



รายงานฉบับสมบูรณ์

การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ใน
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ ใน
จังหวัดกระบี่

The Study on Impact of Applying a Digital platform to the Krabi Tourism
Industry to Increase the Capabilities of its Local Business

โดย รัฐภูมิ ตูจันทา และคณะ

กรกฎาคม 2559

รายงานฉบับสมบูรณ์

แผนงานวิจัย

การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform)
ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ
ในจังหวัดกระบี่

คณะผู้วิจัย

สังกัด

รัฐภูมิ ตูจินดา

ทวีทรัพย์ อภิวัฒนาพงศ์

ภัทราวดี พลอยกิตติกุล

ปรเมษฐ์ ธีรวานนท์

รัฐภูมิ นิราศวรรณ

บุญชัย เจริญด้วยศีล

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์

ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

ชุดโครงการการศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่

สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.)

และสำนักสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

คำนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวนั้นเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักของประเทศไทยซึ่งนำรายได้เข้าประเทศจำนวนมหาศาล ในปี 2557 ที่ผ่านมา ถึงแม้ว่าจะมีเหตุการณ์ที่ไม่สงบทางการเมือง แต่หน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวมีความพยายามที่จะกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวทั้งจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศและต่างประเทศ ซึ่งมาตรการในการกระตุ้นด้านการท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ทำให้การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยมีการคาดการณ์ว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้าประเทศประมาณ 25 ล้านคน และสามารถทำรายได้ให้กับภาคส่วนที่เกี่ยวข้องถึง 1.17 ล้านล้านบาท เมื่อเปิดประชาคมอาเซียน ประเทศไทยจะเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวของอาเซียนที่มีพื้นฐานการท่องเที่ยวที่แข็งแกร่ง แต่ปัจจุบันเทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้พฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลง ดังนั้นการปรับตัวของอุตสาหกรรมและภาครัฐให้เข้ากับกระแสความเปลี่ยนแปลงนั้นจึงเป็นเรื่องที่จำเป็นจะต้องศึกษา โดยรัฐบาลปัจจุบันได้ตระหนักถึงจุดนี้ จึงมีการขับเคลื่อนแนวคิดที่เรียกว่า เศรษฐกิจดิจิทัล โดยนำพฤติกรรมของผู้บริโภคมาเป็นตัวตั้ง เพื่อปรับเปลี่ยนการทำงานของภาครัฐ ในส่วนของการท่องเที่ยวนั้น เทคโนโลยีไร้พรมแดนทำให้เกิดการแข่งขันที่ค่อนข้างสูงและรุนแรงจากทุนต่างประเทศ โครงการวิจัยนี้จึงเป็นหนึ่งในโครงการที่มุ่งศึกษาการใช้เทคโนโลยีในลักษณะ “ฐานรองรับข้อมูลและบริการแบบดิจิทัล” หรือเรียกสั้นๆ ว่า ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ซึ่งเป็นการนำแนวคิดและเทคโนโลยีที่ได้มีการใช้งานในต่างประเทศมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างโครงสร้างพื้นฐานในการเตรียมตัวให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวนั้นสามารถที่จะก้าวไปข้างหน้าได้อย่างมั่นคง โดยจังหวัดกระบี่จะเป็นพื้นที่ทดสอบ เนื่องจากจังหวัดกระบี่เป็นจังหวัดที่ทำรายได้การท่องเที่ยวเป็นอันดับสามของภาคใต้ และภายใต้สถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองของประเทศไทย จังหวัดกระบี่ยังมีแนวโน้มจำนวนนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นสวนกระแสกับวิกฤตที่เกิดขึ้น ทางคณะวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผลงานที่เกิดขึ้นจากโครงการนี้จะถูกนำไปผลักดันโดยรัฐบาล ภายใต้นโยบายเศรษฐกิจดิจิทัล เพื่อเสริมสร้างและคงความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศต่อไป ทั้งนี้ คณะวิจัยขอขอบคุณหน่วยงาน คอบช สำหรับทุนวิจัยภาคอุตสาหกรรมจังหวัดกระบี่ รวมถึง สำนักงาน ททท. จังหวัดกระบี่ ในการช่วยประสานงานและสนับสนุนการทำงาน of คณะวิจัย

รัฐภูมิ ตูจินดา

กรกฎาคม 2559

สารบัญ

หน้า

คำนำ	i
บทสรุปผู้บริหาร	ก
บทคัดย่อภาษาไทย	ฏ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ฐ
สารบัญ	ii
สารบัญภาพ	iv
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	2
1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย	3
1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย	5
1.6 พื้นที่วิจัย	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.8 แนวคิดทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 2 ข้อค้นพบการวิจัย	18
2.1 การสำรวจสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	18
2.1.1 ภาพรวมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	19
2.1.2 ภาพรวมของนักท่องเที่ยว	22
2.1.3 ข้อค้นพบในแง่ของปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัล แพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	24
2.2 แนวทางการพัฒนารูปแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มใน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	25
2.2.1 การสังเคราะห์สถิติเพื่อค้นหาตัวอย่างการบริการ	25
2.2.2 การกำหนดขอบเขตและรูปแบบของการบริการ	26
2.2.3 ภาพของต้นแบบ	27
2.2.4 การทดสอบนำร่องกับผู้ประกอบการจังหวัดกระบี่	28

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ	30
3.1 สรุปภาพรวมการวิจัย	30
3.1.1 การศึกษาความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่	30
3.1.2 แนวทางการพัฒนาภาพแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่	35
3.2 ข้อเสนอแนะ	36
3.3 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์	38
บรรณานุกรม	39
ภาคผนวก	41
ภาคผนวก ก: สรุปการจัดสัมมนาการบูรณาการงานวิจัยเชิงรุกกับการพัฒนา อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่	41
ภาคผนวก ข: รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุมสัมมนา	46
ภาคผนวก ค: สรุปการประชุมหารือการพัฒนาระบบ B2B Booking Engine	55
ภาคผนวก ง: นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย	57

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย	3
ภาพที่ 2 โครงข่ายของ ARPANET ปี 1971	7
ภาพที่ 3 ภาพ Internet Directory ยุคแรก	8
ภาพที่ 4 ภาพแสดงแผนงานแพลตฟอร์มแห่งชาติ	11
ภาพที่ 5: แนวทางการพัฒนาและเชื่อมต่อของแพลตฟอร์ม	12
ภาพที่ 6 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2C – Agoda	13
ภาพที่ 7 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2C – Expedia	13
ภาพที่ 8 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B - ZUMATA	14
ภาพที่ 9 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B – SiteMinder	15
ภาพที่ 10 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B - TAcentre	16
ภาพที่ 11 ตลาดบริการข้อมูล และ สินค้าท่องเที่ยว B2C - Trip Advisor	16
ภาพที่ 12 จำนวนโรงแรมในแต่ละประเภท	19
ภาพที่ 13 จำนวนโรงแรมและพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์	20
ภาพที่ 14 จำนวนโรงแรมและพฤติกรรมในการทำตลาดออนไลน์	20
ภาพที่ 15 เหตุผลของโรงแรมที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)	21
ภาพที่ 16 ความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยสนับสนุน	22

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัย การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ เป็นการต่อยอดงานวิจัยจากโครงการวิจัยและพัฒนาระบบ Thailand One Click ที่ได้พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อให้เป็นตลาดกลางเพื่อการแลกเปลี่ยนข้อมูลและบริการสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว การพัฒนางานวิจัยนี้ จึงเป็นการขยายผลมาที่จังหวัดกระบี่ โดยศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (NECTEC) ได้รับความร่วมมือพัฒนาโจทย์วิจัยจากมหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ และธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่งผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ คุณวิยะดา ศรีรางกุล ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ คุณรอง ภูเก้า ล้วน นายกสมาคมธุรกิจโรงแรม จังหวัดกระบี่ ที่กรุณาให้คำแนะนำต่อการพัฒนางานวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณ ดร.ทวีศักดิ์ กอนันต์กุล ผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ คุณสุวิภา วรรณสาธพ ผู้ช่วยผู้อำนวยการสำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ ดร.กัลยา อุดมวิทิต รองผู้อำนวยการศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ที่ให้คำแนะนำและให้การสนับสนุนการดำเนินการวิจัยจนกระทั่งผู้วิจัยสามารถพัฒนาโจทย์วิจัยที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจากสำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ร่วมกับสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ผู้วิจัยขอขอบพระคุณแหล่งทุนที่สนับสนุนให้ผู้วิจัยได้มีโอกาสศึกษาวิจัยในเรื่องนี้ ผู้วิจัยต้องขอขอบคุณ ดร.พิมพ์ภัส และดร.ศิวฤทธิ์ พงศกร รังศิลป์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ในการให้คำแนะนำและความร่วมมือเป็นอย่างดีต่อการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ Digital Platform ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

รายงานวิจัยนี้สำเร็จสมบูรณ์ได้ ผู้วิจัยต้องขอขอบพระคุณ ดร.จันทริกา ธนะโสภณ ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ซึ่งให้การสนับสนุนและคำแนะนำที่ดีในการทำงาน รวมทั้งผู้ช่วยศาสตราจารย์สุภาวดี โพธิยะราช ผู้ประสานงานโครงการวิจัยอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ที่ให้โอกาสผู้วิจัยได้มีส่วนร่วมและให้คำแนะนำในการดำเนินการวิจัยด้วยดีเสมอมา ผู้วิจัยขอขอบคุณสมาชิกในห้องปฏิบัติการวิจัยนวัตกรรมบริการอัจฉริยะ และฝ่ายบริหารและสนับสนุนงานวิจัยที่ให้การสนับสนุนและแนะนำในด้านต่างๆ รวมถึงเป็นกำลังใจแก่ผู้วิจัยจนสามารถฝ่าฟันอุปสรรคต่างๆ ได้ตลอดโครงการวิจัย

ท้ายสุดนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ให้ข้อมูลทุกท่าน ผู้วิจัยขอขอบคุณศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ ที่ให้โอกาสทางวิชาการแก่ผู้วิจัย รวมถึงครอบครัวที่เข้าใจและให้กำลังใจตลอดมา ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่างานวิจัยชิ้นนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่จะเป็นกำลังสำคัญร่วมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวทุกระดับเพื่อจะสามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น หากงานวิจัยนี้มีประโยชน์ไม่มากนักน้อย ผู้วิจัยขอยกความดีความชอบให้กับบิดา มารดา ครูบาอาจารย์ที่ได้สั่งสอน อบรมให้ความรู้กับผู้วิจัย

รัฐภูมิ ตูจินดา

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

แผนงานวิจัย

(ภาษาไทย)

การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่

(ภาษาอังกฤษ)

The Study on Impact of Applying a Digital Platform to the Krabi Tourism Industry to Increase the Capabilities of its Local businesses

ผู้อำนวยการแผนงาน

ชื่อ

ดร.รัฐภูมิ ตูจินดา

หน่วยงานที่สังกัด

ห้องปฏิบัติการนวัตกรรมบริการอัจฉริยะ หน่วยวิจัยนวัตกรรมและวิศวกรรม ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค)

โทรศัพท์

02 5646900 ต่อ 2490 โทรสาร 02 5646757

E-mail

rattapoom.tuchinda@nectec.or.th

โครงการย่อยที่ 1:

(ภาษาไทย)

แนวทางการพัฒนารูปแบบ (Model) การเชื่อมต่อ API (Application Program Interface) บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่

(ภาษาอังกฤษ)

Guidelines for the development of API integration on a digital platform in the tourism industry: The case study of Krabi province

หัวหน้าโครงการ

ชื่อ

ดร.ทวีทรัพย์ อภิวัฒนาพงศ์

หน่วยงานที่สังกัด

ฝ่ายบริการคอมพิวเตอร์และเครือข่าย

สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ

โทรศัพท์ 02 5647000 ต่อ 1221 โทรสาร 02 5646757

E-mail

taweepup.apiwattanapong@nstda.or.th

ผู้ร่วมงานวิจัย

ชื่อ

นายปรเมษฐ์ ธีนวนานนท์

หน่วยงานที่สังกัด

ห้องปฏิบัติการนวัตกรรมบริการอัจฉริยะ หน่วยวิจัยนวัตกรรมและวิศวกรรม ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค)

E-mail:	โทรศัพท์ 0 2564 6900 ต่อ 2486 โทรสาร 0 2564 6757 paramet.tanwanont@nectec.or.th
ชื่อ หน่วยงานที่สังกัด	นายรัฐภูมิ นีราสุวรรณ ห้องปฏิบัติการนวัตกรรมบริการอัจฉริยะ หน่วยวิจัยนวัตกรรมและวิศวกรรม ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) โทรศัพท์ 0 2564 6900 ต่อ 2422 โทรสาร 0 2564 6757 E-mail: ratthapoom.nirasawan@nectec.or.th
ชื่อ หน่วยงานที่สังกัด	นางสาวภัทราวดี พลอยกิติกุล ห้องปฏิบัติการนวัตกรรมบริการอัจฉริยะ หน่วยวิจัยนวัตกรรมและวิศวกรรม ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) โทรศัพท์ 0 2564 6900 ต่อ 2487 โทรสาร 0 2564 6757 E-mail: pattavadee.ploykitikoon@nectec.or.th
ชื่อ หน่วยงานที่สังกัด	นายบุญชัย เจริญด้วยศีล ห้องปฏิบัติการพัฒนามาตรฐานและทดสอบ หน่วยวิจัยนวัตกรรมและวิศวกรรม ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) โทรศัพท์ 0 2564 6900 ต่อ 2592 โทรสาร 0 2564 6757 E-mail: boonchai.charoendouysil@nectec.or.th
โครงการย่อยที่ 2: (ภาษาไทย)	การศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่
(ภาษาอังกฤษ)	The Study of Success Factors toward the Application of Digital Platform in Tourism Industry: The Case of Krabi
หัวหน้าโครงการ ชื่อ หน่วยงานที่สังกัด	ดร.พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ สาขาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการบริการ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โทรศัพท์ 0954275859 โทรสาร 075672202 E-mail: kpimlapa@wu.ac.th; pimlapas@hotmail.co.uk
ผู้ร่วมงานวิจัย ชื่อ หน่วยงานที่สังกัด	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ สาขาบริหารธุรกิจ สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โทรศัพท์ 0887780180 โทรสาร 075672202

ชื่อ ดร.ปิยะ ปานผู้มีทรัพย์
หน่วยงานที่สังกัด สาขาบริหารธุรกิจ
สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
โทรศัพท์ 075672290 โทรสาร 075672202
E-mail bpiya@wu.ac.th

ได้รับงบประมาณประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 งบประมาณที่ได้รับ 3,300,000 บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย 1 ปี 4 เดือน ตั้งแต่เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2557 ถึง เดือนธันวาคม พ.ศ. 2558

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

“ฐานรองรับข้อมูลและบริการแบบดิจิทัล” หรือเรียกสั้นๆ ว่า ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) เป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลดิจิทัลระหว่างผู้เป็นเจ้าของข้อมูลและบริการ (Content and service owner) และลูกค้า (Customer) หากจะเปรียบเทียบในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ดิจิทัลแพลตฟอร์มเปรียบเสมือนตลาดกลางการค้าขายโดยมีพ่อค้านำสินค้ามาวางขาย สินค้าที่นำมาขายอาจอยู่ในรูปแบบพร้อมใช้ เช่น อาหารสำเร็จรูป หรือสินค้าที่อยู่ในรูปแบบวัตถุดิบ เช่น เนื้อสด ผักสด ซึ่งผู้ซื้อต้องนำไปผสมผสานเพื่อให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมใช้ตามที่คุณซื้อแต่ละคนต้องการ ในฐานะเจ้าของตลาดมีหน้าที่ที่จะทำอะไรให้สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายที่เข้ามาใช้บริการในตลาดของตนให้ได้มากที่สุด เช่น รักษาความสะอาด ดูแลความปลอดภัย จัดระเบียบรวมถึงกฎเกณฑ์การใช้บริการร่วมกัน โดยในแผนงานวิจัยนี้จะเน้นการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างบริการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปมาก นิยมการใช้บริการข้อมูลข่าวสารและทำการจองผ่านเว็บไซต์ต่างๆ แทน ความสามารถในการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลของผู้ประกอบการได้เปลี่ยนโฉมรูปแบบธุรกิจอย่างสิ้นเชิง สิ่งชัดเจนคือ จำนวนและความรวดเร็วในการเข้าถึงลูกค้าโดยใช้ค่าใช้จ่ายในการจัดหาลูกค้า (Customer Acquisition Cost) ที่ต่ำ ผู้ที่มีสินค้าและบริการดิจิทัลนั้นสามารถต่อเชื่อมเข้ากับผู้ซื้อได้โดยตรงผ่านวิธีการติดต่อที่ตกลงกัน ซึ่งมีศัพท์เทคนิคว่า “ส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์ (Application Programming Interface - API)” โดยไม่จำเป็นต้องผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม แต่มีข้อเสีย คือ การเชื่อมต่อเข้ากับลูกค้าแต่ละราย (หรือการเชื่อมต่อเข้ากับผู้ที่มีสินค้าแต่ละราย) จะต้องทำการเชื่อมต่อแยกกันทีละครั้งซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง ผู้ที่จะสามารถทำได้จึงเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีทุนทรัพย์สูง ในขณะที่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีทุนทรัพย์ไม่มากพอที่จะเชื่อมต่อได้กับหลายราย ยกตัวอย่างเช่น โรงแรมนั้นสามารถเลือกที่จะขายตรงผ่านเว็บไซต์ หรือเชื่อมต่อไปยังกลุ่มขายส่งที่เรียกว่า Hotel Channel Management เช่น บริษัท SiteMinder เป็นต้น ซึ่งหากเป็นบริษัทใหญ่

สามารถเชื่อมต่อไปยังกลุ่มผู้ขายได้หลายช่องทาง เพราะมีทุนทรัพย์ในการจ่ายค่าเชื่อมต่อ แต่บริษัทหรือโรงแรมเล็กๆ จะไม่สามารถเชื่อมต่อได้หลายที่เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูง เป็นต้น

ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในการแก้ปัญหาให้กับบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยบริษัทที่มีสินค้าสามารถเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มครั้งเดียว แต่สามารถขายให้กับลูกค้าหลายรายและในทางกลับกัน ลูกค้าเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มครั้งเดียวก็สามารถซื้อสินค้าจากผู้ขายได้หลายรายเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ในฐานะเจ้าของแพลตฟอร์มยังสามารถออกแบบกฎเกณฑ์ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดที่เป็นธรรม เพื่อทำให้การซื้อขายเป็นไปอย่างมีคุณภาพและมาตรฐาน ซึ่งในประเทศไทยนั้นยังไม่มีดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวที่เป็นของคนไทยและพัฒนาโดยคนไทยในรูปแบบนี้มาก่อน

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และหน่วยงานพันธมิตรได้ตระหนักถึงปัญหาและโอกาสในการส่งเสริมขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงได้จัดตั้งโครงการวิจัยและพัฒนาระบบ Thailand One Click ขึ้นมาเพื่อให้เป็นตลาดกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและบริการระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้สามารถนำข้อมูลหรือบริการมาผสมผสานกันให้เกิดบริการใหม่ๆ ได้ โดยการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อใช้เป็น ‘กาว’ ประสานข้อมูลและบริการของการท่องเที่ยวให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทั่วไปสามารถเข้าถึงและสามารถนำไปใช้งานได้ โดยใช้โอกาสจากแนวโน้มการพัฒนาซอฟต์แวร์ในปัจจุบัน ที่เน้นการให้ซอฟต์แวร์ในรูปแบบบริการ (Software-as-a-Service หรือ SaaS) เพื่อให้สามารถนำไปต่อยอดเกิดเป็นบริการใหม่ๆ ได้อย่างหลากหลาย เนคเทคจึงมุ่งเน้นการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มให้บริการเชื่อมต่อ API เพื่อเป็นตลาดกลางสำหรับบริการซอฟต์แวร์โดยเริ่มนำร่องในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวก่อน

ดังนั้น เพื่อประโยชน์ต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว แผนงานนี้จึงมีเป้าหมายในการศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยศึกษานำร่องที่จังหวัดกระบี่ ซึ่งการศึกษาศักยภาพนั้นทำได้โดยการสำรวจวิจัยทางการตลาด เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมทั้งศึกษาศาสนาการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและความต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ส่วนการประยุกต์นั้นทางคณะผู้วิจัยจะทำการสร้างบริการด้าน IT สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นพื้นฐานในการพัฒนาและทำการศึกษาการใช้งานและผลกระทบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดประสิทธิภาพและให้เกิดข้อเสนอแนะของนโยบายการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการทางเทคนิคและทางธุรกิจของดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) รวมไปถึงการกำหนดคุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เหมาะสม และเพื่อตอบใจความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์และการนำไปใช้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกรณีศึกษาจังหวัดกระบี่

1.3 ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่าง คณะนักวิจัยจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) และคณะนักวิจัยจากสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่การศึกษา คณะผู้วิจัยใช้พื้นที่การศึกษา คือ จังหวัดกระบี่

1.3.2 ขอบเขตของข้อมูลในการศึกษา คณะผู้วิจัยจะศึกษารูปแบบการเชื่อมต่อ API สำหรับการให้บริการในธุรกิจท่องเที่ยวด้านต่างๆ และสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมไปถึงศึกษาพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยว ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในกระบี่

1.3.3 ขอบเขตของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม คณะผู้วิจัยจะนำผลที่ได้จาก 1.3.2 มา สังเคราะห์และสร้างบริการต้นแบบโดยการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้ ให้ตรงกับความต้องการ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และทำการทดสอบเบื้องต้น (Pilot) กับ ผู้ประกอบการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แนวทางการบริหารจัดการและการขยายผลของดิจิทัลแพลตฟอร์มใน จังหวัดกระบี่และจังหวัดอื่นๆ

1.3.4 ขอบเขตด้านเวลา แผนงานวิจัยนี้ มีระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี 4 เดือน

1.4 วิธีการศึกษา

ขั้นตอนการดำเนินงานของแผนงานวิจัย มีดังนี้

1.4.1 คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดประชุมเพื่อชี้แจงโครงการวิจัยแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว ในกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (โดยเน้นที่ธุรกิจโรงแรมที่พักเป็นหลัก) และ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บ รวบรวมข้อมูล และความสนใจในการเข้าร่วมในการทดสอบต้นแบบ (pilot test)

1.4.2 คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาความต้องการการใช้งานระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมไปถึง การศึกษาพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยว ในจังหวัดกระบี่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform)

1.4.3 เมื่อได้ผลการสำรวจและวิเคราะห์เบื้องต้นของทั้ง 2 ชุดโครงการย่อย คณะผู้วิจัยจัด ประชุมคณะผู้วิจัยและผู้ประกอบการ เพื่อสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันในการจัดทำแนวทางและรูปแบบการ บริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) รวมถึงการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้สร้าง บริการด้าน IT ตามความต้องการของผู้ประกอบการที่ได้ทำการสำรวจมา เพื่อเป็นกรณีศึกษา

1.4.4 ผลจากการศึกษาวิจัยของโครงการย่อย จะได้ผลลัพธ์คือ แนวทางและรูปแบบการบริหาร จัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมถึงต้นแบบการบริการที่สร้างขึ้นจากการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม คณะผู้วิจัยจะจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์เพื่อสรุปแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับจังหวัด กระบี่ และแนวทางในการขยายผลเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรายละเอียด

ประกอบด้วย รูปแบบ แนวทางการดำเนินงาน ข้อจำกัด และอุปสรรคในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

2) สรุปผลการศึกษา

การศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

2.1 ความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

จากการสำรวจผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวน 221 ราย คณะผู้วิจัยได้สรุปหัวข้อสำคัญ ดังนี้ (รายละเอียดและผลการสำรวจอย่างละเอียดนั้น ผู้สนใจสามารถดูเพิ่มเติมได้ในเอกสารรายงานโครงการย่อยที่ 2)

1. จำนวนบุคลากรด้าน IT โดยเฉลี่ย 1.45 คนต่อหนึ่งสถานประกอบการ
2. ด้านการใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผู้ประกอบการเกือบ 78% มีการใช้งาน อีพเพชเว็บไซต์ และทำการตลาด ในส่วนที่เหลือ 22% ไม่มีเว็บไซต์ โดยเหตุผลหลักคือ ไม่มีความจำเป็นต้องใช้และขาดบุคลากรด้าน IT
3. ผู้ประกอบการถึง 56% ไม่ทราบแนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม แต่หากมีการให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์มของภาครัฐ ผู้ประกอบการ 71% สนใจที่จะเชื่อมต่อ
4. ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐใน 5 หัวข้อหลักๆ คือ เว็บไซต์ ระบบอีเมล ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการสร้างแบรนด์ออนไลน์ และด้าน Office Suite

2.2 พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

คณะผู้วิจัยได้สุ่มสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย 303 รายและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ 337 ราย และได้จัดทำตารางผลการสำรวจเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ สำหรับสถิติแบบลงรายละเอียดนั้น ผู้สนใจสามารถดูได้ในโครงการย่อยที่ 2

ตารางที่ 1: ข้อมูลของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (Majority) เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

หัวข้อ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล (Demographics)	ส่วนใหญ่อายุ 20-40 ปี และรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท โดยลักษณะอายุและรายได้แสดงถึงกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มทำงาน (First/ Second jobber)	ส่วนใหญ่อายุ 20-40 ปีและรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 2,000 USD มีลักษณะ First/Second jobber เช่นเดียวกัน ข้อแตกต่างอย่างหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนหนึ่งยังเป็นนักศึกษา

หัวข้อ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
2. เดินทางมาจาก	นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาจากภาคใต้ และขับรถมาเอง จะมีส่วนน้อยที่มาจากกรุงเทพฯ โดยอาจโดยสารเครื่องบิน	มาจากยุโรปและอเมริกา ส่วนใหญ่จะเดินทางโดยเครื่องบิน และถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวต่างชาติจะมาท่องเที่ยวเมืองไทยจังหวัดอื่น แต่การมาที่กระบี่นั้นส่วนใหญ่จะไม่ได้นั่งรถมา แต่โดยสารเครื่องบิน
3. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กระบี่	นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (67%) เดินทางมาท่องเที่ยวที่กระบี่มากกว่าหนึ่งครั้ง ดังนั้น กระบี่จึงควรหาจุดดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาหลายครั้งและไม่เบื่อ	นักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่มากระบี่เป็นครั้งแรก โอกาสมาซ้ำน้อยกว่า
4. ผู้ที่มีอิทธิพลในการเดินทางท่องเที่ยว (Influencer)	นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ข้อมูลจากเว็บไซต์หรือเพื่อน ในการตัดสินใจ	นักท่องเที่ยวต่างชาติได้ข้อมูลจากเว็บไซต์หรือเพื่อน ในการตัดสินใจเช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. การวางแผนท่องเที่ยว	ส่วนใหญ่วางแผนท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. กลุ่มผู้เดินทาง	ส่วนใหญ่มากับเพื่อนและครอบครัว โดยเป็นกลุ่มเฉลี่ย 2-4 คน	มาเป็นกลุ่มเฉลี่ย 2-4 คนเช่นกัน แต่ส่วนใหญ่จะมากับกลุ่มเพื่อนมากกว่า และเป็นกลุ่มคนโสด
7. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต	นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลาใช้อินเทอร์เน็ตต่อวันนานมาก โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาตั้งแต่ 1-10 ชั่วโมงต่อวัน	นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า โดยเฉลี่ยใช้วันละ 1-3 ชั่วโมง
8. ช่องทางการเข้าถึงข้อมูล และเว็บไซต์ที่ใช้บริการ	การค้นหาข้อมูลจะใช้ Google และ Pantip ส่วน Social Network จะใช้ Facebook โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้ Google ในการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเนื่องจากส่วนใหญ่จะวางแผนท่องเที่ยวเอง ในส่วนของอุปกรณ์นั้น จะใช้มือถือและสมาร์ตโฟน มากกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์	คล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ยกเว้น นักท่องเที่ยวต่างชาติไม่ใช้เว็บไซต์ Pantip
9. วิธีการจองโรงแรม	เพียงครั้งเดียวของนักท่องเที่ยวชาวไทยทำการจองออนไลน์ โดยในกลุ่มที่จองออนไลน์ส่วนมากจองผ่าน Agoda	จองออนไลน์ถึง 80% และในกลุ่มที่ทำการจองออนไลน์ส่วนใหญ่จองผ่าน Agoda เช่นกัน

หัวข้อ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวต่างชาติ
10. การพิจารณาเลือกโรงแรม	ราคาและที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ สิ่งสำคัญเรื่องอื่นๆ ได้แก่ เงื่อนไข การบริการที่ชัดเจน ราคาที่ชัดเจน โปร่งใส	นักท่องเที่ยวต่างชาติจะพิจารณาเรื่องราคาและต้องการความยืดหยุ่น (เช่น เปลี่ยนวันได้) รวมทั้งบริการเสริมด้านอื่นๆ สิ่งสำคัญเรื่องอื่นๆ ได้แก่ เงื่อนไข การบริการที่ชัดเจน ราคาที่ชัดเจน โปร่งใส เช่นกัน
11. การพิจารณาเลือกบริการอื่น เช่น ทัวร์ ร้านอาหาร	สองสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ชื่อเสียง และราคา	เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคล้ายคลึงกันหลายส่วน ไม่ว่าจะเป็น ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล (Demographics) ซึ่งแสดงว่าในสายตาของนักท่องเที่ยว กระบี่เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัยรุ่นและวัยทำงาน พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตหรือการจองมีความใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีการตรวจสอบข้อมูลล่วงหน้า ชอบวางแผนเดินทางเอง และต้องการความชัดเจนในเรื่องเงื่อนไขและราคาค่าบริการ สิ่งที่แตกต่างกันเห็นได้ชัดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมากระบี่มากกว่าหนึ่งครั้งและส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและเส้นทางการท่องเที่ยวจะเป็นการอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมาก

2.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ในการดำเนินการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ คณะผู้วิจัยอาศัยกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการศึกษามีดังนี้

1. การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจท่องเที่ยว เนื่องจากประเด็นที่สำคัญอย่างหนึ่งคือ กลุ่มตัวอย่างไม่เข้าใจว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มคืออะไร ซึ่งจะเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่ทำให้การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มไม่ประสบความสำเร็จ ดังนั้น จึงต้องมีการสร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มซึ่งจะส่งผลให้ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่สนใจที่จะเข้าร่วมดำเนินการและมีทัศนคติที่ดีต่อการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม

2. ความง่ายและสะดวกในการใช้งาน เนื่องจากความต้องการและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศคือ ความต้องการการเชื่อมต่อที่รวดเร็วและสะดวก และรองรับการใช้งานผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ หรือ Tablet นอกจากนี้ ยังต้องพัฒนาให้นักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลผ่าน Search Engine ได้อย่างสะดวกมากขึ้น โดยดิจิทัลแพลตฟอร์มที่จะพัฒนาต้องมีค่าใช้จ่ายที่ต่ำหรือไม่ก่อให้เกิดการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินการของธุรกิจ

3. การเชื่อมโยงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เนื่องจากการใช้งานของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติในการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีการเข้าถึงผ่านช่องทางเครือข่ายสังคมออนไลน์ Facebook.com มากที่สุด ดังนั้น การพัฒนาระบบให้สามารถเชื่อมโยงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์จะเป็นการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น
4. บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) หลายธุรกิจไม่ดำเนินการผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เนื่องจากขาดบุคลากรด้าน IT ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญในการดูแลระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ
5. ความสมบูรณ์ของข้อมูล สิ่งที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ ข้อมูลที่นำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวต้องเป็นข้อมูลที่ทันสมัยและ Real Time ที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมไปถึงการนำเสนอข้อมูลที่ครบถ้วนตามความต้องการและความจำเป็นในการใช้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว
6. การอำนวยความสะดวกในกระบวนการสร้างคุณค่า ระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มต้องสามารถอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวในกระบวนการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยวและระหว่างเดินทางท่องเที่ยว เพื่อที่จะสามารถให้คำปรึกษาแนะนำ ตลอดจนช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในการวางแผนการเดินทางได้
7. ความปลอดภัย เนื่องจากสิ่งที่คุณเข้าถึงอินเทอร์เน็ตกังวลและให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือ ความปลอดภัยในการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว การรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลจะช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจใช้บริการ

2.4 แนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นั้น มีแนวทางในการดำเนินการ ดังนี้

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมายของดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยได้กำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักที่เป็นผู้ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่ เป็นผู้ตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการด้านการท่องเที่ยว และมีกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เนื่องจากเป็นผู้ที่เข้ามาใช้งานระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำให้ผู้พัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสามารถกำหนดเนื้อหาได้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้
2. การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่สนับสนุนการทำธุรกรรม นั่นคือ การปิดการขายหรือการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว และมีการชำระเงิน ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการสร้างความมั่นใจให้กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยการให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ นอกจากนี้ การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มควรสามารถนำเสนอบริการด้านอื่นๆ ให้กับนักท่องเที่ยวเพื่อเป็นการอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นบริการรถเช่า อาทิตริมอเตอร์ไซด์ รถตู้ รถยนต์นั่งส่วนบุคคล เป็นต้น รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขและขอบเขตในการไม่ต้องรับผิดชอบ (Disclaims) ให้ชัดเจน

3. การสร้างการรับรู้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ให้รับรู้ถึงความสำคัญของดิจิทัลแพลตฟอร์มในการดำเนินธุรกิจ รวมไปถึงผลประโยชน์ที่จะได้รับจากดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยสามารถดำเนินการได้ด้วยการจัดประชุมสัมมนาการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการสาธิตการใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์มให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ได้เรียนรู้ รับรู้ และเข้าใจรายละเอียดของดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมทั้งการดำเนินการโครงการนำร่องดิจิทัลแพลตฟอร์ม

4. การฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เพื่อรองรับดิจิทัลแพลตฟอร์ม เนื่องจากธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีหลายระดับและมีประสบการณ์หรือองค์ความรู้ที่แตกต่างกัน รวมไปถึงมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้าน IT ที่แตกต่างกัน ดังนั้น การวางแผนด้านการฝึกอบรมและพัฒนาบุคลากรทางด้าน IT เกี่ยวกับความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อการดูแลและจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์มของแต่ละธุรกิจจึงเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ธุรกิจท่องเที่ยวมีการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มมากขึ้น

5. การกำหนดผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ควรมีการกำหนดหน่วยงานและบุคคลผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ชัดเจน ซึ่งจากการสังเคราะห์ข้อมูลและการประชุมร่วมกับผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการนั้นพบว่า การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบี่ สมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ จะเป็นผู้รับผิดชอบโดยดำเนินการส่งเสริมและสนับสนุนกับธุรกิจท่องเที่ยวที่มีการจดทะเบียนถูกต้องตามกฎหมาย และมีการขึ้นทะเบียนกับสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

3) ผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัย

คณะผู้วิจัยมองผลสำเร็จและความคุ้มค่าของการวิจัยแยกเป็นข้อๆ ดังนี้

3.1 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวได้เป็นอันดับต้นๆ ของประเทศไทย รองจากจังหวัดภูเก็ต กรุงเทพมหานคร เกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี และพัทยา จังหวัดชลบุรี การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงเป็นการวางรากฐานที่สำคัญในการเติบโตของธุรกิจท่องเที่ยวในอนาคตสำหรับจังหวัดกระบี่ และผลที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับจังหวัดท่องเที่ยวอื่นๆ ในอนาคต

3.2 งานวิจัยได้ค้นพบประเด็นสำคัญหลายเรื่องที่สามารถนำไปตั้งเป็นงานวิจัยต่อยอด หรือนโยบายเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวได้ เช่น การขาดบุคลากรด้าน IT ของผู้ประกอบการ พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่ทางจังหวัดสามารถนำไปปรับแนวทางและวิธีการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เหมาะกับนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่ม

3.3 การศึกษาวิจัยนี้เป็นจุดเริ่มต้นในการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการเห็นความสำคัญของการนำเทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลแพลตฟอร์มมาใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการและให้บริการนักท่องเที่ยว

3.4 งานวิจัยมีข้อเสนอแนะซึ่งเป็นผลจากการนำข้อมูลสถิติผสมผสานกับต้นแบบนำร่อง ซึ่งจะช่วยให้ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องมองเห็นสิ่งที่ต้องดำเนินการอย่างชัดเจน หากต้องการให้การนำดิจิทัล

แพลตฟอร์มไปใช้เกิดผลสำเร็จ

3.5 นอกเหนือจากผู้ประกอบการท่องเที่ยวและภาครัฐที่มีส่วนรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวแล้ว ผลที่ได้จากงานวิจัยนี้ยังช่วยให้ผู้ประกอบการซอฟต์แวร์มองเห็นความต้องการและสิ่งที่ยังขาดในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ซึ่งผู้ประกอบการซอฟต์แวร์สามารถพัฒนาระบบเพื่อมาแก้ปัญหาในจุดที่ยังเป็นความต้องการของลูกค้าที่เป็นผู้ประกอบการท่องเที่ยว

4) การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

สำหรับการใช้ประโยชน์จากการวิจัยครั้งนี้ ได้นำไปพัฒนาบริการต้นแบบบนดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยนำข้อมูลความต้องการของผู้ประกอบการและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติไปสังเคราะห์แนวทางการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และร่วมมือกับทางสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ ในการเปิดโอกาสให้สมาชิกของสมาคมฯ เข้ามาใช้บริการ ซึ่งนอกเหนือจากการเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองต่อตลาดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติแล้ว ยังเป็นการสร้างเครือข่ายความเข้มแข็งของสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ เนื่องจากผู้ที่เข้ามาใช้ประโยชน์จากดิจิทัลแพลตฟอร์มนี้ต้องเป็นสมาชิกของสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ซึ่งต้องมีการจดทะเบียนที่ถูกต้องตามกฎหมาย ผลจากการนำต้นแบบไปทดสอบกับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ในเบื้องต้นนั้น ทำให้เกิดแนวทางการขยายผลไปยังจังหวัดอื่นๆ ในอนาคต

บทคัดย่อ

ผู้อำนวยการแผนงาน

ดร.รัฐภูมิ ตู้จินดา

Email

rattapoom.tuchinda@nectec.or.th

ระยะเวลาดำเนินการ

15 สิงหาคม 2557 – 14 ธันวาคม 2558

โครงการมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ โดยรายละเอียดของโครงการแบ่งเป็นการศึกษาพฤติกรรมผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวในส่วนการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และการประยุกต์ใช้ต้นแบบนำร่องกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้สรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มในระดับจังหวัด อันจะนำไปสู่การยกระดับและเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวโดยรวม

การศึกษาข้อมูลได้ทำการสำรวจและเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการโรงแรม/ที่พัก จำนวนทั้งหมด 221 แห่ง นักท่องเที่ยวชาวไทย 303 คน และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่จังหวัดกระบี่ 337 คน โดยใช้แบบสอบถามและมีการสัมภาษณ์เสริมในส่วนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลการศึกษารายงานพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นธุรกิจโรงแรม/ที่พักในกระบี่นั้นมีบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) เฉลี่ย 1.45 คนต่อแห่ง มีการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและดิจิทัลแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มศักยภาพในการบริหารจัดการภายในและการหาลูกค้า แต่ยังมีกลุ่มผู้ประกอบการถึง 22.5% ที่ยังขาดความพร้อมด้าน IT และต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งกลุ่มที่ขาดความพร้อมต้องการการสนับสนุนในด้านต่างๆ คือ ด้านเว็บไซต์ ด้านอีเมล ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ และด้าน Office Suite โดยประเด็นปัญหาที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ การขาดแคลนบุคลากรด้าน IT สำหรับในส่วนของนักท่องเที่ยวนั้น จากการศึกษาพบว่านักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติมีส่วนที่เหมือนกันคือ ช่วงอายุของนักท่องเที่ยวเป็นช่วงวัยเริ่มต้นทำงาน และใช้อินเทอร์เน็ต/สื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางโทรศัพท์เคลื่อนที่ในการค้นหาข้อมูลท่องเที่ยวเพื่อวางแผนการเดินทางเอง ซึ่งในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมีความน่าเชื่อถือเป็นสิ่งสำคัญ

ในการประยุกต์ใช้ต้นแบบนำร่องนั้น ผลศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวได้นำมาสังเคราะห์เพื่อเลือกพัฒนาด้านแบบเครื่องมือสร้างเว็บไซต์อย่างง่าย เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ยังไม่มีความพร้อมด้าน IT ให้สามารถสร้างเว็บไซต์ของตัวเองได้ โดยที่ไม่จำเป็นต้องเขียนโปรแกรม เพียงแค่กรอกข้อมูลในระดับความยากง่ายเทียบเท่ากับแบบฟอร์มภาษีประจำปี ซึ่งทางโครงการได้จัดประชุมเชิงปฏิบัติการโดยมีผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เข้าร่วมทดสอบใช้งาน ซึ่งได้รับการตอบรับเป็นอย่างดี

ทั้งนี้ ผลลัพธ์ของงานวิจัยนี้ นอกเหนือจากข้อมูลการศึกษาผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยวแล้วยังมีข้อเสนอแนะแนวทางการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มไปใช้เพื่อให้เกิดความสำเร็จอย่างยั่งยืน ที่ต้องดำเนินการโดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน มุ่งเน้นการปิดการขาย สร้างความรู้และเข้าใจ พัฒนาศักยภาพด้าน IT และกำหนดเจ้าภาพในการผลักดันและขยายผลในระดับจังหวัด

Abstract

Head of Project	Rattapoom Tuchinda, Ph.D.
Email	rattapoom.tuchinda@nectec.or.th
Duration	15 August 2014 – 14 December 2015

This project studies potentials and effects from applying digital platform to the tourism industry. To goal is to increase capacities and capabilities of businesses related to tourism in the province of Krabi. The research project comprises of two parts; the first part is the marketing research to understand the behavior of tourism business operators and tourist – both Thai and foreigners. The second part is to create a prototype software-as-a-service to support tourism business operators. The sum of both parts will pave the way to understanding how digital platform can enhance the local tourism and the policy to innovate, sustain, expand, and integrate digital platform into the fabric of tourism.

In the marketing research part, we collect 221 questionnaires from hotel operators, 303 questionnaires from Thai tourists, and 337 questionnaires from foreign tourists. In additional to quantitative data, we also conduct qualitative interviews with business owners and government organization responsible for promoting tourism business. We found that there is an average of 1.45 IT personnel in each hotel. The majority of hotels use IT and digital platform in one form or another to help improve efficiency and effectiveness in internal management and customer acquisition. However, 22.5% of hotel owners are not IT ready and needs government supports in the following areas: website, email, social network, online branding, and office suite. In addition of these areas, one major problem is the lack of IT personnel. As for the tourist research, we found that there are similarities between Thai and foreign tourists in the following aspects: the demographics of tourists are first and early second jobbers. They all use mobile phones to conduct research and trip planning via Internet and social network. The important factor that they use to decide whether to patron the hotels and other travel related business is reputation.

The second part of the project focuses on creating software-as-a-service prototype to help business owners. We use the result of the marketing research part to decide which service to implement. The prototype is called Thaiwebly, the website building engine that help business owners build their own websites without knowing any programming and without needing any IT personnel; the process of building a website is

not harder than filling a yearly income tax form. We held a workshop to guide business owners to implement their own websites and we have received good feedbacks.

The output of this research project includes a.) basic marketing research data that could be used to plan policy and business, b.) research prototype software-as-a-service website building engine, and c.) recommendation on how to integrate digital platform into tourism businesses in an effective and sustainable manner, which requires: clear customer target, deal-closing focus, concept understanding, IT human resource building, and dedicated province level project owner.

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

“ฐานรองรับข้อมูลและบริการแบบดิจิทัล” หรือเรียกสั้นๆ ว่า ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) เป็นตัวกลางในการส่งผ่านข้อมูลดิจิทัลระหว่าง ผู้เป็นเจ้าของข้อมูลและบริการ (Content and service owner) และลูกค้า (Customer) หากเปรียบเทียบในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ดิจิทัลแพลตฟอร์มเปรียบเสมือนตลาดกลางการค้าขายโดยมีพ่อค้านำสินค้ามาวางขาย สินค้าที่นำมาขายอาจอยู่ในรูปแบบพร้อมใช้ เช่น อาหารสำเร็จรูป หรือสินค้าที่อยู่ในรูปแบบวัตถุดิบ เช่น เนื้อสด ผักสด ซึ่งผู้ซื้อต้องนำไปผสมผสานเพื่อให้อยู่ในรูปแบบที่พร้อมใช้ตามที่ผู้ซื้อแต่ละคนต้องการ ในฐานะเจ้าของตลาดมีหน้าที่ที่จะทำอย่างไรให้สามารถอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ซื้อและผู้ขายที่เข้ามาใช้บริการในตลาดของตนให้ได้มากที่สุด เช่น รักษาความสะอาด ดูแลความปลอดภัย จัดระเบียบ รวมถึงกฎเกณฑ์การใช้บริการร่วมกัน โดยในแผนงานวิจัยนี้จะเน้นการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างบริการด้าน IT ให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

ปัจจุบันข้อมูลข่าวสารและการบริการเข้าสู่ยุคของข้อมูลข่าวสารในรูปแบบดิจิทัลมากขึ้น ในอดีตนักท่องเที่ยวจะจองตั๋วเครื่องบินผ่านบริษัทตัวแทนจำหน่ายโดยการโทรศัพท์ แต่ในปัจจุบันพฤติกรรมนักท่องเที่ยวได้เปลี่ยนแปลงไปมาก นิยมการใช้บริการข้อมูลข่าวสารและทำการจองผ่านเว็บไซต์ต่างๆ แทน ความสามารถในการให้บริการในรูปแบบดิจิทัลของผู้ประกอบการได้เปลี่ยนโฉมรูปแบบธุรกิจอย่างสิ้นเชิง สิ่งที่ชัดเจนคือ จำนวน และความเร็วในการเข้าถึงลูกค้าโดยใช้ค่าใช้จ่ายในการจัดหาลูกค้า (Customer Acquisition Cost) ที่ต่ำ ผู้ที่มีสินค้าและบริการดิจิทัลนั้น สามารถต่อเชื่อมเข้ากับผู้ซื้อได้โดยตรงผ่านวิธีการติดต่อที่ตกลงกัน โดยมีศัพท์เทคนิคว่า “ส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์ (Application Programming Interface - API)” โดยไม่จำเป็นต้องผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์ม แต่มีข้อเสียคือ การเชื่อมต่อเข้าลูกค้าแต่ละราย (หรือการเชื่อมต่อเข้ากับผู้ที่มีสินค้าแต่ละราย) จะต้องทำการเชื่อมต่อแยกกันทีละครั้งซึ่งมีค่าใช้จ่ายสูง ผู้ที่จะสามารถทำได้จึงเป็นบริษัทขนาดใหญ่ที่มีทุนทรัพย์สูง ในขณะที่บริษัทขนาดกลางและขนาดเล็กที่มีทุนทรัพย์ไม่มากพอที่จะเชื่อมต่อได้กับหลายราย ยกตัวอย่างเช่น โรงแรมนั้นสามารถเลือกที่จะขายตรงผ่านเว็บไซต์ได้ หรือเชื่อมต่อไปยังกลุ่มขายส่งที่เรียกว่า Hotel Channel Management เช่น บริษัท SiteMinder เป็นต้น ซึ่งหากเป็นบริษัทใหญ่สามารถเชื่อมต่อไปยังกลุ่มผู้ขายได้หลายช่องทาง เพราะมีทุนทรัพย์ในการจ่ายค่าเชื่อมต่อ แต่บริษัทหรือโรงแรมเล็กๆ จะไม่สามารถเชื่อมต่อได้หลายที่เนื่องจากมีค่าใช้จ่ายสูง เป็นต้น

ดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงเป็นเครื่องมือที่จะช่วยในการแก้ปัญหาให้กับบริษัทขนาดกลางและขนาดเล็ก โดยบริษัทที่มีสินค้าสามารถเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มครั้งเดียวแต่สามารถขายให้กับลูกค้าหลายราย และในทางกลับกัน ลูกค้าเชื่อมต่อดิจิทัลแพลตฟอร์มครั้งเดียวก็สามารถซื้อสินค้าจากผู้ขายได้หลายรายเช่นเดียวกัน นอกจากนี้ ในฐานะเจ้าของแพลตฟอร์มยังสามารถออกแบบกฎเกณฑ์ เงื่อนไข หรือข้อกำหนดที่เป็นธรรม เพื่อให้การซื้อขายเป็นไปอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานซึ่งในประเทศไทยนั้นยังไม่มีดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวที่เป็นของคนไทยและพัฒนาโดยคนไทยในรูปแบบนี้มาก่อน

ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) และหน่วยงานพันธมิตรได้ตระหนักถึงปัญหาและโอกาสในการส่งเสริมขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีให้กับผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในประเทศไทย จึงได้จัดตั้งโครงการวิจัยและพัฒนา ระบบ Thailand One Click ขึ้นมาเพื่อให้เป็นตลาดกลางสำหรับการแลกเปลี่ยนข้อมูลและบริการระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยวให้สามารถนำข้อมูลหรือบริการมาผสมผสานกันให้เกิดบริการใหม่ๆ ได้ โดยการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อใช้เป็น ‘กาว’ ประสานข้อมูลและบริการของการท่องเที่ยวให้อยู่ในรูปแบบที่ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวทั่วไปสามารถเข้าถึงและสามารถนำไปใช้งานได้ โดยใช้โอกาสจากแนวโน้มการพัฒนาซอฟต์แวร์ในปัจจุบัน ที่เน้นการให้ซอฟต์แวร์ในรูปแบบบริการ (Software-as-a-Service หรือ SaaS) เพื่อให้สามารถนำไปต่อยอดเกิดเป็นบริการใหม่ๆ ได้อย่างหลากหลาย เนคเทคจึงมุ่งเน้นการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มให้บริการเชื่อมต่อ API เพื่อเป็นตลาดกลางสำหรับบริการซอฟต์แวร์โดยเริ่มนำร่องในอุตสาหกรรมด้านการท่องเที่ยวก่อน

ดังนั้น เพื่อประโยชน์ต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว แผนงานนี้จึงมีเป้าหมายในการศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวโดยศึกษานำร่องที่จังหวัดกระบี่ซึ่งการศึกษาศักยภาพนั้นทำได้โดยการสำรวจวิจัยการตลาดเพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมทั้งศึกษาสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและความต้องการของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ส่วนการประยุกต์นั้นทางคณะผู้วิจัยจะทำการสร้างบริการด้าน IT สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นพื้นฐานในการพัฒนา และทำการศึกษาการใช้งานและผลกระทบ โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดประสิทธิภาพและให้เกิดข้อเสนอแนะของนโยบายการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่เป้าหมาย

1.2 วัตถุประสงค์ของแผนงาน

เพื่อศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการทางเทคนิคและทางธุรกิจของดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) รวมไปถึงการกำหนดคุณสมบัติ/คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เหมาะสมและเพื่อตอบโจทย์ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจซอฟต์แวร์ และการนำไปใช้ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่

1.3 กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของแผนงานวิจัยนี้มีเป้าหมายผลลัพธ์ในสองแนวทาง คือ ให้เกิดแนวทางการพัฒนาการดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับอุตสาหกรรมท่องเที่ยว (ผลผลิตโครงการย่อยที่ 2) และ ให้เกิดตัวอย่างการบริการด้าน IT ที่ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นพื้นฐาน (ผลผลิตโครงการย่อยที่ 1) โดยปกติแล้วโครงการย่อยมักจะมีการทำงานค่อนข้างอิสระต่อกัน แต่ในโครงการนี้คณะผู้วิจัยต้องการให้มีผลลัพธ์ทั้งในทางทฤษฎีและทางปฏิบัติ จึงต้องมีการประสานงานระหว่างโครงการ โดยแนวทางสามารถแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนแรก คณะผู้วิจัยจะเตรียมความพร้อมทางด้านเทคนิคของดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งประกอบด้วย ส่วนประเภทของการบริการ เช่น บริการข้อมูลท่องเที่ยว บริการจองตั๋ว และส่วนของการทดสอบความเสถียรในการให้บริการของระบบตามรายการดังนี้ ทดสอบความปลอดภัย (Security Test) ทดสอบการสำรองและกู้คืนข้อมูล (Backup and Restore Test) ทดสอบการกระจายหน่วยความจำเพื่อรองรับบริการ (Load Balancing/ Scalability Test) ทดสอบการดึงข้อมูล (Mediator System) ทดสอบการติดตามสุขภาพของแพลตฟอร์ม (Health Monitoring) ทดสอบการตอบสนองของระบบ (Latency Test) และทดสอบความง่ายของการใช้งาน (User Friendly)

ขั้นตอนที่สอง เนื่องจากแนวคิดด้านดิจิทัลแพลตฟอร์มนั้นมีความลึกซึ้ง ดังนั้น คณะผู้วิจัยจะนำแนวคิดมาวิเคราะห์และปรับให้เข้ากับบริบทการใช้งานด้านการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว ในการสร้างแบบสอบถามวิจัยที่เข้าใจง่ายเพื่อวัดสถิติในสามมิติด้านกว้าง กล่าวคือ

- ความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม
- ปัจจัยความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม
- พฤติกรรมการใช้ E-Commerce ของนักท่องเที่ยว

ขั้นตอนที่สาม การนำสถิติมาวิเคราะห์ และจัดหมวดหมู่เพื่อให้เห็นแนวโน้ม (Trend) และ แนวทางในการดำเนินงานวิจัยต่อไป

ขั้นตอนที่สี่ การนำผลสถิติมาประยุกต์เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ทั้งในด้านทฤษฎีเพื่อเป็นแนวทางในการกำหนดนโยบายหรือวางแผนงานด้านการท่องเที่ยว และผลลัพธ์ในทางปฏิบัติเพื่อแสดงให้เห็นถึงการประยุกต์ใช้งานวิจัยที่สามารถนำไปใช้ได้จริง เป็นการวางรากฐานเพื่อการขยายผลในอนาคต

1.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงานของแผนงานวิจัย มีดังนี้

1.4.1 คณะผู้วิจัยดำเนินการจัดประชุมเพื่อชี้แจงโครงการวิจัยแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในกระบี่ ซึ่งประกอบด้วย ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว (โดยเน้นที่ธุรกิจโรงแรมที่พักเป็นหลัก) และ ตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล และความสนใจในการเข้าร่วมในการทดสอบต้นแบบ (pilot test)

1.4.2 คณะผู้วิจัยดำเนินการศึกษาความต้องการการใช้งานระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมไปถึงการศึกษาพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform)

1.4.3 เมื่อได้ผลการสำรวจและวิเคราะห์เบื้องต้นของทั้ง 2 ชุดโครงการย่อย คณะผู้วิจัยจัดประชุม คณะผู้วิจัยและผู้ประกอบการเพื่อสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันในการจัดทำแนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) รวมถึงการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้สร้างบริการด้าน IT ตามความต้องการของผู้ประกอบการที่ได้ทำการสำรวจมา เพื่อเป็นกรณีศึกษา

1.4.4 ผลจากการศึกษาวิจัยของโครงการย่อย จะได้ผลลัพธ์คือ แนวทางและรูปแบบการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมถึงต้นแบบการบริการที่สร้างขึ้นจากการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม คณะผู้วิจัยจะจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์เพื่อสรุปแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับจังหวัดกระบี่ และแนวทางในการขยายผลเพื่อก่อให้เกิดประโยชน์กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยรายละเอียดประกอบด้วย รูปแบบ แนวทางการดำเนินงาน ข้อจำกัด และอุปสรรคในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ เป็นการทำงานร่วมกันระหว่างคณะนักวิจัยจากศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) และคณะนักวิจัยจากสำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ซึ่งการดำเนินงานวิจัยแบ่งเป็น 2 โครงการย่อย ได้แก่ 1) โครงการแนวทางการพัฒนารูปแบบ (Model) การเชื่อมต่อ API (Application Program Interface) บนดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวกรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ และ 2) โครงการการศึกษาปัจจัยสู่ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ โดยมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตของข้อมูลในการศึกษา คณะผู้วิจัยจะศึกษารูปแบบการเชื่อมต่อ API สำหรับการให้บริการ ในธุรกิจท่องเที่ยวด้านต่างๆ และสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ รวมไปถึงศึกษาพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กระบี่

1.5.2 ขอบเขตของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม คณะผู้วิจัยจะนำผลที่ได้จาก 1.5.1 มาสังเคราะห์และสร้างบริการต้นแบบโดยการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้ให้ตรงกับความต้องการด้านเทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการท่องเที่ยว และทำการทดสอบเบื้องต้น (Pilot) กับผู้ประกอบการท่องเที่ยวเพื่อให้ได้แนวทางการบริหารจัดการและการขยายผลของดิจิทัลแพลตฟอร์มในจังหวัดกระบี่และจังหวัดอื่นๆ

1.5.3 ขอบเขตด้านเวลา แผนงานวิจัยนี้ มีระยะเวลาในการศึกษา 1 ปี 4 เดือน

1.6 พื้นที่วิจัย

แผนงานวิจัยนี้จะทำการศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเขตพื้นที่จังหวัดกระบี่ ซึ่งเป็นจังหวัดที่มีรายได้จากการท่องเที่ยวมากเป็นอันดับสามของภาคใต้

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ มีประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ ดังนี้

1.7.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องทราบสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เพื่อประโยชน์ในการพัฒนาและส่งเสริมการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

1.7.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลในรูปแบบ Content ของสถานที่ท่องเที่ยวในกระบี่ต่างๆ เป็นภาษาจีน ซึ่งเป็นผลผลิตของการพัฒนาและทดสอบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่งหน่วยงานฯ สามารถนำข้อมูลเหล่านี้ไปใช้ทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ได้

1.7.3 สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องทราบปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเป็นประโยชน์ในการวางแผนการสนับสนุนการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในระยะยาว สมาคมผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่เกี่ยวข้องสามารถใช้ประโยชน์จากผลสำรวจด้านพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยวและผู้ประกอบการ เพื่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในพื้นที่ให้มีความพร้อมในการแข่งขันทางธุรกิจ

1.7.4 ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในส่วนของโรงแรมขนาดเล็ก สปา ร้านอาหาร และบริษัททัวร์ ได้ใช้ประโยชน์จากบริการต้นแบบที่คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้น เพื่อตอบโต้และแก้ปัญหาด้านการขาดแคลนเทคโนโลยีและบุคลากรด้าน IT ซึ่งในบทที่ 2 จะมีข้อมูลสรุปการทดสอบและผลตอบรับจากผู้ประกอบการที่ใช้งานจริง เพื่อนำไปสู่การวางแผนการขยายผลต่อไป

1.8 แนวคิดทฤษฎีและเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แผนงานวิจัยนี้เน้นการศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบการบริหารจัดการทางเทคนิคและทางธุรกิจของดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) รวมไปถึงการศึกษาลักษณะของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว กรณีศึกษาจังหวัดกระบี่ โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าข้อมูลวรรณกรรมและสารสนเทศที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการให้บริการของดิจิทัลแพลตฟอร์มและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มโดยมีลำดับหัวข้อ ดังนี้

1.8.1 แนวคิดทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษาความเป็นมา ความหมายของดิจิทัลแพลตฟอร์ม และการนำดิจิทัลแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้ในธุรกิจต่างๆ

อินเทอร์เน็ตถูกสร้างขึ้นมาในช่วงของปี ค.ศ.1960 (Griffiths, 2545) โดยจุดประสงค์เริ่มแรกเพื่อให้ นักวิจัยและอาจารย์ในสถาบันการศึกษาสามารถแลกเปลี่ยนข้อมูลกันได้โดยเชื่อมต่อข้อมูลกันในลักษณะโครงข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ (network) ผ่านข้อกำหนดที่ใช้เพื่อเป็นมาตรฐานสำหรับการสื่อสารระหว่างคอมพิวเตอร์ หรือเรียกสั้นๆ ว่า โปรโตคอล (protocol) การใช้งานอินเทอร์เน็ตในยุคแรก รู้จักกันในชื่อว่า โครงข่าย ARPANET ซึ่งมีวิธีการส่งข้อมูลในรูปของคลื่นไมโครเวฟ ภาพที่ 2 แสดงถึงโครงข่ายของ ARPANET ในปี ค.ศ.1971



ภาพที่ 2 แสดงโครงข่ายของ ARPANET ปี 1971 (ที่มา Griffith (2545))

โครงสร้างการเชื่อมต่อนั้นมีลักษณะคล้ายใยแมงมุม จึงเป็นที่มาของคำว่า World Wide Web (WWW) หรือเว็บไซต์ ซึ่งในปี ค.ศ. 1984 นั้นได้มีการสร้างโปรโตคอลที่เรียกว่า Domain Name Server (DNS) เพื่อใช้อ้างอิงถึงเครื่องคอมพิวเตอร์แต่ละเครื่อง โดยชื่อ โดเมนเนม และ ไอพีแอดเดรส เปรียบเสมือนเบอร์โทรศัพท์ที่ผู้ใช้สามารถโทรเข้าไปเพื่อเชื่อมต่อเข้าเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นๆ เมื่อจำนวนเครื่องที่ต่อเชื่อมเข้าอินเทอร์เน็ตมีมากขึ้น แต่ละเครื่องคอมพิวเตอร์นั้นก็จะมีข้อมูลในรูปแบบ HTML จำนวนหนึ่ง ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนและการเข้าถึงข้อมูลที่มากขึ้น ปัญหาที่ตามมาคือ จะทำอย่างไรเพื่อที่จะจัดหมวดหมู่ของเว็บไซต์ให้เป็นกลุ่มๆ เพื่อให้หาง่ายขึ้น จึงเป็นที่มาของ สมุดหน้าเหลืองอินเทอร์เน็ต (Internet Directory) ภาพที่ 3 แสดงถึงสมุดหน้าเหลืองอินเทอร์เน็ตยุคแรกๆ โดยบริษัท Yahoo ซึ่งเว็บไซต์ที่รวบรวมลิงค์เป็นกลุ่มก้อนมีชื่อเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า Portal โดยในปัจจุบันนั้นมี Portal อยู่มากมาย ยกตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ sanook.com เป็นต้น ซึ่ง Portal นั้นถือเป็นรูปแบบอย่างหนึ่งของดิจิทัลแพลตฟอร์ม



ภาพที่ 3 แสดงภาพ Internet Directory ยุคแรก

นิยามของดิจิทัลแพลตฟอร์มนั้น Laurence Meyer (2000) ได้ให้รายละเอียดไว้ว่า “ดิจิทัลแพลตฟอร์ม คือ ระบบที่ให้บริการกับลูกค้าสำหรับเชื่อมต่อ เพื่อการเข้าถึงกลุ่มของการให้บริการออนไลน์ที่หลากหลาย โดยการเชื่อมต่อและการใช้บริการนั้น อาจมีค่าใช้จ่ายหรือฟรีก็ได้” ประเด็นสำคัญจากนิยามที่กล่าวถึงคือ ระบบการบริการ การเชื่อมต่อ และเงื่อนไขการใช้งาน ซึ่งดิจิทัลแพลตฟอร์มนั้นเปรียบได้เหมือนตลาด (ระบบ) ที่มีพื้นที่ร้านค้าที่สามารถให้ผู้ขายนำสินค้าหรือบริการมาวางขายได้ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด เช่น ผู้เข้ามาใช้ตลาดจะต้องจ่ายค่าเช่า 10 บาท (เงื่อนไขในการเชื่อมต่อใช้งาน)

ในกรณีของ Internet Directory เช่น Yahoo หรือ sanook.com นั้น ระบบ คือ เว็บไซต์ในรูปแบบที่เป็นลักษณะ Portal การบริการ คือ ให้บริการรายชื่อ เว็บไซต์ต่างๆ โดยจัดเป็นหมวดหมู่ การเชื่อมต่อ คือ การใช้เบราว์เซอร์ในการเข้าถึงเว็บไซต์ และเงื่อนไขการใช้งาน คือ การใช้งานฟรี

อย่างไรก็ดี การมีดิจิทัลแพลตฟอร์มมีข้อดีหลายประการ ดังนี้

1. สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้โดยการใช้บริการเพียงจุดเดียว แทนการที่จะต้องไปใช้บริการหลายจุด เช่น มาตลาดครั้งเดียวซื้อได้ทั้งเนื้อสัตว์และผัก แทนที่ผู้ซื้อจะต้องเดินทางไปซื้อเนื้อที่โรงฆ่าสัตว์ และไปซื้อผักจากสวนโดยตรง

2. สามารถควบคุมมาตรฐานในการบริหารจัดการได้ เจ้าของแพลตฟอร์มสามารถที่จะกำหนดเงื่อนไขการใช้งาน หรือการให้บริการเพื่อควบคุมคุณภาพในการบริการให้ดี ยกตัวอย่างเช่น บริษัท Apple มีมาตรฐานที่เข้มงวดในการอนุมัติแอปพลิเคชันที่จะไปวางบน Appstore (หนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทม์, 2554)

3. ทำการตลาดโดยรวมได้ง่ายกว่า การจะโปรโมทนั้นสามารถโปรโมทในรูปแบบของแพลตฟอร์ม ซึ่งเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่าหากเปรียบเทียบกับ การโปรโมทสินค้าและบริการแยกกันแต่ละอย่าง

4. อำนาจในการต่อรอง เมื่อแพลตฟอร์มมีลูกค้าจำนวนมาก จะมีอำนาจในการต่อรองกับผู้ให้บริการ เช่น กำหนดค่าบริการหรือมาตรฐาน เป็นต้น ในทางกลับกัน ถ้าแพลตฟอร์มมีจำนวนผู้ให้บริการมาก จะสามารถกำหนดมาตรฐานหรือค่าบริการเพิ่มเติมกับลูกค้าได้เช่นเดียวกัน

ตารางที่ 1 ตัวอย่างดิจิทัลแพลตฟอร์มในธุรกิจต่างๆ

	ระบบและการให้บริการ	การเชื่อมต่อ	เงื่อนไขในการใช้ บริการ
Facebook	โซเชียลมีเดีย เพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถติดต่อสื่อสารกับผู้อื่นในสังคมออนไลน์	ใช้ผ่านเว็บไซต์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่	ผู้ใช้งานต้องมีอายุ 13 ปีขึ้นไป
Apple Itune	สามารถดาวน์โหลดแอปพลิเคชันต่างๆ สำหรับโทรศัพท์ iPhone	ใช้ผ่านเว็บไซต์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่	ผู้ใช้งานต้องลงทะเบียนใช้งานกับ Apple ID
Radian 6	บริการในการติดตามพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ต รวมถึงเทรนที่เด่นดังในอุตสาหกรรมต่างๆ	ใช้ผ่านเว็บไซต์	ผู้ใช้งานต้องเสียค่าใช้จ่ายในการใช้งานระบบ
Google	ผู้ใช้งานสามารถสืบค้นข้อมูลบนอินเทอร์เน็ตได้	ใช้ผ่านเว็บไซต์หรือโทรศัพท์เคลื่อนที่	ฟรี
Xbox360	ผู้ใช้งานสามารถดาวน์โหลดเกมส์และพูดคุย/เล่นเกมกับบุคคลอื่นบนระบบได้	ใช้ผ่านเครื่องเล่นเกมส์ Xbox 360 เท่านั้น	ผู้ใช้งานจะต้องมีเครื่องเล่นเกมส์ Xbox360

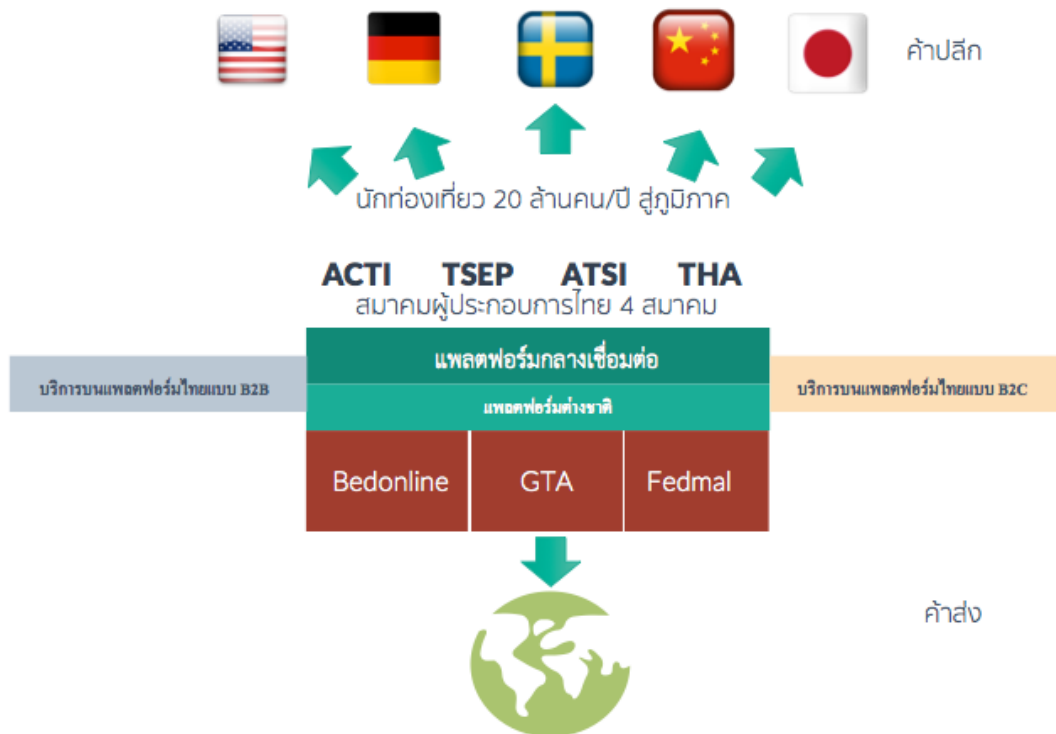
ตารางที่ 1 แสดงให้เห็นถึงการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในธุรกิจซึ่งมีผู้ใช้อย่างกว้างขวาง เช่น Facebook, Apple Itune, Radian6, Google, Xbox360 เป็นต้น เป็นที่สังเกตได้ว่า ดิจิทัลแพลตฟอร์มนั้นเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแข่งขันทางธุรกิจ หากพิจารณาจากข้อดีของแพลตฟอร์มเบื้องต้นจะพบว่า

1. สามารถเข้าถึงข้อมูลและบริการได้โดยการใช้บริการเพียงจุดเดียว เป็นการอำนวยความสะดวกให้กับลูกค้า และถือเป็นจุดแข็งในการบริการของเจ้าของแพลตฟอร์ม
2. สามารถควบคุมมาตรฐานในการบริหารจัดการได้ ทำให้ได้บริการและสินค้าที่มีคุณภาพดีกว่า
3. สามารถทำการตลาดโดยรวมได้ง่ายกว่าและเสียค่าใช้จ่ายน้อยกว่า เป็นการลดค่าใช้จ่าย เพิ่มรายได้ให้กับเจ้าของแพลตฟอร์ม
4. มีอำนาจในการต่อรอง ทำให้สามารถบริหารจัดการเพื่อลดต้นทุนและเพิ่มกำไรได้ดีกว่า

นอกจากนี้ การรวบรวมบริการเข้ามาในแพลตฟอร์ม ยังเป็นกลยุทธ์ในการขยายผลการให้บริการโดยใช้การลงทุนที่ต่ำ ดังจะเห็นว่าบริษัทใหญ่ๆ เช่น Microsoft, Google, Facebook, และ Apple ต่างเชิญชวนผู้ประกอบการหรือโปรแกรมเมอร์ให้มาสร้างบริการบนแพลตฟอร์มของตน ซึ่งหากบริษัทเหล่านั้นจะทำการสร้างบริการเองทั้งหมด จะต้องใช้เงินเป็นจำนวนมหาศาล

1.8.2 แนวคิดการนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแพลตฟอร์มแห่งชาติ

หากภาครัฐสามารถสร้างดิจิทัลแพลตฟอร์มแห่งชาติขึ้นมาได้ โดยการรวบรวมสินค้าและบริการด้านท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นตัวเครื่องบิน โรงแรม จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและเพิ่มรายได้ให้กับอุตสาหกรรมไทย ดังนั้น ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ จึงได้ร่วมกับสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ สมาคมผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ เช่น สมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีสารสนเทศไทย (ATCI) สมาคมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย (ATSI) สมาคมส่งเสริมการส่งออกอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ไทย (TSEP) และ สหกรณ์เครดิตยูเนี่ยนท่องเที่ยวไทย จำกัด ได้จัดทำร่างแผนงานพัฒนาแพลตฟอร์มแห่งชาติ (สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ, 2556) โดยมีแนวคิดเบื้องต้น ดังแสดงในภาพที่ 4



ภาพที่ 4 แสดงแผนงานแพลตฟอร์มแห่งชาติ

แพลตฟอร์มแห่งชาติดังกล่าวจะมีแนวคิดการทำงาน 3 ขั้นตอน

1. มีการพัฒนาฝั่ง Demand โดยการโปรโมทกับผู้ซื้อจาก สหรัฐอเมริกา เยอรมันนี สวีเดน จีน และญี่ปุ่น
2. มีการพัฒนาแพลตฟอร์มกลาง โดยมีการกำหนดมาตรฐานในการเชื่อมต่อสองส่วน คือ 1) ส่วนเชื่อมต่อกับแพลตฟอร์มต่างชาติ เช่นร่วมกับ GTA, Bedonline และ 2) ส่วนเชื่อมต่อกับบริการของไทย (Supply) ในสองรูปแบบคือ รูปแบบขายต่อลูกค้า (B2C) และ รูปแบบขายต่อธุรกิจ (B2B)
3. มีการพัฒนาฝั่ง Supply ซึ่งก็คือผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวต่างๆ

ซึ่งจากแนวทางการพัฒนาดังกล่าว ในส่วนแพลตฟอร์มนั้นจะมีการเชื่อมต่อสินค้าบริการด้านการท่องเที่ยวในทุกมิติ ตั้งแต่ ตัวเครื่องบิน รถเช่า โรงแรม ทัวร์ ร้านอาหาร สปา และกอล์ฟ เป็นต้น ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 แนวทางการพัฒนาและเชื่อมต่อของแพลตฟอร์ม

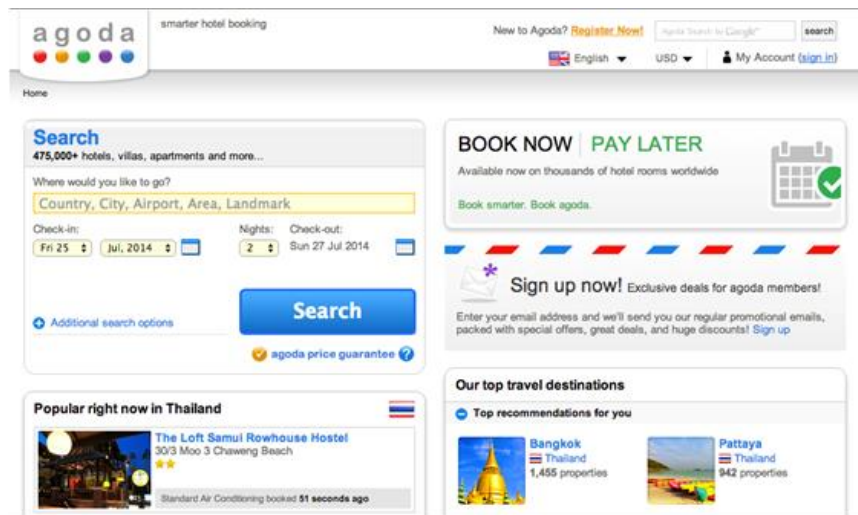
จากแนวทางดังกล่าวจะเห็นว่ามียารละเอียดยและมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเป็นจำนวนมาก ดังนั้น การจะพัฒนาผลงานให้เห็นเป็นรูปธรรม จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมุ่งเน้นไปในอุตสาหกรรมย่อยอุตสาหกรรมหนึ่ง โดยพัฒนาแพลตฟอร์มสำหรับอุตสาหกรรมย่อยนั้นให้สำเร็จ ก่อนจะขยายผลไปยังอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ซึ่งโครงการที่คณะผู้วิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยนี้ เปรียบเสมือนโครงการนำร่องในแนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มแห่งชาติ ทั้งนี้ จะมุ่งเน้นที่อุตสาหกรรมพื้นฐานก่อนโดย

1. มีการพัฒนาแพลตฟอร์มกลาง โดยมีการกำหนดมาตรฐานในการเชื่อมต่อ
2. เชื่อมต่อฝั่ง Supply สินค้าด้านการท่องเที่ยวเข้ากับแพลตฟอร์มกลาง เช่น ตั๋วเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า รวมถึงผู้ประกอบการ และฝั่ง Demand ในการทดสอบระบบเพื่อแสดงให้เห็นด้านเทคนิคว่าสามารถซื้อขายได้จริง
3. มีการศึกษาวิจัยแนวทางในการพัฒนาและบริหารจัดการแพลตฟอร์มเพื่อเป็นพิมพ์เขียวในการขยายผลและการบริหารจัดการต้นแบบให้เป็นรูปธรรม

1.8.3 ตัวอย่างดิจิทัลแพลตฟอร์มด้านการท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ

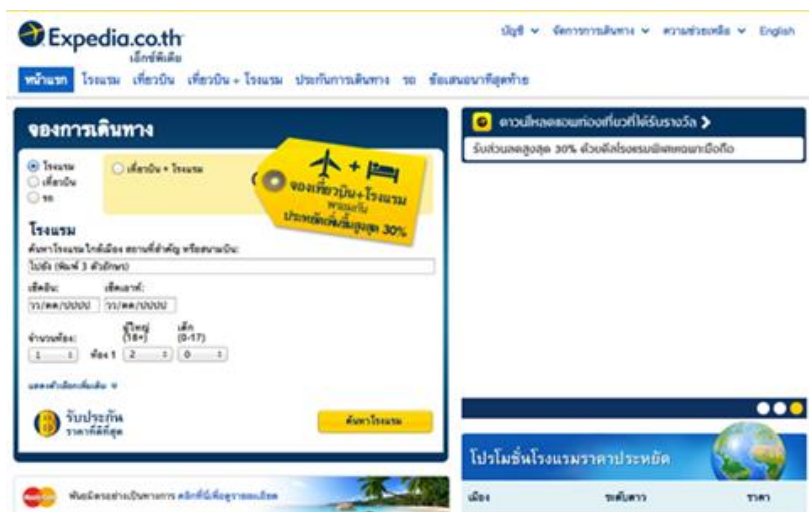
1.8.3.1 Agoda.com เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการจองที่พักแก่นักท่องเที่ยว โดย Agoda มีการคิดค่านายหน้ากับทางโรงแรม เมื่อนักท่องเที่ยวจองห้องพักผ่านเว็บไซต์ ทาง Agoda จะขอข้อมูลจำนวนห้องพักที่จะ

เปิดให้จองผ่านเว็บไซต์และอัตราค่าบริการจากทางโรงแรม ซึ่งทางเว็บไซต์อาจมีการทำโปรโมชั่นส่วนลดสำหรับโรงแรมบางแห่ง ตามภาพที่ 6



ภาพที่ 6 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2C – Agoda

1.8.3.2 Expedia เป็นเว็บไซต์ที่ให้บริการจองที่หลากหลาย ทั้งตั๋วเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า และประกันการเดินทาง รวมถึงมีการให้ส่วนลดในการจองตั๋วเครื่องบินและโรงแรมพร้อมกันอีกด้วย ทั้ง Expedia, Agoda และเว็บไซต์ที่ให้บริการจองอื่นๆ มีลักษณะการทำงานที่คล้ายกันคือ ขอข้อมูลจากทางผู้ประกอบการโดยให้ผู้ประกอบการเข้ามากรอกข้อมูลอัตราและจำนวนห้องพักที่ว่าง หรือเชื่อมต่อกับระบบของผู้ประกอบการโดยอัตโนมัติ เช่น กรณีของสายการบินต่างๆ ตามภาพที่ 7



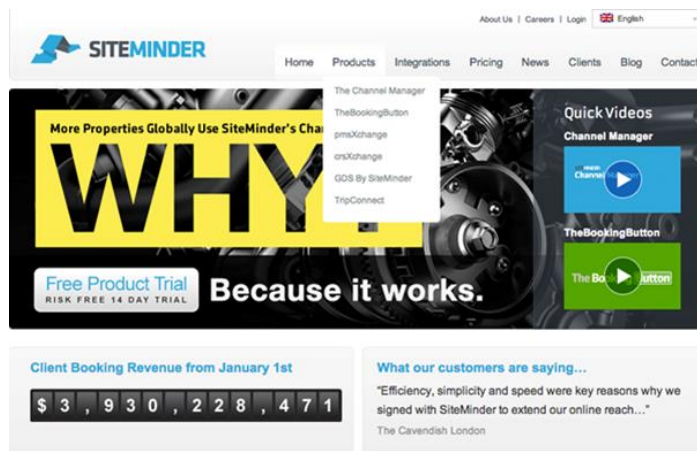
ภาพที่ 7 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2C – Expedia

1.8.3.3 Zumata เป็นบริษัทเทคโนโลยีในธุรกิจท่องเที่ยวแบบ B2B ซึ่งตั้งอยู่ในประเทศสิงคโปร์ Zumata ให้บริการ API ในธุรกิจท่องเที่ยวทั้งโรงแรม สายการบิน รถเช่า และทัวร์ นอกจากนี้ Zumata ยังให้บริการแบบ White-Label คือ บริการแก่ผู้ประกอบการแบบ B2C ให้สามารถเปิดเว็บไซต์ให้บริการจองโดยมีหน้าตาของเว็บไซต์ตามที่ผู้ประกอบการรายนั้นต้องการ แต่การทำงานทั้งหมดจะถูกส่งมาประมวลผลโดยระบบของ Zumata ยิ่งไปกว่านั้น Zumata ยังให้บริการรับและจ่ายเงินผ่านบัตรเครดิตอีกด้วย ตามภาพที่ 8



ภาพที่ 8 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B - ZUMATA

1.8.3.4 SiteMinder เป็นบริษัทกระจายสินค้าออนไลน์ (online distribution) แนว B2B ซึ่งมีผู้ประกอบการเกี่ยวกับที่พักใช้บริการกว่า 137 ประเทศทั่วโลก SiteMinder มีผลิตภัณฑ์ เช่น Channel Manager หรือตัวบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย เช่น หากผู้ประกอบการโรงแรมมีห้องพัก 30 ห้องและเปิดให้จองห้องพักผ่าน 3 ช่องทาง ผู้ประกอบการไม่สามารถแจ้งแต่ละช่องทางว่า ห้องพักวางทั้ง 30 ห้องได้ เนื่องจากอาจเกิดการจองเกินจำนวนห้องพักที่มีอยู่ได้ ผู้ประกอบการจึงต้องแจ้งเพียงว่าให้จองได้เพียง 1 ใน 3 ของห้องพักทั้งหมด และทำการโยกย้ายจำนวนห้องว่างคงเหลือไปยังช่องทางที่ขายได้ดี ซึ่งเป็นภาระอย่างมากแก่ผู้ประกอบการ Channel Manager จะเป็นผู้อำนวยความสะดวกในส่วนนี้คือ ผู้ประกอบการกรอกข้อมูลเข้ามาที่ Channel Manager ที่เดียวและแจ้งแก่ Channel Manager ว่ามีการขายผ่านช่องทางใดบ้าง จากนั้น Channel Manager จะบริหารจัดการจำนวนห้องว่างในแต่ละช่องทางให้โดยอัตโนมัติ ตามภาพที่ 9



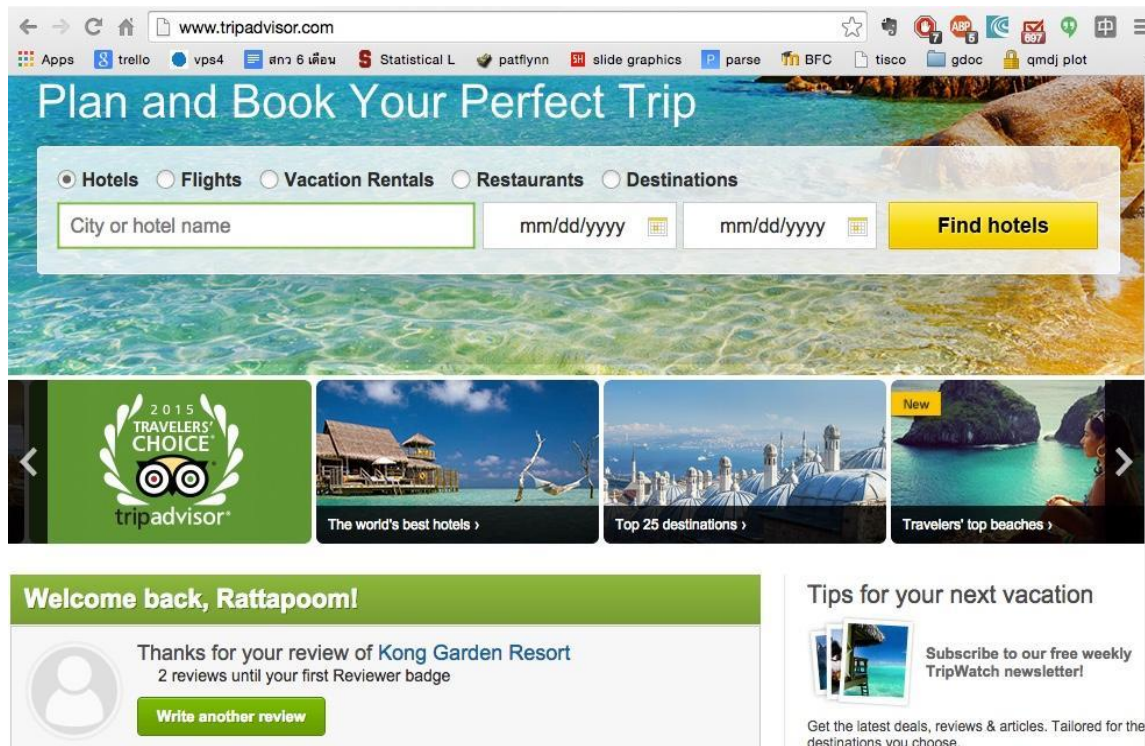
ภาพที่ 9 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B - SiteMinder

1.8.3.5 TAcetre เป็นระบบค้าส่งออนไลน์ที่มีบริการท่องเที่ยวสำหรับบริษัทตัวแทนในธุรกิจท่องเที่ยว TAcetre ให้บริการจองที่พัก ทัวร์ ตัวเครื่องบิน รวมทั้งบัตรผ่านประตูของสถานที่ท่องเที่ยว เช่น สวนสนุก เป็นต้น TAcetre มีเอกลักษณ์ในด้านการจัดชุดทัวร์ทั้งตัวเครื่องบินและโรงแรม โรงแรมและทัวร์ หรือตัวเครื่องบินรวมโรงแรม ทัวร์ และบัตรผ่านประตู ดังแสดงตามภาพที่ 10

1.8.3.6 TripAdvisor เป็นธุรกิจภาคเอกชนแบบ B2C ที่เปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถรีวิวสถานที่ท่องเที่ยวได้ นอกจากนั้นแล้วนักท่องเที่ยวยังสามารถใช้บริการจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม ร้านอาหาร ได้อีกด้วย เป็นแพลตฟอร์มที่ผสมผสานระหว่างการมีระบบรีวิวเป็นของตัวเอง และขยายผลด้วย API ในการจองสินค้าท่องเที่ยวต่างๆ ดังที่แสดงในภาพที่ 11



ภาพที่ 10 ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B - TAcenre



ภาพที่ 11 ตลาดบริการข้อมูล และ สินค้าท่องเที่ยว B2C - Trip Advisor

1.8.4 ตัวอย่างการนำแพลตฟอร์มมาประยุกต์ใช้เพื่อสร้างบริการใหม่ๆในธุรกิจท่องเที่ยว

จากตัวอย่างดิจิทัลแพลตฟอร์มในข้อ 1.8.3 จะเห็นว่ามีแพลตฟอร์มมากมายในด้านการท่องเที่ยว ซึ่งมีภาพแบบการทำงานและกลุ่มเป้าหมายไม่เหมือนกัน ซึ่งแพลตฟอร์มเหล่านี้นอกจากทำหน้าที่รวบรวมข้อมูล และให้บริการบางอย่างแล้ว ยังสามารถทำตัวเป็นพื้นฐานเพื่อให้เกิดบริการใหม่ๆ ได้อีกด้วย การเกิดบริการใหม่นั้นเกิดจากการที่บริษัทอื่นๆ ทำการเชื่อมต่อเข้าแพลตฟอร์มเหล่านี้ เพื่อดึงข้อมูลไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดบริการใหม่ๆ ซึ่งแพลตฟอร์มพื้นฐานเปรียบเสมือนตลาดต่างๆ เช่น ตลาดอาหารทะเล ตลาดข้าว ตลาดผัก โดยผู้ใช้สามารถ 'ซอปปิง' ดึงสินค้าจากแต่ละตลาดเพื่อนำมาประกอบปรุงให้เป็นอาหารใหม่ได้ ดังตัวอย่างต่อไปนี้:

1.8.4.1 www.zizzee.com เป็นบริการค้นหาราคาโรงแรม ตัวเครื่องบิน รถเช่า โปรโมชั่น และแพ็คเกจทัวร์ จุดเด่นอย่างหนึ่งของ zizzee คือ การรวบรวมข้อมูลราคาจากแพลตฟอร์มอื่นเพื่อนำมาเปรียบเทียบ ให้ลูกค้าสามารถเลือกราคาที่ถูกต้องที่สุด ยกตัวอย่างเช่น เมื่อลูกค้าค้นหาราคาโรงแรม zizzee จะทำการดึงข้อมูลราคาจากแพลตฟอร์มต่างๆ เช่น Agoda และ Expedia แล้วนำมาแสดงผลเปรียบเทียบเพื่อให้เห็นว่า ผู้ให้บริการรายใดถูกกว่า

1.8.4.2 www.google.com/flights Google นั้นเป็นดิจิทัลแพลตฟอร์ม ในขณะเดียวกัน บริษัทก็มีบริการที่ใช้แพลตฟอร์มของคนอื่น คือ Google Flights ที่เป็นบริการค้นหาเที่ยวบิน โดยจะดึงข้อมูลเที่ยวบินจากแพลตฟอร์มเที่ยวบินทั่วโลกอย่างรวดเร็ว

1.8.4.3 www.seatguru.com เป็นบริการเพื่อให้ผู้ที่ซื้อตั๋วเครื่องบินเลือกที่นั่งได้ดี ปัญหาในการจองตั๋วเครื่องบินคือ ผู้โดยสารไม่ได้เป็นผู้ที่คุ้นเคยกับยี่ห้อและรุ่นของเครื่องบินทำให้ไม่มีข้อมูลในการเลือกที่นั่งที่ดี โดยเว็บไซต์นี้จะดึงข้อมูลจากแพลตฟอร์มการจองตั๋ว โดยแสดงให้เห็นถึงแผนผังที่นั่ง พร้อมทั้งข้อแนะนำในการเลือกที่นั่งที่ดี รวมถึงภาพถ่ายของที่นั่งในเที่ยวบินนั้นๆ

1.8.4.4 www.tripit.com โดยทั่วไปเวลาที่นักท่องเที่ยวจองตั๋วเครื่องบิน โรงแรม รถเช่า อาจจะจองจากเว็บไซต์ที่แตกต่างกันเพราะราคาและโปรโมชั่นที่ไม่เหมือนกัน และเมื่อดำเนินการจองเสร็จสิ้นแล้วรายละเอียดของสินค้าและบริการจะถูกส่งไปยังอีเมลของผู้ใช้ Tripit เชื่อมต่อแพลตฟอร์มอีเมลของ Google, yahoo, และ outlook เพื่อดึงอีเมลทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางครั้งนั้นแล้วรวบรวมเข้าเป็นแผนการเดินทางท่องเที่ยวเดียวกันเพื่อความสะดวกของนักท่องเที่ยว

1.8.4.5 <https://www.getflyr.com> ดึงข้อมูลจากแพลตฟอร์มตั๋วเครื่องบินและทำนายล่วงหน้าว่าราคาตั๋วเครื่องบินจะขึ้นหรือลงเพื่อให้ผู้ใช้งานสามารถเลือกซื้อตั๋วในราคาที่ถูกต้องที่สุดได้

1.8.4.6 <http://www.rocketrip.com> ดึงข้อมูลจากแพลตฟอร์มสายการบิน และนำมาสร้างบริการสำหรับการจองตั๋วแบบ Corporate โดยพนักงานบริษัทสามารถสะสมแต้มถ้าเลือกใช้สายการบินที่ถูก เพื่อเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายด้านการเดินทางให้กับบริษัท

บทที่ 2

ข้อค้นพบของการวิจัย

ในการศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ คณะผู้วิจัยได้แบ่งการศึกษาเป็น 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 การสำรวจสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ (โครงการย่อยที่ 2)

ส่วนที่ 2 แนวทางการพัฒนาภาพแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ (โครงการย่อยที่ 1)

2.1 การสำรวจสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ (โครงการย่อยที่ 2)

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสำรวจสถานการณ์ใน 3 มิติ ดังนี้

- ความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
- พฤติกรรมการใช้พาณิชนียอิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่
- ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

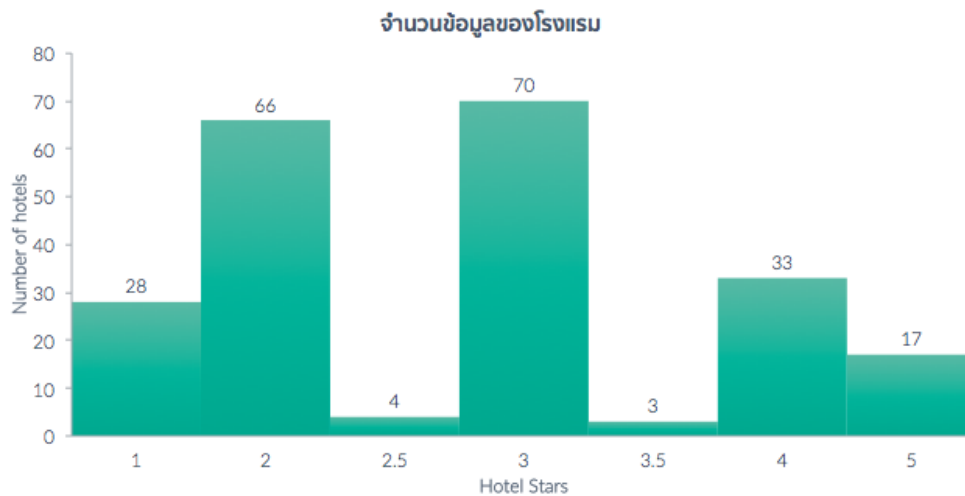
ทั้งนี้ หลังการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสังเคราะห์ข้อมูล ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้คือ แนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่งข้อมูลส่วนนี้ได้นำไปเป็นส่วนหนึ่งในการออกแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มของโครงการย่อยที่ 1 เพื่อการทดสอบนำร่องในจังหวัดกระบี่

ในการสำรavnั้ กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ประกอบการท่องเที่ยวจำนวน 221 แห่งและนักท่องเที่ยวจำนวน 640 ราย โดยแบ่งเป็นนักท่องเที่ยวไทย 303 รายและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 337 ราย ซึ่งรายละเอียดและผลการสำรวจอย่างละเอียดนั้น ผู้สนใจสามารถอ่านเพิ่มเติมได้ในเอกสารโครงการย่อยที่ 2 ในส่วนของแผนงานนั้น คณะผู้วิจัยจะสรุปข้อค้นพบอย่างย่อเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเห็นภาพรวมได้ โดยแบ่งเป็นหัวข้อภาพรวมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ ภาพรวมของนักท่องเที่ยว และ ข้อค้นพบในแง่ของปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

2.1.1 ภาพรวมของผู้ประกอบการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ได้สรุปเป็น 4 มิติ ดังนี้ ข้อมูลพื้นฐาน การใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ความเข้าใจดิจิทัลแพลตฟอร์ม และความคาดหวังของผู้ประกอบการ

มิติที่ 1 ข้อมูลพื้นฐาน:

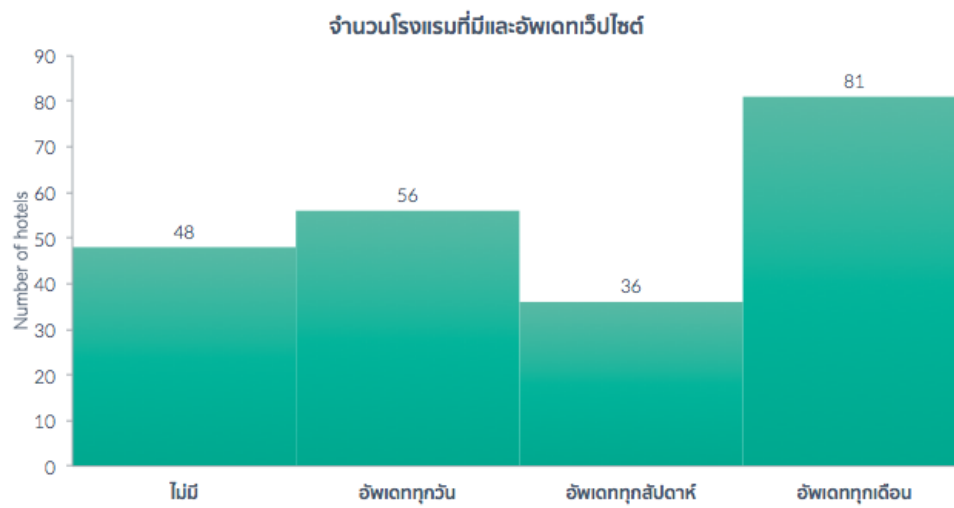


ภาพที่ 12 แสดงจำนวนโรงแรมในแต่ละประเภท

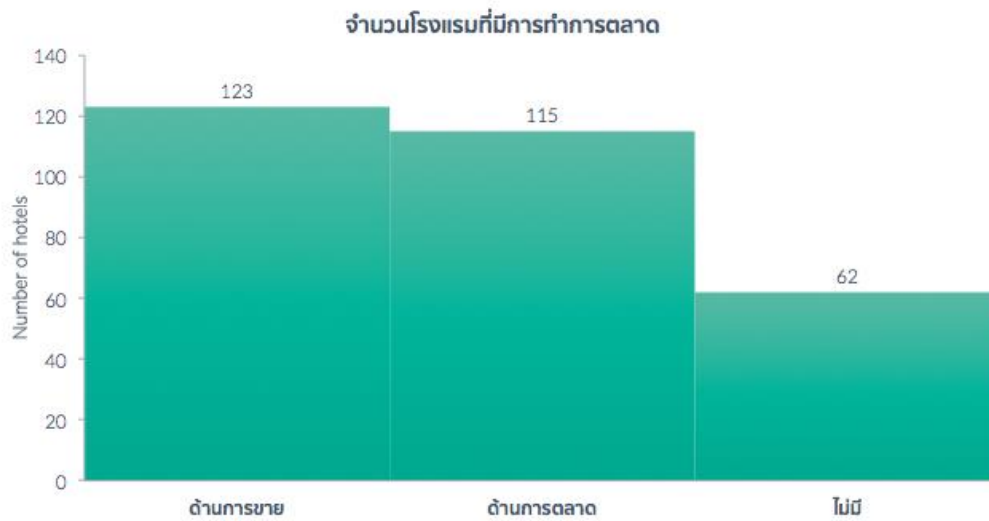
จากภาพที่ 12 แสดงจำนวนโรงแรมในแต่ละประเภทที่คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษา จะเห็นว่าข้อมูลที่ได้มานั้นครอบคลุมทุกระดับของบริการที่พัก และพบว่าโรงแรมส่วนใหญ่มีบริการเสริม เช่น ทัวร์ (65%) นอกเหนือจากบริการห้องพัก และมีบุคลากรด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเฉลี่ยที่ 1.45 คนต่อแห่ง

มิติที่ 2 การใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์:

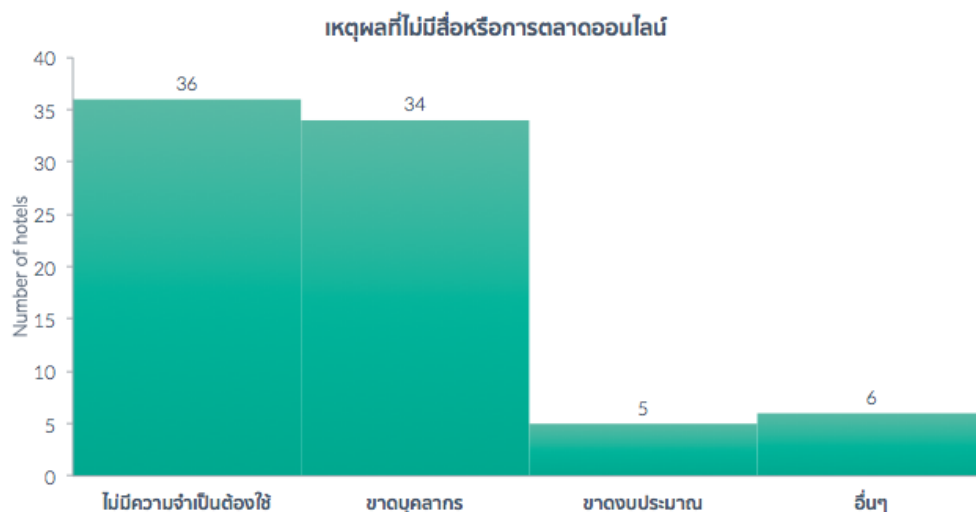
ในแง่การใช้งานพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์นั้น มีประเด็นที่น่าสนใจ 3 ประเด็น คือ 1) ธุรกิจท่องเที่ยวเหล่านี้มีเว็บไซต์หรือไม่ (ภาพที่ 13) 2) ธุรกิจท่องเที่ยวเหล่านี้มีการทำการตลาดออนไลน์หรือไม่ (ภาพที่ 14) และ 3) กลุ่มผู้ประกอบการที่ไม่มีเว็บไซต์หรือการตลาดออนไลน์เลย ไม่ทำด้วยเหตุผลอะไร (ภาพที่ 15)



ภาพที่ 13 แสดงจำนวนโรงแรมและพฤติกรรมการใช้งานเว็บไซต์



ภาพที่ 14 แสดงจำนวนโรงแรมและพฤติกรรมการทำการตลาดออนไลน์



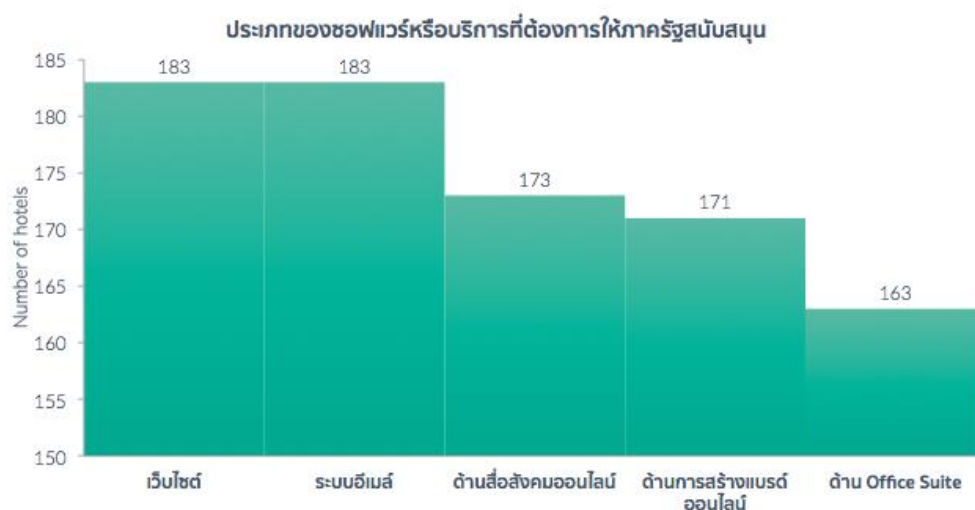
ภาพที่ 15 แสดงเหตุผลของโรงแรมที่ไม่ได้ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ (IT)

จากภาพที่ 13 – 15 พอที่จะสรุปสถานการณ์โดยสังเขปได้ว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เริ่มต้นตัวกับการนำเสนอข้อมูลและการตลาดออนไลน์ ซึ่งนับเป็นเรื่องดี แต่ก็ยังมีผู้ประกอบการบางส่วน ประมาณ 20 - 30% ที่ไม่มีการใช้เว็บไซต์หรือสื่อออนไลน์ เช่น สื่อสังคมออนไลน์ ในการทำการตลาดเลย ซึ่งเหตุผลหลักสองข้อคือ ยังไม่เห็นว่ามีความจำเป็นที่จะต้องใช้ และ ขาดบุคลากรด้าน IT

มิติที่ 3 ความเข้าใจดิจิทัลแพลตฟอร์ม:

จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการถึงร้อยละ 56.11% ไม่เคยได้รับทราบข้อมูลเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม แต่เมื่อได้สำรวจเพิ่มเติมพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสนใจหากมีการให้บริการดิจิทัลแพลตฟอร์ม และกว่า 90% เห็นว่า การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจ ช่วยเพิ่มโอกาสให้กับผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กได้มีโอกาสนำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับเอเจนซีต่างชาตินมากขึ้น และหากมีบริการดิจิทัลแพลตฟอร์มของภาครัฐ ผู้ประกอบการ 71% ต้องการเชื่อมต่อหรือใช้บริการ

มิติที่ 4 ความคาดหวังของผู้ประกอบการ:



ภาพที่ 16 แสดงความคาดหวังของผู้ประกอบการที่ต้องการให้ภาครัฐช่วยสนับสนุน

ผู้ประกอบการท่องเที่ยวต้องการให้ภาครัฐช่วยสนับสนุนใน 5 ด้านหลัก คือ เว็บไซต์ (82.81%) ระบบอีเมล (82.81%) ด้านสื่อสังคมออนไลน์ (78.28%) ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ (77.38%) และด้าน Office Suite (73.76%)

2.1.2 ภาพรวมของนักท่องเที่ยว

คณะผู้วิจัยได้สุ่มสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทย 303 รายและนักท่องเที่ยวต่างชาติ 337 ราย และสรุปผลการสำรวจเป็นตารางเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ สำหรับสถิติแบบลงรายละเอียดนั้นผู้สนใจสามารถดูได้ในโครงการย่อยที่ 2

ตารางที่ 2 ข้อมูลนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ (Majority) เปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ

หัวข้อ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ
1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล (Demographics)	ส่วนใหญ่อายุ 20-40 ปี และรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 25,000 บาท โดยลักษณะอายุและรายได้แสดงถึงกลุ่มคนที่เพิ่งเริ่มทำงาน (First/ Second jobber)	ส่วนใหญ่อายุ 20-40 ปีและรายได้ต่อเดือนไม่เกิน 2,000 USD มีลักษณะ First/Second jobber เช่นเดียวกัน ข้อแตกต่างอย่างหนึ่งคือ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนหนึ่งยังเป็นนักศึกษา
2. เดินทางมาจาก	นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่มาจากภาคใต้และขับรถมาเอง จะมีส่วนน้อยที่มาจากกรุงเทพฯ โดยอาจโดยสารเครื่องบิน	มาจากยุโรปและอเมริกา ซึ่งส่วนใหญ่จะเดินทางโดยเครื่องบิน และถึงแม้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมาท่องเที่ยวเมืองไทยจังหวัดอื่น แต่การมาที่กระบี่นั้นส่วนใหญ่จะไม่ได้นั่งรถมา แต่โดยสารเครื่องบิน
3. จำนวนครั้งที่เดินทางมาท่องเที่ยวที่กระบี่	นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่ (67%) เดินทางมาท่องเที่ยวที่กระบี่มากกว่าหนึ่งครั้ง ดังนั้น กระบี่จึงควรหาจุดดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาหลายครั้งและไม่เบื่อ	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติส่วนใหญ่มากระบี่เป็นครั้งแรก โอกาสมาซ้ำน้อยกว่า
4. ผู้ที่มีอิทธิพลในการเดินทางท่องเที่ยว (Influencer)	นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ข้อมูลจากเว็บไซต์หรือเพื่อน ในการตัดสินใจ	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้ข้อมูลจากเว็บไซต์หรือเพื่อน ในการตัดสินใจ เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย
5. การวางแผนท่องเที่ยว	ส่วนใหญ่วางแผนท่องเที่ยวด้วยตัวเอง	เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย
6. กลุ่มผู้เดินทาง	ส่วนใหญ่มากับเพื่อนและครอบครัว โดยเป็นกลุ่มเฉลี่ย 2-4 คน	มาเป็นกลุ่มเฉลี่ย 2-4 คนเช่นกัน แต่ส่วนใหญ่จะมากับกลุ่มเพื่อนมากกว่า และเป็นกลุ่มคนโสด
7. พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ต	นักท่องเที่ยวชาวไทยใช้เวลากับอินเทอร์เน็ตต่อวันนานมาก โดยส่วนใหญ่ใช้เวลาตั้งแต่ 1-10 ชั่วโมงต่อวัน	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติใช้อินเทอร์เน็ตน้อยกว่า โดยเฉลี่ยใช้วันละ 1-3 ชั่วโมง
หัวข้อ	นักท่องเที่ยวชาวไทย	นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

8. ช่องทางการเข้าถึงข้อมูล และเว็บไซต์ที่ใช้บริการ	การค้นหาข้อมูลจะใช้ Google และ Pantip ส่วน Social Network จะใช้ Facebook โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยจะใช้ Google ในการค้นหาข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวเนื่องจากส่วนใหญ่จะวางแผนท่องเที่ยวเอง ในส่วนของอุปกรณ์นั้น จะใช้มือถือและสมาร์ตโฟนมากกว่าเครื่องคอมพิวเตอร์	คล้ายคลึงกับนักท่องเที่ยวชาวไทย ยกเว้น นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติไม่ใช้เว็บไซต์ Pantip
9. วิธีการจองโรงแรม	เพียงครั้งเดียวของนักท่องเที่ยวชาวไทยทำการจองออนไลน์ แต่ในกลุ่มที่จองออนไลน์ส่วนใหญ่จองผ่าน Agoda	จองออนไลน์ถึง 80% และในกลุ่มที่ทำการจองออนไลน์ส่วนใหญ่จองผ่าน Agoda เช่นกัน
10. การพิจารณาเลือกโรงแรม	ราคาและที่ตั้งเป็นสิ่งสำคัญอันดับต้นๆ สิ่งสำคัญเรื่องอื่นๆ ได้แก่ เงื่อนไข การบริการที่ชัดเจน ราคาที่ชัดเจน โปร่งใส	นักท่องเที่ยวต่างชาติจะพิจารณาเรื่องราคาและต้องการความยืดหยุ่น (เช่น เปลี่ยนวันได้) รวมทั้งบริการเสริมด้านอื่นๆ สิ่งสำคัญเรื่องอื่นๆ ได้แก่ เงื่อนไข การบริการที่ชัดเจน ราคาที่ชัดเจน โปร่งใส เช่นกัน
11. การพิจารณาเลือกบริการอื่น เช่น ทัวร์ ร้านอาหาร	สองสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ ชื่อเสียง และ ราคา	เช่นเดียวกับนักท่องเที่ยวชาวไทย

จะเห็นได้ว่านักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาตินั้นมีความคล้ายคลึงกันในหลายส่วน ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล (Demographics) ที่แสดงว่าในสายตาของนักท่องเที่ยว กระเป๋เป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับวัยรุ่นและวัยทำงาน พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตหรือการจองมีความใกล้เคียงกัน กล่าวคือ มีการตรวจสอบข้อมูลล่วงหน้า ชอบวางแผนเดินทางเอง และต้องการความชัดเจนในเรื่องเงื่อนไขและราคาค่าบริการ สิ่งที่แตกต่างกันเห็นได้ชัดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติคือนักท่องเที่ยวชาวไทยนั้นมากระเป๋มากกว่าหนึ่งครั้งและส่วนใหญ่เดินทางโดยรถยนต์ ดังนั้น การนำเสนอข้อมูลสถานที่ท่องเที่ยวและเส้นทางการท่องเที่ยวที่หลากหลายจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวชาวไทยอย่างมาก

2.1.3 ข้อค้นพบในแง่ของปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

จากข้อมูล 2.1.1 และ 2.1.2 ร่วมกับกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ สามารถสังเคราะห์ปัจจัยแห่ง

ความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มได้ทั้งหมด 7 ข้อ ดังนี้

1. การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการท่องเที่ยว จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการมากกว่าครึ่งยังไม่เข้าใจหรือรับทราบเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม ดังนั้น การให้ความรู้หรือการสนับสนุนจากภาครัฐจึงเป็นสิ่งจำเป็น
2. ความง่ายและสะดวกในการใช้งาน ในการเข้าใช้งานนั้นต้องสามารถที่จะใช้งานผ่านได้ทั้งโทรศัพท์มือถือและ Tablet ทั้งนี้ ดิจิทัลแพลตฟอร์มต้องมีค่าใช้จ่ายไม่มากและไม่ก่อให้เกิดการเพิ่มต้นทุนทางธุรกิจ
3. การเชื่อมโยงเข้ากับเครือข่ายสังคมออนไลน์ ในปัจจุบันนักท่องเที่ยวจำนวนมากใช้เครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook.com ดังนั้น การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มให้เชื่อมต่อกับเครือข่ายเหล่านี้จะทำให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด
4. บุคลากรที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IT) ซึ่งการขาดแคลนบุคลากรด้าน IT ทำให้ธุรกิจหลายแห่งไม่สามารถดำเนินการด้านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้
5. ความสมบูรณ์ของข้อมูล ข้อมูลที่นำเสนอจำเป็นต้องครบถ้วนสมบูรณ์ทันสมัยและต้อง Real Time เพื่อตอบโจทยนักท่องเที่ยว
6. การอำนวยความสะดวกและสร้างคุณค่า ดิจิทัลแพลตฟอร์มจะต้องมองการใช้งานและตอบสนองการให้คุณค่าของนักท่องเที่ยว โดยมีบริการเสริม เช่น การวางแผนเดินทางท่องเที่ยว
7. ความปลอดภัยของการทำธุรกรรมและการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

2.2 แนวทางการพัฒนาภาพแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ (โครงการย่อยที่ 1)

จากภาพที่ 1 ที่แสดงถึงกรอบแนวคิดของการวิจัย โครงการย่อยที่ 1 จะมีการนำข้อมูลการสำรวจสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ (โครงการย่อยที่ 2) มาสังเคราะห์เพื่อใช้ในการสร้างต้นแบบนำร่องซึ่งเป็นต้นแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม ทั้งนี้ ข้อค้นพบในโครงการย่อยที่ 2 นั้นเป็นตัวกำหนดขอบเขตและภาพแบบของการบริการและนำไปสู่การทดสอบใช้งานกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวจากสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่และสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ จำนวน 33 ราย เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2558

2.2.1 การสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาตัวอย่างการบริการ

สถิติที่โครงการย่อยที่ 2 ได้เก็บรวบรวมนั้นมีทั้งสถิติของผู้ประกอบการ (Supply) และ สถิติของนักท่องเที่ยว (Demand) ทั้งนี้ ในการตัดสินใจว่าต้นแบบเพื่อนำร่องนั้นจะเป็นต้นแบบลักษณะใด คณะผู้วิจัยได้มองปัจจัยหลักคือ ความต้องการของผู้ประกอบการ ดังรายละเอียดในตารางที่ 10 ของโครงการย่อยที่ 2 ซึ่งพบว่า ผู้ประกอบการมากกว่า 70% ต้องการความช่วยเหลือในด้านเว็บไซต์ ด้านอีเมล ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ และด้าน Office Suite โดยคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ความต้องการทั้ง 5 ด้านที่

สำคัญสำหรับผู้ประกอบการ พบว่า

2.2.1.1 ด้าน Office Suite นั้นไม่เหมาะกับการทำเป็นบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม เนื่องจาก Office Suite ที่ใช้กันแพร่หลายทั้งโลกนั้นคือ Microsoft Office ซึ่งในปัจจุบันมีการให้บริการบนแพลตฟอร์มออนไลน์ของตัวเอง ทั้งนี้ ในอดีตรัฐบาลได้เคยมีความพยายามในการสร้าง Office Suite ที่เป็น Open Source แต่ไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควรเนื่องจากต้องใช้งบประมาณสูงและติดปัญหาเรื่องการเปิดไฟล์ใช้งานร่วมกัน (Interoperability)

2.2.1.2 การให้ความช่วยเหลือด้านอีเมลนั้นเป็นสิ่งสำคัญเพราะเป็นส่วนที่ผู้ประกอบการใช้ติดต่อกับลูกค้า เหมาะกับการสร้างเป็นบริการ แต่บริการนี้บนดิจิทัลแพลตฟอร์มของต่างชาติมีอยู่แล้ว เช่น Google อีกทั้ง บริการนี้ไม่เหมาะกับการสร้างบนดิจิทัลแพลตฟอร์มที่คณะผู้วิจัยได้พัฒนาในปัจจุบัน เนื่องจากขาดความพร้อมในด้านการจัดการอีเมลขนาดใหญ่

2.2.1.3 ด้านสื่อสังคมออนไลน์ หากสำรวจแพลตฟอร์มต่างประเทศ คณะผู้วิจัยพบว่าการบริการที่เป็นตัวช่วยในการบริหารสื่อสังคมออนไลน์นั้นมีประโยชน์กับผู้ประกอบการอย่างมาก แต่ประโยชน์จะเกิดสูงสุดกับผู้ประกอบการรายใหญ่ที่มีลูกค้าจำนวนมาก ซึ่งคณะผู้วิจัยเห็นว่ายังไม่เหมาะกับผู้ประกอบการท้องถิ่นจังหวัดกระบี่ที่ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจขนาดกลางและขนาดเล็ก

2.2.1.4 ด้านการสร้างแบรนด์ออนไลน์ ในเรื่องนี้ผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาและทำความเข้าใจ ดังนั้น สิ่งที่เหมาะสมที่สุดคือ การเรียนรู้ในลักษณะการประชุมเชิงปฏิบัติการมากกว่าที่จะสร้างเป็นบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

2.2.1.5 ด้านเว็บไซต์ คณะผู้วิจัยมองว่าเว็บไซต์นั้นเป็นด่านหน้าของการติดต่อระหว่างผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว การสร้างบริการเพื่อสร้างเว็บไซต์นั้นใช้งบประมาณไม่มาก เหมาะกับงบประมาณของโครงการวิจัย และหากวิเคราะห์ให้ลึกลงไป ผู้ประกอบการนั้นอาจแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ ประเภทที่มีความพร้อมด้าน IT และ ประเภทที่ขาดความพร้อมด้าน IT ดังนั้น คณะผู้วิจัยมองว่า หากต้องการสร้างต้นแบบนำร่องมาทดสอบใช้งาน ควรจะเป็นต้นแบบที่ผู้ประกอบการที่ขาดความพร้อมด้าน IT สามารถใช้ได้ เพราะจะช่วยยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการโดยรวม

2.2.2 การกำหนดขอบเขตและภาพแบบของการบริการ

จากข้อมูล 2.2.1 คณะผู้วิจัยได้ตัดสินใจที่จะสร้างต้นแบบที่ช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างเว็บไซต์ได้อย่างง่ายด้วยตัวเองโดยไม่ต้องอาศัยบุคลากรด้าน IT ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ต่อว่า ต้นแบบควรจะมีขอบเขตและภาพแบบของการบริการเป็นอย่างไร โดยได้พิจารณาจาก 4 มิติ ดังนี้

2.2.2.1 ความต้องการของผู้ประกอบการ จากการสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการขาดแคลนบุคลากรด้าน IT ดังนั้น บริการที่จะสร้างขึ้นนั้นควรเป็นอะไรที่ผู้ประกอบการสามารถเรียนรู้และใช้ได้เอง ในอดีตได้มีความพยายามจากภาครัฐในการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่ออบรมให้ผู้ประกอบการเขียนเว็บไซต์เอง ซึ่งคณะผู้วิจัยมองว่าเป็นแนวทางที่มีข้อด้อย เนื่องจากจุดแข็งของผู้ประกอบการท้องถิ่นคือ การให้บริการด้านท่องเที่ยว ไม่ใช่การเขียนโปรแกรมเพื่อสร้างเว็บไซต์ ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้ตั้งข้อกำหนดไว้ว่า บริการสร้างเว็บไซต์

นี้ต้องใช้งานง่าย ในระดับเทียบกับการกรอกภาษีออนไลน์ประจำปี อีกทั้งค่าใช้จ่ายต้องไม่สูงมาก เพื่อไม่ให้เป็นการเพิ่มต้นทุนของผู้ประกอบการ

2.2.2.2 ความต้องการของนักท่องเที่ยว การสำรวจกลุ่มนักท่องเที่ยวนั้นเป็นการสำรวจความต้องการในวงกว้าง คณะผู้วิจัยจึงได้เลือกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำเว็บไซต์ของผู้ประกอบการ ซึ่งสถิติที่สำคัญคือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือในการค้นหาข้อมูล ซึ่งเว็บไซต์ที่สามารถดูในโทรศัพท์มือถือแล้ว มีการปรับสัดส่วนหน้าจอให้เหมาะกับมือถือนั้น จะต้องเป็นเว็บไซต์ที่ถูกเขียนในภาพแบบของ HTML 5 Responsive ซึ่งเป็นเทคโนโลยีและมาตรฐานที่เพิ่งถูกกำหนดขึ้นเพียงไม่กี่ปี ดังนั้น เว็บไซต์โรงแรมหรือเว็บไซต์ผู้ประกอบการที่ไม่มีงบประมาณมากนักหรือแม้แต่เว็บไซต์ราชการส่วนใหญ่จึงยังไม่ได้ถูกปรับเปลี่ยนให้อยู่ในภาพแบบใหม่นี้ ซึ่งอาจจะทำให้นักท่องเที่ยวมองผ่านหรือไม่ดูเว็บไซต์ที่ไม่ได้ถูกปรับให้เหมาะกับหน้าจอโทรศัพท์มือถือ จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการโรงแรมที่มีเงินทุนพบว่า ได้ใช้งบประมาณสูงถึงหนึ่งแสนบาทในการปรับเว็บไซต์ที่มีอยู่ก่อนให้เป็นแบบ HTML 5 Responsive ซึ่งเป็นงบประมาณที่สูงมากสำหรับผู้ประกอบการโรงแรมขนาดเล็ก ดังนั้น ประเด็นในเรื่องการปรับเว็บไซต์ให้อยู่ในภาพแบบที่เหมาะสมกับหน้าจอโทรศัพท์มือถือจึงเป็นประเด็นแรกที่สำคัญของคณะผู้วิจัยในการสร้างต้นแบบ ประเด็นที่รองลงมาได้แก่ การจัดทำเว็บไซต์ที่รองรับได้หลายภาษา เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาที่กระเป๋ามากกว่า 50% เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ และส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยวแถบสแกนดิเนเวียซึ่งสามารถอ่านภาษาอังกฤษได้ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวกลุ่มยุโรปแล้ว ยังมีนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่เริ่มมีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นมากในประเทศไทยและกระเป๋าคือ นักท่องเที่ยวชาวจีน ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงมองว่าภาษาอังกฤษและภาษาจีนเป็นภาษาที่จำเป็นสำหรับเว็บไซต์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว

2.2.2.3 ความเป็นไปได้ในการขยายผล เนื่องจากคณะผู้วิจัยมุ่งหวังว่าโครงการวิจัยนี้จะสามารถสร้างต้นแบบที่น่าไปใช้ได้จริงและมีผู้ใช้งาน ดังนั้น การขยายผลจึงเป็นประเด็นสำคัญที่ถึงแม้ระยะเวลาของโครงการนี้จะไม่ครอบคลุมการขยายผล แต่หากมีการวางรากฐานที่ดี จะทำให้ต้นแบบสามารถนำไปขยายผลได้ในระยะต่อไป

โครงการวิจัยที่มีต้นแบบในลักษณะต้นแบบการบริการด้านซอฟต์แวร์นั้นจะมีปัญหาในการขยายผลค่อนข้างมาก เนื่องจากต้นแบบการบริการด้านซอฟต์แวร์นั้นไม่เหมือนอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่มีการผลิตและขายเป็นลักษณะชิ้นๆ ได้ ต้นแบบการบริการด้านซอฟต์แวร์จะมีต้นทุนในเรื่องงบประมาณในการจ่ายค่าดูแลเครื่องแม่ข่ายและกำลังคนในการที่จะดูแลและพัฒนาการบริการให้ดีขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่การที่จะสร้างบริการซอฟต์แวร์ที่ดีได้นั้น ต้องอาศัยการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในหลายเวอร์ชัน นอกเหนือจากการพัฒนาแล้ว เรื่องของกำลังคนในการขยายผลลงไปในพื้นที่ต่างๆ ก็สำคัญ ซึ่งคณะผู้วิจัยมองว่า การขยายผลไปในพื้นที่ต่างๆ จะต้องมีการจ้างที่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ประกอบการ ซึ่งอาจเป็นสมาคมผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว สมาคมโรงแรมหรือแม้แต่สมาคมหอการค้าในแต่ละจังหวัด และหากขยายผลในภาพแบบสมาคม ภาพแบบการบริการจะต้องมีการจัดสรรให้แต่ละสมาคมสามารถบริหารจัดการสมาชิกในระดับสมาคมหรือระดับจังหวัดได้

2.2.2.4 ความพร้อมทางด้านเทคนิค ในด้านเทคนิคนั้น คณะผู้วิจัยมองว่าต้องเลือกใช้เทคโนโลยีที่สามารถรองรับการขยายตัวของผู้ใช้งานได้ (Scalable) เป็นที่ยอมรับของนักพัฒนาโปรแกรมทั่วไป

เพื่อที่จะสามารถหาบุคลากรมาพัฒนาต่อได้ รวมถึงควรเป็นเทคโนโลยีที่ดูแลง่ายและค่าใช้จ่ายไม่สูงมาก เนื่องจากเป็นข้อจำกัดของผู้ประกอบการในเรื่องบุคลากรและงบประมาณ

2.2.3 ภาพแบบของต้นแบบ จากการวิเคราะห์ทั้ง 4 มิติ คณะผู้วิจัยสามารถกำหนดขอบเขตและภาพแบบของต้นแบบนำร่องได้ดังนี้

2.2.3.1 เป็นต้นแบบบริการช่วยสร้างเว็บไซต์ (Web Application Engine)

2.2.3.2 สามารถสร้างเว็บไซต์ได้ในธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม ร้านอาหาร สปา และทัวร์

2.2.3.3 สามารถสร้างเว็บไซต์ได้สามภาษา ไทย จีน และอังกฤษ

2.2.3.4 การสร้างเว็บไซต์จะต้องทำได้ง่ายและไม่ซับซ้อน ในภาพแบบการกรอกข้อมูลเพียงหน้าเดียวและไม่มีการเขียนโปรแกรม

2.2.3.5 เว็บไซต์ที่สร้างนั้นจะต้องสามารถใช้งานได้ทั้งหน้าจอคอมพิวเตอร์แบบธรรมดาและแบบมือถือ (HTML5 Responsive)

2.2.3.6 ผู้ประกอบการสามารถปรับแต่งหน้าตาภาพแบบของเว็บไซต์ได้ แต่ทำได้ในลักษณะที่จำกัดโดยได้มีการออกแบบไว้ล่วงหน้า (Design Template) เพื่อให้ง่ายต่อการใช้งาน

2.2.3.7 การออกแบบโครงสร้างนั้นจะต้องออกแบบให้สามารถเพิ่มประเภทของธุรกิจท่องเที่ยวได้ รวมถึงการออกแบบ Design Template เพิ่มได้ในอนาคต

2.2.3.8 สามารถดึงข้อมูลท่องเที่ยวหรือบริการที่มีอยู่แล้วบนดิจิทัลแพลตฟอร์มมาเชื่อมโยงได้ เช่น จุดท่องเที่ยว (Point of Interests: POIs) การจองตั๋วเครื่องบิน เป็นต้น

2.2.3.9 สามารถทำการตลาดข้ามธุรกิจ (Cross Marketing) ได้ เช่น เว็บไซต์โรงแรมสามารถแสดงผลร้านอาหารหรือทัวร์ที่เป็นพันธมิตรทางธุรกิจ

2.2.3.10 มีระบบบริหารจัดการที่สามารถเชื่อมต่อธุรกิจเข้ากับสมาคมหรือจังหวัดได้ เพื่อให้สมาคมหรือจังหวัดเป็นผู้ดูแลระบบ

2.2.3.11 สามารถลบหรือซ่อนเว็บไซต์ที่ใช้งานผิดวัตถุประสงค์ หรือมีการนำเสนอข้อมูลที่ไม่เหมาะสมได้

2.2.4 การทดสอบต้นแบบกับผู้ประกอบการจังหวัดกระบี่

คณะผู้วิจัยได้ทำการพัฒนาต้นแบบนำร่องตามรายละเอียดข้อ 2.2.3 ทั้งนี้ ก่อนที่จะดำเนินการพัฒนานั้น ได้มีการประชุมหารือกับสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่และสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ เมื่อวันที่ 7 เมษายน 2558 และสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบี่ เมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2558 เพื่อตรวจสอบว่าแนวทางการพัฒนาดังกล่าวนั้นตรงกับความต้องการของผู้ประกอบการจังหวัดกระบี่หรือไม่ และคณะผู้วิจัยได้จัดการประชุมเชิงปฏิบัติการที่โรงแรมกระบี่รีสอร์ท จังหวัดกระบี่ เพื่อนำร่องทดสอบใช้งานต้นแบบ เมื่อวันที่ 26 พฤศจิกายน 2558 โดยมีผู้เข้าร่วมประชุมจำนวน 47 คน จาก 33 หน่วยงานในจังหวัดกระบี่ครอบคลุมธุรกิจโรงแรม ทัวร์ สปา และร้านอาหาร โดยต้นแบบที่ได้พัฒนาขึ้นนั้นสามารถช่วยให้ผู้ประกอบการโรงแรม สปา ทัวร์ และร้านอาหาร สร้างเว็บไซต์ด้วยตนเองอย่างง่ายได้ และผลจากการประชุมเชิงปฏิบัติการ พอจะสรุปได้ดังนี้

- ผู้ประกอบการสามารถสร้างเว็บไซต์ได้เองโดยไม่ต้องมีพื้นฐานความรู้ด้านการเขียนโปรแกรม
- ผู้ประกอบการได้สอบถามถึงระยะเวลาและความยั่งยืนของการให้บริการ เนื่องจากบริการของภาครัฐนั้นมักผูกกับงบประมาณรายปี
- ผู้ประกอบการหลายรายเคยมีปัญหาในการจัดทำเว็บไซต์และไม่สามารถดูแลเว็บไซต์เองได้ เช่น ไม่ได้ต่ออายุโดเมนหรือจ่ายค่าเช่ารายปี ทำให้เว็บไซต์หายไป
- ผู้ประกอบการได้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงต้นแบบให้ดีขึ้น ซึ่งทางคณะผู้วิจัยจะได้นำไปปรับปรุงแก้ไขต่อไป

บทที่ 3

สรุปภาพรวมและข้อเสนอแนะ

3.1 สรุปภาพรวมการวิจัย

แผนงานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาวิจัยเชิงประยุกต์เพื่อมุ่งศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ ดังนั้น เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ของแผนงานวิจัยหลักและโครงการวิจัยย่อยซึ่งมีเป้าประสงค์เดียวกัน คือ เพื่อประโยชน์ต่อการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับผู้ประกอบการท่องเที่ยว โดยการยกระดับขีดความสามารถทางเทคโนโลยีของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในประเทศให้สามารถเข้าถึงลูกค้าจำนวนมากที่มีอยู่ทั่วโลก ผ่านช่องทางการขายผ่านอินเทอร์เน็ตในการกระตุ้นการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการตามแผนดำเนินงาน ดังนี้

3.1.1 การศึกษาความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาการสถานการณ์การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่โดยมุ่งศึกษา 1) ความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ 2) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว 3) พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ได้แนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ โดยคณะผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรม/ที่พัก จำนวน 221 แห่ง และแบบสอบถามนักท่องเที่ยว จำนวน 640 คน แบ่งเป็นแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 303 คน และแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จำนวน 337 คน ดังมีผลสรุปนี้

3.1.1.1 ความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

ข้อมูลความต้องการใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ทั้งระดับเล็ก กลาง ใหญ่ คณะผู้วิจัยได้มุ่งศึกษาในประเด็นการรับรู้เกี่ยวกับการตลาดออนไลน์ และ Digital Platform ทักษะคติของผู้ประกอบการเกี่ยวกับการตลาดออนไลน์สำหรับธุรกิจท่องเที่ยว และความต้องการใช้ Digital Platform สรุปผลได้ว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว นักท่องเที่ยวที่เป็นลูกค้าธุรกิจโรงแรมส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติ โดยพบว่า อันดับหนึ่ง เป็นนักท่องเที่ยวจากประเทศสหราชอาณาจักร และในโซนเอเชียพบว่า นักท่องเที่ยวจากสาธารณรัฐประชาชนจีน มีสัดส่วนมากที่สุด ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่มีการรับรู้เกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม ร้อยละ 50.60 และมีความคิดเห็นว่า การนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการผ่าน Digital Platform เป็นทางเลือกใหม่ที่น่าสนใจมากที่สุด ช่วยให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดเล็กได้มีการ

นำเสนอผลิตภัณฑ์ให้กับเอเจนซีต่างชาติมากขึ้น ซึ่งกลุ่มตัวอย่างต้องการให้ภาครัฐมีการพัฒนาและส่งเสริมในด้านการพัฒนาเว็บไซต์ ด้านการสร้างตราสินค้าบนโลกออนไลน์ ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านระบบอีเมล และด้าน Office Suite ในส่วนบุคลากรด้าน IT ของธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบียังคงขาดแคลนบุคลากรด้าน IT อยู่

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ มีความต้องการเชื่อมต่อเข้าสู่ฐานธุรกิจผ่านดิจิทัลแพลตฟอร์มเพราะจะช่วยเพิ่มศักยภาพในการนำเสนอขายสินค้าหรือบริการของธุรกิจ และยังช่วยส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดกระบียให้เติบโตเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่กลุ่มตัวอย่างพบว่าเป็นปัญหาสำคัญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการเข้าสู่การแข่งขันในตลาดออนไลน์ คือ การขาดบุคลากรที่มีความรู้ด้าน IT การเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว รวมถึงการขาดการสนับสนุนจากภาครัฐ

นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลปัจจัยสำคัญในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบีย โดยใช้การประชุมกลุ่มย่อย (focus group) และการสัมภาษณ์ผู้ที่รับผิดชอบในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวจังหวัดกระบีย ได้แก่ ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานกระบีย ผู้อำนวยการสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกระบีย นายกสมาคมธุรกิจท่องเที่ยว จังหวัดกระบีย นายกสมาคมธุรกิจโรงแรมจังหวัดกระบีย และตัวแทนผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบีย ซึ่งคณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวม 5 ประเด็น ได้แก่ 1) ปัญหาด้านการรับรู้เกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว 2) การสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบีย 3) การนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวจังหวัดกระบีย 4) การบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม 5) การเข้ามาใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ง่ายและสะดวก สรุปผลการวิจัยว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มนับเป็นเรื่องใหม่ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ผู้ประกอบการธุรกิจส่วนใหญ่ยังไม่เข้าใจว่าดิจิทัลแพลตฟอร์มคืออะไร และจะมีประโยชน์อย่างไรต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว ดังนั้น ผู้ที่เกี่ยวข้องจึงต้องการให้ภาครัฐพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มอย่างมีเป้าหมายเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของธุรกิจท่องเที่ยวในการเสนอขายสินค้าหรือบริการให้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยส่วนใหญ่ต้องการให้มีช่องทางที่สามารถนำเสนอสินค้าหรือบริการทางการท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยวได้ และนักท่องเที่ยวสามารถที่จะเลือกซื้อสินค้าหรือบริการนั้นได้เลย

อย่างไรก็ดี ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นมาควรมีการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวจังหวัดกระบีย รวมไปถึงภาพภาพหรือข้อมูลที่สำคัญจากนักท่องเที่ยวโดยดิจิทัลแพลตฟอร์มควรเปิดให้นักท่องเที่ยวสามารถนำเสนอภาพภาพหรือข้อความที่แสดงถึงประสบการณ์และความประทับใจที่ได้รับจากการเดินทางท่องเที่ยวในจังหวัดกระบียให้กับนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ซึ่งจะเป็นข้อมูลที่สำคัญทั้งการจูงใจหรือกระตุ้นนักท่องเที่ยวคนอื่น ๆ ให้ตัดสินใจง่ายขึ้น และเป็นข้อมูลย้อนกลับที่สำคัญของธุรกิจท่องเที่ยวในการปรับปรุงการดำเนินงานของธุรกิจ และภายหลังจากที่พัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มแล้วผู้ที่เกี่ยวข้องได้เสนอแนะแนวทางการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์มไว้ว่า หน่วยงานที่เข้ามารับผิดชอบควรเป็นหน่วยงานกลางที่ไม่ใช่ธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งในจังหวัดกระบีย เพราะอาจจะมี

ส่วนได้เสียกับการจัดการในส่วนนี้ และที่สำคัญคือ หากคนกลางเป็นผู้บริหารจัดการจะดึงดูดให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เข้ามาประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มมากขึ้น

อย่างไรก็ดี ประเด็นที่น่าสนใจจากการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการประชุม Focus Group คือผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่ขาดแคลนบุคลากรที่มีความรู้หรือประสบการณ์ในด้านคอมพิวเตอร์และระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทำให้ไม่สามารถบริหารจัดการการตลาดออนไลน์ของธุรกิจ ดังนั้น ระบบที่พัฒนาขึ้นหรือดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงควรใช้งานได้ง่าย (friendly use) และสะดวก หรือการจัดทำคู่มือการใช้งาน (manual) ที่ผู้ใช้งานสามารถเรียนรู้และดำเนินการได้ด้วยตนเอง

3.1.1.2 พฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวและพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ สรุปผลการศึกษาได้ว่า นักท่องเที่ยวชาวไทย 2 ใน 3 ของกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยมีการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน 6.51 ชั่วโมง โดยพบว่า เว็บไซต์ที่เข้าถึงมาก คือ ชุมชนออนไลน์ เช่น Facebook หรือ Pantip และเว็บไซต์เพื่อค้นหาข้อมูล เช่น Google ซึ่งข้อมูลที่ค้นหาคือจะเป็นข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การวางแผนการเดินทาง และตรวจสอบราคาบริการ ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศมีระยะเวลาในการใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยต่อวัน 2.30 ชั่วโมง และเข้าถึงเว็บไซต์การค้นหาข้อมูลเช่น Google.com มากเป็นอันดับที่หนึ่ง และสื่อสังคมออนไลน์ คือ Facebook เป็นอันดับรอง โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างประเทศส่วนใหญ่ใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนเป็นเครื่องมือในการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตถึง 73.56% และ 69.76% ตามลำดับ

การสำรองที่พักออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่มนิยมสำรองกับเว็บไซต์ Agoda มากที่สุด และการตัดสินใจในการซื้อสินค้าท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ตนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการให้มีการบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากเป็นอันดับ 1 รองลงมาคือ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการอื่นๆ และด้านส่งเสริมการตลาด โดยที่การบริการด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้นมีความต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึงเว็บไซต์มากที่สุด การบริการด้านราคามีความต้องการด้านระบบรักษาความปลอดภัยในการชำระเงินมากที่สุด การบริการด้านผลิตภัณฑ์มีความต้องการเรื่องการให้ข้อมูลกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงมากที่สุด ในด้านบริการอื่นๆ มีความต้องการด้านการรักษาความลับเกี่ยวกับลูกค้ามากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความต้องการให้ส่งข้อมูลข่าวสารการส่งเสริมการตลาดทางอีเมลมากที่สุด

กลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศนั้นมีความต้องการใช้บริการธุรกิจออนไลน์เพื่อประกอบการตัดสินใจในการซื้อสินค้าท่องเที่ยวทางอินเทอร์เน็ต โดยต้องการให้มีบริการด้านอื่นๆ ด้านราคา และด้านการจัดจำหน่ายมาก ในขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์มีความต้องการในระดับปานกลางให้ด้านผลิตภัณฑ์ในการใช้บริการธุรกิจออนไลน์ในภาพรวมในระดับปานกลาง ซึ่งหากพิจารณาไปถึงประเด็นย่อยของแต่ละประเด็นความต้องการ พบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มตัวอย่างมีความต้องการด้านการให้ข้อมูลสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกที่ครบถ้วนมากเป็นอันดับที่หนึ่ง ในด้านราคากลุ่มตัวอย่างมีความต้องการให้ระบุราคาที่ชัดเจน
ตรงไปตรงมามากเป็นอันดับที่หนึ่ง ด้านการจัดจำหน่ายกลุ่มตัวอย่างมีความต้องการความรวดเร็วในการเข้าถึง
เว็บไซต์มากที่สุด และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความต้องการข้อเสนอพิเศษแบบนาทีสุดท้าย (Last Minute)
มากที่สุด โดยต้องการให้มีพนักงานลูกค้าสัมพันธ์ให้ข้อมูลเพิ่มเติมได้ตลอด 24 ชั่วโมงอยู่ในระดับรองลงมา

สำหรับด้านการท่องเที่ยว นั้น มากกว่าครึ่งของนักท่องเที่ยวที่มากระบี่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย
โดยมาเที่ยวกระบี่มากกว่าหนึ่งครั้ง นิยมเดินทางมาโดยรถยนต์ การเดินทางจะมาเป็นกลุ่ม 2-5 คน และเป็นกลุ่มที่
เพิ่งเริ่มทำงานไม่นาน (First/Second Jobber) ส่วนนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะมากระบี่ครั้งแรก ทั้งกลุ่ม
นักท่องเที่ยวไทยและต่างชาติ นิยมวางแผนท่องเที่ยวเอง แต่การจองโรงแรมได้ให้ความสำคัญกับชื่อเสียงของ
โรงแรม

จากการศึกษาดังกล่าวจึงสรุปได้ว่า ผู้ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่เห็นความสำคัญของ
การตลาดออนไลน์และการนำเสนอข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ และมีความต้องการเชื่อมต่อกับดิจิทัลแพลตฟอร์ม
เพื่อให้ธุรกิจสามารถรับจองห้องพักผ่านแพลตฟอร์มได้อย่างไร้รอยต่อ ดังนั้น ความพยายามของภาครัฐที่จะ
ผลักดันให้เกิดแนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มแห่งชาติ จึงควรที่จะคัดเลือกหน่วยงานที่จะเข้ามาดูแลและบริหาร
จัดการแพลตฟอร์มแห่งชาติ โดยคำนึงถึงความต้องการของผู้ประกอบการเพื่อให้สามารถใช้งานง่าย มีค่าใช้จ่ายต่ำ
นำเสนอข้อมูลแบบ Real time มีช่องทางการเจรจาต่อรองระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย มีข้อมูลครบถ้วน รวมถึงการ
พัฒนาบุคลากรด้าน IT ให้มีทักษะการพัฒนาซอฟต์แวร์แนวใหม่ในลักษณะเซอร์วิสแพลตฟอร์มที่สามารถสร้าง
นวัตกรรมบริการบนฐานแพลตฟอร์มด้วย เพราะสถานการณ์เทคโนโลยีสารสนเทศในปัจจุบันมีผลต่อพฤติกรรม
ของผู้บริโภคในชีวิตประจำวันมีการเข้าถึงข้อมูลสารสนเทศผ่านการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตบนเครือข่าย โทรศัพท์
มือถือ หรืออุปกรณ์พกพาอย่าง Tablet เพิ่มมากขึ้นมาก นอกเหนือจากมิติด้านเทคนิคแล้วการบริการให้กับ
นักท่องเที่ยวจะต้องมีความน่าเชื่อถือ ความครบถ้วนและชัดเจนของข้อมูล

3.1.1.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
ในจังหวัดกระบี่

ในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ คณะผู้วิจัย
สังเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ ซึ่ง
พบว่า ในการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับประโยชน์ของดิจิทัลแพลตฟอร์มของธุรกิจท่องเที่ยวกลุ่มตัวอย่างไม่
เข้าใจว่า ดิจิทัลแพลตฟอร์มคืออะไร ดังนั้น การสร้างการรับรู้และเข้าใจเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มจะช่วยเพิ่ม
ศักยภาพการแข่งขันด้านธุรกิจการท่องเที่ยวแบบออนไลน์ของจังหวัดกระบี่ได้เป็นอย่างมาก ปัจจัยแห่งความสำเร็จ
ลำดับรองลงมา คือ ความง่ายและสะดวกในการใช้งาน การเชื่อมโยงกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ บุคลากรที่มี
ความรู้ความสามารถด้าน IT ความสมบูรณ์ของข้อมูล การอำนวยความสะดวกในกระบวนการสร้างคุณค่า ความ
ปลอดภัย

สิ่งที่ค้นพบจากการวิจัย คือ ความต้องการและพฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ต้องการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตอย่างรวดเร็วและสะดวก และหากสามารถพัฒนาระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มที่รองรับการใช้งานผ่านระบบโทรศัพท์มือถือ หรือ Tablet จะทำให้สามารถเข้าถึงข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่บนระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มได้ง่ายขึ้น ดังนั้น ปัจจัยสำเร็จที่จะช่วยเสริมความง่ายและความสะดวกในการใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์ม คือ ภาครัฐส่วนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจึงควรพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่ไม่ส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการ แต่อาจจะมีเงื่อนไขหรือบริการเสริมที่มีการกำหนดค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม และหากสามารถเชื่อมโยงข้อมูลธุรกิจการท่องเที่ยวกับเครือข่ายสังคมออนไลน์ เช่น Facebook จะเป็นการส่งเสริมให้ธุรกิจการท่องเที่ยวของจังหวัดกระบี่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในขณะเดียวกัน ความสมบูรณ์ของข้อมูลเป็นสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึงเช่นเดียวกัน โดยข้อมูลที่จะนำเสนอให้กับนักท่องเที่ยวต้องเป็นข้อมูลที่มีความทันสมัย (Real Time) และมีความครบถ้วนตามความต้องการและความจำเป็นในการใช้ข้อมูลของนักท่องเที่ยว เพื่อที่จะส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงที่สุด อย่างไรก็ตาม ความปลอดภัยในการสื่อสารและการเข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว จะเป็นอีกปัจจัยที่การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มควรให้ความสำคัญต่อการรักษาความปลอดภัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลด้วยเช่นกันเพื่อจะสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้

ในธุรกิจการท่องเที่ยวภายใต้แนวคิดการตลาดสมัยใหม่ที่เน้นความสำคัญกับกระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้า ดังนั้น ระบบดิจิทัลแพลตฟอร์มจึงต้องสามารถอำนวยความสะดวกนักท่องเที่ยวในกระบวนการวางแผนการเดินทางท่องเที่ยว สามารถให้คำปรึกษาหรือแนะนำ ตลอดจนช่วยเหลือนักท่องเที่ยวในการวางแผนการเดินทาง

ผลสรุปที่ได้กล่าวข้างต้นเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องทางด้านเทคนิค อย่างไรก็ตาม ในด้านบุคลากร IT ก็เป็นปัจจัยสำคัญอีกประการที่ภาครัฐจึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรด้าน IT เพื่อมาช่วยดูแลดิจิทัลแพลตฟอร์มให้อยู่ได้อย่างยั่งยืน เพื่อช่วยส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันได้

3.1.1.4 แนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

จากการศึกษาสถานการณ์ ความต้องการ ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ และพฤติกรรมการใช้พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ สามารถสรุปได้เป็นประเด็น ดังนี้

แนวทางที่หนึ่ง คือ การกำหนดกลุ่มเป้าหมายของการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เป็นกระบวนการแรกในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์ม ซึ่ง

กลุ่มเป้าหมายหลัก คือ นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ส่วนกลุ่มเป้าหมายรอง คือ ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่

ส่วนแนวทางที่สอง คือ การพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มที่สนับสนุนการทำธุรกรรม ถึงแม้ว่าผู้พัฒนาจะต้องพัฒนาระบบให้เกิดการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของนักท่องเที่ยว แต่ควรให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยในการทำธุรกรรมออนไลน์ รวมถึงการกำหนดเงื่อนไขและขอบเขตในการไม่ต้องรับผิดชอบ (Disclaims) ให้ชัดเจนในทุกๆ กรณีของเหตุการณ์ต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้น เพื่อเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย

แนวทางที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือ การสร้างการรับรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่เพื่อให้เห็นความสำคัญและประโยชน์ของการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยอาจมีแนวทางที่จะสร้างการรับรู้ เช่น การจัดประชุมสัมมนาการพัฒนาธุรกิจท่องเที่ยวด้วยดิจิทัลแพลตฟอร์ม และสาธิตการใช้งานดิจิทัลแพลตฟอร์มให้กับผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ได้เรียนรู้ รับรู้และเข้าใจรายละเอียดของดิจิทัลแพลตฟอร์ม ดำเนินการโครงการนำร่องดิจิทัลแพลตฟอร์ม และเก็บข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) จากผู้เข้าร่วมโครงการเพื่อพัฒนาและปรับปรุงดิจิทัลแพลตฟอร์มให้มีความเสถียรและมีความคลาดเคลื่อนน้อยที่สุด รวมถึงการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับดิจิทัลแพลตฟอร์มผ่านสมาคมธุรกิจที่เกี่ยวข้องในจังหวัดกระบี่เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับสมาชิกสมาคมธุรกิจต่างๆ

อย่างไรก็ดี การพัฒนาบุคลากรทางด้าน IT เพื่อรองรับดิจิทัลแพลตฟอร์ม ก็เป็นอีกแนวทางที่ภาครัฐควรให้ความสำคัญในมิติของด้านบุคลากร จากข้อมูลการศึกษาวิจัย บุคลากรด้าน IT ในจังหวัดกระบี่เฉลี่ยไม่เกิน 2 คนต่อธุรกิจ ดังนั้น ภาครัฐควรพัฒนาบุคลากรด้าน IT ของจังหวัดกระบี่ให้สามารถนำองค์ความรู้มาบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์มได้อย่างยั่งยืนในอนาคตต่อไป

แนวทางที่จะนำเสนอสุดท้าย คือ การกำหนดผู้รับผิดชอบในการบริหารจัดการดิจิทัลแพลตฟอร์ม ที่ควรมีความเป็นหน่วยงานกลางที่ไม่ใช่ธุรกิจใด ธุรกิจหนึ่งในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัด และสามารถสร้างความมั่นใจของธุรกิจท่องเที่ยวที่ต้องการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มในการดำเนินธุรกิจได้

3.1.2 แนวทางการพัฒนาภาพแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่

การพัฒนาภาพแบบการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่ คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลแบบสอบถามผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและแบบสอบถามนักท่องเที่ยวมาสังเคราะห์ โดยพิจารณาในมิติ ประกอบด้วย ความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว ความต้องการของนักท่องเที่ยว ความเป็นไปได้ในการขยายผล และ ความพร้อมทางด้านเทคนิค ซึ่งจากการสังเคราะห์ข้อมูลต่างๆ คณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนาต้นแบบนำร่องการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในกระบี่ ชื่อ ThaiWebly ให้เป็นต้นแบบระบบสร้างเว็บไซต์โดยใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มเป็นพื้นฐาน ระบบนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถ

สร้างเว็บไซต์สำหรับธุรกิจของตนเองได้โดยไม่ต้องมีความรู้ในเชิงเทคนิคมาก สามารถใช้งานได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว จึงไม่จำเป็นต้องจ้างบุคลากรด้าน IT ในการสร้างเว็บไซต์และดูแลระบบ

ระบบย่อยภายใต้เว็บแอปพลิเคชัน ThaiWebly ประกอบด้วย

1. Marketing site เป็นเว็บไซต์หน้าแรกของระบบ ThaiWebly ที่อธิบายถึงเรื่องราวความเป็นมา ความสามารถของระบบและเป็นช่องทางเชื่อมต่อของผู้ประกอบการที่จะเข้าสู่ระบบควบคุมดูแลหลังบ้าน (Admin)
2. ระบบ Admin ผู้ประกอบการ เป็นหน้าเว็บไซต์ที่ผู้ประกอบการสามารถเข้ามาสร้างและแก้ไขข้อมูลของเว็บไซต์ของตนเองได้ เช่น ภาพแบบเว็บไซต์ ประเภทเว็บไซต์ และ ข้อมูลต่างๆของเว็บไซต์ เป็นต้น
3. เว็บไซต์ผู้ประกอบการ เป็นเว็บไซต์ของผู้ประกอบการที่ถูกสร้างขึ้นโดยระบบ thaiwebly.com ซึ่งผู้ประกอบการสามารถเปลี่ยนชื่อ sitename ได้ตามต้องการ
4. ระบบ MainAdmin เป็นระบบที่ให้ผู้ดูแลสามารถเข้าถึงข้อมูลการทำงานของระบบ ThaiWebly ได้ทั้งหมดเช่น การลงทะเบียนผู้ประกอบการ สถิติการใช้งานแต่ละจังหวัด การกำหนดสิทธิ์ผู้ประกอบการ รวมไปถึงการช่วยเหลือและอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการ รวมไปถึงการจัดการภาพแบบและองค์ประกอบของเว็บไซต์ (Design and Components) ที่ใช้งานในระบบ Admin ของผู้ประกอบการ

ซึ่งคณะผู้วิจัยได้เปิดทดลองใช้งานและจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้งาน ThaiWebly ในหัวข้อ “สร้างเว็บไซต์ สามภาษา (ไทย อังกฤษ จีน) ใน 10 นาทีเพื่อยกระดับธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดกระบี่อย่างมืออาชีพ” ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในจังหวัดกระบี่ในวันที่ 26 พฤศจิกายน พ.ศ. 2558 ที่โรงแรมกระบี่ รีสอร์ท จังหวัดกระบี่ มีผู้ประกอบการเข้าร่วม 47 คนจาก 33 สถานประกอบการ ได้รับการตอบรับที่ดี มีศักยภาพในการขยายผลไปยังจังหวัดอื่นๆ สูง จากการขยายผลของการใช้งานเว็บไซต์ตั้งแต่เริ่มเปิดใช้งานถึงวันที่ 7 มกราคม พ.ศ. 2559 พบว่า มีผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในประเทศไทย ที่มีการใช้บริการมากที่สุดเป็นกลุ่มธุรกิจประเภทโรงแรม คิดเป็นร้อยละ 53.85 รองลงมาคือธุรกิจประเภททัวร์ คิดเป็นร้อยละ 28.21 ธุรกิจประเภทสปา คิดเป็นร้อยละ 10.26 ธุรกิจประเภทร้านอาหาร คิดเป็นร้อยละ 7.69 ในส่วนของสถิติการใช้งานแยกตามจังหวัด พบว่า 5 จังหวัดที่มีการใช้บริการ ThaiWebly มากที่สุดคือ กระบี่คิดเป็นร้อยละ 74.04 รองลงมาคือ เชียงใหม่คิดเป็นร้อยละ 12.96 กรุงเทพมหานครคิดเป็นร้อยละ 5.56 ภาพสินธุ์คิดเป็นร้อยละ 3.70 ประจวบคีรีขันธ์คิดเป็นร้อยละ 1.85 และจังหวัดอื่นคิดเป็นร้อยละ 1.85

3.2 ข้อเสนอแนะ

ผลการศึกษาวิจัย เรื่อง การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

3.2.1 จากการศึกษา พบว่า ธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่นั้นมีความพร้อมในด้านการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไม่เท่ากัน บางกลุ่มมีความพร้อมมากในการใช้ IT เพื่อการตลาด ในขณะที่บางกลุ่ม ยังขาดความพร้อมและต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งกลุ่มที่ขาดความพร้อมต้องการการสนับสนุนในด้านต่อไปนี้ ด้าน

เว็บไซต์ ด้านอีเมล ด้านสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ และ ด้าน Office Suite ซึ่งประเด็นทั้งห้านี้ หากภาครัฐสามารถสนับสนุน สามารถแก้ปัญหาได้โดยใช้แนวทางที่แตกต่างแต่เหมาะสมกับปัญหา เช่น ด้านเว็บไซต์สามารถทำเป็นการบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม แต่ด้านการสร้างแบรนด์บนโลกออนไลน์ อาจจัดเป็นการอบรมเป็นต้น แต่อย่างไรก็ตาม หากต้องการเสริมสร้างศักยภาพของผู้ประกอบการให้เต็มที่ ควรมีแผนการดำเนินการเพื่อแก้ปัญหาห้าจุดของผู้ประกอบการแบบองค์รวม ตั้งแต่การสร้างคนด้าน IT การพัฒนาศักยภาพการทำตลาดของผู้ประกอบการ และ การทำบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์ม

3.2.2 จากการสำรวจพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว พบว่ามีความหลากหลาย ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยว จะต้องมียุทธศาสตร์ที่ชัดเจนและกำหนดวิธีการที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม เช่นกลุ่มคนไทยพบว่ามีมากระปีหลายครั้ง จะทำอย่างไรให้รักษาจำนวนครั้งให้มาเที่ยวให้มาบ่อย ซึ่งทางจังหวัดอาจจัดเป็นเทศกาลตลอดปีเพื่อสร้างความแตกต่างสำหรับผู้มาเที่ยว สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่จะมากระปีเป็นครั้งแรก ดังนั้นจังหวัดจะต้องมีกลยุทธ์ว่าทำอย่างไรนักท่องเที่ยวต่างชาติจึงจะมาเที่ยวมากกว่าหนึ่งครั้ง โดยอาจทำการวิจัยการตลาดแบบเจาะเพื่อหาแนวทางและวิธีการดึงดูดนักท่องเที่ยวต่างชาติ นอกจากนี้ในส่วนนักท่องเที่ยวไทยพบว่านักท่องเที่ยวไทยส่วนใหญ่มาจากภาคใต้ และ ขัปรธมา ดังนั้นการอำนวยความสะดวกในด้านเส้นทาง หรือ การท่องเที่ยวทางรถยนต์จะเป็นสิ่งสำคัญเพื่อที่จะรักษาจำนวนนักท่องเที่ยวไทย

3.2.3 ช่องทางการสื่อสารนั้นส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ทาง website และ Facebook แต่หากมองให้ลึกลงไปจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวแต่ละส่วนจะเข้าถึง ข้อมูลไม่เหมือนกัน เช่น Facebook เป็นช่องทางโฆษณาที่ทำให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวมากมายทั่วโลก แต่ไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวจีนเนื่องจากประเทศจีนนั้น ไม่อนุญาตให้ใช้ Facebook หรือ Search Engine เช่น Google เป็นต้น ทำให้ต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ในการเข้าถึงนักท่องเที่ยวชาวจีน

3.2.4 นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่สามารถเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยวบนอินเทอร์เน็ตจากโทรศัพท์มือถือ ดังนั้นเว็บไซต์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นของภาครัฐ หรือ ของผู้ประกอบการควรปรับให้สามารถแสดงผลทางโทรศัพท์มือถือได้ตามมาตรฐาน HTML 5 Responsive นอกจากนี้การใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตของนักท่องเที่ยว สามารถเป็นตัวกำหนดแนวทางในการทำสื่อ หรือ ข้อมูล (content) ท่องเที่ยวได้ นักท่องเที่ยวไทยใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตโดยเฉลี่ยเยอะกว่า ในขณะที่นักท่องเที่ยวต่างชาติใช้เวลาบนอินเทอร์เน็ตน้อยกว่า ดังนั้น ข้อมูลภาษาไทยอาจสามารถทำให้มีรายละเอียดมากกว่า ในขณะที่ข้อมูลต่างชาติอาจทำให้มีความกระชับ และ ดึงดูดในเวลาอันสั้น ทั้งนี้ควรมีข้อมูลอย่างน้อยที่เป็นภาษาไทย และ ภาษาอังกฤษ

3.2.5 นักท่องเที่ยวในปัจจุบันทั้งไทยและต่างประเทศให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของสถานประกอบการท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการควรรู้จักวิธีการสร้างชื่อเสียง เช่น การสร้างแบรนด์และการตลาดออนไลน์ และ รักษาชื่อเสียงของตัวเอง ซึ่งอาจต้องอาศัยการติดตามข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตเพื่อตรวจสอบว่าลูกค้าพูดถึงผู้ประกอบการอย่างไร หากมีข้อบกพร่องมีวิธีแก้ไขได้หรือไม่

3.2.6 การพัฒนาบริการบนดิจิทัลแพลตฟอร์มสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว หากต้องการให้การบริการประสบความสำเร็จ สามารถขยายผลได้ และ ทำให้มีการใช้งานระยะยาว ควรมีเจ้าภาพที่เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียโดยตรงกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น สมาคมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจท่องเที่ยว เป็นต้น

3.3 การนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

ผลงานวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ใน 4 แนวทาง ผ่านผู้ใช้งานที่แตกต่างกันไป ดังนี้

1. แนวทางด้านนโยบาย (กลุ่มภาครัฐ) อาจจะแบ่งเป็นสองส่วนคือส่วนท้องถิ่น และ ระดับประเทศ ในส่วนท้องถิ่นนั้นผลการศึกษานักท่องเที่ยว และ ธุรกิจจังหวัดกระบี่ ทำให้เห็นถึงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว รวมถึงจุดแข็ง และ จุดอ่อนของธุรกิจท่องเที่ยว (เช่น บางกลุ่มยังขาดศักยภาพในการใช้ IT) ซึ่งกลุ่มภาครัฐ เช่น หน่วยงานในจังหวัดกระบี่ รวมถึงหน่วยงานท้องถิ่นจังหวัดอื่น สามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการจัดทำนโยบายเพื่อเสริมจุดแข็งให้ดีขึ้น หรือ พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการเพื่อลบหรือลดจุดอ่อน ในระดับประเทศนั้น หน่วยงานที่รับผิดชอบนโยบาย เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือสำนักงานจังหวัดกระบี่ เป็นต้น สามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อวางแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว และนำต้นแบบไปขยายผลในระดับประเทศ

2. กลุ่มผู้ประกอบการโรงแรมและท่องเที่ยว สามารถนำสถิติด้านนักท่องเที่ยวหรือคู่แข่ง ไปปรับกลยุทธ์ในการให้บริการลูกค้าให้ดีขึ้น ยกตัวอย่างเช่นนักท่องเที่ยวที่มาที่กระบี่จากการสำรวจนั้นพบว่าการขับรถมาเป็นจำนวนมาก ซึ่งหากผู้ประกอบการต้องการเจาะลูกค้ากลุ่มนี้อาจต้องมองในเรื่องที่จอดรถ หรือ บริการเสริมเช่นการจัดเส้นทางท่องเที่ยว เป็นต้น

3. กลุ่มผู้ประกอบการท่องเที่ยว เช่น โรงแรม สปา บริษัททัวร์ และ ร้านอาหาร สามารถนำต้นแบบที่เกิดจากการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์มไปใช้ เพื่อสร้างเว็บไซต์ของตัวเองอย่างง่ายโดยไม่ต้องพึ่งบุคลากร IT โดยเว็บไซต์ต้นแบบนี้สามารถเปิดดูได้ในมือถือ (Mobile Responsive) และ มีการแปลภาษาเป็นอังกฤษและจีนให้อัตโนมัติ

4. กลุ่มผู้ประกอบการซอฟต์แวร์ สามารถมองหาโอกาสทางธุรกิจด้าน IT โดยมองหาวิธีการสร้างสินค้าและบริการใหม่ๆ ด้าน IT จากสถิติการใช้งานด้าน IT ของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ยกตัวอย่างเช่น จากสถิติการสำรวจพบว่าผู้ประกอบการจำนวนมากมีความต้องการใช้ IT แต่ไม่มีงบประมาณสำหรับจ้างบุคลากร IT ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการซอฟต์แวร์อาจมองโมเดลการทำธุรกิจแบบใหม่เพื่อตอบโจทย์ผู้ประกอบการกลุ่มนี้โดยใช้แนวคิดโมเดลธุรกิจแบบแบ่งปัน (Sharing Economy) โดยมีบุคลากร IT แชร์กันระหว่างผู้ประกอบการท่องเที่ยว เป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายด้าน IT เป็นต้น

5. นักท่องเที่ยวสามารถใช้งานต้นแบบ Pilot จากโครงการวิจัย โดยเข้าดูเว็บไซต์ของผู้ประกอบการท่องเที่ยวกระบี่เพื่อดูข้อมูลสินค้า และ บริการ

บรรณานุกรม

สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (2556). รายงานการศึกษา Tourism Thailand Open Platform Roadmap. 2556.

ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2C, ม.ป.ป, [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.agoda.com> (วันที่ค้นข้อมูล: 24 กรกฎาคม 2557).

ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2C, ม.ป.ป, [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.expedia.co.th> (วันที่ค้นข้อมูล: 24 กรกฎาคม 2557).

ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B, ม.ป.ป, [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.zumata.com> (วันที่ค้นข้อมูล: 24 กรกฎาคม 2557).

ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B, ม.ป.ป, [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.siteminder.com> (วันที่ค้นข้อมูล: 24 กรกฎาคม 2557).

ตลาดบริการท่องเที่ยวแบบ B2B, ม.ป.ป, [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.tacenter.com> (วันที่ค้นข้อมูล: 24 กรกฎาคม 2557)

หนังสือพิมพ์นิวยอร์กไทม์ (2554). “Apple Moves to Tighten Control of App Store” ฉบับวันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2554. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

http://www.nytimes.com/2011/02/01/technology/01apple.html?_r=1

C.J.Guo et al., study of Software as a Service Support Platform for Small and Medium Business, LNBIP 74, pp.1-30. Springer, Heidelberg (2011)

Yves-Alexandre de Montjoye et al., “Unique in the shopping mall: On the reidentifiability of credit card metadata” Science 30 January 2015: Vol. 347 no. 6221 pp. 536-539

Asia Briefing Magazine (2014). “E-Commerce Across Asia: Trends and Developments 2014” May 2014. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.asiabriefing.com/news/2014/06/e-commerce-trends-developments-asia-pacific/#sthash.0yO0ZLFJ.dpuf>

Daniel Lathrop and Laurel Ruma (2010). Open Government. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://chimera.labs.oreilly.com/books/1234000000774/index.html>

Government as a platform . [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

<http://www.theguardian.com/politics/2014/sep/12/transport-direct-50m-govt-website-to-close>

James Gardner (2013). "Using Google Analytics to track TheBookingButton hotel reservation system" WSI. Retrieved June 23, 2014.

Laurence Meyer (2000). "Digital Platforms: Definition and Strategic Value". Communications & Strategies. no.38 2nd quarter 2000, p.127 [ออนไลน์]

เข้าถึงได้จาก http://www.idate.org/fic/revue_telech/540/C&S38_MEYER.pdf

Richard T. Griffiths (2002). History of the Internet, Internet for Historians. รายงานการวิจัย.

Universiteit Leiden [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก

http://www.let.leidenuniv.nl/history/ivh/frame_theorie.html

ภาคผนวก ก
สรุปการจัดสัมมนา
การบูรณาการงานวิจัยเชิงรุกกับการพัฒนา
อุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

สรุปการจัดสัมมนา การบูรณาการงานวิจัยเชิงรุกกับการพัฒนาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่

การจัดสัมมนา “การบูรณาการงานวิจัยเชิงรุกกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่” จัดขึ้นเมื่อวันพฤหัสบดีที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2557 เวลา 13.00 – 16.00 น. ณ ห้องบอลรูม โรงแรมพีชลาгуน่ารี สอร์ท อ่าวนาง จังหวัดกระบี่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประชุมชี้แจงการดำเนินงานร่วมกับผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสียทางการท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ เพื่อศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบการศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จในการพัฒนาดิจิทัลแพลตฟอร์มให้สอดคล้องและตอบโจทย์ของผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวในจังหวัดกระบี่ให้ตรงตามประโยชน์การใช้งานได้อย่างเต็มที่สูงสุด โดยมีผู้เข้าร่วมการประชุม จำนวน 98 คน

การจัดงานในครั้งนี้ ดร.รัฐภูมิ ตูจันดา ได้ชี้แจงให้แก่ผู้เข้าร่วมประชุมได้รับทราบแผนการดำเนินงานวิจัยในประเด็นดังนี้

1. ความสำคัญของเศรษฐกิจดิจิทัล

เทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งอินเทอร์เน็ต และเทคโนโลยีโทรศัพท์เคลื่อนที่ ส่งผลให้พฤติกรรมของคนเปลี่ยนไป มีการซื้อขายผ่านอินเทอร์เน็ตมากขึ้น อัตราส่วนการซื้อขายผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ตเพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะการซื้อขาย E-Commerce (Asia Briefing Magazine, 2014) ในภูมิภาคเอเชียนั้นโตขึ้นถึง 30-40% ต่อไป นอกจากนี้ ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อขายสินค้าเปลี่ยน เพราะในปัจจุบันนั้นบุคคลทั่วไปให้ความสำคัญกับรีวิวสินค้าและบริการจากผู้ใช้อื่นๆ มากขึ้น

ดังนั้น ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลนี้ ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมของการทำธุรกิจที่เปลี่ยนไป เพื่อรักษาและขยายฐานธุรกิจที่มีอยู่ รวมถึงพัฒนาศักยภาพในการต่อสู้กับธุรกิจต่างชาติ เพราะข้อมูลข่าวสารมีอิทธิพล และควบคุมการดำเนินธุรกิจและวิถีชีวิตของผู้คนมากขึ้น เป็นสิ่งที่สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันทั้งในระดับองค์กรหรือระดับประเทศ

2. ความหมายและความสำคัญของดิจิทัลแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลแพลตฟอร์มคือ “ตลาดออนไลน์ที่สามารถนำสินค้าและบริการ ในภาพแบบดิจิทัลมาวาง เพื่อให้การบริการแก่ผู้ใช้งานผ่านช่องทางต่างๆ (เว็บไซต์ มือถือ หรือ ผ่าน API) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด” คำสำคัญในคำนิยามนี้คือ

- สินค้าและบริการในภาพแบบดิจิทัล จะต้องมีการสร้างข้อมูล (content) เพื่อแสดงถึงสินค้า บริการเหล่านั้นซึ่งต้องใช้ทักษะในการทำ เช่นการถ่ายภาพ เป็นต้น

- ช่องทางต่างๆ การใช้งานนั้นทำได้หลายช่องทาง โดยไม่จำกัดว่าผู้ใช้งานจะเป็นมนุษย์ (เว็บไซต์ มือถือ) หรือ เครื่องคอมพิวเตอร์ที่ติดต่อกับแพลตฟอร์มผ่านโปรโตคอลที่กำหนดไว้ล่วงหน้า (API)

- เงื่อนไข การใช้งานแพลตฟอร์มนั้นจะมีการกำหนดข้อตกลงการใช้งานเพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างราบรื่น สามารถควบคุมคุณภาพได้ หรือ แม้แต่กระทั่งเก็บค่าบริการเพื่อทำกำไร ซึ่งแนวคิดด้านดิจิทัล แพลตฟอร์มนั้นไม่ได้เป็นเรื่องใหม่ โดยบริษัทต่างๆ เช่น Google, Apple, Facebook รวมไปถึงในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเช่น Agoda ต่างสร้างแพลตฟอร์มของตัวเอง เพื่อเป็นประตูเชื่อมต่อระหว่าง ลูกค้า กับ บริการต่างๆ โดยบริษัทเหล่านี้เปรียบเสมือนเป็นผู้คุมประตู มีข้อได้เปรียบคือ สามารถกำหนดมาตรฐานกลางในการเชื่อมต่อระหว่างลูกค้า และ บริการต่างๆ

- ใช้งบประมาณในการโปรโมทสินค้าและบริการที่เดียวในภาพแบบของการโปรโมทแพลตฟอร์ม

- สามารถควบคุมคุณภาพสินค้าและบริการได้ หากผู้ให้บริการมีมาตรฐานไม่ตรงตามที่กำหนด

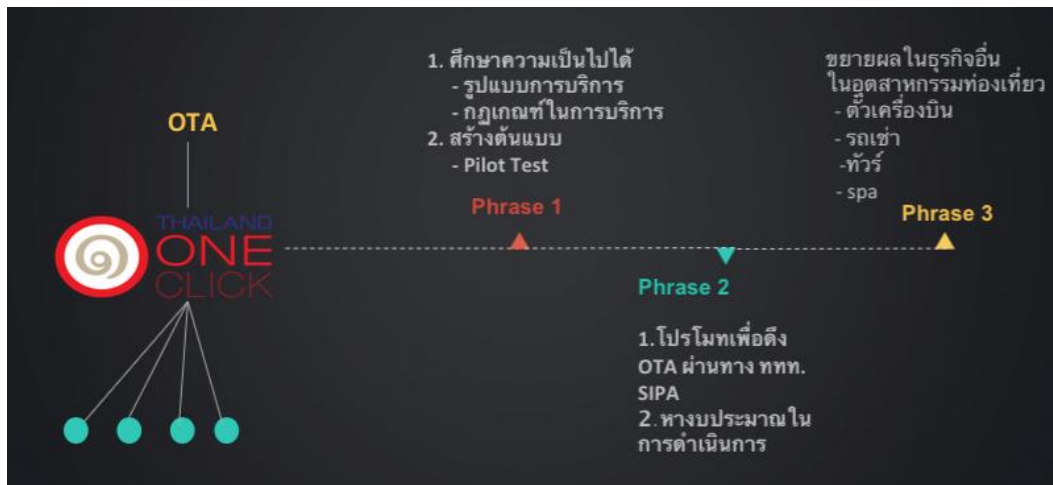
อาจถูกคัดออก

- ดึงโปรแกรมเมอร์ (Developers) และ ผู้มีสินค้าและบริการ Supplier เข้ามาช่วยขยายผล เพื่อทำให้เกิดบริการใหม่ๆ โดยไม่ต้องทำเอง เช่น กรณี Apple ไม่ได้ทำ Application เองแต่ให้โปรแกรมเมอร์เป็นคนทำ ซึ่งทำให้แพลตฟอร์มสามารถโตได้อย่างรวดเร็ว

จะเห็นว่าข้อได้เปรียบเหล่านี้มีอยู่หลายข้อที่เอื้อต่อการผูกขาด หรือ การทำให้เจ้าของแพลตฟอร์มมีอำนาจต่อรองกับผู้ให้บริการสูงมาก

ในมุมมองของผู้บริการ หรือ ผู้ประกอบการ หากมีการเชื่อมต่อไปยังแพลตฟอร์มการขายเดียว จะทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองกับเจ้าของแพลตฟอร์ม ดังนั้นสำหรับผู้บริการหรือผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องมีช่องทางการขายหลายช่องทางเพื่อลดแรงกดดันและเพิ่มอำนาจการต่อรอง ซึ่งจุดมุ่งหมายของคณะผู้วิจัยคือการสร้างแพลตฟอร์มแห่งชาติ เพื่อเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของผู้ประกอบการท่องเที่ยว ที่จะสามารถนำสินค้าและบริการมาแสดงได้ โดยเงื่อนไขที่ไม่ผูกขาด

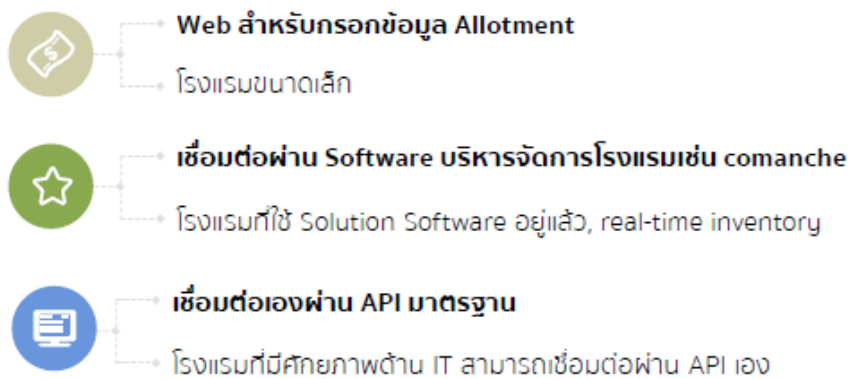
3. แผนการดำเนินงานของโครงการ



ภาพภาพที่ 12 แสดงแผนการดำเนินงาน

แผนการดำเนินงานจะแบ่งเป็น 3 ระยะ โดยระยะที่ 1 จะเป็นการศึกษาความเป็นไปได้ และการสร้างต้นแบบเพื่อทดสอบ เมื่อทดสอบได้ผลแล้วจึงจะไปสู่ระยะที่สอง คือ การขยายผลโดยเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หรือหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมให้มีการใช้แพลตฟอร์มในอุตสาหกรรมโรงแรม เมื่อสำเร็จในอุตสาหกรรมโรงแรมจะทำการขยายผลไปยังอุตสาหกรรมท่องเที่ยวส่วนย่อยอื่นๆ เช่น ตัวเครื่องบิน รถเช่า ทัวร์ สปา ในระยะที่ 3

*รูปแบบการให้บริการ



ภาพภาพที่ 12 แสดงภาพแบบการให้บริการ

โครงการได้นำเสนอภาพแบบการให้บริการต่อที่ประชุมดังแสดงภาพภาพที่ 12 โดยภาพแบบการให้บริการนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการโดยเป็นช่องทางขายเพิ่มเติมให้แก่ผู้ประกอบการโรงแรมที่พักได้

ภาคผนวก ข
รายชื่อผู้เข้าร่วมสัมมนา

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม
 “การบูรณาการงานวิจัยเชิงรุกกับการพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว จังหวัดกระบี่”
 วันพฤหัสบดีที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ.2557 เวลา 13.00-16.00 น.
 ณ ห้องบอลรูม โรงแรมพีชลากูน่ารีสอร์ท อ่าวนาง จังหวัดกระบี่

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
1	นางเตือนใจ เรืองศรี	ผู้จัดการ	krabiallseasonshotel group
2	นายณัฐวิทย์ อรุณ	R.M.	krabiallseasonshotel group
3	น.ส.อังฉรา เหล่าเส้น	F/O	krabiallseasonshotel group
4	นายวสันต์ จิวุฒิพงศ์	ผู้จัดการ	โรงแรมฮาโลวี่ชันชาย
5	น.ส.กัญณพัชร ชุ่มชื่น	ผู้จัดการ	โรงแรมฮาโลวี่ชันชาย
6	น.ส.พสนันท์ ชุ่มชื่น	ผู้จัดการ	โรงแรมฮาโลวี่ชันชาย
7	นายศิวกรณ์ เอ่งฉ้วน	ผู้อำนวยการวิทยาลัย	วิทยาลัยเทคนิคกระบี่
8	Ms.Hathaitat Eng-Chuan	Executive Assistant Manager	Bansainairesort
9	Ms.Sofeeya Jehmoosor	Admin Support	Bansainairesort
10	Mr.Sorakrai Wansook	IT Specialist	Bansainairesort

11	พตท.หญิง ศตพร เพียรอสาหะ	ผู้จัดการ	โรงแรมทิพย์ เรสซิเดนซ์
12	นายกันตภณ รัตตมณี	Human Resources Manager	โรงแรมอ่าวนางวิลล่า รีสอร์ท
13	นายณัฏฐ์ มานพ	Sales Manager	โรงแรมอ่าวนางวิลล่า รีสอร์ท
14	นายสุริยา สมทัต	IT Manager	โรงแรมอ่าวนางวิลล่า รีสอร์ท
15	นางอรุณี มุ่งกิจ	เจ้าหน้าที่การตลาด	สโตนีสฮอริเคย์
16	นางกุสุมา กิ่งเล็ก	General Manager	Aonang Princeville Resort&Spa
17	น.ส.นุรฮิเตีย ตีมุง	Tour Operator & Sales Coordinator	Aonang Princeville Resort&Spa
18	นายบวร ศรเกษตริน	ผู้จัดการทั่วไป	บุหงาธานีรีสอร์ท แอนด์สปา
19	น.ส.ไพจิตร หล้าถลา	Asst.Sale & Reservation Manager	บุหงาธานีรีสอร์ท แอนด์สปา
20	นายดวงสิทธิ์ งามโยธิน	Front Office Manager	บุหงาธานีรีสอร์ท แอนด์สปา
21	นางจิตรสิริ พูลโกศล	Managing Director	Phranangplace Hotel
22	น.ส.ณัฐยา ชุมชอบ	Manager	Phranangplace Hotel
23	น.ส.กัมมะลิกา กิ่งเกาะยาว	Reservation Officer	ชั้นดารีสอร์ท
24	น.ส.ดารานี ข่างเรือ	Sales Officer	ชั้นดารีสอร์ท

25	น.ส.ปฎิมา หลงละเลิง	Marketing & Communication Manager	Holiday Inn Resort Krabi Ao Nang Beach
26	นายทิวา ร่มรื่น	Admin Support	Senseofkrabi
27	น.ส.มนัสนันท์ วุฒิพงศ์	ผู้จัดการฝ่ายบริหาร	โรงแรมพาวิลเลียน ควินส์เบย์
28	น.ส.ระปียา อินะมูนา	ผู้จัดการแผนกต้อนรับ	โรงแรมพาวิลเลียน ควินส์เบย์
29	Ms.Meena Naenhaad	Director of Sales	Aong Silver Orchid Resort
30	น.ส.วรัญญา ชุมแก้ว	ผู้จัดการตลาด	โรงแรมม้านดาวีต์ รีสอร์ท
31	น.ส.ศิวพร ประไพรัตน์	เลขานุการ	โรงแรมม้านดาวีต์ รีสอร์ท
32	น.ส.อรพินท์ เนียมนวล	Front Office Manager	โรงแรมกระบี่เฮอริเทจ
33	น.ส.ภาชีนี โสภณปทุมรักษ์	ผู้จัดการ	บริษัท ศรีกระบี่ จำกัด
34	น.ส.อุไรวรรณ สามารถ	Admin Support	บริษัท ศรีกระบี่ จำกัด
35	น.ส.อัญมณี บุตรเหม	S.R. GSA	The L Resort Krabi
36	น.ส.เนาวรัตน์ วังพล	S.R. GSA	The L Resort Krabi
37	นายบดินทร์ พงษ์ไพบูลย์	ผู้จัดการ	Aonang Cliff View Resort

38	น.ส.วีณา โกงเหลง	Revenue & Distribution Manager	โรงแรมดีवान่า พลาซ่า กระบี่ อ่าวนาง
39	น.ส.อมรรัตน์ นาคขำ	E-commerce Manager	โรงแรมดีवान่า พลาซ่า กระบี่ อ่าวนาง
40	นางปัทมา เตวัฒนา	รองกรรมการผู้จัดการ	ลันตา แชนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา
41	น.ส.บุญยวีร์ เตวัฒนา	เลขานุการ	ลันตา แชนด์ รีสอร์ท แอนด์สปา
42	น.ส.แวพาเซียร์ห์ แวอาลี		Ao-nang Village Resort
43	นายอนุพงษ์	รองนายก อบต.ห้วยน้ำขาว	อบต.ห้วยน้ำขาว
44	น.ส.เอื้องสุตา จางแสง	ผู้จัดการ	I Krabi Hostel
45	นางจุฬารัตน์ สืบเหตุ	MD	I Krabi Hostel
46	อรุณี มุ่งกิจ	ME	Stylish Holidays
47	น.ส.ขวัญจิรา มาตาศรี	Maketing	Aonang travel
48	น.ส.อรสา ปราบปรี	Trainting	Aonang travel
49	นายวิเวก ผิวกา	นายกอบต.	อบต.ห้วยน้ำขาว
50	นายเอนก จารุเกียรติ	ครูชำนาญการ	วิทยาลัยเทคนิคกระบี่
51	น.ส.สิตานัน ถนนอมพัน	ผู้ประสานงาน ป.ตรี	วท.กระบี่

52	น.ส.กนกพร ทองเกิด	การตลาด	Sea kayakkrabi
53	น.ส.วัลภา จันทรแก้ว	การตลาด	Sea kayakkrabi
54	น.ส.ปิยวรรณ เสนทอง	Executive Secretary	Peace Laguna Resort
55	นางชีนรมย์ คงหญิง	นักพัฒนาชุมชน	อบต.ห้วยน้ำขาว
56	น.ส.สุจิตรา มาปเสก	ผช.การจัดเก็บรายได้	
57	น.ส.ฉวีวรรณ ผิวตา	ผช.จนท.ธุรการ	อบต.ห้วยน้ำขาว
58	นางบุญเรือน เส้าวัน	จพง.ธุรการ	อบต.ห้วยน้ำขาว
59	นางจารึก ลิขิตกาญจน์	จพน.พัสดุ	อบต.ห้วยน้ำขาว
60	นายดั่งหมาย	ฝ.ป.ค.	ฝ.ป.ค.
61	นายวุฒิ มารยา	ผ รส.	อบต.ห้วยน้ำขาว
62	นางวัฒน เรืองสุข	เลขาธิการ	
63	นายเจตน์ มารยา	แพทย์ประจำตำบล	อบต.ห้วยน้ำขาว
64	นายหอก	ส.อบต.	
65	นายไต้		

66	นายมาตา ลูกเหลื่อ		
67	น.ส.วชิรา มารยา	ผช.ผู้ใหญ่บ้าน	อบต.ห้วยน้ำขาว
68	นางจิราพร ทองด้วง	นวก.พัสดุ	อบต.ห้วยน้ำขาว
69	น.ส.รมิดา ทำสวน	คนงานทั่วไป	อบต.ห้วยน้ำขาว
70	น.ส.นารดา ปล้องไหม	นิติกร	อบต.ห้วยน้ำขาว
71	น.ส.มาริสา เอ็มโอฐ	นักวิชาการส่งเสริมสุขภาพ	อบต.ห้วยน้ำขาว
72	น.ส.รจนา เซวี่ชีพ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป	อบต.ห้วยน้ำขาว
73	นายชาติรี หลีเหล็ก	ผ.บ.	อบต.ห้วยน้ำขาว
74	นายสมกิจ ลูกเหลื่อม		
75	นายเฉลิม ประวงษ์		
76	นายสมมาตร ลูกเหลื่อม		
77	นายก้อสอด บอน้ำร้อน		
78	นายเวียน เหมทสุร		สารวัตกำนัน
79	นายสุทัศน์ หลานหลงส้า		สารวัตกำนัน

80	นายยุณฐ สมใจ		อบต.ห้วยน้ำขาว
81	นายอดุล ลูกเหล็ก		อบต.ห้วยน้ำขาว
82	นายมาหามาด		
83	นางวิยะดา ศรีรางกูล	ผู้อำนวยการการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดกระบี่	การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานจังหวัดกระบี่
84	ดร.จันทรวีภา ธนะโสภณ	ผู้อำนวยการฝ่ายอุตสาหกรรม	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
85	นางสุนันทา สมพงษ์	รักษาการที่ปรึกษาด้านการวิจัยทางวิทยาศาสตร์และผู้อำนวยการกองบริหารแผนและงบประมาณการวิจัย	สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
86	รศ.สุภาพร สุกสีเหลือง	อดีตผู้อำนวยการ สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม	สถาบันพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์สิ่งแวดล้อม
87	ผศ.สุรเชษฐ์ เชษฐมาส	นายกสมาคมอุทยานแห่งชาติ	สมาคมอุทยานแห่งชาติ
88	ผศ.สุภาวดี โพธิยะราช	ผู้ประสานงาน	สำนักประสานงานโครงการวิจัย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ
89	รศ.ดร.หฤษฎี ภัทรดิลก	นักวิจัย โครงการติดตามประเมินผลและการผลักดันการใช้ประโยชน์โครงการวิจัยอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวและบริการ	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
90	น.ส.เวธนี ตั้งสินมั่นคง	เจ้าหน้าที่บริหารโครงการ	สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
91	นายชวิศร์ อรรถสาสน์	ผู้ช่วยผู้ประสานงาน	สำนักประสานงานโครงการวิจัย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ

92	น.ส.ศิวาภรณ์ สวัสดิชัย	เจ้าหน้าที่วิเคราะห์งานวิจัย	สำนักประสานงานโครงการวิจัย อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและ บริการ
93	นายศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์	นักวิจัย	มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
94	น.ส.กัลยา อุดมวิทิต	รองผู้อำนวยการ	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ
95	นายรัฐภูมิ ตูจันดา	นักวิจัย	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ
96	น.ส.ภัทราวดี พลอยกิตติกุล	นักวิจัย	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ
97	นางอุบลวรรณ คำแก้ว	นักวิเคราะห์	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ
98	น.ส.สุภาภรณ์ ภูวิภาดาวรรณ	นักวิเคราะห์	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ
99	น.ส.นิตยา บำรุงราษฎร์	นักวิเคราะห์	ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และ คอมพิวเตอร์แห่งชาติ

ภาคผนวก ค
สรุปการประชุมหารือ
การพัฒนาระบบ B2B Booking Engine

สรุปการประชุมหรือ การพัฒนาระบบ B2B Booking Engine

เมื่อวันที่ 19 มกราคม 2558 เวลา 9.30-12.00 น. ณ อุทยานวิทยาศาสตร์ประเทศไทย ผู้วิจัยของแผนงานวิจัยและโครงการย่อยที่ 1 ได้จัดประชุมหารือการพัฒนาระบบการจองโรงแรมแบบออนไลน์สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว (B2B Booking Engine enable API) ร่วมกับบริษัทซอฟต์แวร์ด้านการท่องเที่ยว โดยให้สามารถดำเนินการตามแผนงานเพื่อสร้างเป็นต้นแบบสำหรับการทดสอบการเชื่อมต่อ API ในธุรกิจด้านการโรงแรมและที่พัก บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม รวมทั้งข้อกำหนด/เงื่อนไขในการเข้าร่วมและเชื่อมต่อ API บนดิจิทัลแพลตฟอร์ม และรายงานผลการทดสอบประสิทธิภาพระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม โดยมีการดำเนินการจัดทำ TOR เพื่อว่าจ้างบริษัทเอกชน 2 แห่ง คือ 11-Infotech System Co., Ltd. และ Comanche International Co., Ltd. ในการดำเนินการพัฒนาระบบฯ ดังกล่าว

จากการประชุมร่วมกัน คณะผู้วิจัยทราบว่า บริษัทดังกล่าวได้รับความสนใจจากหน่วยงานอีก 2 หน่วยงาน เพื่อจ้างพัฒนาระบบที่คล้ายๆ กัน จึงไม่สามารถรับงานจากเนคเทคได้เนื่องจากติดปัญหาข้อจำกัดทรัพยากรและเงื่อนไขบางประการตามข้อกำหนด TOR ดังนั้น เนคเทคจึงได้ปรับเปลี่ยนแนวทางการพัฒนาจากเดิมที่มีเป้าหมายในการพัฒนาระบบ B2B ให้เป็น B2C และเพิ่ม module อื่นๆ เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การเดินทาง การขายสินค้า ซึ่งการปรับเปลี่ยนการพัฒนาระบบเพื่อรองรับธุรกิจ B2C จะสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

รายชื่อผู้เข้าร่วมประชุม

- | | |
|--------------------------------|---|
| 1. นายชาติชาย โพธิ์ทอง | บริษัท 11-Infotech System Co.,Ltd. |
| 2. นายมีธรรม ณ ระนอง | สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) |
| 3. นายสิทธิชัย สุวรรณรักษ์ | สำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรมซอฟต์แวร์แห่งชาติ (SIPA) |
| 4. นายปิยวุฒิ ศรีชัยกุล | ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) |
| 5. นายทวีทรัพย์ อภิวัฒนาพงศ์ | ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) |
| 6. นายรัฐภูมิ ตูจันดา | ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) |
| 7. นางอุบลวรรณ คำแก้ว | ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) |
| 8. นางสาวสุภาภรณ์ ภูวิภาดาวรรณ | ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ (เนคเทค) |

ภาคผนวก ง
นัยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย

นิยามศัพท์ที่ใช้ในการวิจัย (Glossary)

การวิจัยเรื่อง การศึกษาศักยภาพและผลกระทบการประยุกต์ใช้ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital Platform) ในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ มีนิยามศัพท์ในการวิจัย ดังนี้

1. **ดิจิทัลแพลตฟอร์ม (Digital platform)** หมายถึง ตลาดออนไลน์ที่สามารถนำสินค้าและบริการ ในภาพแบบดิจิทัลมาวาง เพื่อให้การบริการแก่ผู้ใช้งานผ่านช่องทางต่างๆ (เว็บไซต์ มือถือ หรือ ผ่าน API) ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด
2. **ส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์ (Application Program Interface - API)** คือข้อกำหนดของการเชื่อมต่อระหว่างโปรแกรมหรือระบบหนึ่งกับโปรแกรมหรือระบบอื่น ๆ ซึ่งโครงการนี้ใช้คำนี้ในความหมายของ Web API คือ เป็นส่วนต่อประสานโปรแกรมประยุกต์ที่เชื่อมต่อโปรแกรมหรือระบบเข้าด้วยกันผ่านทางเครือข่ายอินเทอร์เน็ตด้วยเอชทีทีพี (เกณฑ์วิธีขนส่งข้อความหลายมิติ)
3. **Software as a Service (SaaS)** คือ การพัฒนาซอฟต์แวร์ในภาพแบบของการให้บริการ โดยที่การบริการนั้นถูกตั้งไว้ที่เครื่องแม่ข่าย และ ผู้ใช้งานสามารถใช้งานบริการนั้นผ่านอินเทอร์เน็ต
4. **Hotel Channel Management** คือ ดิจิทัลแพลตฟอร์มที่เป็นตลาดขายส่งสำหรับโรงแรม โดยโรงแรมสามารถกำหนดได้ว่า จะขายให้ลูกค้าคนใด ก็ห้อง ด้วยเรทราคาเท่าไร ตัวอย่างของ Hotel Channel Management ก็เช่น SiteMinder
5. **Load Balancing** คือวิธีการกระจาย Bandwidth ไปยังเครื่องแม่ข่ายหลายๆ เครื่องเพื่อรองรับการจราจรทางอินเทอร์เน็ตที่อาจพุ่งขึ้นในเวลาอันสั้น เช่น หลังจากออกข่าว หรือ ช่วงภัยพิบัติ
6. **Mediator System** คือระบบในการดึงข้อมูลจากหลายๆ ฐานข้อมูลในภาพแบบที่เปลี่ยนทรัพยากรการคำนวณของเครื่องให้น้อยลง
7. **Latency Test** คือ การทดสอบการตอบสนองของเครื่องแม่ข่าย การที่มี Latency ต่ำหมายถึงเครื่องตอบสนองได้อย่างรวดเร็ว ทำให้ผู้ใช้เวลาใช้งานสามารถดึงข้อมูลมาแสดงผลได้ดีขึ้น ตัวอย่างเช่น เว็บไซต์ที่มี Latency ต่ำ จะสามารถโหลดบนมือถือด้วยเวลาอันสั้น
8. **Domain Name Server** คือเครื่องแม่ข่ายที่กระจายอยู่ทั่วโลก ทำหน้าที่เปรียบเสมือนสมุดหน้าเหลืองที่แปลงชื่อโดเมน เป็น IP Address เพื่อให้คอมพิวเตอร์สามารถหากันเจอใน WWW
9. **HTML 5 Responsive** คือ ภาษาที่ใช้เขียนเว็บไซต์ที่เป็นมาตรฐานรุ่นที่ 5 โดยมีลักษณะพิเศษคือสามารถกำหนดให้ การเรียงตัวของตัวอักษร และ ภาพ สามารถปรับขนาดได้ตามขนาดของหน้าจอผู้ดู ทำให้เว็บไซต์ที่ใช้ HTML 5 Responsive มีความยืดหยุ่นสูง ดูได้อย่างสบายตาทั้งบนจอเครื่องคอมพิวเตอร์ Tablet และ มือถือ

10. Internet Directory คือ สมุดหน้าเหลืองสำหรับเว็บไซต์ โดยเจ้าแรกที่ทำคือ Yahoo โดยผู้ใช้งานสามารถเข้ามาดูรายชื่อของเว็บไซต์ที่แยกเป็นหมวดหมู่ได้
11. B2C เป็นคำย่อของ Business to Consumer เป็นคำที่ใช้อธิบายบริษัทที่ทำสินค้าหรือบริการขายตรงไปยังผู้ซื้อสินค้าทั่วไป
12. B2B เป็นคำย่อของ Business to Business เป็นคำที่ใช้อธิบายบริษัทที่ทำสินค้าหรือบริการโดยมีเป้าลูกค้าเป็นกลุ่มบริษัท