

THM

TOURISM AND HOSPITALITY MANAGEMENT

Quarterly Review

Vol.11 July 2014



01 Tourism and Hospitality Trend

03 Management Edge

06 Service Excellence

08 THM-MUIC Inside

09 Miscellaneous

THM - Newsletter is written by the faculty members and staff of Tourism and Hospitality Management Division and edited by the staff of Mahidol University International College (MUIC)

Advisers:

Prof. Maleeya Kruatrachue
Asst. Prof. Chanin Yoopetch

Editors:

Mr. George Amurao
Assistant Professor Chanin Yoopetch
Dr. Ka Tat Nixon Chen

Art Director:

Mr. Pratchaya leelaprachayanont

Distributors:

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. 1511, 1761
Fax +66(0) 2441 0496



Tourism and Hospitality *Trend*

Article By
Asst. Prof. Chanin Yoopetch
Tourism and Hospitality Management
Division
Mahidol University International College

Tourism and Hospitality Trends, Quarter 2 2014

Economic Situations in 2014

Thailand's economic growth has been slowly declining since the end of 2013 and the projection of gross domestic growth is expected to be 2.7%, according to the Bank of Thailand. The current growth rate is reduced from the 3.5% projection from early this year. Both import and export statistics decreased continuously, especially for the imports which was at its lowest level in four years. However, for the rice export, Thailand will become the world's biggest exporter once again (with approximately 8.5 million tons) due to the high quality of rice and significantly declined price of Thai rice. This is due to the oversupply of rice in Thailand and the Thai government's attempts to sell rice in order to pay back the farmers under the rice-pledging scheme.

The global economy has gradually improved in many parts of the world, especially in the United States. However, the tension between the West and Russia over Crimea will exert great pressure on the global economic development. The West, especially a number of countries in Europe, relies heavily on Russia for natural resources, including gas supply, to support their economic activities. It is expected that this conflict between the West and Russia could be worse if Russia continues to have military actions around Ukraine.

Tourism and Hospitality Industry

For the hotel industry, total hotel occupancy rate has declined from 69.34% in November 2013 to 60.82% in January 2014. Despite the effect of political unrest in Thailand, the year-on-year comparison of the number of the international tourists was not much different. There were 2,319.82 million international tourists in January

2014 as compared to 2,318.45 million in January 2013. This indicated that the political incident had impacts on the lower number of tourists in Bangkok, not other parts of Thailand.

For the airline industry, several airlines in Thailand encountered financial distress since the middle of 2013. For example, Thai Airways International faced a loss in 2013 of around 12 billion Baht (US\$ 369 million). The loss is expected to continue in 2014 as the number of airline passengers declined because of the political unrest. The political crisis has put the pressure on the tourism and hospitality industry.

However, the Songkran festival is coming and the hotel industry is hopeful about the increasing number of tourists, especially in the areas outside of Bangkok. Many hotels, such as Dusit Thani Hotel, collaborate with the Tourism Authority of Thailand to promote the festive event from 5-20 April 2014 nationwide.

The Growth in Social Media Application

Several hotels have been more aggressive in using many forms of social media to get close to their customers and potential customer base. The social media applications, including Facebook, Instagram and Twitter, has been used previously for raising awareness about the hotels or other hospitality firms. Currently, more hotels try to extend the benefits from social media to hotel booking and to improve brand loyalty. As the global competition among hotels has risen, social media provided a cost-effective method with the potential for long-term customer relationship management for the hotels. Several hotels try to gain the maximum benefits of social media. For example, Loews Hotels provided "Social Reservations," allowing people who are active on Twitter to reserve a room while chatting with the hotel agent. Another example is Radisson Blu's adoption of social media to improve its digital marketing strategy to provide concierge-style advice to improve customer loyalty.



Article By
Asst. Prof. Chanin Yoopetch
Tourism and Hospitality Management
Division
Mahidol University International College

การจัดการวิกฤติสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (Crisis Management in Tourism Industry)

วิกฤติเป็นสิ่งที่มีความกระทบต่อธุรกิจในด้านต่างๆ ซึ่งนับได้ว่าเป็นบททดสอบที่สำคัญสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวไทย เนื่องจากประเทศไทยได้ประสบกับภัยสึนามิ ปัญหาเศรษฐกิจในปี 2540 วิกฤติการเมืองที่มีความต่อเนื่องทั้งที่มีความรุนแรงน้อยไปจนถึงช่วงที่มีความรุนแรงมาก ดังนั้นการเตรียมความพร้อมสำหรับการจัดการวิกฤติจึงไม่ได้เป็นเรื่องที่ไกลตัวสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแต่อย่างใด

ก่อนอื่นขอกล่าวถึงคำว่าวิกฤติ (Crisis) วิกฤติหมายถึง การเกิดขึ้นของปัญหาที่มีความรุนแรงหรือมีอันตรายอย่างมาก มีการแบ่งวิกฤติเป็น 2 ประเภทคือ วิกฤติที่เกิดขึ้นโดยไม่สามารถมีการเตรียมการได้ล่วงหน้าเป็นระยะเวลานาน เช่น แผ่นดินไหว สึนามิ และอีกประเภทหนึ่งคือวิกฤติที่ค่อยๆ เกิดและมีเวลาเตรียมการล่วงหน้า เช่น วิกฤติทางการเมืองและวิกฤติเศรษฐกิจ

การจัดการวิกฤตินั้นอาจมองได้ว่าเป็นการที่เราจะพยายามลดผลกระทบที่จะเกิดขึ้นของเหตุการณ์ร้ายๆ และสามารถที่จะเตรียมความพร้อมในการฟื้นฟูหลังจากที่วิกฤติต่างๆ ผ่านพ้นไป ซึ่งสามารถสรุปได้เป็นประเด็นสำคัญดังนี้

1. การพัฒนาระบบข้อมูลข่าวสารที่มีประสิทธิภาพ
หัวใจสำคัญของการจัดการวิกฤติคือการได้ข้อมูลและข่าวสารที่รวดเร็วและมีความถูกต้อง ซึ่งธุรกิจจำเป็นที่จะต้องมียุทธศาสตร์และส่งข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัยเพื่อให้สามารถเตรียมความพร้อมในด้านต่างๆ ได้อย่างเหมาะสม

2. การสร้างเครือข่ายในกลุ่มของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่มีประสิทธิภาพ
การมีเครือข่ายที่ประกอบด้วยผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในด้านต่างๆ ถือได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการจัดการธุรกิจในปัจจุบัน เนื่องจากจะทำให้ได้รับข้อมูลที่สำคัญทั้งด้านการ

ดำเนินธุรกิจและยังทำให้สามารถเตรียมความพร้อมที่ในด้านต่างๆ ซึ่งบางครั้งวิกฤติที่จะเกิดขึ้นอาจจะมีสัญญาณเตือนมาจากธุรกิจอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว ทั้งที่เป็นทางตรงและทางอ้อม สำหรับเครือข่ายของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียนั้นอาจเป็นการสร้างกลุ่มความช่วยเหลือระหว่างกันทั้งธุรกิจเดียวกันเช่น หรืออาจจะเป็นกลุ่มธุรกิจท่องเที่ยวและองค์กรที่อยู่ต่างธุรกิจ เช่น หน่วยงานภาครัฐกับกลุ่มธุรกิจโรงแรม หรือกลุ่มธนาคาร (เพื่อความช่วยเหลือทางด้านเงินกู้ยืม)

3. การเตรียมความพร้อมทางด้านกายภาพ

เมื่อเผชิญกับวิกฤติทางภัยธรรมชาติ การเตรียมความพร้อมเป็นสิ่งที่สำคัญโดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของสิ่งก่อสร้างหรือตึกอาคารต่างๆ ให้มีความแข็งแรง เช่น กรณีที่เกิดแผ่นดินไหว รวมถึงการพัฒนาสัญลักษณ์ต่างๆ เช่น ป้ายบอกเส้นทางหลบภัยจากคลื่นสึนามิ ซึ่งจะมีอยู่ทั่วไปในพื้นที่ที่มีความเสี่ยง

4. การจัดตั้งหน่วยงานทางด้านการจัดการวิกฤติขึ้นในองค์กร

บางองค์กรอาจมีการจัดตั้งแผนกการจัดการวิกฤติซึ่งเป็นส่วนงานที่เป็น Cross functional team ที่มีสมาชิกของกลุ่มจากภาคส่วนต่างๆ ขององค์กร ซึ่งอาจมีการประชุมกันทุกเดือนหรือทุกสองเดือนเพื่อพิจารณาถึงประเด็นต่างๆ ที่จะทำให้เกิดวิกฤติรวมถึงการพิจารณาแนวโน้มของการเกิดวิกฤติ ทั้งทางด้านวิกฤติจากภัยธรรมชาติ จนถึงวิกฤติทางเศรษฐกิจและการเมือง เพื่อให้สามารถเตรียมแผนงานหรือความพร้อมอื่นๆ

วิกฤติกับธุรกิจท่องเที่ยวนั้นไม่ใช่เรื่องที่ไกลตัวเกินไป ดังนั้นการเตรียมความพร้อมจึงเป็นสิ่งที่สำคัญและจำเป็นเนื่องจากผลของการไม่เตรียมความพร้อมต่อวิกฤติที่จะเกิดขึ้นนั้นอาจจะทำให้เกิดผลเสียที่เลวร้ายได้

การนำทัวร์ที่ดีควรทำอย่างไร (How to conduct a meaningful tour?)

ผศ.ดร.สมพงษ์ อำนวยเงินตรา

การนำเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ ควรปฏิบัติตามข้อแนะนำดังต่อไปนี้ คือ

1. นักสื่อความหมายหรือผู้นำชม จะต้องเดินนำหน้าเสมอ เพื่อไม่ให้นักท่องเที่ยวแตกกลุ่ม
2. เมื่อถึงจุดที่จะบรรยาย ให้รวมนักท่องเที่ยวเป็นรูปครึ่งวงกลม และสามารถมองเห็นนักสื่อความหมาย และสิ่งที่จะอธิบายให้ฟังได้ชัดเจน
3. พูดด้วยเสียงดังฟังชัด และให้ได้ยินอย่างทั่วถึง การบรรยายไม่ควรใช้น้ำเสียงที่เครียดจริงจังจนเกินไป ควรมีความผ่อนคลายบ้าง เพื่อผู้ชมมิตร สร้างความเป็นกันเอง และเปิดโอกาสให้มีการซักถามบ้าง โดยสังเกตปฏิกิริยาของผู้ฟังตลอดเวลา
4. ในบางเวลาไม่จำเป็นต้องบรรยาย ควรปล่อยให้นักท่องเที่ยวได้สำรวจ และมีประสบการณ์เรียนรู้ด้วยตนเอง เช่น ขณะพระอาทิตย์กำลังจะลับฟ้า หรือ ขณะที่ชมวิวยามเย็นและมีลมพัดผ่าน ในยามนี้ทุกคนอยากจะอยู่อย่างสงบ จึงควรปล่อยให้ทุกคนได้สัมผัสบรรยากาศ และซาบซึ้งกับธรรมชาติ
5. ขณะนำเที่ยว หากมีเหตุการณ์ที่น่าใจเกิดขึ้น ก็ให้ถือโอกาสอธิบายสิ่งนั้น เช่น เมื่อเห็นชนบทหรือการทำนา ทำสวน ทำไร่ของคนท้องถิ่นแล้ว ควรอธิบายถึงความสงบสุข ความสันโดษ ความยิ้มแย้มเป็นมิตร ความผูกพันแบ่งปันเอื้ออาทรระหว่างครอบครัวในชนบท เป็นต้น
6. ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัส และได้เรียนรู้ เช่น รูปคล่าเปลือกไม้ หรือดมกลิ่นดอกไม้ เป็นต้น
7. การเดินนำกลุ่ม ต้องไปด้วยความเร็วพอสมควร คือไม่เร็วไม่ช้าเกินไป หากเดินเร็วเกินไปจะแตกเป็นกลุ่มย่อย และถ้าช้าเกินไปจะเกิดความรู้สึกเบื่อหน่าย
8. ให้นับจำนวนคน เพื่อให้แน่ใจว่าไม่มีคนหลงทาง ในการนัดเวลาสำหรับคณะนักท่องเที่ยวต่างชาติ ต่างวัฒนธรรม เพื่อความมั่นใจว่าทุกคนมีความเข้าใจตรงกัน ควรเขียนเวลา และสถานที่นัดหมาย ลงในกระดาษ แล้วชูแสดงให้ทุกคนได้เห็นอย่างทั่วถึงกัน
9. ให้อาสาสมัครช่วยนำด้วยการฝากเบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อของผู้บรรยาย เพื่อจะได้ติดต่อประสานงานขอความช่วยเหลือให้ทันท่วงที ในกรณีที่อาจจะเกิดอุบัติเหตุ เจ็บป่วย หรือหลงทาง
10. กรณีที่มีเด็กร่วมอยู่ในคณะ ควรดูแลเอาใจใส่เด็กบ้างพอสมควร แต่ทั้งนี้ต้องใช้จิตวิทยาเพื่อควบคุมมิให้เกิดอุปสรรคต่อกิจกรรมในการสื่อความหมาย



Article By
Asst. Prof. Sompong Amnuay-ngerntra
(PhD)
Lecturer
Tourism and Hospitality Division
Mahidol University International College

Service Excellence

ประเภทของความล้มเหลวของการบริการ (Types of Service Failures)

Article By

สุวดี ตาลาวนิช

Suwadee Talawanich

Assistant Lecturer

Tourism and Hospitality Division

Mahidol University International College

เอกสารอ้างอิง

Ford, R. C., Sturman, M. C., & Heaton, C.

P. (2012). Managing Quality Service in

Hospitality: How Organizations Achieve

Excellence in the Guest Experience. New

York: Delmar Cengage Learning.

หนึ่งในลักษณะเฉพาะของการบริการคือ การบริการประกอบไปด้วยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ(Ford et al., 2012) โดยส่วนมากผู้ให้บริการของธุรกิจท่องเที่ยวและบริการมักใช้คนเป็นผู้ให้บริการแทนการใช้เครื่องจักรหรือเทคโนโลยีต่างๆ เนื่องจากการบริการโดยคนสามารถแสดงความเอาใจใส่ดูแลลูกค้าได้ดีกว่าเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีรวมถึงผู้ให้บริการที่เป็นคนสามารถสังเกตปัญหาและความล้มเหลวของการบริการต่างๆ ซึ่งอาจเกิดขึ้นได้โดยไม่คาดหมายหากผู้บริการได้รับการฝึกอบรม (Training) ที่ดีจากองค์กรเมื่อผู้ให้บริการพบปัญหาหรือความล้มเหลวดังกล่าวก็จะสามารถแก้ไขสิ่งเหล่านั้นหรือขดเชยให้กับลูกค้าด้วยบริการอื่นๆ ทั้งนี้เพื่อให้ลูกค้าคลายความไม่พอใจและกลับมาใช้บริการอีกครั้งต่อไป

การแก้ไขความล้มเหลวของการบริการถือว่าเป็นเรื่องสำคัญมากสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวและบริการ เนื่องจากองค์กรท่องเที่ยวและบริการส่วนมากมักเลือกใช้คนเป็นผู้ให้บริการ ตามที่ได้กล่าวข้างต้น ดังนั้น ทุกองค์กรที่เลือกใช้คน จำเป็นต้องคำนึงข้อดีข้อเสียว่า การใช้คนก็อาจมีโอกาสดังกล่าวได้สูง เพราะองค์กรไม่สามารถควบคุมให้พนักงานทุกคนทำงานได้ถูกต้องตรงตามมาตรฐานได้ร้อยเปอร์เซ็นต์ดังเช่นเครื่องจักรหรือเทคโนโลยี พนักงานอาจสร้างความผิดพลาดได้หากขาดความพร้อมทางด้านร่างกาย จิตใจ หรือขาดแรงจูงใจ เพราะฉะนั้น องค์กรที่เลือกใช้คนเป็นผู้ให้บริการ จะต้องเตรียมความพร้อมสำหรับความล้มเหลวที่อาจเกิดขึ้นได้จากพนักงาน และในความเป็นจริง ไม่มีองค์กรใดสามารถป้องกันความล้มเหลวได้ตลอดเวลา ดังนั้น นอกจากองค์กรควรวางแผนป้องกันความล้มเหลวของการบริการแล้ว องค์กรยังควรให้ความสำคัญกับการแก้ไขความล้มเหลวดังกล่าว เพื่อให้ลูกค้าที่ประสบกับความล้มเหลวของการบริการยังคงเลือกกลับมาใช้บริการที่องค์กรอยู่เสมอ

อาจกล่าวได้ว่า การวางแผนแก้ไขความล้มเหลวของการบริการควรเริ่มต้นที่การเรียนรู้เกี่ยวกับความล้มเหลวของการบริการ เพื่อสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปประยุกต์ใช้และสร้างแผนการแก้ไขความล้มเหลวที่เหมาะสมกับแต่ละองค์กร หนึ่งในความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับความล้มเหลวของการบริการ ได้แก่ ประเภทของการบริการ 4 ประเภท ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ความล้มเหลวที่ตัวการบริการเอง (Service Product Failures) ถือเป็นความล้มเหลวที่เกิดขึ้นจากองค์ประกอบต่าง ๆ ของประสบการณ์การใช้บริการของลูกค้า ซึ่งความล้มเหลวประเภทนี้อาจเกิดขึ้นได้ที่ตัวผลิตภัณฑ์การบริการ (Core Service Product) เช่น ลูกค้าได้รับชุปที่เย็นเกินไป หรือเกิดขึ้นที่สิ่งแวดล้อมของการบริการ (Service Setting) เช่น ลิบบั๊ของโรงแรมมีสภาพเก่าและเหม็นอับ เนื่องจากขาดการดูแลรักษา หรือเกิดขึ้นจากระบบการส่งผ่านบริการ (Service Delivery System) เช่น ผู้โดยสารไม่ได้รับกระเป๋าเดินทางหลังจากมาถึงสนามบินปลายทางแล้ว
2. ความล้มเหลวเนื่องจากไม่สามารถทำตามความต้องการของลูกค้าได้ (Failures to meet explicit or implicit customer requests) ซึ่งอาจเป็นความต้องการที่ลูกค้าแสดงออกให้ผู้ให้บริการทราบโดยตรง หรือลูกค้าอาจไม่แสดงออก แต่ผู้ให้บริการจะต้องเป็นผู้สังเกตเอง ความล้มเหลวประเภทนี้เกิดขึ้นเมื่อลูกค้ามีความต้องการพิเศษที่นอกเหนือจากการบริการปกติ เช่น ต้องการเพิ่มหรือลดส่วนประกอบบางประเภทของอาหารออกไป ต้องการรสชาติอาหารที่มากหรือน้อยกว่าปกติ ต้องการปริมาณอาหารที่มากหรือน้อยกว่าปกติ หากลูกค้ามีความต้องการดังกล่าว แต่ผู้ให้บริการหรือองค์กรไม่สามารถทำตามความต้องการดังกล่าวได้ จะถือว่าความล้มเหลวประเภทนี้เกิดขึ้น ยกตัวอย่างเช่น เมื่อลูกค้าแจ้งพนักงานเสิร์ฟว่าไม่ต้องการผักในอาหารของตนเอง แต่เมื่อได้รับอาหารก็พบว่ายังมีผักอยู่ในจาน
3. ความล้มเหลวที่เกิดจากการกระทำของพนักงาน หรือการละเลยการปฏิบัติหน้าที่ของพนักงาน (Failures caused by employee actions or inactions) ความล้มเหลวประเภทนี้เกิดจากการกระทำที่ผิดพลาดหรือไม่เหมาะสมของพนักงาน เช่น สำรอกห้องพักผิดประเภทให้กับลูกค้าหรือเกิดจากการละเลยในการปฏิบัติหน้าที่ ยกตัวอย่างเช่น พนักงานลืมคิดราคาอาหารให้ลูกค้าลูกค้าจึงต้องรอเป็นเวลานาน
4. ความล้มเหลวที่เกิดจากผู้ใช้บริการอื่น ๆ เหตุการณ์ที่ไม่ได้เกิดขึ้นเป็นประจำ หรือเหตุการณ์ที่องค์กรไม่สามารถควบคุมได้ (Failures caused by other guests, random events, or circumstances beyond control of organization) แต่ลูกค้าก็คาดหวังให้องค์กรแก้ไขความล้มเหลวดังกล่าว เช่น ลูกค้าเมาแล้วทะเลาะกันในห้องอาหาร สร้างความหวาดกลัวให้กับลูกค้าคนอื่น โรงแรมที่ตั้งอยู่บริเวณพื้นที่จลาจล แยกจึงไม่สะดวกเดินทางมาเข้าพัก และน้ำท่วมในจังหวัดที่สถานที่ท่องเที่ยวตั้งอยู่ จึงไม่สามารถเปิดให้บริการได้ถึงแม้ว่าความล้มเหลวประเภทนี้จะไม่ได้เกิดจากความผิดพลาดขององค์กร อย่างไรก็ตาม ลูกค้ามักคาดหวังให้องค์กรดำเนินการแก้ไข หรือลดความรุนแรงของความล้มเหลวลง ดังนั้น องค์กรท่องเที่ยวและบริการจึงควรเตรียมความพร้อมเพื่อจัดการความล้มเหลวประเภทนี้

นอกจากนี้ ความล้มเหลวของการบริการในบางสถานการณ์ อาจเป็นความล้มเหลวที่มีส่วนประกอบของความล้มเหลวมากกว่าหนึ่งประเภท เช่น เมื่อลูกค้าต้องการเล่นเครื่องเล่นชนิดหนึ่งในสวนสนุกแห่งหนึ่ง แต่สวนสนุกจัดการคิวของลูกค้าได้ไม่ดี ทำให้ลูกค้าต้องใช้เวลารอคิวเพื่อเล่นเครื่องเล่นชนิดนั้นนานกว่าสองชั่วโมง ความล้มเหลวนี้ถือเป็นความล้มเหลวที่เกิดจากระบบส่งผ่านบริการ ซึ่งรวมอยู่ในประเภทแรก และเมื่อถึงคิวของลูกค้า ปรากฏว่าเครื่องเล่นนั้นเสีย ซึ่งถือเป็นความล้มเหลวของตัวผลิตภัณฑ์บริการและรวมอยู่ในประเภทแรกเช่นเดียวกัน เมื่อลูกค้าทราบว่าเครื่องเล่นเสีย จึงเข้าไปร้องเรียนและแสดงความไม่พอใจกับพนักงานควบคุมเครื่องเล่น แต่พนักงานกลับใช้ถ้อยคำไม่สุภาพโต้ตอบกับลูกค้า ซึ่งถือเป็นความล้มเหลวจากการกระทำของพนักงาน การกระทำดังกล่าวสร้างความไม่พอใจให้กับลูกค้าอย่างมาก ลูกค้าจึงตะโกนโต้ตอบกับพนักงาน สร้างบรรยากาศที่ไม่ดีให้กับลูกค้าคนอื่น และทำให้ลูกค้าคนอื่นประสบกับความล้มเหลวที่เกิดจากผู้ใช้บริการอื่น ๆ (Ford et al., 2012)

หลังจากทราบเกี่ยวประเภทของการความล้มเหลวของการบริการที่อาจเกิดขึ้นได้ในทุกองค์กรท่องเที่ยวและบริการ ขั้นตอนต่อไปคือการเรียนรู้ที่จะเลือกกลยุทธ์การแก้ไขให้เหมาะสมกับความล้มเหลวในสถานการณ์ต่าง ๆ โดยข้อมูลเกี่ยวกับความล้มเหลวประเภทต่าง ๆ ในบทความนี้ สามารถเป็นข้อมูลประกอบในการตัดสินใจเลือกกลยุทธ์การแก้ไขที่เหมาะสม ซึ่งจะนำเสนอในโอกาสต่อไป

THM-MUIC *Inside*

Internships in Singapore

Article by

Dr. Pisut Yuwanond

Chairman and Programme Director
Tourism and Hospitality Management
Division

For the past decades, Singapore has been recognized not only as the most developed country in Southeast Asia, but also as one of the cleanest, safest, and most organized countries in the world.

During the past few years, there has been a dramatic increase of not only Thai students, but also students from other ASEAN countries, going to Singapore for paid internships in the service industry, particularly hotels and restaurants. This is mainly because of the fact that Singapore is the best-paid and safest country in Southeast Asia, and is also located in its center.

Recently, the Singaporean government has become seriously concerned about a rapid influx of overseas interns from various ASEAN countries, especially Vietnam, the Philippines, and Thailand, to name a few. As a matter of fact, many of those interns have been working there illegally without awareness of the employers.

Therefore, in the past few years, Singapore's Ministry of Manpower has performed spot-checks on overseas interns, particularly those from the three abovementioned countries, which have so far sent the highest number of students to Singapore for internships. The ministry's spot-checking has been conducted in an attempt to solve the problem regarding illegal overseas interns, as well as illegal recruiting process done by some recruitment agencies in Singapore, as well as in other ASEAN countries.

Earlier this year, the spot-checking had been performed at a few 5-star hotels, particularly to look for interns from Thailand. As a result, over 60 Thai interns were found involved with forgery, which was conducted by some recruitment agencies, without the interns' awareness. Some of them had been detained by the Singaporean government for further investigation before being sent back to Thailand.

From now on, it will become more difficult for overseas interns generally to go and work in Singapore because of these incidents. However, in the case of interns from Thailand, only those coming from the first few top universities are granted a visa to go and work in Singapore legally. Mahidol University International College is one of the Thai universities, which has been approved by the Singaporean government.

Can Samui be a Greener Destination from Tourists' Perspective?

Different tourists have different backgrounds and experiences with environmental or green issues. In this paper, tourists in Samui reported negative experiences based on unclean environment, rapid growth of infrastructure, and the absence of a proper plan to prevent social and environmental problems as can be seen in Table 1.

Table 1: Top 10 Environmental Concerns about the Destination

Issues	Percentage	Ranked
Future of Samui environment	10.47	3
Beach quality	10.99	2
Care / Attention from locals	12.56	1
Education about environmental impact	9.94	4
Waste management	8.37	5
Public transportation	8.37	5
Clean atmosphere	8.37	5
Recycling system	6.80	7
Quality management of roads	6.80	7
Building / construction	7.85	6
Awareness of green tourism destination	4.71	8
Wastewater treatment /renovation	4.71	8

Note: N 219

The respondents also felt sad about the degradation of the natural resources, noting that the island used to be more beautiful but has been since marred by improper development and poor care by locals. But tourists expect to see improvement in the future. It is not too late to start to turn the island into a greener destination if all key stakeholders, including tourists, have a strong commitment to move forward and support each other. This study found that Samui is different from other destinations that have attempted to apply sustainability measures, as the majority of these lack strong community involvement, which Samui has successfully implemented. One problem that could be improved is facilitating the connection of all stakeholders and creating a concerted attention for environmental protection. As seen in Table 2, the results show that the most responsible group, based on tourists' opinions, are the tour operators, followed by

restaurants, airlines, local transportation, tourists, hotels/resorts, local community, and local government. Some respondents noted that every group is responsible.

In particular, tourists in this study cited tour operators, restaurants, and local transportation as key stakeholders on which to focus improvement efforts. These are small players but play significant role, in the aggregate, to support green activities. Airlines are also essential but they have more opportunities to move forward in support of a greener Samui and can be key stakeholders in conveying a green image to tourists. Awareness is a key factor in developing a greener Samui. More important, providing knowledge about how to go green to locals and tourists, including informing them about what stakeholders in Samui are implementing, could help the overall image of the island to become stronger and greener.

Table 2. Responsible Group for Sustainability Based on Tourists' Perspectives

Key Stakeholders	Frequency (N219)	Valid Percent	The Most Responsible Group
1. Local government	105	62.9	7
2. Local community	124	74.3	6
3. Airlines	153	91.6	3
4. Tour operators	160	95.8	1
5. Restaurants	155	92.8	2
6. Hotels/Resorts	132	79.6	5
7. Tourists	148	88.6	4
8. Local transportation, bus, ferry	153	91.6	3
9. All	88	52.7	8

Heritage Tourism and National Heritage Policies in Thailand

Article by
Dr. Roberto B. Gozzoli
Lecturer
Tourism and Hospitality
Management Division
Mahidol University
International College

Development of Heritage Management in Thailand has been amply helped as a result of the search for diverse tourist destinations during the early 1980s, along with restoration of heritage sites in order to facilitate public viewing. But heritage management in then-Siam was influenced by the policies of Rama VI. The King, in fact—possibly influenced by his studies in England and developments going on in Europe at the time—was the first to restore the ancient ruins of Sukhothai and Ayutthaya. Heritage and history have become part of a wider discourse relative to imagining the country.

History as learned in Thai schools and universities stressed the importance of the old capitals, Sukhothai and Ayutthaya, as the cornerstone of Thai culture and society. Sukhothai was the place where Thai writing and a wise king, Ramkhamhaeng brought civilization to the country. Ayutthaya was the predecessor of Bangkok, and its influence over many aspects of Bangkok period evident, from the origin of the current royal dynasty, to religious traditions such as the Ramakien.

As mentioned above, restoration of Sukhothai and Ayutthaya started in the late 1960s. During the late 1970s and early 1980s, restoration was aimed at opening historical parks to local and foreign tourists. As Thailand was beginning to blossom as a prime tourist destination, revenue from foreign tourists was needed. As the majority of the visitors then were from Western countries, they had to pay a higher admission fee than Thai visitors. The problem at this junction was that those Western visitors were not actually considered when the various tourist and Fine Arts master plans were planned. In fact, the targets of restoration and interpretation were actually Thai tourists. Educating generations of Thai visitors to these sites were in the mind of authorities during the reconstruction and landscaping of these historical locations.

As a national heritage site, Sukhothai saw restorations and landscaping following the description of what was written in the Ramkhamhaeng inscription — now on display at the National Museum in Bangkok, but originally discovered by the future Rama IV at Sukhothai when he was still in the monkhood. One side of the inscription contains a layout of the city following the cardinal points. On the base of the inscription, the historical park at Sukhothai

was actually conceived, up to the planting of the bethel nuts mentioned in the inscription itself. And for Loy Krathong Festival, as well as tourist attraction for the other months, a Sound and Light festival completely in Thai, with the collaboration of Silpakorn University, is actually re-enacted at the ruins. While the event attracts a large number of tourists — both Thai and Western — the indigenous tourists were the actual target. This was true for Sukhothai historical park, the satellite sites of Kampheng Phet and Sri Sitchanalai correspond much more to the romantic visions of ruins placed in a less landscaped context.

Ayutthaya was destroyed during the Burmese invasion in 1767 C.E. As Sukhothai was the place of wisdom, Ayutthaya was seen as the “fighter” against foreign invasions, mostly Burmese. As the film series on the life of King Naresuan, the “fighting capital” and its kings are still a powerful national statement. While the belligerent nature of the city as it appears in movies and books is not much evidenced, the information as given in the leaflets or bi- and tri-dimensional reconstructions are nothing more than for visitors already having a background, not for tourists foreign to Thai culture.

Both of them can be considered what I label as educational heritage, as they have to inspire locals to study their own past. But this can be also seen in the National Museum in Bangkok, whereas the major eras of Thai history follow a canonical representation of Thai history and archaeology.

Any World Heritage Site is actually landscaped according to national policies, this fact can be considered as certain. Even their choice to be listed in the World Heritage List is based on choices made by the national government and its cultural department. So criteria based on local policies or imagery is common. What is hard to deal with, however, is when national policies actually limit foreign visitors’ participation. I see, in fact, as damaging Ayutthaya and Sukhothai that only national policies of heritage management would simply determine one-way exhibition. Apart from logistic problems, the limita-

tion is that national policies actually undermine the experience of foreign visitors, as all of them look like alike, as an old adage goes: “You see one, you have seen them all.” But from an artistic point of view, this was not the original situation. Temples were restored mostly due to the existence of a previous model to follow, not really what testimonies or archaeological remains were actually showing. Thus, though they look homogeneous, they actually do not.

An example of dissonant heritage can be seen in the site of Ban Chiang, which was reviewed in the previous issue of this journal. By dissonant, I simply mean that the place is difficult to insert in the national discourse of heritage as highlighted above. Ban Chiang and its culture was an accidental discovery of 1960s, and fully understood in its potential during the mid-1970s, when by then, the site was vastly ransacked by the local inhabitants. But the site is pre-Buddhist, its importance is mostly regional. The possible historical importance of the site as iron smelting culture determined its inclusion in the World Heritage list. But it did not match any national discourse of heritage, it has never become a major tourist place, in spite of its listing. The fact that it is in Udon Thani province, and far from any major tourist center did not help either. But differently from the other two WH sites of Sukhothai and Ayutthaya, Ban Chiang never developed a tourism master plan in any case. That the major discoveries at Ban Chang were

only burials and vases did not certainly help to frame such a culture. Therefore, I can call Ban Chiang as a case of difficult heritage, as external standards determined its registration. On the bright side, if I may say like that, one of the major contributors to the building of the museum was the University of Pennsylvania. Such international cooperation has determined the existence of a purely archaeological museum.

There is also the case of Khmer heritage in Thailand. Phimai and Phanon Rung are two sites that have become one of the few heritage attractions where foreign tourists actually go in quite good numbers. Khmer heritage was the object of restoration slightly later than Sukhothai and Ayutthaya. The exposition of the heritage sites now is less nationalistic than the sites just mentioned.

But even Khmer heritage betrays national policies, as the name itself given to Khmer art in Thailand demonstrate. For a long time, and even now, Khmer heritage in Thailand has been labelled as Lopburi style, from one of the cities of the former Khmer empire that produced a local style of sculpture. The use of the local school name betrays the difficult relations going on between Siam and Cambodia, then French protectorate, during early 1900, and still going on until now. Thus Phimai and Phanon Rung — but even the long dispute about Preah Vihear, or Preah Vi-harn — have become a Thai heritage.