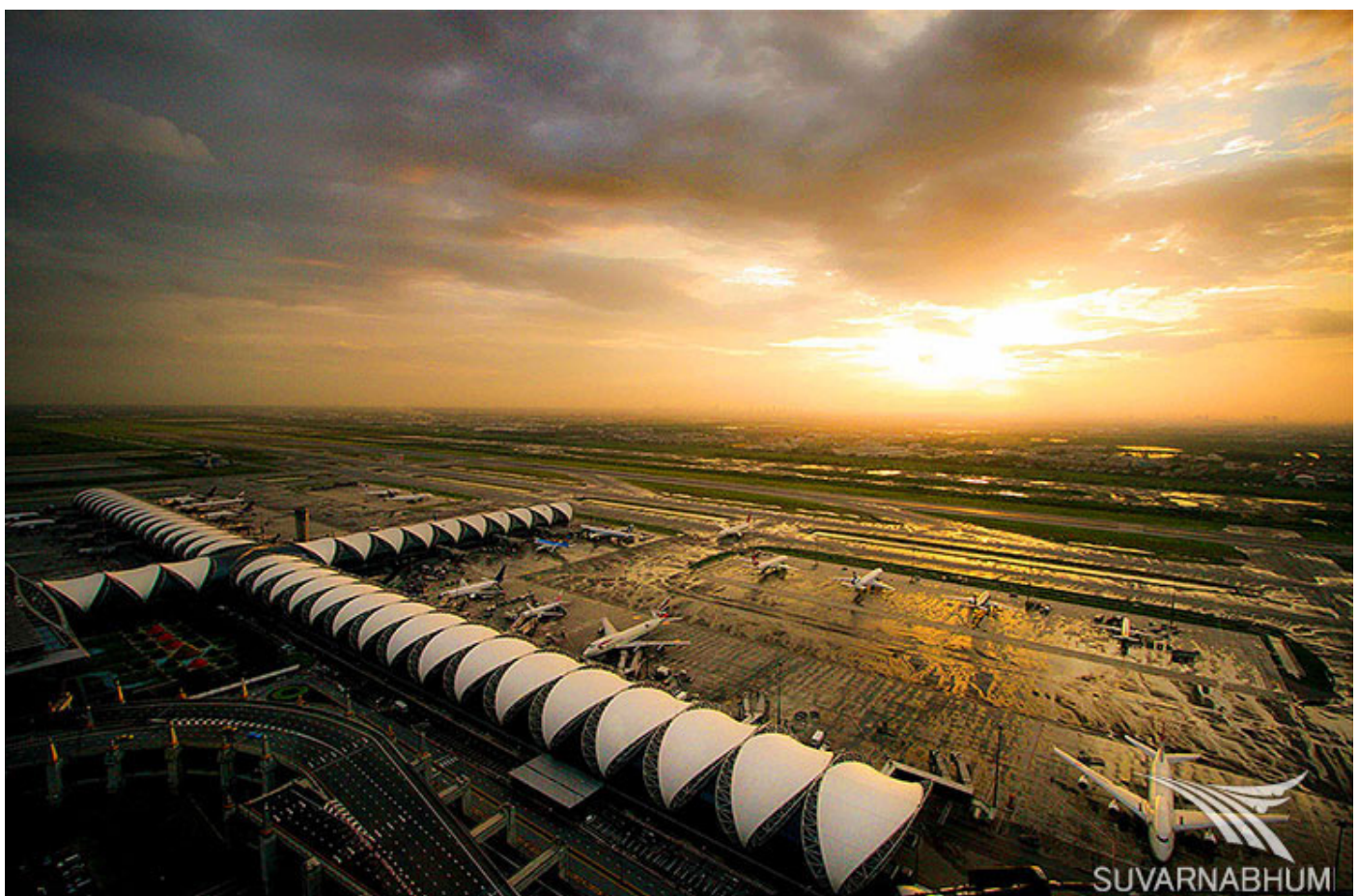


Photo credit to: www.suvarnabhumiairport.com