

หัวข้อวิจัย	ยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย
ผู้ดำเนินการวิจัย	รองศาสตราจารย์ ดร. ศีโรจน์ ผลพันธิน ¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรรณี สวนเพลง ²
ที่ปรึกษา	รองศาสตราจารย์ ดร. สุขุม เฉลยทรัพย์
หน่วยงาน	1. คณะครุศาสตร์ 2. คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต
ปี พ.ศ.	2557

การศึกษาวิจัยแผนงานมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย 2) ศึกษาศักยภาพและความพร้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย 3) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย และ 4) จัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย ซึ่งมีการวิจัยเชิงบูรณาการ คือ การวิจัยเชิงปริมาณ การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงพัฒนานวัตกรรม ซึ่งมีผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

1. ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

1.1) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย

พบว่า ส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักมากที่สุด โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมามีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1-2 ครั้งและกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีร้อยละ 44.12 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว) 1-2 ครั้ง มีมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000-5,000 บาท และมีวิธีการที่ผ่านชำระค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการโอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พักมากที่สุด ส่วนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย

ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

- ด้านสินค้าและบริการ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความหลากหลายของสินค้าและบริการ
- ด้านการสั่งซื้อ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความสะดวกและทางเลือกในการชำระเงิน
- ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ

นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็น ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว

1.2) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่าส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มากที่สุด โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1-2 ครั้ง และกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีเพียงร้อยละ 31.75 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือราคาถูกกว่าที่อื่น โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง มีมูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 50-100 ดอลลาร์สหรัฐ และมีวิธีการชำระเงินคำสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ใช้บัตรเครดิต โดยนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มากที่สุดและสาเหตุที่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมากที่สุดคือไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ

ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ

-ด้านสินค้าและบริการ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นการแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน

-ด้านการสั่งซื้อ มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน

-ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค มีความต้องการมากที่สุดในประเด็นสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อ

การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน

2. ศึกษาศักยภาพและความพร้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว มีกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มทั้งในและต่างประเทศ ผู้ประกอบการมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้อยละ 55.96 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 3 คน มีลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม แบบ .com ส่วนใหญ่มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001–100,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่ำกว่า 50,000 บาท และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 30,000 บาท โดยสาเหตุที่หน่วยงานของผู้ประกอบการเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ เป็นการขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น และสาเหตุที่หน่วยงานของผู้ประกอบการไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

2.1) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจากเป็น “ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทั่วถึงและปลอดภัย”

2.2) ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” และผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ”

3. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย ได้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของร้านขายของที่ระลึก ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยว ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับโรงแรม/ที่พัก และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านอาหาร ซึ่งในการพัฒนานั้นจะเป็นการเปิดร้านค้า (Shop) โดยจะประกอบไปด้วยร้านเล็กๆ ที่อยู่ในระบบ Online marketplace ในส่วนของหน้าร้านค้าสามารถทำการสร้างเว็บ e-Commerce สร้าง Catalogue จัดการข้อมูลการซื้อขายสินค้า วิธีการชำระค่าสินค้า ข่าวดูประชาสัมพันธ์ รายงานการซื้อขายสินค้า รายงานรายได้ พิมพ์ใบเสร็จ การใช้บริการเว็บบอร์ดและดูข้อมูลต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ได้ ในส่วนของลูกค้าสามารถทำการค้นหาข้อมูลสินค้า ซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ พิมพ์รายการสินค้าที่สั่งซื้อและใช้บริการเว็บบอร์ดได้ ในส่วนของผู้ดูแลระบบสามารถทำการตรวจสอบ จัดการเว็บไซต์ของร้านค้า และดูรายงานการสร้างเว็บไซต์ของร้านค้า และยอดขายของแต่ละร้านผ่านทางเว็บไซต์ได้

ทดสอบความถูกต้องของการทำงานของระบบและตรวจสอบเพื่อป้องกันความผิดพลาดของระบบดังนี้ 1) การป้องกันความผิดพลาดที่เกิดจากการป้อนข้อมูลของผู้ใช้งานระบบจะทำการตรวจสอบการป้อนข้อมูล ถ้าผู้ใช้ป้อนข้อมูลไม่ครบถ้วนระบบจะแจ้งข้อความเตือนผู้ใช้ 2) การตรวจสอบความถูกต้องในการเข้าใช้ระบบ ระบบจะทำการตรวจสอบ Username และ Password ของผู้ใช้งานก่อน Log in เข้าสู่ระบบถ้าผู้ใช้ป้อนข้อมูล Username หรือ Password ผิด ระบบจะแสดงความแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้ และ 3) การตรวจสอบความถูกต้องในการประมวลผลข้อมูลในการประมวลผลระบบจะทำการตรวจสอบข้อมูลที่ผู้ใช้ป้อนเข้าไป โดยส่วนของข้อมูลที่เป็นข้อมูลเฉพาะระบบจะทำการตรวจสอบ ถ้าข้อมูลนั้นซ้ำกับข้อมูลที่มีอยู่แล้วในระบบ ระบบจะแสดงความแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้

จากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึกที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี

จากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับโรงแรมที่พักที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี

จากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจร้านอาหารที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี

จากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยวที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี

4. แผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

วิสัยทัศน์ “การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของอาเซียน”

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว

ในการดำเนินการตามยุทธศาสตร์ประกอบด้วย การดำเนินงาน 10 โครงการ คือ

โครงการที่ 1 พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการธุรกิจ

โครงการที่ 2 ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO

โครงการที่ 3 พัฒนาระบบ Mobile commerce ต้นแบบ

โครงการที่ 4 อบรมให้ความรู้เรื่อง Mobile commerce กับสถานประกอบการธุรกิจ
ท่องเที่ยว

โครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

โครงการที่ 6 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการ
ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ

โครงการที่ 7 จัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

โครงการที่ 8 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการ
ท่องเที่ยว

โครงการที่ 9 พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการ
ท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน

โครงการที่ 10 อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคน
ในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคม
อาเซียน

Research Title	Strategy of using e-Commerce for Building Value Added and Competitiveness for Tourism Industry of Thailand
Researcher	Associate Professor Dr. Sirote Pholpuntin ¹ Assistant Professor Dr. Pannee Suanpang ²
Research Consultants	Associate Professor Dr. Sukum Chalaeysub
Organization	1. Faculty of Education 2. Faculty of Science and Technology Suan Dusit Rajabhat University
Year	2013

The objectives of the research study are to 1) study the behavior and requirements of tourists towards the use of e-Commerce in Thailand; 2) study the ability and readiness of tourism entrepreneurs in using e-commerce for tourism in Thailand; 3) develop a prototype of an e-Commerce system for tourism entrepreneurs in Thailand; 4) plan for a strategy to use e-Commerce in order to increase added value and competitive advantage in the Thai tourism industry using integrated quantitative and qualitative research, as well as conduct research to develop innovation. Research results are as follows:

1. The behavior and requirements of tourists towards using e-Commerce in Thailand

1.1) Behavior of Thai tourists towards using e-commerce

It was found that most Thai tourists had visited e-Commerce websites of hotels/resorts/accommodations the most. In the previous six months, they had visited e-commerce websites 1-2 times and 44.12% of people had ordered products and services through e-Commerce websites. The reason people bought products and services through e-Commerce websites related to tourism is that it was easy and convenient. In the previous six months, most had ordered products and services from e-Commerce tourism websites 1–2 times at an average of about Baht 1,000–5,000 each time, using bank accounts/ATM as the method of payment. Thai tourists ordered products and services from e-Commerce websites relating to hotels/resorts/accommodations the most, while the reason some Thai tourists did not order goods and services through e-Commerce websites was because they did not completely trust the security system.

The requirements for using e-Commerce in the tourism industry for Thai tourists showed that in the area of the e-Commerce system, the most required issue was the regular updating of news.

- In the area of products and services, the most required issue was in the variety of products and services.

- In the area of ordering, the most required issue was for the convenience and method of payment.

- In the area of consumer convenience, the most required issue was in the searching of information for products and services.

Thai tourists had the opinion that using e-Commerce in the tourism industry made it convenient and quick for buying and selling products and services.

1.2) The behavior of the e-Commerce usage of foreign tourists showed that most had visited the e-Commerce websites of hotels/resorts/accommodations the most. In the previous six months, most of them had visited e-Commerce websites 1 – 2 times, and only 31.75% of people had ordered products and services through e-Commerce websites. The reason people bought products and services through the e-Commerce websites was for the cheaper prices. In the previous six months, they had ordered products and services through e-commerce tourism websites 1 -2 times. The value of products or services that were obtained through the e-Commerce websites averaged 50–100 US Dollars per time and the method of payment was by credit card. Foreign tourists ordered products and services through hotels/resorts/accommodations e-Commerce websites the most. The main reason why foreign tourists did not order products and services through e-Commerce websites was that they did not want the products/services.

The requirements for using e-Commerce in the tourism industry for foreign tourists showed that in the area of the e-Commerce system, the most required issue was the regular updating of news.

- In the area of products and services, the most required issue was in the informing of prices and clear details of the products.

- In the area of ordering, the most required issue was for confidence in the payment security system.

- In the area of consumer convenience, the most required issue was in the ability to compare prices and services of different shops. Foreign tourists had the opinion that using e-Commerce in the tourism industry affected their confidence in the payment security system.

2. The potentiality and readiness in using e-Commerce for the entrepreneurs of tourism of Thailand.

Most entrepreneurs thought that doing e-Commerce business was necessary in the tourism industry; the target groups of the tourism industry for which e-Commerce was used were both domestic and international. Tourism entrepreneurs doing e-Commerce business amounted to 55.96%, most having less than 3 employees to maintain the e-Commerce aspect of the business. The type of domain name that was registered was .com. Most could increase their income by approximately Baht 50,001 – 100,000 per month. The average monthly expenses for the salary of the employees managing the e-Commerce was less than Baht 50,000/-, and the average monthly expenses for the computer systems and networks for managing the e-Commerce amounted to less than Baht 30,000/-. The reason that the entrepreneurs' agencies chose to do e-Commerce business was to expand their market channels (target groups) more, and the reason that the entrepreneurs' agencies did not use e-Commerce business was because they lacked staff that had knowledge in e-commerce.

2.1) Most entrepreneurs wanted to use e-Commerce because “the network system is quick, covers all areas and is safe”.

2.2) Most entrepreneurs had the opinion that the requirement to have a successful e-Commerce was the issue of having a “safety system in doing transactions through e-Commerce”, and most entrepreneurs had the opinion that the biggest obstacle in doing e-Commerce business was the issue of “English language knowledge”.

3. The development of the prototype e-Commerce system for the entrepreneurs of tourism of Thailand has provided an e-Commerce system for gift shops, tour companies, hotels/accommodations and for restaurants. Development will be exercised by opening shops, which will be comprised of small shops in the online marketplace system. It will be possible to create e-Commerce websites and catalogues. It will be possible to manage information relating to buying and selling products and payment for products, public relations news, to report the buying-selling of products, as well as access income reports, print receipts, use web board services and to see other information through websites. As for the customers, they will be able to search for product information, buy products through websites, print products that they ordered and use a web board service. As for the system administrator, it will be possible to inspect and manage the websites of shops and to

see the reports of the created websites of the shops as well as the circulation of each shop through the website.

Testing for the accuracy of system operations and inspections to prevent system errors are as follows: 1) In order to prevent errors that happen from data entered by the user, the system will check the data entered. If the user has entered incomplete data, the system will give an alert message to the user; 2) Checking for correct usage of the system, the system will check the username and password of the user before allowing them to login to the system. If the user enters the wrong username or password, the system will give an alert message to the user; and 3) checking for correctness in the data processing. In the data processing, the system will check the data that the user has entered, and the special data. If the data is repeated with data that is already in the system, the system will give an alert message to the user.

From the hypothesis testing it is concluded that e-Commerce for gift shops has developed efficiently.

From the hypothesis testing, it is concluded that e-Commerce systems for hotels/accommodations have developed efficiently.

From the hypothesis testing, it is concluded that e-Commerce systems for restaurant businesses have developed efficiently.

From the hypothesis testing, it is concluded that e-Commerce systems for tour companies have developed efficiently.

4. The strategy plan in using e-Commerce to create added value and competitive advantage in Thai tourism industry.

Vision - "Using e-Commerce to create added value and competitive advantage in the tourism industry and for promoting Thailand as the center of Asean tourism".

Strategy Issues

1st Strategy–Encourage and promote tourists to use e-Commerce in tourism.

2nd Strategy – Encourage and share knowledge regarding e-Commerce in conducting business for tourism entrepreneurs.

3rd Strategy – Promote innovation in e-Commerce for tourism industry.

4th Strategy – Create cooperation networks for using e-Commerce in tourism.

For operations to be done according to the strategies, there are 10 projects which are:

1st Project – Develop central website or central e-Commerce to connect to the e-commerce of business establishments.

2nd Project – Promote activities concerning tourism by using e-Commerce as a tool; example, photo and clip VDO contests.

3rd Project – Develop prototype Mobile commerce system.

4th Project – Give training about Mobile commerce to tourism business establishments.

5th Project – Install Mobile commerce system in tourism business establishments.

6th Project – Give training to staffs in tourism establishments regarding the use of e-commerce and new applications.

7th Project – Employ advisors in the Information technology field.

8th Project – Research and develop innovation in information technology to promote tourism.

9th Project – Develop a prototype community that can use e-Commerce to promote community tourism and to be a source of study and observation.

10th Project – Give training and knowledge of English Language and knowledge about Asean to people in the community and SMEs in order to prepare for entry in the Asean Community.

กิตติกรรมประกาศ

รายงานการวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยงบประมาณแผ่นดิน พ.ศ. 2556 จากสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ซึ่งสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับการสนับสนุนการดำเนินการวิจัยตลอดระยะเวลาของโครงการจาก รองศาสตราจารย์ ดร. สุขุม เฉลยทรัพย์ ประธานที่ปรึกษาอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต ที่ปรึกษาแผนงานวิจัยที่ให้ข้อคิดเห็นข้อเสนอแนะในมิติและประเด็นที่สำคัญสำหรับการวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณผู้ทรงคุณวุฒิ ที่ได้ให้ความอนุเคราะห์ในการตรวจสอบคุณภาพของเนื้อหา และให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานวิจัยทุกขั้นตอน ขอขอบพระคุณส่วนราชการในจังหวัดต่างๆ ที่คณะผู้วิจัยได้เดินทางไปเก็บข้อมูลภาคสนาม ตลอดจนไปจนถึงการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ชุมชน และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องที่ให้ความอนุเคราะห์ให้ข้อมูลแก่คณะผู้วิจัยเป็นอย่างดี

ท้ายนี้ขอขอบพระคุณคณาจารย์ที่মনักวิจัย ผู้ช่วยนักวิจัยทุกท่าน ที่ได้ช่วยทำให้งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วยดี

คณะผู้วิจัย

8 มกราคม 2557