

## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฉ
กิตติกรรมประกาศ	ฎ
สารบัญ	ฏ
สารบัญตาราง	ตม
สารบัญภาพ	ต
<b>บทที่ 1 บทนำ</b>	<b>1</b>
ความเป็นมาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของการวิจัย	10
ขอบเขตการวิจัย	10
คำจำกัดความที่ใช้ในงานวิจัย	10
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
<b>บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>13</b>
<b>ตอนที่ 1 นโยบายของรัฐที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยว</b>	<b>15</b>
บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ. 2535-2545)	24
บทบาทของภาครัฐในการส่งเสริมและพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (พ.ศ. 2545-2554)	28
นโยบายแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	30
กรอบของคณะกรรมการการท่องเที่ยวประเทศไทย พ.ศ. 2550-2554	31
ยุทธศาสตร์ของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2550-2554	32
ยุทธศาสตร์ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ตามแผนพัฒนาการท่องเที่ยว แห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559	34
แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร ฉบับที่ 2 ของประเทศไทย (พ.ศ. 2552-2556)	37
<b>ตอนที่ 2 แนวคิดเรื่องการวางแผนยุทธศาสตร์</b>	<b>39</b>
ยุทธศาสตร์การพัฒนา	39
การสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว	40
การตลาดอินเทอร์เน็ต	42

	หน้า
การวางกลยุทธ์	45
การวางกลยุทธ์บนอินเทอร์เน็ต	62
รูปแบบการให้บริการบนอินเทอร์เน็ตของธุรกิจด้านการท่องเที่ยว	63
<b>ตอนที่ 3 แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต</b>	<b>64</b>
สถานการณ์การท่องเที่ยวของโลก	64
สถานการณ์และแนวโน้มการท่องเที่ยวของประเทศไทย	69
แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต	74
ภาพรวมและแนวโน้มของนักท่องเที่ยวภายในประเทศ	76
<b>ตอนที่ 4 การวิจัยเชิงคุณภาพ</b>	<b>78</b>
การวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้ในงานวิจัย	78
การสัมภาษณ์	78
รูปแบบวิธีการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ	80
<b>ตอนที่ 5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง</b>	<b>82</b>
งานวิจัยในประเทศ	82
งานวิจัยต่างประเทศ	88
กรอบแนวคิดในการวิจัย	90
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย</b>	<b>92</b>
เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล	92
วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล	92
การจัดทำกับข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล	96
<b>บทที่ 4 ผลการวิจัย</b>	<b>95</b>
<b>ตอนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้</b>	<b>98</b>
<b>พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย</b>	
พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้พาณิชย์	98
อิเล็กทรอนิกส์	
พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการใช้	100
พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	
<b>ตอนที่ 2 ศึกษาศักยภาพและความพร้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของ</b>	<b>102</b>
<b>ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย</b>	

	หน้า
ศักยภาพและความพร้อมของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย	102
ผลการเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว	105
<b>ตอนที่ 3 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย</b>	<b>106</b>
<b>ตอนที่ 4 จัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มและรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย</b>	<b>107</b>
สภาพแวดล้อมของการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว	107
การวิเคราะห์ SWOT	108
การจัดทำ TOWS Matrix	110
การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และรายได้เปรียบเทียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย	115
การนำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวประเทศไทยไปสู่การปฏิบัติ	151
<b>ตอนที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปราย และข้อเสนอแนะ</b>	<b>155</b>
สรุปผลการวิจัย	155
อภิปรายผล	179
ข้อเสนอแนะ	189
<b>บรรณานุกรม</b>	<b>191</b>
บรรณานุกรมภาษาไทย	191
บรรณานุกรมภาษาต่างประเทศ	192
<b>ประวัติผู้วิจัย</b>	<b>195</b>

## สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1.1	สถานการณ์ท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2554	2
1.2	เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนมกราคม 2553 กับ เดือนมกราคม 2554	3
1.3	เปรียบเทียบแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามรายประเทศ	4
2.1	สรุปยุทธศาสตร์และกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระหว่าง ปี พ.ศ. 2545-2549	15
2.2	สรุปยุทธศาสตร์และกรอบการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทย ระหว่าง ปี พ.ศ. 2550-2554	20
2.3	การกำหนดกลยุทธ์และกลุ่มเป้าหมาย	59
2.4	การท่องเที่ยวระหว่างประเทศ แนวโน้มของโลกและภูมิภาค ปี ค.ศ. 1990 – 2020	68
2.5	พยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่จะเดินทางมาเที่ยวประเทศไทย	70
2.6	การพยากรณ์จำนวนที่พัก	70
2.7	การพยากรณ์ค่าใช้จ่ายในการท่องเที่ยวของประเทศไทย	71
2.8	การพยากรณ์จำนวนนักท่องเที่ยวจำแนกตามประเทศ	72
2.9	การพยากรณ์การเดินทางไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย	73
2.10	แหล่งข้อมูลที่นักท่องเที่ยวใช้สืบค้น/หาข้อมูล	74
3.1	ตัวอย่าง ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายใน	93
3.2	ตัวอย่าง ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายนอก	93
3.3	ตัวอย่าง ตารางการวิเคราะห์ศักยภาพภายในและภายนอกแบบ Matrix	94
4.1	ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	110
4.2	ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	111
4.3	ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	112
4.4	ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	113
4.5	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว	119
4.6	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	122

ตารางที่	หน้า	
4.7	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 3 ศึกษา วิจัย พัฒนาและนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยว	124
4.8	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว	125
4.9	รายละเอียดโครงการที่ 1 พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการธุรกิจ	127
4.10	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 1 พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการธุรกิจ	128
4.11	รายละเอียดโครงการที่ 2 ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO	129
4.12	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 2 ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO	130
4.13	รายละเอียดโครงการที่ 3 พัฒนาระบบ Mobile Commerce ต้นแบบ	131
4.14	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 3 พัฒนาระบบ Mobile commerce ต้นแบบ	132
4.15	รายละเอียดโครงการที่ 4 อบรมให้ความรู้เรื่อง Mobile commerce กับสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	133
4.16	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 4 อบรมให้ความรู้เรื่อง Mobile commerce กับสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	134
4.17	รายละเอียดโครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	135
4.18	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	137
4.19	รายละเอียดโครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	138
4.20	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	140
4.21	รายละเอียดโครงการที่ 6 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ๆ	141

ตารางที่	หน้า	
4.22	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 6 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ	142
4.23	รายละเอียดโครงการที่ 7 จัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	143
4.24	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 7 จัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	144
4.25	รายละเอียดโครงการที่ 8 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ สนับสนุนการท่องเที่ยว	145
4.26	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 8 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว	146
4.27	รายละเอียดโครงการที่ 9 พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน	147
4.28	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 9 พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน	148
4.29	รายละเอียดโครงการที่ 10 อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	149
4.30	แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 10 อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน	150
4.31	ความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย	153
5.1	SWOT Analysis	165
5.2	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว	169
5.3	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	172
5.4	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 3 ศึกษา วิจัย พัฒนาและนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยว	174
5.5	รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว	175

## สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1.1	การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2550-2552	6
1.2	ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม	7
1.3	ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม	7
1.4	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ปี พ.ศ. 2552 จำแนกตามอุตสาหกรรม	8
1.5	กรอบแนวคิดการวิจัย	10
2.1	กรอบการทบทวนนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว	14
2.2	แผนที่ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวประเทศไทย ปี พ.ศ. 2555-2559	35
2.3	แสดงขั้นตอนการวางแผนยุทธศาสตร์การตลาดบนอินเทอร์เน็ต	42
2.4	แสดงการจำแนกกลุ่มลูกค้าตามพฤติกรรมการใช้จ่าย	44
2.5	ตารางการตรวจสอบระบบสารสนเทศ	46
2.6	แนวทางการวางแผนระบบสารสนเทศแบบผสมผสาน	47
2.7	กรอบแนวคิดการกำหนดกลยุทธ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	48
2.8	การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม	50
2.9	SWOT Analysis	51
2.10	ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain)	54
2.11	BCG Model	55
2.12	ทิศทางการเลือกของกลยุทธ์	58
2.13	การกำหนดกลยุทธ์และกลุ่มเป้าหมาย	60
2.14	กรอบแนวคิดในการวิจัย	90
3.1	ตัวอย่าง ตารางตัวแบบตารางการวิเคราะห์แบบ Matrix	94
4.1	Matrix ที่ได้จากการประเมินและการกำหนดค่าคะแนนสภาพแวดล้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย	114
4.2	ความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแผนงาน/โครงการ	116
4.3	แผนที่กลยุทธ์	117
4.4	ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์	118
5.1	ความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแผนงาน	168