



การท่องเที่ยวไทยในยุคดิจิทัล

Academic Focus

กันยายน 2561

สารบัญ	บทนำ
บทนำ	1
ยุคดิจิทัล	2
ประเทศไทยกับยุคดิจิทัล	3
ภาครัฐกับการท่องเที่ยวไทย ในยุคดิจิทัล	6
- กระทรวงการท่องเที่ยว และกีฬา	6
- คณะกรรมการนโยบาย การท่องเที่ยวแห่งชาติ	9
- สำนักงานพัฒนา ดิจิทัล (องค์การมหาชน)	9
ภาคเอกชนกับการท่องเที่ยวไทย ในยุคดิจิทัล	12
พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล	14
บทสรุปและข้อเสนอแนะ จากผู้ศึกษา	16
บรรณานุกรม	18
เอกสารวิชาการอิเล็กทรอนิกส์ สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร http://www.parliament.go.th/library	

ในโลกยุคปัจจุบันนี้ หลายคนไม่อาจปฏิเสธถึงความสำคัญในการใช้อินเทอร์เน็ต รวมทั้งอุปกรณ์เทคโนโลยีดิจิทัลได้ เพราะตั้งแต่ระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้แพร่หลายเป็นวงกว้าง เปิดโอกาสให้ผู้คนทั่วโลกได้เข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ต ได้มีโอกาสใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี ส่งผลให้ผู้คนทั่วโลกมีพฤติกรรมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นการค้นหาข้อมูล การเข้าถึงข้อมูล การเผยแพร่ข้อมูล การแลกเปลี่ยนข้อมูล การติดต่อสื่อสาร การดำเนินงานทางด้านธุรกิจ การทำธุรกรรมต่าง ๆ ผู้คนส่วนใหญ่จะมีเครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล โทรศัพท์มือถือ เป็นของส่วนตัวที่เชื่อมต่อกับระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต เพื่อไว้ใช้ทำงาน ติดต่อสื่อสาร อำนวยความสะดวก หรือประโยชน์อย่างอื่น อีกทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในแต่ละประเทศได้ให้ความสำคัญในการใช้งานอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีดิจิทัล ทำให้โลกในยุคปัจจุบันนี้ได้เปลี่ยนแปลงไปสู่ยุคดิจิทัล

ด้านการท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมที่สำคัญ เพราะเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของประเทศ ช่วยสร้างอาชีพและเกิดการจ้างงาน มีการกระจายรายได้มากขึ้น ช่วยให้เกิดการกระตุ้นการผลิต เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเศรษฐกิจใน ส่วนท้องถิ่น ช่วยอนุรักษ์ฟื้นฟูวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวก็ได้นำระบบอินเทอร์เน็ต เทคโนโลยีดิจิทัล มาใช้ในการบริหารจัดการ

ช่วยอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ ให้กับนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เพราะมีจุดแข็งอยู่หลายด้าน ทั้งสถานที่ท่องเที่ยวตามธรรมชาติ สถานที่ท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น ล้วนแต่มีความสวยงาม โรงแรมที่พักมีชื่อเสียงในระดับโลก มีให้เลือกหลากหลายระดับตามความต้องการ และรวมไปถึงการบริการที่เป็นเลิศ

ด้วยเหตุนี้ ประเทศไทยทั้งภาครัฐและภาคเอกชนจึงให้ความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัล ระบบอินเทอร์เน็ตที่จะมาช่วยพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวไทย ช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวในประเทศไทย อีกทั้งพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนไปจากเดิม ภาครัฐและภาคเอกชนจึงต้องเตรียมพร้อมรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น

ยุคดิจิทัล

ดิจิทัล เป็นคำที่มักจะได้ยินกันอยู่แทบทุกวัน เพราะดิจิทัลเป็นสิ่งที่เปลี่ยนวิถีชีวิต พฤติกรรมของประชาชนในทั่วโลก

“หัวใจของดิจิทัล” คือ เทคโนโลยีที่เชื่อมโยงประชาชนทั่วโลกเข้าด้วยกัน และเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตของประชาชนทั่วโลก

ประชาชนทั่วโลกสามารถใช้ชีวิตที่สะดวกสบาย มีอำนาจมากขึ้นทั้งการซื้อสินค้า การเลือกสินค้า การใช้ชีวิต รวมไปถึงการปฏิสัมพันธ์กับตราสินค้าต่าง ๆ สังคมดิจิทัลส่งผลต่อการดำเนินชีวิตและการตัดสินใจของประชาชนทั่วโลกในวันนี้และในอนาคต (อาภาภัทร บุณรอด, 2560)

ทั่วโลกได้ประจักษ์ถึงการปฏิวัติด้านสารสนเทศและการสื่อสารที่ยิ่งใหญ่ในประวัติศาสตร์ของมนุษยชาติ เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้เราเข้าถึงข้อมูลจำนวนมากได้ตลอดเวลา ทำให้เราสามารถติดต่อกับครอบครัว ญาติ มิตรและคนอื่นได้ง่ายขึ้น และเปิดโอกาสใหม่ ๆ ให้ทั้งในเรื่องธุรกิจและการพักผ่อน ในอนาคตเทคโนโลยีดิจิทัลจะถูกพัฒนาต่อไปอย่างไร้ขีดจำกัด การปฏิวัติด้านสารสนเทศนี้สามารถเข้าถึงผู้คนทั่วโลกและเชื่อมต่อกันด้วยกันเป็นวงกว้างมากขึ้นเรื่อย ๆ อย่างไรก็ตาม ยังมีผู้คนอีกจำนวนมากที่ยังไม่ได้รับประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัลนี้

ปัจจุบัน ประชากรโลกร้อยละ 95 สามารถเข้าถึงสัญญาณดิจิทัล อีกร้อยละ 5 ที่ยังไม่มีโอกาสเข้าถึง และประชากรโลกร้อยละ 73 มีโทรศัพท์มือถือใช้ อีกร้อยละ 27 ยังไม่มีโทรศัพท์มือถือใช้

เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเพิ่มการเข้าถึงของแหล่งเงินทุน เช่น โทรศัพท์มือถือช่วยให้เข้าถึงบริการธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือ ช่วยให้ผู้คนเข้าถึงแหล่งเงินทุนสำหรับโอกาสทางธุรกิจ และสามารถโอนเงินไปให้ผู้อื่นได้โดยมีค่าใช้จ่ายน้อยและรวดเร็ว ปัจจุบันมีบัญชีผู้ที่ทำธุรกรรมทางการเงินผ่านโทรศัพท์มือถือมากกว่า 300 ล้านบัญชีทั่วโลก ในส่วนของผู้ที่ยังไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอินเทอร์เน็ต ย่อมจะทำให้เกิดความไม่เท่าเทียมกันและเกิดความเหลื่อมล้ำในด้านรายได้ ภาครัฐจะต้องมีนโยบายที่ดีโดยเฉพาะในเรื่องการศึกษา ทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และติดตั้งระบบอินเทอร์เน็ตให้ทั่วถึง เพื่อสามารถเข้าถึงระบบอินเทอร์เน็ตได้ เพราะเทคโนโลยีดิจิทัลจะช่วยเพิ่มศักยภาพของผู้คนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

“รายงานการพัฒนาโลก พ.ศ. 2559 เรื่อง ผลตอบแทนทางดิจิทัล” โดยธนาคารโลกได้ให้แนวคิดในการใช้ประโยชน์จากอินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือของการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้นและสร้างความเข้มแข็งให้กับคนทุกคน รายงานได้ชี้ให้เห็นประเด็นสำคัญ 3 ลำดับแรก ได้แก่

1. การสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจที่ช่วยให้บริษัทสามารถติดต่อและแข่งขันกันอย่างสะดวก ในการนี้ต้องมีการลงทุนเครือข่ายหลักของระบบอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงเพื่อให้มั่นใจว่ามีคุณภาพสูง และสามารถเข้าถึงได้ทั่วทั้งประเทศอย่างรวดเร็ว ในขณะที่เดียวกันกฎระเบียบที่มีประสิทธิภาพก็สามารถช่วยอำนวยความสะดวก หรือแม้กระทั่งส่งเสริมการสร้างพื้นที่การทำธุรกรรมการเงินเพื่อดำเนินงานธุรกิจและยังช่วยให้เกิดการแข่งขันเพื่อให้ค่าบริการในราคาถูก

2. การช่วยให้คนงานได้มีทักษะโดยการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี ไม่ใช่การเปลี่ยนตัวบุคคล ตัวอย่าง หลายประเทศสามารถจัดรวมโครงการคอมพิวเตอร์ไว้ในหลักสูตรตั้งแต่ระดับประถมศึกษา ซึ่งช่วยให้นักเรียนได้พัฒนาทักษะการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ

3. การเพิ่มความรับผิดชอบของหน่วยงานภาครัฐ ซึ่งจะได้รับประโยชน์อย่างมากในการนำเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องมาใช้เพื่อให้บริการประชาชนได้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึงการรวมระบบอิเล็กทรอนิกส์ของหน่วยงานภาครัฐต่าง ๆ เข้าด้วยกันเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลอย่างสะดวก ซึ่งจะช่วยให้ประชาชนเข้าถึงบริการภาครัฐต่าง ๆ โดยใช้งานผ่านระบบเดียว

หากมีนโยบายและการดำเนินการที่ช่วยระบบการศึกษา สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ และการบริการภาครัฐด้วยระบบดิจิทัลที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้งานแล้ว อินเทอร์เน็ตและเทคโนโลยีดิจิทัลก็สามารถเป็นทั้งเครื่องมือสำหรับการเปลี่ยนแปลงในด้านบวกที่จะช่วยลดความยากจน แบ่งปันโอกาส และความมั่งคั่งให้กระจายทั่วถึงทั้งประเทศไทย และประเทศอื่น ๆ ทั่วโลก (แนวคิดสำหรับประเทศไทยในการเข้าสู่ยุคดิจิทัล, 2559)

ประเทศไทยกับยุคดิจิทัล

ในประเทศไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตและใช้โซเชียลมีเดียเป็นจำนวนมาก และรัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญของดิจิทัลเป็นอย่างมาก เห็นได้จากการจัดตั้งกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เมื่อปี พ.ศ. 2545 ต่อมาเปลี่ยนชื่อกระทรวงเป็นกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการวางแผน ส่งเสริม พัฒนา และดำเนินกิจการเกี่ยวกับดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม การอุดมศึกษา การสถิติ และราชการอื่นตามที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม หรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม, 2559, น. 1-2) โดยกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมียุทธศาสตร์กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม พ.ศ. 2561-2564 ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 พัฒนารูปร่างการเพื่อเศรษฐกิจดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 2 พัฒนา ส่งเสริมเศรษฐกิจและสังคมดิจิทัลเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศและยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน

ยุทธศาสตร์ที่ 3 การส่งเสริมการสร้างบริการดิจิทัล

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและเตือนภัยด้าน
 อุตุนิยมวิทยาด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2560)

ประเทศไทยให้ความสำคัญกับการพัฒนาและการนำไอซีทีมาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนในการพัฒนา
 ประเทศมาโดยตลอด ในปัจจุบันรัฐบาลได้ตระหนักถึงอิทธิพลของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ
 และสังคม ซึ่งเป็นทั้งโอกาสและความท้าทายของประเทศ ที่จะปรับปรุงทิศทางการดำเนินงานของประเทศด้วย
 การใช้ประโยชน์สูงสุดจากเทคโนโลยีดิจิทัลนำมาสู่การจัดทำแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม โดยมี
 วิสัยทัศน์คือปฏิรูปประเทศไทยสู่ดิจิทัลไทยแลนด์

ดิจิทัลไทยแลนด์ (Digital Thailand)

“ดิจิทัลไทยแลนด์” หมายถึง ประเทศไทยสามารถสร้างสรรค์ และใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล
 อย่างเต็มศักยภาพในการพัฒนา โครงสร้างพื้นฐาน นวัตกรรม ข้อมูล ทุนมนุษย์ และทรัพยากรอื่นใด เพื่อ
 ขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน (สาระสำคัญ
 แผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, ม.ป.ป.)

เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

“เศรษฐกิจดิจิทัล” คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศโดยการนำเอาเทคโนโลยีดิจิทัล เข้ามาใช้
 เพื่อเพิ่มผลผลิต เพิ่มผลงาน โดยใช้เวลาน้อยลงและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการต่าง ๆ เพื่อให้เรา
 แข่งขันกับชาติต่าง ๆ ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งยุคปัจจุบันที่ใช้โทรศัพท์มือถือ ติดต่อบริการกันผ่านเครือข่าย
 ไร้สายความเร็วสูง (Wireless Broadband) เช่น 4G ซึ่งใช้งานได้ง่ายกว่าคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคลมาก ทำให้
 เกิดการใช้งานในวงกว้าง แม้กระทั่งในคนที่ไม่เคยใช้คอมพิวเตอร์หรืออินเทอร์เน็ตมาก่อน ซึ่งทำให้เกิดโอกาส
 ทางธุรกิจใหม่ ๆ มากมายในแทบทุกสาขาเศรษฐกิจ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การ
 มหาชน), ม.ป.ป.)

เศรษฐกิจดิจิทัลสามารถอธิบายได้หลายมุมมอง ดังนี้

- เศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานทางด้านดิจิทัลและเทคโนโลยี เพื่อการขับเคลื่อนทุกมิติของ
 เป้าหมายของเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการเงิน การผลิต และการบริการ
- เศรษฐกิจภายใต้สภาพแวดล้อมใหม่ที่มีรากฐานและการขับเคลื่อน ผลักดันจากเทคโนโลยี
 สารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อสร้างคุณค่าเพิ่มและศักยภาพการแข่งขันในระดับสากล
- เศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและการบริการ รวมทั้งการเงินและกระบวนการบริหาร
 การจัดการภายใต้มาตรฐานและกระบวนการจัดการที่ดีเป็นสากล
- เศรษฐกิจที่เกี่ยวกับการบริหารแบบบูรณาการในลักษณะ Integrated Single Framework ที่
 เชื่อมโยงทุกเป้าประสงค์ของรัฐและเอกชน ที่มีกระบวนการบริหารในแบบบูรณาการ (Integrated
 Management)
- เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนโดยผู้มีผลประโยชน์ร่วม ภายใต้สภาพแวดล้อมทางด้านเทคโนโลยี
 และการสื่อสารที่ผลักดันให้ประเทศ รัฐบาล และเอกชน มีการกำกับดูแลกิจการที่ดี ที่มีมาตรฐานจากการใช้
 เทคโนโลยีเพื่อขับเคลื่อนเป้าหมายทุกมิติ

เศรษฐกิจดิจิทัล มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ ดังนี้

1. ลดต้นทุนในการประกอบการไม่ว่าในด้านการผลิต ด้านการขาย ทั้งนี้เนื่องจากในอดีตที่สังคมที่ไม่มีการติดต่อสื่อสารผ่านเทคโนโลยีหรือระบบอินเทอร์เน็ต จะส่งผลต่อค่าใช้จ่ายในการดำเนินการสูง
2. อำนวยให้เกิดการต่อยอดในการผลิตสินค้าและบริการใหม่ เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค
3. ขยายตัวอย่างกว้างขวางยิ่งขึ้นของ E-Commerce ท่ามกลางสภาพการณ์ที่ต้นทุนในการดำเนินการลดต่ำลง เช่น การขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตโดยไม่ต้องมีร้านค้า เป็นต้น
4. ขยายการจ้างงานและสร้างการจ้างงานในลักษณะใหม่ ๆ อันเป็นผลจากการเกิดสินค้าการตลาดและรูปแบบการค้าขายใหม่
5. อำนวยให้เกิดการลงทุนธุรกิจข้ามพรมแดนมากยิ่งขึ้น เช่น การจองโรงแรมและโปรแกรมการท่องเที่ยว การลงทุนซื้อหุ้นต่างประเทศ เป็นต้น
6. สนับสนุนการเรียนรู้ของประชาชนซึ่งช่วยส่งเสริมคุณภาพของมนุษย์และแรงงาน เช่น สื่อการเรียนการสอนผ่านระบบอินเทอร์เน็ต (E-Learning) เป็นต้น (อานันท์ เกียรติสารพิภพ, 2558)

ตั้งแต่รัฐบาลมีนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลออกมา ภาคการบริการต่าง ๆ มีการตื่นตัวในเรื่องการค้าขาย ทำให้มีการเพิ่มยอดการค้าขายผ่านระบบ E-Commerce เป็นอย่างยิ่ง ส่วนหนึ่งในการค้าขายเหล่านั้นมาจากภาคการบริการ ซึ่งรวมถึงธุรกิจภาคการท่องเที่ยว เป็นอุตสาหกรรมที่มีบทบาทในการสร้างรายได้แก่ประเทศจำนวนมาก ในปัจจุบันการให้บริการการท่องเที่ยวแก่ชาวต่างชาติที่เดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยทั้งการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยเองและการเดินทางระหว่างประเทศเพื่อมายังประเทศไทยมีการใช้เว็บไซต์และบริการในการจัดการเรื่องการท่องเที่ยวทั้งเรื่องการเดินทาง เรื่องโรงแรมที่พัก (วิชัย เบญจรงค์กุล, 2558)

ด้านการท่องเที่ยวไทย ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางหลักในการท่องเที่ยวของประชาชนทั่วโลก สังเกตได้จากจำนวนนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาในประเทศไทยมีจำนวนที่เพิ่มขึ้นในแต่ละปี ไม่ว่าจะในช่วงเทศกาลหรือช่วงนอกเทศกาล ทั้งนี้เพราะประเทศไทยมีจุดเด่นตั้งอยู่กลางคาบสมุทรอินโดจีนในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ มีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงามเป็นจำนวนมาก มีโรงแรมที่พักที่ทันสมัยและได้มาตรฐาน มีการให้บริการที่ดี มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายเป็นเอกลักษณ์ไม่ว่าจะเป็นอาหาร เช่น ผัดไทย ต้มยำกุ้ง เป็นต้น หรือจะเป็นของที่ระลึกที่เน้นความเป็นไทย บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของคนท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค นอกจากนี้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้เวลาในวันหยุดสุดสัปดาห์ หรือวันหยุดเทศกาลต่าง ๆ ท่องเที่ยวในประเทศเป็นจำนวนมาก ส่งผลช่วยกระตุ้นการขยายตัวของเศรษฐกิจของประเทศ ประเทศมีรายได้เพิ่มขึ้น

การจัดเตรียมระบบเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญที่จะทำให้การท่องเที่ยวของประเทศนั้นมีความโดดเด่นและสร้างระบบติดต่อสื่อสารที่สะดวกรวดเร็วระหว่างนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึง การส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในด้านการท่องเที่ยว มีความสำคัญยิ่งที่จะช่วยผลักดันประเทศไทยให้เกิดการท่องเที่ยวในระดับสากล โดยพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือในการประกอบธุรกิจเพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้

และพัฒนาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศไทย อีกทั้งช่วยผลักดันประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางด้านการท่องเที่ยวในระดับสากล (ภูมิพัฒน์ ชาญกิจ, 2561ค)

ภาครัฐกับการท่องเที่ยวไทยในยุคดิจิทัล

1. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา

รัฐบาลไทยได้ให้ความสำคัญของการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก มีการจัดตั้งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา มีอำนาจหน้าที่เกี่ยวกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว การกีฬา การศึกษาด้านกีฬา นันทนาการ และราชการอื่นตามที่มีกฎหมายกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาหรือส่วนราชการที่สังกัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม, 2545, น. 19) โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามีพันธกิจที่เกี่ยวข้องกับด้านดิจิทัล คือ พัฒนาระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่อการบริหารและเพื่อให้บริการ ตลอดจนองค์ความรู้และนวัตกรรมต่าง ๆ ที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬามียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาแหล่งสินค้า บริการ การอำนวยความสะดวกและการสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทยผ่านการตลาด

ยุทธศาสตร์ที่ 2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและภาคีเครือข่ายทุกภาคส่วนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

ยุทธศาสตร์ที่ 6 การบูรณาการการบริหาร การจัดการการท่องเที่ยวและกีฬาทุกระดับให้มีประสิทธิภาพ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

รัฐบาลของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา ได้มีการส่งเสริมนโยบายการท่องเที่ยวเป็นอย่างมากโดยได้มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวและแหล่งท่องเที่ยวของประเทศไทยให้ทั่วโลกได้รับรู้ ชักจูงให้นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย สร้างสิ่งจูงใจและสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกื้อกูลต่อบรรยากาศการท่องเที่ยว ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวอันมีลักษณะโดดเด่นร่วมกันหรือจัดเป็นกลุ่ม เช่น กลุ่มธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสุขภาพ ซึ่งจะให้เชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากวิถีชีวิตชุมชน รวมทั้งพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในประเทศทั้งที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวเดิมและแหล่งท่องเที่ยวใหม่ โดยเน้นการให้ความรู้และเพิ่มมาตรฐานความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน การควบคุมสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ ราคาเป็นธรรม ตลอดจนการอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ แก่ นักท่องเที่ยว มีการผลักดันการท่องเที่ยวเป็นวาระแห่งชาติ เสนอภาพลักษณ์ที่ดีของการท่องเที่ยวไทยและเอกลักษณ์ความเป็นไทย พร้อมกับสนับสนุนให้นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการท่องเที่ยวไทย เพื่อเสริมสร้างความแข่งขันให้การท่องเที่ยวไทย

นางกอบกาญจน์ วัฒนวรางกูร รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในขณะนั้น กล่าวถึงแนวโน้มและความท้าทายของธุรกิจท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล สรุปความได้ว่า ประเทศไทยจะต้องเร่งพัฒนาศักยภาพของการท่องเที่ยวให้ขึ้นเป็นผู้นำในภูมิภาคอาเซียนเพื่อแข่งขันในระดับสากล อีกทั้งต้องปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ พัฒนากลยุทธ์เพื่อแข่งขันกับต่างประเทศ โดยเฉพาะศักยภาพของบุคลากรทางด้าน

ธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะต้องเพียงพอสำหรับรองรับปริมาณนักท่องเที่ยวจำนวนมากที่กำลังจะหลั่งไหลเข้ามา (ธุรกิจท่องเที่ยวยุคดิจิทัล/สร้างประโยชน์ให้ทุกฝ่าย, 2558)

นายวีระศักดิ์ โควสุรัตน์ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ได้มอบนโยบายการดำเนินงานเกี่ยวกับด้านการท่องเที่ยว สรุปประเด็นสำคัญได้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการลดความเหลื่อมล้ำของรายได้ ตลอดจนการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน ในด้านสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เช่น การท่องเที่ยวชุมชน
2. การท่องเที่ยวต้องมี “สะอาด สะอาด ปลอดภัย ได้เอกลักษณ์และยั่งยืน” โดยใช้ตัวชี้วัดตามมาตรฐานของสภาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก (Global Sustainable Tourism Council : GSTC)
3. การจัดตั้งคลินิกด้านการท่องเที่ยว เพื่อให้คำปรึกษาให้ความรู้แก่ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยว และช่วยให้เจ้าของแหล่งท่องเที่ยวสามารถบำรุงรักษาแหล่งท่องเที่ยวให้ได้คุณภาพ
4. ศูนย์ปฏิบัติการ Digital Tourism จัดทำข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน และเผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์และแอปพลิเคชัน (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2560)

จะเห็นได้ว่าผู้บริหารระดับสูงของประเทศในอดีตและปัจจุบันจะให้ความสำคัญกับการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการท่องเที่ยว เพราะเห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลที่จะช่วยพัฒนาและยกระดับให้การท่องเที่ยวไทย

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้สั่งการให้ท่องเที่ยวจังหวัดเร่งเตรียมความพร้อมพัฒนาและปรับปรุงการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการให้ข้อมูลทางการท่องเที่ยวกับนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่ยินยอมพึ่งพาระบบดิจิทัลเพิ่มขึ้น และปรึกษาทำความเข้าใจกับหน่วยงานท่องเที่ยวจังหวัดในท้องถิ่น เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล (เอกท่องเที่ยวจังหวัดร้อยเอ็ดยุคดิจิทัล, 2560) นอกจากนี้ยังเปิดตัวเว็บไซต์และแอปพลิเคชันใหม่ ซึ่งเป็นครั้งแรกของการบูรณาการความร่วมมือจากภาคส่วนต่าง ๆ ในประเทศ โดยมีภาครัฐเป็นแกนกลางในการจัดทำข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน อ้างอิงแหล่งที่มาได้จากฐานข้อมูลของหน่วยงานรัฐ โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้นำในการประสานความร่วมมือในการจัดทำข้อมูลด้านการท่องเที่ยว จากเจ้าของข้อมูลในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่น ซึ่งกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จะมีกลไกของศูนย์ปฏิบัติการ Digital Tourism ทั้งในส่วนกลางและส่วนจังหวัด ทำหน้าที่ในการบริหารจัดการข้อมูลดิจิทัล ให้มีความครบถ้วน ถูกต้อง และเป็นปัจจุบัน ก่อนที่จะดำเนินการเผยแพร่ข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์ www.thailandtourismdirectory.go.th และแอปพลิเคชัน ภายในเว็บไซต์ได้มีการกำหนดตราสัญลักษณ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อมูลในระบบ ดังนี้

ตราสัญลักษณ์ “Official” หมายถึง ข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับการตรวจสอบทางทะเบียนจากฐานข้อมูลของหน่วยงานของรัฐ ที่มีหน้าที่ดูแลรับผิดชอบโดยตรงตามกฎหมาย

ตราสัญลักษณ์ “Verified” หมายถึง ข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวที่ได้รับการยืนยันจากหน่วยงานรัฐ ผู้ดูแลข้อมูลโดยตรงในพื้นที่

ตราสัญลักษณ์ “Standard” หมายถึง มาตรฐานการรับรองต่าง ๆ ในด้านการท่องเที่ยว ที่หน่วยงานรัฐเป็นผู้ออกให้ เพื่อยืนยันความมีมาตรฐานด้านต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในปัจจุบัน

Thailand Tourism Directory เป็นส่วนหนึ่งของระบบ Digital Tourism Platform ภายใต้การบริหารงานของโครงการ Digital Tourism ซึ่งระบบนี้เป็น Platform กลางด้านการท่องเที่ยวของประเทศ ที่มีหน้าที่ในการจัดการเกี่ยวกับข้อมูลดิจิทัลเพื่อให้บริการด้านการท่องเที่ยว ซึ่งข้อมูลดิจิทัลใน Platform นี้เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ซึ่งหมายถึงทุกคนมีสิทธิ์เป็นผู้สร้างและปรับปรุงข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวนี้ให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่องได้ (All User Generated Contents) เช่น การสร้างเรื่องราวด้านการท่องเที่ยวโดยนักท่องเที่ยว การถ่ายทอดประสบการณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นต้น รวมถึงเจ้าของโรงแรมที่พัก เจ้าของร้านอาหาร เจ้าของสินค้าในชุมชน เจ้าของบริการด้านสุขภาพ ก็สามารถที่จะนำเข้าสู่ข้อมูลบันทึกเข้าในระบบ Platform กลางของประเทศได้ และเมื่อข้อมูลดิจิทัลนั้นผ่านกลไกการตรวจสอบของทางกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาแล้ว ก็จะถูกนำเผยแพร่อย่างเป็นทางการบนเว็บไซต์ www.thailandtourismdirectory.go.th โดยกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ทำหน้าที่เป็นผู้สนับสนุนโครงการพื้นฐานทางด้านดิจิทัล ข้อมูลดิจิทัลใน Platform จะเกิดขึ้นจากทุกคน และ Digital Tourism Platform จะเป็น Platform ของมวลชน ข้อมูลดิจิทัลจะเป็นสมบัติของชาติ ซึ่งการดำเนินการทั้งหมดนี้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้สนองนโยบาย Big Data ของ พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี

ด้านนโยบาย **“ดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน : เชื่อมโยงเมืองหลักกระจายรายได้สู่เมืองรอง”** รัฐบาลมีนโยบายในการกระจายรายได้ด้านการท่องเที่ยวไปยังเมืองรอง หรือพื้นที่รองในเมืองหลัก รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาได้มอบนโยบายเกี่ยวกับการสร้างคุณค่าความเป็นไทยให้เกิดขึ้นในพื้นที่การท่องเที่ยวจังหวัดต่าง ๆ เพื่อสร้างความสุขความประทับใจ รวมถึงเสน่ห์ใหม่ ๆ ให้เกิดขึ้นกับการท่องเที่ยว ปัจจุบันกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาอยู่ในระหว่างการพัฒนา Digital Tourism Platform ให้รองรับกับการใช้เป็นเครื่องมือเชิงนโยบายในการชี้เป้าเมืองรองเมืองหลักรวมถึงเส้นทางการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ในชุมชนที่จะได้รับสิทธิประโยชน์ทางภาษี และการสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาครัฐเป็นพิเศษสำหรับพื้นที่จังหวัดที่มีแผนการพัฒนาตนเองจากจุดท่องเที่ยวให้เป็นเส้นทางท่องเที่ยว และเป็นเมืองท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งภายหลังจากการพัฒนาเป็นเมืองท่องเที่ยวแล้ว ก็จะนำไปสู่การลงทุนจากภาครัฐและเอกชน เพื่อยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวต่าง ๆ ตามมายังพื้นที่เมืองรองอีกมากมายในอนาคต (ศูนย์ปฏิบัติการ Digital Tourism ส่วนกลาง, 2561)

2. คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ

ในส่วนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ได้จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) มีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ดังนี้

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)

แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) ได้ให้ความสำคัญกับการวางรากฐานและแก้ไขปัญหาที่เป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน และการเตรียมความพร้อมของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวสู่การเติบโตในอนาคตบนพื้นฐานของการลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศสมัยใหม่และการทำงานบูรณาการร่วมกัน เพื่อให้บรรลุถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564) คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนี้

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การสร้างความสมดุลให้การท่องเที่ยวไทย ผ่านการตลาดเฉพาะกลุ่ม การส่งเสริมวิถีไทยและการสร้างความเชื่อมั่นของนักท่องเที่ยว

ข้อ 5. ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและการใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด ด้วยการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างภาคส่วนในการทำการตลาด ได้แก่ การร่วมมือกับชุมชนในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ให้สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนและสอดคล้องกับบริบทจังหวัด การส่งเสริมการตลาดร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน และการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตลาด เช่น การสนับสนุนการพัฒนาและต่อยอดแอปพลิเคชันที่ส่งเสริมการทำการตลาด เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบการตลาดดิจิทัล ทั้งในด้านการดูแล บริหาร และวิเคราะห์สถิติข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2560)

3. สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน)

นอกจากนี้ สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) หรือชื่อหน่วยงานเดิมคือ สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) เป็นหน่วยงานภายใต้การกำกับดูแลของนายกรัฐมนตรี สังกัดสำนักนายกรัฐมนตรี มีภารกิจเป็นหน่วยงานกลางของระบบรัฐบาลดิจิทัล ทำหน้าที่ในการให้บริการส่งเสริมและสนับสนุนการดำเนินงานของหน่วยงานของรัฐและหน่วยงานอื่นเกี่ยวกับการพัฒนารัฐบาลดิจิทัล ซึ่งสำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ชื่อเดิมของ สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) จัดทำแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561) เพื่อกำหนดทิศทางในการยกระดับขีดความสามารถเชิงดิจิทัลของภาครัฐไทยให้เป็นเอกภาพและเป็นรูปธรรม ซึ่งแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561) ที่เกี่ยวข้องทางด้านการท่องเที่ยว มีดังนี้

แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561) : การพัฒนาขีดความสามารถเชิงดิจิทัลภาครัฐด้านการท่องเที่ยว

ภาคการท่องเที่ยวเป็นแรงขับเคลื่อนหลักของเศรษฐกิจไทยที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศเป็นจำนวนมาก ใน พ.ศ. 2557 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวทั้งหมดประมาณ 2.2 ล้านล้านบาท

หรือคิดเป็นร้อยละ 18.5 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศไทย (11.9 ล้านล้านบาท) มีอัตราการเติบโตของรายได้ที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทุกปี โดยในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีอัตราการเติบโตสะสมเฉลี่ยร้อยละ 12 ต่อปี

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวทั่วโลกกำลังเปลี่ยนแปลงไป โดยนักท่องเที่ยวได้นำเทคโนโลยีมาใช้ตลอดช่วงประสบการณ์การท่องเที่ยว เปลี่ยนจากการค้นหาข้อมูลในรูปแบบเอกสาร และการแบ่งปันข้อมูลโดยตรงจากการพูดคุยกับผู้มีประสบการณ์ สู่การค้นหาข้อมูลและแบ่งปันประสบการณ์ผ่านเทคโนโลยี ดังนั้นภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการยกระดับประสบการณ์เชิงดิจิทัลของนักท่องเที่ยว



ภาพที่ 1 ระบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร

ที่มา: แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561). (น. 104.), โดย สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2559

เทคโนโลยีสามารถพัฒนางานบริการด้านการท่องเที่ยวให้ไปสู่ระบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจรได้ กรอบแนวคิดที่เหมาะสมเพื่อพัฒนาสู่รัฐบาลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงดิจิทัลเพื่อการบูรณาการการท่องเที่ยวแบบครบวงจร แบ่งการพัฒนาออกได้เป็น 3 ระดับ ดังนี้

1. ระดับที่ 1: การบริการด้านการท่องเที่ยวแบบดั้งเดิม

การบริการของภาครัฐจะยังคงเป็นรูปแบบเดิม นักท่องเที่ยวยังคงต้องเดินทางไปติดต่อภาครัฐเพื่อรับบริการด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเอง โดยที่งานบริการมีความซับซ้อน ใช้เอกสารจำนวนมาก และใช้เวลามาก ซึ่งสวนทางกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่พึ่งพาเทคโนโลยีมากขึ้น

2. ระดับที่ 2: การบริการด้านการท่องเที่ยวผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงงานบริการภาครัฐหลากหลายหน่วยงานได้ด้วยตนเองผ่านช่องทางออนไลน์ โดยนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลเพื่อการวางแผนท่องเที่ยว และขออนุมัติอนุญาตผ่านช่องทางออนไลน์

3. ระดับที่ 3: ระบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร

นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงงานบริการภาครัฐทั้งหมดได้ ณ จุดเดียวผ่านช่องทางออนไลน์ ทั้งด้านข้อมูลเพื่อการวางแผนท่องเที่ยว และด้านการขออนุมัติอนุญาตผ่านช่องทางออนไลน์ ภาครัฐสามารถยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว โดยการให้ข้อมูลเชิงรุกตลอดช่วงประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบครบวงจร รวมถึงการให้บริการธุรกรรมผ่านช่องทางออนไลน์

เพื่อบรรลุเป้าหมายในการพัฒนาขีดความสามารถเชิงดิจิทัลภาครัฐด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องดำเนินงานโครงการพัฒนาที่สำคัญ 4 โครงการ ดังนี้

1. โครงการ Tourism Intelligence Center

มีการบูรณาการข้อมูลการท่องเที่ยวจากหน่วยงานต่าง ๆ เช่น ข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยว ข้อมูลที่พัก ข้อมูลร้านอาหาร ข้อมูลการเดินทาง รวมถึงระบบวิเคราะห์ข้อมูลและแสดงผลเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการทั้งในภาครัฐและภาคเอกชน โดยมีสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้รับผิดชอบหลัก

2. โครงการ Smart Trip Planner

ระบบวางแผนการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถระบุข้อมูลต่าง ๆ เช่น ความสนใจงบประมาณ ประเภทการเดินทาง โดยระบบจะนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และเสนอแผนการท่องเที่ยวที่ตรงตามความต้องการรายบุคคลโดยเฉพาะ โดยมีสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้รับผิดชอบหลัก

3. โครงการ Smart Travel App

แอปพลิเคชันรวมด้านการเดินทาง มีการเชื่อมโยงข้อมูลกับโครงการ Smart Trip Planner เพื่อยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวตลอดการเดินทาง ตั้งแต่การบอกเส้นทางไปยังสถานที่ต่าง ๆ จนถึงการแนะนำกิจกรรมและสิ่งที่น่าสนใจในบริเวณใกล้เคียง โดยมีสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาเป็นผู้รับผิดชอบหลัก

4. โครงการ Electronic Visa

การให้บริการ Electronic Tourist Visa แบบครบวงจรผ่านช่องทางออนไลน์ โดยนักท่องเที่ยวสามารถหาข้อมูล ยื่นขอวีซ่า ชำระเงิน และรับการอนุมัติผ่านทางเว็บไซต์ ก่อนเดินทางมายังประเทศไทย โดยมีกรมการกงสุลเป็นผู้รับผิดชอบหลัก (สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2559)

ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวไทยจึงต้องปรับตัวมากขึ้น โดยเฉพาะยุคที่มีเทคโนโลยีทันสมัย ทุกอย่างแทบจะเกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี ซึ่งก็มีหลายธุรกิจการท่องเที่ยวที่ปรับตัวหรือพลิกธุรกิจของตัวเองเพื่อเข้าสู่ยุคดิจิทัล การขับเคลื่อนธุรกิจท่องเที่ยวผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตหรือทางออนไลน์ ถือเป็นช่องทางที่สำคัญมากใน

การขับเคลื่อนธุรกิจของการท่องเที่ยวก่อให้เกิดสิ่งที่เรียกว่า E-Tourism หรือบริการท่องเที่ยวออนไลน์ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงข้อมูลบริการท่องเที่ยวได้ง่ายและรวดเร็ว จึงทำให้ปริมาณธุรกรรมผ่านอินเทอร์เน็ตในการใช้บริการจองแพ็คเกจทัวร์ จองตั๋วเครื่องบิน จองตั๋วรถไฟ จองที่พักโรงแรม ขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว และด้วยเหตุผลดังกล่าวการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล จึงเป็นการสร้างการแข่งขันทั้งด้านราคาและการบริการ อีกทั้งยังสร้างโอกาสให้ทุกฝ่ายได้รับประโยชน์ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่มีทางเลือกมากขึ้น ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ง่ายขึ้น และกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทั้งรายเก่าและรายใหม่มีโอกาสทางธุรกิจเพิ่มขึ้น

ภาคเอกชนกับการท่องเที่ยวไทยในยุคดิจิทัล

ธุรกิจการให้บริการโรงแรมที่พักมีแนวโน้มที่ปรากฏอย่างชัดเจนคือการให้บริการอินเทอร์เน็ต เพื่อให้บริการภายในที่พัก หรือแม้แต่วระบบการสำรองที่พักผ่านระบบช่องทางการจัดจำหน่ายระดับโลก (Global Distribution Systems: GDS) ซึ่งระบบ GDS จะทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการจัดจำหน่ายสินค้าบริการท่องเที่ยว เช่น การขายที่นั่งบนสายการบิน การจองโรงแรมและรถเช่าซึ่งเป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้ขายและผู้ใช้ระบบ ระบบการบริหารจัดการโรงแรม (Property management system: PMS) เพื่อใช้จัดการกับระบบต้อนรับส่วนหน้า การขาย การตรวจสอบห้องพัก การสำรองและยกเลิกห้องพัก เป็นต้น (ภูริพัฒน์ ชาญกิจ, 2561ก)

ธุรกิจสายการบิน มีการนำระบบอินเทอร์เน็ต มาใช้ร่วมกับซอฟต์แวร์ที่สร้างขึ้นเพื่อเพิ่มศักยภาพในการจัดการงานทั้งภายในและภายนอกองค์กร เช่น การนำระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้เพื่อติดต่อสื่อสารและสำรองที่นั่งแบบออนไลน์ระหว่างสายการบินและผู้ให้บริการผ่านระบบการสำรองที่นั่งผ่านคอมพิวเตอร์ (Computer reservation systems: CRS) โดยระบบ CRS ที่ถูกนำไปใช้ในบริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน) คือ อะมาติอุส ซึ่งเป็นระบบที่ครอบคลุมหลายส่วน เช่น การสำรองที่นั่งบัตรโดยสารเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า จนถึงการออกบัตรโดยสาร และประกันภัยการเดินทาง ทำให้เกิดระบบการขายที่ครบวงจรในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสนับสนุน พัฒนา เพื่อความก้าวไกลของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยให้ทัดเทียมและก้าวทันนานาประเทศ (ภูริพัฒน์ ชาญกิจ, 2561ข)

ปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีผลต่อการบริหารจัดการโรงแรม ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสามารถใช้โอกาสนี้ในการสร้างยอดขายเพิ่มขึ้นทางอินเทอร์เน็ตได้ ความท้าทายของธุรกิจโรงแรมที่เกิดขึ้น คือ ปัจจุบันมีโรงแรมและรีสอร์ทขนาดเล็ก สามารถใช้ช่องทางออนไลน์เข้ามาทำการตลาดแข่งขันกับโรงแรมขนาดใหญ่ได้ เช่น โรงแรมบูติกที่เกิดขึ้นใหม่เน้นทำการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ จนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมจึงต้องปรับตัวให้พร้อมในยุคดิจิทัล (ธุรกิจท่องเที่ยว ยุคดิจิทัล/สร้างประโยชน์ให้ทุกฝ่าย, 2558)

ผลการสำรวจการใช้เทคโนโลยีในสถานประกอบการที่พัก

ความสำคัญของสถานประกอบการที่พัก ประเทศไทยมีสถานประกอบการที่พักจำนวน 20,475 แห่ง และมีห้องพักจำนวน 774,062 ห้อง กระจายตัวทั่วประเทศ ธุรกิจโรงแรมก่อให้เกิดการจ้างงาน 532,000 ตำแหน่ง และนักท่องเที่ยวใช้จ่ายในด้านที่พักสูงเป็นอันดับ 1

จากการสำรวจผู้ประกอบการ 425 แห่งทั่วประเทศ พบว่า จำนวนห้องพักและราคาห้องพักในเมืองท่องเที่ยวหลักสูงกว่าเมืองท่องเที่ยวรองเกือบ 2 เท่า

ตารางที่ 1 สรุปข้อมูลทั่วไปกลุ่มตัวอย่าง

จำนวนตัวอย่าง	จำนวนห้องพักเฉลี่ย	ราคาห้องพักเฉลี่ย
ตัวอย่างทั้งหมด 425 แห่ง	เฉลี่ยทั้งหมด 87 ห้อง	เฉลี่ยทั้งหมด 1,488 บาท
เมืองท่องเที่ยวหลัก 143 แห่ง	เมืองท่องเที่ยวหลัก 126 ห้อง	เมืองท่องเที่ยวหลัก 2,391 บาท
เมืองท่องเที่ยวรอง 282 แห่ง	เมืองท่องเที่ยวรอง 66 ห้อง	เมืองท่องเที่ยวรอง 1,029 บาท

ที่มา: แอลงข่าวสถานการณ์ท่องเที่ยว เมษายน ปี 2561. (น. 21.), โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561

ตารางที่ 2 ผลสำรวจการใช้เทคโนโลยีในสถานประกอบการที่พัก

	เมืองท่องเที่ยวหลัก	เมืองท่องเที่ยวรอง
1. ด้านบริหารจัดการ	มากกว่าร้อยละ 93 มีระบบสารสนเทศเพื่อบริหารจัดการ (การสื่อสารธุรกิจ บัญชี/การเงิน และการจัดซื้อ) ร้อยละ 95.9 การสื่อสารธุรกิจ ร้อยละ 95.1 บัญชี/การเงิน ร้อยละ 93.9 การจัดซื้อ	ประมาณร้อยละ 80 มีระบบสารสนเทศด้านการสื่อสารธุรกิจ และบัญชี/การเงิน ร้อยละ 81.1 การสื่อสารธุรกิจ ร้อยละ 80.6 บัญชี/การเงิน ร้อยละ 65.8 การจัดซื้อ
2. ด้านการให้บริการ		
2.1 การสื่อสารกับลูกค้า	มากกว่าร้อยละ 93 ใช้อีเมล และเฟซบุ๊กสื่อสารกับลูกค้า ร้อยละ 96.7 อีเมล ร้อยละ 93.5 เฟซบุ๊ก ร้อยละ 60.4 ไลน์	ส่วนใหญ่ใช้เฟซบุ๊กและอีเมลสื่อสารกับลูกค้า ร้อยละ 78.2 อีเมล ร้อยละ 86.1 เฟซบุ๊ก ร้อยละ 50.2 ไลน์
2.2 การจองห้องพัก	ร้อยละ 94 มีระบบสารสนเทศในการจองห้องพัก และจองผ่านตัวแทนมากกว่าเว็บไซต์ของโรงแรม ร้อยละ 95 ตัวแทน ร้อยละ 93 เว็บไซต์	ร้อยละ 74 มีระบบสารสนเทศในการจองห้องพัก และจองผ่านตัวแทนมากกว่าเว็บไซต์ของโรงแรม ร้อยละ 77.7 ตัวแทน ร้อยละ 70.4 เว็บไซต์
3. ด้านการตลาด	ร้อยละ 95 มีระบบฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาบริการและจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 95.7 การพัฒนาบริการ ร้อยละ 95 ส่งเสริมการตลาด	ร้อยละ 69 มีระบบฐานข้อมูลลูกค้า เพื่อนำมาพัฒนาบริการและจัดทำกิจกรรมส่งเสริมการตลาด ร้อยละ 70.1 การพัฒนาบริการ ร้อยละ 68.5 ส่งเสริมการตลาด

ที่มา: แอลงข่าวสถานการณ์ท่องเที่ยว เมษายน ปี 2561. (น. 22-30.), โดย กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561

สรุปผลการสำรวจ

สถานที่พักในเมืองท่องเที่ยวหลักมีความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดท่องเที่ยวแบบดิจิทัล สถานที่พักแรมในเมืองท่องเที่ยวรองส่วนใหญ่ใช้เทคโนโลยีในการประกอบธุรกิจ ใช้เฟซบุ๊กเป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาด และใช้ตัวแทนเป็นช่องทางจำหน่ายหลัก (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561)

ด้วยเหตุนี้ ธุรกิจท่องเที่ยวของไทยควรใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีและสื่อดิจิทัลต่าง ๆ มากขึ้นทั้งในด้านการบริหารเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการด้านชื่อเสียงของธุรกิจ เนื่องจากพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ยึดติดและได้รับอิทธิพลจากอินเทอร์เน็ต ทั้งนี้ ภาคธุรกิจสามารถสร้างโอกาสจากสื่อออนไลน์ซึ่งเป็นเครื่องมือในการสร้างกระแสที่มีประสิทธิภาพด้วยค่าใช้จ่ายที่ลดลง ทั้งนี้ สื่อออนไลน์ยังสามารถใช้เพื่อถ่ายทอดประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว เพื่อจุดกระแสให้ผู้คนออกมาเดินทางท่องเที่ยวและแบ่งปันประสบการณ์ ซึ่งภาคธุรกิจต้องเลือกใช้สื่อออนไลน์ให้เหมาะสมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งบางประเทศอาจมีข้อจำกัดในการเข้าถึงสื่อออนไลน์ (3 กระแสแรงแห่งยุค ปรับลุคธุรกิจท่องเที่ยว, 2560)

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล

นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลปรับเปลี่ยนพฤติกรรมจากเดิมที่เคยพึ่งพาอาศัยบริษัทที่ประกอบธุรกิจเกี่ยวกับการท่องเที่ยว เปลี่ยนเป็นติดต่อเรื่องต่าง ๆ ด้านการท่องเที่ยวด้วยตนเองมากขึ้น นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติจำนวนมากเลือกโรงแรมที่พักจากข้อมูลที่มีการเผยแพร่กันทางอินเทอร์เน็ต (พัฒนาเดสอาสาสรรพกิจ, 2559) นักท่องเที่ยวในกลุ่มวัยรุ่นส่วนใหญ่เลือกสถานที่ท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อนผ่านทางโซเชียลมีเดีย นักท่องเที่ยวได้รับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากช่องทางโซเชียลมีเดีย กลุ่มคนรุ่นใหม่มีแนวโน้มท่องเที่ยวมากขึ้นและนิยมแสวงหาประสบการณ์ใหม่ผ่านสถานที่ท่องเที่ยวที่แปลกตา (3 กระแสแรงแห่งยุค ปรับลุคธุรกิจท่องเที่ยว, 2560) กลุ่มคนรุ่นใหม่จะเผยแพร่เรื่องราวประสบการณ์ในการท่องเที่ยวผ่านโซเชียลมีเดีย (เจาะลึกพฤติกรรมส่วนใหญ่ ของนักท่องเที่ยวยุค 4.0, 2561) นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลต้องการความเรียบง่าย ไม่ยุ่งยาก เน้นความสะดวกสบาย รวมถึงความน่าเชื่อถือ ในการจองโปรแกรมท่องเที่ยวต่าง ๆ ผ่านช่องทางออนไลน์และโทรศัพท์มือถือ และต้องการความปลอดภัยในการทำธุรกรรมทางระบบออนไลน์ (วุฒิเวช เวชบุษกร, 2559)



ภาพที่ 2 สถิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี

ที่มา: แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561). (น. 100.), โดย สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน), 2560

ภาพที่ 2 แสดงถึงสถิติการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยี สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน) ได้รวบรวมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลออกมาว่า ร้อยละ 87 ของนักท่องเที่ยวใช้อินเทอร์เน็ตเป็นหลักในการหาข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ร้อยละ 43 ของนักท่องเที่ยวอ่านบทวิจารณ์ด้านการท่องเที่ยวออนไลน์ก่อนการตัดสินใจ ร้อยละ 70 ของนักท่องเที่ยวเผยแพร่รูปภาพและเขียนบรรยายผ่าน เฟซบุ๊กระหว่างเดินทาง ร้อยละ 16 ของนักท่องเที่ยวเขียนบทวิจารณ์ประสบการณ์ท่องเที่ยวในระบบออนไลน์

สรุป พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล มีดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้นในการเลือกโรงแรมที่พักด้วยตนเองจากเดิมจะใช้บริการผ่านตัวแทน
2. นักท่องเที่ยวต้องการความเรียบง่าย ความสะดวกสบาย ไม่ยุ่งยากซับซ้อนในการจองโปรแกรมท่องเที่ยว และให้ความสำคัญด้านความปลอดภัยในการทำธุรกรรมหรือจ่ายเงินผ่านทางระบบออนไลน์
3. นักท่องเที่ยวจะเลือกสถานที่ท่องเที่ยวหรือได้รับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวจากการแนะนำของเพื่อนผ่านทางโซเชียลมีเดีย
4. นักท่องเที่ยวจะเผยแพร่ประสบการณ์ ภาพถ่ายสถานที่ท่องเที่ยว เรื่องราวการท่องเที่ยวของตัวเองผ่านทางโซเชียลมีเดีย

บทสรุปและข้อเสนอแนะจากผู้ศึกษา

ประเทศไทยได้ให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอินเทอร์เน็ตโดยเป็นเครื่องมือสนับสนุนในการพัฒนาเศรษฐกิจ ในด้านการท่องเที่ยวไทย ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางหลักในการท่องเที่ยวของผู้คนทั่วโลก มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงาม มีโรงแรมที่พักทันสมัยได้มาตรฐาน มีการให้บริการที่ดี ส่งผลให้มีรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก

ภาครัฐได้เห็นถึงความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลและระบบอินเทอร์เน็ตจึงได้นำมาใช้สนับสนุนส่งเสริมในด้านของการท่องเที่ยวไทยเพื่อยกระดับให้การท่องเที่ยวไทย โดยมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวได้เตรียมพร้อมและจัดทำนโยบายยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวไทยในยุคดิจิทัล คือ

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา เปิดตัวเว็บไซต์และแอปพลิเคชันจัดทำข้อมูลด้านการท่องเที่ยว โดยภาครัฐเป็นแกนกลางในการทำข้อมูลดิจิทัลด้านการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ ครบถ้วน ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน เผยแพร่ผ่านทางเว็บไซต์ www.thailandtourismdirectory.go.th และแอปพลิเคชัน

ในส่วนของคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ จัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวที่ใช้เทคโนโลยีสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว โดยจะส่งเสริมความร่วมมือกับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องและใช้เทคโนโลยีในการทำการตลาด โดยใช้เทคโนโลยีสนับสนุนในการพัฒนาแอปพลิเคชัน เพิ่มประสิทธิภาพหน่วยงานที่รับผิดชอบ ทั้งในด้านการดูแลบริหารและวิเคราะห์สถิติข้อมูลออนไลน์เกี่ยวกับการท่องเที่ยวไทย

ทางด้านสำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน) ได้จัดทำแผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทยระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561) สรุปได้ว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้และพัฒนางานบริการด้านการท่องเที่ยว เป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบบูรณาการด้านการท่องเที่ยวแบบครบวงจร

ส่วนของภาคเอกชน ทั้งธุรกิจการให้บริการโรงแรมที่พักและธุรกิจสายการบินได้นำเทคโนโลยีดิจิทัลระบบอินเทอร์เน็ตมาใช้บริหารจัดการเพิ่มประสิทธิภาพให้กับองค์กร เป็นเครื่องมือในการติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และมีส่วนสำรวจการใช้เทคโนโลยีในสถานประกอบการที่พักสรุปได้ว่า โรงแรมที่พักได้ใช้เทคโนโลยีประกอบธุรกิจและใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารกับนักท่องเที่ยว

นอกจากนี้ พฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ได้เปลี่ยนแปลงจากเดิม สรุปได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มสูงขึ้นในการเลือกโรงแรมที่พักด้วยตนเองจากเดิมจะใช้บริการผ่านตัวแทน
2. นักท่องเที่ยวทำธุรกรรม จองโปรแกรมท่องเที่ยวผ่านระบบออนไลน์ที่ปลอดภัย ไม่ยุ่งยากซับซ้อน
3. นักท่องเที่ยวเลือกท่องเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับแรงจูงใจผ่านการแนะนำในโซเชียลมีเดีย
4. นักท่องเที่ยวจะเผยแพร่ประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านทางโซเชียลมีเดีย

ด้วยเหตุนี้ภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะต้องเตรียมพร้อมในการบริหารจัดการและนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้เพื่อรองรับกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เพื่อเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวไทยให้เติบโตอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน

ส่วนข้อเสนอแนะของผู้ศึกษาเห็นว่า ควรที่จะส่งเสริมและสนับสนุนให้ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมที่พักมีศักยภาพในการเข้าสู่ยุคดิจิทัล ควรพัฒนาเว็บไซต์เพื่อเป็นเครื่องมือสื่อสารกับนักท่องเที่ยวทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ให้เป็นช่องทางบริการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างรายได้

โดยมีบัญชี อีเมล เฟซบุ๊ก ไลน์ ที่เป็นทางการของโรงแรมที่พัก เพื่อเป็นช่องทางการประชาสัมพันธ์และติดต่อสื่อสารกับนักท่องเที่ยว และจัดให้มีการฝึกอบรมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลแก่พนักงานเพื่อพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ส่วนด้านผลกระทบที่จะเกิดขึ้นจากการที่นักท่องเที่ยวเผยแพร่ข้อมูลประสบการณ์การท่องเที่ยวผ่านทางโซเชียลมีเดีย ถ้าเป็นในแง่ดีจะสามารถช่วยประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมที่พัก ให้นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ได้รับรู้และสนใจมาท่องเที่ยวตามที่ได้รับคำแนะนำ แต่ถ้าเป็นข้อมูลในแง่ลบหรือเผยแพร่ข้อมูลที่ไม่เป็นความจริงอาจทำให้นักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ไม่ให้ความสนใจและไม่มาท่องเที่ยว ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องจะต้องคอยตรวจสอบ และดำเนินการปรับปรุงแก้ไขต่อไปเพื่อไม่ให้กระทบต่อการท่องเที่ยวไทย

จัดทำโดย

นายเปรม ถาวรประภาสวัสต์

กลุ่มงานบริการวิชาการ 3 สำนักวิชาการ

โทร. 0 2244 2070

โทรสาร 0 2244 2058

Email : sapagroup3@gmail.com

บรรณานุกรม

- 3 กระแสแรงแห่งยุค **ปรับลดธุรกิจท่องเที่ยว**. (2560). สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก https://www.sceic.com/th/detail/file/product/3369/eol70mpcpl/EIC_Insight_Tourism_2017_TH.pdf
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2560). **ยุทธศาสตร์กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ฉบับที่ 4 (พ.ศ. 2560-2564)**. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=9690
- _____. (2561). **แถลงข่าวสถานการณ์ท่องเที่ยว เมษายน ปี 2561**. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก https://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=10416
- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2560). **แผนปฏิบัติการ 4 ปี พ.ศ. 2561-2564 กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม**. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก http://www.mdes.go.th/assets/portals/1/files/600526_แผน4ปี61-64ดศ040560v2.pdf
- คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560-2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรมมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก.
- เจาะลึกพฤติกรรมส่วนใหญ่ ของนักท่องเที่ยวยุค 4.0**. (17 กุมภาพันธ์ 2561). สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก [http://www.siamrath.co.th/web/?q=ธุรกิจท่องเที่ยวยุคดิจิทัลสร้างประโยชน์ให้ทุกฝ่าย](https://www.ensurecommunication.com/2018/02/17/เจาะลึกพฤติกรรมส่วนใหญ่/ถกท่องเที่ยวจังหวัดรอรับมือยุคดิจิทัล. (15 กรกฎาคม 2560). โพสต์ทูเดย์. น. A5(ล่างขวา). สืบค้นจาก ฐานข้อมูล iQNewsClip</p><p>ธุรกิจท่องเที่ยวยุคดิจิทัล/สร้างประโยชน์ให้ทุกฝ่าย. (9 มีนาคม 2558). สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก <a href=)
- แนวคิดสำหรับประเทศไทยในการเข้าสู่ยุคดิจิทัล**. (23 มีนาคม 2559). สืบค้น 17 กรกฎาคม 2561 จาก <http://blogs.worldbank.org/eastasiapacific/th/node/3323>
- ผู้บริหารกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาให้การต้อนรับรัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา**. (1 ธันวาคม 2560). สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก https://www.mots.go.th/ewt_news.php?nid=9693
- พัฒนเดช อาสาสรรพกิจ. (22 มีนาคม 2559). **ท่องเที่ยวยุคดิจิทัล**. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก <http://www.komchadluek.net/news/economic/224484>
- “พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม (ฉบับที่ 17) พ.ศ. 2559” (15 กันยายน 2559). **ราชกิจจานุเบกษา**, เล่ม 133 ตอนที่ 80 ก, น. 1-2.
- “พระราชบัญญัติปรับปรุงกระทรวง ทบวง กรม พ.ศ. 2545” (2 ตุลาคม 2545). **ราชกิจจานุเบกษา**, เล่ม 119 ตอนที่ 99 ก, น. 19
- ภูริพัฒน์ ชาญกิจ. (15 มีนาคม 2561ก). **การปรับตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ในมิติภาคเอกชน กรณี-ธุรกิจการให้บริการโรงแรมที่พัก**. สืบค้น 16 สิงหาคม 2561 จาก <http://sms.stou.ac.th/?p=2971&lang=en>

- _____. (15 มีนาคม 2561ข). **การปรับตัวของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล**
ในมิติภาคเอกชน กรณี-ธุรกิจสายการบิน. สืบค้น 16 สิงหาคม 2561 จาก
<http://sms.stou.ac.th/?p=2973&lang=en>
- _____. (15 มีนาคม 2561ค). **บทบาทและความสำคัญของเทคโนโลยีดิจิทัลในอุตสาหกรรม**
การท่องเที่ยว. สืบค้น 16 สิงหาคม 2561 จาก <http://sms.stou.ac.th/?p=2962&lang=en>
- วิชัย เบญจรงค์กุล. (14 สิงหาคม 2558). **โอกาสทางธุรกิจ ภาคการบริการในยุคดิจิทัล**. สืบค้น
 19 กรกฎาคม 2561 จาก https://www.prachachat.net/news_detail.php?newsid=1439448958
- วุฒิเวช เวชชบุษกร. (29 กรกฎาคม 2559). **เทรนด์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล**. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561 จาก
<https://th.linkedin.com/pulse/เทรนด์การท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล-wuthivet-vetchabutsakorn>
- ศูนย์ปฏิบัติการ Digital Tourism ส่วนกลาง. (23 มกราคม 2561). **เปิดตัว “www.thailandtourism**
directory.go.th : มาตรฐานใหม่ข้อมูลการท่องเที่ยวของประเทศไทย” และมอบแนวนโยบาย
“ดิจิทัลเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน : เชื่อมโยงเมืองหลักกระจายรายได้สู่เมืองรอง”.
 สืบค้น 10 สิงหาคม 2561 จาก <https://www.thailandtourismdirectory.go.th/th/file/get/file/2018020123e76c80edc5a31777ed18cb4d46ceab161454.pdf>
- สาระสำคัญแผนพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม**. (ม.ป.ป.). สืบค้น 19 กรกฎาคม 2561 จาก
<http://www.pattaya.go.th/document/Digitech/File/04.pdf>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (ม.ป.ป.). **เศรษฐกิจดิจิทัล**. สืบค้น
 19 กรกฎาคม 2561 จาก <https://www.eta.or.th/digital-economy.html>
- สำนักงานรัฐบาลอิเล็กทรอนิกส์ (องค์การมหาชน). (2559). **แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย**
ระยะ 3 ปี (พ.ศ. 2559-2561). สืบค้น 4 กันยายน 2561 จาก https://www.dga.or.th/upload/download/file_54655169350f9dd4fa62013d5a08133f.pdf
- อาภาภัทร บุญรอด. (15 พฤษภาคม 2560). **เข้าใจพฤติกรรม Connected Consumers ชาวไทยในยุค**
สังคมดิจิทัล. สืบค้น 17 กรกฎาคม 2561 จาก <http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/641241>
- อานันท์ เกียรติสารพิภพ. (2558). **เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) : นโยบายขับเคลื่อน**
เศรษฐกิจใหม่. สืบค้น 19 กรกฎาคม 2561 จาก http://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2558/mar2558-2.pdf