

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “ยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย” เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย

1.1 ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวไทย

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 เดือนที่ผ่านมา มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1–2 ครั้ง จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 31.37 กลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) มีจำนวน 225 คน คิดเป็นร้อยละ 44.12 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 72.00 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (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 มีวิธีการที่ท่านชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM มีจำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 44.89 โดยสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 56.89 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 21.33 และ ร้านอาหารที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้านจำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 19.56ตามลำดับ

นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย มีจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 47.02 รองลงมา ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 41.75 และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 35.79 ตามลำดับ

3) ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ด้านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมากที่สุด ในประเด็นข้อมูลข่าวสารมีการปรับปรุงให้ทันสมัยอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาคือ การรักษาความเป็นส่วนตัวสำหรับข้อมูลส่วนบุคคล ($\bar{X} = 3.98$) และแสดงให้เห็นขั้นตอนกระบวนการในแต่ละขั้นตอนและผลของการสั่งซื้อ ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความหลากหลายของสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.05$) รองลงมาคือ การแจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ($\bar{X} = 4.03$) และความน่าเชื่อถือของคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 3.97$) ตามลำดับ

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

ด้านอัตราประโยชน์ของผู้บริโภค นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นความสะดวกในการค้นหาข้อมูลของสินค้าและบริการ ($\bar{X} = 4.04$) รองลงมาคือ การให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าและบริการอย่างครบถ้วน ($\bar{X} = 4.03$) และสามารถเปรียบเทียบราคาสินค้าและบริการของร้านต่างๆ 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 ผลการสำรวจความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ

1) ข้อมูลทั่วไปของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ ส่วนใหญ่มาจากประเทศอังกฤษ 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 และส่วนใหญ่ มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 901 – 1,200 ดอลลาร์สหรัฐ บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 15.755 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) ที่เกี่ยวข้องกับ การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ คือราคาถูกกว่าที่อื่น 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 มีวิธีการที่ท่านชำระเงินค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ใช้บัตรเครดิต มีจำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 61.42 และสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก มีจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 41.73 รองลงมาคือ บริษัททัวร์/นำ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 33.07 และ จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 15.75ตามลำดับ

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 7.33ตามลำดับ

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

ด้านสินค้าและบริการ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว มากที่สุดในประเด็นการ

แจ้งราคาและรายละเอียดสินค้าอย่างชัดเจน ($\bar{X}=4.19$) 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

ด้านอัตราประโยชน์ของผู้บริโภค 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

2. การศึกษาศักยภาพและความพร้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 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 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศมีสัดส่วนมากที่สุด (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 มากที่สุดคือประเด็น “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) ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในกลุ่มผู้ประกอบการ พบว่า

5.1) ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีพฤติกรรมกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ท่านคิดว่าการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่อ

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวหรือไม่, หน่วยงานของท่านมีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) หรือไม่, สาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย, อำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และสาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คือ ไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับรายการอื่นๆ ไม่แตกต่างกันในทางสถิติ

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

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

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

5.5) ผู้ประกอบการที่มีประเภทของสินค้าและบริการต่างกันมีระดับความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในรายการ ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เรื่องคุณภาพของการให้บริการ

ผ่านทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จักของกลุ่มเป้าหมาย, ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์, การตลาด 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

3. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

1. ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบ

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวประกอบไปด้วย

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

ซึ่งในการพัฒนานั้นจะเป็นการเปิดร้านค้า (Shop) โดยจะประกอบไปด้วยร้านเล็กๆ ที่อยู่ในระบบ Online marketplace

ในส่วนของหน้าร้านค้าสามารถทำการสร้างเว็บ e-Commerce สร้าง Catalogue จัดการข้อมูลการซื้อขายสินค้า วิธีการชำระค่าสินค้า ข่าวประชาสัมพันธ์ รายงานการซื้อ-ขายสินค้า รายงานรายได้ พิมพ์ใบเสร็จ การใช้บริการเว็บบอร์ดและดูข้อมูลต่างๆ ผ่านทางเว็บไซต์ได้

ในส่วนของลูกค้าสามารถทำการค้นหาข้อมูลสินค้า ซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์ พิมพ์รายการสินค้าที่สั่งซื้อและใช้บริการเว็บบอร์ดได้

ในส่วนของผู้ดูแลระบบสามารถทำการตรวจสอบ จัดการเว็บไซต์ของร้านค้า และดูรายงานการสร้างเว็บไซต์ของร้านค้า และยอดขายของแต่ละร้านผ่านทางเว็บไซต์ได้

2. การทดสอบระบบด้วยตนเอง (Alpha testing)

ทดสอบความถูกต้องของการทำงานของระบบและตรวจสอบเพื่อป้องกันความผิดพลาดของระบบดังนี้

- 1) การป้องกันความผิดพลาดที่เกิดจากการป้อนข้อมูลของผู้ใช้งานระบบจะทำการตรวจสอบการป้อนข้อมูล ถ้าผู้ใช้ป้อนข้อมูลไม่ครบถ้วนระบบจะแจ้งข้อความเตือนผู้ใช้
- 2) การตรวจสอบความถูกต้องในการเข้าใช้ระบบ ระบบจะทำการตรวจสอบ Username และ Password ของผู้ใช้อีก่อน Log in เข้าสู่ระบบถ้าผู้ใช้ป้อนข้อมูล Username หรือ Password ผิด ระบบจะแสดงข้อความแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้
- 3) การตรวจสอบความถูกต้องในการประมวลผลข้อมูลในการประมวลผลระบบจะทำการตรวจสอบข้อมูลที่ผู้ใช้ป้อนเข้าไป โดยส่วนของข้อมูลที่เป็นข้อมูลเฉพาะระบบจะทำการตรวจสอบถ้าข้อมูลนั้นซ้ำกับข้อมูลที่มีอยู่แล้วในระบบ ระบบจะแสดงข้อความแจ้งเตือนแก่ผู้ใช้

3. การประเมินระบบโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งาน (Beta testing)

จากการประเมินระบบโดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งานนั้น สรุปผลการประเมินได้ดังนี้

3.1 ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึก

- 1) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึกด้าน Functional requirement test จากการทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 5.034$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี
 - 2) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึกด้าน Functional Test จากการทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 8.980$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี
 - 3) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึกด้าน Usability test จากการทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 5.843$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี
 - 4) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึกด้าน Security test จากการทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 4.638$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี
- จากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านขายของที่ระลึกที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี

จากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับธุรกิจร้านอาหารที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี

3.4 ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยว

1) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยวด้าน Functional requirement rest จากการทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 3.607$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

2) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยวด้าน Functional rest จากการทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 20.600$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

3) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยวด้าน Usability test จากการทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 11.365$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

4) ผลการทดสอบสมมติฐานเพื่อประเมินประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยวด้าน Security test การทดสอบ t-test พบว่า ค่า $t = 6.840$ ซึ่งมีค่ามากกว่า 2.13 จึงยอมรับสมมติฐาน H_1 คือ ประสิทธิภาพของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับดี

จากการทดสอบสมมติฐานจึงสรุปได้ว่า ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยวที่พัฒนาขึ้นมีประสิทธิภาพดี

4. แผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้เปรียบเทียบการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

4.1 SWOT Analysis

ในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและผู้ใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ดังนี้

ตารางที่ 5.1 SWOT Analysis

<p>จุดแข็ง</p> <p>S1: สามารถให้บริการและทำธุรกรรมได้ทุกที่ ทุกเวลา และจากทั่วโลก (Global location) ทำให้เกิดความสะดวกในการใช้งาน</p> <p>S2: สามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยตรงและสามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ</p> <p>S3: องค์กรสามารถจัดหาวัตถุดิบและบริการทั้งในและต่างประเทศได้อย่างรวดเร็วบนต้นทุนที่ต่ำ และด้วยช่องทางกระจายสินค้าของตลาดที่แคบลง ทำให้สินค้ามีราคาถูกลงและได้กำไรมากขึ้น</p> <p>S4: ผู้บริโภคมีโอกาสเลือกซื้อสินค้าหรือบริการด้วยราคาที่ถูกที่สุด โดยสามารถค้นหาผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเปรียบเทียบราคาสินค้าจากเว็บไซต์ต่างๆ ได้</p> <p>S5: ลดค่าใช้จ่ายในเรื่องของพนักงานและค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน</p> <p>S6: เป็นช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำ และส่งเสริมการตลาดไปยังลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche market)</p> <p>S7: ช่วยให้ธุรกิจขนาดเล็กสามารถแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ได้</p> <p>S8: ผู้บริโภคมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในการตั้งราคาขายของตัวผลิตภัณฑ์และการบริการได้</p>	<p>จุดอ่อน</p> <p>W1: ผู้บริโภคยังไม่ค่อยเชื่อถือระบบความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์</p> <p>W2: สินค้าที่เป็นการบริการจะขายได้ค่อนข้างยาก เนื่องจากไม่มีปฏิสัมพันธ์โดยตรงระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย</p> <p>W3: ผู้บริโภคไม่มีโอกาสที่จะจับต้องตัวสินค้าได้</p> <p>W4: ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ และการศึกษเกี่ยวกับเทคโนโลยีสารสนเทศและธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p> <p>W5: เทคโนโลยีซอฟต์แวร์ที่ใช้เป็นเครื่องมือพัฒนาเปลี่ยนแปลงเร็ว</p> <p>W6: ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีราคาแพง และปัญหาจากการเข้าถึงของผู้ใช้พร้อมๆ กันจำนวนมาก</p>
<p>โอกาส</p> <p>O1: การเจริญเติบโตอย่างรวดเร็วของตลาดพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในระดับโลกและระดับประเทศ</p> <p>O2: การให้ความร่วมมือระหว่างกลุ่มประเทศต่างๆ ในการจัดกิจกรรม และการประชุมสัมมนาเพื่อยกระดับขีดความสามารถของการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์</p> <p>O3: การขยายตัวและการเติบโตของเครือข่ายอินเทอร์เน็ต</p> <p>O4: นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น</p>	<p>อุปสรรค</p> <p>T1: ระบบโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของประเทศยังไม่สามารถให้บริการได้อย่างทั่วถึง</p> <p>T2: ภัยคุกคามจากการโจรกรรมข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต</p> <p>T3: ปัญหาเรื่องข้อกำหนดที่นำมาบังคับใช้ โดยเฉพาะเรื่องรายละเอียดการจัดเก็บภาษายังคงไม่ชัดเจน และขาดข้อบังคับทางกฎหมายทั้งภายในและระหว่างประเทศ และมาตรฐานอุตสาหกรรม</p> <p>T4: พฤติกรรมและความรู้สึกของผู้บริโภค ที่</p>

<p>O5: เทคโนโลยีของระบบความปลอดภัย และการชำระเงินออนไลน์ที่ได้รับการปรับปรุง และเป็นมาตรฐานสากลมากยิ่งขึ้น</p> <p>O6: สามารถขยายโอกาสจากธุรกิจเดิมไปสู่ตลาดระหว่างประเทศด้วยการลงทุนที่ต่ำ</p> <p>O7: เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถโต้ตอบ แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารและประสบการณ์ในรูปแบบของชุมชนออนไลน์ได้</p>	<p>ยังคงต่อต้านการเปลี่ยนแปลงจากร้านค้าที่อยู่จริง มาเป็นร้านค้าแบบเสมือน อีกทั้งผู้คนส่วนใหญ่ยังขาดความเชื่อมั่นต่อการซื้อขายสินค้าที่มีได้สัมผัสกับตัวสินค้าจริงๆ รวมถึงการที่ผู้ซื้อได้พบปะกับผู้ขายโดยตรง</p>
--	---

4.2 การจัดทำ TOWS Matrix

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า Matrix ที่ได้จากการประเมินและกำหนดค่าคะแนนสถานะแวดล้อมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทย มีค่าคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงสุดอยู่ระหว่าง จุดแข็ง (Strength) กับ โอกาส (Opportunity) ซึ่งตัดกันที่ +4.07, +4.04 ดังนั้นสถานะแวดล้อมหรือสถานการณ์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อยู่ในสถานะ “ดาวรุ่ง” (Star) ซึ่งหมายถึงมีโอกาสเจริญเติบโตบนจุดแข็งที่มีอยู่

4.3 การจัดทำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

วิสัยทัศน์

“การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของอาเซียน”

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือในการสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว
- 2) เพื่อใช้เป็นแนวทางในการสนับสนุนให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของอาเซียน
- 3) เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่าง ชุมชน ภาครัฐและเอกชนในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการท่องเที่ยวของอาเซียน
- 4) เพื่อให้ผู้ประกอบการทางการท่องเที่ยวมีความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และสามารถนำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบไปใช้ในธุรกิจ

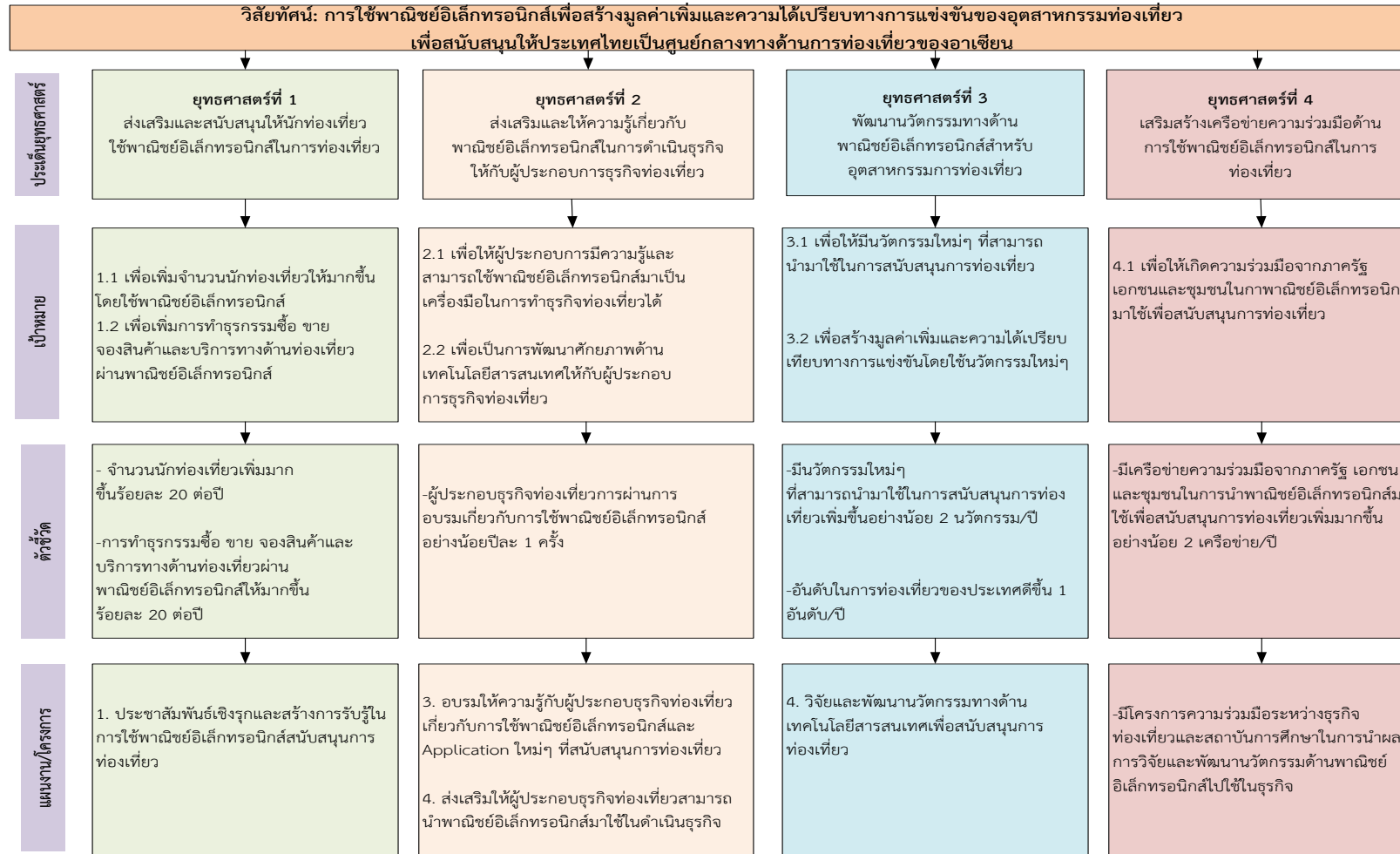
ประเด็นยุทธศาสตร์

เพื่อให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว จึงกำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ ดังนี้
ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจ
ให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรม
ท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการ
ท่องเที่ยว



ภาพที่ 5.1 ความสัมพันธ์ของวิสัยทัศน์ ประเด็นยุทธศาสตร์ เป้าหมาย ตัวชี้วัด และแผนงาน

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.2 รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 1

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

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

¹ 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		✓	✓	✓	<p>ผลผลิต สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถใช้ระบบ Social commerce ได้อย่างน้อย 500 แห่งต่อปี</p> <p>ผลลัพธ์ ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถทำธุรกรรม (ซื้อ ขาย จองและโอนเงิน) ผ่านทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ ทำให้เกิดความสะดวกกับนักท่องเที่ยว และเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำธุรกิจท่องเที่ยวโดยการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เป็นเครื่องมือ</p>	<p>สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว</p>	<p>-สถาบันการศึกษา</p> <p>-สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว</p> <p>-บริษัทที่ให้บริการด้าน Mobile commerce</p>

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ตารางที่ 5.3 รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 2

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีที่ดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
1) เพื่อให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และสามารถใช้อิเล็กทรอนิกส์มาเป็นเครื่องมือในการทำธุรกิจ	1) พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวผ่านการอบรมเกี่ยวกับการใช้อิเล็กทรอนิกส์อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง	แผนงานที่ 3 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ	✓	✓	✓	✓	ผลผลิต พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ ผลลัพธ์ ทำให้การดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น	สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	- สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - สถาบันการศึกษา
		โครงการที่ 6 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ	✓	✓	✓	✓	ผลผลิต พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีความรู้และทักษะเกี่ยวกับการใช้อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ อย่างน้อยปีละ 1,000 คน ผลลัพธ์ ทำให้การดำเนินงานของสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวมีประสิทธิภาพมากขึ้น		
2) เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว	2) สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างน้อย 2 Application มาใช้ในธุรกิจ	แผนงานที่ 4 2) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินธุรกิจ	✓	✓	✓	✓	ผลผลิต สถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวสามารถนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาช่วยประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ ผลลัพธ์ 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 5.4 รายละเอียดของยุทธศาสตร์ที่ 3

เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ แผนงาน/โครงการ	ปีที่ดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
			56	57	58	59			
1) เพื่อให้มีนวัตกรรมใหม่ที่นำมาใช้ในการท่องเที่ยว	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 5.5 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>แผนงานที่ 6</p> <p>ความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และสถาบันการศึกษาในการนำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในธุรกิจ</p>	✓	✓	✓	✓	<p>ผลผลิต ได้เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชน และสถาบันการศึกษาอย่างน้อยปีละ 2 แห่งในการนำการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้ในธุรกิจ</p> <p>ผลลัพธ์ ทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มสำหรับการบริหารจัดการท่องเที่ยว และเป็นความร่วมมือในการจัดการท่องเที่ยว โดยทุกภาคส่วนทำให้เกิดการบูรณาการงบประมาณ และการทำงาน เกิดการบริหารจัดการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน</p>	N/A	<ul style="list-style-type: none"> - กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา - การท่องเที่ยวและกีฬา (ททท.) - สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว - สถาบันการศึกษา - ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)
		<p>โครงการที่ 9</p> <p>พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน</p>	✓	✓	✓	✓	<p>ผลผลิต ได้ชุมชนต้นแบบอย่างน้อย 1 ชุมชน/ปี ที่เป็นต้นแบบในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน</p> <p>ผลลัพธ์ ทำให้เกิดแหล่งศึกษาดูงานและแหล่งเรียนรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน และใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน</p>	N/A	<ul style="list-style-type: none"> - การท่องเที่ยวและกีฬา (ททท.) - สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว - สถาบันการศึกษา - ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว - องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.)

เป้าหมายเชิง	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ	ปีที่ดำเนินการ				ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่ง	หน่วยงานที่
เป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	แนวทางการดำเนินการ/โครงการ/กิจกรรม	56	57	58	59	ผลผลิต/ผลลัพธ์	แหล่งงบประมาณ	หน่วยงานที่รับผิดชอบ
		<p>โครงการที่ 10 ให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษและความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียน</p>	✓	✓	✓	✓	<p>ผลผลิต คนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) ผ่านการฝึกอบรมด้านภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนอย่างน้อย 1,000 คน/ปี</p> <p>ผลลัพธ์ เป็นการเตรียมความพร้อมให้กับชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) ทางด้านการท่องเที่ยวให้มีความรู้และทักษะในการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อสื่อสารและความรู้เกี่ยวกับอาเซียน เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการ การเข้าสู่ประชาคมอาเซียนในปี พ.ศ. 2558</p>	N/A	<ul style="list-style-type: none"> -กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา -ททท. -สมาคมทางด้านการท่องเที่ยว -สถาบันการศึกษา -ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว -องค์การบริหารส่วนจังหวัด (อบจ.) -องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

4.4 การนำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยไปสู่การปฏิบัติ

ในการนำแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยไปสู่การปฏิบัติ มีรายละเอียดดังนี้

1. จัดทำแผนปฏิบัติราชการประจำปี (พ.ศ. 2557-2560)

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

2. การจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรสนับสนุนยุทธศาสตร์

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

3. การจัดกระบวนการมอบหมายภาระงาน

หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการดำเนินการให้มีการมอบหมายภาระงานและความรับผิดชอบในงานตามยุทธศาสตร์ โครงการ หรือกิจกรรมที่ได้กำหนดเอาไว้ในแผนยุทธศาสตร์ โดยให้กิจกรรมการมอบหมายภาระงานดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิบัติราชการประจำปี

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 กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล และสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวควรมีการดำเนินการให้มีการประเมินผลแบบรวบยอดเพื่อสรุปผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์ รวมทั้งเป็นการสรุปผลการดำเนินงานตามแผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวประเทศไทยต่อไป

5. การประเมินแผนยุทธศาสตร์

จากการผลการประเมินความเป็นไปได้ของแผนยุทธศาสตร์โดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่ายุทธศาสตร์ที่ 1 การดำเนินการเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยว ได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มมีความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในการพัฒนาการดำเนินการเชิงรุกเพื่อสนับสนุนการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยว สำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.50 แสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วนร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่าเป็นยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนี้สอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้มาก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการดำเนินการธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มมีความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในการส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการดำเนินการ

ธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มีค่าเท่ากับ 1 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วนร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่าเป็น ยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นสอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้มาก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ที่ 3 ศึกษา วิจัย พัฒนาและนำเครือข่าย สังคมออนไลน์มาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยวได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่าแนวโน้มมี ความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในการศึกษา วิจัย พัฒนา และนำเครือข่ายสังคมออนไลน์มาใช้สนับสนุนการท่องเที่ยว สำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มีค่าเท่ากับ 0.5 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วนร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่าเป็นยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดงว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นสอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้มาก

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ที่ 4 เสริมสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยวได้ค่ามัธยฐานเท่ากับ 4 สามารถอธิบายได้ว่า แนวโน้มมีความเป็นไปได้มากแสดงว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีแนวโน้มความเป็นไปได้มากในเสริมสร้าง เครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ในการท่องเที่ยวสำหรับค่าพิสัยควอไทล์ที่มี ค่าเท่ากับ 0.5 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 1.50 แสดงว่า ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีความสอดคล้องกัน ส่วน ร้อยละของผู้ตอบที่เห็นว่าเป็นยุทธศาสตร์มีค่าบวกร้อยละ 100.00 ซึ่งมากกว่าร้อยละ 80 ขึ้นไปแสดง ว่าความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อแนวโน้มนั้นสอดคล้องกันว่าเป็นยุทธศาสตร์ที่มีโอกาสเป็นไปได้ มาก

อภิปรายผล

1. พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อการใช้พาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์สำหรับการท่องเที่ยวประเทศไทย

จากการศึกษาพบว่า ส่วนมากนักท่องเที่ยวที่ใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นจะอยู่ใน ช่วงวัยทำงาน ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี และมีรายได้ในช่วงระหว่าง 10,000 – 20,000 บาท ซึ่งพบว่าลักษณะความแตกต่างของประชากรมีผลต่อพฤติกรรมในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการเปิดรับข่าวสารของ Berlo (1960) เกี่ยวกับความสำคัญของการเปิดรับ ข่าวสาร หมายถึง ทักษะในการสื่อสาร (Communication skills) ทศนคติ (Attitude) และระดับ ความรู้ (Knowledge levels) เป็นปัจจัยที่ทำนุประกอบการตัดสินใจของบุคคล บุคคลที่มีระดับ ความรู้ หมายถึง ระดับการศึกษาที่เท่าเทียมกัน หรือใกล้เคียงกัน การสื่อสารจึงจะประสบความสำเร็จ แต่ถ้าวัดระดับความรู้ของผู้ส่งและผู้รับมีความแตกต่างกันมากจะต้องมีการปรับความยากง่ายของข้อมูลที่จะส่งในด้านของภาษาถ้อยคำ และสำนวนที่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับผลการวิจัยของสุปราณี จรรย์พร (2541) เกี่ยวกับลักษณะประชากรด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลกับการยอมรับพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ และมีความคิดเห็นที่แตกต่างกัน

พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(e-Commerce) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 63.53 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมามีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 31.37 กลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) คิดเป็นร้อยละ 44.12 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ คือ ง่ายและสะดวกในการดำเนินการ คิดเป็นร้อยละ 72.00 ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 50.67 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 1,000 – 5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 54.22 มีวิธีการที่ท่านชำระค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ โอนเงินจากบัญชีธนาคาร/ATM คิดเป็นร้อยละ 44.89 โดยสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวไทยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 56.89 รองลงมา จองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ คิดเป็นร้อยละ 21.33 และ ร้านขายของที่ระลึก/สินค้าพื้นบ้าน คิดเป็นร้อยละ 19.56ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจาก ไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 47.02 รองลงมา ไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 41.75 และ ไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ คิดเป็นร้อยละ 35.79ตามลำดับ

พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์(e-Commerce) พบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่เคยชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ประเภท โรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาเป็นบริษัททัวร์/นำเที่ยว คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ บริการรถทัวร์และจองตั๋วเครื่องบิน/เช่ารถ คิดเป็นร้อยละ 24.75 ตามลำดับ ในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่มีการเข้าชมเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 33.50 และกลุ่มที่เคยสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) คิดเป็นร้อยละ 31.75 เหตุผลที่เลือกซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ คือราคาถูกกว่าที่อื่น คิดเป็นร้อยละ 61.42 โดยในรอบ 6 เดือนที่ผ่านมาส่วนใหญ่ได้สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว 1 – 2 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 56.69 มูลค่าของสินค้าหรือบริการที่ใช้ในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉลี่ยต่อครั้ง 50 – 100 ดอลลาร์สหรัฐ คิดเป็นร้อยละ 54.33 มีวิธีการที่ท่านชำระค่าสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ใช้บัตรเครดิต คิดเป็นร้อยละ 61.42 และสินค้าหรือบริการประเภทใดที่ส่วนใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศสั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก คิดเป็นร้อยละ 41.73 รองลงมาคือ บริษัททัวร์/นำเที่ยว คิด

เป็นร้อยละ 33.07 และ จองตัวเครื่องบิน/เช่ารถ คิดเป็นร้อยละ 15.75ตามลำดับ นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ที่ไม่สั่งซื้อสินค้าและบริการในเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เนื่องจากไม่มีความต้องการสินค้า/บริการ คิดเป็นร้อยละ 54.58 รองลงมาไม่แน่ใจในระบบความปลอดภัย คิดเป็นร้อยละ 12.09 และไม่ได้เห็นสินค้าว่ามีอยู่จริงหรือไม่/สินค้าจับต้องไม่ได้ คน คิดเป็นร้อยละ 7.33 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ เชนินญา ใจสมุทร (2552) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ต พบว่า ระดับทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมในด้านผลิตภัณฑ์ทัศนคติของผู้ตอบแบบสอบถามโดยภาพรวมในด้านผลิตภัณฑ์ มีทัศนคติในระดับดี ด้านราคาสินค้า ด้านการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายมีทัศนคติในระดับปานกลาง ข้อมูลด้านพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ซื้อสินค้าเดือนละครั้ง ซื้อผ่านเว็บไซต์ www.weloveshopping.com ได้รับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับเว็บไซต์ที่ซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตโดยใช้ Search Engine เคยซื้อสินค้าเพื่อความบันเทิง ซื้อสินค้าใหม่ ใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตแต่ละครั้ง 501-1,000 บาท ชำระเงินค่าสินค้าโดยผ่านธนาคาร การซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตกับอาชีพมีความสัมพันธ์ระดับต่ำแต่ไม่ขึ้นกับระดับการศึกษา พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ในด้านค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แต่ในด้านค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนระดับปานกลาง ทัศนคติด้านผลิตภัณฑ์ของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต และค่าใช้จ่ายสำหรับซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ตผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทัศนคติด้านราคา การจัดจำหน่าย และทัศนคติด้านการส่งเสริมการขายของผู้ใช้บริการอินเทอร์เน็ตมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในด้านความถี่ในการซื้อสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต

2. ศักยภาพและความพร้อมของการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ข้อมูลทั่วไปของผู้ประกอบการ จากการเก็บรวบรวมข้อมูลในกลุ่มของผู้ประกอบการพบว่า ประเภทองค์กรของผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นประเภทบริษัทจำกัด คิดเป็นร้อยละ 39.90 มีประเภทของสินค้าและบริการเป็นประเภทบริษัททัวร์/นำเที่ยว และเป็นประเภทโรงแรม/รีสอร์ท/ที่พัก โดยมีจำนวนเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 25.06 มีระยะเวลาดำเนินการมากกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 64.23 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่าการกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในประเทศมีสัดส่วนมากที่สุด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 55.42) รองลงมาคือกลุ่มต่างประเทศ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 44.59) และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 40,000 บาทขึ้น คิดเป็นร้อยละ 35.28

พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่คิดว่าการทำงานธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีความจำเป็นต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว คิดเป็นร้อยละ

94.16 มีกลุ่มเป้าหมายของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นกลุ่มทั้งในและต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 74.94 มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) จำนวนคิดเป็นร้อยละ 55.96 โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีจำนวนบุคลากรที่มีส่วนร่วมในการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์น้อยกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 47.83 มีลักษณะการจดทะเบียนโดเมนเนม (Domain name) แบบ .com คิดเป็นร้อยละ 75.65 มีรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อเดือนประมาณ 50,001 – 100,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.43 มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของเงินเดือนและค่าจ้างของบุคลากรในการบริหารจัดการงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ต่ำกว่า 50,000 คิดเป็นร้อยละ 57.39 และมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนในส่วนของระบบคอมพิวเตอร์และเครือข่ายในการบริหารงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต่ำกว่า 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 58.70 ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ คิดว่าสาเหตุที่หน่วยงานของท่านเลือกทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก คือ เป็นการขยายช่องทางการตลาด (กลุ่มเป้าหมาย) ให้มากขึ้น จำนวน คิดเป็นร้อยละ 78.70 รองลงมาเพราะเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย คิดเป็นร้อยละ 77.83 และอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า คิดเป็นร้อยละ 69.57 ตามลำดับ ผู้ประกอบการที่ไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดว่า สาเหตุที่หน่วยงานของท่านไม่มีการทำธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ 3 อันดับแรก เป็นเพราะ ขาดบุคลากรที่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 64.09 รองลงมาเพราะไม่มีความรู้ทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นร้อยละ 51.38 และค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูงเกินไป คิดเป็นร้อยละ 47.51 ตามลำดับ ความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มากที่สุด เนื่องจากเป็น ระบบเครือข่ายที่รวดเร็ว ทั่วถึงและปลอดภัย รองลงมาคือ การออกแบบเว็บไซต์ที่สวยงามและดึงดูดความสนใจลูกค้า และประเด็น การดูแลความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัวของลูกค้า ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น ระบบรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รองลงมาคือประเด็น การปรับปรุงข้อมูลให้ทันสมัยและเป็นปัจจุบัน และประเด็น ภาพลักษณ์ของธุรกิจ/สินค้าและบริการ ความคิดเห็นในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) สำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวด้านอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความเห็นว่าอุปสรรคในการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มากที่สุด คือประเด็น ความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษ รองลงมาคือประเด็น ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และประเด็น ความเชื่อมั่นในการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลส่วนตัว ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ ปิยาภา อินทนนท์ (2553) ได้ศึกษาเรื่องพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic commerce) กับการพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระสินค้า และบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 25-30 ปี ส่วนใหญ่ประกอบกิจการอยู่ที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 5-10 ปี ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ได้จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าและบริการ ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีธุรกิจ

รูปแบบผู้ประกอบการกับผู้บริโภค (Business to Consumer: B2C) ส่วนใหญ่ใช้บัตรเครดิต (Credit card) ในการชำระค่าสินค้าหรือบริการ และส่วนใหญ่ใช้ช่องทางหลักในการจำหน่ายสินค้าหรือบริการ คือ หน้าร้าน ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นด้านการดำเนินงาน คือ ช่วยให้กิจการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่วนใหญ่สามารถสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างกิจการกับลูกค้า ก่อให้เกิดความผูกพัน มีการติดต่อแลกเปลี่ยนข้อมูลระหว่างลูกค้าและกิจการ ส่วนใหญ่ช่วยสนับสนุนให้กิจการมีบทบาทในเชิงรุก เช่น กิจการสามารถเลือกหรือมีส่วนร่วมในการกำหนดสินค้าหรือบริการ ได้ตามความพึงพอใจ ส่วนใหญ่สามารถปรับปรุงกิจการโดยการเตรียมข้อมูลของผลิตภัณฑ์หรือบริการไว้บริการได้ตรงความต้องการ ส่วนใหญ่มีผลการดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์การดำเนินงานตามเป้าหมายของภารกิจที่ตั้งไว้ และส่วนใหญ่มีอุปสรรค คือ บุคลากรของกิจการขาดความรู้ ความสามารถ ประสบการณ์ในงานด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ขาดการฝึกอบรมและการพัฒนาตัวเองอย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ นอกจากนี้ผู้ประกอบการธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่จัดทำเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งมีการชำระค่าสินค้าและบริการผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตส่วนใหญ่สามารถนำข้อมูลของลูกค้าที่ได้มาปรับปรุงคุณภาพของสินค้าหรือบริการได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องตลอดเวลา ส่วนใหญ่ช่วยให้กิจการได้เปรียบคู่แข่งเพราะทำการตลาดผ่านตัวแทน หรือนายหน้าในการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยการทำ Affiliate marketing ส่วนใหญ่มีเทคโนโลยีเว็บไซต์ที่มีการปรับปรุงรูปแบบ สี สัน และข้อมูลสินค้าหรือบริการต่างๆ บนเว็บไซต์อย่างสม่ำเสมอ ส่วนใหญ่มีระบบรักษาความปลอดภัยสามารถปกป้องข้อมูลลูกค้าได้เป็นอย่างดี ส่วนใหญ่มีระบบรักษาความปลอดภัย และรับผิดชอบความเสียหายที่จะเกิดขึ้นระหว่างการรับ/ส่งสินค้าหรือบริการ และส่วนใหญ่ต้องการให้รัฐบาลออกกฎหมายควบคุมพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างเคร่งครัด ทำให้กิจการต้องมีการพัฒนาความสามารถให้สอดคล้องกับกฎหมายที่กำหนด

3. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวประเทศไทย

การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ต้นแบบสำหรับธุรกิจท่องเที่ยวประกอบไปด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ร้านขายของที่ระลึก ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับบริษัทนำเที่ยว ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับโรงแรม/ที่พัก และระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับร้านอาหาร โดยผ่านการประเมินของผู้ใช้ระบบและผู้เชี่ยวชาญพบว่าระบบพาณิชย์ต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับดี มีประสิทธิภาพสามารถเป็นต้นแบบให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวได้ ซึ่งได้ผลลัพท์สอดคล้องกับการศึกษาของ ศิริวรรณ สิริสินวิบูลย์ (2548) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ระบบช่วยสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยได้มีการวิจัยและพัฒนา Web authoring ขึ้นมาโดยอาศัยความรู้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) และความสามารถในการจัดการเนื้อหาผ่านเว็บไซต์ Content Management System (CMS) เข้ามาประยุกต์ใช้ ซึ่งมีการพัฒนาระบบโดยใช้ ASP.NET เป็นเครื่องมือในการพัฒนาระบบ และใช้ Microsoft SQL Sever 2000 เป็นฐานข้อมูล จากการประเมินประสิทธิภาพของระบบจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้งานทั่วไป โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และความเบ้ ในการทดสอบพบว่าทางด้าน Functional requirement test ผู้เชี่ยวชาญได้ค่า

\bar{X} =4.69 และ SD =0.31 ผู้ใช้งานได้ค่า \bar{X} =4.23 และ SD =0.51 ทางด้าน Functional test ผู้เชี่ยวชาญได้ค่า \bar{X} =4.8 และ SD = 0.27 ผู้ใช้งานได้ค่า \bar{X} =4.44 และ SD =0.55 ทางด้าน Usability test ผู้เชี่ยวชาญได้ค่า \bar{X} =4.7 และ SD = 0.4 ผู้ใช้งานได้ค่า \bar{X} =4.24 และ SD = 0.38 และทางด้าน Security test ผู้เชี่ยวชาญได้ค่า \bar{X} =4.75 และ SD = 0.45 ผู้ใช้งานได้ค่า \bar{X} =4.35 และ SD = 0.53 โดยระบบมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดี สามารถทำงานได้ครบถ้วนตามขอบเขตของระบบงานที่ได้วางไว้ ระบบช่วยสร้างเว็บไซต์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้นสามารถช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ที่ต้องการมีเว็บ e-Commerce โดยไม่จำเป็นต้องมีความรู้ในการเขียน Code ซึ่งจะช่วยลดค่าใช้จ่ายของธุรกิจได้มาก โดยเฉพาะธุรกิจที่เพิ่งเริ่มต้นกิจการรวมไปจนถึงเจ้าของการที่ไม่หน้าร้านเป็นของตนเอง

4. แผนยุทธศาสตร์การใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและความได้เปรียบทางการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวไทย

ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมและสนับสนุนให้นักท่องเที่ยวใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว เป็นยุทธศาสตร์ที่มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ และเพื่อเพิ่มการทำธุรกรรมซื้อขาย จองสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้มากขึ้น โดยมีการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 5 โครงการดังนี้

โครงการที่ 1 พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการธุรกิจ

โครงการที่ 2 ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO

โครงการที่ 3 พัฒนาระบบ Mobile commerce ต้นแบบ

โครงการที่ 4 อบรมให้ความรู้เรื่อง Mobile commerce กับสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

โครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

ซึ่งแผนงานและโครงการดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ในยุทธศาสตร์ที่ 1.2 พัฒนาและปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ในแนวทางการดำเนินการ 1.2.2 การพัฒนาเครือข่ายการสื่อสารโทรคมนาคมระบบสารสนเทศและซอฟต์แวร์ ดิจิทัลคอนเทนต์เพื่อการท่องเที่ยว สนับสนุนให้เกิดการใช้ระบบ e-Commerce อย่างแพร่หลาย ส่งเสริมการจัดทำข้อมูลการท่องเที่ยวออนไลน์ และการเชื่อมโยงระบบบริการต่างๆ ด้านการท่องเที่ยวทางเว็บไซต์ และซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ในยุทธศาสตร์ที่ 4.2.1 จัดทำข้อมูล และรวบรวมข่าวสารด้านการท่องเที่ยวและจัดเก็บในระบบสารสนเทศ รวมถึงการพัฒนาาระบบสารสนเทศต่างๆ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่เข้ามาสืบค้นข้อมูลด้านการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์กลางที่สามารถสืบค้นได้ถึงระดับพื้นที่ ทันสมัย สามารถเข้าถึงได้ง่าย และมีรายละเอียดทางการท่องเที่ยว และยุทธศาสตร์ที่ 4.2.2 เพิ่มและปรับปรุงช่องทางการจัด

จำหน่ายการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายธุรกิจและการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านช่องทางต่างๆ ให้มากขึ้น รวมไปถึงจนถึงยุทธศาสตร์ที่ 4.4.3 พัฒนาเว็บไซต์สื่อประชาสัมพันธ์เพื่อสร้างความแข็งแกร่งในภาพลักษณ์ พร้อมข้อมูลการท่องเที่ยวไทยผ่านสื่อต่างๆ และเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างทัศนคติที่ดีในการเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศอย่างต่อเนื่อง และยุทธศาสตร์ที่ 5.1.4 ปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวให้สอดคล้องและอำนวยความสะดวกประสิทธิผลต่อการบริหารจัดการท่องเที่ยวทั้งในปัจจุบันและในอนาคต

โครงการที่ 3 – โครงการที่ 5 เรื่องการพัฒนา Mobile commerce สอดคล้องกับพรณีสวนเพลง (2555) ที่ได้อธิบายถึง พาณิชนวัตกรรมเคลื่อนที่สามารถสร้างความได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ให้กับองค์กรเนื่องปัจจุบันผู้บริโภคใช้โทรศัพท์มือถือมีมากกว่าการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์หลายเท่าตัว เพราะมีราคาถูกกว่า สะดวก และคล่องตัวในการพกพา จึงทำให้จำนวนผู้ใช้อุปกรณ์สื่อสารไร้สายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและค่าใช้จ่ายในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet access) มีแนวโน้มที่จะลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้เกิดแรงขับเคลื่อนในการทำธุรกรรมแบบไร้สายซึ่งมีลักษณะสำคัญดังนี้

1) ความสามารถเคลื่อนย้าย (Mobility) เป็นจุดดึงดูดที่น่าสนใจ เนื่องจากระบบไร้สายได้สนองตอบผู้บริโภคด้านสารสนเทศจากแหล่งต่างๆ ที่เครือข่ายอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึง ทำให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อสินค้าได้ทุกหนทุกแห่ง โดยใช้โทรศัพท์มือถือที่พกพาไปกับผู้ใช้งาน

2) ความสามารถเข้าถึง (Reach ability) หมายถึง บุคคลสามารถติดต่อ ณ เวลาใด ๆ (At any time) ที่สามารถกำหนดได้

3) ความแพร่หลายของโทรศัพท์เคลื่อนที่หาซื้อได้ง่ายและในปัจจุบันมีความแพร่หลายมากขึ้น ด้วยผลจากการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการเครือข่าย รวมถึงแรงผลักดันของโทรศัพท์เคลื่อนที่แบบพร้อมใช้ (เติมเงินได้) ทำให้การซื้อหาโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำได้ง่ายขึ้น

4) กระบวนการรักษาความปลอดภัยของโทรศัพท์เคลื่อนที่มีซิมการ์ด (SIM) จะเก็บข้อมูลส่วนตัวที่สำคัญของผู้ใช้บริการพร้อมกับการเข้ารหัสข้อมูลไว้ หากต้องมีการรับและส่งข้อมูลกับระบบเครือข่ายตัวเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่จะมีความสามารถในการเข้ารหัสข้อมูลต่าง ๆ ที่มีการใช้งานด้วยรหัสที่ไม่สามารถถอดออกโดยบุคคลที่ 3 ได้ ตัวอย่างเช่น เครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่ที่สนับสนุนเทคโนโลยี WAP เป็นต้น

5) ความสะดวกในการใช้งาน เนื่องจากการออกแบบโทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ ๆ ให้มีความสวยงาม และใช้งานง่ายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นในส่วนหน้าจอ การแสดงผล และการป้อนข้อมูล รวมทั้งการเพิ่มหน่วยความจำภายในตัวเครื่องให้มากขึ้น ทำให้สามารถใช้บันทึกข้อมูลต่างๆ เช่น สมุดโทรศัพท์ รายการนัดหมาย หรือการตั้งรหัสลับส่วนตัวต่างๆ ได้มากขึ้น

ปัจจัยที่ผลักดันให้พาณิชนวัตกรรมเคลื่อนที่ประสบความสำเร็จ

นอกจากลักษณะเด่นของพาณิชนวัตกรรมเคลื่อนที่เป็นพื้นฐานสำคัญในการผลักดันให้การดำเนินธุรกรรมเชิงพาณิชย์ในรูปแบบของพาณิชนวัตกรรมเคลื่อนที่เกิดขึ้นได้แล้ว ความก้าวหน้าอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีสื่อสารโทรคมนาคม ที่ช่วยให้โทรศัพท์เคลื่อนที่ในอนาคตอันใกล้มีขีดความสามารถเพิ่มเติมมากขึ้น จึงถือว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้พาณิชนวัตกรรมเคลื่อนที่ก้าวผ่านอุปสรรคที่ขัดขวางการเติบโตของกิจกรรมของพาณิชนิเวศน์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่ง

สามารถสรุปได้เป็น 3 ประการดังนี้ (อภิญา แจ่มวิเลิศและสุวรรณณี สถาพรสถิตสุข, 2548 หน้า 5-6)

1) การใช้ประโยชน์จากข้อมูลตำแหน่งท้องถิ่น (Local based)

เทคโนโลยี location based service ซึ่งเป็นความก้าวหน้าอีกขั้นหนึ่งของเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ จะทำให้เครือข่ายทราบได้ว่าผู้ใช้บริการแต่ละรายอยู่ ณ ที่แห่งใดได้ตลอดเวลา ทำให้สามารถสร้างบริการพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่สัมพันธ์กับตำแหน่งที่อยู่ของผู้ใช้บริการได้อย่างอัตโนมัติ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ไม่อาจเกิดขึ้นได้กับการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์ เพื่อทำธุรกรรมแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยเฉพาะในปัจจุบันมีการเชื่อมต่อกับเครื่องส่งคมออนไลน์ คือ เพชบุรีที่อำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้ได้เช็คอิน (Check in) ในสถานที่ต่างๆ ที่ได้เดินทางไป

2) สามารถเชื่อมต่อกับเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

เพื่อติดต่อสื่อสารได้ในทันที ด้วยความพร้อมของเทคโนโลยีการรับส่งข้อมูลแบบใหม่ ๆ ในปัจจุบันทำให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อกับแหล่งให้บริการพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือบริการอินเทอร์เน็ตต่าง ๆ ได้ทันทีที่ต้องการ โดยไม่ต้องเสียเวลารอการเชื่อมต่อวงจรให้เรียบร้อยก่อนที่จะทำการสื่อสารได้ทำให้สามารถตอบสนองการใช้งานของผู้ใช้ที่สุด และน่าจะเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้เกิดการเจริญเติบโตของกิจกรรมพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่เพิ่มมากขึ้น

3) การจัดการฐานข้อมูลส่วนบุคคล

แม้ในปัจจุบันเครื่องโทรศัพท์เคลื่อนที่บางรุ่นจะมีความสามารถในการบันทึกข้อมูลบางอย่างของผู้ใช้บริการบ้างแล้ว แต่โทรศัพท์เคลื่อนที่รุ่นใหม่ ๆ ที่มีหน่วยความจำมาก และมีการใช้เทคโนโลยีการพัฒนาโปรแกรมพิเศษ เช่น การใช้โปรแกรมแบบ Java2ME น่าจะเป็นจุดหักเหที่สำคัญสำหรับการเติบโตของกิจกรรมพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ ตัวอย่างของข้อมูลที่เก็บไว้ในฐานข้อมูลส่วนบุคคลก็อาจจะเป็น ความชอบส่วนตัว เลขที่บัตรประจำตัวที่สำคัญต่างๆ กีฬาที่ชอบ เป็นต้น

ในปัจจุบันได้มีการนำระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่มาประยุกต์ใช้กับธุรกิจหลายรูปแบบ ดังนี้ (โสภาส เอี่ยมสิริวงศ์, 2554 หน้า 295-296)

1) การบริการบอกตำแหน่งที่ตั้ง (Location based services)

เป็นรูปแบบการบริการข่าวสารที่ผนวกความสามารถในการบอกตำแหน่งพิกัดได้ เพียงแต่ผู้ใช้มีโทรศัพท์เคลื่อนที่มีฟังก์ชัน GPS เช่น ต้องการค้นหาร้านอาหารที่อยู่ใกล้บริเวณนั้น ๆ จะสามารถแสดงพิกัดแหล่งที่ตั้งให้ทราบว่า ร้านอาหารนั้นอยู่ตรงไหน ทำให้สามารถเดินทางไปร้านอาหารได้ถูกต้อง นอกจากนี้ยังสามารถแสดงร้านอาหารอื่นๆ ที่อยู่ภายในละแวกนั้นได้อีกด้วย รวมถึงการใช้แผนที่เพื่อชี้ระบุตำแหน่งที่นัดหมายไว้

2) การบริการด้านการเงินและธนาคาร (Banking and finance services)

ธนาคารและสถาบันการเงินใช้ระบบ m-Banking คือ การทำธุรกรรมผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ ซึ่งปัจจุบันได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ตัวอย่างเช่น ธนาคารทหารไทยที่มีบริการ m-Banking ที่ให้บริการลูกค้าสามารถตรวจสอบยอดเงินคงเหลือในบัญชี โอนเงิน และชำระเงินผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ นับได้ว่าเป็นการสร้างความเปรียบในการแข่งขันในการนำนวัตกรรมพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่มาใช้เพื่อเป็นการบริการลูกค้า

3) การประกาศโฆษณาแบบไร้สาย (Wireless advertising)

สามารถส่งข้อมูลหรือสารสนเทศผ่านทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ทำให้ผู้บริโภคได้รับข้อมูลข่าวสารทันที ในปัจจุบันนิยมใช้เป็นอย่างมากไม่ว่าจะเป็นการส่ง SMS หรือ MMS ในการโฆษณาเกี่ยวกับสินค้าและบริการต่างๆ ขององค์กร

4) เกมและบันเทิง (Game and entertainment)

โทรศัพท์เคลื่อนที่ได้ถูกพัฒนาให้อยู่ในรูปแบบของอุปกรณ์พกพาเพื่อความบันเทิง การบริการที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ เพื่อดาวน์โหลดเกม เพลง และริงโทน (Ringtone) นอกจากนี้ยังสามารถเล่นเพลงในตัวเครื่อง ทำสามารถฟังเพลงได้ทุกสถานที่ และยังสามารถดาวน์โหลดคลิปวิดีโอ คลิปข่าวสาร ต่างๆ ได้ ในปัจจุบันผู้ใช้โทรศัพท์เคลื่อนที่ของ iPhone นิยมดาวน์โหลดแอปพลิเคชันเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของโทรศัพท์ ไม่ว่าจะเป็นหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ การตกแต่งภาพ (แอปพลิเคชัน Instagram) และแอปพลิเคชันอื่นๆ เป็นที่นิยมในยุคปัจจุบัน ดังนั้นหากองค์กรสามารถที่จะพัฒนาแอปพลิเคชันของตนเองและให้บริการผ่านทางโทรศัพท์มือถือ จะทำให้มีลูกค้าเข้าไปใช้บริการมากขึ้นโดยผ่านระบบพาณิชย์บนโทรศัพท์เคลื่อนที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการดำเนินธุรกิจให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว เป็นยุทธศาสตร์ที่ส่งเสริมและให้ความรู้เกี่ยวกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ประกอบการได้มีความรู้ ความเข้าใจและสามารถใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งประกอบไปด้วย 2 โครงการ คือ

โครงการที่ 6 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ

โครงการที่ 7 จัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

สอดคล้องกับ Esichaikul & Chavananon (2001), Jennex et al. (2003) และ Huang & Hu (2005) พบว่าปัจจัยด้านบุคลากรเป็นปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้ประกอบการหรือผู้บริหารที่มีพื้นฐานความรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีเป็นอย่างดีจะมีความสัมพันธ์กับความสามารถของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่าความสามารถของบุคลากรไม่มีอิทธิพลต่อความสามารถในการทำงานร่วมกันของธุรกิจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการทำงานร่วมกันของธุรกิจ ซึ่งไม่สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากการทำงานร่วมกันของธุรกิจเป็นการประสานการทำงานร่วมกันของฝ่ายต่างๆ ในองค์กร และองค์กรภายนอกที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้ขาย รวมทั้งลูกค้าที่ธุรกิจจะต้องติดต่อสื่อสารด้วย โดยระบบทำงานร่วมกันของธุรกิจทำงานอยู่บนพื้นฐานของเทคโนโลยีสารสนเทศและเครือข่ายการสื่อสารเป็นหลัก การที่ธุรกิจจะสามารถทำงานร่วมกันได้อย่างประสพผลสำเร็จจะต้องมีโครงสร้างพื้นฐานเทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพ สามารถเชื่อมต่อเป็นเครือข่ายภายในและภายนอกองค์กร เพื่อส่งผ่านข้อมูลระหว่างกันได้ รวมทั้งมีฐานข้อมูลที่สามารถใช้งานร่วมกันได้ นอกจากนี้จะต้องมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถและทักษะด้าน

เทคโนโลยีเป็นอย่างดี และมีผู้บริหารที่มีความรู้ ความสามารถและมีภาวะผู้นำในด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาเชิงคุณภาพโดยการสัมภาษณ์ผู้บริหารหลายท่านมีทรรศนะที่ตรงกันว่าพนักงานจะต้องมีการพัฒนาความรู้และทักษะในด้านเทคโนโลยีให้มากขึ้น เพื่อจะได้นำระบบมาใช้อย่างมีประสิทธิภาพ และผู้บริหารของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะต้องมีความรู้ ความสามารถและประสบการณ์ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ จึงจะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้อย่างรวดเร็วในช่วงเริ่มต้น เพราะสามารถแก้ไขปัญหาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศได้ มีวิสัยทัศน์ และสามารถปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้ดี

ยุทธศาสตร์ที่ 3 พัฒนานวัตกรรมทางด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์เพื่อศึกษา วิจัยและพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้ในการสนับสนุนการท่องเที่ยว และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและรายได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศ โดยมีการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 1 โครงการ คือ โครงการที่ 8 วิจัยและพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ที่มียุทธศาสตร์ในการวิจัย คือ ยุทธศาสตร์ที่ 1 ส่งเสริมการวิจัยวาระแห่งชาติทางการท่องเที่ยว ยุทธศาสตร์ที่ 2 สนับสนุนการวิจัยในพื้นที่มีศักยภาพทางการท่องเที่ยวและพื้นที่เชื่อมโยง และ ยุทธศาสตร์ที่ 3 สนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างระบบบริหารจัดการการวิจัยด้านการท่องเที่ยวของชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างเครือข่ายความร่วมมือด้านการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว เป็นยุทธศาสตร์เพื่อให้เกิดความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และชุมชนในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว โดยมีการดำเนินโครงการทั้งสิ้น 2 โครงการ คือ โครงการที่ 9 พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน และ โครงการที่ 10 อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555-2559 ในยุทธศาสตร์ที่ 5.2.3 ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว โดยจัดตั้งคณะกรรมการในระดับท้องถิ่นเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวให้มีการบริหารเป็นรูปธรรม โดยมีภาครัฐ เอกชน ชุมชนและประชาสังคมในท้องถิ่นให้เข้ามามีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม แหล่งท่องเที่ยวและสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นของตนเอง และยุทธศาสตร์ 5.2.1 อำนวยความสะดวก สนับสนุนและช่วยเหลือให้ความรู้ ความเข้าใจในการบริหารจัดการท่องเที่ยวแก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

สอดคล้องกับการศึกษาของ Xuan et al. (2007) ที่พบว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจค้าปลีกอิเล็กทรอนิกส์ และการศึกษาของ Kvainauskaite et al. (2005) พบว่า การสนับสนุนของภาครัฐมีผลกระทบเชิงบวกต่อธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในการนำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้ และสอดคล้องกับการศึกษาเชิงคุณภาพ แต่อย่างไรก็ตามจากการสัมภาษณ์ผู้บริหารหลายท่านมีทรรศนะตรงกันว่า การสนับสนุนของภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบันยังมีน้อย

และไม่ดีเท่าที่ควร ไม่เป็นรูปธรรม และยังขาดการสนับสนุนและส่งเสริมอย่างจริงจังจากภาครัฐในหลายๆ ด้าน เช่น การสนับสนุนด้านเงินลงทุน ยังไม่เป็นรูปธรรมและนำไปปฏิบัติได้ ทำให้ได้ระบบที่ไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร การส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความเข้าใจในระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีการกระจายไปได้ไม่ทั่วถึง การพัฒนาความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยียังไปได้ช้ามาก การสนับสนุนในเรื่องกฎหมายและข้อบังคับเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีปัญหาและไม่เอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งการสนับสนุนในระบบความปลอดภัยยังไม่มีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1.1 กระทรวงท่องเที่ยวและกีฬา

1. ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เชิงรุกและสร้างการรับรู้ในการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว
2. ส่งเสริมและสนับสนุนให้หน่วยงานภายในกระทรวงมีการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการปฏิบัติงานและสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และรับบริการของหน่วยงานต่างๆ
3. มีการส่งเสริมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวมากขึ้น
4. ประสานความร่วมมือระหว่างกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารและหน่วยงานผู้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว

1.2 กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร

1. พัฒนาโครงการสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เช่น เครือข่ายโทรศัพท์ 3G และระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง
2. ภาครัฐควรมีการออกกฎหมาย ข้อบังคับ ระเบียบ เกี่ยวกับการทำธุรกรรมบนพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ชัดเจนและรัดกุมจะสร้างความน่าเชื่อถือต่อกลุ่มลูกค้าหรือบริโภคได้เป็นอย่างดี ซึ่งจะช่วยให้มีการเติบโตทางเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวที่มีศักยภาพเพิ่มขึ้น
3. สนับสนุน Application ที่เกี่ยวกับสินค้า/บริการท่องเที่ยว/เว็บไซต์ และข้อมูลด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบครบถ้วน

1.3 การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

1. พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังเครือข่ายสังคมออนไลน์ของสถานประกอบการธุรกิจ
2. สนับสนุนงบประมาณเพื่อโปรโมทกิจกรรมทางการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การจัดประกวดภาพถ่าย หรือ Clip VDO เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

3. มุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมกิจกรรมทางการตลาดออนไลน์มากขึ้น โดยกระจายไปยังสำนักงานในภูมิภาคต่างๆ

4. นำโครงการในแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ

โครงการที่ 1 พัฒนาเว็บไซต์กลางหรือพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กลางเพื่อเชื่อมโยงไปยังพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของสถานประกอบการธุรกิจ

โครงการที่ 2 ส่งเสริมกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นเครื่องมือ เช่น การประกวดภาพถ่าย ประกวด Clip VDO

1.4 ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

1. ควรสร้างความตระหนักและให้ความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กับบุคลากรเพื่อลดต้นทุนทางด้านแรงงาน

2. ให้พนักงานนำความรู้เกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานจริง ซึ่งอาจจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขององค์กรตลอดจนการสร้างแนวความคิดใหม่และเกิดการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ในด้านต่างๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็วขึ้น

3. ควรจะตระหนักถึงความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ของลูกค้า

4. นำการในแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ

โครงการที่ 5 ติดตั้งระบบ Mobile Commerce ในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว

โครงการที่ 6 อบรมให้ความรู้พนักงานในสถานประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวเกี่ยวกับการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และ Application ใหม่ ๆ

โครงการที่ 7 จัดจ้างที่ปรึกษาทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ

1.5 องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) / ชุมชน

1. ควรให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการท่องเที่ยว และทางองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) หรือเทศบาล ควรมีการจัดสรรงบประมาณเกี่ยวกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน

2. ควรมีการจัดการฝึกอบรมให้ความรู้กับคนในชุมชนเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยว และภาษาอังกฤษเพื่อรองรับการเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน

3. นำการในแผนยุทธศาสตร์ไปสู่การปฏิบัติ

โครงการที่ 9 พัฒนาชุมชนต้นแบบที่สามารถใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของชุมชน เพื่อใช้เป็นแหล่งสำหรับการศึกษาดูงาน

โครงการที่ 10 อบรมให้ความรู้เกี่ยวกับภาษาอังกฤษ และความรู้เกี่ยวกับอาเซียนกับคนในชุมชนและธุรกิจขนาดเล็ก (SMEs) เพื่อเตรียมความพร้อมที่จะได้รองรับการการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้ Mobile commerce ของนักท่องเที่ยว และการพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยบน Mobile commerce