

## บทที่ 4 ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย” ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีผลการวิจัยดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

ตอนที่ 2 ศึกษาศักยภาพและความพร้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

ตอนที่ 3 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

ตอนที่ 4 จัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

### ตอนที่ 1 ศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทยเป็นผลจากการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 เรื่อง “พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย” ซึ่งมีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศจำนวน 910 คน และมีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

#### 1.1 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวไทย ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 510 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เป็นหญิงจำนวน 273 คน คิดเป็นร้อยละ 53.53 ส่วนใหญ่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 40.59 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 62.94 มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 29.61 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000–20,000 บาท จำนวน 218 คน คิดเป็นร้อยละ 42.75

2) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก จำนวน 324 คน คิดเป็นร้อยละ 63.53 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาได้มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์ 1-2 ครั้ง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 31.37 กลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการใน เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 44.12 เหตุผลที่ เลือกซื้อสินค้าและบริการใน เว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าและบริการ ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1-2 ครั้ง มีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 50.67 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000-5,000 บาท มีจำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 54.22 มีวิธีการที่ท่านชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 44.89 โดยสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทย สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการ ท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 56.89 รองลงมา จองตัวเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 และ ร้านอาหารที่ระลึก/สินค้า พื้นบ้านจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อ สินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจาก ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.02 รองลงมา ไม่มี ความต้องการสินค้า/บริการ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริง หรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 35.79 ตามลำดับ

3) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวชาวไทย มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ( $\bar{X} = 4.04$ ) รองลงมาคือ การ รักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล ( $\bar{X} = 3.98$ ) และแสดงให้เห็นขั้นตอนกระบวนการใน แต่ละขั้นตอนและผลของการสั่งซื้อ ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความ หลากหลายของสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.05$ ) รองลงมาคือ การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่าง ชัดเจน ( $\bar{X} = 4.03$ ) และความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า ( $\bar{X} = 3.97$ ) ตามลำดับ

ด้านการสั่งซื้อ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความสะดวกและทางเลือกใน การชำระเงิน ( $\bar{X} = 4.01$ ) รองลงมาคือ สามารถดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X} = 3.96$ ) และความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน ( $\bar{X} = 3.98$ ) ตามลำดับ

ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้ พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความ สะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.04$ ) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลรายละเอียด

ของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ( $\bar{X} = 4.03$ ) และสามารถเปรียบเทียบบราดาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้ ( $\bar{X} = 3.94$ ) ตามลำดับ

4) นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็น ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว ( $\bar{X} = 4.14$ ) รองลงมาคือ ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ( $\bar{X} = 4.07$ ) และเป็นการกระตุ้นเกิดความสนใจในการซื้อสินค้าและบริการเพิ่มมากขึ้น ( $\bar{X} = 3.92$ ) ตามลำดับ

## 1.2 พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่มาจากประเทศอังกฤษ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รองลงมาเป็นเยอรมนี จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 7.00 และแคนาดา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 ตามลำดับ ส่วนใหญ่เป็นชาย จำนวน 201 คน คิดเป็นร้อยละ 50.25 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 57.50 มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี/เทียบเท่าปริญญาตรี จำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 37.25 มีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 901–1,200 ดอลลาร์สหรัฐ บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 รองลงมา

2) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก จำนวน 186 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาเป็นบริษัททัวร์/นำเที่ยว จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1–2 ครั้ง จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 และกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีจำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 31.75 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ คือ ราคาถูกกว่าที่อื่น จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 61.42 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1–2 ครั้ง มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 56.69 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 50–100 ดอลลาร์สหรัฐ มีจำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 54.33 มีวิธีการที่ผ่านชำระค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ใช้บัตรเครดิต มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 61.42 และสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.73 รองลงมาคือ บริษัททัวร์/นำเที่ยว

จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 33.07 และ จองตัวเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ มีจำนวน 149 คน คิดเป็นร้อยละ 54.58 รองลงมา ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 12.09 และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 ตามลำดับ

3) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ( $\bar{X}$  =4.13) รองลงมาคือ ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตทั่วโลก ( $\bar{X}$  =4.11) และเว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า ( $\bar{X}$  =4.10) ตามลำดับ

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นการแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ( $\bar{X}$  =4.19) รองลงมาคือ ความหลากหลายของสินค้าและบริการ ( $\bar{X}$  =4.13) และความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า ( $\bar{X}$  =4.06) ตามลำดับ

ด้านการสั่งซื้อ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยของการชำระเงิน ( $\bar{X}$  =4.07) รองลงมาคือ สามารถดำเนินการสั่งซื้อสินค้าและบริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ( $\bar{X}$  =4.07) และการรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายระหว่างการจำหน่ายให้ผู้ซื้อ ( $\bar{X}$  =4.06) ตามลำดับ

ด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้ ( $\bar{X}$  =4.11) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ( $\bar{X}$  =4.06) และความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ( $\bar{X}$  =4.05) ตามลำดับ

4) นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นเชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน ( $\bar{X}$  =4.10) รองลงมาคือ ทำให้ประหยัดเวลาและขั้นตอนในการสั่งซื้อสินค้าและบริการ ( $\bar{X}$  =4.09) และเชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ( $\bar{X}$  =4.07) ตามลำดับ

## ตอนที่ 2 ศักยภาพและความพร้อมของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

การศึกษาศักยภาพและความพร้อมของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย เป็นผลจากการศึกษาจากโครงการวิจัยย่อยที่ 1 เรื่อง “พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย” ซึ่งมีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถามจากสถานประกอบการจำนวน 411 แห่ง และมีเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เจ้าของสถานประกอบการ ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

### 2.1 ศักยภาพและความพร้อมของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 411 คน พบว่า ประเภทองค์กรของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด จำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 39.90 มีประเภทของสินค้าและบริการเป็นประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยว และเป็นประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก โดยมีจำนวนเท่ากันคือ 103 คิดเป็นร้อยละ 25.06 มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 5 ปี จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 64.23 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าคุณุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศมีสัดส่วนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.42) รองลงมาคือกลุ่มต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 44.59) และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 35.28

2) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว จำนวน 387 คน คิดเป็นร้อยละ 94.16 มีกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 74.94 มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จำนวน 230 คน คิดเป็นร้อยละ 55.96 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 3 คน จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 มีลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain name) แบบ .com จำนวน 174 คน คิดเป็นร้อยละ 75.65 มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001–100,000 บาท จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 50.43 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่ำกว่า 50,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 57.39 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 58.70

ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คิดว่าสาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก คือ เป็นการขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น จำนวน 181 คน คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาเพราะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย จำนวน 179 คน

คิดเป็นร้อยละ 77.83 และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า จำนวน 160คน คิดเป็นร้อยละ 69.57 ตามลำดับ

ผู้ประกอบการที่ไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดว่า สาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก เป็นเพราะ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 64.09 รองลงมาเพราะไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 51.38 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงเกินไป จำนวน 86คน คิดเป็นร้อยละ 47.51 ตามลำดับ

3) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจากเป็น “ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทั่วถึงและปลอดภัย” ( $\bar{X}$  =4.14) รองลงมาคือประเด็น “การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามและดึงดูดความสนใจลูกค้า” ( $\bar{X}$  =4.11) และประเด็น “การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า” ( $\bar{X}$  =4.07) ตามลำดับ

4) ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}$  =4.13) รองลงมาคือประเด็น “การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน” ( $\bar{X}$  =4.12) และประเด็น “ภาพลักษณ์ของธุรกิจ/สินค้าและบริการ” ( $\bar{X}$  =4.11) ตามลำดับ

และความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น “ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ” ( $\bar{X}$  =4.02) รองลงมาคือประเด็น “ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์” ( $\bar{X}$  =4.01) และประเด็น “ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว” ( $\bar{X}$  =3.96) ตามลำดับ

5) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า

5.1 ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ท่านคิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือไม่, หน่วยงานของท่านมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) หรือไม่ ,สาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย, อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.2 ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ที่ระดับ .05 ในรายการ กลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, หน่วยงานของท่านมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) หรือไม่, จำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ในช่วงที่ผ่านมาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้ธุรกิจของท่านมีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประมาณ, ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ประมาณ, สาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อ เป็นการเพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์ธุรกิจ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.3 ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ การให้ความรู้ทางด้านการบริหารจัดการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทัวถึงและปลอดภัย, ความสะดวกในการค้นหาสินค้าและข้อมูลของสินค้าและบริการ, บริการข่าวสารของสินค้าและบริการให้กับลูกค้าอย่างเป็นปัจจุบัน, บริการกระดานข่าวให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการ, ข้อมูลของสินค้าและบริการ มีรูปภาพประกอบ, การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า, การให้ลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิกก่อนใช้บริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ความต้องการในภาพรวม สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.4 ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ การตลาดและการส่งเสริมการขายผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การให้ความรู้เกี่ยวกับจรรยาบรรณการทำการค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทัวถึงและปลอดภัย, บริการกระดานข่าวให้ลูกค้าแสดงความคิดเห็นต่อสินค้าและบริการ, การให้ลงทะเบียนหรือสมัครสมาชิกก่อนใช้บริการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การแสดงถึงการดำเนินไปของกระบวนการสั่งซื้อและผลของการสั่งซื้อสินค้าและบริการ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.5 ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีระดับความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่องคุณภาพของการให้บริการผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย, ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การทำตลาด โฆษณา และกิจกรรมส่งเสริมการขาย, และในภาพรวม, อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่อง สินค้าที่นำเสนอขายไม่สามารถจับต้องได้, ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว, ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

5.6 ผู้ประกอบการที่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่างกันมีระดับความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่อง นโยบายสนับสนุนของภาครัฐ, ระบบการขนส่งที่มีคุณภาพ, ความหลากหลายของสินค้าและบริการและในภาพรวม, อุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เรื่อง ความมั่นใจของลูกค้าที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

## 2.2 ผลการเปรียบเทียบความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจำแนกตามกลุ่มนักท่องเที่ยว

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความคิดเห็นความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในภาพรวม, ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในประเด็นเว็บไซต์ที่มีการออกแบบดึงดูดลูกค้า, ใช้ระบบป้องกันข้อมูลของบัตรเครดิตรั่วไหล, และในภาพรวม, ด้านสินค้าและบริการในประเด็นการแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน, การปรับปรุงและการพัฒนาสินค้าอย่างต่อเนื่อง, และในภาพรวม, ด้านการสั่งซื้อ ในประเด็นสามารถตรวจสอบความคืบหน้าของการสั่งซื้อได้ตลอดเวลา, การรับผิดชอบกรณีสินค้าสูญหายระหว่างการจำหน่ายให้ผู้ซื้อ, และด้านอรรถประโยชน์ของผู้บริโภคในประเด็นสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ ได้สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศมีระดับความคิดเห็นระดับความคิดเห็นต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ช่วยให้การติดต่อซื้อขายสินค้าและบริการมีความสะดวกและรวดเร็ว, เกิดความน่าเชื่อถือในคุณภาพของสินค้าและบริการ, เชื่อมั่นในระบบความปลอดภัยในการชำระเงิน, เชื่อมั่นระบบป้องกันข้อมูลส่วนตัวของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อธุรกิจนั้นๆ, เป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างธุรกิจกับลูกค้า, ทำให้เกิดความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างด้วยการปรับปรุงข้อมูลข่าวสารตลอดเวลาผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, และในภาพรวม สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

### ตอนที่ 3 พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

ทางคณะผู้วิจัยได้มีการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยต้นแบบ คือ

- 1) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึก
- 2) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับโรงแรม/ที่พัก
- 3) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านอาหาร
- 4) ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยว

โดยประยุกต์ใช้วงจรการพัฒนาระบบสารสนเทศ (System Development Life Cycle: SDLC) ซึ่งมีกระบวนการดังต่อไปนี้

1) การศึกษาความต้องการและระบบงาน จากการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวที่มีต่อระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่ามีแนวทางที่ใช้สำหรับการพัฒนาระบบอยู่ด้วยกัน 2 รูปแบบ คือ การจ้างบริษัทในการพัฒนาระบบ (Outsource) และการพัฒนาด้วยตนเอง (In house development)

2) จากการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ทางผู้วิจัยได้ใช้ระบบช่วยพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งเป็นอีกทางเลือกหนึ่งในการพัฒนาระบบ ทำให้ผู้พัฒนาไม่ต้องยุ่งเกี่ยวกับภาษาที่ใช้ในการเขียนโปรแกรมและใช้เวลาในการพัฒนาน้อย โดยระบบช่วยพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะแบ่งการทำงานออกเป็น 3 ส่วนหลัก คือ ส่วนที่ช่วยในการพัฒนาเว็บไซต์ ส่วนการจัดการเนื้อหาเว็บไซต์ และส่วนของการสั่งซื้อสินค้าผ่านเว็บไซต์

3) การวิเคราะห์และออกแบบระบบ ได้ทำการวิเคราะห์และออกแบบโดยอาศัยหลักการและทฤษฎี UML (Unified Modeling Language) เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และออกแบบระบบงานใหม่ ในการวิเคราะห์นั้นจะแบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ Use Case Diagram, Context Diagram และ Dataflow Diagram และได้มีการออกแบบ ระบบฐานข้อมูล ออกแบบหน้าจอส่วนติดต่อกับผู้ใช้

4) การพัฒนาระบบ ในการพัฒนาระบบนั้นมีการจำลองเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นทั้งเครื่อง Server และเครื่อง Client โดยนำเทคโนโลยี DOTNET เข้ามาทำงาน ระบบช่วยพัฒนาเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น ผู้จัดทำได้เลือกใช้ ASP.NET ในการพัฒนาระบบและใช้ Microsoft SQL Server 2000 ในการจัดการกับฐานข้อมูลของระบบ นอกจากนี้ยังมีการนำ XML เข้ามาใช้ในการแลกเปลี่ยนข้อมูลอีกด้วย

5) การประเมินระบบ โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้ระบบโดยได้ทำการประเมินระบบ 4 ส่วน คือ

5.1) การประเมินระบบด้าน Functional requirement test เป็นการประเมินเพื่อดูว่าระบบที่ได้มานั้นมีความถูกต้อง และมีประสิทธิภาพตามความต้องการของผู้ใช้มากน้อยเพียงใด

5.2) การประเมินระบบด้าน Functional test เป็นการประเมินเพื่อดูว่าระบบที่ได้พัฒนานั้นมีความถูกต้อง และมีประสิทธิภาพสามารถทำงานได้ตามหน้าที่ (Function) ที่มีอยู่ในระบบมากน้อยเพียงใด

5.3) การประเมินระบบด้าน Usability test เป็นการประเมินเพื่อดูว่าระบบที่ได้พัฒนานั้นมีความสามารถในการใช้งานต่างๆ และมีความสะดวกในการใช้งานมากน้อยเพียงใด

5.4) การประเมินระบบด้าน Security test

ซึ่งผลจากการประเมินระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบทั้ง 4 ระบบนั้นพบว่า เป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ สถานประกอบการทางด้านการท่องเที่ยวสามารถนำไปประยุกต์ใช้

#### ตอนที่ 4 จัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและสามารถเปรียบเทียบกับคู่แข่งของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยนั้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

##### 4.1 สภาพแวดล้อมของการใช้เทคโนโลยีในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

สภาพแวดล้อมของการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมากขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลจากการท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น

รวมทั้งการกำหนดราคาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว (Price transparency) และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวมากขึ้น ทั้งนี้พบว่าประเทศในเอเชียแปซิฟิก เช่น จีน อินเดียฮ่องกง และเกาหลี มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงกว่าสหรัฐอเมริกาและยุโรป โดยเฉพาะอัตราการซื้อบริการท่องเที่ยวออนไลน์นั้นนับว่ามีการเติบโตอย่างชัดเจน มีการใช้อินเทอร์เน็ตสูงสุด คือ รัสเซีย 82 (TAT, 2549)

ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดนั้น ไม่สามารถใช้ข้อมูลข่าวสารแบบเดียวสำหรับทุกกลุ่มตลาด “ข้อมูลข่าวสาร” จึงเป็นเรื่องสำคัญที่องค์กรจะต้องให้ความสนใจ เนื่องจากข้อมูลที่เป็นทางเลือกใหม่ๆ จะช่วยดึงดูดใจลูกค้า ดังนั้น สิ่งที่จะต้องดำเนินการคือ จัดการกับข้อมูล/สินค้า (Content management) ผสมผสานบริการย่อยๆ เข้าไว้ด้วยกัน (Fragmented services aggregation) โดยมุ่งเน้นให้ผู้บริโภคคนสุดท้าย (End user) สามารถเรียกใช้ได้ตามที่ต้องการ นอกจากนี้องค์กรจำเป็นต้องลงทุนในการให้ความรู้เกี่ยวกับออนไลน์แก่ผู้ใช้ด้วย

การเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีทำให้กลุ่มของธุรกิจท่องเที่ยว 3 กลุ่มที่จะได้รับผลกระทบ คือ

1) กลุ่มจัดจำหน่ายการท่องเที่ยว (Travel distribution) เนื่องจากพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง และเทคโนโลยีสารสนเทศมีความทันสมัยมากขึ้นเป็นลำดับ ดังนั้น กลุ่มธุรกิจเหล่านี้จะต้องใช้วิธีการใหม่ๆ ในการหารายได้เข้าบริษัท

2) กลุ่มผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Services) เนื่องจากเทคโนโลยีทำให้ราคามีความแตกต่างหลากหลายซึ่งทำให้บริษัทสามารถทำกำไรเพิ่มขึ้นได้

3) กลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เนื่องจากนักท่องเที่ยวปัจจุบันนี้ต้องการการบริการ ความสะดวกสบายและข้อมูลข่าวสาร/เนื้อหาที่รวดเร็ว โดยการค้นหาข้อมูลจะเป็นลักษณะการค้นหาหลายระดับ (Multiple of search) เพื่อรองรับการจัดการการเดินทางท่องเที่ยวของคน

ซึ่งการเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีมีผลกระทบต่อองค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ (Corporations) ส่วนใหญ่เน้นดำเนินการด้านนโยบาย (Policy enforcement) เน้นการบริหารจัดการแบบกระบวนการ (Process streaming) การจัดการผู้ร่วมค้า (Supplier management) และมีการลดค่าใช้จ่าย แต่องค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่เป็นผู้นำธุรกิจส่วนใหญ่มีการดำเนินการ 3 ประการ คือ (1) มีสินค้าหลากหลาย หลายตราห้อย (2) เน้นการติดต่อกับลูกค้าโดยตรงไม่ว่าจะเป็นเมื่อใดหรือที่ใดก็ตาม และ (3) เป็นหุ้นส่วนกับกลุ่มผู้ให้บริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT Partnership of IT Outsourcing) เพื่อใช้เป็นช่องทางขาย หรือกลุ่มพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ทั้งนี้ ผู้นำธุรกิจจะเน้นที่กลุ่มตลาดมวลชนเป็นหลัก เช่น ตัวแทนจำหน่ายบริการทางการท่องเที่ยวมีการตัดคอมมิชชั่นและมีกิจกรรมทางการตลาดร่วมกัน สายการบินรวมตัวกันในลักษณะพันธมิตร (Alliances) มีการตัดคอมมิชชั่นและต่อรองโดยตรง ธุรกิจโรงแรมมีการควบรวมกิจการมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีชื่อเสียง และโรงแรมที่มีลักษณะเฉพาะเช่น บุติคโฮเต็ลเท่านั้นที่จะอยู่รอดได้

## 4.2 การวิเคราะห์ SWOT

### จุดแข็ง (Strength)

S1: สามารถให้บริการและทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา และจากทั่วโลก (Global location) ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน

S2: สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

S3: องค์กรสามารถจัดหาวัตถุดิบและบริการทั้งในและต่างประเทศได้อย่างรวดเร็วบนต้นทุนที่ต่ำและด้วยช่องทางกระจายสินค้าของตลาดที่แคบลง ทำให้สินค้ามีราคาถูกและได้กำไรมากขึ้น

S4: ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยราคาที่ถูกลงที่สุด โดยสามารถค้นหาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าจากเว็บไซต์ต่างๆ ได้

S5: ลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของพนักงานและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

S6: เป็นช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำ และส่งเสริมการตลาดไปยังลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market)

S7: ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้

S8: ผู้บริโภคมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการตั้งราคาขายของตัวผลิตภัณฑ์และการบริการได้

### จุดอ่อน (Weakness)

- W1: ผู้บริโภคยังไม่ค่อยเชื่อถือระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์
- W2: สินค้าที่เป็นการบริการจะขายได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากไม่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย
- W3: ผู้บริโภคไม่มีโอกาสที่จะจับต้องตัวสินค้าได้
- W4: ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ และการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- W5: เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ที่ใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาเปลี่ยนแปลงเร็ว
- W6: ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีราคาแพงและปัญหาจากการเข้าถึงของผู้ใช้พร้อมๆ กันจำนวนมาก

### โอกาส (Opportunity)

- O1: การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับโลกและระดับประเทศ
- O2: การให้ความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศต่างๆ ในการจัดกิจกรรม และการประชุมสัมมนา เพื่อยกระดับขีดความสามารถของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์
- O3: การขยายตัวและการเติบโตของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต
- O4: นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น
- O5: เทคโนโลยีของระบบความปลอดภัย และการชำระเงินออนไลน์ที่ได้รับการปรับปรุง และเป็นมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น
- O6: สามารถขยายโอกาสจากธุรกิจเดิมไปสู่ตลาดระหว่างประเทศด้วยการลงทุนที่ต่ำ
- O7: เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถโต้ตอบ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ในรูปแบบของชุมชนออนไลน์ได้

### อุปสรรค (Treats)

- T1: ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศยังไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง
- T2: ภัยคุกคามจากการโจรกรรมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต
- T3: ปัญหาเรื่องข้อกฎหมายที่นำมาบังคับใช้ โดยเฉพาะเรื่องรายละเอียดการจัดเก็บภาษายังคงไม่ชัดเจน และขาดข้อบังคับทางกฎหมายทั้งภายในและระหว่างประเทศ และมาตรฐานอุตสาหกรรม
- T4: พฤติกรรมและความรู้สึกของผู้บริโภค ที่ยังคงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจากร้านค้าที่อยู่จริง มาเป็นร้านค้าแบบเสมือน อีกทั้งผู้คนส่วนใหญ่ยังขาดความเชื่อมั่นต่อการซื้อขายสินค้าที่มีได้สัมผัสกับตัวสินค้าจริงๆ รวมถึงการที่ผู้ซื้อได้พบปะกับผู้ขายโดยตรง

### 4.3 การจัดทำ TOWS Matrix

จากการที่คณะผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์และประชุมระดมสมอง เพื่อทำการวิเคราะห์ศักยภาพของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ และได้ทำการสรุปประเด็นต่างๆ ที่เหมือนและต่างกัน ต่อมานำมาจัดทำเป็นแบบประเมินสภาวะแวดล้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศ เพื่อประเมินศักยภาพหรือสถานการณ์ในปัจจุบัน โดยมีรายละเอียดดังนี้

**ตารางที่ 4.1** ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	การถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก
S1: สามารถให้บริการและทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา และจากทั่วโลก (Global location) ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน	0.11	4.00	0.44
S2: สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ	0.15	4.25	0.64
S3: องค์กรสามารถจัดหาวัตถุดิบและบริการทั้งในและต่างประเทศได้อย่างรวดเร็วบนต้นทุนที่ต่ำและด้วยช่องทางกระจายสินค้าของตลาดที่แคบลง ทำให้สินค้ามีราคาถูกลงและได้กำไรมากขึ้น	0.10	3.85	0.39
S3: ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยราคาที่ถูกลงที่สุด โดยสามารถค้นหาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าจากเว็บไซต์ต่างๆ ได้	0.15	4.15	0.62
S4: ลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของพนักงานและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน	0.12	3.95	0.47
S5: เป็นช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำ และส่งเสริมการตลาดไปยังลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market)	0.12	4.15	0.50
S6: ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้	0.15	4.25	0.64
S7: ผู้บริโภคมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการตั้งราคาขายของตัวผลิตภัณฑ์และการบริการได้	0.10	3.75	0.38
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>1.00</b>		<b>4.07</b>

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่า การประเมินสภาพแวดล้อมภายในและการกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้านจุดแข็ง ในภาพรวมค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 4.07 โดยมีเรื่องที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพและช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้ (0.64) อันดับสอง คือ ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยราคาที่ถูกที่สุด โดยสามารถค้นหาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าจากเว็บไซต์ต่างๆ ได้ (0.62) และอันดับสาม คือ เป็นช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำ และส่งเสริมการตลาดไปยังลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market) (0.50)

**ตารางที่ 4.2** ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน	การถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก
W1: ผู้บริโภคยังไม่ค่อยเชื่อถือระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์	0.20	4.25	0.85
W2: สินค้าที่เป็นการบริการจะขายได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากไม่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย	0.20	4.15	0.83
W3: ผู้บริโภคไม่มีโอกาสที่จะจับต้องตัวสินค้าได้	0.15	4.00	0.60
W4: ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ และการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.20	3.95	0.79
W5: เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ที่ใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาเปลี่ยนแปลงเร็ว	0.15	3.85	0.58
W6: ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีราคาแพงและปัญหาจากการเข้าถึงของผู้ใช้พร้อมๆ กันจำนวนมาก	0.10	3.50	0.35
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยรวม</b>		<b>1.00</b>	
	<b>4.00</b>		

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่า การประเมินสภาพแวดล้อมภายในและการกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้านจุดอ่อน ในภาพรวมค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 4.00 โดยมีเรื่องที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ ผู้บริโภคยังไม่ค่อยเชื่อถือระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ (0.85) อันดับสอง สินค้าที่เป็นการบริการจะขายได้ค่อนข้างยาก เนื่องจาก

ไม่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย (0.83) และอันดับสาม คือ ผู้ประกอบการยังขาดความรู้และการศึกษาเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (0.79)

**ตารางที่ 4.3** ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	การถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก
O1: การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับโลกและระดับประเทศ	0.20	4.00	0.80
O2: การให้ความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศต่างๆ ในการจัดกิจกรรม และการประชุมสัมมนา เพื่อยกระดับขีดความสามารถของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	0.15	3.75	0.56
O3: การขยายตัวและการเติบโตของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	0.20	4.25	0.85
O4: นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น	0.15	4.25	0.64
O5: เทคโนโลยีของระบบความปลอดภัย และการชำระเงินออนไลน์ที่ได้รับการปรับปรุง และเป็นมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น	0.15	3.95	0.59
O6: สามารถขยายโอกาสจากธุรกิจเดิมไปสู่ตลาดระหว่างประเทศด้วยการลงทุนที่ต่ำ	0.10	4.00	0.40
O7: เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถโต้ตอบแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ในรูปแบบของชุมชนออนไลน์ได้	0.05	4.00	0.20
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>1.00</b>		<b>4.04</b>

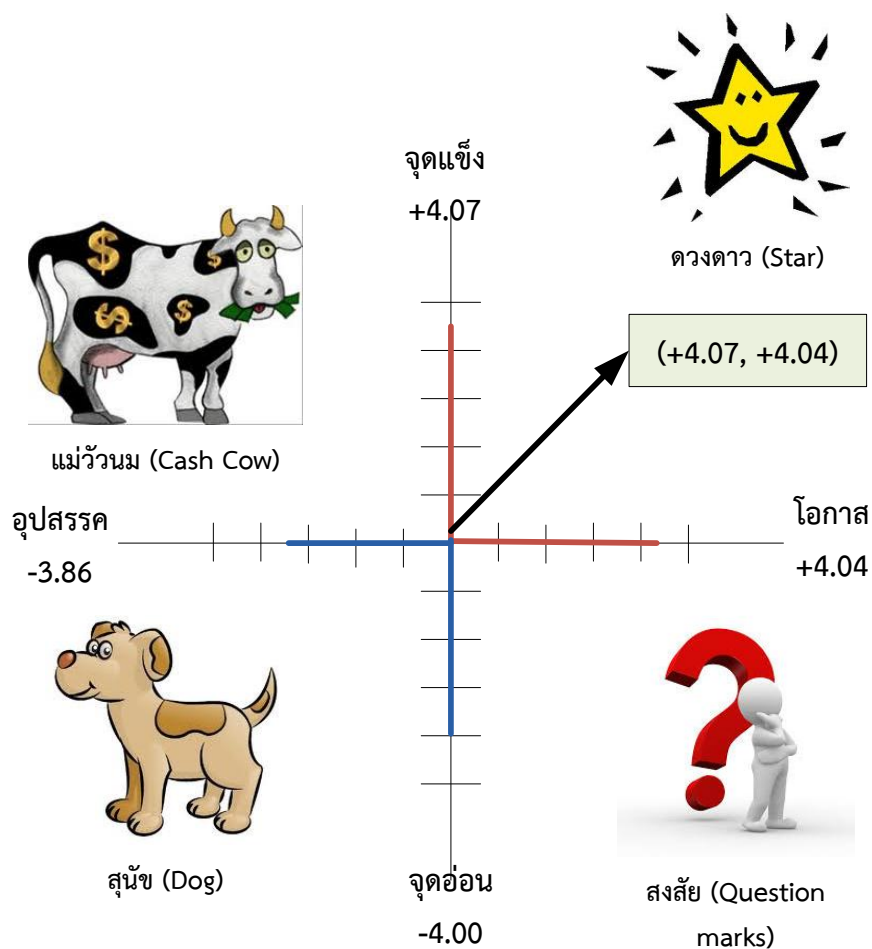
จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่า การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและการกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้านโอกาส ในภาพรวมค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 4.04 โดยมีเรื่องที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ การขยายตัวและการเติบโตของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต (0.85) อันดับสอง คือ การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับโลกและระดับประเทศ (0.80) และอันดับสาม คือ นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น (0.64)

**ตารางที่ 4.4** ผลการประเมินสภาพแวดล้อมและกำหนดค่าคะแนนน้ำหนักของการจัดทำยุทธศาสตร์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก	การถ่วงน้ำหนัก	การให้คะแนน	ค่าคะแนนถ่วงน้ำหนัก
T1: ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศยังไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง	0.25	3.85	0.96
T2: ภัยคุกคามจากการโจรกรรมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต	0.20	3.55	0.71
T3: ปัญหาเรื่องข้อกฎหมายที่นำมาบังคับใช้ โดยเฉพาะเรื่องรายละเอียดการจัดเก็บภาษายังคงไม่ชัดเจน และขาดข้อบังคับทางกฎหมายทั้งภายในและระหว่างประเทศ และมาตรฐานอุตสาหกรรม	0.25	3.95	0.99
T4: พฤติกรรมและความรู้สึกของผู้บริโภค ที่ยังคงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจากร้านค้าที่อยู่จริง มาเป็นร้านค้าแบบเสมือน อีกทั้งผู้คนส่วนใหญ่ยังขาดความเชื่อมั่นต่อการซื้อขายสินค้าที่มีได้สัมผัสกับตัวสินค้าจริงๆ รวมถึงการที่ผู้ซื้อได้พบปะกับผู้ขายโดยตรง	0.30	4.00	1.20
<b>คะแนนค่าเฉลี่ยรวม</b>	<b>1.00</b>		<b>3.86</b>

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่า การประเมินสภาพแวดล้อมภายนอกและการกำหนดค่าคะแนนของการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยด้านอุปสรรค ในภาพรวมค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักเท่ากับ 3.86 โดยมีเรื่องที่มีค่าน้ำหนักสูงสุด คือ พฤติกรรมและความรู้สึกของผู้บริโภค ที่ยังคงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจากร้านค้าที่อยู่จริง มาเป็นร้านค้าแบบเสมือน อีกทั้งผู้คนส่วนใหญ่ยังขาดความเชื่อมั่นต่อการซื้อขายสินค้าที่มีได้สัมผัสกับตัวสินค้าจริงๆ รวมถึงการที่ผู้ซื้อได้พบปะกับผู้ขายโดยตรง (1.20) อันดับสอง คือ ปัญหาเรื่องข้อกฎหมายที่นำมาบังคับใช้ โดยเฉพาะเรื่องรายละเอียดการจัดเก็บภาษายังคงไม่ชัดเจน และขาดข้อบังคับทางกฎหมายทั้งภายในและระหว่างประเทศ และมาตรฐานอุตสาหกรรม (0.99) และอันดับสาม คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศยังไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง (0.96)

จากตารางสรุปผลการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมจากทั้งภายในและภายนอกและนำมาวิเคราะห์ตาราง BCG ได้ดังนี้



ภาพที่ 4.1 Matrix ที่ได้จากการประเมินและการกำหนดค่าคะแนนสภาพแวดล้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

จากภาพที่ 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า Matrix ที่ได้จากการประเมินและกำหนดค่าคะแนนสถานะแวดล้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทยมีค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงสุดอยู่ระหว่าง จุดแข็ง (Strength) กับ โอกาส (Opportunity) ซึ่งตัดกันที่ +4.07, +4.04 ดังนั้นสถานะแวดล้อมหรือสถานการณ์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในสถานะ “ดาวรุ่ง” (Star) ซึ่งหมายถึง มีโอกาสเจริญเติบโตบนจุดแข็งที่มีอยู่

#### 4.4 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและ ได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

##### วิสัยทัศน์

“การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของอาเซียน”

##### วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มและได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
2. เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของอาเซียน
3. เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง ชุมชน ภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของอาเซียน
4. เพื่อให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และสามารถนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบไปใช้ในธุรกิจ

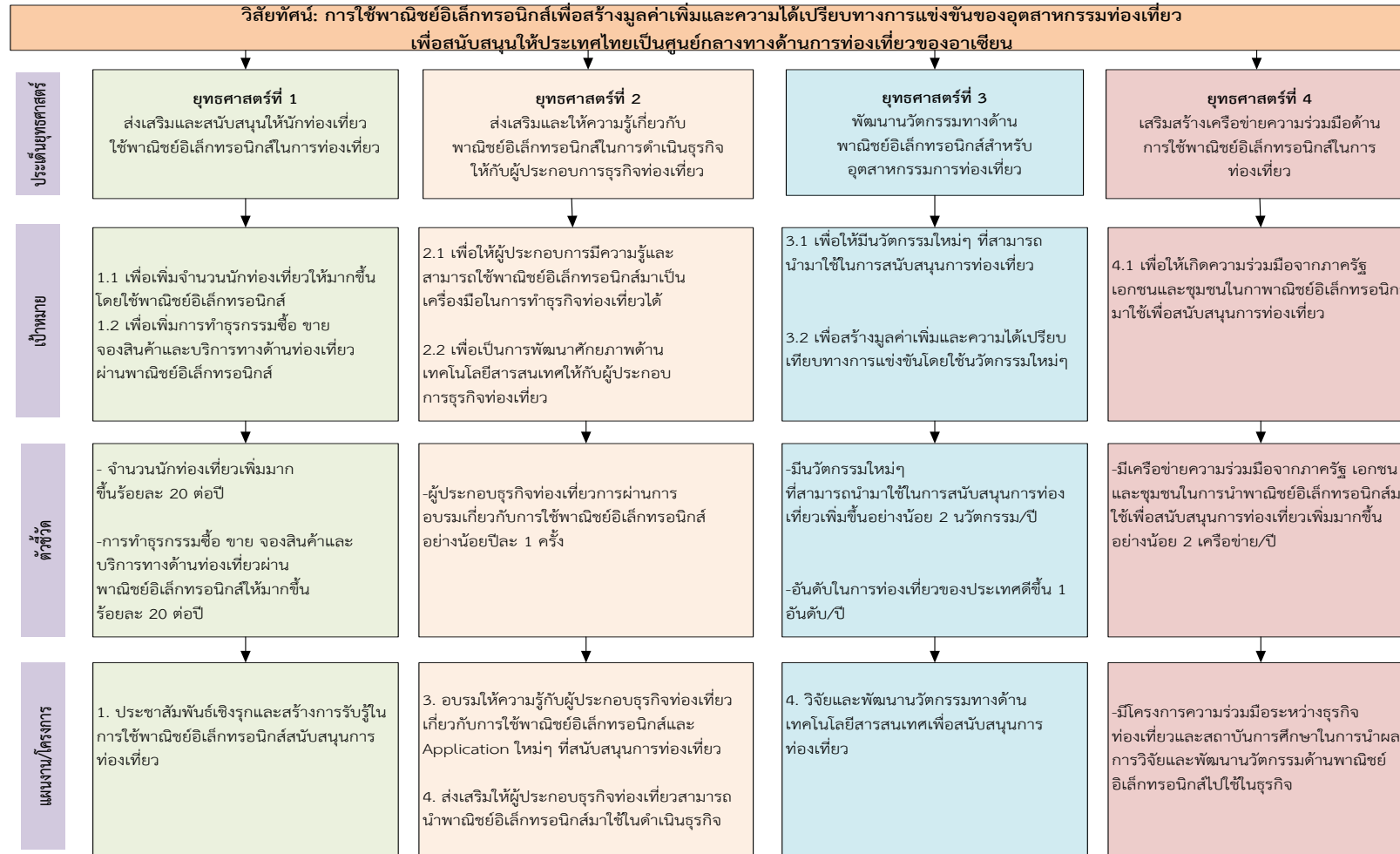
##### ประเด็นยุทธศาสตร์

เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้  
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว

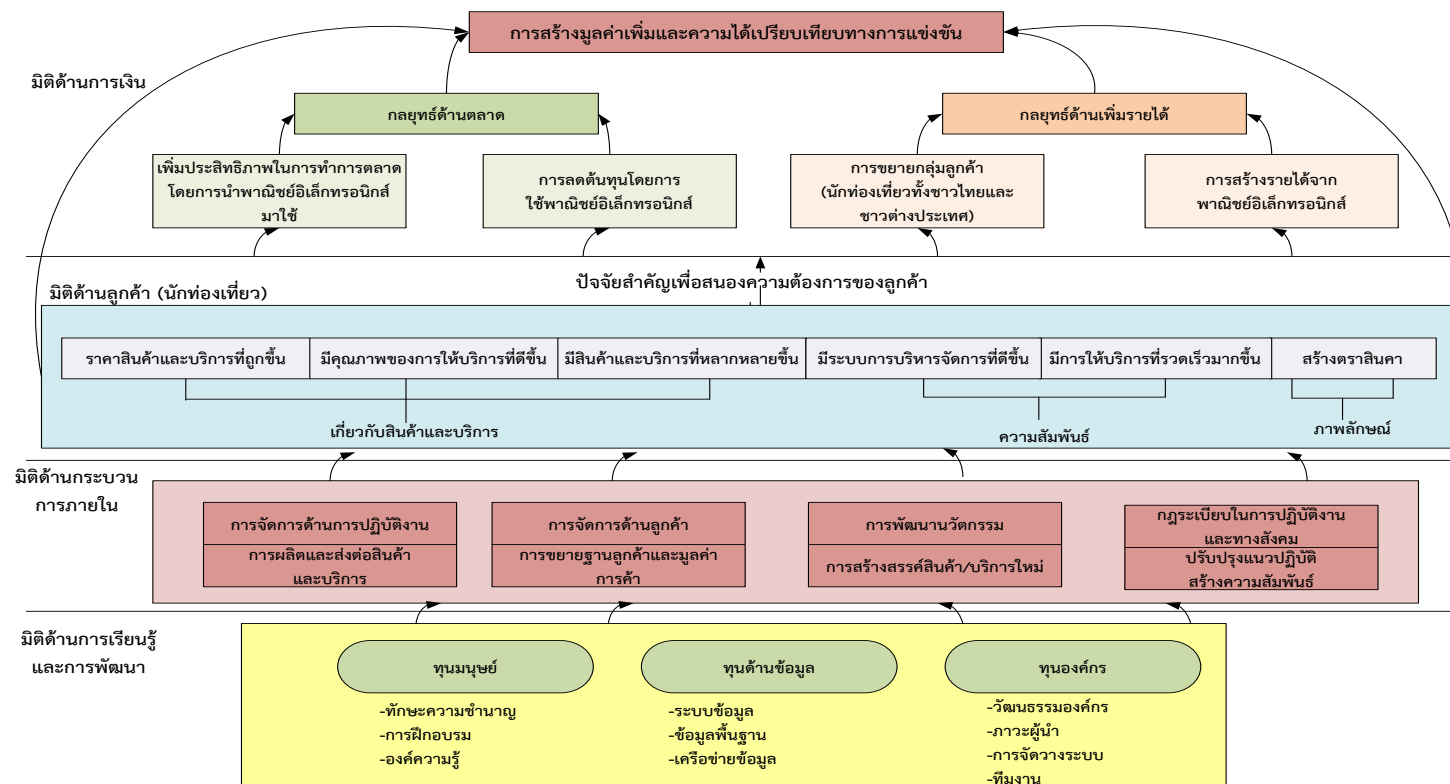
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

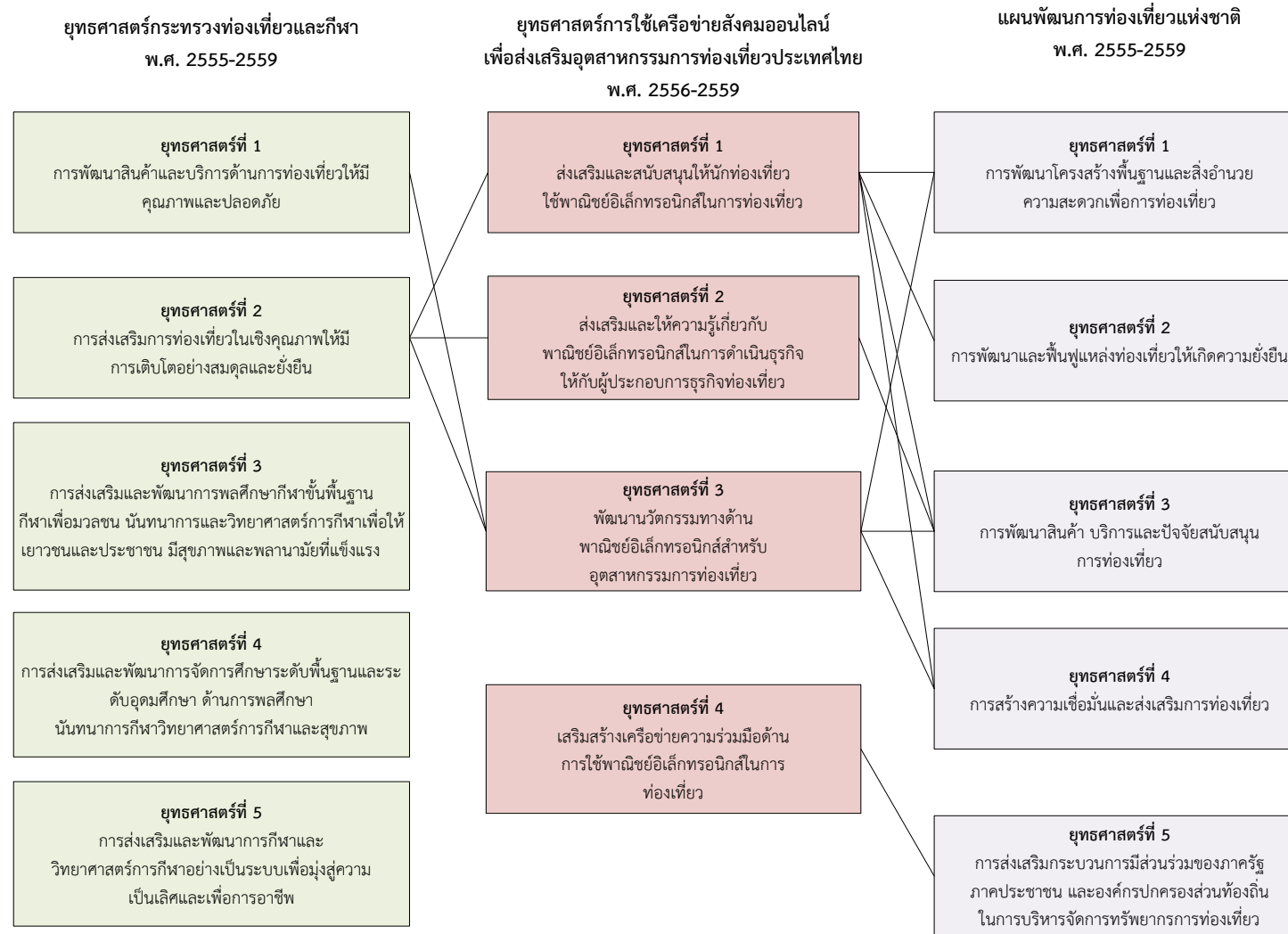
ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว



ภาพที่ 4.2 ความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแผนงาน/โครงการ



ภาพที่ 4.3 แผนที่กลยุทธ์



ภาพที่ 4.4 ความเชื่อมโยงของยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.5 รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 1

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีที่ดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
1) เพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวให้มากขึ้นโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ	1) จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นร้อยละ 20/ปี	<b>แผนงานที่ 1</b> 1) ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและสร้างการรับรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สนับสนุนการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> มี Clip VDO, Spot โฆษณาทางโทรทัศน์, มีการโฆษณาบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น Facebook, YouTube, Twitter, Instagram, Line และอื่นๆ <b>ผลลัพธ์</b> ทำให้นักท่องเที่ยวมีความมั่นใจและใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการค้นหาข้อมูลและทำธุรกรรม	งบการโฆษณาของกระทรวงท่องเที่ยวและ ททท.	- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) - สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
		<b>โครงการที่ 1</b> พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังสถานประกอบการธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> มีเว็บไซต์กลางที่รวบรวมเว็บไซต์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งหมด <b>ผลลัพธ์</b> ทำให้นักท่องเที่ยวเกิดความสะดวกในการค้นหาข้อมูล และสามารถเชื่อมโยงไปยังสถานประกอบการได้สะดวก	N/A	- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) - สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
		<b>โครงการที่ 2</b> ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO		✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> มีการจัดงาน Event โดยการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง <b>ผลลัพธ์</b> นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในงานกิจกรรมและได้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น YouTube ในการจัดประกวด ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์และการตลาด (e-Marketing) ที่ประสิทธิภาพ	งบโฆษณาของ ททท.	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
2) เพิ่มการทำธุรกรรมซื้อขายจองสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์	2) การทำธุรกรรมซื้อขายจองสินค้าและบริการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากขึ้นร้อยละ 20/ปี	<b>แผนงานที่ 2</b> 2) พัฒนาระบบ Mobile Commerce <sup>1</sup> ต้นแบบเพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรมบนโทรศัพท์มือถือได้	✓	✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถสร้างการซื้อขายและทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์มือถือได้ <b>ผลลัพธ์</b> เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวให้สามารถทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์มือถือได้	N/A	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว
		<b>โครงการที่ 3</b> พัฒนาระบบ Mobile Commerce ต้นแบบ		✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> ได้ระบบ Mobile Commerce ต้นแบบ <b>ผลลัพธ์</b> ผู้ประกอบการสามารถนำองค์ความรู้และระบบ Mobile Commerce ต้นแบบไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวได้	N/A	- สถาบันการศึกษา
		<b>โครงการที่ 4</b> อบรมให้ความรู้เรื่อง Mobile Commerce		✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> พนักงานหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการอบรมเกี่ยวกับ Mobile Commerce อย่างน้อยจำนวน 1,000 คนต่อปี <b>ผลลัพธ์</b> พนักงานหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และนำไปประยุกต์ใช้ได้	N/A	- สถาบันการศึกษา - สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

<sup>1</sup> Mobile Commerce คือ ส่วนย่อยของ e-Commerce ซึ่งเป็นการทำธุรกรรมผ่านโทรศัพท์มือถือหรือโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้เป็นอย่างมาก

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีเพื่อดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
		โครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile Commerce ในธุรกิจท่องเที่ยว		✓	✓	✓	ผลผลิต สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Social Commerce ได้อย่างน้อย 500 แห่งต่อปี ผลลัพธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรม (ซื้อขาย จองและโอนเงิน) ผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ ทำให้เกิดความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจท่องเที่ยวโดยการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นเครื่องมือ	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	- สถาบันการศึกษา - สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - บริษัทที่ให้บริการด้าน Mobile Commerce

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.6 รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 2

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
1) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และสามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ	1) พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการอบรมเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	<b>แผนงานที่ 3</b> อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ	✓	✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ <b>ผลลัพธ์</b> ทำให้การดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - สถาบันการศึกษา
		<b>โครงการที่ 6</b> อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ	✓	✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ อย่างน้อยปีละ 1,000 คน <b>ผลลัพธ์</b> ทำให้การดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - สถาบันการศึกษา
2) เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	2) สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างน้อย 2 Application มาใช้ในธุรกิจ	<b>แผนงานที่ 4</b> 2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	<b>ผลผลิต</b> สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาช่วยประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ <b>ผลลัพธ์</b> ช่วยทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จและทำกำไรได้มากขึ้น	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - สถาบันการศึกษา

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
		โครงการที่ 7 จัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	✓	✓	✓	✓	ผลผลิต มีสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างน้อย 500 รายมีปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application อื่นๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้ ผลลัพธ์ ช่วยทำให้การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวประสบความสำเร็จและทำกำไรได้มากขึ้น	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	-สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว -บริษัทที่ให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ยุทธศาสตร์ที่ 3 ศึกษา วิจัย พัฒนาและนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.7 รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 3

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีที่ดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
1) เพื่อให้มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการท่องเที่ยว	1) มีนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างน้อย 1 นวัตกรรม/ปี	แผนงานที่ 5 วิจัย และพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	ผลผลิต ได้นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว ผลลัพธ์ การนำนวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวทำให้เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	N/A	- สถาบันการศึกษา - สำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) - สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
		โครงการที่ 8 วิจัย และพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว	✓	✓	✓	✓	ผลผลิต ได้นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวปีละอย่างน้อย 1 นวัตกรรม ผลลัพธ์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	N/A	- สถาบันการศึกษา - สำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) - สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
2) เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยใช้นวัตกรรมใหม่ๆ	2) อันดับในการท่องเที่ยวของประเทศเพิ่มขึ้น 1 อันดับ								

ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.8 รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 4

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ/โครงการ/กิจกรรม	ปีที่ดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
1) เพื่อให้เกิดความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว	1) มีเครือข่ายความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชนและชุมชนในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างน้อย 2 เครือข่าย/ปี	<p><b>แผนงานที่ 6</b></p> <p>ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และสถาบันการศึกษาในการนำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในธุรกิจ</p>	✓	✓	✓	✓	<p><b>ผลผลิต</b> ได้เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และสถาบันการศึกษาอย่างน้อยปีละ 2 แห่งในการนำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในธุรกิจ</p> <p><b>ผลลัพธ์</b> ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับการบริหารจัดการท่องเที่ยว และเป็นความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว โดยทุกภาคส่วนทำให้เกิดการบูรณาการงบประมาณ และการทำงาน เกิดการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน</p>	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา</li> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)</li> <li>- สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> <li>-ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว</li> <li>- องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)</li> </ul>
		<p><b>โครงการที่ 9</b></p> <p>พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน</p>	✓	✓	✓	✓	<p><b>ผลผลิต</b> ได้ชุมชนต้นแบบอย่างน้อย 1 ชุมชน/ปี ที่เป็นต้นแบบในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน</p> <p><b>ผลลัพธ์</b> ทำให้เกิดแหล่งศึกษาดูงานและแหล่งเรียนรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน</p>	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)</li> <li>- สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> <li>-ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว</li> </ul>

เป้าหมายเชิง	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ	ปีที่ดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่ง	หน่วยงานที่
									<ul style="list-style-type: none"> <li>- องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)</li> <li>- องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)</li> </ul>
		<p><b>โครงการที่ 10</b> ให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษและความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน</p>	✓	✓	✓	✓	<p><b>ผลผลิต</b> คนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) ผ่านการฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนอย่างน้อย 1,000 คน/ปี</p> <p><b>ผลลัพธ์</b> เป็นการเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับอาเซียน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558</p>	N/A	<ul style="list-style-type: none"> <li>- กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา</li> <li>- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)</li> <li>- สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว</li> <li>- สถาบันการศึกษา</li> <li>- ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว</li> <li>- องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)</li> <li>- องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)</li> </ul>

## แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

### ชื่อโครงการ 1 พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการธุรกิจ

แผนงานที่ 1: ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและสร้างการรับรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สนับสนุนการ ท่องเที่ยว

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา, การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.), สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.9 รายละเอียดโครงการที่ 1

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่อใช้เป็นศูนย์กลางในการรวบรวมข้อมูลการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	<b>เป้าหมาย</b> - ได้เว็บไซต์กลางที่รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจำนวน 1 แห่ง	- ได้รับความร่วมมือจากสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการให้ข้อมูล
<b>ผลผลิต (Output)</b> - เว็บไซต์กลางรวบรวมข้อมูลการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	<b>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</b> - เว็บไซต์กลาง 1 แห่ง	- ได้รับความร่วมมือจากสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการให้ข้อมูล
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> - ทำให้นักท่องเที่ยว/ผู้ใช้บริการสามารถค้นหาข้อมูลทางด้านการท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> - มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก	- ได้รับความร่วมมือจากสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการให้ข้อมูล - ข้อมูลบนเว็บไซต์กลางมีการ Update อยู่เป็นประจำ
<b>กิจกรรม</b> 1. เปิดเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กลาง 2. รวบรวมรายชื่อสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3. บันทึกข้อมูล / Update ข้อมูล	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</b> - มีระดับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการเว็บไซต์อยู่ในระดับมาก - มีการ Click Like มากกว่า 10,000 ครั้ง/ปี	- ได้รับความร่วมมือจากสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในการให้ข้อมูล - ข้อมูลบนเว็บไซต์กลางมีการ Update อยู่เป็นประจำ

ตารางที่ 4.10 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 1

กิจกรรม/ขั้นตอน การปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. เปิดเว็บไซต์กลาง 2. รวบรวมรายชื่อสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3. บันทึกข้อมูล 4. Update ข้อมูล	1. เว็บไซต์กลาง 2. รายชื่อรายชื่อสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างน้อย 1,000 ราย 3. มีการ Update ข้อมูลเป็นประจำทุกสัปดาห์	6 เดือน	บนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต	-	พนักงานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	แหล่งงบประมาณ	จำนวนเงิน (บาท)
-	-	-	-	-	-
	รวม		-		

ชื่อโครงการ 2 ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO

แผนงานที่ 1: ประชาสัมพันธ์เชิงรุกและสร้างการรับรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สนับสนุนการท่องเที่ยว

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.11 รายละเอียดโครงการที่ 2

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่อใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เช่น การจัดประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO ของสถานที่ท่องเที่ยว เป็นต้น	<b>เป้าหมาย</b> - มีการจัดกิจกรรมประกวดภาพถ่ายหรือประกวด Clip VDO ของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยจะมีการ Vote จากการ Click like ใน Facebook Page หรือผ่านทางเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลาง	- มีการจัดเป็นกิจกรรมประจำปี - มีการประชาสัมพันธ์ในทุกๆ สื่อ
<b>ผลผลิต (Output)</b> - มีการจัดงาน Event โดยการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO	<b>ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output)</b> - มีการจัดงาน Event โดยการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยว เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	- มีการจัดเป็นกิจกรรมประจำปี - มีการประชาสัมพันธ์ในทุกๆ สื่อ
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในงานกิจกรรมและได้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์ในการจัดประกวด ซึ่งเป็นการประชาสัมพันธ์และการตลาด (e-Marketing) ที่ประสิทธิภาพ	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> - การ Click like หรือ Vote ในเครือข่ายสังคมออนไลน์มากกว่า 100,000 Like	- มีการจัดเป็นกิจกรรมประจำปี - มีการประชาสัมพันธ์ในทุกๆ สื่อ
<b>กิจกรรม</b> 1. จัดให้มีกิจกรรมประกวดภาพถ่ายหรือ Clip VDO โดยมีการประชาสัมพันธ์ในทุกๆ สื่อ 2. มีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</b> - มีภาพถ่ายหรือ Clip VDO ที่ส่งเข้าประกวดมากกว่า 500 ภาพ หรือ Clip - การ Click like หรือ Vote ใน Facebook มากกว่า 100,000 Like	- มีการจัดเป็นกิจกรรมประจำปี - มีการประชาสัมพันธ์ในทุกๆ สื่อ

ตารางที่ 4.12 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 2

กิจกรรม/ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. จัดให้มีกิจกรรมประกวดภาพถ่ายหรือ Clip VDO โดยมี การประชาสัมพันธ์ในทุกสื่อ 2. มีการใช้พาดิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และเครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือในการแข่งขัน 3. มีการประกาศผลและมอบรางวัล	1. มีภาพถ่ายหรือ Clip VDO ที่ส่งเข้าประกวดมากกว่า 500 ภาพหรือ Clip 2. การ Click Like หรือ Vote ใน Facebook มากกว่า 100,000 Like	3 เดือน	บนพาดิชย์อิเล็กทรอนิกส์	สำหรับรางวัลผู้ชนะ	-
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
<b>รายการ</b>	<b>จำนวน</b>	<b>ราคาต่อหน่วย</b>	<b>จำนวนเงิน</b>	<b>แหล่งงบประมาณ</b>	<b>จำนวนเงิน (บาท)</b>
-รางวัลที่ใช้แจกสำหรับผู้ชนะการประกวด	-	-	100,000	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	100,000
	<b>รวม</b>		100,000		

### ชื่อโครงการ 3 พัฒนาระบบ Mobile commerce ต้นแบบ

แผนงานที่ 2 พัฒนาระบบ Mobile commerce<sup>2</sup> เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องสามารถทำธุรกรรมบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: สถาบันการศึกษา

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.13 รายละเอียดโครงการที่ 3

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่อพัฒนาระบบ Mobile commerce เพื่อให้พนักงานที่เกี่ยวข้องสามารถซื้อขายและทำธุรกรรมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้	<b>เป้าหมาย</b> - ได้ระบบ Mobile commerce ต้นแบบ อย่างน้อย 1 ระบบ	- มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนา Mobile commerce ในสถาบันการศึกษาต่างๆ
<b>ผลผลิต (Output)</b> ได้ระบบ Mobile commerce ที่สามารถดำเนินการธุรกรรมได้	<b>ตัวชี้วัดผลผลิต (Output)</b> - ได้ระบบ Mobile commerce ต้นแบบ 1 ระบบ	- มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนา Mobile commerce ในสถาบันการศึกษาต่างๆ
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> ผู้ประกอบการสามารถนำองค์ความรู้และระบบ Mobile commerce ต้นแบบไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพได้	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> - ระบบ Mobile commerce ต้นแบบสามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อสนับสนุนการดำเนินการธุรกิจท่องเที่ยวได้	- มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนา Mobile commerce ในสถาบันการศึกษาต่างๆ
<b>กิจกรรม</b> 1. ศึกษา Requirement ของระบบ 2. วิเคราะห์และออกแบบระบบ 3. พัฒนาระบบ 4. ทดสอบระบบ 5. ติดตั้งและใช้ระบบ	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</b> - ได้ระบบ Mobile commerce ที่มีประสิทธิภาพ	- มีบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนา Mobile commerce ในสถาบันการศึกษาต่างๆ

<sup>2</sup> Mobile commerce คือ การดำเนินกิจกรรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกรรมหรือการเงิน โดยผ่านเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ หรือโทรศัพท์มือถือ หรือการค้าขายตามระบบแนวคิดของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้อุปกรณ์พกพาไร้สายเป็นเครื่องมือในการสั่งซื้อและขายสินค้าต่างๆ

ตารางที่ 4.14 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 3

กิจกรรม/ขั้นตอน การปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. ศึกษา Requirement ของระบบ 2. วิเคราะห์และออกแบบระบบ 3. พัฒนาระบบ 4. ทดสอบระบบ 5. ติดตั้งและใช้ระบบ	- ระบบ Mobile commerce ที่มีประสิทธิภาพ	3 เดือน	สถาบันการศึกษา	-	บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนา Mobile commerce
ทรัพยากรโครงการ			งบประมาณ		
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	แหล่งงบประมาณ	จำนวนเงิน (บาท)
-	-	-	-	-	-
	รวม		-		

### ชื่อโครงการ 4 อบรมให้ความรู้เรื่อง Mobile commerce กับสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

แผนงานที่ 2 พัฒนาระบบ Mobile commerce เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: สถาบันการศึกษา, สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.15 รายละเอียดโครงการที่ 4

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และสามารถใช้ Mobile commerce ในการดำเนินธุรกิจ	<b>เป้าหมาย</b> - มีการจัดอบรมให้พนักงานหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการอบรมเกี่ยวกับ Mobile commerce อย่างน้อยจำนวน 1,000 คนต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce
<b>ผลผลิต (Output)</b> พนักงานหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับ Mobile commerce	<b>ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output)</b> - พนักงานหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการอบรมเกี่ยวกับ Mobile commerce อย่างน้อยจำนวน 1,000 คนต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> พนักงานหรือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่และนำไปประยุกต์ใช้ได้	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> - ทำให้สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และได้กำไรจากการนำระบบ Mobile commerce มาใช้	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce
<b>กิจกรรม</b> 1. ประชาสัมพันธ์โครงการ 2. เปิดรับสมัครสถานประกอบการที่สนใจ 3. จัดการอบรม 4. ประเมินผลการจัดอบรม	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</b> - ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า 80%	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce

ตารางที่ 4.16 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 4

กิจกรรม/ขั้นตอน การปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. ประชาสัมพันธ์โครงการ 2. เปิดรับสมัครสถาน ประกอบการที่สนใจ 3. จัดการอบรม 4. ประเมินผลการจัดอบรม	- ผู้เข้ารับการอบรมไม่ น้อย 1,000 คน - ความพึงพอใจของผู้เข้า รับการอบรมไม่น้อยกว่า 80%	3วัน/รุ่น รุ่นละ 100 คน	-	สำหรับกิจกรรมการอบรม	สถาบันการศึกษาจัดวิทยากรที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญทางด้าน Mobile commerce
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
<b>รายการ</b>	<b>จำนวน</b>	<b>ราคาต่อ หน่วย</b>	<b>จำนวนเงิน</b>	<b>แหล่งงบประมาณ</b>	<b>จำนวนเงิน (บาท)</b>
1. ค่าตอบแทนวิทยากร (1 คน X 3 วัน	1 คน	10,000	30,000	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	175,000
2. ค่าเอกสารประกอบการอบรม (100 ชุด)	100 ชุด	100	10,000		
3. ค่าอาหารกลางวัน+อาหารว่าง (450 บาท/วัน X 3 วัน X 100 คน)	100 คน	450	135,000		
	<b>รวม</b>		175,000		

\* หมายเหตุ การจัดอบรมรุ่นละ 100 คน และอบรม 3 วัน

### ชื่อโครงการ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

แผนงานที่ 2 พัฒนาระบบ Mobile commerce เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: สถาบันการศึกษา, สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, บริษัทที่ให้บริการด้าน Social commerce

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.17 รายละเอียดโครงการที่ 5

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
วัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile commerce ในการดำเนินการธุรกิจ	เป้าหมาย - มีสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile commerce ได้อย่างน้อย 100 แห่งต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce - บุคลากรที่ปฏิบัติงานผ่านการฝึกอบรมการใช้ Mobile Commerce มาแล้ว
ผลผลิต (Output) สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile Commerce ได้	ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output) - สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile commerce ได้อย่างน้อย 100 แห่งต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce - บุคลากรที่ปฏิบัติงานผ่านการฝึกอบรมการใช้ Mobile Commerce มาแล้ว
ผลลัพธ์ (Outcome) ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรม (ซื้อ ขาย จองและโอนเงิน) ผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ ทำให้เกิดความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจท่องเที่ยวโดยการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้เป็นเครื่องมือ	ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome) - สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างน้อย 100 แห่งสามารถทำธุรกรรม (ซื้อ ขาย จองและโอนเงิน) ผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce - บุคลากรที่ปฏิบัติงานผ่านการฝึกอบรมการใช้ Mobile commerce มาแล้ว

ตารางที่ 4.17 รายละเอียดโครงการที่ 5 (ต่อ)

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<p>กิจกรรม</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประสานงานเพื่อเตรียมความพร้อมและเก็บข้อมูลพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสถานประกอบการ</li> <li>2. ติดตั้งระบบ Mobile commerce</li> <li>3. ดูแลรักษา (Maintenance ระบบ Mobile commerce)</li> </ol>	<p>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระบบ Mobile commerce ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานประกอบการมีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับระบบ Mobile commerce ที่คอยดูแลได้</li> </ul>

ตารางที่ 4.18 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 5

กิจกรรม/ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. ประสานงานเพื่อเตรียมความพร้อมและเก็บข้อมูลพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสถานประกอบการ 2. ติดตั้งระบบ Mobile commerce 3. ดูแลรักษา (Maintenance ระบบ Mobile commerce)	-ระบบ Mobile commerce ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	6 เดือน	สถานประกอบการธุรกิจ	ประมาณ 10,000 บาท	บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับระบบ Mobile commerce ที่คอยดูแลได้
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
<b>รายการ</b>	<b>จำนวน</b>	<b>ราคาต่อหน่วย</b>	<b>จำนวนเงิน</b>	<b>แหล่งงบประมาณ</b>	<b>จำนวนเงิน (บาท)</b>
1. ค่าติดตั้งระบบ Mobile Commerce	1 ระบบ	10,000	10,000	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	10,000
	<b>รวม</b>		10,000		

### ชื่อโครงการ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

แผนงานที่ 2 พัฒนาระบบ Mobile commerce เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: สถาบันการศึกษา, สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, บริษัทที่ให้บริการด้าน Mobile commerce

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.19 รายละเอียดโครงการที่ 5

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile commerce ในการดำเนินการธุรกิจ	<b>เป้าหมาย</b> มีสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile commerce ได้อย่างน้อย 100 แห่งต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce - บุคลากรที่ปฏิบัติงานผ่านการฝึกอบรมการใช้ Mobile commerce มาแล้ว
<b>ผลผลิต (Output)</b> สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile commerce ได้	<b>ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output)</b> สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Mobile commerce ได้อย่างน้อย 100 แห่งต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce - บุคลากรที่ปฏิบัติงานผ่านการฝึกอบรมการใช้ Mobile commerce มาแล้ว
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรม (ซื้อ ขาย จองและโอนเงิน) ผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ ทำให้เกิดความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจท่องเที่ยวโดยการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นเครื่องมือ	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างน้อย 100 แห่งสามารถทำธุรกรรม (ซื้อ ขาย จองและโอนเงิน) ผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของ Mobile commerce - บุคลากรที่ปฏิบัติงานผ่านการฝึกอบรมการใช้ Mobile commerce มาแล้ว

ตารางที่ 4.19 รายละเอียดโครงการที่ 5 (ต่อ)

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<p>กิจกรรม</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. ประสานงานเพื่อเตรียมความพร้อมและเก็บข้อมูลพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสถานประกอบการ</li> <li>2. ติดตั้งระบบ Mobile commerce</li> <li>3. ดูแลรักษา (Maintenance ระบบ Social commerce)</li> </ol>	<p>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ระบบ Mobile commerce ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- สถานประกอบการมีบุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับระบบ Mobile commerce ที่คอยดูแลได้</li> </ul>

ตารางที่ 4.20 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 5

กิจกรรม/ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. ประสานงานเพื่อเตรียมความพร้อมและเก็บข้อมูลพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสถานประกอบการ 2. ติดตั้งระบบ Mobile commerce 3. ดูแลรักษา (Maintenance ระบบ Social commerce)	- ระบบ Mobile commerce ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ	6 เดือน	สถานประกอบการธุรกิจ	ประมาณ 10,000 บาท	บุคลากรที่มีความรู้เกี่ยวกับระบบ Mobile commerce ที่คอยดูแลได้
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
<b>รายการ</b>	<b>จำนวน</b>	<b>ราคาต่อหน่วย</b>	<b>จำนวนเงิน</b>	<b>แหล่งงบประมาณ</b>	<b>จำนวนเงิน (บาท)</b>
1. ค่าติดตั้งระบบ Mobile commerce	1 ระบบ	10,000	10,000	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	10,000
	<b>รวม</b>		10,000		

**ชื่อโครงการ 6** อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ

แผนงานที่ 3 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, สถาบันการศึกษา

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

**ตารางที่ 4.21** รายละเอียดโครงการที่ 6

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่ออบรมให้ความรู้กับพนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ	<b>เป้าหมาย</b> พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการอบรมอย่างน้อยปีละ 1,000 คน	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ
<b>ผลผลิต (Output)</b> พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการอบรมมีความรู้และทักษะสามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ ได้	<b>ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output)</b> พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ อย่างน้อยปีละ 1,000 คน	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> ทำให้การดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> สถานประกอบการธุรกิจสามารถทำกำไรจากการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นอย่างน้อย 5% ต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ
<b>กิจกรรม</b> 1. ประชาสัมพันธ์โครงการ 2. เปิดรับสมัครสถานประกอบการที่สนใจ 3. จัดการอบรม 4. ประเมินผลการจัดอบรม	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</b> - ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า 80%	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ

ตารางที่ 4.22 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 6

กิจกรรม/ขั้นตอน การปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. ประชาสัมพันธ์โครงการ 2. เปิดรับสมัครสถานประกอบการ ที่สนใจ 3. จัดการอบรม 4. ประเมินผลการจัดอบรม	-พนักงานผ่านการอบรมไม่น้อย 1,000 คน -ความพึงพอใจของผู้เข้า รับการอบรมไม่น้อยกว่า 80%	3 วัน/รุ่น รุ่นละ 100 คน	-	สำหรับกิจกรรมการอบรม	- วิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
รายการ	จำนวน	ราคาต่อ หน่วย	จำนวนเงิน	แหล่งงบประมาณ	จำนวนเงิน (บาท)
1. ค่าตอบแทนวิทยากร (1 คน X 3 วัน	1 คน	10,000	30,000	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	175,000
2. ค่าเอกสารประกอบการอบรม (100 ชุด)	100 ชุด	100	10,000		
3. ค่าอาหารกลางวัน+อาหารว่าง (450 บาท/วัน X 3 วัน X 100 คน)	100 คน	450	135,000		
	<b>รวม</b>		175,000		

\* หมายเหตุ การจัดอบรมรุ่นละ 100 คน และอบรม 3 วัน

### ชื่อโครงการ 7 จัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

แผนงานที่ 4 ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, สถาบันการศึกษา, บริษัทที่ให้คำปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.23 รายละเอียดโครงการที่ 7

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
วัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อให้สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีปรึกษาคอยแนะนำในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	เป้าหมาย สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างน้อย 500 รายมีปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของการมีที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กร
ผลผลิต (Output) สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้คำปรึกษาในการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานธุรกิจ	ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output) มีสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวอย่างน้อย 500 รายมีปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application อื่นๆ มาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของการมีที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กร
ผลลัพธ์ (Outcome) ช่วยทำให้การดำเนินธุรกิจท่องเที่ยวประสบความสำเร็จและทำกำไรได้มากขึ้น	ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome) สถานประกอบการธุรกิจสามารถทำกำไรจากการใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศหรือระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้นอย่างน้อย 5% ต่อปี	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กร
กิจกรรม 1. กำหนดคุณสมบัติของที่ปรึกษา 2. จัดจ้างที่ปรึกษา 3. จัดประชุมประจำเดือนโดยมีที่ปรึกษาเข้าร่วมประชุมเพื่อวางแผนและพัฒนาการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในสถานประกอบการ	ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม ได้แก้ไขปัญหาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของสถานประกอบการ	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจะต้องตระหนักและเห็นถึงความสำคัญของการมีที่ปรึกษาเพื่อให้คำแนะนำในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในองค์กร

ตารางที่ 4.24 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 7

กิจกรรม/ขั้นตอน การปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. กำหนดคุณสมบัติของที่ปรึกษา 2. จัดจ้างที่ปรึกษา 3. จัดประชุมประจำเดือนโดยมีที่ ปรึกษาเข้าร่วมประชุมเพื่อ วางแผนและพัฒนาการใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศในสถาน ประกอบการ	- การแก้ไขปัญหาทางด้าน เทคโนโลยีสารสนเทศ - รายงานการประชุม - คำแนะนำจากที่ปรึกษา	1 ปี	ในสถานประกอบ การธุรกิจ	ค่าจ้างที่ปรึกษา	บุคลากรที่ดูแลรับผิดชอบเกี่ยวกับ เทคโนโลยีสารสนเทศของสถาน ประกอบการ
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
<b>รายการ</b>	<b>จำนวน</b>	<b>ราคาต่อ หน่วย</b>	<b>จำนวนเงิน</b>	<b>แหล่งงบประมาณ</b>	<b>จำนวนเงิน (บาท)</b>
ค่าจ้างที่ปรึกษา	1 คน	10,000 / เดือน	120,000	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	120,000
	<b>รวม</b>		120,000		

\*หมายเหตุ การมีที่ปรึกษาเหมาะสมสำหรับองค์กรขนาดกลาง-ใหญ่ที่ใช้ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการปฏิบัติงานมาก หรือมีรูปแบบการดำเนินธุรกิจที่เน้นการทำ  
ธุรกรรมออนไลน์ (Online transaction)

### ชื่อโครงการ 8 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว

แผนงานที่ 5 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

หน่วยงานที่รับผิดชอบ: สถาบันการศึกษา, สำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.), สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

#### ตารางที่ 4.25 รายละเอียดโครงการที่ 8

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
วัตถุประสงค์ของโครงการ เพื่อวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว	เป้าหมาย เพื่อใช้นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว	- นักวิจัยจะต้องได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย - ผลการวิจัยจะต้องถูกนำไปใช้ประโยชน์
ผลผลิต (Output) ได้นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยว	ตัวชี้วัดผลผลิต (Output) ได้นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศใหม่ๆ ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวปีละอย่างน้อย 1 นวัตกรรม	- นักวิจัยจะต้องได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย - ผลการวิจัยจะต้องถูกนำไปใช้ประโยชน์
ผลลัพธ์ (Outcome) เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทย	ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome) อันดับในการนำเทคโนโลยีสารสนเทศทางการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น 1 อันดับ	- นักวิจัยจะต้องได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย - ผลการวิจัยจะต้องถูกนำไปใช้ประโยชน์
กิจกรรม 1. หน่วยงานที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยให้ทุนกับสถาบันการศึกษาเพื่อวิจัยและพัฒนานวัตกรรม 2. สถาบันการศึกษาทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว 3. สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวใช้นวัตกรรมไปใช้ในการดำเนินการธุรกิจ	ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม ได้องค์ความรู้ หรือ นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการท่องเที่ยว	- นักวิจัยจะต้องได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย - ผลการวิจัยจะต้องถูกนำไปใช้ประโยชน์

ตารางที่ 4.26 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 8

กิจกรรม/ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม		ระยะเวลาดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
<p>1. หน่วยงานที่ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยให้ทุนกับสถาบันการศึกษาเพื่อวิจัยและพัฒนานวัตกรรม</p> <p>2. สถาบันการศึกษาทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว</p> <p>3. สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว นำนวัตกรรมไปใช้ในการดำเนินการธุรกิจ</p>	-องค์ความรู้ หรือ นวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศที่สนับสนุนการท่องเที่ยว		1 ปี	สถาบันการศึกษา	N/A	นักวิจัย
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>				<b>งบประมาณ</b>		
<b>รายการ</b>	<b>จำนวน</b>	<b>ราคาต่อหน่วย</b>	<b>จำนวนเงิน</b>	<b>แหล่งงบประมาณ</b>		<b>จำนวนเงิน (บาท)</b>
ค่าใช้จ่ายเกี่ยวกับการดำเนินการวิจัย	-	-	-	สำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.), สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)		-
<b>รวม</b>						

**ชื่อโครงการ 9 พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน**  
**แผนงานที่ 6 สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และสถาบันการศึกษาในการนำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในธุรกิจ**  
**หน่วยงานที่รับผิดชอบ:** การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว, สถาบันการศึกษา, ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.),  
**องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)**  
**ปีงบประมาณ:** พ.ศ. 2557-2560

**ตารางที่ 4.27 รายละเอียดโครงการที่ 9**

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่อให้เกิดความร่วมมือจากทุกภาคส่วนในการพัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน	<b>เป้าหมาย</b> ได้ชุมชนต้นแบบอย่างน้อย 1 ชุมชน/ปี	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว
<b>ผลผลิต (Output)</b> ได้ชุมชนต้นแบบที่เป็นต้นแบบในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน	<b>ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output)</b> ได้ชุมชนต้นแบบอย่างน้อย 1 ชุมชน/ปี ที่เป็นต้นแบบในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> ทำให้เกิดแหล่งศึกษาดูงานและแหล่งเรียนรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> ทำให้เกิดแหล่งศึกษาดูงานและแหล่งเรียนรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว
<b>กิจกรรม</b> 1. จัดโครงการประกวดชุมชนต้นแบบ 2. คัดเลือกชุมชนต้นแบบ 3. ทุกภาคส่วนให้การสนับสนุนชุมชนต้นแบบ 4. มีการรักษามาตรฐานของการเป็นชุมชนต้นแบบ	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</b> ได้ชุมชนต้นแบบอย่างน้อย 1 ชุมชน/ปี	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

ตารางที่ 4.28 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 9

กิจกรรม/ขั้นตอน การปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม	ระยะเวลา ดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. จัดโครงการประกวดชุมชน ต้นแบบ 2. คัดเลือกชุมชนต้นแบบ 3. ทุกภาคส่วนให้การสนับสนุน ชุมชนต้นแบบ 4. มีการรักษามาตรฐานของการ เป็นชุมชนต้นแบบ	-ชุมชนต้นแบบอย่างน้อย 1 ชุมชน	1 ปี	-	รางวัลสำหรับชุมชนต้นแบบ	- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) - สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว - สถาบันการศึกษา - ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) - องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>			<b>งบประมาณ</b>		
<b>รายการ</b>	<b>จำนวน</b>	<b>ราคาต่อ หน่วย</b>	<b>จำนวนเงิน</b>	<b>แหล่งงบประมาณ</b>	<b>จำนวนเงิน (บาท)</b>
รางวัลสำหรับชุมชนต้นแบบ	1 รางวัล	-	100,000	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.)	100,000
	<b>รวม</b>		100,000		

**ชื่อโครงการ 10** อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

แผนงานที่ 6 สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และสถาบันการศึกษาในการนำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในธุรกิจ  
หน่วยงานที่รับผิดชอบ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว, สถาบันการศึกษา, ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว, องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.),  
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

ปีงบประมาณ: พ.ศ. 2557-2560

**ตารางที่ 4.29** รายละเอียดโครงการที่ 10

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
<b>วัตถุประสงค์ของโครงการ</b> เพื่อให้ความรู้ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs)	<b>เป้าหมาย</b> ฝึกอบรมให้ความรู้ด้านภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนอย่างน้อยให้กับชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) อย่างน้อย 1,000 คน/ปี	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว
<b>ผลผลิต (Output)</b> คนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) มีความรู้และทักษะภาษาอังกฤษและความรู้เกี่ยวกับอาเซียน	<b>ตัวชี้วัดผลผลิตจากกระบวนการ (Output)</b> คนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) ผ่านการฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนอย่างน้อย 1,000 คน/ปี	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว
<b>ผลลัพธ์ (Outcome)</b> เป็นการเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับอาเซียน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของโครงการ (Outcome)</b> - คนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) มีความรู้และทักษะทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารเบื้องต้นได้	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว
<b>กิจกรรม</b> 1. ประชาสัมพันธ์โครงการ 2. เปิดรับสมัครสถานประกอบการที่สนใจ	<b>ตัวชี้วัดความสำเร็จของกิจกรรม</b> - ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า 80%	- ความร่วมมือจากทุกภาคส่วน - ชุมชนจะต้องมีความเข้มแข็งในการบริหารจัดการท่องเที่ยว

สาระสำคัญโดยสรุป	ตัวชี้วัดแสดงเวลา ปริมาณ คุณภาพ สถานที่	เงื่อนไขความสำเร็จ
3. จัดการอบรม 4. ประเมินผลการจัดอบรม		

#### ตารางที่ 4.30 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) โครงการที่ 10

กิจกรรม/ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ผลผลิตที่ได้จากกิจกรรม		ระยะเวลาดำเนินการ	สถานที่	ค่าใช้จ่าย	ผู้ปฏิบัติ/ผู้เกี่ยวข้อง
1. ประชาสัมพันธ์โครงการ 2. เปิดรับสมัครสถานประกอบการที่สนใจ 3. จัดการอบรม 4. ประเมินผลการจัดอบรม	- สถานประกอบการธุรกิจ (SME) หรือคนในชุมชนผ่านการอบรมไม่น้อย 1,000 คน - ความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมไม่น้อยกว่า 80%		1 วัน/รุ่น รุ่นละ 100 คน	-	สำหรับกิจกรรมการอบรม	-วิทยากรที่มีความรู้ความสามารถ
<b>ทรัพยากรโครงการ</b>				<b>งบประมาณ</b>		
รายการ	จำนวน	ราคาต่อหน่วย	จำนวนเงิน	แหล่งงบประมาณ		จำนวนเงิน (บาท)
1. ค่าตอบแทนวิทยากร (1 คน X 1 วัน)	1 คน	10,000	10,000	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว		65,000
2. ค่าเอกสารประกอบการอบรม (100 ชุด)	100 ชุด	100	10,000			
3. ค่าอาหารกลางวัน+อาหารว่าง (450 บาท/วัน X 1 วันX 100 คน)	100 คน	450	45,000			
	<b>รวม</b>		65,000			

\* หมายเหตุ การจัดอบรมรุ่นละ 100 คน และอบรม 1 วัน

#### 4.5 การนำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยไปสู่การปฏิบัติ

ในการนำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยไปสู่การปฏิบัติ มีรายละเอียดดังนี้

##### 1. จัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี (พ.ศ. 2557-2560)

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล ควรจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี (พ.ศ. 2557-2560) โดยควรเริ่มจากการประเมินสภาพแวดล้อมในปัจจุบันของแต่ละปี (SWOT Analysis) เพื่อตรวจสอบจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในแต่ละปี แล้วจึงนำผลการดำเนินงานในปีก่อนหน้านั้นมาวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบประสิทธิภาพการปฏิบัติการ ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน โดยมุ่งเน้นไปที่การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปีนั้น ควรพิจารณาถึงช่วงระยะเวลาดำเนินการ เพื่อให้สามารถจัดทำแผนดังกล่าวได้สอดคล้องกับปฏิทินงบประมาณประจำปี รวมทั้งควรจัดให้มีการประชุมหรือการหารือร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งในหน่วยงานระดับสำนัก กอง ตลอดจนหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถจัดลำดับความสำคัญของกานนำยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ ตลอดจนเพื่อให้สามารถบูรณาการโครงการแผนงานด้านต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

##### 2. การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรสนับสนุนยุทธศาสตร์

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรที่จำเป็น เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการ หรือกิจกรรมสำคัญ ภายใต้ยุทธศาสตร์ ตัวชี้วัด ต่างๆ ที่ได้จัดลำดับความสำคัญไว้แล้ว เพื่อให้มั่นใจได้ว่าภาระงานที่ต้องดำเนินการนั้น มีทรัพยากรที่จำเป็นมาสนับสนุนให้บรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้

##### 3. การจัดกระบวนการมอบหมายภาระงาน

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการดำเนินการให้มีการมอบหมายภาระงานและความรับผิดชอบในงานตามยุทธศาสตร์ โครงการ หรือกิจกรรมที่ได้กำหนดเอาไว้ในแผนยุทธศาสตร์ โดยให้กิจกรรมการมอบหมายภาระงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติการประจำปี

##### 4. การกำกับ ติดตาม และประเมินผล

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการกำกับ ติดตามและประเมินผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์ในรูปแบบต่างๆ ดังนี้

#### 4.1 การติดตามความก้าวหน้าระหว่างปี

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติควรดำเนินการให้มีการจัดประชุมติดตามผลงานเป็นระยะๆ อย่างต่อเนื่อง ทั้งในระดับผู้บริหารและระดับหน่วยงาน พร้อมทั้งจัดให้มีเครื่องมือสนับสนุนที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการติดตามผลสัมฤทธิ์ของแผนยุทธศาสตร์ โดยควรที่จะมุ่งเน้นการประเมินความเบี่ยงเบน แปรปรวนระหว่างผลงานที่เกิดขึ้นจริงกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ ซึ่งจะนำไปสู่การป้องกันและแก้ไขปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้

#### 4.2 การติดตามและสรุปผลการดำเนินงานประจำปี

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการนำแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติควรดำเนินการติดตามและประเมินผลงานประจำปี และจัดทำรายงานสรุปผลการดำเนินงาน ซึ่งจะเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญและสอดคล้องกับการจัดทำแผนปฏิบัติการประจำปี เนื่องจากเป็นการเปิดโอกาสให้ทบทวนถึงผลสำเร็จของยุทธศาสตร์ แผนงานและโครงการหรือกิจกรรมสำคัญตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ตลอดจนเป็นการทบทวนถึงปัญหาและอุปสรรค รวมทั้งการประเมินสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกที่เปลี่ยนแปลงไปเพื่อเป็นข้อมูลนำเข้าที่สำคัญในการกำหนดค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดโครงการ หรือกิจกรรมสำคัญของการจัดทำแผนปฏิบัติการในปีถัดไป

#### 4.3 การประเมินผลเมื่อสิ้นสุดแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย

เมื่อสิ้นสุดยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการดำเนินการให้มีการประเมินผลแบบรวบยอดเพื่อสรุปผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ รวมทั้งเป็นการสรุปผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยต่อไป

#### 5. การประเมินความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย

เมื่อได้ร่างแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยแล้ว เพื่อเป็นการยืนยันความเป็นไปและแนวโน้มของแผนยุทธศาสตร์ คณะผู้วิจัยได้ส่งแผนยุทธศาสตร์เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินและให้นำหนักความสำคัญของแต่ละข้อ แล้วนำผลที่ได้ในแต่ละข้อมาหาค่ามัธยฐาน(Median) และค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ (Interquartile Range) การพิจารณาจะพิจารณาจากค่าพิสัยระหว่างควอไทล์ คือถ้าค่าพิสัยระหว่างควอไทล์แคบแสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน โดยผลการศึกษาความเป็นไปได้ของแผนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยแสดงรายละเอียดดังต่อไปนี้

**ตารางที่ 4.31** ความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย

แนวโน้ม	ความเป็นไปได้			ร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่า เป็นยุทธศาสตร์	
	จำนวน (คน)	มัธยฐาน	พิสัยควอไทล์	บวก	ลบ
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว	5	4	1	100.00	0.00
ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	5	4	1	100.00	0.00
ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว	5	4	0.5	100.00	0.00
ยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว	5	4	0.5	100.00	0.00

จากตารางที่ 4.31 การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ที่ 1 การดำเนินการเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว ได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มมีความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในการพัฒนาการดำเนินการเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว สำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วนร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่า เป็นยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นสอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้มาก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มมีความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในการส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วนร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่า เป็น

ยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นสอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้มาก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ที่ 3 ศึกษา วิจัย พัฒนาและนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยวได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มมีความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในการศึกษา วิจัย พัฒนาและนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยว สำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มีค่าเท่ากับ 0.5 ซึ่งมิต่ำน้อยกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วนร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่าเป็นยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นสอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้มาก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มมีความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในเสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวสำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มีค่าเท่ากับ 0.5 ซึ่งมิต่ำน้อยกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วนร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่าเป็นยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นสอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้มาก