

# บทที่ 1

## บทนำ

### ความเป็นมาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีการขยายตัวสูง มีบทบาทความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก เป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญนำมาซึ่งเงินตราต่างประเทศ การสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังมีส่วนสำคัญในการพัฒนาระบบโครงสร้างพื้นฐานของการคมนาคมขนส่ง รวมไปถึงการค้าและการลงทุน เมื่อประเทศประสบภาวะวิกฤตทางเศรษฐกิจ การท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้ให้กับประเทศสามารถช่วยให้เศรษฐกิจฟื้นตัวได้ในเวลาที่รวดเร็วกว่าภาคผลิตและบริการอื่นๆ อย่างไรก็ตามอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มการแข่งขันรุนแรงขึ้นตามลำดับ มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและมีความอ่อนไหวง่ายจากปัจจัยลบทั้งภายในและภายนอกประเทศโดยไม่อาจหลีกเลี่ยงได้ สถานการณ์และผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงที่เป็นความท้าทายต่อการท่องเที่ยวของประเทศไทยมาจากหลายประเด็น เช่น ประเด็นผลกระทบด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ ความถดถอยของเศรษฐกิจโลก การปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจโลกแบบหลายศูนย์กลาง การขยายตัวของชีวอำนาจทางเศรษฐกิจใหม่ อาทิ บราซิล รัสเซียอินเดีย และจีน ส่งผลต่อการรวมกลุ่มทางเศรษฐกิจในภูมิภาคต่างๆ และการเปลี่ยนแปลงในตลาดการเงินของโลกที่ก่อให้เกิดการเคลื่อนย้ายเงินทุน สินค้าและบริการ การเคลื่อนย้ายแรงงานเสรี ส่งผลให้ประเทศไทยต้องพัฒนาการตลาดท่องเที่ยวเชิงรุกและเตรียมความพร้อมต่อการผันผวนของค่าเงิน รวมทั้งจะต้องพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ปรับปรุงกฎระเบียบต่างๆ ประเด็นผลกระทบด้านสังคม การให้ความสนใจกับชุมชน มรดกทางวัฒนธรรมและการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรสู่สังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่ต้องปลอดภัย สะอาด มีการรักษาสภาพแวดล้อม และใช้สื่อสารสนเทศในการท่องเที่ยวมากขึ้น รูปแบบของการท่องเที่ยวจึงมีแนวโน้มท่องเที่ยวแบบอิสระ สนใจการท่องเที่ยวเฉพาะทาง เช่น การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health and wellness tourism) การท่องเที่ยวแบบผจญภัย (Adventure tourism) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports tourism) เป็นต้น นอกจากนี้ผลกระทบด้านสังคม กระแสโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมโลกที่เข้ามาในประเทศไทย การเปิดการค้าเสรี ก่อให้เกิดการอพยพย้ายถิ่น การเคลื่อนย้ายแรงงาน ส่งผลต่อวิถีชีวิตคนไทยทั้งระดับครอบครัว ชุมชนและประเทศ เกิดการสูญหายของวัฒนธรรมพื้นถิ่น ปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

หลายทศวรรษที่ผ่านมา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และยังมีแนวโน้มที่จะเติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่อง จนถึงขั้นที่ธุรกิจประเภทนี้สามารถขึ้นมาอยู่ในประเภทของธุรกิจอันดับต้น ๆ ที่มีอิทธิพลมากธุรกิจหนึ่งของโลก ในปีหนึ่ง ๆ อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวสามารถสร้างรายได้อย่างมากมายให้แก่ประเทศ และหากมีการผสมผสานเข้ากับการส่งเสริมและการประชาสัมพันธ์จากภาครัฐเพื่อที่จะส่งเสริมให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีศักยภาพเพิ่มมากยิ่งขึ้นด้วยแล้ว สามารถดึงดูดเงินตราจากต่างประเทศเข้ามาเพิ่มขึ้นอีกด้วยเช่นกัน เป้าหมายของยุทธศาสตร์การ

ท่องเที่ยวของประเทศไทย พ.ศ. 2547-2551 (สำนักพัฒนาการท่องเที่ยว : 2550, ออนไลน์) ได้มุ่งเน้นการวางรากฐานให้ประเทศไทยมุ่งสู่การเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของภูมิภาคเอเชีย (Tourism capital of asia) และการพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวและกีฬาของเอเชียเพื่อร่วมพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนไทยให้มีความสุขอย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังมุ่งเน้นการสร้างการส่งเสริมและการพัฒนาการท่องเที่ยวและกีฬาให้ยั่งยืนอย่างเป็นระบบด้วยการบริหารจัดการสร้างเครือข่ายที่บูรณาการเพื่อการสร้างคน สร้างรายได้ และสร้างชาติให้เป็นผู้นำทั้งในระดับภูมิภาคและระดับโลกอีกทั้งยังมีทิศทางการดำเนินงานที่จะปรับตำแหน่งยุทธศาสตร์สู่ตลาดท่องเที่ยวคุณภาพ “มุ่งนักท่องเที่ยวคุณภาพ” (Best Quality Tourists) อีกด้วย โดยหนึ่งในยุทธศาสตร์ในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย คือ การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันด้านการตลาดเชิงรุกทั้งในและต่างประเทศโดยส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นประตูสู่ภูมิภาคเอเชียที่มีการพัฒนาทั้งในระบบสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการในการบริการข้อมูลข่าวสารให้กับนักท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การวิจัยการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2554-2555) ได้มีการจัดลำดับความสำคัญของวาระแห่งชาติด้านการวิจัยการท่องเที่ยวไว้อย่างหลากหลาย แต่อย่างไรก็ตามสถานการณ์การท่องเที่ยวไทยได้สะท้อนภาพความสำคัญของการกำหนดและขับเคลื่อนเชิงนโยบายการท่องเที่ยวบนฐานความรู้” ในการส่งผลสู่การปฏิบัติเพื่อพัฒนา “การท่องเที่ยวไทยอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์”

จากการประเมินสถานการณ์ของตลาดท่องเที่ยวและผู้ความเชี่ยวชาญด้านตลาดการท่องเที่ยว สามารถสรุปคาดการณ์โดยรวมได้ว่า ในปี พ.ศ. 2554 นี้ ตลาดนักท่องเที่ยวของไทยมีแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้น โดยตัวเลขรวมของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทยประมาณ 16.5 - 16.6 ล้านคน จากปีที่ผ่านมาตัวเลขอยู่ที่กว่า 15.8 ล้านคน และมีประมาณการณ์รายรับทางการท่องเที่ยวที่ 6 แสนล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาประมาณร้อยละ 14-17 โดยกลุ่มตลาดที่มีแนวโน้มเติบโต คือ จีน อินเดีย เกาหลี และรัสเซีย ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากสภาพเศรษฐกิจที่ฟื้นตัวและคาดการณ์ภาวะเงินเฟ้อที่ไม่สูงมาก (ดังตารางที่ 1.1)

ตารางที่ 1.1 สถานการณ์การท่องเที่ยวประเทศไทยปี พ.ศ. 2554

ปี	จำนวน (คน)	อัตราการขยายตัว (%YOY)	รายได้ (ล้านบาท)	อัตราการขยายตัว (%YOY)
2549	13,821,802	20.0	482,319	31.3
2550	14,464,228	4.6	547,782	13.6
2551	14,584,220	0.8	574,521	4.9
2552	14,149,841	-3.0	510,255	-11.2
2553*	15,591,771	10.2	537,000	5.2
2554*	16,330,000	4.7	555,000	3.3

ที่มา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552) และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2552)

หมายเหตุ: ประมาณการโดย บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2553)

อย่างไรก็ตาม กรมการท่องเที่ยวได้ประเมินการขยายตัวไว้ที่ร้อยละ 4.4-5.0 ซึ่งต่ำกว่าคาดการณ์ขององค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ที่คาดว่าในปี พ.ศ. 2554 จะมีนักท่องเที่ยวเดินทางท่องเที่ยวระหว่างประเทศเพิ่มขึ้นร้อยละ 4-5 จากปี พ.ศ. 2553 ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากตลาดท่องเที่ยวของไทยอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านลบบางประการ อาทิเช่น สถานการณ์การเมืองภายในและภายนอกประเทศ ความผันผวนของค่าเงินสกุลต่างๆ การเก็บภาษีการโดยสารทางอากาศ หรือ Air Passenger Duty (ซึ่งจะมีผลกับประเทศแถบยุโรปในปีนี้เป็นต้นไป) การชะลอตัวของเศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาและยุโรป ภัยธรรมชาติ และราคาน้ำมันในตลาดโลก เป็นต้น

ทั้งนี้ สำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ได้ประเมินว่าการท่องเที่ยวของไทยปีนี้จะทำได้ดีกว่าที่การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ประเมินไว้ซึ่งคาดว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะเพิ่มขึ้น 3.8% อยู่ที่ประมาณ 16.4 ล้านคน มีรายได้ 6.20 แสนล้านบาท ทาง สศค.วิเคราะห์ว่าหากสถานการณ์เป็นปกติไม่เกิดเหตุการณ์ที่รุนแรงทั้งภายในและภายนอกประเทศ ตลาดท่องเที่ยวต่างชาติน่าจะขยายตัวได้ถึง 6.3% จำนวน 16.8 ล้านคน สร้างรายได้ให้กับประเทศ 6.55 แสนล้านบาท

**ตารางที่ 1.2** เปรียบเทียบจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในเดือนมกราคม 2553 กับ เดือนมกราคม 2554

	มกราคม 2553	มกราคม 2554	เปลี่ยนแปลง
กลุ่มภูมิภาคเอเชียตะวันออก	722,608	800,333	+10.76
กลุ่มภูมิภาคยุโรป	569,275	649,081	+14.02
กลุ่มภูมิภาคอเมริกา	96,627	98,944	+2.400
กลุ่มภูมิภาคเอเชียใต้	80,404	95,133	+18.32
กลุ่มภูมิภาคโอเชียเนีย	76,964	84,853	+10.39
กลุ่มตะวันออกกลาง	49,639	50,384	+1.50

ที่มา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

เมื่อพิจารณาจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติแยกตามรายประเทศสามารถวิเคราะห์สถานการณ์การท่องเที่ยวได้ว่า

1) กลุ่มภูมิภาคเอเชีย ซึ่งประกอบด้วย กลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ประเทศจีน และประเทศเกาหลี กลุ่มเอเชียใต้ ได้แก่ ประเทศอินเดีย กลุ่มประเทศอาเซียน ได้แก่ ประเทศมาเลเซีย เป็นกลุ่มที่มีการขยายตัวได้ดี สังเกตได้จากสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้น

2) กลุ่มภูมิภาคอเมริกา โอเชียเนีย และ ยุโรป (ไม่รวมประเทศรัสเซีย) มีการขยายตัวหรือมีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่ลดลง

ตารางที่ 1.3 เปรียบเทียบแสดงจำนวนนักท่องเที่ยวแยกตามรายประเทศ

ภูมิภาค	ประเทศ	มกราคม 2553	มกราคม 2554	เปลี่ยนแปลง
เอเชีย	จีน	106,920	129,805	+21.40
	เกาหลี	92,186	108,094	+17.26
	มาเลเซีย	147,207	163,619	+11.15
	อินเดีย	60,612	72,635	+19.84
ยุโรป	รัสเซีย	82,560	122,012	+47.79

ที่มา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2554)

จากตัวเลขจำนวนนักท่องเที่ยวข้างต้น แสดงให้เห็นถึงโอกาสสำคัญที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของไทยควรจะต้องดึงดูดนักท่องเที่ยวจากประเทศเหล่านี้ให้มาเที่ยวประเทศไทยมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับอัตราการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ แถบเอเซียน่าจะมีสูงกว่าทางแถบประเทศตะวันตก อย่างประเทศจีนที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจร้อยละ 10 ทุกปี และเนื่องจากโครงสร้างที่เปลี่ยนไปของตลาดนักท่องเที่ยวจีนและอินเดียที่เป็นนักท่องเที่ยวระดับไฮเอนด์ (Hi-End) มากขึ้น มีความพร้อมที่จะซื้อแพ็คเกจ (Package) ท่องเที่ยวที่ดีมีคุณภาพมากขึ้น สำหรับรัสเซียซึ่งเป็นประเทศใหม่ที่มีการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอยู่ในระดับที่น่าพอใจ กอปรกับมีเส้นทางการบินที่มากขึ้นทำให้เกิดเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น และอาจจะสืบเนื่องมาจากอากาศที่หนาวเย็นมากขึ้น ชาวรัสเซียจึงเลือกที่จะเดินทางมาประเทศเขตร้อนเพิ่มขึ้น

ภาพรวมตลาดนักท่องเที่ยวชาวไทย (Domestic tourist) ในปี 2554 นี้ มีการคาดการณ์จำนวนนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ 91 ล้านคน/ครั้ง โดยจะสร้างเงินหมุนเวียนได้ประมาณ 432,000 ล้านบาท ทั้งนี้กลุ่มตลาดใหม่ที่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรขยายฐานลูกค้ามากขึ้น คือ กลุ่มผู้สูงอายุและกลุ่มเยาวชน เนื่องจากทั้งสองกลุ่มตลาดนี้จะผลักดันให้เกิดการท่องเที่ยวแบบครอบครัวหรือเป็นหมู่คณะขึ้น ภูมิภาคที่คาดว่าจะมีศักยภาพสำหรับตลาดท่องเที่ยวชาวไทย ได้แก่ ภาคใต้ทั้งชายฝั่งทะเล อันดามันและอ่าวไทย รวมทั้งชายฝั่งทะเลภาคตะวันออก ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และหลายจังหวัดในภาคกลางนั้น มีจุดเด่นเรื่องวิถีการ ดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมแบบไทยๆ ที่พร้อมนำคนไทยไปย้อนระลึกและเรียนรู้วิถีชีวิตของคนไทยในอดีต ไม่ว่าจะเป็น เมืองโบราณ ตลาดน้ำ และตลาดเก่าของแต่ละจังหวัดที่ชุมชนในท้องถิ่นได้อนุรักษ์ไว้ เป็นต้น

การที่จำนวนนักท่องเที่ยวที่เป็นทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและต่างประเทศที่เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากซึ่งจำเป็นที่จะต้องมีการให้ข้อมูลข่าวสารและสารสนเทศสำหรับบริการนักท่องเที่ยว การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศจึงมีความสำคัญมากในช่วงชิงตลาดการท่องเที่ยว ระบบอิเล็กทรอนิกส์ความรู้ สาร และสารสนเทศ กลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความแตกต่างและสร้างคุณค่าของสินค้าในอนาคตรูปแบบของ e-Commerce และ e-Business จะมีความสำคัญและซับซ้อนมากขึ้นในทุกกลุ่มอุตสาหกรรม ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวรุ่นใหม่มีแนวโน้มที่จะใช้ข้อมูลท่องเที่ยวผ่านอินเทอร์เน็ตเพื่อทำการสืบค้นและเปรียบเทียบราคามากขึ้น คาดการณ์ว่ามีประชากรโลกกว่า 1.5 พันล้านคน ท่องอยู่บนโลกอินเทอร์เน็ต และเกือบ 600 ล้านคน ที่ผันตนมาเป็นสมาชิกในสังคม Online บทบาทของอินเทอร์เน็ตซึ่งแต่เดิมทำหน้าที่เพียงให้ข้อมูล เพื่อป้อนข่าวสารด้าน

เดี่ยว ได้กลายมาเป็นช่องทางใหม่ในการแพร่กระจายข่าว การให้ข้อมูล และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว ช่องทางการขายทางอินเทอร์เน็ตกำลังได้รับความนิยม (แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559, หน้า 7)

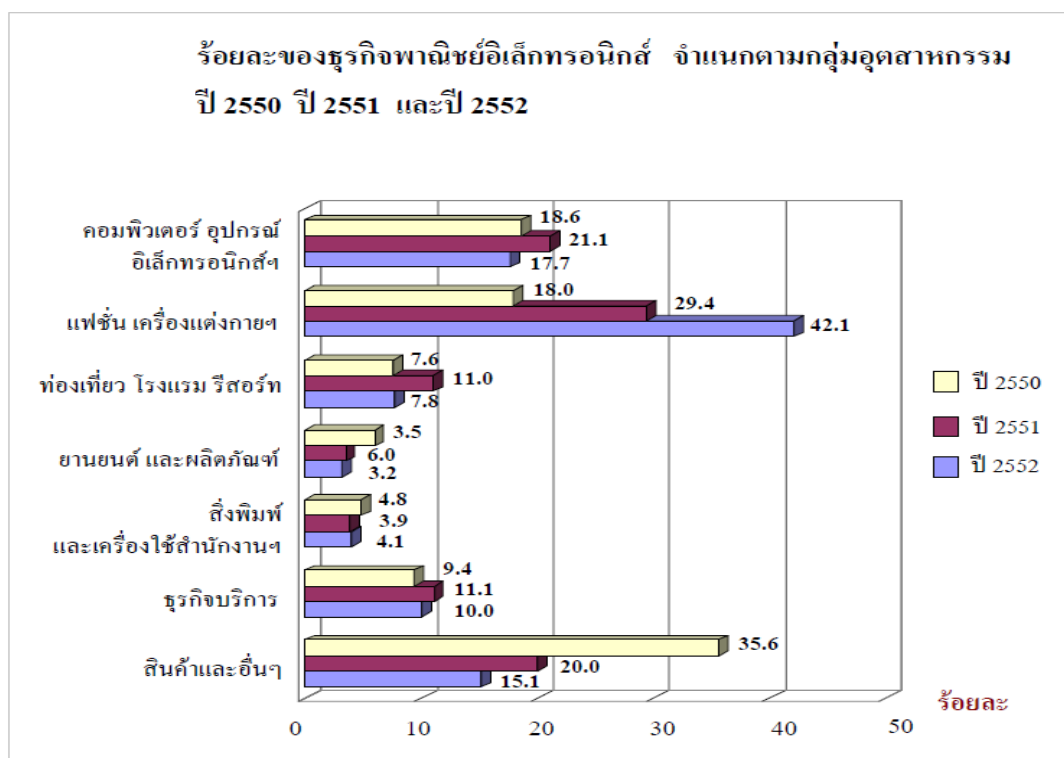
การให้บริการการท่องเที่ยวโดยการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่ได้รับการพัฒนาไม่หยุดยั้ง ประกอบการดำเนินธุรกิจที่ต้องการความรวดเร็ว ฉับไว เพื่อให้ทันต่อการแข่งขัน จึงทำให้การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ที่เรียกว่า “การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” (Electronic Commerce) หรือ เรียกว่า e-Commerce หมายถึง การใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อทำธุรกรรมการค้าและใช้ในการแลกเปลี่ยนสินค้าและบริการที่เกี่ยวข้อง

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีประโยชน์ทั้งในด้านระบบเศรษฐกิจ สังคมและประเทศ ช่วยขยายตลาดในระดับประเทศและระดับโลก ช่วยลดเวลาในการผลิต เช่น การขนส่งและชำระเงิน และการค้นหาข้อมูล เป็นต้น นอกจากนี้ยังช่วยลดข้อผิดพลาดในการสื่อสารแบบเก่า ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้าและบริการ ช่วยเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับธุรกิจและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยการสร้างเว็บไซต์ที่เป็นประโยชน์ต่อลูกค้า พร้อมทั้งช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้แก่ธุรกิจอีกทางหนึ่งด้วย ซึ่งพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีศักยภาพที่จะพัฒนาต่อไปให้เกิดประโยชน์ต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภคได้อย่างสูงสุด เพราะพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สามารถจัดหาทางเลือกที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภคได้ การสนับสนุนส่งเสริมให้มีการแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการธุรกิจด้วยกันเอง และการแบ่งสรรทางการค้าจะช่วยให้พัฒนาให้เกิดความสัมพันธ์ใหม่ๆ ขึ้น ถือเป็นประโยชน์ร่วมกันของเจ้าของธุรกิจเอง การนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศด้านการให้บริการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจนั้น ก่อให้เกิดประโยชน์แก่ผู้ประกอบการธุรกิจอย่างมากมายมหาศาล เช่น ช่วยเพิ่มยอดขาย ช่วยสำรวจตลาด และยังได้รับรายละเอียดข้อมูลของลูกค้าได้ในเวลาเดียวกัน นอกจากนี้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีส่วนช่วยในการประชาสัมพันธ์เสริมสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับธุรกิจไปถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศ ก่อให้เกิดมิตรภาพระหว่างใหม่ได้อย่างไร้พรมแดน และที่สำคัญช่วยให้เกิดการแข่งขันทางการค้า ช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้าและบริการให้ดียิ่งขึ้นไป ทำให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าได้รับสิ่งที่ดีกว่าเดิม ทั้งยังช่วยเพิ่มคุณภาพให้เว็บไซต์ (สีสัน กราฟิก เครื่องมืออำนวยความสะดวกในการซื้อขายต่างๆ) อีกด้วย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสูงในการนำเงินตราต่างประเทศเข้ามาในประเทศไทย ทั้งยังมีส่วนช่วยดุลการค้าของประเทศ และบทบาทในการสร้างงาน สร้างอาชีพก่อให้เกิดรายได้และความเจริญไปสู่ท้องถิ่นในທังทุกภูมิภาค เช่น มีบทบาทกระตุ้นให้บุคคลในท้องถิ่นมาเป็นมัคคุเทศก์ (Guide leader) เพราะได้เปรียบในความรู้ ความชำนาญในพื้นที่ หรือการนำเอาทรัพยากรท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อสร้างรายได้อีกทางหนึ่ง เช่น การจำหน่ายสินค้าที่ระลึกต่างๆ เป็นต้น สินค้าในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว คือ บริการต่างๆ เช่น การส่งจองห้องพักโรงแรม การเช่ายานพาหนะเพื่อเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงสินค้าที่ระลึกต่างๆ ซึ่งจะต้องมีการลงทุนเพื่อหวังผลกำไร ผลประโยชน์ต่างๆ ที่ได้มานั้นจะตกอยู่ในประเทศเอง ช่วยให้เกิดงาน เกิดอาชีพอีกหลายแขนง เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ช่วยผ่อนคลายความตึงเครียดให้กับนักท่องเที่ยวที่มาพร้อมกับแหล่งรายได้มหาศาลทั้งในรูปแบบเงินบาทไทยและเงินตราต่างประเทศ ซึ่งการค้าขายในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นการซื้อขายสินค้าประเภทบริการ เป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ จึงไม่ต้องคำนึงถึงเรื่องการขนส่ง การ

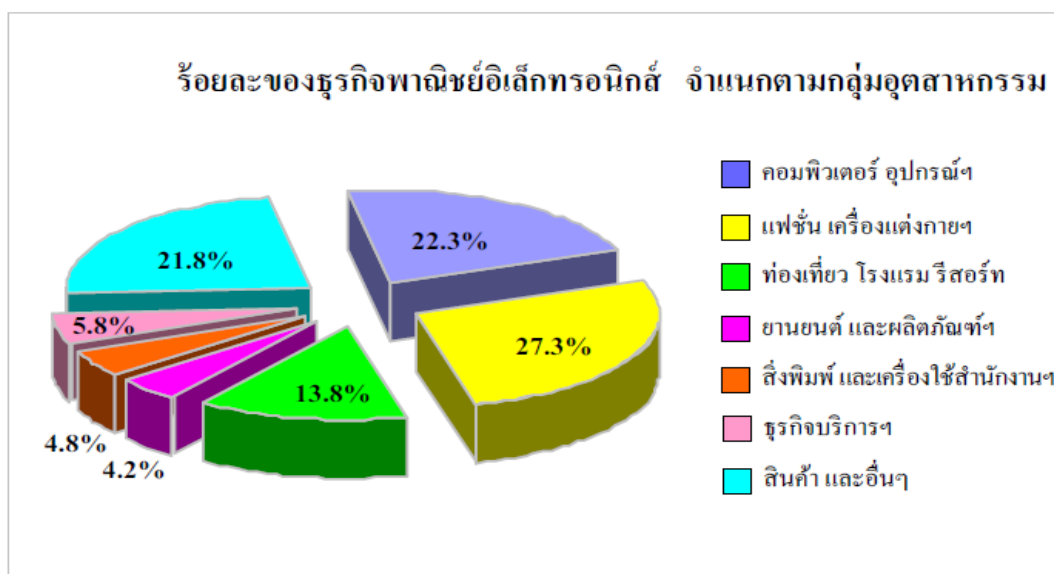
รับประกันสินค้าระหว่างการขนส่ง และสินค้าคงคลังที่สามารถเสียหายชำรุดหรือหมดอายุได้ ดังนั้นการนำเอาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนี้ นับเป็นสิ่งที่น่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มรวมถึงความได้เปรียบในการแข่งขันเป็นอย่างมาก

ผลการสำรวจการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย พ.ศ. 2550-2552 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ปี พ.ศ. 2550-2552 แสดงดังภาพที่ 1.1



ภาพที่ 1.1 การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม ปี พ.ศ. 2550-2552 ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2552, หน้า 6)

จากภาพที่ 1.1 พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในอันดับสี่ของอุตสาหกรรมทั้งหมดของประเทศ โดยมีสัดส่วนร้อยละ 7.6 ในปี พ.ศ. 2550 ร้อยละ 11.0 ในปี พ.ศ. 2551 และ ร้อยละ 7.8 ในปี พ.ศ. 2552



ภาพที่ 1.2 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม  
ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2553, หน้า 4)

กลุ่มอุตสาหกรรม	มูลค่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ <sup>2/</sup> (ล้านบาท)					
	พ.ศ. 2549		พ.ศ. 2550		พ.ศ. 2551	
	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ	มูลค่า	ร้อยละ
มูลค่าขายรวม	128,476	100.0	193,478	100.0	238,789	100.0
- คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์ อิเล็กทรอนิกส์ และ อินเทอร์เน็ต	12,795	10.0	31,136	16.1	59,420	24.9
- แฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และ เครื่องประดับ	11,226	8.7	10,595	5.5	11,811	4.9
- <b>ท่องเที่ยว-โรงแรม- รีสอร์ท</b>	<b>7,675</b>	<b>6.0</b>	<b>18,182</b>	<b>9.4</b>	<b>10,570</b>	<b>4.4</b>
- ยานยนต์และ ผลิตภัณฑ์	21,809	17.0	32,433	16.8	71,617	30.0
- สิ่งพิมพ์ และ เครื่องใช้สำนักงาน	1,761	1.4	4,469	2.3	5,056	2.1
- ธุรกิจบริการ	10,053	7.8	6,780	3.5	3,657	1.5
- สินค้า และอื่นๆ	63,157	49.1	89,883	46.4	76,658	32.2

ภาพที่ 1.3 ร้อยละของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำแนกตามกลุ่มอุตสาหกรรม  
ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2552, หน้า 9)

ตาราง พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ในรอบปีที่ผ่านมา (ปี 2552) จำแนกตาม  
กลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	มูลค่า (ล้านบาท)	ร้อยละ
<b>มูลค่ารวม<sup>1/</sup></b>	<b>288,911</b>	<b>100.0</b>
• ยานยนต์ และผลิตภัณฑ์	84,054	29.1
• คอมพิวเตอร์ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และอินเทอร์เน็ต	55,735	19.3
• ธุรกิจบริการ	20,555	7.1
• ท่องเที่ยว โรงแรม รีสอร์ท	16,176	5.6
• แฟชั่น เครื่องแต่งกาย อัญมณี และเครื่องประดับ	12,737	4.4
• สิ่งพิมพ์ และเครื่องใช้สำนักงาน	5,639	2.0
• สินค้า และอื่น ๆ	94,015	32.5

ภาพที่ 1.4 มูลค่าพาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ ปี พ.ศ. 2552 จำแนกตามอุตสาหกรรม  
ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2553, หน้า 13)

จากภาพที่ 1.2 พบว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการใช้พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นในปี พ.ศ. 2553 คิดเป็นร้อยละ 13.8 ของทุกอุตสาหกรรมในประเทศ ซึ่งแบ่งเป็น การจองตั๋วและที่พัก คิดเป็นร้อยละ 7.3 และ โรงแรม/รีสอร์ท/เกสเฮ้าส์ คิดเป็นร้อยละ 6.5 รวมเป็น 13.8

จากภาพที่ 1.3 พบว่า มูลค่าของพาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ จากปี พ.ศ. 2549 มีมูลค่า 7,676 ล้านบาท เพิ่มขึ้นเป็นสองเท่าในปี พ.ศ. 2550 เป็น 18,182 ล้านบาท และ ลดลงในปี พ.ศ. 2551 เป็น 10,570 ล้านบาท และเพิ่มขึ้นเป็น 16,176 ใน ปี พ.ศ. 2552 (ดังภาพที่ 1.4)

จากแนวโน้มสถานการณ์ใช้พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวพบว่า มีแนวโน้มที่เติบโตขึ้นและมีมูลค่าทางเศรษฐกิจที่สูงขึ้น ซึ่งโดยส่วนมากมักเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ ในธุรกิจโรงแรมและรีสอร์ทเป็นผู้ใช้พาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์แบบเต็มรูปแบบ เนื่องจากเป็นสถานประกอบการที่ศักยภาพทางการเงินและการลงทุนในการติดตั้งและใช้ระบบพาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์ แต่สำหรับสถานประกอบการธุรกิจการท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดเล็กยังขาดงบประมาณในการพัฒนาหรือจัดหาระบบพาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นโอกาสอันดีที่จะการศึกษาวิจัยแผนงานนี้จะได้ทำการพัฒนาระบบพาณิชนย์ต้นแบบให้สำหรับธุรกิจท่องเที่ยวขนาดกลางและขนาดเล็กให้สามารถนำไปใช้ในการดำเนินธุรกิจการท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ

จากโอกาสทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่จะพัฒนาการพาณิชนย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย เพราะการพาณิชนย์

อิเล็กทรอนิกส์เป็น “อาวุธ” ที่สำคัญในการสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” (Value added) ให้กับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดย การให้ข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับบริการการท่องเที่ยว นำเสนอผลิตภัณฑ์/บริการด้านการท่องเที่ยวที่เหนือกว่า สร้างความแตกต่างในด้านต่างๆ ทั้งด้านผลิตภัณฑ์ บริการ บุคลากร ภาพลักษณ์ รวมถึงช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใหม่ที่ทันสมัยและเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้โดยตรงและทันทีซึ่งสอดคล้องกับนโยบายภาครัฐมีการส่งเสริมให้มีการใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มศักยภาพของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ ในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555 – 2559 ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.2.4 พัฒนาขีดความสามารถด้านการวางแผนและการปฏิบัติงานด้านการตลาดออนไลน์ (Online marketing) และพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เพื่อเพิ่มศักยภาพและขีดความสามารถด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทย นอกจากนี้การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ หรือ ความสามารถของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการสร้างคุณค่าที่เหนือกว่าในการแข่งขัน เช่น การทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความพึงพอใจมากขึ้น ความสามารถในการเพิ่มคุณค่าด้านประสิทธิภาพ ความคิดสร้างสรรค์ และการตอบสนองนักท่องเที่ยว ซึ่งคุณค่าดังกล่าวเป็นคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่งในธุรกิจการท่องเที่ยว

สิ่งที่เป็นอาวุธที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของการท่องเที่ยวประเทศไทย คือ “การใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือทางการตลาด” เนื่องจากเป็นการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสมัยที่อยู่กระแสของโลกโลกาภิวัตน์ที่สามารถเชื่อมต่อทุกคนในโลกให้สามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้ โดยไม่จำเป็นต้องลงทุนด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพิ่มเติม เพียงแต่รู้จักใช้ “ยุทธศาสตร์” หรือ “กลยุทธ์” ทางการตลาด ซึ่งต้องอาศัยหลักการตลาดแนวใหม่ คือ “การตลาดบนอินเทอร์เน็ต (Internet marketing) ผสมกับ ยุทธศาสตร์ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มของการท่องเที่ยว โดยการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้บูรณาการร่วมกัน” และควรมีการจัดทำแผน “แผนยุทธศาสตร์สร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย โดยใช้การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” เพื่อใช้แนวทางการพัฒนาการโดยนำการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันด้านการท่องเที่ยวของประเทศไทยในอนาคต

อีกทั้งการวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย” ยังไม่พบงานวิจัยเรื่องนี้ในฐานข้อมูลของห้องสมุดสถาบันอุดมศึกษาต่างๆ ในประเทศไทย จึงนับว่าเป็นโอกาสอันดีที่คณะผู้วิจัย จะทำการวิจัยในแผนงานเรื่อง “ยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย” ขึ้นเพื่อใช้เป็นยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าและคุณค่าเพิ่มทางการท่องเที่ยวของชาติ (Tourism value adding) เพื่อให้ประเทศไทยสามารถพัฒนา “การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและสร้างสรรค์” ต่อไปในอนาคต

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

แผนงานวิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย
2. เพื่อศึกษาศักยภาพและความพร้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย
3. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย
4. เพื่อจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

## ขอบเขตการวิจัย

### 1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

โครงการย่อยที่ 1 “พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จะมีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวที่เป็นชาวไทยเท่านั้น

โครงการย่อยที่ 2 “การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย” เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาและทดลอง (Research & development) ซึ่งจะมีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับ 4 ธุรกิจหลักของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ได้แก่

- ระบบ e-Commerce สำหรับธุรกิจนำเที่ยว
- ระบบ e-Commerce สำหรับธุรกิจที่พัก
- ระบบ e-Commerce สำหรับธุรกิจร้านอาหารและเครื่องดื่ม
- ระบบ e-Commerce สำหรับธุรกิจขนส่งคมนาคม

### 2. ขอบเขตด้านประชากร

โครงการย่อยที่ 1 “พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” จะมีการเก็บข้อมูลนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเก็บข้อมูลตามแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ 6 ภาคดังนี้

- ภาคเหนือ (จังหวัดเชียงใหม่)
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสานตอนบน) (จังหวัดเลย)
- ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (อีสานตอนล่าง) (จังหวัดอุบลราชธานี)
- ภาคกลาง (กรุงเทพมหานคร), (พัทยา)
- ภาคตะวันตก (หัวหิน)
- ภาคใต้ (ภูเก็ต)

### 3. ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 1 ปี

#### คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

**ยุทธศาสตร์** หมายถึง แนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มีความได้เปรียบในการแข่งขัน

**พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce)** หมายถึง รูปแบบการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อสินค้า ขายสินค้า จัดส่งสินค้า และการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ หรือสารสนเทศผ่านอินเทอร์เน็ต ซึ่งผู้ขายไม่จำเป็นต้องพบหน้ากันโดยตรงก็สามารถซื้อขายสินค้าและบริการได้

**นักท่องเที่ยว** หมายถึง ผู้ที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย ประกอบด้วยนักท่องเที่ยวภายในประเทศ และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

**สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว** หมายถึง สถานประกอบการที่ให้บริการธุรกิจการท่องเที่ยวได้แก่ ร้านอาหาร บริษัทนำเที่ยว โรงแรมและที่พักและธุรกิจสปา

**สภาพปัจจุบันของการใช้** หมายถึง การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยวและสถานประกอบการในการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรม

**อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว** หมายถึง อุตสาหกรรมและธุรกิจที่เกี่ยวกับการท่องเที่ยวของประเทศ

**การสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน** หมายถึง ความสามารถ ศักยภาพ และทรัพยากรที่เหนือคู่แข่ง

#### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้นวัตกรรมระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของประเทศไทย ซึ่งสามารถจดลิขสิทธิ์เป็นของสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ในฐานะเจ้าของทุนวิจัยและสามารถพัฒนาต่อยอดนำไปสู่การจดสิทธิเรื่องการออกแบบเว็บไซต์ของระบบได้

2. ได้ “ยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ซึ่งหน่วยงานที่ข้องข้องทั้งภาครัฐและเอกชนสามารถนำไปเป็นแนวทางการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้มีศักยภาพที่สูงขึ้น

3. ได้รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ (และอยู่ในรูปแบบของ e-Book) ทำให้ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับ

3.1 พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3.2 การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

3.3 ยุทธศาสตร์การสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

4. ได้บทความวิจัยที่ตีพิมพ์ในวารสารวิจัยระดับนานาชาติจำนวน 6 บทความ

5. ได้เว็บไซต์ของแผนงานวิจัย จำนวน 1 เว็บไซต์
6. ได้สร้างนักวิจัยรุ่นใหม่ในสาขาการท่องเที่ยวจำนวน 5 คน